



SALES PAL

randstad

*L'approccio consulenziale
verso le aziende*

Autoefficacia



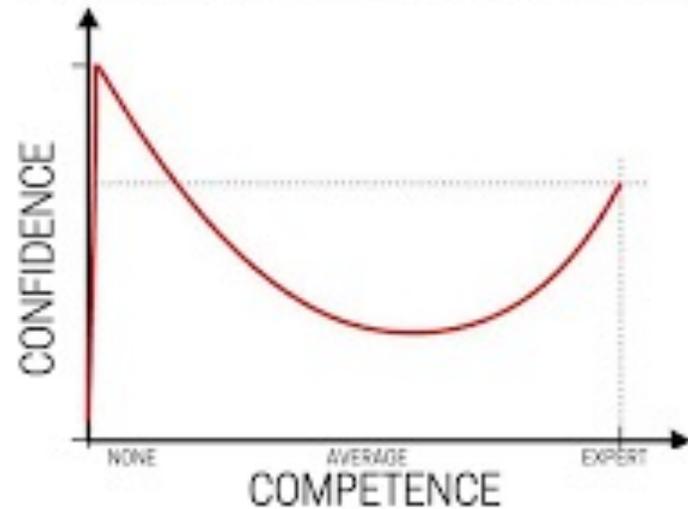
“L’autoefficacia è la fiducia che ogni persona ha sulle proprie capacità di ottenere gli effetti voluti con la propria azione;

La convinzione della propria efficacia, attiva e sostiene l’impegno delle attività cognitive necessarie per sviluppare le abilità”

Albert Bandura

ALLINEAMENTO E CONGRUENZA

THE DUNNING-KRUGER EFFECT



IMPOSTER SYNDROME



S. Covey: proattività

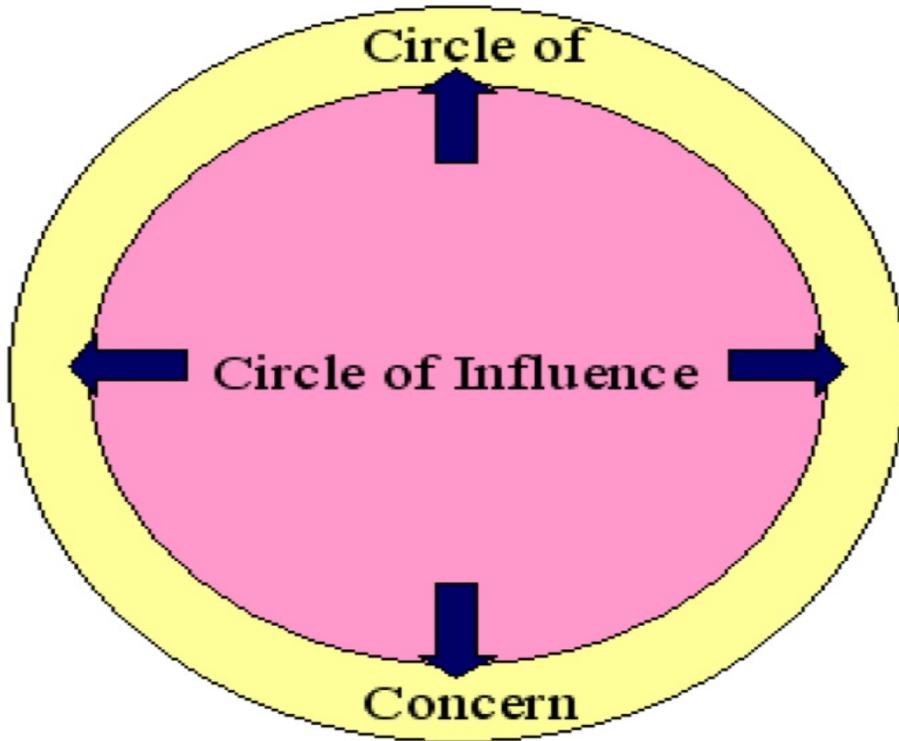


Il nostro comportamento dipende dalle nostre decisioni e non dalle condizioni in cui viviamo.

L'approccio proattivo alla vita è di cambiare dall'interno verso l'esterno, essere diverso, intraprendente, migliore, creativo, responsabile, cooperativo.

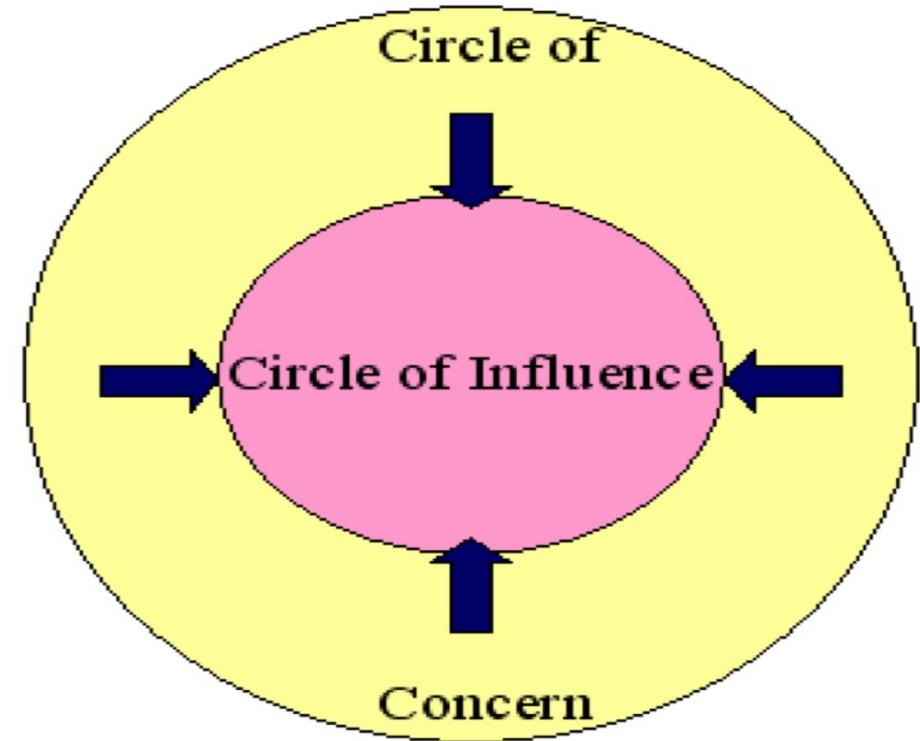
Stephen Covey

S. Covey: proattività



Proactive Focus

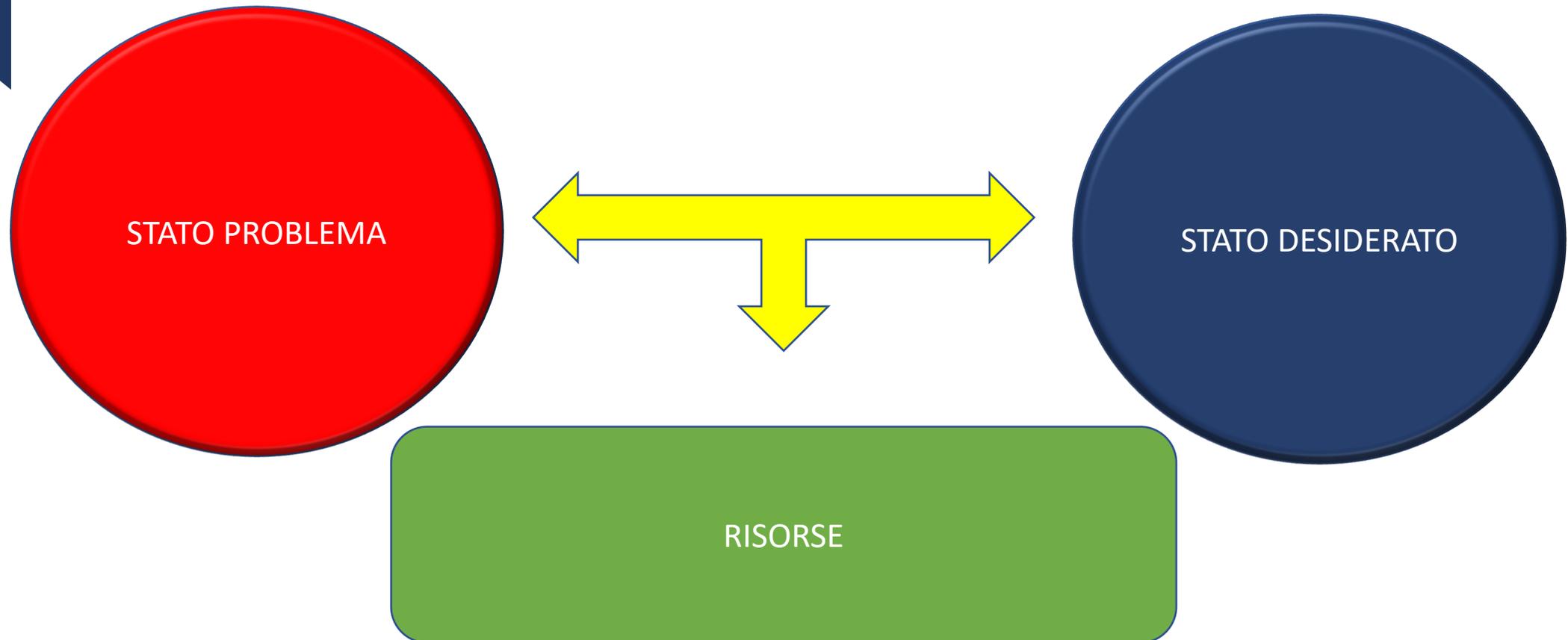
Positive energy enlarges Circle of Influence



Reactive Focus

Negative energy reduces Circle of Influence

INDIVIDUARE RISORSE PER IL CAMBIAMENTO



“Ci si fa più amici in due mesi mostrandosi interessati agli altri che non in due anni tentando di indurre gli altri a interessarsi a noi..”



Tecniche fondamentali per trattare con la gente

- ✓ Non criticate, non condannate, non rercriminate
- ✓ Siate prodighi di apprezzamenti onesti e sinceri
- ✓ Suscitate negli altri la vostra stessa volontà



Dale Carnegie

6 modi per farsi benvolere

1. Interessatevi sinceramente alle altre persone
2. Sorridete
3. Ricordatevi che per una persona il suonome è il suono più importante e più dolce in qualsivoglia lingua
4. Siate buoni ascoltatori, incoraggiate gli altri a parlare di se stessi
5. Parlate di quello che interessa agli altri
6. Fate in modo che gli altri si sentano importanti e cercate sempre di ottenere questo risultato con la massima naturalezza e sincerità

Come convincere il prossimo a condividere le vostre opinioni

1. Iniziate sempre con le lodi e l'apprezzamento sincero
2. Richiamate l'attenzione sugli errori altrui in maniera indiretta
3. Parlate dei vostri errori prima di sottolineare quelli altrui
4. Fate domande invece di impartire ordini diretti
5. Fate in modo che l'altra persona salvi la faccia
6. Lodate ogni più piccolo progresso. Siate calorosi nell'approvazione e prodighi di lodi
7. Date agli altri l'impressione di avere una reputazione da difendere
8. Usate l'incoraggiamento, mostrate quant'è facile correggere gli errori
9. Fate sì che l'altra persona sia felice di fare quanto le suggerite

L'APPROCCIO CONSULENZIALE VERSO LE AZIENDE

Sviluppare competenze
comunicative e di
marketing

Valorizzare,
promuovere e rendere
più accessibili i servizi
al lavoro

OBIETTIVI

acquisire abilità nel proporre i servizi in modo più efficace

sviluppare autorevolezza e intelligenza relazionale per valorizzare al meglio l'offerta ai clienti

fornire un supporto organizzativo per ottimizzare la gestione delle fasi chiave del rapporto con i clienti

METODOLOGIA

Learning by doing

*apprendimento di tecniche
attraverso la sperimentazione*

Analisi di casi

*condivisione di buone pratiche,
modelli e strategie*

Esercitazioni in sottogruppi

*role playing, simulazioni,
confronto*

ARTICOLAZIONE



1° INCONTRO
MODELLI E STRATEGIE DI
COMUNICAZIONE CON LE
AZIENDE



2° INCONTRO
CUSTOMER VALUE
OUTBOUND MARKETING



3° INCONTRO
LO SPEECH TELEFONICO



4° INCONTRO
PIANIFICARE E PREPARARE
LA VISITA IN AZIENDA



5° INCONTRO
PERFORMANCE MANAGEMENT
E ANALISI KPI

Presentare
servizi ai
clienti



Frank Kern

Qual'è il
prodotto!?



||| Chi è il
cliente!?



qual è il
beneficio
principale che
vuole !?



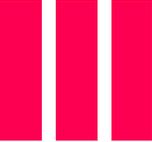
||| quali sono le
sue
frustrazioni!?





quali sono le
emozioni
associate al
beneficio o alla
frustrazione!?





che cosa devo
dimostrare per
convincere!?





come posso
chiudere!?

