

Ricerca di nuovi potenziali clienti B2B



Marzo 2021



Hike Up Consulting

strategy | marketing | sales

OBIETTIVI E RISULTATI ATTESI

Obiettivi:

- Fornire a piccoli imprenditori, professionisti, sales manager e business development manager gli strumenti teorici e pratici per ricercare e ingaggiare con successo nuovi potenziali clienti B2B
- Supportare i partecipanti non solo nella comprensione dei temi trattati e degli strumenti associati, ma anche nella loro implementazione sul campo

Risultati attesi:

- Generazione di nuovi potenziali clienti in modo prevedibile e continuativo
- Creazione di un processo di prospecting professionale e adeguato al contesto aziendale



IL PERCORSO

Il percorso prevede

- **6 sessioni formative** interattive online della durata di 3 ore ciascuna a distanza di una settimana l'una dall'altra
- **4 sessioni di Q&A** online della durata di massimo 45 minuti ciascuna a distanza di due settimane l'una dall'altra
- **Supporto continuativo** asincrono via e-mail e gruppo WhatsApp per poter interagire con gli altri partecipanti

Programma:

SETTIMANA 1: Cliente ideale, buyer persona e offerta

SETTIMANA 2: Prospecting via e-mail

SETTIMANA 3: Prospecting telefonico

SETTIMANA 4: Prospecting via LinkedIn

SETTIMANA 5: Sequenze di prospecting e networking professionale

SETTIMANA 6: Gestione del database e metriche

4 x Sessioni Q&A



SETTIMANA 1: Cliente ideale, buyer persona e offerta

La prima sessione si focalizza sulle domande a cui ciascun partecipante deve rispondere prima di poter iniziare qualsiasi attività di prospecting: Chi sono i miei clienti ideali? Come ragionano? Qual'è l'offerta migliore per rispondere alle loro esigenze?

Dopo aver fissato i concetti fondamentali, i partecipanti partiranno dalle informazioni e dalle esperienze disponibili per identificare i percorsi di sviluppo commerciale più adeguati.

Cosa portano a casa i partecipanti:

- Come e perché focalizzare gli sforzi commerciali per ottenere più risultati
- Comprendere il cliente per aprire conversazioni di valore

Modalità didattica: classe interattiva + esercitazioni pratiche + compiti a casa + supporto via e-mail



SETTIMANA 2: Prospecting via e-mail

Nel B2B praticamente tutti i potenziali clienti hanno un'e-mail e generalmente controllano la propria inbox diverse volte nel corso della giornata. Per questo, nonostante sia uno strumento di comunicazione ormai abusato, l'e-mail resta uno dei migliori strumenti per raggiungere i decision maker.

In questa sessione i partecipanti imparano a costruire una sequenza efficace di prospecting via e-mail, attraverso esempi pratici e comprendendo le logiche per costruire e-mail di successo.

Cosa portano a casa i partecipanti:

- Come costruire una sequenza di prospecting via e-mail
- Come costruire una lista verificata di contatti targettizzati
- Strumenti e suggerimenti per essere più efficaci attraverso l'organizzazione e l'automazione

Modalità didattica: classe interattiva + esercitazioni pratiche + compiti a casa + supporto via e-mail



SETTIMANA 3: Prospecting telefonico

Non sempre l'e-mail rappresenta lo strumento più adeguato per raggiungere le persone e le aziende che più ci interessano. Per questo il contatto telefonico a freddo è uno strumento indispensabile per la ricerca di nuovi clienti.

I partecipanti comprenderanno come superare l'ostacolo del centralino e tutti gli step su cui deve essere costruita una buona telefonata di prospecting a freddo.

Cosa portano a casa i partecipanti:

- Cosa dire e cosa non dire durante il primo contatto
- Come superare l'ostacolo del centralino
- Come superare la paura del rifiuto e alzare la cornetta

Modalità didattica: classe interattiva + esercitazioni pratiche + compiti a casa + supporto via e-mail



SETTIMANA 4: Prospecting via LinkedIn

Oggi non è possibile evitare di avere un'identità digitale. Se non la gestiamo noi, qualcuno lo farà per noi.

Per l'azienda l'identità digitale è il sito internet, per il venditore è il proprio profilo LinkedIn. In questa sessione i partecipanti impareranno le basi di LinkedIn e metteranno in pratica i passi necessari per sfruttare questo strumento compatibilmente con le proprie necessità.

Cosa portano a casa i partecipanti:

- Perché LinkedIn è oggi uno strumento indispensabile nella vendita B2B
- Come creare un profilo LinkedIn efficace in poco tempo
- Come sfruttare LinkedIn per trovare e contattare nuovi potenziali clienti

Modalità didattica: classe interattiva + esercitazioni pratiche + compiti a casa + supporto via e-mail



SETTIMANA 5: Sequenze di prospecting e networking

Una volta poste le basi per padroneggiare i singoli canali di comunicazione, sarà possibile impostare un processo vero e proprio, costruito con un approccio bilanciato che rispetta i tempi e lo stile dei partecipanti.

Oltre a questo i partecipanti impareranno l'importanza e le modalità per costruire un network professionale in modo efficace e costruttivo.

Cosa portano a casa i partecipanti:

- Come costruire sequenze di prospecting efficaci
- Spunti pratici per costruire il proprio network professionale per le referenze

Modalità didattica: classe interattiva + esercitazioni pratiche + compiti a casa + supporto via e-mail



SETTIMANA 6: Gestione di database e metriche

Quando il processo di prospecting è pienamente compreso e funzionante, i risultati sono funzione del volume di contatti. Ma con il volume, aumenta la complessità e diventa indispensabile tenere sotto controllo le azioni quotidiane e le metriche associate, per migliorare giorno dopo giorno.

In questa sessione i partecipanti impareranno le basi della gestione della pipeline di vendita ed esploreranno i principali strumenti disponibili e accessibili a tutte le tasche.

Cosa portano a casa i partecipanti:

- Come gestire efficacemente la pipeline di vendita
- Strumenti di Contact Management e Customer Relationship Management

Modalità didattica: classe interattiva + esercitazioni pratiche + compiti a casa + supporto via e-mail



Sessioni di affiancamento

Una volta apprese le basi e costruiti gli strumenti per il prospecting efficace, arriva la pratica.

E' in questa fase che il partecipante scopre nuove difficoltà e matura nuove domande.

Per questo i partecipanti non sono lasciati soli e possono usufruire di 4 ulteriori sessioni dedicate ad analizzare i risultati dell'attività svolta sul campo.

Modalità didattica: sessione di affiancamento per l'analisi critica del lavoro svolto

