

GESTIONE D'IMPRESA

di EROS TUGNOLI

Mentalità da negoziatore

Spesso i termini trattare, vendere, acquistare, negoziare, sono considerati sinonimi o quasi. In realtà, la "negoziiazione" si distingue dagli altri, per mentalità, strategia ed efficacia.

Pensate a questa situazione: siete un venditore di beni e servizi e avete sollecitato un potenziale cliente a incontrarvi. Il (futuro) cliente accetta l'incontro e vi riceve nel suo ufficio. Dopo un caffè e i convenevoli di rito, vi sedete e il cliente, gentilissimo e pacato, vi dice:

*"Bene dottor Rossi, come lei sa io ho già i miei fornitori nel suo settore. Ho comunque accettato di riceverla poiché conoscere nuovi partner è per noi importante e siamo aperti a eventuali future collaborazioni. Le premetto subito una cosa: noi siamo un'azienda economicamente solida, **paghiamo puntualmente i nostri fornitori, ma a 360 giorni**. Preferisco dirglielo subito, per correttezza".*

A bruciapelo: cosa gli direste? Non pensate, rispondete di getto.

Bene, di solito le risposte più gettonate sono queste:

- **mi alzo e me ne vado**, più o meno gentilmente;
- gli chiedo come mai pretendano pagamenti a un anno;
- gli dico che noi accettiamo pagamenti sui 60/90 giorni, rare volte a 120;
- cerco di convincerlo a venirci incontro.

In effetti, già sapendo che la vostra amministrazione (o voi stessi) non accetterà mai questo pagamento, il "venditore" utilizzerà una di queste. Ma otterrà ben poco, ovviamente.

La situazione è paradossale, ma mi è utile per spiegare la differenza di mentalità tra il negoziatore e il venditore. Di fronte a questa affermazione del cliente, il negoziatore pensa in maniera diversa dai venditori e agisce in base a questi ragionamenti:

- l'affermazione del cliente potrebbe **essere falsa o indicare un caso eccezionale**: la ignoro, per ora;
- devo avere **ulteriori informazioni** sulla sua azienda, sul suo business, ecc.;
- dirgli di no ora o tra 30 minuti non mi cambia nulla.

Quindi gli darà una risposta tipo " *Bene, vedo che i suoi fornitori la trattano molto bene, come facciamo noi con i nostri clienti. Ma ancora non ci conosciamo: mi parli un po' della sua azienda, del suo ruolo, ecc.* ".

Nei 30 minuti successivi il negoziatore avrà modo di **conoscere meglio** il suo futuro cliente. E viceversa. E ora, la condizione capestro dei 360 gg potrebbe avere **2valenze**: il negoziatore si rende conto che il cliente potrebbe davvero essere fonte di grossi business, quindi forse la sua azienda potrebbe fare un'eccezione, oppure è il cliente che si rende conto che l'azienda del negoziatore gli sarebbe molto utile e i 360 giorni ora sono un problema per lui: sarà lui ora a trattare con la sua amministrazione o con il suo capo.

E se va male? Avrete fatto trascorrere i (teorici) 30 minuti, lo saluterete e gli direte di no comunque. Ma questa corretta gestione del tempo di negoziazione ha risolto al meglio diversi casi difficili, **evitando una chiusura iniziale**.

Concludendo: in una trattativa, se avete del tempo a disposizione, giocatevelo tutto, senza fretta, siano 30 secondi, 30 minuti o 30 ore.