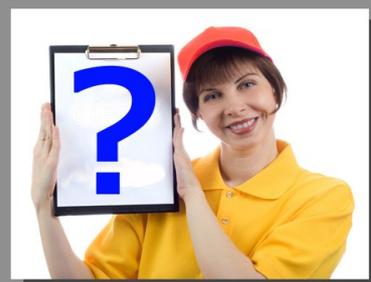


Formazione

Il contatto col cliente.

**Percorso
formativo pratico di
28 ore**



**15 anni
di attività
formativa**

Rivolto a:

Personale di area della vendita diretta a contatto con il pubblico



Spiegazione generale

Questa iniziativa offre una nuova serie di strumenti, per qualificare e rendere efficiente il rapporto tra i commessi e i clienti all'interno del punto vendita. La specialità formativa che vi proponiamo in questo corso, muove dalla volontà/necessità di potenziare e migliorare l'efficienza e la capacità di instaurare empatia, durante il processo di acquisto.

Quando e perché accade, che si sviluppa attrito col cliente e si genera una "non simpatia" ?
 Quando ho trovato le ragioni di questo, ho effettivamente risolto il rischio di un nuovo attrito ?
 Nel processo cliente- commesso- prodotto- vendita, dove si generano distorsioni della comunicazione ?
 Per migliorare la vendita e la competitività del servizio, come posso snellire i comportamenti ?

Il mondo del commercio, oggi, è molto sofisticato. Un'azienda ha la necessità di gestire i propri prodotti o i propri servizi, adeguandosi agli odierni livelli di qualità e standard. Per soddisfare l'esigenza di una buona vendita, le aziende sono spesso costrette a puntare sul prezzo o sulla promozione, tralasciando (per complessità di gestione, purtroppo) la costruzione di una sostanziale empatia col cliente, penalizzando la fidelizzazione.

In questo quadro, il personale del negozio si trova frequentemente in condizioni di istintualità, nel rapporto col cliente e la casualità dell'andamento della vendita diviene una certezza. Ci sono fattori del comportamento umano, all'atto dell'acquisto di un prodotto in un negozio, che determinano comportamenti ben determinati. Il commesso/a si trova a gestirli con la sua capacità intuitiva, che però spesso non basta.

Come avere una consapevolezza più strumentale nei comportamenti umani ?

L'intento sostanziale di questo percorso formativo, è quello di aumentare la capacità preventiva di impostare i vari fattori che determinano i comportamenti. Ad esempio possiamo citare:

- Le valutazioni sulla motivazione del cliente.
- Il riconoscimento della aggressività e i segnali di disagio del cliente.
- La gestione delle persone che mostrano segni di aggressività.
- La organizzazione dell'approccio che renda la vendita soddisfacente per il cliente.
- Generazione, nel cliente, del senso di "Appagamento" dell'acquisto
- Riconoscere e gestire la competitività e le tensioni della forza vendita.
- Sviluppare internamente un team "Problem Solver" che renda fluida la trattativa col cliente.
- Altro... A seconda della tipologia di attività.

L'attività specifica dell'iniziativa, diventa la formazione pratica del personale, realizzata direttamente in negozio ad intervalli regolari, poche ore ma costanti nel tempo, che imprimano indelebilmente una mentalità efficiente. In questo modo si intende portare a realtà, la formazione teorica di cui si legge molto, ma non si sa come fare, integrando le informazioni acquisite, con realizzazioni e sperimentazioni pratiche, applicate alle specifiche esigenze aziendali.

Non posso capire se sono bravo a fare un lavoro, se la paura di sbagliare mi impedisce di provare...



Charlie Chaplin partecipò ad un provino per un sosia di Charlot e arrivò secondo...

Ossia,
non è facile riconoscere
le doti che abbiamo.

Per garantire l'efficacia di questo percorso, il Centro Superiore delle Comunicazioni "Camploy", mette in campo l'esperienza di oltre 20 anni in attività di gestione, sviluppo e formazione dei fondatori del Centro:

la Direttrice del Centro, Laura De Biasi www.laura-de-biasi.it www.censuscom.it
ed Alberto Bonizzato. www.Bonizzato.it

Così, attraverso questa formazione, si accresce di esperienza nella gestione inerenti tutte le problematiche del rapporto col cliente e la vendita. La condivisione delle esperienze e dei percorsi di ogni singolo partecipante, diventeranno ulteriore materiale di studio, approfondimento e confronto per i medesimi. In questo modo essi potranno sviluppare la propria conoscenza, non solo nel loro campo d'azione ma anche in altri diversi, allenando ed ampliando così la propria flessibilità e il proprio bagaglio esperienziale, anche psicologico.

Offriamo quindi strumenti applicativi, per i partecipanti.

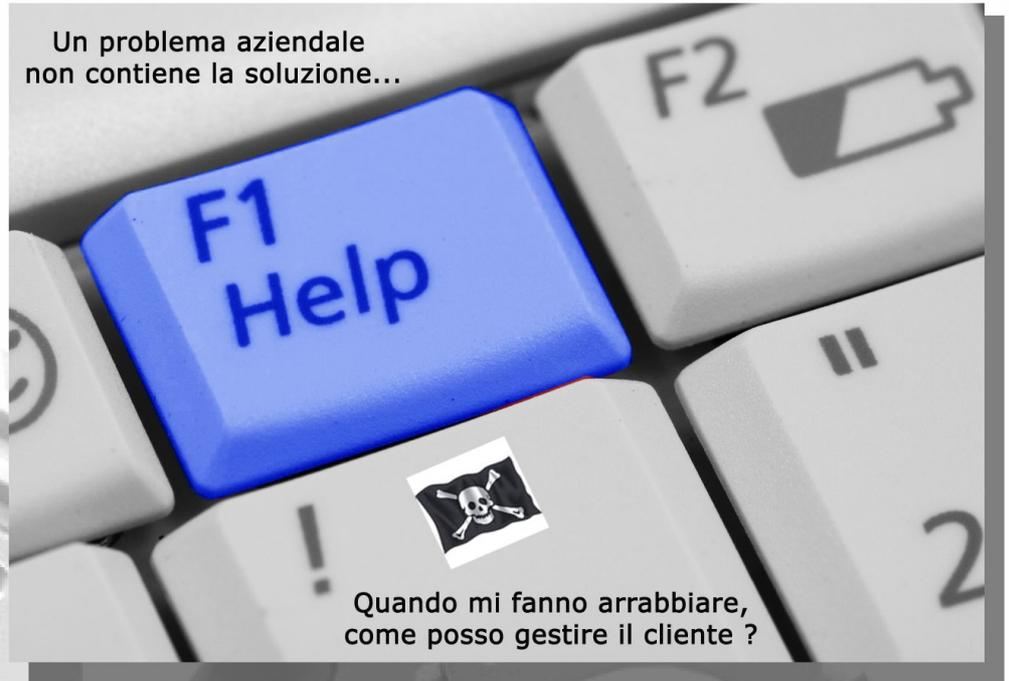
L'addestramento teorico e pratico, permette all'utente di ampliare la conoscenza sui diversi modelli di comunicazione, di gestione e la capacità nell'identificare, valutare e trasmettere quelli che sono i valori e le doti della capacità di vendere.

15 anni
di attività
formativa



Le mansioni semplici sono
sempre quelle che fanno gli altri...

Un problema aziendale
non contiene la soluzione...



Quando mi fanno arrabbiare,
come posso gestire il cliente ?

Il percorso nel dettaglio

Le lezioni verranno effettuate presso la vostra sede . Inizia quella che possiamo definire la parte teorica del corso. Si inizia con una breve introduzione, nella quale verranno esposti i punti principali del corso, ossia il valore delle attività relazionali e comportamentali. Le lezioni punteranno ad approfondire sistemi e modelli comunicativi e relazionali, attraverso dibattiti fra i partecipanti, confronto delle proprie esperienze, analizzando alcuni esempi tipici di comunicazione col cliente. In questa fase teorica verrà visionato del materiale dimostrativo in varie forme. Durante queste lezioni gli utenti approfondiranno le conoscenze riguardanti i comportamenti e le relative interpretazioni. Al termine di questa fase, viene esplorata la teoria dei "Sistemi Emergenti", traducendola in maniera pratica alla realtà del negozio.

Inizia la seconda parte del corso, che porterà a concretizzare le conoscenze acquisite nella prima fase, concentrandosi sulla comunicazione del singolo dipendente ed il suo ruolo. Si sviluppa la fase organizzativa del corso, nella quale i partecipanti svilupperanno con la loro creatività, coordinata dalla nostra esperienza, l'idea di una nuova relazionalità e motivazione, direttamente inserita nel contesto del negozio. In questa fase verrà attuata la tecnica del "Brainstorming" che permetterà ai partecipanti di apprendere l'efficacia e sviluppare la capacità di lavorare in gruppo, per la formazione di nuove idee e per la risoluzione di problemi in modo pragmatico ed efficace.

Con questo, si vuole stimolare ed evidenziare quanto il "brainstorming" sia importante in un'attività motivazionale, come si deve svolgere e quali sono i suoi effetti concreti.

15 anni
di attività
formativa

Vecchi modelli del successo :



Nuovi modelli del successo :



L'esperienza di "Brainstorming" prevede due sessioni.

La prima, verrà realizzata la raccolta dei punti di vista di partenza e la condivisione di questi, generando la condizione di "Team-Solving". La produzione di idee a "ruota libera", coordinate dal moderatore, favorirà lo scorrere della discussione e il conseguimento di soluzioni ed obiettivi, rendendo esplicito il funzionamento pratico di questa attività. Nella seconda sessione invece le idee verranno selezionate, rielaborate e approfondite dal gruppo e tradotte definendo in concreto i comportamenti e le situazioni. Lavorare in team permetterà quindi agli utenti di approfondire questa tecnica, ancora poco usata nelle realtà a contatto col pubblico. Questa parte pratico-didattica porterà alla luce dubbi, perplessità, idee e novità rispetto alla realtà del negozio e del marketing.

Finita la fase di "brainstorming" inizierà la fase di comprensione dei fenomeni del comportamento umano e la loro interpretazione commerciale. In questo tratto del percorso si conosceranno in modo più esplicito alcuni precisi fattori della psicologia della comunicazione, al fine di imparare a leggere e comprendere l'uso degli atteggiamenti e degli stimoli verso la clientela. Legato all'importanza dell'uso della meta-comunicazione, si individua in questa fase, l'identità del "Target" di riferimento, comprendendo e completando la griglia di valutazioni della comunicazione.

Riassunto del percorso per punti :

- Sviluppare e approfondire la relazionalità ed i ruoli.
- Sviluppare le conoscenze riguardanti i comportamenti e gli effetti.
- Apprendimento della modalità dei "Sistemi Emergenti" e applicazioni.
- Gestione organizzativa nella realizzazione : Il "Brainstorming".
- Gestione organizzativa nella realizzazione : Il "Problem-Solving".
- Problematiche in rapporto alla qualità operativa delle idee e soluzioni.
- Analisi di: cause, soluzioni alternative, analisi di impatto, valutazioni.
- Il rapporto col cliente: diverse percezioni.
- Psicologia della comunicazione, Marketing e loro strategie.
- Introduzione alla gestione e riconoscimento del Target cliente.
- Aumento dell'efficacia della capacità di vendita.

Riassunto del percorso per punti :

- Sviluppare e approfondire la relazionalità ed i ruoli.
- Sviluppare le conoscenze riguardanti i comportamenti e gli effetti.
- Apprendimento della modalità dei "Sistemi Emergenti" e applicazioni
- Gestione organizzativa nella realizzazione : Il "Brainstorming".
- Gestione organizzativa nella realizzazione : Il "Problem-Solving".
- Problematiche in rapporto alla qualità operativa delle idee e soluzioni.
- Analisi di: cause, soluzioni alternative, analisi di impatto, valutazioni.
- Il rapporto col cliente: diverse percezioni.
- Psicologia della comunicazione, Marketing e loro strategie.
- Introduzione alla gestione e riconoscimento del Target cliente.
- Aumento dell'efficacia della capacità di vendita.

15 anni
di attività
formativa

Chi siamo :



I due soci fondatori
Laura e Alberto

Questa Associazione è una realtà che opera nella provincia di Verona e province limitrofe, nasce dalla ultra-ventennale esperienza aziendale e creativa dei suoi due principali fondatori:
Laura De Biasi
ed
Alberto Bonizzato.

Rispettivamente :
Laura De Biasi
dirige il Centro nel suo complesso, ed è Docente qualificata di vari corsi Creativi nella recitazione e dintorni e formativi nell'ambito del parlare in pubblico e presentazione di eventi e spettacoli.

Alberto Bonizzato segue tutti i settori formativi tecnici, dalla Regia e Montaggio Video alla informatica e per la grande esperienza operativa in grandi aziende, come consulente, nei percorsi del Public Speaking, Gestione del Team, e altre aree di cui ha maturato grande esperienza sul campo .

Le nostre varie attività si differenziano in due grandi aree operative :

L'area dei corsi " Creativi " come:
Recitazione,
Doppiaggio, Speakeraggio,
Preparazione ai provini,
Presentazione di eventi,
Regia e
Montaggio Video.

L'area delle attività Formative Professionali, con corsi di:
Public Speaking,
Personal Training e gestione dei rapporti personali,
Dizione, Marketing,
Disegno CAD 3D, e
Computer avanzato.



Centro Superiore delle Comunicazioni
" Camploy "

Oggi la Associazione Culturale - Centro Superiore delle Comunicazioni "Camploy" - offre due Sedi attrezzate per le più disparate attività formative e di produzione, la prima a Verona con circa 200 mq. allestiti , la seconda a Vigasio con 600 mq. Allestiti.

e

Vanta di aver generato sinergie e sviluppato qualità nei rapporti interni di diverse aziende piccole e grandi

Imprenditori
Manager
Avvocati
Commercialisti
Docenti
Medici
Ricercatori

Uffici tecnici
Reparti di produzione
Forze vendita di negozi

Tutti i nostri utenti alla fine hanno detto:

"Grazie, è stato straordinario. Tutti dovrebbero frequentare percorsi come questo"



15 anni
di attività
formativa

Il contatto col cliente.

**Percorso
formativo pratico di
28 ore**



www.censupcom.it

Recapiti :

Sede di Verona :
Via Cantarane 57
37129 Verona

Tel 045 80 36 951
348 09 67 764
340 90 80 156
Fax 178 60 46 479

Sede di Vigasio :
Via Risorgimento 51a
37068 Vigasio VR
Tel 340 90 80 156



*Centro Superiore delle Comunicazioni
" Camploy "*

**15 anni
di attività
formativa**