

GESTIONE D'IMPRESA

di EROS TUGNOLI

Un corso marketing? Non mi serve

Nuovi prodotti, nuovi strumenti e nuove abilità stanno rivoluzionando il mondo delle vendite, nonostante ci sia ancora chi crede che si possa imparare "dalla strada" come ai bei tempi andati.

Da più di 35 anni addestro venditori, intermediari, consulenti alle strategie di negoziazione e trattativa. In questi anni i mercati sono stati spesso travolti dalle innovazioni, **sono sparite alcune professioni**, ne sono nate altre.

Resiste ancora quella del " **venditore** ", anche se ultimamente sta subendo una forte trasformazione dovuta al mondo digitale e a un'evoluzione del marketing che, aumentando l'interazione diretta tra chi compra e l'azienda stessa, rende il ruolo del venditore meno indispensabile di quello che era pochi anni fa.

Qualche esempio: le aziende che propongono **prodotti tecnologici** e specialistici preferiscono formare i propri tecnici alle vendite, piuttosto che affidarsi a venditori o agenti.

Figure "intermedie" come gli **Area Manager** tendono a scomparire: oggi la forza vendita si interfaccia direttamente con la dirigenza. Procacciatori d'affari o account vengono sostituiti con giovani esperti di **Social marketing**. I colloqui in presenza sono spesso sostituiti con videocall o semplici telefonate.

Diventa quindi indispensabile per un venditore apprendere nuove abilità, formarsi alle nuove tecnologie, studiare marketing e negoziazione applicata.

Nonostante ciò, quando rivolgo questa domanda ai venditori: "Qual è l'ultimo libro che avete letto sulle strategie di negoziazione e tecniche di vendita?" Anche i più esperti si guardano in faccia, sillabando sottovoce " ...mai". Ma voi, fareste operare vostro figlio da un **chirurgo che non ha letto un libro di medicina** negli ultimi 10 anni?

Eppure, il 90% dei corsisti mi risponde così e c'è sempre un grande scetticismo da parte dei venditori sui corsi " **marketing** ", usato indistintamente al posto di " **vendite** " o " **negoziazione** ". Sanno già tutto loro, spesso sono ipercritici per non dire bastian contrari.

"**La nostra palestra è la strada!**" mi obietta qualcuno. Certo, la pratica e l'esperienza sono fondamentali per qualunque professione, ma si devono costruire su una base teorica ben definita e su un metodo efficace e consolidato. Per esempio, quando affianco un venditore esperto nella visita a un cliente, difficilmente vedo errori in ciò che fa: noto però che non conosce alcune strategie che potrebbe mettere in atto. Perché? Semplice, non gliel'ha insegnate nessuno.

Se uno apprende solo dalla " **strada** ", esperienza comunque utilissima, ha **2 problemi**: il 1° è che apprende da ciò che accade, ma solo se si rende conto consapevolmente delle azioni positive e di quelle negative. Il 2° problema è che il venditore apprende da ciò che vede accadere, ma non da ciò che poteva accadere se fossero state attuate strategie diverse.

Ecco gli ingredienti per fare una buona formazione alla negoziazione e gestione delle trattative: automotivarsi a **crescere e aggiornarsi**, a qualsiasi età - Sentirsi arrivati o credere di sapere abbastanza, se non tutto, significa "morire mentalmente" ed è l'anticamera del fallimento professionale; **studiare** - Nessuno ci ha insegnato a negoziare, non esistono scuole, istituti o Università che lo insegnano in maniera organica. Tuttavia, il Web (social network, blog, forum, webinar) ha una proposta variegata e di strumenti di comunicazione, vendita, negoziazione che ci consente un aggiornamento anche da casa o in orari comodi e personalizzati. " *Magari, ma non ho tempo!* " è la scusa classica di chi non vuole dedicare tempo allo studio. Almeno avesse il coraggio di essere sincero con sé stesso: " *Non ho voglia di studiare, mi basta ciò che so* "; **applicare, valutare e provare ancora** - La teoria è utile solo se si prova ad applicarla nel proprio campo, con fiducia e determinazione. Tutte le teorie sono valide, ma solo alcune funzionano nel vostro campo specifico e vanno adattate. Scartate quelle che non vi danno risultati, affinate quelle che funzionano: i risultati saranno straordinari. Se seguirete questi consigli e direte " *Voglio apprendere, quindi se inizio a studiare e applico i fondamentali otterrò ottimi risultati* ", avrete ragione!

Se invece pensate che " *Il mio settore è diverso, c'è crisi e non si vende niente* ", avrete ragione comunque.