

## Addetto vendite



### DURATA E METODOLOGIA DEL PERCORSO FORMATIVO

---

DURATA: 200 ore - modalità: AULA/FAD

### FIGURA DI RIFERIMENTO

---

Tecnico delle vendite

### ATTESTATO/CERTIFICAZIONE

---

Attestato di frequenza

### SEDE DI SVOLGIMENTO

---

V.le Volsci, 142, 03100 Frosinone

## Addetto vendite

Obiettivo del corso è fornire ai partecipanti competenze affinché possano essere in grado di realizzare piani di azione-vendita orientati ad obiettivi di risultato e standard di performance, nonché siano in grado di gestire e concludere trattative commerciali conformi sia alle condizioni strategiche che alla massima soddisfazione e conseguente fidelizzazione del cliente.

### CONTENUTI FORMATIVI

---

Durante il percorso verranno affrontati i seguenti argomenti:

- Marketing e Analisi di Mercato: Segmentazione e Dinamiche di Mercato, Analisi dei Fattori di Rischio e Crescita
- Pianificazione, Organizzazione e Reporting: Pianificazione e Organizzazione del Lavoro, Documentazione Amministrativa e Reporting, Strumenti di Supporto
- Sicurezza sul Lavoro
- Pianificazione e Gestione Commerciale
- Caratteristiche tecnico-funzionali e tipologie di prodotti/servizi oggetto della trattativa commerciale
- Principali strumenti e funzionalità dei sistemi aziendali utilizzati per la verifica e il controllo dei pagamenti
- Amministrazione, Logistica, Vendita e Marketing
- Modelli di customer care and satisfaction e tecniche di fidelizzazione cliente
- Elementi base di marketing operativo
- Tecniche di esposizione del prodotto (display) e di organizzazione della superficie di vendita (layout)
- Analisi del Cliente e Feedback

### CONOSCENZE ACQUISITE

---

Il corso, strutturato rispetto al Profilo del "Tecnico delle vendite" descritto nel Repertorio della Regione Lazio, è finalizzato allo sviluppo delle seguenti Unità di competenze:

- Analisi di mercato e definizione del piano di vendita
- Previsione dei flussi di vendita
- Tecniche di comunicazione e strategie di comunicazione commerciale & Utilizzo degli strumenti digitali propri della vendita;
- Programmazione delle azioni di vendita

Al termine del percorso i partecipanti saranno in grado di:

- analizzare il mercato e definire il piano di vendita intercettando e sviluppando il portfolio clienti in base alle esigenze emergenti sul territorio e la capacità di predisporre i report per la promozione delle vendite
- prevedere i flussi di vendita connessa alla capacità di intercettare le esigenze emergenti sul territorio
- gestire trattative commerciali attraverso il potenziamento delle strategie comunicative e l'approfondendo gli elementi connessi alla gestione delle trattative di vendita, ad esempio la predisposizione dei contratti, la trasmissione degli ordini alla società di distribuzione rappresentata, il monitoraggio degli ordini e rinforzando gli elementi di informazione promozione delle vendite utili ad orientare i clienti nella scelta
- programmare azioni di vendita fornendo strumenti per definire il piano commerciale territoriale di vendita, per intercettare e sviluppare il portfolio clienti in base alle esigenze emergenti sul territorio e per predisporre report per la promozione delle vendite sul territorio