

Seminario - SE 250

Il processo di ricerca nuovi clienti



Corso presso: Festo Academy

Via Enrico Fermi, 36/38, 20057 - Assago (MI)

Durata: 2gg

Date: Per la prossima edizione in programma contattateci.

Scarica modulo iscrizione:
www.festocte.it/iscrizione

Rivolto a

- Funzioni marketing che devono promuovere nuovi contatti e che devono supportare le funzioni commerciali
- Venditori che intendono migliorare il processo di prospezione e allargare il portafoglio clienti
- Direttori Vendita e responsabili di funzioni commerciali che devono promuovere e sviluppare leads e prospects

Obiettivi

- Identificare le aree di attenzione ed i misuratori essenziali per rendere efficace il processo di acquisizione di nuovi clienti nei mercati industriali
- Conoscere strumenti e metodi utili nell'azione di ricerca e acquisizione di nuovi clienti

Contenuti

■ La ricerca di nuovi clienti nei mercati industriali

- Definizione del processo organizzativo
- Sistemi di supporto
- Organizzazione, tempi e metodi
- Obiettivi e piano di comunicazione
- Selling skills check-up

■ Il processo di ricerca di nuovi clienti

- La selezione dei contatti: le regole principali
- Il percorso dei contatti: il concetto del Sales Funnel
- Interazione marketing e vendite

■ Gestione del portafoglio Prospect

- L'analisi del portafoglio prospect: attrattività, qualificazione e processi di selezione
- Il corretto dimensionamento dei tempi di vendita
- La definizione delle azioni e action plan direzionale e di territorio

■ Le fasi del processo di sviluppo contatti

- Dalla presa di contatto all'appuntamento
- Preparazione e consegna proposta

[Prosegue -->](#)

Pagina 1/2

Contatti:
cell +39 335 103 8822
contatti@festo.com

Sede centrale:
Via Enrico Fermi, 36/38
20057 Assago (MI)
Come raggiungerci

- Dalla negoziazione alle diverse chiusure della proposta
- La politica strategica di prodotto

■ Marketing Audit

- Indicatori di valutazione e di intervento sull'efficacia delle diverse fasi di vendita

Sperimentate

Best practice a confronto; lavori in piccoli gruppi sui temi trattati; casi di aziende