

## Case History

Tipologia di Formazione	Formazione aziendale area commerciale
Settore Azienda	Alimentare
Esigenze	<p>Migliorare la gestione delle obiezioni, con una giornata evento dedicata a tutta la rete commerciale.</p> <p>Sono state coinvolte le risorse della divisione Gdo: circa 60 venditori e promotori.</p>
Soluzione adottata	<p>Abbiamo lavorato sulla tematica della gestione delle obiezioni ricorrendo alla metodologia del "Gioco dell'Eccellenza": i partecipanti erano suddivisi in squadre; il gruppo che si prenotava per primo bloccava il tempo anche per gli altri e poteva dare la risposta al quesito posto; in seguito, gli altri gruppi potevano presentare la loro soluzione solo se migliorativa rispetto a quella proposta dal primo gruppo, pena la perdita di punteggio. I punti venivano attribuiti, o tolti, da una giuria composta da un consulente e da rappresentanti dell'azienda.</p>

# Case History

Tipologia di Formazione	Formazione aziendale area commerciale
Settore Azienda	Tabacco
Esigenze	<p>Formare la rete commerciale ad un approccio commerciale con il tabaccaio più aggressivo e orientato ai risultati, in quanto alcuni dei brand dell'azienda erano in discesa rispetto ai competitor.</p> <p>La rete commerciale è composta da 150 venditori dipendenti.</p>
Soluzione adottata	<p>E' stata progettata una competizione con giochi a squadre/individuali e role play a catena.</p> <p>Tra le varie attività, i partecipanti hanno preso parte ad un "Role play perfetto", in cui ognuno ha interpretato una fase del processo di vendita. L'obiettivo era quello di realizzare la vendita ideale e perfetta, applicando tutte le competenze apprese.</p> <p>Al termine della competizione, è stata premiata la squadra che aveva accumulato il punteggio più alto.</p> <p>Ad ogni partecipante è stato infine consegnato un gadget che fungeva da ancoraggio: una piramide di cartone che riproduceva le fasi del processo di vendita e di quello di acquisto, con le corrispondenti raccomandazioni; la piramide poteva anche essere personalizzata dal partecipante, integrando le sue difficoltà e i suoi punti di forza per ciascuna fase.</p>

## Case History

Tipologia di Formazione	Formazione aziendale area commerciale
Settore Azienda	Cosmetica
Esigenze	<p>Formare le reti commerciali delle diverse divisioni alle tecniche di vendita e alla preparazione dell'incontro di vendita con il cliente.</p> <p>Popolazione coinvolta: circa 60 agenti</p> <p>Durata: 1 giornata e 1/2</p>
Soluzione adottata	<p>Oltre alla formazione con l'ausilio di giochi e role play, sono stati creati gruppi di lavoro che hanno proposto e poi messo in atto nuove argomentazioni da utilizzare nelle varie occasioni con il cliente.</p> <p>Questi gruppi sono stati inoltre guidati nell'identificazione e condivisione degli elementi fondamentali da cui non si può prescindere per la preparazione della visita al cliente.</p>

# Case History

Tipologia di Formazione	Formazione aziendale area commerciale
Settore Azienda	Guide lineari
Esigenze	Formare i commerciali ad un approccio di sviluppo attivo del mercato, in quanto l'azienda passava dalla presenza sul territorio italiano tramite un distributore alla presenza diretta.
Soluzione adottata	<p>E' stata utilizzata la metodologia teatrale per:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• mettere in scena il rapporto con il cliente;</li> <li>• far rappresentare e vivere live ai partecipanti le best practice e le difficoltà vissute nell'approccio con nuovi clienti. Il tutto con grande aderenza alla realtà e coinvolgimento;</li> <li>• affrontare il tema della gestione dell'emotività e della capacità di improvvisare, attraverso la tecnica dell'improvvisazione teatrale.</li> </ul> <p>I commerciali sono stati poi coinvolti in sessioni sulla vendita dei servizi collegati ai prodotti.</p> <p>L'azienda in oggetto è diventata in 2 anni il secondo player del mercato delle guide lineari.</p>

## Case History

Tipologia di Formazione	Formazione aziendale area commerciale
Settore Azienda	Turismo
Esigenze	Formare alla vendita di front line le agenzie top aderenti al programma di fidelizzazione.
Soluzione adottata	<p>Attraverso una serie di visite in punti vendita o in agenzie concorrenti (tipo mystery client), abbiamo spinto il venditore a mettersi nei panni del cliente e ad analizzarne e capirne il punto di vista.</p> <p>Sono così spontaneamente emerse le carenze e i punti di forza dell'approccio commerciale.</p> <p>A tutto ciò ha fatto seguito la formazione, con esercitazioni attive e filmati sulle tecniche di vendita.</p>

# Case History

Tipologia di Formazione	Formazione aziendale area commerciale
Settore Azienda	Automotive After-market
Esigenze	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formare i service manager e i responsabili delle officine ad un approccio proattivo nella vendita di servizi;</li> <li>• Creare un catalogo formativo per le officine per farle crescere.</li> </ul>
Soluzione adottata	<p>E' stato realizzato un workshop per i service manager e i responsabili delle officine, durante il quale condividere modalità di gestione e approcci commerciali e formare alla vendita del catalogo di servizi. Sono state formate le reti commerciali dei principali distributori con un approccio esperienziale molto pratico, che ha portato i partecipanti a prendere consapevolezza dei margini di miglioramento e delle opportunità commerciali perse.</p> <p>E' stato creato un catalogo formativo per le officine, con i percorsi "Orientamento al business" e "Orientamento al cliente" spalmati su 5 anni, percorsi che stiamo tuttora gestendo.</p> <p>La metodologia adottata, ricca di esercitazioni e giochi, porta i partecipanti a condividere i concetti, identificando le difficoltà e studiando nuove possibili soluzioni.</p>

# Case History

Tipologia di Formazione	Formazione aziendale area commerciale
Settore Azienda	Elettrodomestici
Esigenze	<p>Formare la rete commerciale ad un approccio più attivo verso i clienti e alla ricerca di nuovi clienti, migliorando le tecniche di vendita.</p> <p>La rete commerciale è composta da circa 80 agenti.</p>
Soluzione adottata	<p>Nell'ambito della riorganizzazione di tutta la rete commerciale, abbiamo gestito la formazione alle tecniche di vendita e al visual merchandising, utilizzando:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• giochi, esercitazioni attive e spezzoni di film per coinvolgere nell'implementazione dei contenuti;</li> <li>• visite attive a punti vendita della distribuzione organizzata per analizzare "dal vivo" le logiche di visual merchandising adottate.</li> </ul>

# Case History

Tipologia di Formazione	Formazione aziendale area commerciale
Settore Azienda	Caldaie
Esigenze	<p>Formare:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la rete degli account dei centri di installazione</li> <li>• la nuova rete per i grandi progetti</li> </ul> <p>ad un approccio commerciale che passi da "puro venditore di prodotti" a gestore della relazione con i clienti in un'ottica consulenziale.</p>
Soluzione adottata	<p>Oltre alla gestione di un percorso formativo per le risorse coinvolte, abbiamo adottato un approccio di coaching seguendo i partecipanti, telefonicamente e via e-mail per un certo periodo di tempo, nell'applicazione pratica delle tecniche tipiche di una visione consulenziale del ruolo.</p>