

GESTIONE D'IMPRESA

di EROS TUGNOLI

Piccolo manuale delle obiezioni. Con risposta annessa

Nelle trattative, uno dei timori più diffusi è rimanere senza argomenti davanti alle domande dei clienti. È solo un problema psicologico o anche di metodo?

Per le informazioni e le comunicazioni interne o esterne, le aziende dispongono di una discreta mole di documenti preparati appositamente: norme di sicurezza, procedure di evacuazione, manuali di qualità, tempi e metodi, schede tecniche di prodotto, contrattualistica amministrativa, ecc. Quando ci avviciniamo alla parte " vendite ", però, è nebbia fitta: **non esistono procedure dettagliate di pianificazione, contatto, presentazione, trattativa e negoziazione**. Sono veramente rare le aziende che capiscono quanto sia importante la **qualità della azione di vendita** e che apprendere " *sulcampo* " non è l'unico metodo possibile.

E negli studi professionali? A maggior ragione dovrebbe esserci una documentazione in tal senso. Commercialisti, avvocati, fiscalisti, architetti, ingegneri si dedicano a prestare un servizio quasi sempre " *immaterico* ", spesso ad alto costo e le loro competenze sono lontane anni luce da vendita e *marketing*.

Improvvisare, in questi casi, abbassa notevolmente il numero possibile di clienti e di fatturato. Ma di " *Manuali di Strategia e tattica commerciale* ", nemmeno l'ombra. Tralasciando per ora tutte le varie procedure commerciali e di *marketing*, ci focalizziamo sul punto più critico, cioè la **risposta alle obiezioni del cliente**. Siamo quindi nella fase finale della proposta dei nostri prodotti o dei nostri servizi e sicuramente il cliente avrà ancora alcuni dubbi. Non solo legati alla vostra attività o alla vostra persona, ma anche al fatto di scegliere se affidarsi a voi o ad altri, al fatto di affrontare un impegno economico spesso basato sulla " *fiducia* ", o semplicemente a causa della sua indecisione.

Ecco come si prepara un utilissimo " *Manuale delle obiezioni* ", personalizzato per la vostra attività, per avere una conoscenza e un'apertura mentale sulle varie risposte da fornire a obiezioni legate soprattutto alla trattativa. Importante: **cercate di fare un lavoro di squadra**, coinvolgendo tutte le persone che si interfacciano con i clienti. Se siete soli, meglio che niente. Magari confrontatevi con un consulente esperto di comunicazione commerciale.

1. **Elencate tutte le obiezioni** che vi fanno quando proponete un servizio, un lavoro, un prodotto, ecc. L'obiezione deve essere scritta in forma diretta: " *Perché questo servizio costa così tanto?* "
2. Ora **distribuitele tutte a colleghi e collaboratori**, chiedendo a ognuno di indicare le sue risposte abituali, sempre in forma diretta: " *Vede signor Rossi, il costo è legato al tempo che viene dedicato per fare un lavoro accurato e sicuro* "
3. Noterete che alla stessa domanda, ci saranno più risposte possibili: benissimo, sono dovute ai diversi tipi di clienti. Quindi, sotto ogni obiezione, **scrivete le risposte relative senza alcun filtro o censura**.
4. Se siete in gruppo, discutetele una ad una con i colleghi, migliorandole nell'esposizione, accorpendole o eliminandole.
5. Il documento va messo a **disposizione di tutti** sia per la consultazione, sia per l'aggiornamento: nel tempo vedrete che le obiezioni aumenteranno e anche le varie alternative di risposta. Si possono utilizzare file condivisi, nel server aziendale o nel *cloud*.

Il Manuale sempre aggiornato è utile **da consultare prima di ogni trattativa** in presenza, durante le videochiamate o le telefonate, o in risposta a e-mail del cliente.

Ricordate che anche i piloti d'aereo hanno il Manuale di volo, con procedure ed emergenze indicate chiaramente. In caso di emergenza, io spero che lo usino con attenzione, non che improvvisino. E voi?