

doc. pdf (6 pagg.) di PRESENTAZIONE del mio e-book ©**Copyright Olga De Giorgi**

< **“PUBBLICITA’, NEGOZIAZIONE, VENDITA: norme, tecniche e modelli per le
COMUNICAZIONI e PRATICHE COMMERCIALI on & offline”**

ACQUISIZIONE & GESTIONE CLIENTI e PROSPECT PLURI•CANALE >

II edizione di settembre 2020

B2B & B2C a norma

online dal 28/9/20 al link <http://www.selezione-formazione.org/2020/09/28/pubblicita-negoziazioni-vendite-ebook-olga-de-giorgi-II-ediz-settembre-2020/>



e-book ©Copyright Olga De Giorgi
**PUBBLICITA’, NEGOZIAZIONE, VENDITA: norme, tecniche e
modelli per le COMUNICAZIONI e
PRATICHE COMMERCIALI on & offline**
ACQUISIZIONE & GESTIONE CLIENTI e PROSPECT PLURI•CANALE
II Edizione: settembre 2020

Olga De Giorgi

Autrice specialista aree HR & Sales



www.selezione-formazione.org

*La mia mission è contribuire all'evoluzione delle persone
mediante la conoscenza sostanziata (teorie, modelli,
tecniche, norme..)*

Questo mio e-book ©copyright Olga De Giorgi

**< "PUBBLICITA', NEGOZIAZIONE, VENDITA: norme, tecniche e modelli per le
COMUNICAZIONI e PRATICHE COMMERCIALI on &offline" - ACQUISIZIONE & GESTIONE
CLIENTI e PROSPECT PLURI•CANALE>**

II edizione di settembre 2020

è parte dell'iniziativa **<B2B & B2C a norma>**

PREFAZIONE

Nella II edizione settembre 2020 di questa mia pubblicazione resa disponibile in formato digitale (doc. pdf) e-book ©Copyright Olga De Giorgi <“PUBBLICITA’, NEGOZIAZIONE, VENDITA: norme, tecniche e modelli per le COMUNICAZIONI e PRATICHE COMMERCIALI on &offline” - ACQUISIZIONE & GESTIONE CLIENTI e PROSPECT PLURI•CANALE [B2B & B2C a norma]> sono inclusi ed integrati, ampliati ed approfonditi, i contenuti dell’edizione precedente di maggio 2019: la novità della presente II edizione di 512 pagine complessive attiene all’inclusione di circa n°50 modelli relativi alla COMUNICAZIONE UMANA [efficace, emotivo-emozionale, persuasiva, et.] ed all’influenza e persuasione, tecniche di negoziazione e vendita suggeriti nella conduzione professionale del colloquio|consulenza, oltre a diverse mie pubblicazioni ©Copyright Olga De Giorgi indicate nelle fonti [talune già pubblicate ed integralmente consultabili sul mio sito web@selezione-formazione.org]. La professionale e consapevole conoscenza ed applicazione di teorie, modelli, metodi e dell’ampio corpus di norme attinenti alle attività commerciali (e marketing) svolte in via prevalente e non - in tutte le **macro-fasi del flusso di vendita [pre • sales • post]** realizzato in toto o parzialmente **online e/o offline**, nel B2B & B2C, e l’accorta **gestione della clientela in ottica pluri • canale** sono gli argomenti su cui verte questo mio e-book© per lo sviluppo ed affinamento delle **competenze professionali o specialistiche di tipo tecnico-commerciale**: accompagnando il/la lettore/lettrice nella conoscenza sostanziata e specifica dell’ampio repertorio teorico-pratico, orientato specificatamente per le aree commerciali & marketing, si coadiuva il personale percorso esperienziale volto all’evoluzione ed espressione delle proprie potenzialità umane e professionali, divenendo *progressivamente* “competenti”.

I contenuti di questo mio e-book© sono consigliati per sostanziare le competenze di *profile* di liberi professionisti in attività, imprenditori o figure professionali operanti a diversi livelli e posizioni lavorative nelle società [micro imprese, PMI, MGI], per le attività *on&offline* svolte in via principale e non, in ambito professionale, commerciale (e marketing), con riguardo alle *seguenti* specificità:

- ✓ modelli, tecniche e metodi evinti dalle diverse branche del dominio della Psicologia afferenti la <comunicazione umana> [efficace, emozionale, persuasiva, et.] e la formazione dei significati e concetti nel connubio “influenza e persuasione” professionalmente e consapevolmente inquadrato;

- ✓ modelli e tecniche caratteristici della formazione e professionalità dell'area commerciale con finalità di conduzione di tutte le fasi del colloquio|consulenza per la vendita di prodotti |servizi, *particolarmente se* complessi, con focalizzazioni 'step-by-step' ;
- ✓ con riferimento alla normativa principale valevole trasversalmente per tipologia di professione o impresa, settore e categoria merceologica, e con finalità applicativa nelle fasi d'acquisizione e gestione di clienti effettivi o prospect [B2C e B2B], online & off-line: *ciò* ne implica l'attuazione nelle comunicazioni & pratiche commerciali nelle fasi promozionali e pubblicitarie, di proposizione commerciale, e di negoziazione e vendita di prodotti e/o servizi – *ivi* inclusi i contratti di prestazioni di servizi fruibili per la clientela - e le diverse tipologie di contratti stipulati in forma verbale o scritta, considerate le differenti modalità d'attuazione dei processi [fasi: pre • sales • post] *secondo norme*.

Guida completa, *benchè* non esaustiva, in questa mia pubblicazione© sono focalizzati i temi principali caratteristici delle aree Sales & Marketing con *oltre* n°50 modelli e tecniche, circoscritti dalla consultazione di n. 12 impianti normativi di riferimento - trasversali per settori, categorie merceologiche, professionalità - e da regolamenti attuativi, delibere delle Authority, linee guida ad integrazione; know how e skills set attinenti le competenze professionali e tecnico-commerciali relative all'operatività negli ambiti B2C e B2B - on & off-line – per le attività di:

- prospecting & profilazione (*a norma*) per l'acquisizione e gestione clienti effettivi o prospect
- attuazione di comunicazione & pratiche commerciali **pluri•canale** (*a norma*): promozioni "personalizzate", pubblicità [offerta al pubblico: B2B ; B2C], contratti conclusi con differenti modalità *on & offline* di proposizione, negoziazione, vendita e consulenze professionali;
- gestione professionale dei reclami (*a norma*)
- progettazione della Customer Experience pluri • canale [introduzione] in linea con gli orientamenti di Brand Experience e Marketing Esperienziale
- applicazione del corpus specifico di norme nelle attività commerciali nelle macro-fasi del flusso di vendita [pre • sales • post]: norme, tecniche e metodi, ed indicazioni operative.

Per esemplificazione, nel mio presente elaborato© sono sintetizzati i contenuti afferenti le norme vigenti in ambito commerciale, trasversali per settori, categorie merceologiche e professioni, al fine di impostare e realizzare correttamente i **processi di comunicazione, promozione/pubblicità, proposizione commerciale, negoziazione e vendita, ed assistenza clienti**, siano essi eseguiti da singoli professionisti o delle imprese - anche mediate da terzi, siano essi espletati e/o trasmessi attraverso diversi canali di comunicazione **on&offline** [ad esempio: pubblicità, offerta al pubblico trasmessa sui media tradizionali e/o moderni], siano essi attuati attraverso i canali distribuzione online & offline, siano essi rivolti all'audit destinatario "cliente privato" [cliente Consumer nel **B2C**, incluso il segmento Retail] e/o "cliente azienda" [cliente Corporate nel **B2B**, incluse le pratiche tra professionisti con p.iva].

Con la lettura approfondita di questo mio e-book©Copyright Olga De Giorgi è possibile applicare i contenuti tecnico-commerciali integrati dal corpus di norme vigenti – trasversali per settore/categoria merceologica e professionalità - per implementare la propria professionalità nell'operatività di **imprenditori, liberi professionisti, figure professionali e manageriali** operanti nei vari contesti aziendali, (etc.) – *particolarmente* per le posizioni lavorative delle aree vendite & marketing - operanti nel B2C e nel B2B, *online & offline* [macro-fasi pre • sales • post], per:

- Documento d'informativa pre-contrattuale (a norma)
- Documento attinente le condizioni di vendita (a norma)
- Documento d'informativa in materia di trattamento dei dati personali (a norma)
- Attuare sui diversi canali *on&offline* comunicazioni individuali d'invito all'acquisto, messaggi pubblicitari [diversi media], e proposizione commerciale (a norma)
- Attuare sui diversi canali *on&offline* comunicazioni e pratiche commerciale, progettare e realizzare flussi di vendita e di gestione cliente mediante diversi canali e modalità (a norma)
- Profilazione dei targets di "clientela effettiva \ prospect" (a norma)
- Conduzione professionale di colloqui|consulenze
- Gestione professionale dei reclami (a norma)

- Rimodulazione dei flussi/processi [BPM, BPI]: *ad esempio* per ri-allineamento alle norme

etc.

Ulteriori aspetti disciplinati dalle normative specifiche per settore/categoria merceologica, tipologie di professioni/impresa, sono da integrare (*in aggiunta*) come parte sostanziale dei contenuti professionali delle comunicazioni e pratiche commerciali.

La struttura di questo mio e-book ©Copyright Olga De Giorgi < **'PUBBLICITA', NEGOZIAZIONE, VENDITA: norme, tecniche e modelli per le COMUNICAZIONI e PRATICHE COMMERCIALI on & offline"** - ACQUISIZIONE & GESTIONE CLIENTI e PROSPECT PLURI•CANALE [B2B & B2C a norma] > in II edizione settembre 2020 è articolata in n. 3 macro parti (tot. 512 pagine):

| | |
|---|----------|
| PARTE I < norme per le comunicazioni & pratiche commerciali <i>online & offline</i> : pubblicità, negoziazioni, vendite, modalità contrattuali <i>pluri • canale</i> > | pag. 17 |
| PARTE II < norme relative al trattamento dei dati personali <i>pluri • canale</i> , per le comunicazioni & pratiche commerciali <i>on & offline</i> > | pag. 241 |
| PARTE III < COMUNICAZIONE UMANA [modelli e tecniche di comunicazione efficace, emotivo-emozionale e persuasiva] & modelli di business <i>pluri • canale</i> per le pratiche commerciali <i>on & offline</i> > | pag. 366 |

segue l'indice analitico