

Titolo: Rapportarsi telefonicamente a clienti e fornitori.	Codice UF 6.CM a catalogo
UF coerente con il Sistema Regionale delle qualifiche (SRQ) <input checked="" type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No	
Denominazione area professionale Marketing e Vendite	
Denominazione qualifica di riferimento Tecnico delle Vendite	
Unità di competenza di riferimento UC 3 Gestione trattativa commerciale	
Capacità <i>Essere in grado di:</i> 3.1 interpretare esigenze/preferenze del cliente interlocutore, identificando tattiche di persuasione idonee al conseguimento degli obiettivi di vendita 3.2 scegliere ed adottare modalità di presentazione dell'offerta di prodotto/servizio utili alla valorizzazione massima dello stesso 3.3 individuare proposte di vendita alternative, utilizzando tecniche di negoziazione atte ad adeguare i desiderata della clientela ai vincoli di prezzo e tecnico-strategici prefissati 3.4 scegliere azioni promozionali, politiche di sconti, omaggi, per addivenire al reciproco risultato di vendita ottimale	
Conoscenze Tecniche di vendita, di comunicazione e gestione dei colloqui, di argomentazione persuasiva Caratteristiche, funzioni e standard qualitativi dei prodotti commercializzati I Modelli di customer care and satisfaction e tecniche di fidelizzazione cliente I Metodi e strumenti di pianificazione ed organizzazione del lavoro.	
Sono previste, come requisiti in ingresso, conoscenze attinenti la Qualifica di riferimento? <input type="checkbox"/> Sì <input checked="" type="checkbox"/> No Requisiti in ingresso: Nessuno	
Risultato atteso: Gestire con padronanza il contatto telefonico in ingresso e in uscita con clienti e fornitori. Effettuare operazioni di vendita telefonica e assistere il cliente.	
Contenuti: <ul style="list-style-type: none"> • Chiamate in entrata (inbound), come riceverle • Chiamate in uscita (outbound), come organizzarle e svilupparle Predisposizione per il contatto telefonico (sorriso verbale)	

- L'ascolto attivo, qualificato, professionale
- Elementi identificativi dei prodotti: classificazione, trattamento, tipicità.

Il telemarketing

- Principi e regole base del Telemarketing
- L'organizzazione di un sistema di telemarketing efficace
- Lo script, elaborazione del piano di comunicazione telefonica
- L'importanza del mailing, come supporto al Telemarketing
- Gestione corretta del glossario, termini specifici gergali del telemarketing
- La conclusione della telefonata, le tecniche più efficaci per raggiungere i propri obiettivi

Il customer care e l'help desk

- comprendere ed interpretare le esigenze del cliente
- selezionare le informazioni appropriate a rispondere in maniera mirata all'esigenza espressa
- rilevare il grado di soddisfazione del cliente
- Strategie relazionali per l'accoglienza del reclamo

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