1.IL CLIENTE COMPRA PRODOTTI O BENEFICI?

Come costruire l’argomentazione di vendita e vendere meglio

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.

2. IL PREVENTIVO? NON SI REGALA A NESSUNO

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

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.

3. VENDERE SENZA SVENDERE

Come affrontare la vendita difendendo valore dell’o fferta e marginalità

“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.

4. VENDERE DOPO LA VENDITA

Tecniche e accorgimenti per ottenere di più dai clienti soddisfatti

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.

**Chi presenta ….**

**RELATORE**

**Marco Zanon**

Collabora dal 1999 con **StudioCentro Marketing srl**, società di consulenza di Direzione e Organizzazione Aziendale di Vicenza di cui è socio dal 2003.

**E’ consulente qualificato APCO,** associazione professionale dei consulenti di management iscritta nell’elenco del MiSE.

Ha maturato una specifica specializzazione nella consulenza a **titolari e responsabili di aziende e showroom che producono e rivendono arredi e complementi d’arredo**, intervenendo per favorire lo **sviluppo delle competenze commerciali**, per **progettare e definire le attività di marketing**, per analizzare la **potenzialità di mercato e perfezionare l’andamento delle vendite.**

Coautore del volume *Voglio Uno Show Room di Successo*, ha collaborato anche alla realizzazione del manuale *Il Negozio di Arredamento* pubblicato da **Federmobili**, con cui collabora per la **progettazione e conduzione di seminari e corsi di formazione**.