



Ulisse

Soft Skills for Employability

ESERIZI PER MIGLIORARE L'“ATTENZIONE AL CLIENTE”



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ULISSE is a Strategic Partnership for Higher Education project (2018-1-IT02-KA203-048286). The European Commission support for the production of this website does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

INTRODUZIONE

Avere attenzione per il cliente significa saper ascoltare attentamente gli altri; comprendere correttamente il messaggio dell'altro; agire in sintonia con i bisogni dell'altro.

Esempi

- Identificare e analizzare le necessità del cliente
- Ascolto attivo empatico
- Comprendere le aspettative del cliente
- Rimanere concentrate sui compiti assegnati
- Prestare attenzione ai dettagli
- Lavorare con grande precisione
- Senso di responsabilità

Nel laboratorio si utilizzano i seguenti esercizi:

- 1) Le nostre ipotesi
- 2) Cosa compra il cliente
- 3) Workshop “Apprendimento basato sulla simulazione”

1. Esercizio 1: Le nostre ipotesi

L'obiettivo dell'esercizio è quello di mostrare le tante diverse ipotesi che abbiamo sulle altre persone - pensare che la nostra esperienza culturale o personale sia la stessa di chiunque altro può essere pericoloso.

Può essere confortante per le persone immaginare che gli altri pensino e si comportino come immaginiamo noi: ci fa “adattarci” e pensare di essere “normali”. Il problema è che la “normalità” è un costrutto sociale e questa convinzione - che la nostra esperienza sia l'esperienza di tutti - è del tutto falsa.

Gli studenti rispondono su diverse affermazioni, scrivendo le risposte nella piattaforma Mural.

Tempo dell'esercizio: 5 minuti

Discussione successiva: 10 minuti

1.1. Fasi dell'esercizio

Gli studenti (uno alla volta) devono rispondere alle seguenti domande utilizzando la piattaforma Mural:

«Mi sono svegliata presto oggi!»

A che ora si è svegliata?

«Fuma troppe sigarette al giorno»

Quante sigarette fuma al giorno?

«Sono sovrappeso»

Quanto pesa?

«Ha un ottimo stipendio»

Quanto guadagna?

1.2. Strumenti e risorse

Piattaforma digitale: <https://www.mural.co/>

Il docente prima di usare Mural deve preparare il materiale sulla piattaforma.

1.3. Suggerimenti per i formatori

I formatori dovrebbero aspettarsi dagli studenti le risposte più diverse possibili: in un'ampia gamma di numeri si consiglia di ragionare su quale per qualcuno sembra un valore minimo e per altri il massimo.

Successivamente il formatore dovrebbe evidenziare le differenze maggiori per mostrare che "normale" può essere diverso.

1.4. Bibliografia

N/d

2. Esercizio 2 “Cosa compra il cliente?”

L'obiettivo è mostrare le nostre ipotesi su ciò che pensiamo, cosa acquistano i clienti e qual è il vero obiettivo del processo di acquisto, dietro le nostre ipotesi.

Durata dell'esercizio: 10 minuti

Discussione successiva: 10 minuti

2.1. Fasi dell'esercizio

Gli studenti fanno "brainstorming online" - in una forma libera dovrebbero scrivere 1 parola per 1, cosa pensano, cosa comprano i clienti.

Successivamente il formatore organizza la discussione e mostra nella presentazione le risposte corrette:


WHAT DOES CUSTOMER BUY?

People don't buy products.

They buy a **SOLUTION** to their PROBLEM.

They buy the **OUTCOME** they really desire.

They are ultimately buying a **TRANSFORMATION** they want in their lives.



2.2. Strumenti e risorse

Piattaforma digitale: <https://www.mural.co/>

Il docente prima di usare Mural deve preparare il materiale sulla piattaforma.

2.3. Suggerimenti per il docente

Il formatore dovrebbe consentire agli studenti di scrivere le risposte senza alcuna interruzione, favorire la più ampia gamma possibile di idee, senza dare alcuna direzione.

Dopo l'esercizio, il formatore fornirà le risposte corrette e spiegherà come sono collegate, cosa hanno scritto gli studenti. Di solito la maggior parte delle risposte degli studenti sono corrette, ma dietro ci sono le “risposte di base”: soluzione, risultato, trasformazione.

2.4. Bibliografia

“Southwestern Advantage” Sales materials;

<https://medium.com/pitch-perfect/sell-the-solution-df62981ec51d>

<https://wpwolfepress.com/people-buy-solutions-to-their-problems/>

3. Esercizio 3 “Workshop “Apprendimento basato sulla simulazione”

L'obiettivo è lavorare con diversi tipi di personalità e mostrare le loro diverse esigenze e come parlare con loro. Nella conversazione gli studenti impareranno a scoprire il tipo di personalità che hanno di fronte e a evidenziare il beneficio che possono trarne.

Durata dell'esercizio: 20 minuti

Discussione successiva: 20 minuti

3.1. Fasi dell'esercizio

Suddividere gli studenti in 4 gruppi (4-5 persone per gruppo)

Il formatore assegna a ogni gruppo un tipo di personalità.

Ogni gruppo deve condurre una conversazione su un compito specifico, ad esempio vendere un cellulare (o altro bene) a un cliente (con un certo tipo di personalità).

Durante la conversazione devono porre domande al cliente per scoprire le sue esigenze e, successivamente, evidenziare quei requisiti tecnici del bene in questione, che sono importanti per il tipo specifico di cliente.

Dopo l'esercizio, ciascun gruppo presenta agli altri gruppi partecipanti una conversazione strutturata.

Dopo ogni presentazione si svolgono discussioni (lati positivi e negativi o informazioni aggiuntive) in una conversazione strutturata.

3.2. Strumenti e risorse

Non sono necessari particolari strumenti. .

3.3. Suggerimenti per il formatore

Dopo ogni discussione il formatore dovrebbe aggiungere informazioni utili, ad esempio su ciò che non è stato menzionato nella conversazione ed evidenziare i lati positivi della conversazione. Se qualcosa non era corretto, dovrebbe correggerlo e dovrebbe fornire informazioni o suggerimenti corretti.

3.4. Bibliografia

Rajiv Kumar and Vidyanand Jha (2017), Traits of Leaders and Active Listening: A Theory; ig-global.com;

<https://medium.com/pitch-perfect/sell-the-solution-df62981ec51d>

<https://wpwolfepress.com/people-buy-solutions-to-their-problems/>