

---

# Sales Training

One day training



# Overview

- ▶ Evidenze di mercato mostrano che le tecniche di vendita utilizzate nel passato oggi non sono più efficaci
- ▶ Il training si propone di fornire ai venditori tecniche efficaci per affrontare le nuove sfide della vendita B2B

## 1. La vendita B2B oggi

Per il venditore avere un **ruolo chiave** nel processo d'acquisto è imprescindibile.

**Comprendere il contesto** nel quale si concludono le vendite B2B oggi e il **comportamento delle aziende** è il **punto di partenza** per comprendere questo tema ed **applicarlo al proprio business**

## 4. Il processo di vendita

Il venditore riveste un **ruolo attivo** in ogni **fase** del processo di vendita. È importante **conoscere** quali azioni e comportamenti **influenzano positivamente** l'interazione con il cliente e quali possono **compromettere la relazione**



## 2. Il venditore consulente

**Creare una relazione** con il **cliente** è l'aspetto più critico nel processo di vendita

A tal fine è importante **definire le tecniche** più idonee per **interagire efficacemente** con la clientela business

## 3. Segmentare

Il venditore deve dedicare un'attenzione maggiore verso i **clienti dal potenziale più elevato**. In quest'ottica **segmentare** è un aspetto critico per identificare il potenziale dei singoli clienti e/o dei segmenti di interesse

# 1. La vendita B2B oggi



## Perché parlare delle vendite B2B oggi

Il **processo decisionale** e il **comportamento d'acquisto** della **clientela business** sono **oggi** profondamente differenti rispetto a quelle del **passato**. **Comprendere** queste differenze è utile a **determinare** sia il **ruolo** del **venditore** sia come il **venditore** deve **porsi** nei confronti del cliente



## Argomenti trattati

**Analisi del comportamento d'acquisto** della clientela business:

- ▶ In che modo i decision makers scelgono quali prodotti/servizi acquistare e da quali fornitori
- ▶ Come la clientela business reagisce ai **messaggi di vendita** e di **marketing**

**Analisi delle dinamiche di vendita** odierne e **confronto** con quelle del **passato**, con focus su:

- ▶ Gli **strumenti** utilizzati dalla clientela business per ottenere le informazioni necessarie durante il processo decisionale
- ▶ Come il **ventaglio di informazioni disponibili** e la loro **accessibilità influenzano** il processo decisionale dei clienti
- ▶ Il **processo d'acquisto** ed il ruolo ricoperto dal **marketing** e dal **venditore** in tale processo

Il **ciclo di vendita** ed i fattori che ne influenzano la **durata**



## Take away & insights

- **Comprendere il ruolo** del **venditore** nel processo decisionale della **clientela business**
- **Definire le sfide** con le quali il venditore odierno **deve confrontarsi**



## 2. Il venditore consulente



### Perchè parlare di venditore consulente

Il contesto attuale delle **vendite B2B** è significativamente **mutato** rispetto al passato. Per questa ragione è importante **definire** una **nuova figura commerciale** che sappia interagire efficacemente con la clientela business e soddisfarne le reali esigenze



### Argomenti trattati

Il **venditore consulente** come **problem-solver**:

- ◆ Le **azioni principali** che il venditore consulente deve svolgere durante il processo di vendita
- ◆ Comprendere l'importanza di costruire una **relazione di lungo periodo con il cliente**

Il **venditore consulente ambiverso**: cosa significa e quali **effetti positivi** genera durante il processo di vendita

Come **interagire** con la clientela business per **guidarla** nelle decisioni di acquisto:

- ◆ **Tecniche di vendita evolute** e confronto con le tecniche di vendita **tradizionali**
- ◆ L'efficacia del materiale **content-based** (case studies, articoli di settore, white paper)



### Take away & insights

- **Linee guida** per interagire efficacemente con la clientela business
- Come diventare un venditore efficace
- Tecniche di vendita evolute per **creare engagement**





# 3. Segmentare



## Perché parlare di segmentazione

Segmentare la clientela aiuta il venditore ad indirizzare la propria attenzione verso i clienti con il potenziale più elevato, per questa ragione è importante saper segmentare in modo appropriato



## Argomenti trattati

- ◆ **Segmentare la clientela:** cosa **significa** e perché è **utile** per migliorare le **vendite**
- ◆ **Analisi dei benefici** derivanti dalla segmentazione per l'azienda venditrice e per la clientela business
- ◆ **Criteri di selezione** dei parametri più efficaci per segmentare la clientela business
- ◆ Cos'è un **segmento efficace**
- ◆ **Descrizione del processo** di segmentazione (Target – Segment – Positioning)
- ◆ **Esempi di segmentazione** applicati alle vendite B2B



## Take away & insights

- **Benefici** derivanti da una corretta **segmentazione** della **clientela**
- **Linee guida** per **costruire segmenti** di clientela **efficaci** ed appropriati



## 4. Il processo di vendita



### Perché parlare del processo di vendita

Il **venditore** può **influenzare** il cliente durante l'intero **processo di vendita**. Per questo è necessario **conoscere** i **momenti principali** del processo nei quali il venditore **riveste un ruolo chiave** e come utilizzarli a proprio vantaggio



### Argomenti trattati

*Analisi dei momenti salienti all'interno di un processo di vendita:*

- ◆ **Pianificazione** delle vendite e **controllo** dei **risultati** tramite KPIs (definizione ed esempi)
- ◆ **Atteggiamento** da assumere durante le **interazioni** con la clientela ed **analisi** degli eventuali **errori** che possono compromettere il rapporto con l'interlocutore
- ◆ La **comunicazione verbale** e **non verbale** come strumenti per creare e mantenere il rapporto con la clientela – con **esempi pratici** di comunicazione verbale e non verbale, **positivi e negativi**
- ◆ **Linee guida** per permettere al venditore di **agire** sull'**inconscio** dell'**interlocutore** (tecnica del Mirroring & Matching) ed applicazioni pratiche
- ◆ **Individuare** correttamente le **esigenze** della **clientela** con la tecnica «Data – Insight – Questions»
- ◆ Far emergere l'**insoddisfazione** della **clientela** ed **utilizzarla** a **vantaggio** del venditore
- ◆ **Tecniche** che agevolano l'**ascolto attivo** al fine di far **emergere** le **motivazioni d'acquisto**
- ◆ **Analisi di differenti stili di vendita**
- ◆ **Linee guida** per la **presentazione del prodotto** e **chiusura del processo di vendita**



### Take away & insights

- Struttura del processo di vendita
- **Linee guida** per **gestire efficacemente** gli step del processo e **orientarlo** alla conclusione della vendita



**CleverAdvice**  
Via Ferrante Aporti 34  
20125 Milano, Italy

**T** +39 02 39660672

**F** +39 02 2870768

**e** [postmaster@cleveradvice.eu](mailto:postmaster@cleveradvice.eu)  
**w** [cleveradvice.eu](http://cleveradvice.eu)



*Results not Reports*

**Clever**Advice