LA VENDITA DI SOLUZIONI ICT – SOLUTION SELLING

Attivare e sviluppare relazioni e trattative con imprese per l'offerta di consulenza, servizi ed infrastrutture

BREVE DESCRIZIONE

Due sessioni di una giornata + 1 sessione di follow-up per verifica e approfondimento. Percorso di accompagnamento di 4 settimane con frequenti contatti tramite telefono, mail e video-conference.

OBIETTIVI DEL CORSO

Migliorare la capacità di attivare contatti che generino interesse per un incontro, sviluppare le abilità di indirizzare il colloquio con i diversi interlocutori dell'azienda, affinare la qualificazione del cliente, predisporre un account plan e un'offerta che valorizzi gli elementi qualificanti e distintivi della soluzione e dell'azienda, accrescere la capacità di imprimere progressività alla trattativa, risolvere dubbi e indecisioni e gestire efficacemente la trattativa nonché sviluppare la relazione per creare fidelizzazione e promuovere il cross-selling.

A CHI È DIRETTO

Funzionari di vendita, Key Account

IN COSA SI DIFFERENZIA

Contestualizzazione nello specifico mercato + Percorso di accompagnamento di 4 settimane vs crescita dei risultati

RIASSUNTO ARGOMENTI DEL CORSO

- Predisporre un progetto di sviluppo, definire comunicazione, proposte di valore ("esche") e piano di lavoro
- La gestione del contatto: approccio mentale, metodo, stile e "passo di gara". Il superamento dei filtri
- Differenziare e valorizzare la propria offerta nel confronto competitivo
- La preparazione dell'incontro
- Client Leadership: ottenere attenzione e fiducia da parte dell'interlocutore
- Client Leadership: indirizzare con domande il colloquio
- Qualificare il cliente per far emergere esigenze espliciti e latenti
- Mappare l'organizzazione ed il processo d'acquisto
- Budget ed extra budget. Opex e Capex
- Predisporre un account plan
- Value Proposition e Ring Competitivo
- Motivare all'investimento, imprimere progressività alla trattativa, condividere l'Account Plan
- Formulare l'offerta: la scelta della soluzione più efficace
- Tecniche di contrattazione
- Conclusione dell'incontro e della trattativa
- Lo sviluppo della relazione e del business con il cliente
- Reporting, gestione ed utilizzo del CRM
- La pianificazione settimanale e mensile delle attività in funzione dei risultati attesi