

GESTIONE D'IMPRESA

di EROS TUGNOLI

Parola d'ordine: semplificare

La formazione a negoziazione o marketing è spesso complessa e difficile da applicare. Occorre semplicità, tenendo presente che semplice non vuol dire ovvio o banale: vuol dire chiarezza di intenti ed efficacia nell'ottenere un risultato.

Strategie negoziali, tecniche di vendita, programmazione neurolinguistica applicata, psicologia della comunicazione persuasiva, schemi strutturati, *check-list*, procedure, protocolli.

3 tipologie di clienti; anzi, no: 5, ma in alcuni casi anche 7 o 9.

E poi via ai vari tipi di *marketing*: *digital*, *inbound*, *social media*, guerriglia, *direct*, ecc.

Formarsi alla vendita e al marketing sta diventando molto complesso, soprattutto se si entra nel dettaglio specifico. A volte, sono i formatori stessi che ti complicano la vita per poi aiutarti a districarti tra le varie scuole di pensiero.

Occorre tuttavia trovare un **equilibrio tra la complessità del dettaglio e il semplicismo a tutti i costi**. Non è facile, la coperta è troppo corta, mediando tra sintesi e analisi si rischia di creare una via di mezzo ancor più inefficace. Prendiamo spunto da alcune aziende che di fronte alla scelta tra complessità e dettaglio hanno scelto la terza via: entrambe.

Pensate ai libretti di istruzione degli smartphone: uno è dettagliato, pieno di informazioni, spesso scritte in caratteri piccolissimi per evitare di allegare al prodotto un tomo enciclopedico. Poi ne troviamo uno breve, con poche basilari informazioni, più leggibile e pratico.

E i telecomandi TV chiamati Smart o Simply, con soli 5 o 6 tasti, invece di quelli a 30/40 tasti che sembrano dei cruscotti di aeroplano?

Bene, ora proviamo a cavalcarne una, quella della **semplicità**, del ritorno alle origini.

Vi proponiamo una modalità semplice, veloce ed efficace: di seguito troverete delle domande alle quali sarete voi a dare risposte e saranno le vostre risposte che vi daranno, semplicemente, le modalità per affrontare un cliente.

Vi suggeriamo inoltre di scrivere in modo semplice e chiaro la risposta a queste domande. **Il tuo cliente** - Che cliente vuoi? Di cosa ha bisogno? Che problemi gli puoi risolvere? **Localizzazione e visibilità** - Dove si trova? Che ambienti frequenta? Cosa legge? Che social frequenta? E tu, ti fai vedere, ti fai notare? Come "*brilla*" la tua luce? *Il faro nella notte che li attira?* **Primo contatto** - Sei cortese? Sei determinato? Crei empatia? Prediligi il contatto diretto (in presenza o telefonico) o domandi tutto alla solita vecchia, inutile ed inefficace "

mail con brochure allegata " ? **Ascolto, domande, ascolto e ancora ascolto** - Parli prevalentemente tu o fai

parlare lui? Gli chiedi di cosa ha bisogno o cerchi di capire tu cosa davvero gli serve? Lo osservi per capire le sue emozioni? **Serietà e sincerità** - Cosa pensi del termine "*furbo*" ? Tu lo sei? Sai dire chiaramente al cliente che sei lì solo per capire se e come puoi essergli utile? **Trattativa** - Spari alto col prezzo per poi fare lo sconto? Hai

studiato precedentemente tutto quello che puoi mettere in campo per raggiungere un accordo soddisfacente per entrambi? **E vissero felici e contenti** - Lo segui successivamente o aspetti che ti chiami lui? Anzi, speri che non ti chiami perché "

...sicuramente è una rogna... " ? Ti fai trovare facilmente, rispondi subito alle sue richieste? Sei propositivo ed attento al suo business? Come avrete letto, tra le righe delle domande ci sono spesso già alcune indicazioni di come comportarsi o di quali comportamenti vanno evitati. Ora tocca a voi: semplice, no?