



**ssifact**

Associazione fra le Società di Factoring Italiane

**CIRCOLARE INFORMATIVA 2/92**

Milano, 15 Gennaio 1992

\*\*\*\*\*  
**OGGETTO:** In allegato si trasmette il calendario ed il programma del CORSO PER ADDETTI ALLA FUNZIONE COMMERCIALE organizzato da ASSIFACT in collaborazione con la società Consulbank del gruppo Poliedros.

Il Segretario Generale  
Prof. *A. Carretta*

\*\*\*\*\*  
**DISTRIBUZIONE:**

ABF FACTORING  
BAI FACTORING  
BARCLAYS FACTORING  
BN FACTORING  
BOLEFIN FACTOR  
CARIPUGLIA FINANZIARIA  
CBI FACTOR  
CENTRO FACTORING  
  
COFIRI FACTOR  
COMIT FACTORING  
CREDIT FACTORING  
DESIO E BRIANZA FACTORING  
FACTOR INDUSTRIALE  
FACTORIT  
FARMAFACTORING  
FIME FACTORING  
FIN-ECO FACTORING  
FINROMA  
FISCAMBI FACTORING  
FIRST CHEMICAL FACTORING  
GEFACTOR  
GENERAL FACTOR  
I.F.I.S. FACTORING  
IFITALIA  
  
MEDIOFACTORING  
MONTE PASCHI FACTOR  
OLIVETTI FINFACTORING  
RCS FACTOR  
RIESFACTORING  
SANPAOLO FACTORING  
  
SAVAFACTORING  
  
SELEFACTOR  
SERFACTORING  
SIFIND  
SOPAFACOR  
SPEI FACTORING  
SUD FACTORING  
TIRRENA PROFESSIONAL FACTOR  
UFB FACTORING ITALIA  
VENETA FACTORING

DOTT. SINNONA  
DOTT. RATTI  
DOTT. VINCENT  
DOTT. CORAGGIO  
DOTT. FEBBRARO  
DOTT. SORINO  
AVV. BONDIOI  
DOTT. GUIDUCCI  
AVV. DEL FRATE  
DOTT. LENCI  
DOTT. GHIDONI  
DOTT. LOCONSOLE  
RAG. BARBIERI  
RAG. REALI  
DOTT. FILIPPI  
DOTT. IANTOSCA  
DOTT. AMBROSIO  
RAG. FACCHETTI  
DOTT. VAZZA  
DOTT. BURCHI  
RAG. CARATI  
DOTT. ROVELLI  
RAG. CASAMASSIMA  
DOTT. BADOGGIO  
AVV. SCIUME'  
DOTT. MUSSO  
DOTT. CALLIGARO  
DOTT. TANSINI  
RAG. ZUIN  
DOTT. SAMAJA  
DOTT. BONAZZOLI  
RAG. DE PALO  
SIG. HAIM  
DOTT. SSA FERRO MILONE  
DOTT. FURLOTTI  
DOTT. BUGLIONI  
DOTT. GUIDORIZZI  
DOTT. CAMBRIANI  
DOTT. CREMA  
DOTT. DE SIMONE  
DOTT. LUZZATTO  
DOTT. GRECO  
DOTT. VITTORI  
DOTT. CANETTA  
DOTT. BARBUI

\*\*\*\*\*

Presidenza e Segreteria:  
Via Cerva, 9 - 20122 Milano MI  
Telefono: (02) 76020127 - Telefax: (02) 76020159

Sede legale:  
Via della Posta, 3 - 20123 Milano MI

Codice Fiscale 97067880159 - Partita I.V.A. 10316950152



## ASSIFACT

### *TECNICHE DI VENDITA "ADDETTI COMMERCIALI SOCIETA' DI FACTORING"*

12 giorni

### *COME QUALIFICARE E MIGLIORARE L'ATTIVITA' COMMERCIALE DELLE SOCIETA' DI FACTORING*

#### Obiettivi del corso

Il corso sulle tecniche di vendita si pone come principale obiettivo quello di rafforzare le capacità di conoscenza e orientamento al mercato sviluppando le capacità di relazione degli addetti ai rapporti con la clientela. Oggi è senza dubbio necessaria una preparazione migliore ed una professionalità adeguata alle esigenze del cliente azienda. La vendita di servizi finanziari va trasformata in attività di consulenza al servizio del cliente. Spirito di iniziativa, autocontrollo, tenacia, capacità di ascolto e intuito saranno alcuni degli argomenti analizzati durante il corso.

#### Edizione

I° modulo 4-5-6-7 febbraio 1992  
II° modulo 3-4-5-6 marzo 1992  
III° modulo 7-8-9-10 aprile 1992

Milano, Hotel dei Cavalieri  
P.zza Missori 2  
Tel. 02-8857  
Orario : 9.00-13.00 14.30-17.30

#### Partecipanti

Il corso è specificamente rivolto ad addetti commerciali attuali o responsabili di consulenza / contatto con la clientela.

#### Strumenti didattici

- Dispensa Consulbank
- Letture specifiche
- Schemi operativi
- Durante il corso verranno svolti colloqui di vendita simulati

# ASSIFACT

## 1ª GIORNATA

### MATTINO

- 09.00-09.30 Apertura del seminario - obiettivi e programma  
 09.30-10.30 Principi generali di marketing  
 11.00-13.00 Le attività parabancarie ed il mercato del factoring

### POMERIGGIO

- 14.30-15.45 L'approccio pianificato di marketing e commerciale  
 16.00-17.30 L'analisi del mercato: i clienti  
 Il comportamento di acquisto nel mercato del factoring

## 3ª GIORNATA

### MATTINO

- 09.00-10.30 Il marketing-mix: il prezzo e la politica distributiva  
 11.00-13.00 Esercitazione sul marketing-mix  
 Discussione dell'esercitazione

### POMERIGGIO

- 14.30-15.45 La gestione del sistema informativo di mercato  
 16.00-17.30 Il sistema informativo di mercato e il data-base di marketing

## 2ª GIORNATA

### MATTINO

- 09.00-10.30 La segmentazione del mercato  
 11.00-13.00 Esercitazione sulla segmentazione del mercato  
 Discussione sull'esercitazione sulla segmentazione del mercato

### POMERIGGIO

- 14.30-15.45 Il marketing-mix: il concetto di servizio e il processo di erogazione  
 16.00-17.30 Il marketing mix: l'immagine e la politica di comunicazione

## 4ª GIORNATA

### MATTINO

- 09.00-10.30 Il modello di acquisto: caso  
 11.00-13.00 Il modello di acquisto: caso

### POMERIGGIO

- 14.30-15.45 L'organizzazione e la preparazione della vendita  
 16.00-17.30 Identificazione dell'area di vendita, dimensione quantitativa e qualitativa, selezione della clientela, le fonti informative di riferimento  
 Sintesi conclusiva del 1° modulo.

5<sup>a</sup> GIORNATA

## MATTINO

09.00-10.30 Ripresa e collegamento modulo precedente. Le fasi dell'attività di vendita

11.00-13.00 Utilizzo schede clienti, schede prodotti (esercitazione)

## POMERIGGIO

14.30-15.45 Tecniche per la formulazione di una proposta su misura per il cliente

16.00-17.30 Le fasi del colloquio di vendita

7<sup>a</sup> GIORNATA

## MATTINO

09.00-10.30 La logica del venditore consulente

11.00-13.00 L'analisi del proprio stile di vendita

## POMERIGGIO

14.30-15.45 Caso : "Servizi Industriali S.p.A."

16.00-17.30 Caso : "Pascutti & C. S.p.A."

6<sup>a</sup> GIORNATA

## MATTINO

09.00-10.30 La comunicazione interpersonale (concetti generali)

11.00-13.00 La comunicazione verbale

## POMERIGGIO

14.30-15.45 Ascolto attivo

16.00-17.30 La comunicazione non verbale

8<sup>a</sup> GIORNATA

## MATTINO

09.00-10.30 Esercitazione di comunicazione e vendita simulata

11.00-13.00 Esercitazione di comunicazione e vendita simulata

## POMERIGGIO

14.30-15.45 Discussione simulazioni di vendita

16.00-17.30 Tipologie di personalità  
Sintesi conclusiva II° modulo

9<sup>a</sup> GIORNATA

## MATTINO

- 09.00-10.30 Ripresa dei concetti del modulo precedente  
Esercitazione di comunicazione e vendita simulata
- 11.00-13.00 La chiusura della trattativa e il trattamento delle obiezioni

## POMERIGGIO

- 14.30-15.45 Caso : la Signora Mobili
- 16.00-17.30 Chiusura in caso di sottoscrizione e non sottoscrizione

11<sup>a</sup> GIORNATA

## MATTINO

- 09.00-10.30 La gestione delle vendite  
Monitoraggio e controllo del piano
- 11.00-13.00 Analisi e valutazione delle piattaforme di vendita individuali e di gruppo

## POMERIGGIO

- 14.30-15.45 Meccanismi sistematici di verifica operativa dell'attività commerciale. Esercitazione
- 16.00-17.30 Commento ai risultati dell'esercitazione

10<sup>a</sup> GIORNATA

## MATTINO

- 09.00-10.30 I canali di vendita (rapporti con reti bancarie e di distribuzione di prodotti finanziari)
- 11.00-13.00 La vendita per obiettivi  
Valutazione e sviluppo del collaboratori

## POMERIGGIO

- 14.30-15.45 Valutazione dei risultati e degli obiettivi
- 16.00-17.30 Organizzazione della vendita. Attività e gestione di strumenti integrativi complementari:

- le lettere promozionali - il portfolio
- i rapporti con reti esterne - cross-selling

12<sup>a</sup> GIORNATA

## MATTINO

- 09.00-10.30 La commercializzazione e promozione con strumenti innovativi di direct marketing  
Il direct mailing, il telemarketing, il couponing
- 11.00-13.00 L'uso del telefono nell'attività di vendita (le griglie di conversazione, l'organizzazione base)

## POMERIGGIO

- 14.30-15.45 La motivazione alla vendita (individuazione di necessità e possibilità derivanti dai piani di incentivazione)
- 16.00-17.00 L'attività gestionale della vendita (formalizzazione, compilazione, modulistica, relazioni visita-reporting)
- 17.00-17.30 Valutazione dei risultati e degli obiettivi