

Titolo del corso: Il telemarketing: la vendita telefonica

Il corso è strutturato come un laboratorio intensivo che consente di acquisire specifiche tecniche di comunicazione telefonica attraverso simulazioni studiate per approfondire le diverse tematiche affrontate. Il telefono è uno strumento di comunicazione che presenta grandi potenzialità e rischi: il corso fornisce le soluzioni più appropriate per difendere e valorizzare l'offerta, accrescere la fidelizzazione del cliente e massimizzare l'azione commerciale, per un'efficace attività di telemarketing.

Durata complessiva corso: 8 ore

Articolazione del percorso:

Modulo 1: lo sviluppo delle capacità relazionali e di comunicazione

Durata: 4 ore

- L'importanza di comunicare in modo efficace: gli atteggiamenti e i comportamenti che influenzano la comunicazione;
- Le espressioni da evitare nella vendita al telefono;
- La comunicazione psicologica: riconoscere e gestire lo stato d'animo del proprio interlocutore;
- L'ascolto "attivo" come elemento di successo nel colloquio per capire le esigenze del cliente;
- Conoscere le principali modalità di gestione verbale dei conflitti.
- Come reagire al meglio alle critiche e saper trattare i clienti difficili;
- Le barriere tipiche del rapporto telefonico: come superarle;
- Sezione pratica (roleplaying).

Modulo 2: Strategie di vendita

Durata: 4 ore

- Presa di contatto: creare un rapporto favorevole dai primi minuti;
- Lo sviluppo efficace della telefonata: come fissare gli appuntamenti e come vendere un prodotto/servizio;
- Il metodo: tenacia, flessibilità e competenza;
- Come qualificare il cliente arrivando al soggetto decisionale e superando i filtri;
- Analisi delle aspettative del cliente;
- Scoprire i bisogni fondamentali e le motivazioni d'acquisto;
- L'offerta: saper presentare in modo eccellente il prodotto/servizio;
- Sezione pratica (roleplaying).

Destinatari:

Il corso è rivolto a Venditori, addetti al telemarketing e al customer service e a chiunque abbia rapporti telefonici con la clientela.

Materiale Didattico:

Chiave USB riportante le dispense del corso.

Se richiesta, copia del registro del corso di formazione con indicato l'oggetto del corso, gli argomenti trattati, la durata del corso, la data di svolgimento e la firma dei partecipanti.

Risorse impiegate:

Docente in possesso di consolidata esperienza in qualità di formatore in ambito commerciale e marketing di servizi.

A disposizione dell'utenza personale di segreteria e di tutoraggio.

Metodologie formative:

La formazione all'aula verrà erogata tramite lezioni frontali, esercitazioni, casi pratici di studio, simulazioni.

Il corso è svolto con metodo interattivo, in modo da coinvolgere i partecipanti, sollecitare l'interesse, favorire la discussione su casi pratici provenienti dalla loro esperienza.

Modalità organizzative/logistiche:

Il corso si terrà presso la sede dell'ente accreditato a Milano, in Via Guido Capelli 12 (Zona Greco Bicocca) **previo raggiungimento del numero minimo di partecipanti.**

Orari: 9.00/13.00 - 14.00/18.00.

Si prega di consultare il calendario dei corsi in partenza sul sito www.tiemmeconsulting.com

L'aula ha una capienza di 25 persone; prevede 25 sedie a ribaltina, pc e videoproiettore, lavagna a fogli mobili. Acqua e caffè a disposizione dell'utenza.

L'aula è accessibile ai soggetti diversamente abili.

Per i corsi aziendali, l'intervento potrà essere erogato presso la sede aziendale, in aula conforme ai requisiti D.lgs.81/08.

Criteri e modalità di valutazione dell'apprendimento:

La prova consisterà in un test a risposta multipla (dalle 20 alle 30 domande) e prevederà l'attribuzione di 1 punto per ogni risposta esatta e una prova pratica.

Certificazione

Al termine del corso verrà rilasciato un attestato di frequenza.

Costi e Modalità d'iscrizione:

€ 300.00+ IVA da saldare contestualmente all'avvio del percorso.

Per corsi aziendali, è possibile richiedere un'offerta personalizzata.

Finanziamenti per le aziende: è possibile valutare la possibilità di finanziare il percorso attraverso i finanziamenti dei Fondi Paritetici Interprofessionali per la formazione continua o Fondi Regionali.