

CORSO

“FIDELIZZARE I CLIENTI NEL POST-VENDITA. IL RUOLO DELL’ASSISTENZA TECNICA”

*Polo Tecnologico di Rovereto
Via F. Zeni, 8 – Rovereto (TN)*

Formatore: Eugenio Lo Maglio

Date: 12-13 maggio 2010, h. 9-18

Obiettivi

Il corso, della durata di due giorni consecutivi, è rivolto agli **addetti all’assistenza tecnica** e si pone l’obiettivo di renderli maggiormente consapevoli di dover vivere il proprio ruolo **sviluppando la componente commerciale**. Oggi il mercato degli utilizzatori dimostra che la competenza tecnica è certamente un elemento indispensabile, ma non più sufficiente per garantire il servizio nella sua globalità. L’apporto di professionalità che si ottiene dal seminario si sviluppa puntando su una più consapevole responsabilità da parte dei tecnici nel processo di **fidelizzazione dei clienti**.

Competenze acquisite alla conclusione del corso

- capacità di gestire i 5 ruoli che il cliente richiede ad un tecnico;
- gestione di strumenti e tecniche per auto valutarli e quindi correggere gli atteggiamenti inadeguati;
- miglioramento delle capacità di collaborazione con i venditori, per favorire la reciproca contribuzione allo sviluppo del business;
- capacità di trasformare il post vendita in leva di marketing;
- capacità di gestione con maggior equilibrio delle situazioni e le relazioni difficili;
- capacità di trasformare un disservizio in opportunità di miglioramento per il cliente e per l’azienda.

Destinatari principali

Addetti alla assistenza tecnica e a qualsiasi persona che in ruoli similari ha contatti con la clientela.

Programma

Il ruolo dell’addetto all’assistenza tecnica

Considerare i 5 ruoli degli addetti al servizio di A.T.
La logica del servizio e del cliente esterno
I momenti della verità tra tecnico e cliente

Responsabilità del servizio di assistenza tecnica

In che modo efficaci visite e contatti di assistenza tecnica rafforzano l’immagine di una società
Sentirsi corresponsabile e sviluppatore di business
Gli stili di relazione con il cliente. Esercizio
Gli aspetti emotivi che entrano in gioco e come gestirli

Le relazioni con i clienti in ottica commerciale

Le esigenze che esprimono insoddisfazione
Le esigenze che esprimono desiderio per una soluzione
La strategia delle domande: i 4 strumenti per l'ascolto
Il corretto atteggiamento nei riguardi della propria azienda
Come il cliente percepisce il valore
Dal risolvere i problemi, al recupero dei clienti alla vendita di soluzioni

Reclami e situazioni difficili

Studio di casi per analizzare situazioni critiche o difficili dovute alla personalità dei clienti.
Rispondere alle obiezioni senza aggressività utilizzando empatia
Come sdrammatizzare l'incontro
Sapere dire di no conservando il rapporto
Presentare proposte coerenti con quelle del commerciale
Difendere l'immagine aziendale

L'addetto A.T. e la raccolta delle informazioni

Il Marketing intelligente
Metodi di raccolta e di classificazione delle informazioni
Trasmettere tutte le informazioni utili: prodotti, clienti e concorrenza

Una risorsa complementare: il telefono

Le regole di una comunicazione telefonica
Come impostare la voce in situazioni difficili
I filtri comunicativi al telefono