

Handbook: alcune referenze



AUDI - Processi Vendita Manuale per i Consulenti di Vendita

Indice

Introduzione	9
Introduzione al manuale	11
Sezione 1. Gli strumenti del Venditore	19
Capitolo 1.1:	
La comunicazione Interpersonale	21
a. Obiettivi del Capitolo	21
b. Metodologie e Best Practices	21
Il ciclo di comunicazione	21
Accoglienza e prima Impresione verso il Cliente	23
Scheda di Approfondimento - il dress code AUDI	24
L'Ascolto attivo	25
Modello della "3 conversazioni"	26
Allineamento con il Cliente	27
Il modello Big Five	29
Il Principio di Cialdini	30
La tecnica delle 4 orecchie o dei colori	31
c. Scheda di approfondimento	32
Capitolo 1.2:	
Gestione del tempo del Venditore Audi e piano individuale d'azione	35
a. Obiettivi	35
b. Metodologie e Best Practices	35
Organizzazione a tre blocchi dell'agenda del Venditore	35
c. Scheda Approfondimento: gestione del tempo - suggerimenti organizzativi per Titolari ed Audi Manager	37
Metodo per la gestione del tempo	37
Gestione del tempo - ulteriori approfondimenti	38
Pianificazione mensile e piano d'azione individuale	41
Scheda di approfondimento: "la routine di cambiamento" il concetto di KATA	43
Capitolo 1.3:	
Strumenti Informativi	45
Sezione 2. Le attività del Venditore Audi	47
Capitolo 2.1:	
La prospezione attiva	49
a. Obiettivi dell'attività	49
b. Ruolo del Venditore Audi	49
c. KPIs (indicatori chiave di performance)	50

Audi Top Service
Manuale Management del Service.

Indice

Strumenti del Venditore	▼
1.1 Comunicazione Interpersonale	◀
1.2 Gestione del Tempo	◀
Attività del Venditore Audi	▼
2.1 Prospezione Attiva	◀
2.2 Vendita Proattiva	◀
2.3 Follow Up su Inventuto	◀
2.4 Cross Selling	◀
2.5 Strategie di Rinnovo	◀

STRUMENTI DEL VENDITORE

- COMUNICAZIONE INTERPERSONALE
- GESTIONE DEL TEMPO

ATTIVITÀ DEL VENDITORE AUDI

- PRESENTAZIONE VETTURA
- PRIMO CONTATTO
- PROSPERAZIONE ATTIVA
- ANALISI ESISTENZE
- OFFERTA
- TEST DRIVE
- CONCLUSIONE
- CROSS SELLING
- CONSEGUENZA
- STRATEGIE DI RINNOVO
- OUTREACH
- MANUTENIMENTO
- FOLLOW UP