

SHORT MASTER IN SALES & SERVICE MANAGEMENT

2011

PER FARE CRESCERE IL FUTURO DELL'IMPRESA.



IL PERCORSO FORMATIVO CHE MATURA
LA CAPACITÀ ATTRATTIVA DELLE AZIENDE.



VERONA INNOVAZIONE

www.veronainnovazione.it



Palese a tutti è ciò che è già successo e quindi divenuto ovvio.
La vera persona previdente conosce ciò che non ha ancora preso forma,
quindi prima ancora che avvenga. Tutti ritengono buona una vittoria
ottenuta dando battaglia, ma realmente buono è valutare l'impercettibile
e vedere il nascosto ottenendo la vittoria prima dell'apparire della forma.

SUN TZU



PERCHÉ IL PERCORSO FORMATIVO SALES & SERVICE MANAGEMENT?

Le imprese che vogliono essere competitive sul mercato attuale devono tendere costantemente al servizio al cliente, trasformandolo in un programma articolato e composito di attività finalizzate ad assicurare una fidelizzazione continuativa.

In un mercato ad alta complessità, oltre all'acquisizione e allo sviluppo del portafoglio clienti, cruciale e prioritario è il mantenimento del cliente per sempre. Soddisfarne quindi i bisogni espliciti, impliciti e latenti (customer satisfaction), averne cura lungo tutte le fasi del processo (customer care), fidelizzarne i processi d'acquisto, sono leve strategiche irrinunciabili per consolidare e sviluppare nel tempo il profilo competitivo di qualsiasi organizzazione aziendale.

Servizio al cliente non equivale solo ad offrire dei prodotti *high quality*, sebbene la qualità ed il costo siano componenti fondamentali, ma significa attivare in modo sinergico ai differenti livelli (azienda e canali di distribuzione), un insieme di funzioni che trovano nella gestione della relazione e nello scambio di informazioni, l'ottimizzazione del risultato dall'analisi al posizionamento, dalla vendita al post vendita.

Il presente percorso formativo intende fornire strumenti e tecniche di immediata applicazione per migliorare efficacia ed efficienza del processo commerciale e di *customer service*.



DESTINATARI

Il percorso Sales & Service System si rivolge a tutti coloro che nell'organizzazione intervengono nel processo commerciale e/o di gestione della qualità del servizio. In particolare: responsabili commerciali, area manager, agenti di commercio, responsabili ufficio CRM, responsabili ed operatori dei servizi di assistenza al cliente e post vendita, imprenditori.

Il master è a numero chiuso. Al fine di favorire l'interattività tra gli esperti e i partecipanti nonché la personalizzazione dei contenuti alle reali problematiche del gruppo, l'aula sarà composta da un numero massimo di 16 partecipanti.

SEDE, DURATA E IMPEGNO

Le lezioni si svolgeranno presso la Camera di Commercio di Verona, in Corso Porta nuova, 96.

La durata complessiva è di 4 sessioni di lavoro di 8 ore.

La frequenza è obbligatoria ed è preconditione per assicurare l'efficacia formativa.



LA CORNICE VALORIALE: 4 KEY WORDS PER 4 GIORNATE FORMATIVE.

1 FOCALIZZAZIONE.

Centratura dell'intero percorso su aspetto cruciale e strategico per la redditività delle imprese: la capacità attrattiva nei confronti del mercato e del sistema cliente.

2 BEST PRACTICE.

Analisi e individuazione di modelli e buone pratiche commerciali e di service system, trasferibili nella propria realtà imprenditoriale.

3 EFFICIENZA.

Favorire lo sviluppo delle competenze personali, di tipo relazionale ed emotivo, necessarie per raggiungere elevate performance professionali. Ogni partecipante sarà supportato nella comprensione e nell'incremento di consapevolezza degli aspetti caratteriali e di personalità che incidono sull'esercizio della propria managerialità.

4 ESPERIENZIALITÀ.

Sarà favorito il ricorso a metodologie didattiche attive che permettano ai partecipanti di sperimentare in un ambiente formativo "protetto" nuovi modelli concettuali e operativi. Saranno promossi momenti di sperimentazione e di allenamento su situazioni specifiche tratte dalla realtà individuale dei partecipanti attraverso la discussione in aula di casi pratici, concreti, realistici e facilmente riconducibili all'esperienza quotidiana.



FACULTY: ALTA FORMAZIONE E DOCENTI

COSA S'INTENDE PER ALTA FORMAZIONE?

Una formazione che non si limita a trasmettere modelli concettuali e metodologici sviluppati nei contesti accademici ma spesso avulsu dalle reali e cogenti problematiche aziendali, ma che parte dalle problematiche organizzative e che implica l'adattamento dei modelli teorico - concettuali alle dinamiche organizzative e aziendali.

Una formazione che riflette la storia delle professionalità coinvolte in qualità di docenti: uomini e donne di azienda, professionisti e consulenti che stante la loro esperienza organizzativa arrivano all'università come facilitatori dello sviluppo di competenze professionalizzanti.



MASSIMO BIGI

Trainer internazionale di PNL, si è formato con i più importanti esponenti della Programmazione Neuro-Linguistica (PNL). Coach internazionale certificato, Massimo Bigi è specializzato nel Business Coaching, Life Coaching e Sport Coaching, ed esercita l'attività di Coach nei tre settori. Ha una vasta esperienza e negli anni ha lavorato come Coach e Trainer con moltissime persone, e ha maturato una vastissima esperienza delle applicazioni del Coaching e della PNL nel mondo aziendale. Ha condotto corsi di Comunicazione Medico - Paziente ai quali hanno partecipato centinaia di medici. È inoltre trainer del Silva Ultra Mind ESP System, metodo per lo sviluppo delle capacità dell'intuito e delle sue applicazioni (life e Business).

CLAUDIA RIGHETTI

Psicologa del Lavoro e delle Organizzazioni e Psicoterapeuta.

Professore a Contratto, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia. Consulente di formazione manageriale, collabora dal 1996 in progetti di formazione e sviluppo organizzativo con diverse società di consulenza aziendale, enti ed associazioni di categoria.

GERMANA CAMPARI

Svolge da Londra un'attività di consulenza aziendale in Europa e negli Stati Uniti.

Durante la sua carriera si è occupata di strategia aziendale e di marketing, di acquisizioni, ristrutturazioni, reingegnerizzazione dei processi aziendali, benchmarking, miglioramento della performance operativa, inclusa la performance del top management e leadership. Ha iniziato a interessarsi di creatività circa 12 anni fa, nel contesto di miglioramento della performance aziendale. È laureata in Chimica e ha conseguito il MBA alla London Business School.

EMANUELE MARIA SACCHI

Consulente e formatore tra i massimi esperti internazionali di Negoziazione, Leadership e Team Building; unico italiano invitato come key speaker al World Negotiation Forum, è Consulente, Trainer e Advisor per Aziende di 16 differenti Paesi, molte delle quali sono inserite nella top 500 a livello mondiale. Attualmente è:

- Presidente di Evolution Network (Consulenza di Direzione e Formazione) rete europea di professionisti con Sedi a Ginevra, Madrid, Milano, Londra e Zurigo.
- Executive Manager di Dale Carnegie (prima società al mondo nel training & education).
- Professore al MIP - Politecnico di Milano - dove insegna Negoziazione, Leadership e Comportamento Organizzativo ai Master e agli Executive Master di Business Administration (MBA).
- Executive Coach di Lee Hecht Harrison Leadership Consulting di New York.



PROGRAMMA FORMATIVO

**LA MAGIA DELLA VENDITA: STRUMENTI
CONCETTUALI ED OPERATIVI PER AUMENTARE
L'EFFICACIA E L'EFFICIENZA NEL PROCESSO DI VENDITA.**

*Non tutto ciò che può essere contato necessariamente conta.
Non tutto ciò che conta può necessariamente essere contato.
(Albert Einstein)*



1^a GIORNATA

LA GESTIONE DEL PROCESSO DI VENDITA: PROGRAMMAZIONE NEUROLINGUISTICA E VENDITA

OBIETTIVI

- Fornire conoscenze e capacità pratiche utili alla comprensione ed alla gestione della relazione con il cliente.
- Fornire conoscenze e capacità pratiche utili alla gestione della comunicazione orientata al processo di vendita.
- Fornire conoscenze e capacità pratiche utili alla gestione delle criticità (obiezioni, reclami, disservizi...).
- Fornire conoscenze e capacità pratiche sulle strategie legate alla negoziazione.

CONTENUTI

- Aiutare a conoscere e comprendere meglio i bisogni del cliente
- Fare emergere bisogni latenti
- Aumentare l'efficacia del proprio stile negoziale
- Come esternare i vantaggi strategici
- Fissare con precisione gli obiettivi
- Sistemi e tecniche di approccio differente
- L'ascolto efficace
- Gestire i propri stati d'animo in coerenza con gli obiettivi da raggiungere

DOCENTE: MASSIMO BIGI



2^a GIORNATA

GESTIRE LA RELAZIONE CON IL CLIENTE: PASSARE DALLA REATTIVITÀ ALLA PRO ATTIVITÀ

OBIETTIVI

- Fornire ai partecipanti strumenti relazionali per gestire con successo le relazioni professionali con colleghi, superiori, collaboratori, clienti...
- Ampliare il repertorio comportamentale ed affrontare più efficacemente e sostanzialmente con maggior soddisfazione e minore stress le relazioni interpersonali inerenti i contesti organizzativi.
- Partendo dalle esperienze professionali dei partecipanti individuare le criticità relazionali più ricorrenti e di difficile gestione e le relative strategie di fronteggiamento.

CONTENUTI

Gestire interlocutori difficili:

- L'interlocutore manipolativo
- L'interlocutore aggressivo
- L'interlocutore invadente
- L'interlocutore passivo/aggressivo

Strumenti ed esercitazioni per sbloccare la creatività:

- Il subconscio
- La parola casuale
- La provocazione con movimento
- Sei cappelli per pensare

Esempi di applicazione in azienda.

Un approccio per identificare nuovi prodotti: introduzione del concetto ed esercitazioni.

DOCENTE: CLAUDIA RIGHETTI



IL SERVIZIO AL CLIENTE: MIGLIORARE LA CUSTOMER SATISFACTION E LA CUSTOMER RETENTION.

*La fantasia giunge più lontano della vista.
(B.G.Y Morales)*



1^a GIORNATA

ALLA RICERCA DI NUOVE OPPORTUNITÀ: SPRIGIONARE LA CREATIVITÀ

OBIETTIVI

- Favorire l'acquisizione di strumenti per incrementare la creatività nei servizi vendita, marketing, sviluppo prodotto, produzione e qualità.
- Capire cosa blocca la creatività.
- Acquisire strumenti per sbloccarla.
- Vedere come si possono utilizzare in azienda.
- Praticare l'utilizzo di questi strumenti.

CONTENUTI

Cosa blocca la creatività:

- L'efficienza del cervello
- I nostri paradigmi
- Le nostre convinzioni

Strumenti ed esercitazioni per sbloccare la creatività:

- Il subconscio
- La parola casuale
- La provocazione con movimento
- Sei cappelli per pensare

Esempi di applicazione in azienda.

Un approccio per identificare nuovi prodotti: introduzione del concetto ed esercitazioni.

DOCENTI: GERMANA CAMPARI



2^a GIORNATA

SERVICE SYSTEM & LEARNING ORGANIZATION: COME SVILUPPARE UN REALE E CONCRETO ORIENTAMENTO AL CLIENTE INTERNO/ESTERNO

OBIETTIVI

- Sviluppare un reale e concreto orientamento al cliente.
- Analizzare il concetto di servizio al cliente esterno e al cliente interno.
- Fornire strumenti per implementare un approccio client oriented nella vendita e nell'erogazione del servizio.

CONTENUTI

- Gli 8 ostacoli per un efficace Service System
- Come migliorare la Qualità Percepita a tutti i livelli
- La Definizione e le fasi del Sistema Client Oriented
- I Risultati di Azioni e i Risultati di Processo
- Gli Strumenti di Misurazione
- Le "4 C" di un Service System
- L'implementazione di un Learning Service System
- Strategie e idee... spettacolari! Come ottenere impegno, coinvolgimento e spirito d'iniziativa
- Quali sono gli impatti sul business?

DOCENTE: EMANUELE MARIA SACCHI



MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE

L'iscrizione si effettua mediante l'invio, a mezzo e-mail, telefax o posta della scheda di adesione, debitamente compilata e sottoscritta scaricabile dal sito www.veronainnovazione.it o disponibile presso la segreteria organizzativa di Verona Innovazione.

Le domande di iscrizione, complete di attestazione del versamento dell'intera quota di partecipazione, dovranno pervenire alla segreteria organizzativa entro il timing stabilito da calendario.

QUOTA D'ISCRIZIONE

La quota d'iscrizione per la partecipazione allo short master è di 750,00 euro + IVA comprensivi del materiale didattico e di un supporto informatico di archiviazione (chiave USB).

PER INFORMAZIONI E ADESIONI

Segreteria Organizzativa Verona Innovazione
Corso Porta Nuova, 96 - 37122 Verona
Tel. +39 045/8085805
Fax: +39 045/8085841
e-mail: master@vr.camcom.it

CHI È VERONA INNOVAZIONE?

Verona Innovazione, l'Azienda Speciale della Camera di Commercio di Verona, svolge attività finalizzata allo sviluppo della qualità e all'incremento della competitività delle imprese, in un'ottica costante di accrescimento del sistema economico del territorio.

I servizi erogati integrano funzioni di orientamento, formazione e aggiornamento con interventi operativi di supporto alla produttività delle aziende anche in house.

Verona Innovazione è un organismo di formazione accreditato dalla Regione Veneto per gli ambiti formazione continua e orientamento (L.R. 19/2002 cod.2671/A0358) e per i servizi al lavoro (L.R. 03/09 cod. E019) ed è certificata UNI EN ISO 9001:2000.

www.veronainnovazione.it





Camera di Commercio
Verona



INFO E ADESIONE

Verona Innovazione, Azienda Speciale della CCIAA

Corso Porta Nuova, 96 - 37122 Verona

Tel. +39.045 80 85 805

Fax +39.045 80 85 841

e-mail: master@vr.camcom.it

MODULO DI ADESIONE SU

www.veronainnovazione.it



VERONA INNOVAZIONE