

GESTIONE D'IMPRESA

di EROS TUGNOLI

Un inizio memorabile

La presentazione al cliente come base fondamentale per invogliare l'interlocutore ad approfondire l'argomento.

Terminato il periodo estivo, si ricomincia. Ogni re-inizio dà una spinta motivazionale che può aiutarci a riprendere l'attività lavorativa con più vigore ed energia. **Un inizio è una nascita**, un nuovo lavoro, un nuovo progetto; ma anche il risollevarsi dopo una crisi, un cambiamento radicale di vita magari dovuto a cause esterne.

Il nostro inizio settembrino parte da qui, dalla proposta di un fondamentale da rivedere, ripensare e aggiornare: la propria presentazione al cliente.

Di solito una presentazione, scritta o verbale suona più o meno così: " *Buongiorno, mi chiamo Paolo Menetti, sono l'Area Manager della Tuttobrill Srl, azienda leader nel settore dei materiali per la pulizia industriale, da più di 80 anni forniamo i nostri clienti dei migliori prodotti per l'igienizzazione, con un ottimo rapporto qualità/prezzo. Puntiamo soprattutto al servizio e alla soddisfazione del cliente* " .

Bene, se vi siete ritrovati in questa presentazione, anche solo per la metà dei concetti espressi, **è ora di cambiarla per questi motivi**: tolto il vostro nome, è identica a quella del 95% dei vostri competitor: differenziarsi è il principio di marketing oggi più efficace; la usano tutti, in tutti i settori: i clienti si annoiano, non ne possono più; trasmette banalità e ovvietà: " *puntiamo alla soddisfazione del cliente* "; non dice nulla di specifico: " *puntiamo al servizio* ". Cioè, quale? Il problema è che questa presentazione non fa scattare interesse e curiosità al cliente, che tenderà a tagliar corto se siete di fronte a lui, a non darvi l'appuntamento se siete al telefono, a cestinare la e-mail senza nemmeno leggere il seguito.

Occorre preparare una presentazione che colpisca il cliente e che alzi immediatamente il suo interesse. Per capire come fare, concentratevi su 2 domande che il nuovo cliente si pone quando siete di fronte a lui: puoi risolvere il mio problema? perché dovrei affidarmi a te? Per il cliente oggi è difficile fare una scelta. Ha un problema e vuole qualcuno di cui potersi fidare che sia in grado di risolvergli il problema. E cerca l'esperto, una persona di fiducia. Quindi la presentazione deve assolutamente rispondere a queste domande nel più breve tempo possibile e nel più chiaro dei modi. Per fare ciò non basta una semplice presentazione, ma una presentazione " *memorabile* ".

Va però preparata con metodo e tecnica, non improvvisata, pensando alle domande che si pone il cliente e, soprattutto, con una caratteristica fondamentale: **deve avere una durata che va dai 30 ai 45 secondi**. In questo lasso di tempo la mente del cliente decide se darvi ascolto o no, se darvi fiducia o no e tutto quello che direte successivamente sarà influenzato, nel bene e nel male, dall'impressione che avrete dato in questi 30 secondi.

Gli americani la chiamano **Elevator Pitch**, in pratica il " *discorso dell'ascensore* ". La storia narra di un giovane dipendente di una multinazionale americana che dopo vari tentativi per proporre il suo progetto al proprietario, si trova con lui in ascensore da solo e, in 30 secondi, lo incuriosisce a tal punto da essere convocato in direzione per presentarlo dettagliatamente.

Ecco i punti essenziali della vostra presentazione memorabile: cosa faccio; in quanto tempo; per chi; dove; come; cosa otterrai.

Proviamo a diversificare, come esempio, la presentazione sopra descritta del signor Menetti: " *Buongiorno, sono Paolo Menetti, Area Manager della Tuttobrill srl. Dopo un primo sopralluogo, in 7 giorni progettiamo detersivi su misura per le singole necessità aziendali, completamente biodegradabili e riciclabili, che igienizzano gli spazi lavorativi dei vostri collaboratori, creando maggior produttività e benessere* " .

Questa che vi abbiamo descritto è solo la base fondamentale della vostra presentazione: avrete certamente notato che colpisce molto di più e invoglia il cliente a farvi domande e a capire. E aggiungerete dettagli e particolari, creando un bel dialogo col cliente.

Venderete? Non lo so, ma " *Chi ben inizia è a metà dell'opera* ". Iniziate, quindi, e in bocca lupo!