

Come vendere

Essere gentili non basta!

Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori. La Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.

Numero progetto: 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439

Obiettivi della sessione

- Conoscere le fasi del processo di vendita
- Imparare a utilizzare le tecniche di vendita
- Scoprire le esigenze della clientela tramite domande a risposta aperta
- Gestire le obiezioni della clientela

Unità didattiche

Il modulo si concentra sui seguenti argomenti:

- Fasi del processo di vendita
- Tecniche di vendita
- Domande a risposta aperta
- Gestione delle obiezioni

Miglioriamo il nostro processo di vendita!

Fasi del processo di vendita

Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori. La Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.

Numero progetto: 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439

Processo di vendita: definizione

- Il processo di vendita è:

una sequenza di passaggi necessari per trasformare opportunità in vendite.

- I processi di vendita non sono tutti uguali, né seguono necessariamente le stesse fasi.
- La natura di un processo di vendita dipende dalla tipologia di impresa, dal tipo di prodotto o servizio e persino dal profilo del cliente.



Processo di vendita: definizione

- Libere/i professioniste/i:

- è probabile che facciano più transazioni.
- chiudono ogni vendita durante il contatto con il cliente.

- PMI:

- è probabile che chiudano vendite più complesse.
- il ciclo di vendite è più lungo.
- è necessaria una maggiore preparazione.



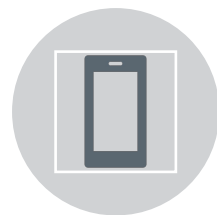
Fasi del processo di vendita



Approcciare il cliente



Scoprire le esigenze del cliente



Fornire una soluzione



Chiudere la vendita (accordo)



Finalizzare la vendita e fare un follow up (consegna del bene o servizio)



Approcciare il cliente

Obiettivo: far sì che il cliente si senta a proprio agio e voglia parlare con voi.

- Presentarsi
- Spiegare il motivo dell'appuntamento o della telefonata
- Definire un contesto
- Menzionare una vostra conoscenza comune
- Citare l'evento a cui avete partecipato
- Parlare di qualsiasi situazione o elemento che crei una connessione
- Creare un'atmosfera di fiducia
- Fare una buona impressione
- Prestare attenzione alle aree od opinioni di interesse comune
- Trasmettere un atteggiamento positivo e sincero



Scoprire le esigenze del cliente

- Far parlare il cliente
- Porre domande aperte
- Ascoltare, ascoltare, ascoltare
- Capire il cliente
- Verificare di aver capito bene
- Ripetere ciò che si è capito
- Cercare di individuare eventuali obiezioni
- Se tutto va bene, passare al passo successivo
- In caso contrario, continuare a fare domande



Offrire una soluzione

Presentare la soluzione al problema

Rispondere alle esigenze del cliente

Introdurre elementi di supporto visivo per
facilitare la comprensione

Mostrare il prodotto fisico che si cerca di vendere

Non confondere il cliente con troppi dettagli

Non fare promesse che non
possono essere mantenute

Chiudere la vendita



Porre la domanda di chiusura tanto “temuta” dai venditori.



Prepararsi a gestire eventuali obiezioni.



Basarsi sulle informazioni ottenute nell’analisi delle esigenze.



Stabilire il processo di consegna del prodotto o servizio.



Finalizzare la vendita e fare un follow up



THANK YOU



Tecniche di vendita

Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori. La Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.

Numero progetto: 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439



Tecniche di vendita

Ecco alcune tecniche per personalizzare il lavoro di vendita:

- Raccontare una grande storia
- Mettersi nei panni del cliente
- Amplificare le preoccupazioni del cliente
- Risolvere velocemente le principali obiezioni
- Contattare subito un potenziale cliente



**Funded by
the European Union**

Tecniche di vendita

- Rimanere in contatto con i clienti.
- Evitare di contattare un cliente a metà giornata, e prediligere la metà settimana.
- Mostrare il vostro valore unico.
- Pensare a diversi modi per concludere la vendita.
- Mostrare come la vita del cliente può migliorare grazie al vostro prodotto o servizio.





Tecniche di vendita

- Essere sempre positivi
- Non pensare alle vendite mancate
- Tenere a mente che il cliente ha sempre ragione
- Accompagnare il cliente nel percorso
- Essere flessibili



Funded by
the European Union



Tecniche di vendita

- Per saperne di più, consultate l'apposita sezione nella piattaforma.



Domande aperte

Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori. La Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.

Numero progetto: 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439

Vantaggi delle domande aperte

Le domande a risposta aperta sono un potente strumento nella fase di analisi delle esigenze. Ecco alcuni vantaggi:

- Forniscono informazioni di valore
- Creano una relazione di fiducia



Vantaggi delle domande aperte

- Incoraggiano il dialogo
- Permettono di scoprire nuove opportunità di vendita
- Creano un'esperienza di vendita più soddisfacente

Domande aperte: esempi

- Le domande sono un'arma di persuasione di gran lunga superiore alle affermazioni.
- Non tutte le domande aperte sono adatte a tutti i tipi di vendita.
- Nella prossima slide troverete alcuni esempi di domande.
- L'obiettivo è adattare queste domande alla vostra attività e al vostro stile di comunicazione, mantenendone l'utilità.



Domande aperte: vendita di servizi

- Qual è la sua esperienza di consumo di servizi simili ai nostri?
- Come descriverebbe la sua specifica esigenza di servizio e come pensa che possiamo aiutarla?
- Che tipo di risultati si aspetta di ottenere utilizzando i nostri servizi?
- Ha avuto esperienze precedenti con la nostra azienda o con qualcuno che ha già utilizzato i nostri servizi?
- Come valuta la qualità dei nostri servizi rispetto ad altre aziende simili?

Domande aperte: vendita di servizi

- Quali criteri utilizzerebbe per scegliere tra le diverse opzioni di servizio disponibili?
- Come desidera che il nostro servizio sia personalizzato per soddisfare le sue esigenze specifiche?
- Che tipo di comunicazione e follow-up si aspetta dalla nostra azienda durante la fornitura del servizio?
- Qual è la sua opinione sulla nostra politica dei prezzi e sulle nostre tariffe, e ritiene che queste ultime siano eque e competitive?
- Consiglierebbe i nostri servizi ad altri clienti? Perché sì o perché no?

Domande aperte: vendita di prodotti

- Quali sono le sue esigenze specifiche in relazione a questo prodotto?
- Che tipo di problemi ha incontrato in passato con prodotti simili?
- Come pensa di utilizzare questo prodotto nella sua attività/vita quotidiana?
- Quali sono le caratteristiche del prodotto che considera più importanti?

Domande aperte: vendita di prodotti

- Ha già provato questo prodotto? Se sì, qual è stata la sua esperienza?
- Come preferisce pagare il prodotto? È alla ricerca di offerte o promozioni?
- Ha altre domande sul prodotto o sul processo di acquisto?
- C'è qualcos'altro che posso fare per aiutarla a prendere una decisione d'acquisto?



Gestire le obiezioni di vendita

Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori. La Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.

Numero progetto: 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439

Definizione

- Le obiezioni di vendita sono ostacoli che i potenziali clienti sollevano durante il processo di vendita.
- Possono essere preoccupazioni, domande o dubbi che il cliente ha sul prodotto o sul servizio venduto.
- Un'obiezione di vendita è qualsiasi preoccupazione che un potenziale cliente solleva in riferimento a un ostacolo che impedisce la sua capacità d'acquisto presso un'azienda - un'indicazione esplicita che il venditore dovrà affrontare più aspetti del processo di acquisto di quanto inizialmente previsto.

Obiezioni frequenti

❑ Mancanza di budget: "Costa troppo"

Questa è l'obiezione più comune.

La soluzione è posizionare il bene o servizio e dimostrarne il valore.

❑ Mancanza di fiducia: "Non ho mai sentito parlare del marchio"

Le persone tendono ad acquistare da marchi conosciuti o fidati.

È necessario stabilire una buona relazione col cliente.

Obiezioni frequenti

❑ Mancanza di necessità

“Non vedo come potrebbe essermi utile”

Questa obiezione è un’opportunità per fornire e acquisire informazioni sul potenziale cliente.

❑ Mancanza di urgenza

“Al momento questo problema o bisogno non è una mia priorità”

Cercate di scoprire se la mancanza di urgenza è reale o se è un modo del cliente per svincolarsi.

Nel primo caso, chiudete la conversazione.

Gestire le obiezioni

- **Praticare l'ascolto attivo**

Ascoltate per capire, e non per rispondere.

- **Evitare di interrompere**

Lasciate spazio al cliente per esprimere le sue preoccupazioni.

Ripetete ciò che dice per verificare se avete capito correttamente.

Il potenziale cliente si sentirà rispettato e valorizzato, il che aiuta a costruire fiducia.

- **Comprendere le preoccupazioni del potenziale cliente**

Prendete atto delle preoccupazioni del cliente e illustrate la vostra soluzione.

Gestire le obiezioni

- **Porre domande di follow-up sotto forma di domande aperte**
Più informazioni avete, più sarà facile rispondere alle obiezioni.

- **Citare storie di successo**
Condividete le storie di altri clienti con le stesse preoccupazioni.

- **Anticipare le obiezioni**
Cercate di prevedere le obiezioni mantenendo un registro di quelle più frequenti.

