

CORSO DI AGGIORNAMENTO PROFESSIONALE
AREA - Marketing e tecniche di vendita

Titolo del corso
<u>Marketing e Tecniche di vendita</u>
Scopo del Corso
<p>Il marketing strategico è una leva fondamentale per vendere con efficacia prodotti e servizi, ma alla luce dei continui cambiamenti dello scenario competitivo globale non basta più. È necessario consolidare le tecniche di vendita, capire che il venditore ha un ruolo fondamentale nell'anticipare, comprendere e soddisfare i bisogni del cliente. Da qui nasce il corso "Marketing e Tecniche di vendita" con lo scopo di formare operatori e agenti, già operanti nel commercio, che vogliono consolidare le proprie conoscenze nel marketing strategico e migliorare l'approccio alla vendita con una maggiore attenzione alle esigenze del cliente e agli aspetti di comunicazione della vendita.</p> <p>Durante il corso, articolato in due moduli, ognuno dei quali focalizzato sul marketing strategico e sulle tecniche di vendita, il partecipante è chiamato a misurarsi continuamente con analisi di casi aziendali.</p> <p>Al termine del corso è prevista la realizzazione del business plan e la realizzazione di una vendita "tipo" con l'obiettivo di valorizzare e affinare le tecniche negoziali apprese.</p>
Finalità del Corso
<p>Gli obiettivi del corso sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fornire una solida conoscenza del marketing strategico dalla individuazione dell'idea di business allo sviluppo del business plan; • Acquisire una maggiore consapevolezza delle nuove tecniche di marketing strategico in funzione dei cambiamenti dello scenario economico globale • Acquisire e consolidare tecniche di comunicazione di base, raggiungendo consapevolezza del ruolo del venditore; • Acquisire tecniche di analisi dei comportamenti del cliente al fine di prevederne il comportamento di acquisto; • Acquisire tecniche di persuasione negoziale in modo da concludere efficacemente ogni tipo di negoziazione; • Migliorare la propria consapevolezza nella gestione della trattativa.
Argomenti e Contenuti
<p><u>Modulo 1 - Marketing Strategico (16 ore)</u></p> <p>Il modulo analizza gli aspetti principali del marketing management dalla definizione della business idea fino all'individuazione di mission e vision. Saranno quindi forniti le strumentazioni di basi per analizzare la concorrenza ed effettuare la segmentazione del mercato con conseguente individuazione del target di riferimento. Di seguito si entrerà nel vivo del marketing analizzando le 4 P del Marketing Mix che codurranno alla definizione e realizzazione del business plan.</p> <p>Nel dettaglio, il modulo prevede i seguenti argomenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definizione del Marketing Management

- Analisi della concorrenza
- Analisi di mercato
- Analisi SWOT
- Segmentazione e Targeting
- Differenziazione e posizionamento
- “4 P” Marketing Mix (Prodotto, Prezzo, Promozione, Posizionamento)
- Definizione del Business Plan
- Realizzazione di un Business Plan

Modulo 2 - Tecniche di Vendita (16 ore)

Per vendere bene, si deve innanzitutto pensare ad una comunicazione efficace. A tal fine, il modulo è suddiviso in due parti. Nella prima, saranno analizzate le principali tecniche di comunicazione; nella seconda parte invece, sarà rivolta particolare attenzione al cliente e alla gestione della trattativa, valutando anche gli aspetti psicologici dell’acquisto. Ciascun argomento sarà supportato da applicazioni pratiche con analisi di business case.

Nello specifico, il modulo prevede i seguenti argomenti:

- Analisi degli aspetti emotivi e razionali della comunicazione;
- Tecniche di comunicazione verbale e non verbale
- Coerenza fra comunicazione verbale e non verbale
- Ascolto partecipativo
- Analisi dei comportamenti di dissimulazione del cliente
- Rapporto venditore-cliente: analisi delle tecniche di persuasione negoziale
- Tecniche psicologiche applicate
- Motivazioni all’acquisto
- Superamento delle obiezioni e delle criticità
- Tattiche negoziali per concludere una trattativa
- CRM (Customer Relationship Management)
- Soddisfazione del cliente

Platea dei destinatari

Agenti di commercio e agenti di commercio Enasarco iscritti in attività

Durata

La durata del corso è di 32 ore suddivise in 2 moduli.

Costo

Il costo totale del corso è di € 960,00

Attivazione e modalità frequenza

Il corso verrà attivato solo al raggiungimento di almeno 10 iscritti.

Seguirà pubblicazione del calendario il calendario con i giorni e gli orari delle lezioni.

Il corso sarà attivato entro metà luglio (non sono previste lezioni dal 16/07/2017 al 11/09/2017) e terminerà entro la fine del 2017.

Le lezioni si svolgeranno presso la sede dell’Università degli Studi “Link Campus University” in Via del Casale di San Pio V, 44 – 00165 –Roma.

Modalità e termini di iscrizione

L'iscrizione al corso deve pervenire entro e non oltre il 15/06/2017 attraverso la compilazione del modulo di iscrizione.

Contatti

Per iscriversi e per le informazioni del corso, si prega di rivolgersi all'Ufficio Postgraduate utilizzando i seguenti contatti:

Telefono 06-94802289

Mail segreteriamaster@unilink.it

Sito www.unilink.it