



CORSO DI COMUNICAZIONE PERSUASIVA PER PRODOTTI E SERVIZI

Coinvolgere gli interlocutori presenti nel mercato è oggi l'obiettivo delle aziende più *smart*, capaci di trasformare il prodotto e i servizi in emozioni significative, che giocano un ruolo importante nel processo decisionale dell'acquisto.

Nell'era moderna, il successo del marketing si basa anche sulle **storie che le aziende raccontano**. La comunicazione persuasiva è, dunque, fondamentale per creare connessioni emotive con i clienti, rendendo i prodotti e i servizi più memorabili e attraenti.

Il corso in oggetto consentirà ai partecipanti di:

- imparare ad utilizzare tecniche di persuasione efficaci;
- redigere storie coerenti e di impatto basate sui bisogni e sulle emozioni del cliente;
- incrementare il presidio della relazione con i clienti;
- posizionare con maggiore efficacia prodotti e servizi sul mercato.

Le attività in aula permetteranno ai partecipanti di redigere **un piano di azione** utile a sviluppare la comunicazione persuasiva, lo stile specifico di un'azienda che sappia gestire con autorevolezza e maggiore efficacia prodotti e servizi sul mercato.

Attraverso esempi pratici e modelli comprovati verranno acquisite le competenze per rendere le proposte di vendita più accattivanti, imparando a pianificare chiari obiettivi di comunicazione **e a proporli con gli stili adeguati al target di riferimento**.

Programma.

Modulo 1: Introduzione alla comunicazione persuasiva (2 h teoria + 2 ore esercitazione)

- Definizione e caratteristiche della comunicazione persuasiva.
- Stili e dimensioni della comunicazione aziendale.
 - Esercizi

Modulo 2. Analizzare il comportamento del cliente (2 h teoria + 2 ore esercitazione)

- Approccio pratico alla comunicazione efficace.
- Tecniche e metodi di ascolto attivo.
 - Esercizi



Modulo 3. I bisogni e le emozioni nel processo di acquisto (2 h teoria + 2 ore esercitazione)

- Identificare le leve del processo decisionale del cliente per costruire una proposta mirata.
 - Esercizi

Modulo 4: I principi della persuasione (2 h teoria + 2 ore esercitazione)

- Principali autori e modelli.
 - Esercizi

Modulo 6. Dalle esigenze dei clienti alle proposte in target (2 h teoria + 2 ore esercitazione)

- Prodotti e servizi: i benefici concreti e comunicabili.
- Target: metodi per la rilevazione.
 - Esercizi

Modulo 7. Business e storytelling di impresa (2 h teoria + 2 ore esercitazione)

- Come redigere storie per un impatto maggiore.
 - Esercizi

Modulo 8. Strutturare le argomentazioni in modo efficace. (2 h teoria + 2 ore esercitazione)

- Lo storytelling alla guida delle emozioni.
- La scrittura emozionale.
 - Esercizi

Modulo 9. Il piano di comunicazione (2 h teoria + 2 ore esercitazione)

- Modelli per la progettazione e pianificazione.
 - Esercizi
 -

Modulo 10. Gli obiettivi aziendali e il piano di comunicazione (2 h teoria + 2 ore esercitazione)

- Stesura delle attività e degli obiettivi programmatici.
- Strategie e operatività.
 - Esercizi

Modulo 11: Visione e Comunicazione Strategica (2 h teoria + 2 ore esercitazione)

- Definire e comunicare una visione chiara e coinvolgente.
- Coinvolgere con la visione clienti e pubblico.
- Esercizi



Modulo 12. Le diverse situazioni di vendita: (2 h teoria + 2 ore esercitazione)

- Assertivo, persuasivo, competitivo. Tecniche e metodi.
 - Esercizi

Modulo 13: Comunicazione Persuasiva e Negoziazione - (2 h teoria + 2 ore esercitazione)

- **Metodi e tecniche**
- **Valutazione di casi studio**
 - Esercizi

Modulo 14. Diritti e doveri dei lavoratori

Modulo 15. Sicurezza nei luoghi di lavoro.