

## IAL LOMBARDIA

SMART SELLING	
Area tematica	Comunicazione
Durata in ore	16
Livello	EQF 4 - BASE
Data inizio	
Data fine	
Numero partecipanti	Min. 7                      Max. 20
Quota iscrizione	Voucher di euro 800

<b>Obiettivi</b>	<p>L'obiettivo del percorso è quello di fornire gli strumenti adeguati per gestire nel modo migliore tutti i nuovi canali di vendita. Il venditore smart saprà utilizzare gli strumenti e le opportunità offerte dalla tecnologia integrandole con le proprie conoscenze e capacità pregresse in campo relazionale e commerciale, imparerà a sfruttare al meglio il potenziale delle web conference e delle demo oltre che della gestione a distanza delle riunioni. La finalità del percorso è, quindi, quella di fornire conoscenze e strumenti innovativi legati alle dinamiche di vendita, in un'ottica di integrazione tra modalità tradizionali e modalità smart</p>
<b>Contenuti e unità formative</b>	<p>Unità Formativa 1: La vendita digitale della durata di 8 ore</p> <p>Il target</p> <p>Il funnel di vendita</p> <p>La presentazione dei prodotti/servizi tramite una comunicazione efficace via web, focus sulla motivazione dell'acquisto</p> <p>Le tecniche promozionali, la presentazione on line dei cataloghi, delle proposte, delle offerte</p> <p>L'utilizzo delle piattaforme digitali e panoramica sugli strumenti a disposizione</p> <p>Unità Formativa 2: Lo smart selling della durata di 8 ore</p> <p>L'engagement in un appuntamento on line</p> <p>L'interazione con il cliente e la gestione del tempo del contatto "vista", voce e parole efficaci</p> <p>Gestire le obiezioni: atteggiamento e tecniche in relazione al canale</p>

	web Il feedback e la strategia di mantenimento della relazione
<b>Metodologie e strumenti</b>	FAD SINCRONA
<b>Certificazione in uscita</b>	ATTSTAZIONE DELLE COMPETENZE
<b>Destinatari</b>	Il percorso formativo è rivolto a dipendenti di aziende che sono interessate/i allo sviluppo di linguaggi, costrutti, modalità e sistemi di comunicazione in “un’ottica digitale” con finalità commerciali o di crescita nelle relazioni interpersonali.
<b>Requisiti in ingresso</b>	Il/la partecipante al corso deve aver maturato conoscenze nell’ambito della comunicazione aziendale, acquisite in ambito lavorativo preferibilmente in aree consone agli argomenti trattati come settori riconducibili alla comunicazione, al marketing, alle vendite. Qualora l’ambito lavorativo di riferimento non fosse in linea a quanto sopra descritto, ma ci fossero esigenze aziendali e strategiche che puntano ad una riqualificazione del proprio personale verso le tecniche di comunicazione interna ed esterna, le competenze in ingresso rimangono comunque quelle sopra descritte, che possono essere state acquisite attraverso gli studi effettuati o in ambiti diversi da quello lavorativo.
<b>Docente/i</b>	
<b>Persona di contatto</b>	BARBARA GUARDAMAGNA
<b>Altre informazioni</b>	