Smart Sales Presentation

Contenuti, tempi e strumenti per presentazioni commerciali efficaci in tempi di Social Distancing

Obiettivi

Gli strumenti digitali agiscono un impatto radicale sulla nostra capacità di attenzione, di comprensione e di ricordo di un messaggio. In assenza di elementi contestuali e relazionali l'attenzione degli interlocutori si sintonizza su alcuni elementi rappresentativi della competenza e dell'affidabilità di chi parla, che devono essere intercettati in modo veloce e semplice.

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di gestire tutte le fasi di una video presentazione commerciale efficace on line dal design, alla gestione del Contatto, alla fase di follow Up.

Metodologia

Il percorso sfrutta tutti gli strumenti di interazione funzionali al processo di apprendimento e stimola l'assunzione di responsabilità nell'adozione del processo sul campo. Il modello di riferimento che adottiamo è il Work Based Learning, in cui i partecipanti calano da subito il contenuto del training e gli strumenti proposti alla propria realtà lavorativa, stimolando le persone ad essere «motore» del cambiamento (proprio e del business), amplificare l'impatto della formazione nell'esercizio del ruolo e sfruttando tutte le risorse a disposizione per l'apprendimento: partecipante, gruppo e docente.

La formazione è anticipata da una survey volta ad indagare contesti e competenze presenti nel gruppo e raccogliere autocasi funzionali alla costruzione delle esercitazioni. Fra un modulo e l'altro i partecipanti lavoreranno sul piano di implementazione nella propria realtà

Il percorso prevede **4 webinar della durata di 2 ore** e si consiglia la partecipazione fino a 8-10 persone, al fine di garantire l'interattività e la gestione delle esercitazioni.

I contenuti proposti sono da validare in base a ciò che emergerà dalla survey condivisa prima della formazione.

Smart sales presentation

1 Struttura della presentazione commerciale

- Video presentazione nel Contesto del Processo di vendita Aziendale
- Descrivere il target a cui la presentazione si rivolge
- Razionalizzare la Proposta di Valore
- Definire la Call To Action: cosa vogliamo che i clienti facciano terminata la presentazione
- Definire i prossimi step
- Selezionare formati e strumenti di Digital Communication in linea con il target, l'obiettivo e la Proposta di Valore.

2 Focalizzare la proposta di valore

- Rappresentare graficamente i contenuti della presentazione (immagini, infografiche, layout e modelli in linea con la Corporate Identity)
- Partire dall'esigenza espressa dal cliente
- Valorizzare i contenuti già presenti in azienda integrandoli nella proposta di valore
- Documentare la voce del cliente: raccogliere menzioni, testimonianze video interviste da parte dei clienti fidelizzati
- Video e stories per veicolare pillole di Value Proposition

3 Il setting della presentazione efficace

- Gestire al meglio gli elementi del contesto in cui la presentazione o il video vengono realizzati:
  - Ambientazione e sfondo
  - Illuminazione e posizionamento della camera
  - Standing e abbigliamento
  - Gli appunti che permettano di mantenere il contatto visivo con l'interlocutore
  - Eliminare le distrazioni
  - Qualità audio e video, ottimizzazione dei settaggi

4 Gestire la relazione, le domande e gestione delle obiezioni

- Comunicazione verbale, non verbale e paraverbale nelle video presentazioni
- Gestione del tempo e pianificazione dello spazio dedicato a domande e gli interventi
- Verificare la comprensione e chiedere feedback
- Ascolto e osservazione del comportamento non verbale del cliente
- Gestione delle obiezioni e chiusura