

# **NUOVE STRATEGIE DI COMUNICAZIONE B2B**

**LA COMUNICAZIONE  
EMOZIONALE**

**[WWW.DSCOM.IT](http://WWW.DSCOM.IT)**

**NELLE DINAMICHE CHE  
DECIDONO LA FORTUNA  
COMMERCIALE DI UN  
PRODOTTO O UN BRAND, LA  
PERCEZIONE E L'EMOTIVITÀ  
DELLA FORZA VENDITA  
HANNO UN RUOLO  
CRUCIALE.**

# CONQUISTARE LA PROPRIA FORZA VENDITA

Quando il destinatario di un'iniziativa è la forza vendita, sia quella interna all'azienda che gli agenti terzi, la comunicazione si fa importante, ma anche complessa, perché deve convincere il suo primo, vero obiettivo.

Se non conquista prima di tutto l'agente, un prodotto sarà sempre svantaggiato.

# CONOSCENZA, COMPRESIONE, CONVINZIONE.

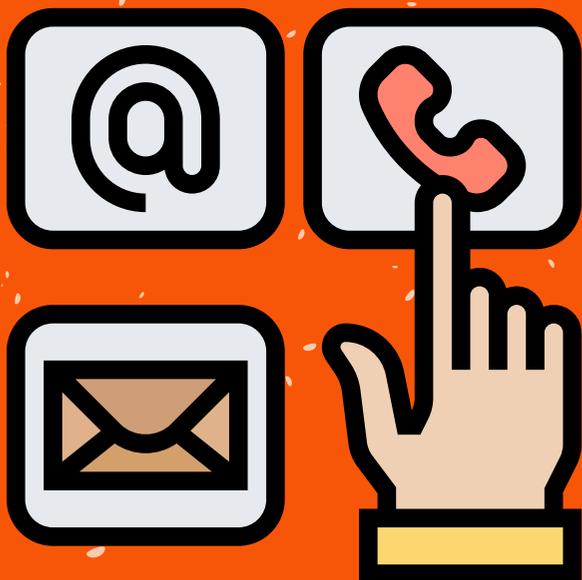
Quel che serve a un agente per accompagnare sul mercato un brand o un prodotto non si discosta molto da quel che serve al **consumatore finale** per diventare un affezionato cliente.

Pur muovendosi entro vincoli professionali e contrattuali che danno per scontata la sua adesione incondizionata al prodotto, anche l'**agente commerciale**, in quanto essere umano (e diciamolo, anche potenziale cliente), ha bisogno di **innamorarsene**.

# GLI EFFETTI DELLA PANDEMIA

I cambiamenti in corso comporteranno aspettative diverse da parte del pubblico, rispetto al passato, verso le esperienze di contatto con i brand quindi sarà necessario agire di conseguenza

**CONTATTAMI PER RICEVERE  
MAGGIORI INFORMAZIONI!**



**[WWW.DSCOM.IT](http://WWW.DSCOM.IT)**