

## sezione 3 – Cura del processo di vendita al cliente

### Durata (in ore)

140

### Ore in aula

140

### Ore in laboratorio

0

### Tipologia laboratorio

### Figura di riferimento

17 - Operatore/operatrice per attività di assistenza, orientamento, informazione del cliente e allestimento e rifornimento degli scaffali.

### Struttura del percorso e contenuti formativi

#### UC 417 - 70 ORE

##### UF 1 - I FORNITORI (10 ORE)

- Cercare tutti i fornitori esistenti
- Trovare nuovi fornitori
- Esaminare formalmente il migliore
- Valutare e confrontare il prezzo offerto
- Selezionare oggettivamente una o più proposte

##### UF 2 - IL PROCESSO D'ACQUISTO (30 ORE)

- Fasi del processo d'acquisto: richiesta di offerta, analisi della RdA ed emissione ordine, gestione dell'ordine, solleciti ai fornitori, analisi e valutazione della qualità della fornitura, gestione del pagamento e contenzioso con il fornitore
- Documenti e strumenti di supporto alle fasi del processo

##### UF 3 - CONTABILITÀ, STRUMENTI DI REGISTRAZIONE E MEZZI DI PAGAMENTO (30 ORE)

- Gli strumenti di pagamento elettronici
- Gli strumenti di vendita
- Procedure e modalità con cui lavorare in cassa
- Verifiche e problematiche da affrontare
- Conoscenza delle diverse forme di pagamento
- Prelievi periodici
- Operazioni di apertura e di chiusura di cassa; modalità per il riconoscimento delle banconote vere/false

#### UC 420 - 70 ORE

##### UF 4 - LA COMUNICAZIONE PERSUASIVA E LA TRATTATIVA DI VENDITA (15 ORE)

- Principi base di un processo di comunicazione interpersonale
- Rendere flessibile il proprio stile di comunicazione in relazione alla personalità dell'interlocutore e sviluppare la capacità di diagnosi della personalità di un interlocutore

##### UF 5 - IL PROCESSO DI VENDITA (35 ORE)

- La negoziazione commerciale
- Le obiezioni più frequenti
- Tecniche di risposta alle obiezioni
- Come trattare il prezzo
- Segnali di acquisto

- La scelta dei tempi della chiusura della trattativa
- L'atteggiamento del cliente nel momento della conclusione
- La scelta del tempo
- L'uso delle referenze.

#### UF 6 - LA GESTIONE DEI RECLAMI (20 ORE)

- Il reclamo: che cos'è? Perché arriva? Perché può essere un'opportunità?
- La capacità d'ascolto: comprendere lo stato d'animo e le attese del cliente insoddisfatto
- Adottare un approccio professionale alla fase di ascolto del cliente che reclama
- Trattare i casi difficili: clienti aggressivi o chiacchieroni, domande particolari, etc.
- Gestione dei reclami e delle obiezioni: come comportarsi in caso di lamentele, quali frasi adottare, come recuperare l'immagine aziendale
- Problem Solving: come porre le domande necessarie alla comprensione del problema e chiedere feedback di conferma
- Le tecniche di argomentazione per gestire al meglio la comunicazione critica
- La chiusura del reclamo: come ottenere fidelizzazione
- La gestione delle richieste del cliente
- Le diverse tipologie di clienti
- L'efficacia e l'efficienza per la customer satisfaction
- Azioni da mettere in atto e controllo dei risultati
- Cambiare tattiche per cambiare le reazioni degli altri

#### **Attestazione finale**

Dichiarazione degli apprendimenti

#### **Modalità valutazione finale degli apprendimenti**

Verifica di fine modulo

#### **Fabbisogno occupazionale**

Le indagini sulla domanda di lavoro delle imprese indicano, per il breve periodo, un discreto incremento dell'occupazione per questa figura professionale anche determinato dall'alto turnover del settore.