

## **PROJECT MANAGER: LO SVILUPPO COMPETENZE PROMOZIONALI E COMMERCIALI**

### **OBIETTIVI**

L'obiettivo che ci prefiggiamo attraverso il percorso di formazione e le simulazioni in aula/on the job, porterà a sviluppare un approccio sequenziale di ricerca delle vere esigenze dei clienti e di come un Project Manager possa offrire un supporto all'attività commerciale, scoprendo le esigenze dei potenziali e attuali clienti, e aiutando l'azienda a fornire loro soluzioni utili e tempestive.

In particolar modo ci concentreremo su:

- Costruire e mantenere il rapporto di fiducia con il cliente
- Comprendere il processo decisionale del cliente e i ruoli di acquisto
- I principi e le tecniche della vendita collaborativa

L'intervento che si propone di realizzare chiama direttamente in causa la competenza "commerciale" dei Project Manager al fine di diventare il motore del cambiamento richiesto.

Il cambiamento più importante è quello di fornire una "nuova" cultura commerciale alle persone preposte per essere più determinanti ed incisive nel mercato/cliente, in particolar modo se inseriti all'interno di un processo di vendita complessa e di valore.

### **DATI ORGANIZZATIVI**

- *Durata*: da definire in base a obiettivi e fabbisogni del cliente
- *Destinatari*: per aula max 8 persone
- *Modalità di erogazione*: alternanza teoria ed esercitazioni

### **CONTENUTI**

La conoscenza di alcuni dei principi fondamentali della promozione da parte dei Project Manager rappresenta una possibile risposta all'esigenza di affrontare i mutamenti del mercato. I tecnici si trovano in una posizione di vantaggio sia nel percepire i problemi del cliente sia nel proporgli soluzioni.

Ciò per diversi motivi ma, principalmente, per la naturale fiducia che si instaura normalmente con il tecnico, che viene visto come un solutore di problemi piuttosto che come un venditore di prodotti. L'idea è alternare azioni di coaching di gruppo a incontri formativi di gruppo in modo da supportarli in un processo di auto-sviluppo capace di favorire e guidare il proprio successivo sviluppo.

Agire dal punto di vista sia individuale che di gruppo consente l'allineamento tra il ruolo ricoperto e le competenze da sviluppare per massimizzare il risultato generale che si vuole perseguire sintetizzabile negli obiettivi che seguono:

- Favorire un "cambiamento di passo" dei Project Manager coinvolti nel modo di porsi e proporsi al mercato, attraverso azioni volte allo sviluppo sia motivazionale che competenze;
- Sviluppare la consapevolezza dei partecipanti della componente commerciale nella propria professionalità;
- Fornire strumenti, metodologie e tecniche utili al raggiungimento degli obiettivi comuni;
- Introdurre un metodo condiviso che contribuisca a sviluppare un know-how e una cultura d'impresa volti al costante miglioramento dei risultati;
- Utilizzare una metodologia semplice ed efficace per individuare le esigenze del cliente
- Implementare un approccio strutturato per trasmettere in azienda le informazioni utili alla strategia commerciale
- Conoscere i principi e le tecniche fondamentali della vendita "collaborativa".