



## destinatari

**Professionisti, aziende, e a tutti coloro che vogliono incrementare le vendite, acquisire e fidelizzare la clientela, migliorare le proprie competenze relazionali.**

## durata

**16 ore**

# VENDITA ATTRAVERSO LA PROGRAMMAZIONE NEUROLINGUISTICA

## descrizione

Il percorso propone modalità di applicazione dei principi della Programmazione Neuro-Linguistica (PNL) nella gestione dei processi di comunicazione e di negoziazione tipici delle relazioni di vendita, con lo scopo di rendere la transazione un momento orientato alla logica win-win per tutti i partecipanti e l'attività di chi gestisce la vendita intimamente orientata alla soddisfazione del cliente.

## obiettivi

- Perfezionare la padronanza delle tecniche di comunicazione e di vendita attraverso la Programmazione Neuro Linguistica
- Migliorare le capacità di persuasione e di comunicazione per aumentare il successo nelle negoziazioni.

## programma

- Le basi della comunicazione efficace: cos'è la comunicazione, i presupposti della comunicazione efficace, la percezione della comunicazione altrui
- La relazione con l'interlocutore: la struttura del "Rapport", come creare sintonia attraverso la comunicazione, l'abilità di "ascolto attivo"
- Comprendere gli interlocutori e definire gli obiettivi, il "cosa", il "come", processi e risultati, la "Responsabilità", il concetto di "Ecologia" nella relazione
- Percepire la comunicazione dell'interlocutore, comprendere i messaggi nascosti, "la calibrazione", i 3 livelli di comunicazione: verbale, paraverbale e non verbale
- La negoziazione: come comprendere l'interlocutore, la comunicazione nei suoi diversi metodi di espressione, le caratteristiche percepibili nel livello comunicativo verbale
- Le caratteristiche percepibili nel livello comunicativo paraverbale: volume, velocità, pause
- Il livello comunicativo non verbale: movimenti e gestualità, postura, respiro
- Influenzare l'interlocutore con eleganza: la tecnica del "Ricalco", la tecnica del "Ricalco e Guida"
- I sensi nella comunicazione: visivo, auditivo, cinestesico; la linguistica sensoriale: predicati, verbi, aggettivi  
Conoscere il cliente e gestire le informazioni: essere precisi nella raccolta dati per definire al meglio la situazione
- Schemi di comportamento e di acquisto: individuarli e anticiparli conoscere ed utilizzare le leve inconsce