



Il “segreto” del vendere e del comprare

www.bonacasa.net

r.bonacasa@osmanagement.it

Ci troviamo in un periodo storico che ci pone di fronte grandi sfide

- A) Sovrabbondanza di aziende simili con prodotti e servizi simili: necessità di differenziarsi o di essere “la prima azienda che...”
- B) Crescono le nicchie ad alto valore aggiunto o il low cost, quello nel mezzo si contrae.
- C) Nasce l’economia intangibile

Dirigere la trattativa

- È l'abilità di far andare le cose come uno vorrebbe.
- Per questo devi saper dare inizio all'azione, poi gestirla e in fine completarla
- Così hai avuto controllo
- Quindi devi sapere cosa fare in ogni momento

Definizione di Vendita

**INFLUENZARE
L'ATTEGGIAMENTO CHE
IL CLIENTE HA VERSO
L'ACQUISTO**

.....Cioè

- Trasformare un
Desiderio in una
Esigenza

- VEDO
- MI EMOZIONO
- DESIDERO
- DIVENTO RAZIONALE

L'EMOZIONE DURA POCO

- IL TUO LAVORO E' QUELLO DI TENERLA ACCESA
- IL TUO LAVORO E' FAR RIVIVERE AL CLIENTE IL MOMENTO IN CUI HA PENSATO CHE POTEVA AVERE QUANTO **DESIDERATO**

- Ogni cliente ha un'esigenza a livello dormiente e non sempre vuole comprare
- L'esigenza viene accesa da qualcuno che dimostra vero interesse per lui come persona
- Ognuno di noi deve fare qualcosa di straordinario soprattutto nei rapporti con gli altri.

Esigenza & Acquisto



Cosa compra il cliente

- Nella vendita di servizi il cliente compra 5 cose secondo un ordine ben preciso:
 - **IL VENDITORE**
 - **L'AZIENDA**
 - **IL PRODOTTO/SERVIZIO**
 - **IL PREZZO**
 - **QUANDO FARLO**

Comunicazione

- La comunicazione non verbale costituisce l'**80%** della nostra comunicazione.
- Noi comunichiamo molto di più le nostre emozioni, le nostre convinzioni le nostre idee e le nostre sensazioni piuttosto che le nostre parole.

La sintonia nella vendita

- Vendere è come ascoltare una stazione radio, se sbagli frequenza non senti quello che vorresti sentire.
- Le persone rispondono sulla loro frequenza, sei tu che ti devi sintonizzare.
- Non aspettarti che gli altri si comportino come ti comporti tu.

ANCHE LUI PUO' AVER RAGIONE

- Permetti al tuo cliente di essere un po' venditore e vedrai che lui ti concederà di esserlo successivamente.
- Non è una sfida su chi ha ragione o chi ha torto, ma su cosa vogliamo ottenere.
- Non fermarti alle apparenze, potrebbero trarti in inganno.

L'AUTOSILOS e LA VELOCITA'

- La vendita è come un autosilos, estrai tutte le macchine dal garage del tuo cliente così che, dopo aver creato spazio, potrai permettergli di inserire le tue negli spazi vuoti.
- Ricorda che hai un tempo limitato di intervento, passato il quale lui rimetterà a posto le sue auto.
- In molti casi non sarai l'unico parcheggiatore che incontra

OBIEZIONI

- Qualsiasi obiezione da parte del cliente, dipende da una carenza di convinzione da parte del venditore!
- Voi comprereste il vostro prodotto a quel prezzo? Se voi non lo comprereste, difficilmente riuscirete a farlo acquistare al cliente.

Superamento delle Obiezioni

- Se il cliente, fa troppe obiezioni o fa obiezioni false, vuol dire che non abbiamo centrato il problema del cliente.
- Dobbiamo tornare in indagine ed in seguito rifare la stimolazione.

Per concludere

“ Puoi credere di farcela oppure di non farcela, non importa, in entrambe i casi i fatti ti daranno ragione”

Ford

- www.bonacasa.net
- r.bonacasa@osmanagement.it