

<b>Titolo:</b> Gestire la trattativa commerciale		<b>Codice</b> <b>UF 5.CM</b> a catalogo
<b>UF coerente con il Sistema Regionale delle qualifiche (SRQ)</b> <input checked="" type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No		
<b>Denominazione area professionale</b>		
Marketing e Vendite		Gestione di processi, progetti e strutture.
<b>Denominazione qualifica di riferimento</b>		
Tecnico delle Vendite		Tecnico esperto nella gestione di servizi.
<b>Unità di competenza di riferimento</b>		
UC 3 Gestione trattativa commerciale		UC 4 Cura e gestione cliente
<b>Capacità</b> <i>Essere in grado:</i>		
<p>3.1 interpretare esigenze/preferenze del cliente interlocutore, identificando tattiche di persuasione idonee al conseguimento degli obiettivi di vendita</p> <p>3.2 scegliere ed adottare modalità di presentazione dell'offerta di prodotto/servizio utili alla valorizzazione massima dello stesso</p> <p>3.3 individuare proposte di vendita alternative, utilizzando tecniche di negoziazione atte ad adeguare i desideri della clientela ai vincoli di prezzo e tecnico-strategici prefissati</p> <p>3.4 scegliere azioni promozionali, politiche di sconti, omaggi, per addivenire al reciproco risultato di vendita ottimale</p>		<p>4.1 riconoscere le caratteristiche del cliente e comprenderne bisogni, preferenze, desideri, aspettative</p> <p>4.2 prevedere le necessità del cliente al fine di identificare le azioni più funzionali a trasmettere attenzione alla sua identità e intervenire laddove le necessità siano soddisfabili</p> <p>4.3 cogliere e interpretare le indicazioni e le valutazioni del cliente al fine di migliorare costantemente il servizio e soddisfare al meglio le aspettative</p> <p>4.4 definire azioni mirate a garantire conformità tra le aspettative del cliente circa il servizio (qualità attesa), il servizio reso (prestazione e qualità erogata) e il servizio percepito dal cliente (qualità percepita)</p>
<b>Conoscenze</b>		
<p>Tecniche di vendita, di comunicazione e gestione dei colloqui, di argomentazione persuasiva</p> <p>Caratteristiche, funzioni e standard qualitativi dei prodotti commercializzati</p> <p>I Modelli di customer care and satisfaction e tecniche di fidelizzazione cliente</p>		<p>Tecniche e strategie di comunicazione; tecniche e metodi di customer relationship management; principi di customer satisfaction; principi di customer care.</p>

**Sono previste, come requisiti in ingresso, conoscenze attinenti la Qualifica di riferimento?**

Sì             No

Requisiti in ingresso: Nessuno

**Risultato atteso:**

Al termine del percorso formativo i partecipanti saranno in possesso di tutti gli strumenti e le tecniche necessarie per gestire e presidiare tutte le fasi della relazione con il cliente.

**Contenuti:**

- La gestione della relazione con il cliente: orientamenti e approcci
- Il cliente: bisogni e caratteristiche
- La forza della persuasione: farsi capire, farsi seguire, convincere
- La gestione del reclamo: come affrontare le obiezioni e gli imprevisti con l'aiuto del comportamento assertivo

**Metodologie e modalità formative:**

- Lezioni Frontali
- Simulazioni
- Analisi di caso
- Esercitazioni in sedi attrezzate
- Altro .....

**Metodologie e strumenti di Valutazione:**

- Test a risposta chiusa
- Simulazioni
- prova pratica in situazione.

**Durata:**

30 Ore