



## **WINDTRE BUSINESS LANCIA SALES ARENA**

*Innovativo progetto di formazione in ambito B2B*

Roma, 18 novembre 2020 – WINDTRE BUSINESS, brand dell’azienda guidata da Jeffrey Hedberg, lancia Sales Arena, un innovativo progetto di formazione e reskilling in ambito B2B che combina elementi di training tradizionali con strumenti di coaching sul campo e moduli di eLearning online.

La nuova iniziativa di ‘capability building’ è rivolta a tutti i canali di vendita, coinvolgendo oltre un migliaio di colleghi e partner, al fine di rafforzare le abilità di comprensione e risposta delle richieste – sempre più sofisticate e in evoluzione - dei clienti sia attuali che potenziali e si propone come un’offerta formativa completa, dinamica e trasversale anche in ottica di recruiting aziendale.

Il progetto Sales Arena si articola in un percorso di classi virtuali alternate ad online virtual talks e sessioni di Coaching sul campo e coprirà tre aree: tecniche di vendita, contenuti tecnici e prodotti innovativi, applicazione alle attività di vendita dei valori e degli obiettivi aziendali. Inoltre, i partecipanti al programma avranno accesso ad una piattaforma eLearning digitale dedicata, dove approfondire sia le tecniche di base fondate sulle soft skills che corsi avanzati per personalizzare la relazione con il cliente.

“Puntiamo fortemente alla formazione della nostra rete commerciale e ci aspettiamo che questa assumi un ruolo sempre più propositivo nel segmento B2B”, ha commentato Maurizio Sedita, Sales Director di WINDTRE. “Con questo progetto coinvolgente, rivolto a tutta la forza vendite del segmento business e anche ai potenziali nuovi arrivati, crediamo nell’importanza dell’apprendimento sul campo e in un futuro sempre più inclusivo, responsabile e connesso. Vogliamo che Sales Arena sia uno strumento innovativo ed efficace per il raggiungimento di obiettivi commerciali oggi sempre più sfidanti. In un mondo sempre più connesso, WINDTRE crede in una rete vendita ‘molto più vicina’ ai clienti, in linea con il suo claim. Un network composto anche da punti di contatto digitali, come il sito commerciale e quello istituzionale, i canali social o la nuova app, che permettono un’esperienza d’acquisto full digital, e da una rete, diffusa capillarmente sul territorio, di consulenti pronti ad assistere i clienti con un rapporto diretto e personalizzato, in tutte le fasi del processo, sia nella fase preliminare che nel post-vendita.”