

# Sales Connect

Trasforma il tuo approccio commerciale.  
Da operativo a consulenziale, strutturato  
e orientato al valore.



**idro** **Acade  
my**

Formiamo i professionisti dell'idraulica



WE ARE HYDRAULICS

Grafica e illustrazioni a cura di  
The Bridge MED srl

SALES CONNECT © 2026 di SBC Group.  
Tutti i diritti riservati

# Sales Connect

- 4 ore asincrone on demand
- 1,5 ore follow-up in diretta
- Fruibile da tutti i dispositivi
- Attestato di partecipazione
- Certificazione finale con test
- Schemi e materiali scaricabili

Euro 800,00

## il Corso

**Sales Connect** è un programma formativo progettato per sviluppare competenze di vendita evolute, trasformando l'approccio commerciale da operativo a consulenziale, strutturato e orientato al valore.

Il percorso integra principi di neuroscienze, psicologia della decisione e tecniche avanzate di comunicazione, con l'obiettivo di rendere il venditore più efficace nel comprendere, influenzare e guidare il cliente lungo tutto il processo di acquisto.

Alla base del metodo c'è un cambio di paradigma: le persone non vogliono che gli venga venduto qualcosa, ma desiderano sentirsi comprese, fidarsi dell'interlocutore e decidere in autonomia. Per questo il corso sposta il focus dalla vendita del prodotto alla gestione del processo decisionale del cliente.

Durante il percorso, i partecipanti acquisiscono strumenti pratici per leggere i comportamenti e le dinamiche mentali del cliente, adattare la propria comunicazione ai diversi stili relazionali, utilizzare in modo efficace domande strategiche e tecniche di ascolto, gestire le obiezioni senza creare conflitto e aumentare il valore percepito delle soluzioni proposte.

Il risultato è un professionista della vendita più consapevole, strutturato e incisivo: capace di guidare la relazione, creare fiducia, valorizzare l'offerta e generare un impatto concreto su conversioni, marginalità e fidelizzazione del cliente.



# Focus

## Obiettivi formativi

Nel contesto attuale, molti professionisti della vendita operano ancora con un approccio prevalentemente tecnico o reattivo, focalizzato sul prodotto più che sul cliente. Questo si traduce spesso in alcune criticità ricorrenti: difficoltà nel comprendere i reali bisogni del cliente, comunicazione poco efficace con interlocutori diversi, gestione non strutturata delle obiezioni, scarsa capacità di valorizzare l'offerta e conseguente perdita di opportunità commerciali o compressione dei margini.

A questo si aggiunge un ulteriore elemento: il cliente moderno è sempre più informato, esigente e meno disposto ad essere "convinto", ma molto più sensibile alla qualità della relazione, alla fiducia e alla percezione di competenza dell'interlocutore.

**Sales Connect nasce per rispondere in modo concreto a queste esigenze, fornendo un metodo chiaro, strutturato e immediatamente applicabile nella quotidianità.**

Il percorso ha l'obiettivo di sviluppare un mindset commerciale evoluto e dotare i partecipanti di competenze pratiche per:

- **Comprendere il processo decisionale del cliente, sia dal punto di vista razionale che emotivo**
- **Migliorare la qualità dell'ascolto e della relazione, aumentando fiducia e coinvolgimento**
- **Utilizzare domande strategiche per guidare la conversazione e far emergere bisogni latenti**
- **Adattare il proprio stile comunicativo ai diversi interlocutori, rendendo la comunicazione più efficace**
- **Gestire le obiezioni in modo strutturato, trasformandole in opportunità di vendita**
- **Aumentare il valore percepito delle soluzioni proposte, riducendo la pressione sul prezzo**
- **Sviluppare un approccio consulenziale, orientato alla soluzione e alla fidelizzazione nel tempo.**

L'obiettivo finale è rendere il venditore più consapevole, più efficace e più incisivo, capace non solo di rispondere alle richieste del cliente, ma di guidarlo in modo autorevole verso la scelta migliore, generando valore sia per il cliente che per l'azienda.



# Programm

# Programma del corso

Il percorso è strutturato in moduli progressivi che accompagnano il partecipante dallo sviluppo del mindset fino alla gestione completa del processo di vendita in chiave consulenziale.

## 1. IL MINDSET DELLA CRESCITA

Sviluppare l'atteggiamento mentale necessario per ottenere performance elevate e costanti nel tempo.

### Contenuti chiave:

- Impatto di pensieri e abitudini sulle performance di vendita
- Meccanismi inconsci e automatismi comportamentali
- Differenza tra mentalità statica e mentalità di crescita
- Consapevolezza delle proprie abitudini efficaci e limitanti
- Tecniche pratiche di auto-analisi e miglioramento continuo
- Costruzione di un approccio orientato all'apprendimento e alla performance

## 2. L'INTELLIGENZA EMOTIVA APPLICATA ALLA VENDITA

Comprendere e gestire le dinamiche emotive che influenzano il comportamento del cliente e del venditore.

### Contenuti chiave:

- Le basi neuroscientifiche del comportamento umano
- Il ruolo dell'intelligenza emotiva nelle relazioni e nella vendita
- Come lo stato emotivo influenza comunicazione e risultati
- Gestione delle proprie emozioni nelle interazioni commerciali
- Lettura e interpretazione dello stato emotivo del cliente
- Creazione di fiducia attraverso empatia e connessione

## 3. I 4 STILI COMUNICATIVI

Riconoscere le diverse tipologie di clienti e adattare la comunicazione per aumentare efficacia e persuasione.

### Contenuti chiave:

- Il modello degli Stili Sociali
- Caratteristiche, bisogni e modalità decisionali di ogni stile
- Come riconoscere rapidamente lo stile del cliente
- Errori tipici nella comunicazione tra stili opposti
- Adattamento strategico del linguaggio, del tono e dell'approccio
- Tecniche per migliorare sintonia, comprensione e impatto

#### 4. LA STRATEGIA DEL GAP (ESPLORAZIONE DEL BISOGNO)

Comprendere a fondo la distanza tra la situazione attuale del cliente e il risultato desiderato.

##### Contenuti chiave:

- Approccio consulenziale alla vendita
- Raccolta informazioni strategiche
- Identificazione di bisogni, aspettative e preoccupazioni
- Analisi delle esperienze pregresse del cliente
- Costruzione del valore a partire dal "gap" percepito
- Modello Push & Pull: quando guidare e quando esplorare
- Ruolo del venditore come primo elemento della brand experience

#### 5. IL DIALOGO STRATEGICO

Guidare la conversazione in modo strutturato per aumentare coinvolgimento, fiducia e qualità della proposta.

##### Contenuti chiave:

- Il potere delle domande nella vendita
- Le domande strategiche per guidare il cliente
- Tecniche di ascolto: dai livelli base all'ascolto empatico
- Parafrasi e riformulazione per aumentare comprensione e fiducia
- Come far emergere bisogni latenti e non espliciti
- Utilizzo delle domande per creare nuove opportunità (upsell e cross-sell)

#### 6. LA PERCEZIONE DEL VALORE

Aumentare il valore percepito delle soluzioni proposte e ridurre la pressione sul prezzo.

##### Contenuti chiave:

- Come il cliente percepisce valore e rischio
- Meccanismi decisionali: sicurezza, vantaggio e paura del cambiamento
- Comunicazione dei benefici in modo efficace
- Costruzione di soluzioni complete e personalizzate
- Strategie per aumentare lo scontrino medio
- Tecniche di upselling e cross-selling basate sui bisogni reali

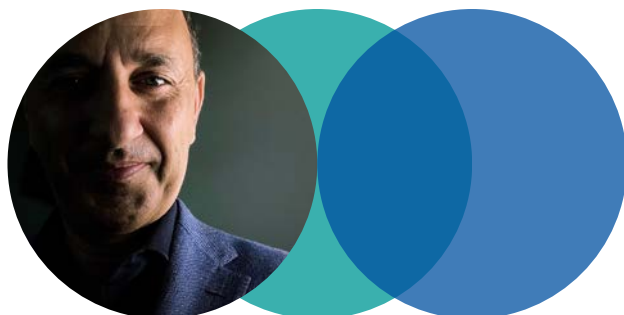
#### 7. GESTIRE LE OBIEZIONI

Trasformare le obiezioni da ostacolo a opportunità di vendita e rafforzamento della relazione.

##### Contenuti chiave:

- Significato psicologico dell'obiezione
- Reazioni istintive e gestione dello stato emotivo
- Metodo strutturato di gestione delle obiezioni
- Tecniche per ridurre le resistenze e creare apertura
- Come prevenire le obiezioni attraverso una comunicazione efficace
- Rafforzamento della fiducia e dell'autorevolezza

# Docente



## Giovanni Porreca

**Business & Leadership Coach, CEO e Founder di SBC Group, società di consulenza e formazione strategica attiva a livello internazionale.**

Da oltre 25 anni affianca imprenditori, CEO, manager e professionisti nello sviluppo delle performance, supportando processi di trasformazione organizzativa, crescita del business e sviluppo del mindset.

Nel corso della sua carriera ha collaborato con alcune tra le più importanti aziende a livello globale, tra cui Google, Sky, Vodafone, Oracle, Johnson & Johnson, Sanofi, Roche, Medtronic e molte altre, contribuendo allo sviluppo di competenze manageriali, commerciali e di leadership.

È autore di una metodologia proprietaria basata sull'integrazione tra neuroscienze, psicologia comportamentale e modelli di performance, applicata con successo in contesti aziendali complessi e orientati ai risultati.

Nel tempo ha formato centinaia di migliaia di professionisti attraverso programmi, eventi e percorsi di coaching, con l'obiettivo di sviluppare competenze concrete, aumentare la consapevolezza e generare risultati misurabili nel business e nella crescita personale.

È inoltre fondatore della Master Coaching Academy, attraverso cui forma e certifica coach e professionisti della leadership, contribuendo alla diffusione di una cultura orientata all'apprendimento continuo e alle alte performance.



WE ARE IDRAULICS