

Un venditore molto capace

Durata	3.16 minuti
Tema principale	Vendita
Il contesto	Gary non sa più come convincere Linda ad uscire con lui. L'unica cosa che gli resta da fare è scommettere sulla sua capacità di venditore. Nel negozio di elettrodomestici dove Linda lavora, trova pane per i suoi denti: un cliente molto difficile. Quali tecniche userà per convincerlo a comprare?
Il punto di vista del Trainer	<p>Linda: <i>Quell'uomo non compra nemmeno un tostapane.</i> Da venditore mi viene da dire "le ultime parole famose"!!</p> <p>Troppo spesso le obiezioni non sono quelle che ci fanno i clienti, ma quelle che ci raccontiamo per attutire gli effetti di un probabile fallimento.</p> <p>Invece Gary non si scoraggia. Lui possiede armi molto semplici, ma che ancora pochi venditori sono capaci di applicare con costanza:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Formazione continua 2) Allenamento <p>Alla lunga la vendita non ha a che fare con il talento, bensì con la pratica.</p> <p>Ecco nei dettagli le tecniche che Gary usa per essere più persuasivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Non vende per vendere (ha riconosciuto un cliente di tipo "polare"; sono i clienti che fanno l'opposto di quello che consigli, a prescindere. Per cui gli dice: <i>"Io non mi avvicinerei troppo a questa bambola, la potrebbe risucchiare dentro"</i>) - Reciprocità (con clienti difficili è quasi impossibile trovare un punto d'incontro se non con la postura o la comunicazione non verbale. Gary replica al tentativo di difesa del cliente <i>"Guardo solo"</i> facendo appello alla reciprocità: <i>"Come tutti noi"</i>) - Metaprogramma referenza interna (ci sono clienti stimolati dai consigli degli altri e clienti che non decidono se non con la loro testa. Gary riconosce quest'ultima caratteristica e dice: <i>"E poi è evidente che lei è qui senza la moglie, mica può prendere una decisione senza di lei? ...è un apparecchio che fu progettato per chi se lo merita veramente..."</i> ecc.)

Un venditore molto capace

	<p>- Multisensorialità (la comunicazione efficace, soprattutto di un venditore, dovrebbe passare attraverso tutti i sensi: <i>"...che si merita la visione stimolante, la cacofonia sonora, che stimola il nervo ottico"</i>) Ritengo questa scena una delle più complete sulla vendita. Gary, oltre a ripetere per tutto il tempo le strategie di cui abbiamo parlato, inserisce nella trattativa anche i "comandi nascosti" (la TV che al momento opportuno recita: <i>"Ce l'abbiamo fatta!"</i> o le insistenti ripetizioni di <i>"E' tutto suo... tutto suo"</i>), piuttosto che un uso magistrale della legge di contrasto (quando parla di un prezzo inferiore a tutti gli sfizi che la moglie si toglie, non facendosi sfuggire l'opportunità di elencarli uno ad uno).</p> <p>In ultimo la scena offre la possibilità di lanciare una riflessione sull'etica del venditore, lasciando un piacevole stato emotivo dopo la proiezione. Del resto chi non riderebbe di fronte ad un: <i>"Per 39 dollari al mese in 18 anni quella sarà sua... sua!"</i></p>
<p>Altri utilizzi</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Vendita - Persuasione - Milton Model - Comando nascosto - Cliente - Metaprogrammi - Referenza interna - Legge del contrasto - Reciprocità - Convincere - Cliente polare - Multisensorialità - Vak - PNL - Robert Cialdini - Ipnosi - Mancanza di etica