

# Formazione Motivazionale

## Alcuni dei nostri corsi:

### PER LA VENDITA E LA NEGOZIAZIONE

- 1) Strategie di negoziazione e di influenzamento
  - a) Obiettivo: fornire sei strategie che consentono di costruire, mantenere e sviluppare una relazione cooperativa efficace dominando le emozioni, comprendendo il punto di vista del partner relazionale, comunicando in modo efficace, essendo affidabili, utilizzando la persuasione, accettando incondizionatamente l'altro e inoltre evitando due errori fatali (attribuzione e reciprocità); tutto ciò presuppone un atteggiamento mentale incondizionatamente costruttivo.
  - b) Utenti: negoziatori, venditori e chiunque svolga un ruolo in cui la relazione costruttiva e cooperativa è essenziale.
  - c) Durata: 3 giorni
  
- 2) La forza trainante del "Benessere Economico del Cliente" per la vendita di qualità e quantità dei prodotti assicurativi, finanziari, previdenziali e di gestione del risparmio
  - a) Obiettivo: Costruire con il cliente una relazione duratura su tutte le sue esigenze assicurative, finanziarie, previdenziali e di gestione del risparmio attraverso una trattativa completa che consenta di aumentare il numero medio di contratti e la loro qualità percepita; evitare le tecniche che puntano ad argomentare sulla validità di un prodotto e che fanno rimanere prigionieri della ricerca di nuovi pretesti per presentare un altro prodotto sia in caso di successo che in caso di fallimento; evitare di lasciare agli altri competitors il campo libero.
  - b) Utenti: assicurativi e bancari
  - c) Durata: 3 giorni
  
- 3) Le obiezioni e le divergenze con il cliente affrontate con professionalità e spirito costruttivo applicando le nove strategie di comunicazione.
  - a) Obiettivo: acquisire la sicurezza e la consapevolezza di poter superare con il cliente qualunque situazione ritenuta difficile e tale da provocare stati d'animo depotenzianti, fino a sentirsi impotenti.
  - b) Utenti: addetti alla vendita e all'assistenza
  - c) Durata: 1 ÷ 2 giorni
  
- 4) Evitare gli errori di attribuzione alla base dell'incapacità di leggere il punto di vista degli altri per fare affari duraturi e creare relazioni solide
  - a) Obiettivo: acquisire la consapevolezza che ognuno vede le cose in modo diverso (errori di attribuzione); percezioni della realtà, credenze,

convinzioni assolutamente personali possono allontanarci e farci percepire lontani; acquisire quelle praticabili modalità che consentono di vivere il punto di vista degli altri.

- b) Utenti: venditori e negozianti
- c) Durata: 1 giorno

5) La comprensione del punto di vista degli altri per fare affari e generare soddisfazione

- a) Obiettivo: apprendere la strategia e le relative modalità per comprendere il reale punto di vista degli altri al fine di facilitare la relazione ed eliminare in loro le incomprensioni e le percezioni frustranti che ci condannerebbero all'insuccesso fino a essere rifiutati.
- b) Utenti: venditori
- c) Durata: 1 giorno

6) La strategia dell'affidabilità per essere apprezzati nelle relazioni d'affari

- a) Obiettivo: diventare consapevoli delle buone ragioni per non fidarsi di noi e quindi non fare affari generando il circolo vizioso del passa parola negativo; diventare consapevoli delle buone ragioni per migliorare l'affidabilità e quindi fare affari generando il circolo virtuoso del passa parola promozionale.
- b) Utenti: venditori e business men
- c) Durata: 1 giorno

7) La persuasione per servire al meglio il cliente e renderlo soddisfatto e fedele.

- a) Obiettivo: acquisire la consapevolezza che le tattiche coercitive distruggono la relazione cooperativa e quindi la possibilità di fare o continuare a fare affari; acquisire la consapevolezza che le tattiche di influenza persuasive creano, mantengono e sviluppano la relazione cooperativa e quindi la possibilità di fare o continuare a fare affari
- b) Utenti: venditori e business men
- c) Durata: 1 giorno

8) Il potere del focus mentale: la strategia delle domande focalizzanti per indirizzare e far convergere la mente altrui sugli aspetti

piacevoli. Obiettivo: acquisire la consapevolezza che il potere del focus mentale (su cosa ci concentriamo e come lo facciamo) fa sì che le nostre esperienze si costruiscano su quello che vogliamo vedere con la nostra "videocamera" che è il cervello e questo non può vedere udire provare tutto; per percepire positivamente un prodotto, un servizio dobbiamo focalizzarci sugli aspetti particolari che danno piacere, soddisfazione, benessere (i sei petali della rosa del benessere). saper usare lo strumento per far focalizzare la mente sugli aspetti particolari che danno piacere, soddisfazione, benessere: le speciali domande focalizzanti.

- b) Utenti: venditori
- c) Durata: 1 giorno

