



MODULO D'ISCRIZIONE

**DATI DEL PARTECIPANTE AL CORSO – LA GESTIONE DEL CLIENTE PER STUDI PROFESSIONALI
(6 ORE) – 6 CFP**

Nome e Cognome	
Nato/a a	
Data di Nascita	
Residenza	
Indirizzo	
Cap	
Tel.	
Cell	
E-Mail	
Azienda	
Indirizzo Sede Legale	
P.IVA	

DATI AMMINISTRATIVI– che verranno riportati in fattura:

Nominativo/Ragione Sociale	
Indirizzo	
Città	
Codice Fiscale	
P.IVA	

ISCRIZIONE E MODALITA' DI PAGAMENTO

Il modulo d'iscrizione compilato e sottoscritto dovrà essere inviato a Forma Mentis, tramite mail all'indirizzo: didattica@formamentis.net



Date del corso: Lunedì 3 aprile e lunedì 10 aprile 2017

Orario del corso: dalle 17.00 alle 20.00

Sede del corso: Forma Mentis S.r.l. – Viale Brigata Bisagno 2/26, 16129, Genova

Per il presente percorso di aggiornamento professionale è previsto il rilascio di **6 C.F.P.** da parte dell'ORDINE DEI CONSULENTI DEL LAVORO DI GENOVA.

Per le iscrizioni farà fede l'ordine cronologico di arrivo dei moduli, unitamente alla copia di un documento di identità del partecipante.

Il pagamento dovrà essere fatto prima dell'avvio dell'attività corsuale.

Qualora non dovesse essere raggiunto il numero minimo di partecipanti, necessario alla partenza, la segreteria di Forma Mentis provvederà ad avvisare l'iscritto e a restituire l'importo versato, senza alcun onere da parte del partecipante.

In caso di mancata comunicazione di rinuncia entro i termini sopra indicati o qualora il partecipante interrompa la frequenza al corso per motivi indipendenti dal nostro Ente di formazione, non sarà previsto il rimborso della quota versata.

La quota d'iscrizione per il corso da **6 ore** è di euro **80,00 + IVA** a persona.

Coordinate bancarie:

Banca d'appoggio BANCO POPOLARE SOCIETA' COOPERATIVA –

CIN V ABI 05034 CAB 32110 C/c 000000002900

IBAN IT51V05034321100000 00002900

LA GESTIONE DEL CLIENTE PER STUDI PROFESSIONALI (6 ore)



Quali sono gli obiettivi del corso?

Sensibilizzare i partecipanti sull'importanza strategica della gestione del cliente dello Studio professionale.

Contenuti:

La centralità del cliente come fulcro delle strategie aziendali
Il concetto di comunicazione persuasiva
Costruire un rapporto empatico con il cliente
Il modello dell'Analisi Transazionale
La Programmazione Neuro-Linguistica
Mirroring
L'importanza di un buon utilizzo del non-verbale
La comunicazione verbale: parole a valenza suggestiva positiva e negativa
Il colloquio commerciale come dialogo e non come monologo
L'ascolto attivo
Uso delle domande: per verificare, sapere, condizionare
Atteggiamenti costruttivi nella gestione delle obiezioni
La gestione dei reclami come opportunità di sviluppo della comunicazione con i clienti
Empatia dello spazio
Comunicare autorevolezza, fiducia e professionalità
Accoglienza e cura del cliente

A cura della Dott.ssa Simona Franceschini, esperta in marketing e comunicazione e dell'Arch. Barbara Borello, specializzata in Architettura del Benessere e Qualità dell'ambiente