

Le tecniche di vendita

Il seminario si terrà presso il Centro di Formazione della Camera di commercio di Torino, Via Perugia 56 a Torino, con il seguente orario: mattino ore 9,30 - 13,00, pomeriggio ore 14,00 - 17,30.

La partecipazione è a pagamento, previa iscrizione sul sito web:

www.promopoint.to.camcom.it/iniziative.
Le iscrizioni verranno chiuse al raggiungimento di 20 partecipanti. Il corso sarà attivato al raggiungimento del numero minimo di iscritti pari a 7 partecipanti.

La quota di partecipazione è di 180 euro (+ Iva 20%) comprensiva di materiale didattico, coffee break e pranzo per ciascuna sezione e di 350 euro (+ Iva 20%) per l'intero corso di quattro giornate e dovrà essere versata con una delle seguenti modalità di pagamento (precisare dati fatturazione, intestatario, nominativo partecipante, partita IVA, indirizzo):

- pagamento on line tramite il sito

www.compraonline.to.camcom.it: selezionare il "prodotto" corso "Tecniche di vendita", esclusivamente dopo aver correttamente effettuato l'iscrizione al corso sul sito www.promopoint.to.camcom.it/iniziative. Con questa modalità di pagamento si fruisce della riduzione della quota a 150,00 euro + 20% IVA per la partecipazione ad una sola sezione e a 300,00 euro + 20% IVA per l'intero corso;

- bonifico bancario sul conto corrente bancario n. 000040473150 (codice IBAN IT 39 H 02008 01051 000040473150) intestato a Camera di commercio di Torino presso Unicredit Banca Spa, via XX Settembre 31, Torino;

- versamento su conto corrente postale n. 186106, intestato a Camera di commercio di Torino, via Carlo Alberto 16, Torino (codice IBAN IT 65 G 0760101000000000186106), indicando la causale del versamento (corso "Tecniche di vendita" - Settore Nuove imprese).

Non sono ammesse altre forme di pagamento. L'eventuale rinuncia a partecipare deve essere comunicata entro 3 giorni lavorativi prima dell'inizio del corso. Oltre tale termine sarà trattenuto l'intero importo. Sono ammesse sostituzioni delle persone iscritte con altri partecipanti previa comunicazione.

Segreteria organizzativa

Settore Nuove imprese
Camera di commercio di Torino
via San Francesco da Paola, 24
10123 Torino
tel. 011 571 6351/2/3/5
fax 011 571 6356
nuove.imprese@to.camcom.it

note organizzative



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO

In collaborazione con



ASSOCIAZIONE ITALIANA MARKETING

Le tecniche di vendita

24 settembre 2009
1 - 8 - 15 ottobre 2009
dalle 9.30 alle 17.30

Centro Formazione
Camera di commercio di Torino
Via Perugia 56 - Torino

FORMAZIONE

{ Obiettivi e destinatari }

L'obiettivo è quello di fornire ai partecipanti gli strumenti pratici e operativi per la gestione del rapporto attivo con la propria base clienti, attraverso l'utilizzo delle tecniche e delle metodologie proprie della transazione commerciale evoluta di un'azienda che vuole essere modernamente organizzata e in grado di competere con efficacia sul proprio mercato di riferimento.

I destinatari sono i titolari e il management di piccole e medie imprese, responsabili di unità commerciali, responsabili di reti di vendita, addetti alla vendita e al rapporto con i clienti.

Sono previste due sezioni, rispettivamente "base" e "advanced", usufruibili anche separatamente.

{ Le tecniche di vendita }

{ Programma }

Relatore: *Libero Manetti* socio Aism Associazione italiana marketing, consulente d'impresa nell'area marketing commerciale.

Sessione base

Giovedì 24 settembre e giovedì 1 ottobre 2009

- Gli stadi storici della transazione commerciale
- Distribuire o creare un rapporto con il cliente?
- I tipi di transazione commerciale
- La funzione commerciale e di vendita come protagonista
- La personalità e la professionalità del venditore
- Come comunicare con i clienti
- I fattori tecnici della comunicazione nella vendita
- Il rapporto tra l'approccio, la comunicazione, la convinzione, la decisione
- Il processo di vendita
 - o Sapersi informare
 - o Comunicare
 - o Convincere
 - o Far decidere
- Le argomentazioni
- Case-history e role-play

Sessione advanced

Giovedì 8 e 15 ottobre 2009

- La psicologia della vendita
 - o L'analisi transazionale: principi e modelli
 - o Come valutare e ottimizzare gli stati dell'io nostri e del cliente
 - o Come influire sul processo decisionale del cliente
- La programmazione neurolinguistica
 - o I principi e la struttura della PNL
 - o La struttura dell'esperienza soggettiva
 - o Modelli di applicazione
- Case-history e role-play