

**Titolo del progetto: “SAPERE LA STRADA: evoluzione del professionista nella nuova economia.”
Le tre mosse strategiche per gestire il Mercato invece di subirlo. 3 pomeriggi: 14.00-18.00**

PRIMO MODULO: COME GESTIRE IL MERCATO INVECE DI SUBIRLO - Lunedì 10-4-2017

FINALITÀ: Guardare il mercato con gli “occhi del Cliente” e non solo con “i nostri”: i benefici collegati.

CONTENUTI

- Evoluzione del comportamento dei Clienti in mercati caratterizzati da elevata competitività (B2B e B2C – Servizi). Come deve aggiornarsi il processo della relazione con il Cliente.

- Una innovativa scoperta-proposta: Il Cliente NON paga solo un prezzo, ma acquista un “SUO” Valore percepito, scelto tra i TRE possibili:

Utilità – nella valutazione del Cliente domina la componente economica;

Funzionalità – nella valutazione del Cliente domina la soluzione creata per un “SUO” problema;

*EGO Emotività – nella valutazione del Cliente domina la soddisfazione di sue personali “emozioni”-
Es: il successo nell’attività, essere un innovatore, realizzare un sogno, il senso di appartenenza, etc.*

- La Mappa dei Tre Valori Percepiti: uno strumento innovativo che ci indica quale “Valore” i nostri attuali Clienti attribuiscono al rapporto con noi. **Un esempio di Mappa per capire la metodologia.**

- Le caratteristiche dei 3 tipi di Clientela, rilevabili dalla Mappa dei Tre Valori Percepiti.

SECONDO MODULO: COME GESTIRE LE TRE TIPOLOGIE DI CLIENTELA COLLEGATE AI TRE VALORI.

Mercoledì 19-4-17

FINALITÀ: Sfuggire alla trappola del prezzo-più-basso/sconto: missione possibile gestendo le Tre Tipologie di Clienti.

CONTENUTI:

- I Tre Tipi di Clienti corrispondenti ai 3 Valori Percepiti: le componenti emotive e le parole chiave più consone ad ognuno. I riflessi sulla “comunicazione” e sui loro comportamenti di acquisto rilevabili.
- La “nuova proposta globale” percepita dal Cliente: HARD competences VS/ SOFT competences. **Un caso per capire i nostri punti di forza e di miglioramento.**
- Che cosa occorre cambiare nel comportamento del Professionista Commerciale e dell’Azienda-Studio, per migliorare il rapporto con il mercato: **Servizi Differenzianti vs Servizi Indispensabili.**
- Analisi dei servizi proposti dalla propria Organizzazione al mercato: Indispensabili Vs Differenzianti. Quali aiutano ad essere realmente “competitivi”? **Lavoro di gruppo per capire**

TERZO MODULO: COME SVILUPPARE CRESCITA PROFESSIONALE E MIGLIORI RISULTATI.

Mercoledì 26-4-17

FINALITÀ: puntare sulle opportunità offerte dai “Clienti Soluzione” e “Clienti Starter Emotivo”.

CONTENUTI:

- Il Servizio Differenziante come “elemento distintivo”: che cosa proporre ai Clienti Soluzione e Starter Emotivo
- L’evoluzione della figura del Professionista e dell’Organizzazione: quali **ALTRI NUOVI “RIFERIMENTI”** possono aiutare a restare competitivi – web, formazione propria e dei collaboratori, alleanze passive, consulenze proprie ed alleanze attive, social network-.
- Esempi di attività operativa in essere: che cosa continuare, che cosa aggiornare-modificare, che cosa implementare. *Casi esposti dai Partecipanti, per costruttivi confronti con i Docenti.*

N.B.- sono previste esercitazioni “pratiche”, per facilitare comprensione e applicazione delle INFO trasferite
G. Lanfredini Tel. 348.5801069