

GESTIONE D'IMPRESAdi **EROS TUGNOLI****Tutti in ferie? Bene, giocate d'anticipo**

Uno slogan nato diversi anni fa si intravede ogni tanto all'inizio del periodo estivo, su alcuni quotidiani e su qualche vetrina: "Aperti per ferie".

Nato come **servizio per la comunità** per non farla rimanere senza generi di prima necessità, si è poi diffuso come opportunità per farsi trovare da nuovi, potenziali clienti che si trovano in città durante il periodo estivo, generalmente dedicato alle ferie.

Anche se *"Aperti per ferie"* nasce inizialmente per i negozi, ha poi avuto uno sviluppo strategico in altri settori di mercato, per esempio **aziende o professionisti** che avevano necessità di trovare nuovi clienti o incontrare clienti consolidati in momenti di maggior calma, anticipando i concorrenti.

Infatti, sono proprio questi due punti i fattori di successo di questa strategia: anticipare i concorrenti (o *"gestione del tempo di trattativa"* in gergo negoziale) e trovare il titolare (o il *"decisore"* in gergo negoziale). Vediamo come e perché.

Anticipare i concorrenti - Il fattore *"tempo"* nella vendita è importantissimo: decidere quando contattare un cliente, in che periodo preparare un'offerta, quando accelerare o rallentare i tempi di trattativa o come pianificare una scadenza per far decidere l'acquisto. I concorrenti sono sempre attivi e agguerriti, ma molti in estate vanno in ferie. Occasione ghiotta per avere meno concorrenza e anticipare le scelte del cliente. E quando i competitor rientreranno dalle vacanze e si butteranno come belve affamate sulle poche ossa da spolare, voi avrete già mangiato il *"filetto"*.

Una collega giornalista/pubblicista, per 2 anni si propose per sostituire durante il mese di agosto i giornalisti in ferie di un noto quotidiano nazionale. Fu poi richiamata qualche volta anche durante l'anno, infine la assunsero e da lì iniziò la sua carriera. Si era fatta conoscere, apprezzare e scelsero lei, invece delle centinaia di curriculum che arrivavano *"in settembre"*.

Trovare il titolare - Ci sono alcuni momenti durante le ferie estive e invernali in cui, se ci sono, troverete più disponibili e con più tempo per voi i proprietari di attività, soprattutto PMI, studi professionali e, come già indicato, negozi al pubblico. Vi differenzierete proprio per questa vostra presenza, unicità e disponibilità di servizio. Potrete obiettare, giustamente, che durante le ferie non ci saranno nemmeno i clienti, che le attività siano chiuse. Certo, forse le aziende sono chiuse. Forse *"chiuse per ferie"* o anche *"per inventario"*, ci sono proprio i titolari o i proprietari, che approfittano dell'assenza dei dipendenti, di attività operativa, di telefonate, di visite e riunioni. Pensateci bene: conoscerete certamente alcuni di questi imprenditori che lavorano anche di sabato o di domenica, proprio durante i momenti di chiusura dell'azienda. E forse, lo avete fatto anche voi, qualche volta. Condizioni fondamentali per la riuscita dell'operazione: non fate quello che abitualmente fate per la ricerca del cliente, soprattutto riducete al minimo le telefonate al numero aziendale o le e-mail a *info@*, in questi giorni di ferie i telefoni squillano liberi: fatelo al cellulare dell'interessato o alla e-mail personale, se l'avete o se avrete avuto l'accortezza di farveli dare in precedenza.

In questo periodo vacanziero, funziona molto bene il c.d. *Door to Door* aziendale: presentarsi direttamente presso azienda o attività o studio. Si tratta, quindi, di un lavoro commerciale prevalentemente in presenza, valorizzando la relazione interpersonale. Occorre solo l'accortezza di valutare con cognizione di causa lo spostamento e la strategia di primo contatto. A parole, non chiedete subito l'incontro, ma valutate bene la situazione prima di prendere un appuntamento.

In un mercato invaso dal social media marketing e dalle vendite online, questa metodologia potrebbe sembrare vecchia e antiquata; in realtà, si integra perfettamente alle moderne tecniche di contatto via Web, completando spazi di manovra impossibili da gestire con e-mail e telefono, probabilmente in *stand-by* e di nuovo operativi solo a fine estate.