

Temi e programmi per la conduzione di webinar
rivolti ai clienti Würth - Wüdesto
giugno 2021 - Marco Zanon

1. IL CLIENTE COMPRA PRODOTTI O BENEFICI?

Come costruire l'argomentazione di vendita e vendere meglio

Obiettivo del webinar

Spesso, soprattutto nei confronti del privato, si tende a presentare l'offerta evidenziando gli aspetti di eccellenza tecnica del prodotto, dimenticando che di fronte non abbiamo un tecnico. Ecco che il cliente non riesce a capire come un determinato prodotto possa funzionare bene proprio per lui.

Il webinar ha l'obiettivo di offrire ai partecipanti una diversa lettura della propria offerta, interpretandola più dal punto di vista del cliente, individuandone vantaggi e benefici in modo da renderne più valida l'argomentazione di vendita.

Temi del webinar

- a. Chi è il mio cliente oggi?
- b. Capire e presidiare le 6 fasi del processo d'acquisto:
 - quando il cliente è da solo
 - quando il cliente è da noi, in azienda o in sala mostra
- c. Come gestire il primo contatto con il cliente
 - le domande da fare al cliente, sempre
 - la gestione delle informazioni ricevute dal cliente
- d. Lo sviluppo dell'argomentazione di vendita
 - tecnica e argomentazione di vendita: quali differenze?
 - dalla caratteristica tecnica al vantaggio del prodotto
 - dal vantaggio del prodotto al beneficio per il cliente
- e. Vantaggi e benefici offerte con le soluzioni Wüdesto

2. IL PREVENTIVO? NON SI REGALA A NESSUNO

Strumenti per capire se e come presentare progetti e preventivi al cliente

Obiettivo del webinar

Quanto spesso accade che i preventivi presentati al cliente non si traducano in ordine? Eppure non è solo un problema legato alla qualità del preventivo o al prezzo, ma anche alla capacità di interpretare la vera propensione del cliente all'acquisto distinguendo, sin dal primo contatto, tra clienti curiosi e clienti pertinenti, migliorando così il rapporto tra ordini e preventivi.

Obiettivo del webinar è fornire ai partecipanti strumenti per capire se e quando presentare i preventivi ai clienti e come strutturarli per farli preferire a quelli dei concorrenti.

Temi del webinar

- a. Capire il ruolo del preventivo
- b. Prima del preventivo
 - clienti curiosi e clienti pertinenti
 - fare un preventivo non significa fare un prezzo
- c. Come costruire un preventivo che si fa preferire
- d. La gestione della fase post preventivo
- e. Capire la "qualità" del preventivo
 - il rapporto ordini su preventivi
 - il rapporto tra contatti e proposte redatte
 - il rapporto tra contatti totali e contatti qualificati

3. VENDERE.. SENZA SVENDERE

Come affrontare la vendita difendendo valore dell'offerta e marginalità

Obiettivo del webinar

"Sei troppo caro", "la concorrenza mi fa meno", "quanto sconto mi fai?" sono frasi che spesso siamo abituati a sentire e a cui troppo spesso si fa fatica a replicare, se non abbassando il prezzo, con conseguenze pericolose sulla redditività aziendale. Ciò accade sia perché ci si confronta con clienti non in linea con il proprio target, sia perché spesso, chi vende, ha per primo paura del suo prezzo.

Il webinar ha l'obiettivo di sensibilizzare i partecipanti sulle ragioni che inducono molti clienti a valutare l'offerta solo sotto il profilo del prezzo e di individuare quali azioni, strategiche e operative, possono tornare utili per farvi fronte.

Temi del webinar

- a. Perché il cliente chiede sempre lo sconto?
- b. Soluzione vs commodity: i plus dell'offerta dell'azienda
 - gli elementi allargati della mia azienda
 - gli elementi allargati dell'offerta Wüdesto
- c. I danni dello sconto
- d. Come gestire le obiezioni sul prezzo
 - la "paura" del prezzo
 - la traduzione di "sei troppo caro"
 - sconto vs valore
 - il valore "rivelato" dal cliente

4. VENDERE DOPO LA VENDITA

Tecniche e accorgimenti per ottenere di più dai clienti soddisfatti

Obiettivo del webinar

Il cliente diventa veramente tale solo quando le nostre realizzazioni entrano in casa sua ed è in questa fase che valuta se ciò che ha acquistato è in linea con ciò che si aspettava. E' un momento cruciale cui spesso non si dedica la giusta importanza. Un cliente soddisfatto, infatti, non solo può riacquistare, ma soprattutto può indurre altri ad acquistare.

Il webinar ha l'obiettivo di sensibilizzare i partecipanti a curare la fase del post vendita con azioni e attenzioni specifiche e dedicate, senza dare per scontato che il passaparola spontaneo sia sempre positivo.

Temi del webinar

- a. Il cliente diventa tale solo dopo l'acquisto
 - cliente soddisfatto, primo testimonial
 - perché è importante il recall post vendita
 - i tempi e i modi per condurre il recall telefonico
- b. Relazione con il cliente e referenza attiva
 - cos'è la referenza attiva?
 - la differenza con il passaparola
 - le azioni, on line e off line, per rimanere in contatto con il cliente