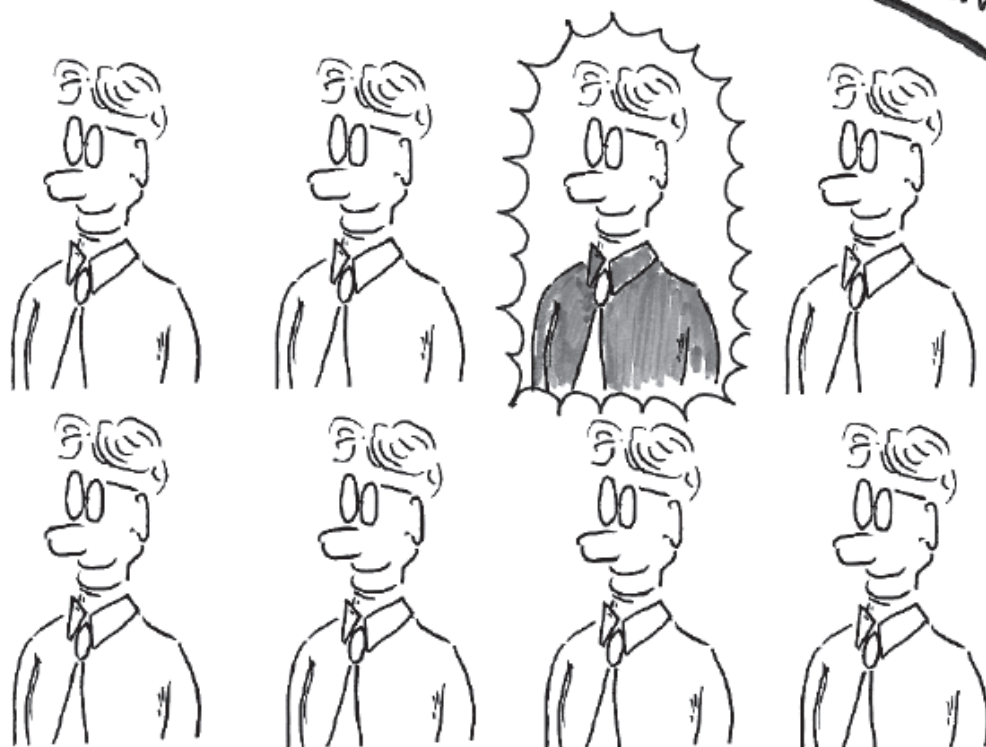


CAPITOLO 1

LE QUALITÀ PERSONALI DEL VENDITORE

I FONDAMENTI DEI RAPPORTI CON IL CLIENTE



PER UN CLIENTE NUOVO SEI UNO SCONOSCIUTO, L'UNICA
COSA CHE LUI NOTA E' LA TUA IMMAGINE.
CURALA A FONDO

MBS POWERED BY OSM

L'IMMAGINE

Assicurati di curare a fondo la tua immagine personale. Ricordati che quando hai a che fare con un cliente nuovo, tu sei uno sconosciuto e l'unica cosa che lui inizialmente può guardare per determinare se avere fiducia in te o meno è la tua immagine.

L'investimento nel vestiario non è mai buttato via. Allo stesso modo, se all'inizio della tua attività ti trovassi a guidare una carretta di automobile, cerca di parcheggiarla non proprio di fronte all'azienda del cliente, parcheggiarla un po' più lontano.

È vero, il vestiario e l'autovettura sono tutti simboli materiali che, per alcuni versi, non vogliono dire niente ma, soprattutto quando vendi prodotti o servizi più evoluti, credimi, "l'abito spesso fa il Monaco". Dai sempre un'immagine di grande professionalità. Non devi necessariamente spendere una fortuna in abiti e accessori, ma assicurati che la tua immagine sia impeccabile.

La cortesia e la gentilezza fanno parte dell'immagine. Quando entri in azienda, sii educato con la receptionist (non farti mai dei nemici in un'azienda cliente ma trovati quanti più alleati possibile), ringrazia le persone, dai una stretta di mano calorosa e sorridi.

Tieni a mente che la tua immagine non è solo quella "fisica", esiste anche un'immagine digitale. Il tuo potenziale cliente, molto spesso, prima ancora di incontrarti, si sarà informato su di te, avrà visto il tuo sito (o quello della tua azienda), il tuo profilo LinkedIn/Facebook. Se ti presenti all'appuntamento in giacca e cravatta ma nella tua immagine profilo su Facebook sei vestito da donna...bhe...forse non partirai subito con il piede giusto! Com'è la tua immagine digitale?

I FONDAMENTI DI OTTIMI RAPPORTI INTERPERSONALI CON IL CLIENTE

DIVENTA UNA BELLA PERSONA



1. L'IMMAGINE **25%**
2. L'ENTUSIASMO
O L'ALLEGRIA **25%**
3. L'INTERESSE
E LA CURIOSITA' **25%**
4. LA CONDIVISIONE
DELLE METE
E DEI SOGNI DEL
CLIENTE **25%**

100%
POWER

MBS POWERED BY OSM



L'ENTUSIASMO

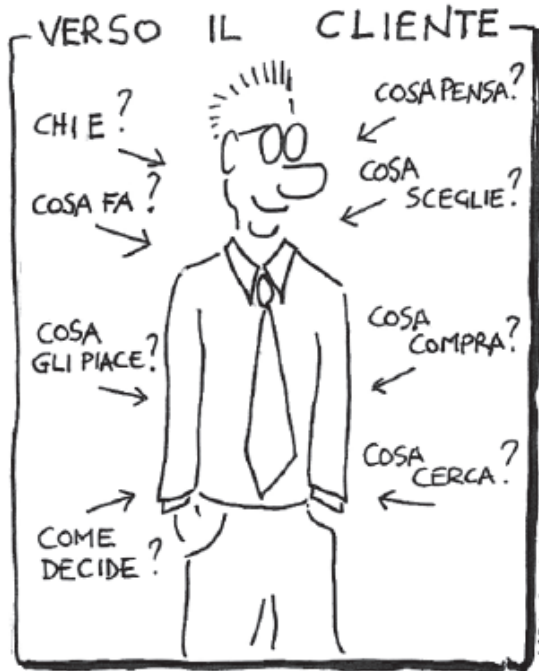
Le persone "fortunate" nella vita hanno una caratteristica che le rende tali: l'allegria. Non ci crederai, ma il tuo entusiasmo e il tuo stato d'animo positivo sono cose che fanno sì che tu venga accettato più facilmente dagli altri.

Sii autoironico, sorridi spesso e sdrammatizza i problemi. L'energia emozionale positiva (entusiasmo, felicità per quello che fai, passione) conduce a cose interessanti che portano attenzione e, infine, denaro. Il tuo entusiasmo di oggi saranno i soldi di domani. La logica non costruisce ricchezza ma la mantiene. L'entusiasmo, se ben diretto, crea la ricchezza.

Utilizza la logica a tuo vantaggio ma tieni a mente che senza entusiasmo non andrai da nessuna parte.

L'INTERESSE E LA CURIOSITÀ

E' LA TECNICA
DI VENDITA PIU'
IMPORTANTE CHE
ESISTA



I SUPERVENDITORI
SONO INNANZITUTTO
PERSONE INTERESSATE
O INCURIOSITE DALLE
ALTRE PERSONE



IL VENDITORE DI SUCCESSO



LA CURIOSITÀ

Questa è la tecnica di vendita più importante. I super venditori sono innanzi tutto persone interessate o incuriosite dagli altri individui. Quando entri in un'azienda, sii curioso e interessato. "Curioso" non vuol dire "invadente", ma significa che quell'azienda e l'imprenditore che hai di fronte ti devono interessare davvero. Com'è nata quell'azienda? Che cosa commercializza? Come fanno a vendere quel prodotto? Quali sono le azioni vincenti che le hanno permesso di crescere? L'interesse comincia già quando sei in sala d'aspetto. Guarda i quadri, le riviste di settore e gli oggetti nella stanza, osserva i dipendenti al lavoro. Sii curioso e vedrai che, se segui il tuo interesse e la tua curiosità, avrai sempre grandi vendite davanti a te.

Ti incuriosiscono le altre persone? Ti piacciono? Ti capita spesso di rimanere affascinato da chi conosci e voler sapere tutto di lui/lei?

Puoi migliorare, e di molto, le tue performance di vendita anche solo cercando di mostrare un po' più di interesse o di curiosità verso un potenziale cliente. Chiedigli chi è, che cosa fa e perché abbia scelto proprio quell'occupazione o quel settore. Insomma, interessati un po' a lui e a quello che fa.

La curiosità è lo strumento per conoscere a fondo le persone. Quando conosci DAVVERO un cliente, sai i suoi veri problemi, le sue reali esigenze! A quel punto, se sei consapevole che il tuo prodotto/servizio può risolvere quei problemi...la strada è in discesa!

LA CONDIVISIONE DELLE METE
...E DEI SOGNI DEL CLIENTE



LA CONDIVISIONE DELLE METE

Un venditore è prima di tutto un amico del cliente. Il venditore deve fare propri gli obiettivi del cliente e dare il massimo per far sì che si realizzino. Non è una tecnica! Lui tiene veramente al fatto che l'azienda del suo cliente vada meglio, cresca, diventi leader di mercato. Non solo a parole però, lo fa con i fatti.

L'imprenditore o il professionista sono abituati a incontrare tante persone che, a parole, dicono loro di essere amici, di volerlo aiutare ma, nei fatti, curano solamente i propri interessi. Da imprenditore, ti dico che è davvero frustrante. Quando invece incontri una persona interessata a te, che davvero vuole aiutarti e non ha secondi fini, sei davvero disposto a dargli le chiavi dell'azienda.

La maggior parte dei venditori veterani non ha tempo per gestire tutte le richieste che ricevono da parte della clientela. Sono riusciti a costruire attività di estremo successo proprio lavorando su queste due caratteristiche: la capacità di creare ottimi rapporti e la competenza tecnica.

Diventa una bella persona! Una persona che il tuo cliente vorrebbe frequentare anche fuori dal lavoro! Una persona affidabile! Una persona che mantiene la parola data! Una persona che mette sempre l'interesse degli altri davanti al suo!

Diventa una bella persona! Il mondo cadrà ai tuoi piedi.

CONVINZIONE

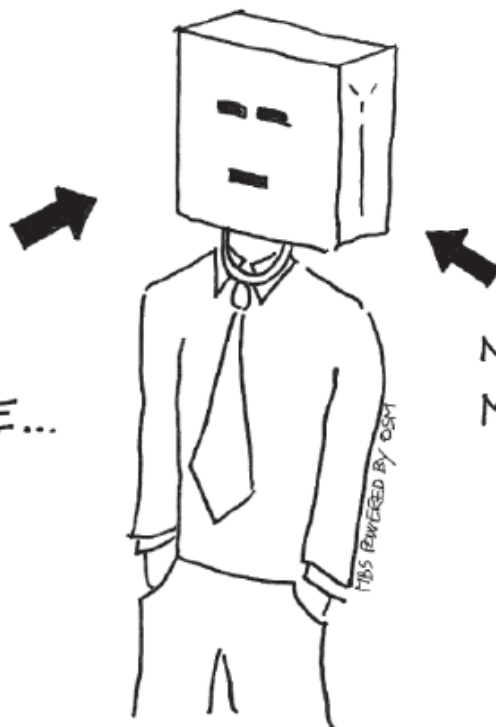
“LA TUA CONVINZIONE
NEL PRODOTTO GENERA
EMOZIONI POSITIVE
NELLE ALTRE PERSONE”



“IL CLIENTE PERCEPISCE
MOLTO DI PIÙ LA TUA
SICUREZZA, LA TUA
CONVINZIONE E LE TUE
SENSAZIONI CHE LE
PAROLE CHE USI”

LA CONVINZIONE NELLE VENDITE

IN ASSENZA
DI CONVINZIONE...



NON CHIUDEREMO
MAI UNA VENDITA

CONVINZIONE

Per suscitare emozioni positive nel cliente che hai di fronte, in primo luogo devi essere convinto, cioè devi davvero credere che, tramite i prodotti e servizi che vendi, quell'azienda inizierà a crescere, aumenterà il fatturato, diventerà leader nel suo settore. Oppure che i prodotti/servizi che vendi facciano davvero una grande differenza nella vita delle persone.

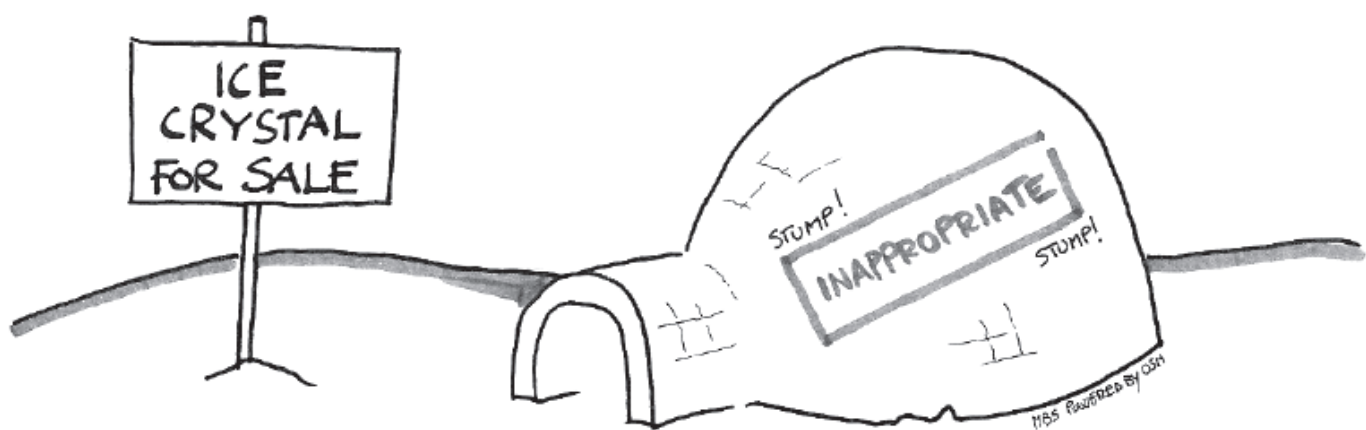
Quando vendi un prodotto o un servizio (in questo caso ancora di più), in realtà tu vendi un'idea. Il cliente, nella maggior parte dei casi, non conosce i tuoi prodotti o servizi perché non li ha lì di fronte a sé. Lui stabilirà se i tuoi prodotti o servizi sono davvero buoni dalle tue parole, da quanto tu sei convinto, da quello che riesci a fargli visualizzare o immaginare durante la trattativa.

La comunicazione tra due individui è per l'80% non verbale. Il cliente percepisce molto di più le sensazioni che gli hai trasmesso che non le esatte parole che hai pronunciato. Se non sei convinto del valore di quello che vendi, ogni volta che parlerai con un cliente, il tuo linguaggio non verbale e le tue emozioni comunicheranno un messaggio diverso dalle tue parole, spingendo il cliente a non acquistare.

Troverai che, all'inizio della tua attività, il cliente tenderà a farti le obiezioni sulle quali tu stesso hai dei dubbi. Sembra magico, ma accade per davvero. La tua convinzione è un'arma fondamentale nella vendita. Sii convinto di te e dell'azienda per cui lavori.

Per tenere alta la tua convinzione cerca di frequentare i campioni della tua azienda, quelli che vendono tanto, leggi libri di vendita, di marketing e di auto miglioramento, fai esercitazioni, partecipa a corsi.

Sii convinto.



“ IL VENDITORE CHE VENDE GHIACCIO
AGLI ESCHIMESI NON E' IL VENDITORE
CHE SERVE OGGI ”

SPOSA LA CAUSA DEL CLIENTE

Non provare a truffare la gente. “Vendere il ghiaccio agli eschimesi” significa “guadagnare un cliente e qualche soldo in più oggi ma molti clienti e molti meno soldi domani”. Un cliente a cui hai forzato una vendita sarà un cliente scontento, un cliente che non comprerà più da te, che si rivolgerà ai tuoi concorrenti, che parlerà male di te e della tua azienda ai suoi amici e familiari.

Non sottovalutare il passaparola negativo.

E non sottovalutare il fatto che se anche tu riuscissi a concludere una vendita, dovresti giustificare a te stesso l'aver turlupinato una persona che aveva avuto fiducia in te. Può succedere una volta, due, tre...a lungo andare tutte queste spiegazioni che ti dai porteranno la tua vita a diventare un inferno.

Oggi il venditore di successo sposa la causa del cliente, conosce le sue esigenze e gli offre esattamente quello di cui ha bisogno per far crescere la sua attività. Quando cresce il cliente, cresce anche il venditore (e le sue provvigioni di conseguenza!).