
D I G I T A L
A C A D E M Y

Sales 2.0

Usare gli ambienti e strumenti digitali,
per vendere meglio e di più

Perché

La **rivoluzione digitale** non riguarda solo il marketing e la comunicazione.

Anche chi opera nelle **vendite** può cambiare profondamente il proprio lavoro e i propri risultati, usando bene internet e i social media per: acquisire **visibilità sul mercato**, trovare **nuovi clienti**, sviluppare i **clienti acquisiti**, organizzare e guidare la **rete commerciale**.

Come

Il corso è modulare: i singoli temi vengono costruiti e personalizzati in funzione della tipologia di partecipanti e del settore di appartenenza; ad esempio, per gruppi di venditori può essere escluso il modulo “Sviluppare la rete commerciale”, approfondendo maggiormente gli altri.

La durata media è di 2 giorni, articolabile in moduli di una o di mezza giornata ciascuno.

#sales2.0

[Usare gli ambienti e gli strumenti digitali, per vendere meglio e di più]



Prima, durante e dopo il corso sono previste **attività di sostegno online**: forum di discussione per lo scambio di esperienze e case histories con colleghi e docenti, approfondimenti in e-learning.

Per chi

Direttori vendite, area manager, venditori B2B e B2C, consulenti assicurativi e finanziari, responsabili di agenzie e punti vendita.

Esserci

- La rivoluzione digitale: dal web 1.0, ai social media, al mobile internet
- Quali sono le opportunità per chi vende: acquisire visibilità e reputazione sul territorio, trovare nuovi clienti, sviluppare i clienti acquisiti
- Costruire la propria presenza e reputazione negli ambienti digitali: come utilizzare gli strumenti di comunicazione personale, dalla mail, a Skype, ai Google Hangout; come e per quali obiettivi aprire e gestire profili personali e aziendali su Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube, Google+, Pinterest; quando e come aprire un blog o un sito
- Sfruttare il mobile internet e la geolocalizzazione, per acquisire visibilità sul territorio ed essere trovati dai clienti: quando e come usare Google Places, Facebook Places, Foursquare

Raccogliere informazioni sul mercato e sui concorrenti

- Utilizzare le fonti di informazioni aziendali e di mercato: analisi dei siti web aziendali, Google, LinkedIn, database e riviste di settore
- Utilizzare le fonti di informazioni personali: Google, LinkedIn, Facebook
- Gli strumenti online per individuare i propri concorrenti e fare benchmark su offerte e costi

Trovare clienti

- Le fonti di informazioni per costruire database di clienti potenziali, nei mercati B2B e B2C: dalle fonti settoriali, a LinkedIn, a Facebook
- Sviluppare azioni online, per contattare clienti e per generare appuntamenti o traffico sul punto vendita: gli strumenti gratuiti, da LinkedIn all'e-mailing; gli strumenti a pagamento, dagli annunci Google AdWords ai Facebook Ads a Groupon

Presentare prodotti e servizi

- Costruire presentazioni efficaci e personalizzate dei propri prodotti e servizi, di persona e su web: linee guida generali
- Gli strumenti tradizionali: Word, PowerPoint, Keynote
- Gli strumenti online: SlideShare, Prezi, Google Docs

Seguire i clienti

- Come seguire il cliente online, nelle varie fasi: prima, durante e dopo la vendita
- Gli strumenti online per fidelizzare, offrire supporto e supplementi di informazioni

Comunicare con clienti e colleghi

- Come sviluppare comunicazione e collaborazione online, con i clienti e con i colleghi
- Gli strumenti aziendali per la comunicazione e collaborazione online: intranet, extranet, corporate blog
- Gli strumenti liberamente disponibili: utilizzare Google Docs e le aree riservate sui social media

Sviluppare la rete commerciale (per figure manageriali)

- Come utilizzare internet per reclutare venditori: siti di ricerca e offerta lavoro, specializzati e non; LinkedIn e gli altri social media; Google AdWords
- Come rendere efficaci ed efficienti i processi di selezione con l'uso degli strumenti digitali: dalla pre-selezione dei candidati alla gestione di colloqui preliminari online
- Formare, informare e guidare i venditori: dagli strumenti di collaborazione online, ai webinar, all'e-learning

The logo for Digital Academy is centered on the page. It consists of two stacked rectangular boxes. The top box is white with the word "DIGITAL" in red, uppercase, sans-serif font. The bottom box is red with the word "ACADEMY" in white, uppercase, sans-serif font.

D I G I T A L
A C A D E M Y

Digital Academy è un Marchio di **Key2Know Srl**

Via Durini 26

20122 Milano

T +39.02.91768779

digitalacademy.it

key2know.it