

## **CONVINCERE, MOTIVARE, DIRIGERE UN GRUPPO DI VENDITORI**

### **Obiettivi**

Questo corso trasferisce tutte le leve e gli strumenti fondamentali per consentire a ciascun partecipante di perfezionare il proprio stile manageriale e raggiungere livelli elevatissimi nella capacità di stimolare l'ambizione e l'energia della propria forza vendita.

### **Destinatari**

Responsabili delle vendite, responsabili di area e capi area, responsabili servizio post vendita, tutti coloro che devono gestire un gruppo di uomini.

### **Contenuti**

#### **Lo stile personale di management commerciale e la relazione individuo - gruppo**

- Autodiagnosi del proprio stile
- I diversi tipi di potere e il loro potenziale
- Gli atteggiamenti efficaci con i venditori

#### **Le basi della motivazione dei venditori**

- Sviluppare le potenzialità dei propri venditori
- Come conoscere motivazione e potenziale
- Diagnosi del proprio gruppo di venditori

#### **Essere un manager e un leader riconosciuto dal team di vendita**

- Sollecitare la partecipazione e sviluppare lo spirito di team
- Tecniche di management situazionale : adattare il proprio stile di management i propri obiettivi e al profilo di ogni venditore
- Integrare le emozioni nel lavoro: interpretare e gestire le emozioni dei collaboratori
- Il concetto di delega, di direttiva e le relazioni negoziali

#### **Motivare la struttura di vendita**

- Identificare le leve di motivazione individuale e di gruppo
- Conoscere motivazioni e potenziali
- Il livello individuale di esigenza come strumento di motivazione
- Uno strumento per l'analisi del team: il TAM (Tavola d'analisi del manager)

#### **La gestione del quotidiano**

- Costruire un ambiente di lavoro stimolante
- Creare un clima di tensione costruttiva nei propri commerciali
- Sollecitare e valorizzare le idee, incoraggiare un approccio innovativo
- Sapersi congratulare, senza esagerare
- Proporre un obiettivo, un piano d'azione
- Adattare la comunicazione per rispondere alle esigenze dei singoli venditori
- Come gestire le riunioni con i commerciali : ascoltare, informare, scegliere il tono giusto

#### **Gestire i casi difficili**

- Gestire tutte le personalità del team: la 'locomotiva', l'ansioso, il demotivato...
- Reagire a sintomi diffusi di demotivazione
- Utilizzare le tecniche dell'assertività per affermarsi senza arrivare alla rottura
- Gestire gli incontri più difficili: comunicare ad un venditore che i suoi obiettivi sono insufficienti, rifiutare una richiesta di aumento o di promozione, ecc.
- Risolvere le situazioni conflittuali

#### **Affiancare motivazione e coaching on field**

- Le trappole da evitare
- Stabilire una diagnosi dell'atto di vendita: la griglia di osservazione
- Condurre il colloquio di debriefing in modo costruttivo

### **Metodologia**

Fondamentalmente trasmissiva, con possibilità di interazione per mezzo di attività problematiche ed esemplificative utili per il raggiungimento degli obiettivi prefissati.

### **Durata**

16 ore