

L'attività di commesso di negozio

ID 805

OBIETTIVI

Il corso si propone di fornire ai partecipanti gli strumenti necessari per assistere, informare e orientare i clienti al fine di influenzarli positivamente verso l'acquisto del prodotto.

Inoltre, il corso si concentra sulla gestione strutturata dei processi di vendita, offrendo un modello di sales management che permette di organizzare in modo chiaro e sintetico gli strumenti essenziali per gestire con successo le attività di vendita e le risorse coinvolte. Al termine del corso, i partecipanti saranno in grado di comprendere la psicologia dei bisogni dei clienti, influenzare i decisori all'interno di un sistema decisionale complesso, affrontare e minimizzare le obiezioni dei clienti e sviluppare un piano d'azione per migliorare continuamente le proprie competenze nel campo commerciale.

CONTENUTI

- Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell'ambiente di lavoro. - Dal Codice Civile al D. Lgs. 81/08 - Il Testo Unico della Sicurezza sul Lavoro
- Il DVR - RSPP, RLS e medico competente
- Elementi di contrattualistica del lavoro, previdenza e assicurazione - Normativa sui contratti collettivi nazionali di lavoro (ccnl) - Soggetti stipulanti, forma, durata e rinnovo - Esigibilità dei contratti
- Il diritto del lavoro: nozioni, oggetto e finalità - Normativa previdenziale - Contribuzione: soggetti e misura - Lavoro subordinato: tipologie e aspetti - Altri tipi di contratti di lavoro - Agevolazioni contributive
- Customer care and satisfaction, tecniche di fidelizzazione cliente - Tecniche di misurazione della customer satisfaction: il sistema ServQual - Customer centricity e marketing relazionale - Sviluppare e mantenere relazioni con i clienti: Il customer Relationship management - Valore percepito dal cliente - Le aspettative e la performance percepita, il paradigma della discrepanza - Lo scostamento dalla situazione ideale, il gap - Modelli di Customer satisfaction - I Service Quality Factors
- Gestire efficacemente i diversi livelli di relazione tra aziende - Fasi della strategia di vendita - Tecniche di ascolto - Action Lines e strategie del negoziatore - Psicologia del marketing per la vendita - Strumenti strategici per la vendita complessa e l'azione sulla psicologia del cliente. - Il modello del comportamento pianificato.
- Orientamento al mercato, al cliente e argomentazioni di vendita - Tecniche di vendita assistita ed attiva - La vendita assistita ed attiva caratteristiche - La cura del cliente e il cross selling - La comunicazione efficace
- Metodi e strumenti di pianificazione ed organizzazione del lavoro: dal metodo MoSCoW al Metodo Kanban - Gestione del tempo: i metodi - Timeboxing - Metodologia Agile
- Marketing operativo: attività promozionali e pubblicitarie, ecc. - Criteri ideologici del marketing - Marketing Analitico, Strategico, operativo - Le fasi della campagna di comunicazione - Il direct marketing - Strategie e vantaggi propri del marketing: il piano di comunicazione - Marketing e sistema economico - Democrazia e marketing - Marketing Contemporaneo - Tecniche di esposizione del prodotto (display) e di organizzazione della superficie di vendita (layout) - Tecniche e psicologie di vendita
- Elementi di illuminotecnica - Elementi di comunicazione visiva - Lo spazio Vetrinistica/Esposizione del prodotto e visual merchandising - Esposizione del prodotto

Livello di accesso Licenza media**Durata** 200 h**Modalità di svolgimento** 90h in aula + 110 laboratorio

Visita la pagina sul nostro sito dedicata alla misura **GOL Puglia**