

OTTO



**Atteggiamenti
per Vendere**
Tanto & Bene

 **MARCO PANICHI.COM**

Questa guida proviene dal Blog di Marco Panichi



MARCOPANICHI.COM
WEB DESIGN & DIGITAL MARKETING

www.MarcoPanichi.com



Quest'opera è stata rilasciata con licenza

Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 3.0 Unported.

Per leggere una copia della licenza visita il sito web <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>

La fine di un sogno, l'inizio di un altro

Anni addietro feci un sogno: studiavo la programmazione e creavo siti. Poi promuovevo le aziende, le aiutavo a trovare clienti e addirittura gli facilitavo il lavoro in ufficio con soluzioni informatiche mirabolanti.

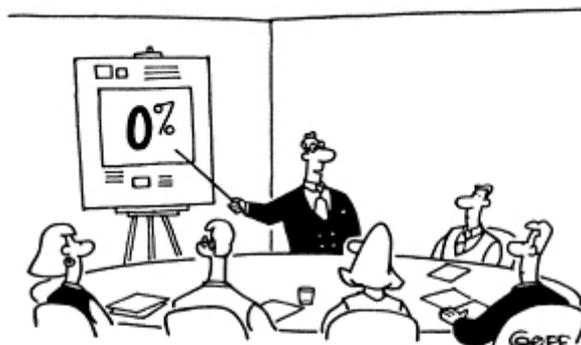
Ho vissuto spinto da questo sogno finché un giorno ho aperto gli occhi e ho visto la realtà: **puoi essere il miglior professionista sulla terra ma se non vendi è tutto inutile!**

Così ho cominciato a prendere coscienza di certi meccanismi, ho studiato ed applicato. Alla fine sono giunto alla conclusione che la **vendita è un processo che comincia nella mia testa** prima ancora che nell'ufficio del potenziale cliente.

In questo articolo voglio farti dono delle cose che ho imparato riguardo **l'atteggiamento che il venditore deve avere** per concludere in maniera soddisfacente la trattativa.

Enjoy it!

1) Preparati all'incontro con il cliente



"Il nostro studio conclude che questa è la percentuale dei clienti che compreranno dalla nostra azienda senza nessuno sforzo da parte nostra"

Purtroppo, cosa che ho imparato a caro prezzo sulla mia pelle, **recarsi dal cliente muniti solo della propria professionalità non basta** e spesso può diventare anche un ostacolo.

Come spiego in un mio precedente articolo [bisogna prepararsi al primo incontro con il cliente](#) in maniera opportuna:

- Ribalta il tuo approccio mentale: non pensare in termini tecnici e di servizi; **pensa in termini di benefici per il cliente**
- Prepara **qualcosa da mostrare** al cliente: esempi di lavori realizzati, brochure esplicativi, statistiche dei risultati raggiunti. La logica è che *devi dare corpo al tuo servizio*
- Informati in precedenza sul tuo interlocutore e **sintonizzati sulla sua visione di impresa**

Seguire questi consigli ti aiuterà moltissimo perché ti fornirà appigli psicologici e materiali per rendere più sicura e posata la tua trattativa con il cliente.

2) Sii il miglior amico di te stesso

Esercizio di immaginazione: prendi un tentativo di vendita fallita dai tuoi ricordi.

Come ti senti?

Con molta probabilità ti senti triste, rammaricato, frustrato e forse persino arrabbiato. Ti starai rimproverando questa e quell'altra cosa fatta o non fatta.

Questo **alter ego che ti giudica negativamente** è una parte di te che non ti aiuta a crescere ma che al contrario **ti abbatte**.

Al tempo stesso **reprimere il tuo lato oscuro** non è una buona idea – lo stesso che spingere un pallone sott'acqua: basta lasciare la presa che questo risale con più forza!

Come risolvere allora? La risposta che mi sono dato negli anni io è **essere il miglior amico di se stessi**. Per spiegarti meglio ti invito a proseguire l'esercizio di immaginazione: Se tu ti sfogassi con un tuo caro amico, cosa ti direbbe lui?

La risposta la possiamo immaginare:

- Non vedrebbe il problema così grande come lo vedresti tu
- Ti guarderebbe negli occhi vedendo il grande amico di sempre di cui ha stima e fiducia
- Ti farebbe parlare, aiutandoti così a capire dove hai sbagliato e dove puoi migliorare
- Ti dà una pacca sulla spalla e poi ti dice "la prossima volta andrà meglio, forza!"

Questo esercizio mentale ti dovrebbe aiutare a comprendere come il tuo animo scende e sale **in base a come tu parli con te stesso**. Questo è un meccanismo molto importante che noi occidentali sottovalutiamo ma che molte culture conoscono bene e pongono al centro della propria vita spirituale.

Puoi usarlo a tuo vantaggio: parla a te stesso con toni comprensivi e positivi. Parla al lato oscuro di te stesso, perdonalo, comprendilo e cerca di farlo ragionare.

3) Non lottare contro il cliente. Lotta a suo fianco!

E' naturale sedersi davanti al cliente percependolo **come un nemico**. Effettivamente la persona che abbiamo di fronte potrebbe porci le domande più disparate mettendoci in difficoltà, potrebbe offrirci una retribuzione sotto le nostre aspettative.

Potrebbe.

Che tu ci creda o no, **molto dipende da te**. Se ti rechi dal cliente così come farebbe un pugile salendo sul ring parti con il piede sbagliato.

Devi partire dal presupposto che qualsiasi situazione dove c'è un perdente e un vincitore è di fatto **una grande perdita per entrambi**. Se sei tu a perdere, magari perché hai accettato il lavoro ad una retribuzione troppo bassa, lavorerai demotivato e tenderai ad allontanarti dal cliente e dalle opportunità che questo comporta. Se invece a perdere è il cliente, perché sei riuscito a *rifilargli* una scarpa facendogli credere che fosse oro, metti a serio rischio il tuo buon nome (che è la tua principale fonte di pubblicità – non scordarlo).

Stephen Covey, grande imprenditore e motivatore, afferma chiaramente che l'unica situazione accettabile in una negoziazione è "*vinco-vinci o niente di fatto*". Insomma: **tu ed il cliente dovete uscire entrambi vincenti dalla trattativa**.

Partire da questo presupposto **cambierà il tuo atteggiamento mentale** producendo tutta una serie di conseguenze positive:

- Quando il cliente capisce che giochi per la sua squadra, smette di trattarti come un nemico
- Parlerete più serenamente di budget, denaro e condizioni
- Non avrai timore a tirarti indietro davanti a condizioni sfavorevoli per te

Per tutti questi motivi **ti sconsiglio di fare il super-preparato**. Il tuo scopo non è stupire il cliente e nemmeno annoiarlo con tutte le tue competenze (anche perché ti ricordo che lui sta acquistando le tue soluzioni e non i tuoi strumenti). Lascia da parte i troppi dettagli tecnici e la saccenza. **Parla schietto “umano”**, aiuta il cliente a comprendere.

4) Sii la soluzione – non il problema

Luogo comune – forse sì. Ma non poteva mancare all'appello un consiglio così importante.

Nel tuo rapporto con il cliente ti capiterà spesso di ricevere richieste strane, eccessive, fuori dall'ordinario e chi più ne ha più ne metta.

In ogni caso **devi mantenere la pazienza** e mettere in moto tutto il tuo essere per **trovare una soluzione**.

Farai appello alla tua creatività, alle esperienze passate, alle tue conoscenze tecniche e qualsiasi altra risorsa sia necessaria per venire a capo del problema del cliente.

Così facendo **prendi la strada giusta ad un bivio importante** e rafforzi il tuo rapporto con il cliente, la sua stima nei tuoi confronti ed il tuo buon nome.

Molti professionisti davanti al bivio sopracitato **imboccano la via senza ritorno dell'ostracismo**; mettono k.o. il problema del cliente, sminuendolo, (r)aggirandolo, non rispondendo al telefono e chissà quali altre tecniche. Purtroppo tutte questi comportamento portano ad una situazione nella quale il cliente andrà altrove e tu **rimarrai senza lavoro**.

RICORDA: Tu sei il professionista. **Tu hai le chiavi** che aprono le porte che sbarrano il cammino al cliente. **Non diventare una porta chiusa** tu stesso se non vuoi essere chiavato da un tuo concorrente!!!

5) Scappa dal Labirinto delle Alternative

Questo punto è correlato al precedente.

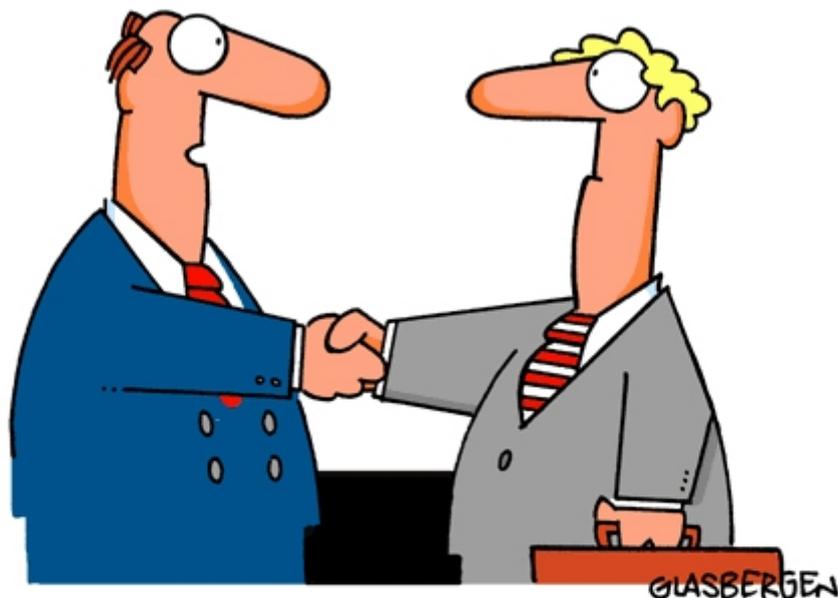
A volte si compie l'errore -madornale- di offrire delle alternative al cliente.

Chi ha fatto questo passo falso sa di cosa parlo. Porre delle alternative è il sistema più veloce per fallire la trattativa di vendita – per vari motivi:

- Dare alternative evidenzia la tua incapacità di formulare una soluzione
- Se prima eri la soluzione, ora sei parte del problema (per il cliente scegliere è un problema da risolvere)...
- ...e sei sicuro che il cliente sappia risolvere questo dilemma? Sei tu il professionista!
- Imbocchi la via che porta al “fammi pensare sopra dopo ti faccio sapere” (tradotto: addio.)

Pertanto devi prepararti psicologicamente e professionalmente (con lo studio e la pratica) nel formulare un'unica soluzione senza ombre di dubbi. Magari formulata in termini di benefici per il cliente (vedi punto uno).

6) Il cliente non è un amico e neanche un coglione. E' un imprenditore sulla tua stessa barca.



*E' stato un piacere fare affari con lei
a parte il fatto che mi ha chiamato
"signor Portafoglio" invece che "Bentivoglio"*

A volte, forse di più quando si è agli inizi della propria professione, possono scattare comportamenti subdoli nei confronti del cliente.

C'è chi si comporta con il cliente come se fosse **suo amico da sempre**: pacche sulle spalle, battutone, ampi sorrisi.

Altri invece si impegnano nella mirabolante arte del **lecca-culinaggio** per abbassare le difese del cliente.

In realtà entrambi i comportamenti rivelano **una grave mancanza di sostanza** in termini di competenza, professionalità e capacità. E' proprio questo il punto: **più hai sostanza, meno ricami ti servono.**

Oltretutto si tratta anche di una questione di rispetto. Il cliente è un imprenditore che ha avuto un'idea e lotta ogni giorno per farla crescere e fiorire. **Esattamente come te.** Rispettalo in quanto tale, interessati sinceramente alla sua idea e ai suoi prodotti.

Incuriosisciti e **chiedigli di raccontarti la sua storia.** Scoprirai un mondo, un'esistenza, dei valori. Scoprirai l'uomo dietro la tua riduttiva percezione che avevi all'inizio.

Il cliente avvertirà che qualcosa è cambiato in te: ora lo stai stimando sinceramente. E spesso questo fa la differenza!

7) Ascoltare è una tecnica di vendita

Non mi dilungherò sulla necessità di un buon professionista di saper ascoltare i propri clienti. Il *Saper Ascoltare* è un'arte che si apprende con l'esperienza e che viene trattata nei più disparati contesti in vari modi.

Quello che invece vorrei farti capire è che **anche l'ascolto fa parte della vendita.**

Prima ancora esporre i tuoi servizi formula alcune domande di carattere generale al cliente e lascia che egli **approfondisca i suoi problemi** e ne parli dettagliatamente.

Se vuoi aprire bocca fallo per **riepilogare quanto ti dice** o per **porre le domande giuste** volte a comprendere il problema e farne prendere coscienza al tuo interlocutore.

Non interrompere mai. Per il cliente esporre i propri problemi è **un momento importante** di riepilogazione e presa di coscienza.

Ecco il punto: se non prende coscienza dei propri problemi non potrai vendergli le tue soluzioni!

Vedrai nel tempo che **domande opportune sono meglio di una risposta** e che ti faciliteranno la vendita in non poche situazioni. Prendi coscienza di questo e appunta mentalmente quando questo meccanismo si innesca durante la discussione. Così facendo potrai sviluppare l'abilità del porre le domande giuste al momento giusto.

8) Non perdere di mira l'obiettivo

Con i punti precedenti spero di aver lavorato sulla tua **flessibilità**.

Se prima eri rigido e paralizzato davanti al cliente, ora sei più sciolto, sei dalla sua parte, ti siedi dalla stessa parte del tavolo e studi con lui la situazione migliore.

Benissimo – **Ma è venuto il momento di vendere.**

Così come ho voluto porre l'accento sul rispetto per il cliente, allo stesso modo vorrei ora ti concentrassi sul **rispetto nei tuoi confronti**. Non venire meno alla tua dignità!

Questo significa nel concreto:

- Non dare consulenze gratuitamente
- Non accettare gare di ribasso al prezzo (ricorda sempre: “*vinco-vinci o NIENTE DI FATTO*”)
- Non aver paura di abbandonare la trattativa (con gentilezza e tatto si intende) se le condizioni sono a tuo sfavore
- Non lasciare le redini del tuo servizio al cliente – sei tu il professionista
- Tieni la mente sveglia: **il tuo obiettivo è vendere**

Per fare questo **devi vincere la paura del un rifiuto**. E' una cosa con la quale ho combattuto i primi anni della mia professione e per esperienza posso dirti che **si tratta di una brutta bestia**. L'avvertivo come un tremore nello stomaco che mi spingeva ad abbassare il prezzo pur di compiacere le richieste del cliente. Niente di più sbagliato – **l'ho imparato sbattendoci i denti**

Se vuoi imparare qualcosa dai miei errori, fissa un prezzo decoroso per i tuoi servizi e non accettare **richieste di ribasso che minano alla tua serenità**. Anche perché **sarà difficilissimo alzare il tiro successivamente** ed incrementare i prezzi senza incorrere nell'ira del cliente. Ti ritroverai nell'angusta situazione di 1) lavorare a prezzi bassi ed inghiottire il rospo OPPURE 2) allontanarti dal cliente. Brutta storia – da evitare assolutamente.

Conclusioni

Vendere è il **punto d'arrivo di un processo** che comincia nella tua testa e passa per il tuo ufficio.

Non perdere la grande occasione di **prepararti con calma** per buttarti sul cliente con l'atteggiamento sbagliato!

Mi farai sapere com'è andata!

L'autore

Marco Panichi

Programmatore, innamorato del mio lavoro dal 2001. I miei settori sono lo **sviluppo di siti internet** (dall'architettura fino alla grafica) e la **promozione online** (posizionamento nei motori di ricerca - SEO, pubblicità a pagamento - Google AdWords, social marketing - Facebook).

Sito ufficiale

www.marcopanichi.com - info@marcopanichi.com



MARCOPANICHI.COM
WEB DESIGN & DIGITAL MARKETING

Seguimi su...



[Facebook.com/MarcoPanichi.com](https://www.facebook.com/MarcoPanichi.com)



[Twitter.com/MarcoPanichiCom](https://twitter.com/MarcoPanichiCom)



[Marco Panichi on LinkedIn](#)



Quest'opera è stata rilasciata con licenza

Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 3.0 Unported.

Per leggere una copia della licenza visita il sito web <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>