

**MODULO D'ISCRIZIONE – TECNICHE DI VENDITA: LA NEGOZIAZIONE COME STRUMENTO PER LA
GESTIONE DELLA TRATTATIVA COMMERCIALE (12 ORE)**

DATI DEL PARTECIPANTE AL CORSO

Nome e Cognome	
Nato/a a	
Data di Nascita	
Residenza	
Indirizzo	
Cap	
Tel.	
Cell	
E-Mail	
Azienda	
Indirizzo Sede Legale	
P.IVA	

DATI AMMINISTRATIVI– che verranno riportati in fattura:

Nominativo/Ragione Sociale	
Indirizzo	
Città	
Codice Fiscale	
P.IVA	

ISCRIZIONE E MODALITA' DI PAGAMENTO

Il modulo d'iscrizione compilato e sottoscritto dovrà essere inviato a Forma Mentis, tramite mail all'indirizzo: didattica@formamentis.net

Date del corso: Mercoledì 21 Marzo 2018 dalle ore 9.00 alle ore 13.00

Lunedì 26 Marzo 2018 dalle ore 9.00 alle ore 13.00

Mercoledì 28 Marzo 2018 dalle ore 9.00 alle ore 13.00

Sede del corso: Forma Mentis S.r.l. – Viale Brigata Bisagno 2/26, 16129, Genova

Per le iscrizioni farà fede l'ordine cronologico di arrivo dei moduli, unitamente alla copia di un documento di identità del partecipante.

Il pagamento dovrà essere fatto prima dell'avvio dell'attività corsuale.

Qualora non dovesse essere raggiunto il numero minimo di partecipanti, necessario alla partenza, la segreteria di Forma Mentis provvederà ad avvisare l'iscritto e a restituire l'importo versato, senza alcun onere da parte del partecipante.

In caso di mancata comunicazione di rinuncia entro i termini sopra indicati o qualora il partecipante interrompa la frequenza al corso per motivi indipendenti dal nostro Ente di formazione, non sarà previsto il rimborso della quota versata.

La quota d'iscrizione per il corso da **12 ore** è di euro **200,00 + IVA** a persona.

Coordinate bancarie:

Banca d'appoggio B.P.M. S.p.A. –

CIN V ABI 05034 CAB 32110 C/c 000000002900

IBAN IT51V05034321100000 00002900

PROGRAMMA DEL CORSO

TECNICHE DI VENDITA: LA NEGOZIAZIONE COME STRUMENTO PER LA GESTIONE DELLA TRATTATIVA COMMERCIALE (12 ORE)



Quali sono gli obiettivi del corso?

Sviluppare le competenze relative alla negoziazione, come strumento principe per la gestione delle trattative commerciali con i clienti, analizzando gli elementi psicologici che le influenzano.

Contenuti:

Il concetto di comunicazione persuasiva
Costruire un rapporto empatico con il cliente
L'importanza di un buon utilizzo del non-verbale
La comunicazione verbale: parole a valenza suggestiva positiva e negativa
Il colloquio commerciale come dialogo e non come monologo
L'ascolto attivo
Uso delle domande: per verificare, sapere, condizionare
La gestione dei reclami come opportunità di sviluppo della comunicazione con i clienti
Modelli, Elementi e Funzioni del Processo di Comunicazione commerciale
Identificazione del sistema di valori del Cliente
I processi decisori: competenze e funzioni
La gestione della trattativa commerciale
Condizioni di mercato, immagine aziendale, capacità di vendita e di acquisto

Regole di comportamento
Tecnica e psicologia di vendita
Conduzione della trattativa di vendita
Il processo negoziale: strategie e tattiche
Definizione degli obiettivi negoziali: Obiettivo ideale e minimale
La definizione delle migliori alternative al negoziato
Il negoziato generativo (win – win)
Il negoziato ripartitivo (win – lose)
Essere il regista della trattativa commerciale
Il “ballo negoziale”: come fare le concessioni
La differenza tra “interessi” e “posizioni”
La negoziazione pluridimensionale: generare opzioni e soluzioni alternative
Perseguire obiettivi reciproci per “creare valore”

Docenti:

Dott.ssa Simona Franceschini, Esperta di Marketing, Comunicazione e Strategie d'impresa