

GESTIONE D'IMPRESA

di **EROS TUGNOLI****Il bianco e il nero della formazione alle vendite***In 3 passaggi, ecco cosa significa l'aggiornamento professionale nella difficile arte di concludere affari.*

Domanda per agenti, intermediari e professionisti nell'area commerciale: qualcuno di voi è laureato in **Ingegneria della Vendita e Tecnica Negoziale** ? Oppure anche solo diplomato in **Venditologia** ? Ovviamente la risposta è la medesima, cioè no. Un ragioniere, una maestra d'asilo, una psicologa, un perito elettrotecnico, hanno un percorso formativo scolastico o universitario ben definito e certificato: il venditore, no. Al massimo, gli agenti di commercio hanno un' **abilitazione alla professione** di qualche decina d'ore di aula. Eppure, esistono agenti, venditori, tecnici commerciali e area manager che gestiscono milioni di euro di fatturato, in Italia e nel mondo, protagonisti ogni giorno del loro destino e del fatturato delle loro aziende. Ma siccome la vendita è una professione senza nessun riconoscimento accademico, la formazione viene lasciata alla libera iniziativa individuale, senza alcuna certificazione riconosciuta. Al massimo, si frequenta qualche breve " *corsetto* " sulle tecniche di vendita, spesso affidati a psicologi o pseudo " *motivatori* " che seguono le tendenze e i " *guru* " del momento. Anche per questo motivo, molti venditori sono ipercritici nei confronti della formazione e in parte hanno ragione.

Quindi, il venditore come apprende questa professione? Nel 90% dei casi lo fa lavorando, usando educazione e buon senso. Ma questo non basta. Alcune aziende mettono a disposizione un venditore più anziano e quindi più esperto, per affiancarlo. Purtroppo, " *saper vendere* " non significa " *saper insegnare a vendere* " e molti affiancatori usano come metodo il " *Fai come faccio io* ". Ma la componente caratteriale e psicologica, assolutamente fondamentale nella vendita, non può essere insegnata con un copia-incolla. Un venditore cosiddetto esperto, cioè con almeno una decina d'anni di professione, difficilmente commette errori in ciò che fa: tuttavia, non conosce molte **strategie negoziali** ed **comunicazione persuasiva** . Quindi quello che fa, lo fa anche bene: il problema è quello che non fa. Cosa devono fare gli agenti per migliorare e per aggiornarsi? Bastano 3 semplici passaggi.

Volerlo fare - E' la base. Se credete sia possibile crescere solo con il lavoro sul campo, affronterete qualsiasi corso, qualsiasi video o tutorial dal web e qualsiasi consiglio, solo contestandoli e rifiutandoli. A proposito: qual è l'ultimo libro che avete letto sulla negoziazione commerciale?

Studio- Si possono trovare alcune eccezioni, ma qualsiasi lavoro ad alto livello e ben retribuito richiede una base teorica e di conoscenze sulla quale fare esperienze e sperimentazioni. Libri e materiale di analisi e studio non mancano, per ogni esigenza, anche sul web: non tutti all'altezza, ma alcuni spunti o curiosità li possono dare. Suggesto di ricercare inizialmente tematiche legate a psicologia della comunicazione, strategia e organizzazione vendite, negoziazione, marketing e nuove tecnologie " *lead generator* ".

Metodo- Un buon metodo deve contenere le giuste basi teoriche, aggiornate continuamente, e deve integrarsi e valorizzare la vostra esperienza. Potete inoltre arricchire la vostra esperienza con quella di altri colleghi, tramite blog, forum, corsi e conferenze, ma a una condizione: restate sempre assolutamente aperti all'ascolto e senza prevenzioni o preclusioni, tipo: " *Eh, ma il mio settore/clienti/prodotto è diverso* ". Ascoltate, assorbite, elaborate e applicate sempre nuove strategie. Questa è la vera esperienza.