



FORMAZIONE
ON LINE

SBS
SCUOLA BENI
STRUMENTALI

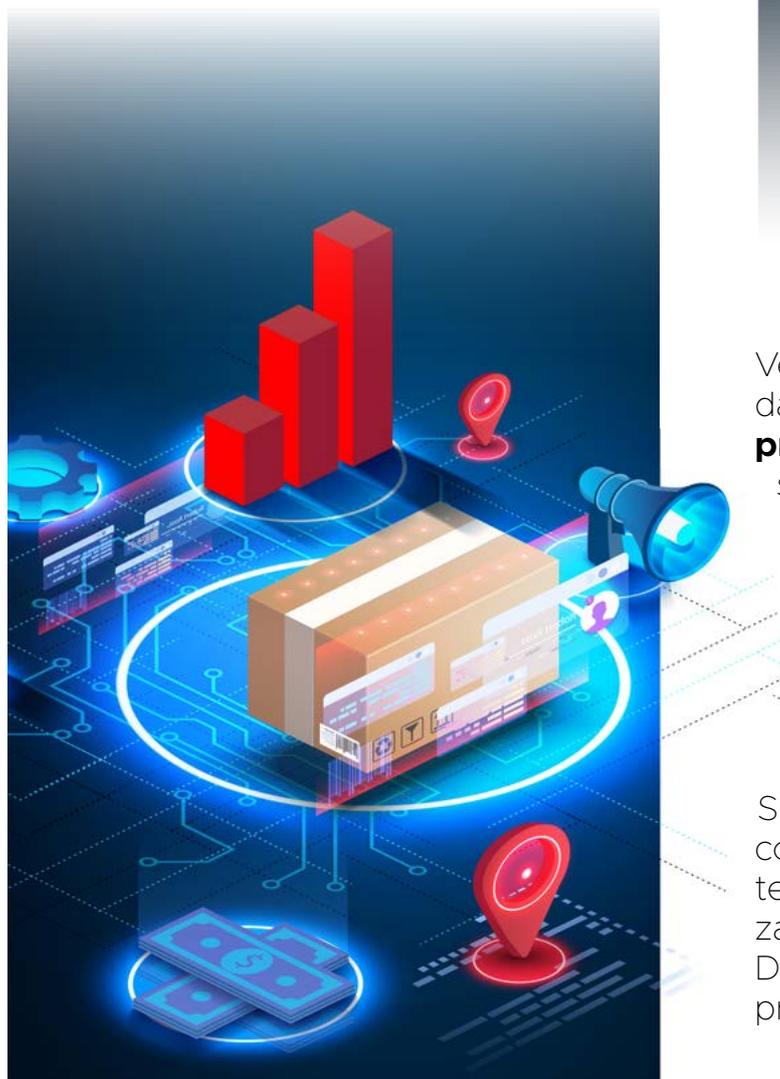
IL VALORE DEL SERVICE

Come e perché incrementare il servizio post vendita



INTRODUZIONE

L'obiettivo della proposta quello di **fornire le conoscenze e gli strumenti operativi** per trasformare il proprio reparto di assistenza clienti in un motore di business dell'azienda: come si trasforma una vendita già conclusa in un'ulteriore opportunità di business, quali sono gli errori da evitare, quali sono le leve e le strategie commerciali per creare delle entrate ricorrenti e come ottimizzare la gestione del reparto, massimizzando time-saving. Questo per cementare il rapporto con i clienti e creare nuove opportunità di business.



Vedremo quali sono gli aspetti chiave da considerare nella **progettazione del proprio post-vendita**, quali sono le strutture più comuni e come possono essere adattate in funzione della dimensione dell'azienda.

SBS propone due corsi in collaborazione con esperti di settore che affrontano la tematica sia dal punto di vista organizzativo che dal punto di vista relazionale. Durante il percorso verranno trattati casi pratici.



L'EVOLUZIONE DEL POST- VENDITA: UN FATTORE CHIAVE PER LA COMPETITIVITÀ AZIENDALE

CALENDARIO ON LINE

11 Maggio | 14.00 –18.00

18 Maggio | 14.00 –18.00

25 Maggio | 14.00 –18.00

1 Giugno | 14.00 –18.00

ABSTRACT



In questo corso affronteremo in dettaglio le leve organizzative e commerciali in grado di rendere il post-vendita un vero e proprio Business.

- Illustreremo quali sono le leve che si possono utilizzare per generare profitti in ambito post-vendita. Identificheremo le tipologie di servizi che possono migliorare la soddisfazione dei clienti e, contemporaneamente, generare fatturato.
- Parleremo degli strumenti che si possono utilizzare per cogliere le tante opportunità di Cross-Selling e Up-Selling offerte dal post-vendita e arriveremo a definire come progettare e vendere servizi che impreziosiscano o, in alcuni casi, sostituiscano la vendita del bene strumentale.
- Affronteremo i migliori metodi di analisi dei processi di assistenza, in modo da poter identificare quali sono le aree di miglioramento.
- Discuteremo l'importanza della raccolta dati e come leggerli nel modo corretto: dalla gestione del know-how aziendale alla definizione di KPI di performance, dal controllo di gestione

alla pianificazione dei servizi offerti, fino alla progettazione delle competenze e degli strumenti necessari al personale di service per poter svolgere al meglio i propri compiti. Infine, daremo una visione sul futuro prossimo del post-vendita e la sua evoluzione.

- In ultimo daremo uno sguardo a quali sono le innovazioni in arrivo per il settore e come possono essere integrate nei processi aziendali.



CONTENUTI

Il customer Service nel B2B moderno: definizioni, potenzialità e sfide

- Progettare il post-vendita: strutture organizzative
- Le sfide del post-vendita: problematiche e approcci risolutivi
- Strumenti e metodi per gestire la relazione col cliente
- Generare fatturato nel post-vendita: servizi, strumenti e strategia
- Ottimizzare il post-vendita: analisi e interventi
- L'utilizzo dei dati: come raccogliarli e analizzarli
- Innovazione digitale: le tecnologie attuali e i trend del futuro

1

PARTNER TECNICO



MILS Engineering è una società italiana che si occupa di postvendita dal 1991. Una esperienza ultra-trentennale e multisetoriale che gli consente di fornire soluzioni after-sales ad alto valore aggiunto.

- Sviluppa software e app in grado di evolvere il service, facilmente interfacciabili con gli altri sistemi aziendali.
- Realizza manualistica tecnica secondo le norme internazionali e traduzioni multilingua certificate

FORMATORE



Gian Angelo Coggi

CEO e Co-Founder della società italiana MILS Engineering conosciuta a livello nazionale ed internazionale. Decennale esperienza come formatore per aziende dei settori Automotive, Difesa, Industriale.

DESTINATARI

Tecnici service



2 IL VENDITORE MASCHERATO (II ED)

CALENDARIO ON LINE

08 Giugno | 09.00 –13.00

15 Giugno | 09.00 –13.00

22 Giugno | 09.00 –13.00

29 Giugno | 09.00 –13.00

ABSTRACT



In questo corso vengono forniti strumenti e metodologie che possano supportare il personale tecnico dal punto di vista delle abilità relazionali e commerciali, indispensabili allo sviluppo del ruolo, in modo da creare un nuovo efficiente ed efficace profilo professionale e renderlo nevralgico nel mantenimento del cliente e nella sostenibilità e consistenza della marginalità cliente, durante tutto il ciclo di vita dell'impianto. Interazione Online, business game e supporti multimediali coinvolgeranno tutti i partecipanti.

PROGRAMMA



- » Il “tecnico di assistenza” da figura mitologica di arcaica memoria a moderno “Specialist multifunzione”. Mutazione ed evoluzione della specie.
- » L’Upgrade commerciale: tutti vendiamo ciò che siamo! Analisi e comprensione delle nuove specificità del mio incarico.
- » La comunicazione tra tecnici diventa comunicazione con il cliente: nuovo paradigma, nuove tecniche, nuovo setting, nuovo Inner game.
- » “Questa nave è l’Inghilterra...” lo rappresento, comunico e vendo la mia impresa: tecniche ed esercitazioni (entrata in scena, empatia, specchio, comunicazione, gestione del corpo e delle emozioni) sul canale fisico e digitale.
- » Il vantaggio competitivo: “Sono un Tecnico quindi sono qui per risolvere problemi tecnici, non per vendere!” Come sfruttare l’arma segreta introdotta tra le difese nemiche: L’analisi dei bisogni e delle reali esigenze del cliente.



2

- Dalla presentazione alla VENDITA di un prodotto e di un servizio “tecnico”. La formula del VALORE.
- Il “sistema d’offerta: segmentare e possedere il valore dei singoli servizi ausiliari al prodotto (strategia toner).
- Chi domanda comanda! Anticipare i bisogni del cliente.
- L’assistenza tecnica come manutenzione di un lungo e fruttifero (per tutti, ma soprattutto per noi) matrimonio. L’arte della fiducia e della fedeltà.
- Le opportunità della vita: godere e gestire le obiezioni.



FORMATORE

Piero Bazzoni

Consulente e formatore nell’area comunicazione, vendite e strategie aziendali, la sua specializzazione è rivolta agli studi sulle dinamiche esperienziali umane e la loro modalità di comunicazione. Si occupa di interazione e sinergia del personale interno, per migliorare le strategie di vendita e gestione del cliente, grazie a competenze generate in oltre 30 anni di attività manageriale e imprenditoriale. Tecniche, comportamenti, “trucchi”, metodi di “chiusura” delle vendite applicati con alterni successi e fallimenti sono oggi la sua eredità raccolta sul “campo”.



DESTINATARI

Tecnici service





	Corso	Durata	Calendario	Quota di partecipazione	
				QUOTA ASSOCIATO*	QUOTA NON ASSOCIATO
			14.00 -18.00		
1	L'EVOLUZIONE DEL POST-VENTITA: Un fattore chiave per la competitività aziendale	16 ORE	11 Maggio 18 Maggio 25 Maggio 1 Giugno	900,00 €	1000,00 €
			09.00 -13.00		
2	IL VENDITORE MASCHERATO (II ED)	16 ORE	08 Giugno 15 Giugno 22 Giugno 29 Giugno	900,00 €	1000,00 €



INFORMAZIONI AGGIUNTIVE



Acquisto di tutti i pacchetti (con possibilità di far frequentare diversi partecipanti)

quota Associati*	quota NON Associati
1.700,00 €	1.900,00 €

*Associati ad:

- Acimac
- Amaplast
- Anfima
- Ucima

La quota di iscrizione è considerata al netto da iva.

Lo staff di SBS è a disposizione per rispondere in modo mirato alle vostre esigenze attraverso progetti formativi elaborati su misura e soluzioni customizzate



IN COLLABORAZIONE CON

