

Quando conta
davvero il

FATTORE UMANO

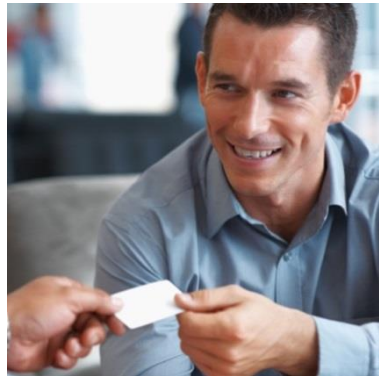
per il successo
delle strategie
di vendita
e di servizio
al cliente



fortia[®]

Alleniamo i vostri Venditori, gli Addetti al Servizio Clienti, e i loro Manager

Se è vero che il capitale umano è uno dei più importanti asset dell'azienda, lo è ancora di più per le funzioni e le persone che ogni giorno sono a contatto con i clienti: sono la vista, l'udito, la voce dell'azienda. Pensate all'impatto di questi sensi per qualsiasi organismo vivente.



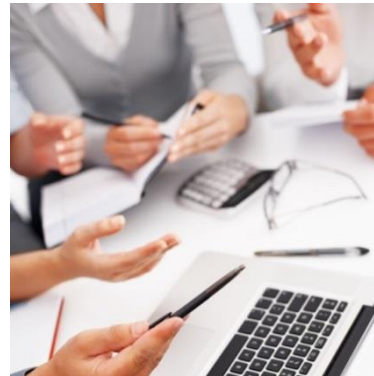
Vendite

Mercato difficile, clienti bersagliati da tanta informazione e tante offerte, e più che mai attenti a contenere i costi. E' impegnativo. Occorrono venditori che sappiano individuare rapidamente il cliente, riconoscere nuove esigenze, latenti, e stimolarle creando bisogni forti e urgenti laddove c'era chiusura. Venditori che facciano la differenza diventando interlocutori di valore per il cliente.



Servizio al cliente

Saper porgere in modo convincente le soluzioni aziendali e gestire l'ansia del cliente; agire d'anticipo, quando occorre, sui suoi prossimi bisogni, trasmettendo senza interruzione un messaggio di sicurezza, controllo, e attenzione alla sua persona. Saper giocare in team, ottenendo il supporto attivo dei colleghi del back office: li vogliamo così. Occorre che siano così.



Management, collaborazione

Gestione e cambiamento: i due fili sui quali corre oggi chi guida collaboratori nella funzione vendite, e in altre funzioni. Il mercato e gli strumenti della gestione aziendale cambiano rapidamente, e quindi alle persone occorre saper proporre nuove attese e comportamenti. I Capi hanno una missione davvero bella e difficile.

Da dove vengono le nostre competenze? Tanta ricerca, arricchita e confermata dalla pratica in contesti aziendali sfidanti

In trent'anni di attività abbiamo potuto collaborare a innumerevoli progetti di sviluppo dell'efficacia di organizzazioni di vendita e di servizio al cliente, per aziende di settori diversi e di dimensioni differenti. La scelta di operare in diverse industrie corrisponde a una consapevole strategia, che ci ha consentito spesso una proficua «fertilizzazione incrociata» fra le migliori pratiche e i differenti modelli di business e di vendita.

Il nostro campo di esperienza è soprattutto quello dei comportamenti e delle strategie di vendita, account management, servizio clienti, presso aziende che forniscono beni e servizi a una clientela prevalentemente aziendale e professionale.

Alcune fra le Aziende con cui abbiamo collaborato



Le competenze sulle quali lavoriamo

Gli interventi formativi di FORTIA® riguardano tutte le competenze dei Venditori, del personale del Servizio Clienti, dei Manager, attraverso metodi strutturati di misurazione e formazione.

Qui sotto una sintesi delle competenze che più tipicamente trattiamo nei nostri interventi; per una panoramica più completa, visitate il sito www.fortiatraining.com o incontrate un Trainer FORTIA®.



Vendere il valore in contesti business

Il metodo che migliora i risultati del

Venditore attraverso lo sviluppo delle esigenze del cliente e l'influenza sui criteri di scelta.



Processi di vendita ed efficienza individuale

Guidiamo il Venditore

– anche esperto – alla scoperta di indicatori e accorgimenti per essere più produttivo.



Economia aziendale e scenari per i Venditori

Una sessione di

training che affronta i temi di più attuale interesse per il cliente imprenditore e top manager.



Guidare Venditori e team di vendita

In momenti come questo è sempre più indispensabile e

sfidante il ruolo del Manager. Qui trattiamo le competenze di base su planning, motivazione, sviluppo del team di vendita.



Negoziare

Ottenere risultati superiori in un negoziato commerciale dipende da

una buona pianificazione e da alcuni comportamenti - flessibilità, empatia... - agiti in trattativa.



Strategia competitiva per venditori

Le strategie individuali del Venditore

per contrastare i concorrenti che presidiano o che attaccano i clienti... che vogliamo noi.



Comunicare e vendere al telefono

I team di «inside sales» stanno

crescendo in molti settori: forniamo le tecniche specifiche per vendere bene al telefono.



Change management

Le competenze di leadership e le tecniche di successo

per indurre cambiamenti importanti e rapidi nell'organizzazione - commerciale e non -, ottenendo l'impegno di tutti.



Gestire clienti complessi

Complessi, strutturati, grandi... spesso

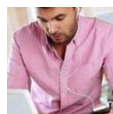
hanno in comune complessità di reti sociali interne che occorre saper «navigare» e influenzare; da soli, o in team.



Servizio al cliente

Come soddisfare e fidelizzare il cliente attraverso la gestione del dialogo, del

linguaggio, delle informazioni, e in generale dei comportamenti faccia a faccia o al telefono.



Il venditore attivo sul web e nei social network

E' vero, il web sta

cambiando alcune dinamiche di vendita. In questo modulo forniamo strumenti ad hoc.



La relazione interpersonale nella vendita e nel servizio

Elementi di psicologia

pratica applicati sia alla vendita che a tutte le situazioni in cui ci si confronta con il nostro «cliente difficile», che va gestito.

Questi progetti ci rendono più competenti e più competitivi

In FORTIA® non ci accontentiamo di studiare e rielaborare il know how degli istituti di ricerca e delle scuole internazionali. Conduciamo anche iniziative attraverso le quali restiamo in continuo contatto con le aziende più innovative e di successo operanti in Italia e a livello internazionale.

Premio Sales Excellence Awards

Durante l'anno raccogliamo le candidature delle Aziende che hanno lavorato in profondità per realizzare organizzazioni e processi di vendita innovativi e performanti, secondo i migliori standard internazionali. Le candidature, ben documentate, vengono sottoposte a un Comitato Professionale che attribuisce i Premi all'Azienda dell'Anno e alle Aziende Eccellenti.

Premio Sales Person of the Year

Sulla base di consolidate esperienze internazionali, questo Premio riconosce le qualità individuali dei migliori Professionisti della Vendita operanti in Italia. L'attribuzione dei Premi ai Venditori Eccellenti e al Venditore dell'Anno è anche in questo caso deliberata da un Comitato Professionale che valuta sulla base di un insieme predefinito di criteri oggettivi.

Workshop Annuale HR FORTIA

L'incontro annuale nel quale si ritrova un gruppo di manager delle risorse umane per confrontarsi su esperienze e progetti relativi ai temi del personale di vendita e di front office; dell'orientamento al cliente; della motivazione.

Workshop Annuale Vendite FORTIA

Una volta all'anno i manager commerciali-vendite-marketing di aziende di primissimo piano si incontrano per condividere soluzioni originali ai problemi più attuali della gestione vendite, con la conduzione e contributi originali dei Trainer FORTIA®: dalla customer retention, al key account management, alla motivazione del personale di vendita, e altro.

Le attività esposte sopra sono solo una selezione fra i progetti di FORTIA® per conoscere di più e per interloquire con il mondo delle vendite business.

Tutte le iniziative sono presentate e accessibili attraverso il sito www.fortia.it

Il percorso ideale per un progetto di miglioramento e training

Producono con più frequenza risultati soddisfacenti i progetti che presentano queste caratteristiche:

- sono concepiti «a quattro mani» dal management commerciale-vendite e quello delle risorse umane;
- ricevono attenzione prolungata, in corso d'opera, da figure di vertice delle due strutture;
- i capi diretti dei Partecipanti applicano in prima persona quanto appreso e condiviso in aula o in altri contesti formativi; e ne stimolano e verificano l'implementazione sul campo da parte dei loro collaboratori;
- ne vengono misurati obiettivi e risultati attraverso alcuni indicatori di business quantificati e osservabili.

Perché chiamare FORTIA®?

Alcuni esempi tipici del nostro intervento



L'Azienda leader nei beni strumentali hi-tech

In questo caso i Trainer FORTIA® contribuiscono al rilancio in un settore nel quale stanno cambiando drasticamente i processi produttivi in cui le apparecchiature sono utilizzate, e la loro modalità di scelta e acquisto. L'obiettivo è cambiare con decisione l'operato sia dei venditori interni che della rete dei dealer, a livello italiano e mondiale. L'intervento prevede la ridefinizione del modello di vendita; dei conseguenti KPI; e delle competenze del personale commerciale diretto e indiretto.



La Multinazionale dei consumables

Le vicende macroeconomiche recenti e la riduzione di tutti i consumi non direttamente implicati nella produzione di manufatti e servizi hanno prodotto in molti settori la riduzione della domanda e contemporanea-mente una concorrenza sempre più spregiudicata su prezzi e servizi. L'intervento FORTIA® in questo caso è stato richiesto per fornire ai venditori più competenze di vendita e più incisività nell'attivare nuovi clienti, valorizzando meglio i punti di forza aziendali.



La Società di servizi per il business

In questo caso l'intervento riguarda servizi per il business che per loro natura coinvolgono una platea ampia e diversificata di interlocutori. La Società ci ha chiamato per mappare il sistema dei contatti con gli attori rilevanti presso i clienti; fornire ai venditori obiettivi precisi di sviluppo della loro rete di relazioni e influenze utili ai fini della vendita dei servizi; e formarli alle tecniche di persuasione e negoziazione utili a massimizzare i risultati di business.



Il Produttore di componentistica

Questo cliente affronta una varietà di sfide: canale distributivo misto – diretto, OEM, distribuzione – che si sta riconfigurando; nuovi concorrenti che aggrediscono il mercato; e livelli di servizio sempre più impegnativi richiesti dai clienti: tecnici; commerciali; logistici. Qui FORTIA® entra in gioco su più fronti: migliorare i processi di vendita, il dialogo e l'argomentazione degli account manager; identificare le nuove esigenze di servizio dei clienti; formare il personale di front office a comportamenti improntati a maggiore orientamento al cliente, e comunicazione efficiente verso il team.

fortia®

Tel. 02.871.978.98 • www.fortia.it

Tante modalità di intervento in funzione dei vostri obiettivi

Partiamo prima di tutto dalle vostre esigenze di business; di sviluppo delle competenze; e vincoli di budget. Per ogni combinazione di questi tre elementi realizziamo l'intervento con il più soddisfacente ritorno sull'investimento.

Programmi e corsi aziendali, su misura

Personalizziamo al massimo il percorso di formazione: contenuti, esercizi, argomenti di discussione e verifica sono riferiti allo specifico mercato; ai prodotti; ai micro-obiettivi di business; all'organizzazione della vostra azienda.

Percorsi di sviluppo continuo

Ogni programma di training comprende momenti di confronto individuale e collegiale fra Partecipanti e Trainer e uso di tecniche di Interval Reinforcement, assicurando i risultati di apprendimento e cambiamento dei comportamenti.

Assessment

Conduciamo regolarmente interventi di assessment su persone; processi; strutture di vendita e servizio per applicare in azienda una forte e continua pressione verso l'eccellenza e per definire i contenuti degli interventi di formazione.

Corsi interaziendali

Per l'azienda che debba formare rapidamente poche persone, con un investimento contenuto, su competenze standard per il ruolo del venditore; dell'addetto al customer service; del manager, il calendario si trova in www.fortia.it

Seminari brevi

Incontri di due ore su temi di grande attualità per i commerciali, soprattutto operanti in contesti business. Anche questi visibili nel sito www.fortia.it

Ricerche a supporto dei progetti di formazione, di aggiornamento organizzativo, di marketing

Il nostro training accompagna spesso il riposizionamento di offerta e/o ristrutturazione delle organizzazioni commerciali e di servizio alla clientela. In questi casi i nostri clienti ci chiedono anche di supportarli nella verifica di nuove esigenze della clientela finale; attese e soddisfazione per i livelli di servizio; modalità di acquisto e utilizzo dei prodotti/servizi. In FORTIA® possediamo il know-how e le strutture necessarie a condurre queste ricerche e ad applicarne gli esiti.