

OSM



POLARIS
GLOBAL SERVICE SICUREZZA AMBIENTE

CONVEGNO GRATUITO - CUNEO 14 APRILE 2011



Come **espandere l'azienda** in questo **nuovo scenario economico**

RELATORE D'ECCEZIONE:

Davide Baldi

Direttore Vendite Open Source Management

Open Source Management, in collaborazione con ConfAPI Cuneo e Gruppo Polaris, organizza un seminario dedicato alle **PMI che vogliono espandersi** e superare questo particolare momento economico.

Consigli pratici e facilmente attuabili fin da subito!

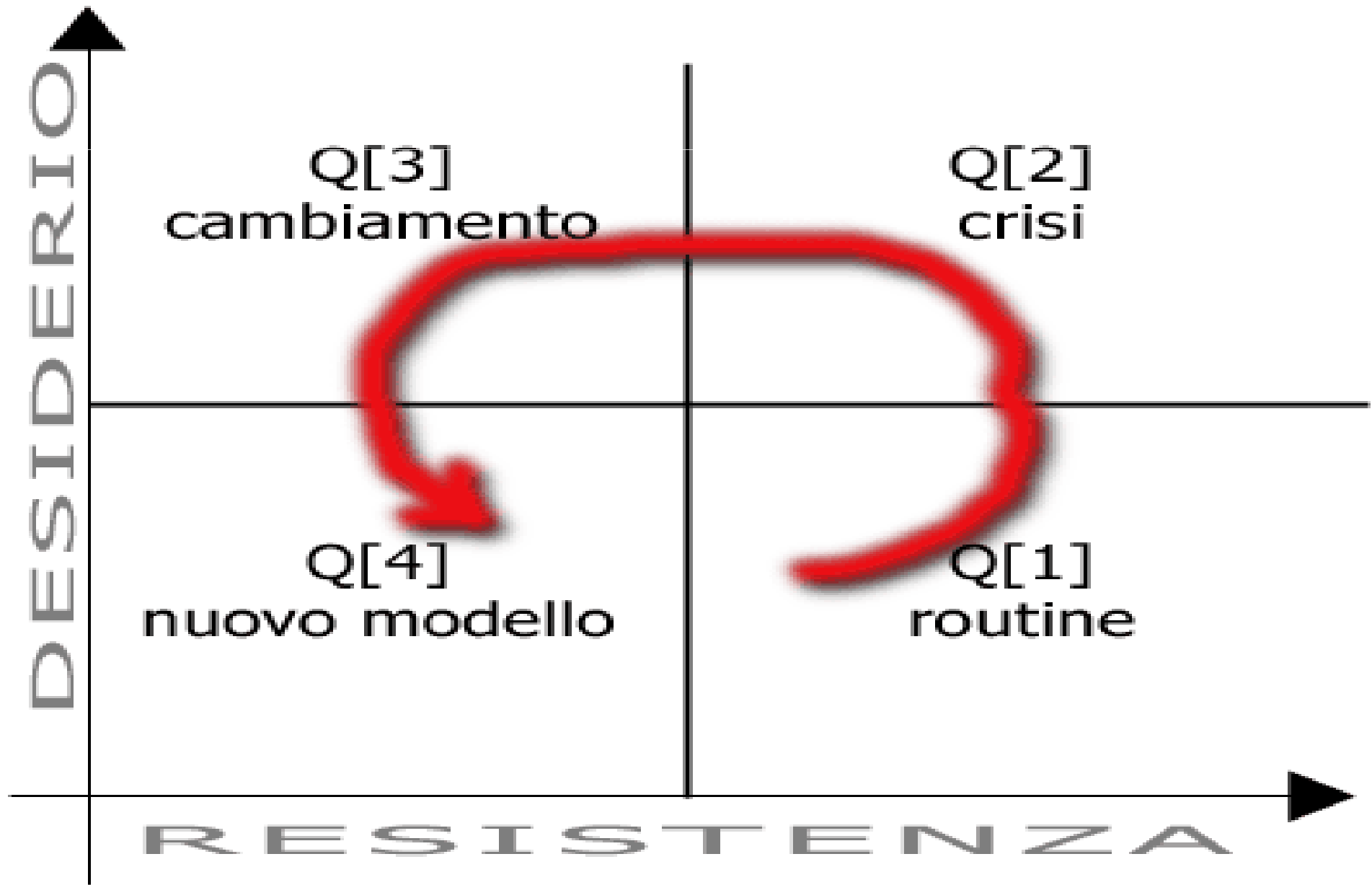
14 aprile 2011 ore 14.30

c/o ConfAPI Cuneo - Via Savigliano, 37 CUNEO

**Clicca qui per iscriverti
GRATUITAMENTE!**

www.opensourcemanagement.it - www.confapicuneo.it - www.polarissrl.com

QUANDO SI TORNA ALLA NORMALITA'?



Cambio di paradigma



**IL MONDO E' CAMBIATO.
DOBBIAMO CAMBIARE ANCHE
NOI.**

**E' FINITA L'ERA DELL'A.B.C.
Attendance Based Compensation
=
Compensi basati sulla presenza**

L'ERA DELL' INFORMAZIONE



L'ERA DELL'EMOZIONE



L'ERA DELLA CONOSCENZA



IL GRANDE PROBLEMA DELLE AZIENDE

**Nella società del surplus
(la nostra) si è in presenza
di un surplus di aziende
simili, con persone simili
che offrono prodotti simili,
con qualità simile
ad un prezzo... simile...**



CHI SOPRAVVIVERA'

"Non è il più forte della specie che sopravvive e neppure il più intelligente, ma il più Reattivo al Cambiamento."

- LE AZIENDE CHE PRODUCONO UN VERO VALORE PER I CLIENTI IN TERMINI DI PRODOTTI O SERVIZI.
- PERCHE' UN CLIENTE DOVREBBE SCEGLIERE TE E NON UN ALTRO?
IN COSA FA UN AFFARE???

L'EVOLUZIONE COMMERCIALE DELLE AZIENDE

- 1960 Aiutare il cliente a reperire i prodotti che gli servivano
- 1970: Informazione presso la sede del cliente (costruzione della presente struttura delle reti vendita)
- 1980/90 Soddisfazione del cliente (ricerca delle soluzioni)
- 2000/2010:?
- **Aiutare il cliente ad espandere il suo business**



ATTEGGIAMENTO CHE APPREZZANO GLI ALTRI IN TE/NELLA TUA AZIENDA (E ANCHE TU NEGLI ALTRI)

- **SENSO DI URGENZA**
- **NON SENTIRSI MAI ARRIVATO**
- **FLESSIBILITA' AL CAMBIAMENTO**
 - **FARE PRIMA DI CHIEDERE**
- **ATTEGGIAMENTO NO PROBLEM**

QUELLO CHE CONTA È QUELLO CHE PENSA QUELLO CHE PAGA!!!

64% DELLE AZIENDE AFFERMA DI
CAMBIARE FORNITORE A CAUSA DI
UN DISSERVIZIO RICEVUTO DAL SUO
FORNITORE ABITUALE

76% DEI VENDITORI QUANDO PENSANO
AD INCREMENTO DI QUOTE DI MERCATO
PENSANO A NUOVI CLIENTI,
NON A ECCELLERE SUGLI ESISTENTI



COSA COMPRA IL CLIENTE

Il cliente compra prima di tutto la fiducia.

Se capisce che sei dalla sua parte, che non vuoi fare solo i tuoi interessi e che soprattutto sei disposto ad ascoltarlo e ad aiutarlo a risolvere le sue esigenze, allora si fiderà di te.

Il successo nella vendita consiste nel portare il cliente a **decidere di comprare ancor prima di aver presentato qualsiasi soluzione.**

Per farlo devi far emergere le sue idee, i suoi punti di vista, le sue necessità.

IL CLIENTE

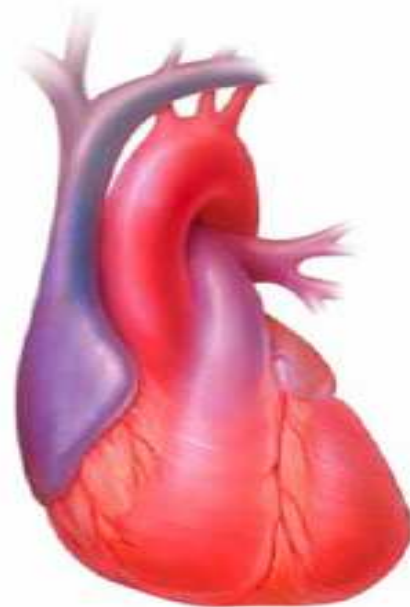
Mettiti nei panni di un tuo cliente.

- Cosa lo preoccupa?
- Cosa non sta riuscendo a fare?
- Cosa non ha e vorrebbe realizzare?
- **NELLA RISPOSTA A QUESTE DOMANDE C'E' IL BUSINESS FUTURO DELLA TUA AZIENDA.**
- Se ti dice che il problema è nel prezzo o nel fatto che la tua concorrenza gli ha fatto un prezzo più basso, chiediti cosa hai fatto TU precedentemente per “stappargli le orecchie” e predisporlo ad ascoltare anche l'altro.

UN SEGRETO DEL SUCCESSO

- ANDARE OLTRE DOVE GLI ALTRI SI FERMANO.
- CERCA SEMPRE DI CAPIRE **PERCHE'** LE PERSONE CON CUI TI RELAZIONI HANNO DECISO DI COMPORTARSI IN UN DETERMINATO MODO.
- OGNUNO HA UN SUO BUON MOTIVO PER OGNI SUA AZIONE, TROVARE QUAL'E' QUEL MOTIVO E' FONDAMENTALE.

Lavorare **sodo** significa
prendere **decisioni**
difficili sul piano **emotivo**



FIDUCIA = ESSERE DI ESEMPIO

- SE VUOI CHE LE ALTRE PERSONE FACCIANO QUELLO CHE TU DESIDERI DAI PER PRIMO L'ESEMPIO.
- MANTIENI LA PAROLA DATA E RISPETTA TUTTI GLI ACCORDI, SOPRATTUTTO QUANDO SONO PER TE ONEROSI o IMPEGNATIVI.
- QUESTO FARA' DI TE UN ESEMPIO DI LEALTA' E CORRETTEZZA e RINSALDERA' LA TUA RETE DI ALLEANZE.
- RICORDA CHE SPESSO LA FIDUCIA CHE LE PERSONE NUTRONO NEI TUOI CONFRONTI E' UNA DELLE PIU' GRANDI MOTIVAZIONI DI ACQUISTO, E SICURAMENTE E' CAUSA DI FIDELIZZAZIONE O PERDITA DI UN CLIENTE.

USCIRE DALLA BATTAGLIA DEL PREZZO

1. RITORNA A FARE LE COSE SCOMODE.
2. SCOPRI CHE COSA HA DAVVERO VALORE PER I TUOI CLIENTI E AIUTALI AD OTTENERLO.
3. MOTIVALI A CREARE QUALCOSA DI GRANDE INSIEME A TE (VALORE PER LORO), NON PER TE (TUO IMMEDIATO RITORNO ECONOMICO).
4. CREARE QUALCOSA INSIEME A QUALCUNO E' UNA DELLE SPINTE MOTIVAZIONALI PIU' GRANDI CHE UNA PERSONA POSSA AVERE.

COME SI FA A VENDERE TANTO?



L'INGREDIENTE SEGRETO
?!

**LA VITA TI METTE
DI FRONTE
QUELLO CHE DEVI
DIVENTARE
BRAVO AD
AFFRONTARE**

**LA MAGGIOR PARTE
DEL TEMPO
PENSIAMO...**





Changes
NEXT EXIT ↗

- VOLONTA' DI CAMBIARE E MIGLIORARE, IN PRIMIS SE STESSI
- SAPER ATTRARRE E SCEGLIERE, COLLABORATORI E CLIENTI

Quello che fa crescere una
impresa è l'impulso che TU le
dai e non le procedure che metti
per evitare di soccombere

- “La mia vision
è ridurre i
costi ...”



AVERE UNA VISION/STRATEGIA

- 1. Occupati delle Cause interne**
- 2. Scomodità: affronta ciò che non funziona.
Esci dalla zona di comfort**
- 3. Misura le tue performance e non giustificare –
affronta il vero problema**
- 4. Abbraccia il marketing**
 - A) Ascolta il cliente – cosa ha valore per lui?**
 - B) Vero interesse per il cliente genera le esigenze sopite
che ti portano a vendere**
- 5. Gestione finanziaria: porta ORA i costi sotto al
break even**
- 6. Studia e migliora te stesso, diventa il
cambiamento che vuoi vedere negli altri.**

IL FATTORE PIU' IMPORTANTE



**LA TUA VITALITA'
è L'IMPULSO PIU' IMPORTANTE
PER LO SVILUPPO DELLA TUA AZIENDA
PRESERVA QUESTO VALORE**



Slide at: www.opensourcemanagement.it

> info at: d.baldi@osmanagement.it
or www.davidebaldi.it