

**Gianluca Santorelli,  
Gabriele Zanaria**

# **NEGOZIARE E VENDERE DA PROFESSIONISTA**

**Le best practices  
per fare la differenza**

**Manuali/**FrancoAngeli

A blurred background image showing two men in business suits shaking hands. The man on the left is wearing a dark suit and a light-colored tie, while the man on the right is wearing a dark suit and a striped tie. They are both smiling and looking at each other. The background is a warm, out-of-focus indoor setting.



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it) e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

**Gianluca Santorelli,  
Gabriele Zanaria**

**NEGOZIARE  
E VENDERE  
DA PROFESSIONISTA**

**Le best practices  
per fare la differenza**

Manuali/**FrancoAngeli**

*Grafica della copertina:* Elena Pellegrini

Copyright © 2011 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it).*

---

# Indice

<b>Introduzione.</b>	
<b>I fattori e le abilità che portano al successo</b>	pag. 11
<b>1. I principi-base di negoziazione</b>	» 21
1. Che cos'è (veramente) una negoziazione	» 21
1.1. Stili negoziali	» 25
2. Le tipologie di negoziazione	» 26
2.1. Negoziazione ripartitiva	» 27
2.2. Negoziazione generativa	» 28
3. Le negoziazioni complesse	» 31
3.1. La negoziazione multifase	» 31
3.2. La negoziazione multiparte	» 32
3.3. Quindi...	» 32
4. Le tecniche insegnate alla Harvard Business School	» 33
4.1. Il modello di negoziazione	» 33
4.2. Le tattiche negoziali	» 34
5. Tre (+ uno) concetti fondamentali	» 41
5.1. La migliore alternativa a un accordo negoziato (BATNA)	» 42
5.2. Il prezzo di riserva (WAP)	» 47
5.3. La zona di possibile accordo (ZOPA)	» 48
<b>2. Ingegneria della negoziazione</b>	» 51
1. Le tre figure fondamentali	» 51
1.1. Il venditore	» 51
1.2. Il compratore (il cliente)	» 54

1.3. L'oggetto della vendita	pag. 55
2. Fissare l'appuntamento (tecniche per appuntamento e agenda statement)	» 59
2.1. Per fissare un appuntamento al telefono segui queste regole	» 60
2.2. Utilizza un approccio efficace	» 62
2.3. Consigli "dal campo" per fissare l'appuntamento al telefono	» 63
3. Preparare l'incontro (pianificazione incontri: ricerca informazioni e definizione strategia di vendita)	» 64
3.1. Progetta una negoziazione di successo	» 64
3.2. Consigli (molto) pratici per preparare l'incontro con il cliente	» 65
4. Creare relazione (l'approccio iniziale e l'empatia)	» 66
4.1. Costruisci un approccio positivo	» 66
4.2. L'empatia	» 76
5. Individuare le aree chiave (La ricerca della risposta alle due domande "cosa cerca, o meglio quali bisogni desidera soddisfare?" e "come decide?")	» 79
5.1. L'analisi dei bisogni del cliente	» 80
5.2. Le metodologie di analisi	» 82
5.3. Utilizzo dell'analisi dei bisogni	» 86
5.4. Tecnica delle domande	» 89
5.5. Come porre le domande	» 92
5.6. Il riepilogo delle esigenze del cliente	» 92
6. Presentare la proposta/soluzione per soddisfare i bisogni del cliente	» 93
7. Negoziare (gestire efficacemente le obiezioni e individuare i segnali che indicano disponibilità o chiusura)	» 96
7.1. Distinzioni importanti	» 96
7.2. Come gestire efficacemente le obiezioni	» 97
7.3. I segnali che indicano disponibilità o chiusura	» 100
7.4. Alcune tecniche per gestire efficacemente le obiezioni	» 102
7.5. Gestire la resistenza	» 103
7.6. Gestire personalità fortemente resistenti	» 103

7.7. Tiriamo le somme	pag. 104
8. Concludere la negoziazione	» 105
9. Consolidare la vendita (confermare la “bontà” della scelta/acquisto)	» 109
10. Gestire il commiato (rafforzare la relazione)	» 110
11. Gestire il post-vendita e sviluppare il cliente (customer care, richiesta di referenze e “repeat selling”)	» 111
<b>3. Psicologia della negoziazione (teoria e pratica)</b>	» 113
1. Osare	» 113
2. La seduzione nella negoziazione	» 113
2.1. Seduzioni leali in un mondo sleale (la lealtà della seduzione)	» 114
3. Il modello di riferimento: modello della mente e dell’apprendimento	» 115
3.1. Noi e l’ambiente	» 115
3.2. Filtri	» 116
3.3. Stati d’animo e comportamento	» 119
3.4. In sintesi	» 120
4. Programmazione Neuro-Linguistica e ipnosi ericksoniana	» 121
5. I principi della comunicazione applicati alla negoziazione	» 124
5.1. La comunicazione persuasiva	» 127
5.2. Sistemi rappresentazionali	» 128
6. Attitudini e atteggiamenti efficaci	» 129
6.1. Come installare atteggiamenti e convinzioni vincenti	» 131
6.2. La parola magica	» 132
6.3. Il decalogo mentale del successo	» 133
6.4. Formula dinamica del successo (modello cibernetico)	» 133
7. Tecniche avanzate di approccio e seduzione nella vendita	» 134
7.1. Scoperta dei valori e delle credenze	» 136
7.2. Creazione degli stati mentali	» 138



7.3.	La comunicazione ipnotica	pag. 140
7.4.	Trasformarsi in vincitori	» 148
7.5.	Riepiloghiamo	» 154
8.	Il metamodello: un'arte marziale linguistica	» 156
<b>4.</b>	<b>Intelligence commerciale: comprendere le strategie mentali del cliente dietro la maschera</b>	» 161
1.	Movimenti oculari e strategie mentali	» 162
1.1.	Le importanti scoperte delle neuroscienze sui movimenti oculari	» 162
1.2.	I movimenti oculari e la loro funzione nelle diverse culture	» 163
1.3.	Brevi cenni storici: gli anni Ottanta e il metodo Dilts	» 163
1.4.	I segnali oculari secondo il metodo Dilts: un'utile semplificazione	» 163
1.5.	Le strategie	» 167
2.	Il modello emisferico	» 167
2.1.	Le dinamiche dei due emisferi cerebrali	» 167
2.2.	Un suggerimento per la persuasione	» 168
2.3.	Come capire rapidamente dai movimenti oculari se una persona dà prevalenza all'emisfero destro o all'emisfero sinistro	» 169
2.4.	Introduzione a un nuovo modo di considerare i segnali oculari	» 170
3.	Lo schema integrato per leggere i segnali oculari	» 171
3.1.	Vantaggi del modello	» 171
3.2.	Come utilizzare praticamente il modello	» 173
4.	Gestualità delle mani	» 173
4.1.	Gestualità e atteggiamento	» 173
4.2.	Come utilizzare le informazioni riguardo alla gestualità specifica di ogni persona	» 175
5.	Strategie e modellamento (modeling)	» 176
5.1.	Le strategie mentali	» 176
5.2.	Come nascono le strategie mentali?	» 176
5.3.	Un cenno alle strategie d'eccellenza e al modellamento	» 176

5.4. Un esempio di estrazione di una strategia	pag. 177
6. Metastrategie (metaprogrammi)	» 178
7. Le strategie di decisione	» 184
7.1. Le fasi di una strategia di decisione	» 184
7.2. Le strategie di decisione hanno schemi ricorrenti	» 186
7.3. Identificare le strategie decisionali del cliente in pratica: le domande da porre	» 187
7.4. Ulteriori aspetti da considerare	» 187
7.5. Un esempio pratico	» 188
<b>5. Negoziazione interculturale</b>	» 193
1. Il principio di cortesia	» 193
2. Gli elementi fondamentali del principio di cortesia: gli atti linguistici e la reputazione, o la faccia (face) del negoziatore	» 194
2.1. Gli atti linguistici	» 194
2.2. La reputazione, o la faccia (face) del negoziatore	» 195
3. L'analisi conversazionale applicata alla comunicazione nel negoziato	» 201
4. La comunicazione nelle fasi del negoziato	» 204
5. Ruolo e status della lingua	» 206
<b>Bibliografia</b>	» 215



---

# Introduzione

## I fattori e le abilità che portano al successo

Il segreto negli affari è conoscere qualcosa che nessun altro sa.

*Aristotele Onassis*

Uno studio effettuato presso la Harvard Business School e pubblicato da una prestigiosa rivista statunitense indica che i 100 *self made top seller* delle maggiori industrie mondiali ottengono il massimo del successo entro il quarantesimo anno di età.

Cosa significa? ... che dopo il quarantesimo anno di età non c'è possibilità di avere successo nelle vendite? Assolutamente no! Infatti lo studio sopra citato riguarda i *self made top seller*, vale a dire quei venditori che hanno delle "innate" capacità relazionali e di vendita che li hanno portati naturalmente al successo.

Quello che lo studio aggiunge mi sembra infatti di gran lunga più interessante e cioè: i soggetti che hanno ottenuto una formazione specifica in ambito vendite e che utilizzano un approccio "strutturato" e non casuale ottengono i maggiori successi in breve tempo e questi successi si estendono nel lungo periodo qualsiasi sia la loro età anagrafica.

Ora, stai per leggere questo libro e sai di avere poco tempo e noi vogliamo che tu utilizzi al meglio quello che trascorreremo insieme.

Queste sono le tue scelte alternative per i prossimi giorni.

1. Potresti leggere questo libro come si fa con un romanzo. E in tal caso leggendo queste pagine avresti sprecato il tuo tempo.
2. Potresti dire: ci sono delle idee discrete, cercherò di metterle in pratica. E in tal caso prevediamo poco successo.
3. Puoi seguire il consiglio di Benjamin Franklin: "fare di ciò che leggi una cosa alla volta, e farla bene". In tal caso giungerai al successo che meriti.

In una lettera indirizzata allo scienziato Hooke, Newton scrisse: “se vuoi innalzarti sopra i grandi per vedere oltre, devi prima salire sulle loro spalle”.

In questo libro sono esposte le abilità e le competenze che hanno fatto grandi i migliori negozianti commerciali del mondo.

Queste *best practices* sono state studiate e rese fruibili a una ristretta cerchia di eletti presso la prestigiosa Harvard Business School e ora anche tu puoi farle tue.

Procedendo nella lettura troverai esercizi e momenti di riflessione: mettiti subito alla prova e agisci, applicandoli uno alla volta.

Non importa che tu sia negoziatore di una multinazionale o venditore di una piccola impresa di provincia: più ti applicherai al miglioramento di te stesso e continuerai con costanza nel corso degli anni, più otterrai i migliori risultati nel tuo segmento di mercato.

E quando il segmento di mercato in cui operi sarà troppo stretto rispetto ai tuoi orizzonti sarai libero di scegliere di spostarti altrove riuscendo anche meglio!

Questo ci porta a una riflessione: quali sono i fattori che portano al successo? Chi lo determina?

A tal proposito ci dà indicazioni una statistica elaborata in Germania. Sono stati presi in esame 500 giovani all'età di 25 anni, con le stesse caratteristiche: stesse condizioni familiari, economiche, sociali, stessa preparazione scolastica, insomma 500 giovani del tutto “identici”. Questi giovani sono stati intervistati nuovamente all'età di 65 anni, per determinare cosa avessero realizzato nella loro vita.

Il risultato è stato questo: soltanto 25 di loro avevano avuto successo!

E quindi, in percentuale, solo il 5%. Come mai soltanto il 5%? eppure erano partiti con gli stessi presupposti. Perché? se le condizioni esterne sono identiche e quindi non vi sono fattori esterni che condizionano il successo di un uomo, evidentemente la differenza deriva da altri fattori interni. Tu puoi fare, se vuoi, la differenza.

Uomo, conosci te stesso e conoscerai l'universo degli dei.

Oracolo di Delfi (VIII secolo a.C.)

Prima di condividere con te quali sono, vogliamo lanciarti una sfida: impegnati a trovarli da solo, compilando la scheda sottostante.

## Che cosa ti occorre per arrivare al successo che desideri?

Senza leggere la pagina successiva, scrivi in ordine di importanza quali sono secondo te i 5 fattori che potrebbero portarti a un maggior successo e indica in che percentuale gli hai già sviluppati.

Fattori di successo	Percentuale di sviluppo
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

Bene, questi sono i tuoi fattori e sono corretti perché riguardano te stesso, la tua individualità, la tua unicità, le tue aspirazioni e i tuoi desideri.

Ora, per salire metaforicamente sulle spalle dei giganti, ti invitiamo a prendere in considerazione anche questi altri fattori che non sono alternativi, ma complementari ai tuoi.

Tutti pensano a cambiare il mondo, ma nessuno pensa a cambiare se stesso.

*Lev Tolstoj*

I fattori dei giganti del successo sono 5, scopriamoli uno alla volta.

**IL 1° FATTORE: L'AMBIZIONE.** Potresti averlo già pensato. L'ambizione è il primo fattore che determina il successo di un uomo.

Secondo te dove può arrivare una persona che non ha ambizioni nella vita, che non vuole arrivare da nessuna parte, che si accontenta? Ambire a qualcosa, desiderarla fortemente, significa attivare tutte le risorse interne per poterla conquistare, fare di tutto per poterla ottenere.

“Volli, fortissimamente volli”, “volere è potere” sono frasi che descrivono efficacemente questo fattore, determinante per una persona che vuole

raggiungere il successo. Ambire a qualcosa significa avere uno scopo, una meta da raggiungere.

Più forte è il desiderio di raggiungere il proprio scopo, più forte sarà la motivazione e l'impegno per raggiungerlo.

Hai in mente quelle piantine che crescono sul ciglio della strada, sull'asfalto? Ti sei mai chiesto come fanno quelle piantine a spuntare fuori dall'asfalto?

Questo è un fenomeno naturale che ci ha colpito molto come ci ha colpito molto questa frase: "Le piccole piante possono spaccare l'asfalto e il cemento, perché non sanno che è impossibile!". Anche l'uomo dispone di forze superiori a quanto crede.

Quelle piantine devono spaccare l'asfalto perché vogliono vedere la luce, per loro è la vita! E se delle piccole piante possono spaccare l'asfalto, immagina cosa può fare un uomo se vuole veramente qualcosa.

Per esempio, cosa può fare una madre per difendere i propri figli? È in grado di affrontare anche un esercito.

**IL 2° FATTORE: LA VOLONTÀ.** Pensa a tutte quelle persone che si trascinano per la strada senza meta, che non hanno voglia di far nulla, pensa a quelle persone che contano i giorni che mancano per andare in pensione e magari trascorrono il loro tempo nel bar, giocando a carte o ai videopoker...

È una scelta assolutamente rispettabile, ma... secondo voi dove potranno arrivare quelle persone? Possono ambire ad avere successo?

Siamo arrivati al terzo fattore, un fattore molto importante, indispensabile per poter avere successo. Un imprenditore non potrebbe esserne privo, ne ha bisogno come dell'aria! È l'elemento che contraddistingue l'imprenditore e tutti quelli che scommettono sul proprio successo.

**IL 3° FATTORE: LA PREDISPOSIZIONE AL RISCHIO.** Per vincere, bisogna rischiare. Gli imprenditori e i manager devono prendere decisioni continuamente. Fare delle scelte e quindi rischiare. Perché dover fare delle scelte e prendere delle decisioni significa poter sbagliare. Ma, è sempre meglio sbagliare, purché si facciano delle scelte, si decida, anziché non decidere e restare a guardare. Immagina se, arrivando a un incrocio, non sai qual è la strada giusta, se girare a destra o a sinistra e invece di scegliere, resti fermo. È meglio se decidi subito, anche se sbagli.

Se ti accorgi di aver preso la strada sbagliata, puoi tornare indietro e sapere con certezza qual è quella giusta.

Ci sono persone che vengono pagate per prendere decisioni. Anche loro possono sbagliare. Da una statistica fatta in America, è risultato che sono di

più i soldi che vengono persi per decisioni non prese, che per decisioni prese ma sbagliate.

Per esporre il quarto fattore vogliamo raccontarvi una storia.

Un certo giovanotto presentò la sua candidatura alla camera dei deputati per lo stato dell'Illinois e fu sconfitto. Si mise nel commercio, fallì, e lavorò diciassette anni per pagare i debiti di un socio insolubile. Si innamorò di una bella fanciulla e quando riuscirono a fidanzarsi, la fanciulla morì. Rientrò nella vita politica, ripresentò la sua candidatura e fu sconfitto di nuovo. Cercò di ottenere un posto in un ufficio governativo e non ci riuscì. Cercò di farsi eleggere al Senato degli Stati Uniti e fu sconfitto. Ritentò due anni dopo con il medesimo risultato. Malgrado questa serie di delusioni, il nostro uomo continuò a tentare e a ritentare e diventò una delle più grandi figure della storia. Si chiamava Abramo Lincoln.

Pensiamo che tu abbia ben compreso qual è **IL 4° FATTORE: LA PERSEVERANZA.**

E siamo giunti al quinto fattore.

Prendiamo per esempio due professionisti. Il primo arriva in ufficio puntuale alle 09,00 tutti i giorni; fa le sue sette/otto ore di lavoro al giorno e poi per distrarsi dalla fatica del lavoro va al cinema o a cena con la famiglia o gli amici.

Il secondo, alle sette di mattina lo vediamo già al lavoro. Spesso, anzi quasi sempre, anziché andare a pranzare, per non perdere tempo si nutre con un tramezzino e alle 22,00 è ancora intento a lavorare.

Torna a casa e non contento si chiude in ufficio e prepara il programma del giorno successivo. Secondo te, quale dei due professionisti ha più probabilità di avere successo?

Se hai pensato il secondo... ebbene ti sbagli di grosso!

Occorre ricordarsi che si lavora per vivere e non si vive per lavorare, il successo non è strettamente correlato alla quantità di tempo che dedichiamo al nostro lavoro, ma alla qualità del tempo che dedichiamo al lavoro, cosa facciamo, come lo facciamo e con quale creatività.

Quando avrai dal tuo lavoro tutte le soddisfazioni economiche che desideri, ti renderai probabilmente conto che c'è solo un indice di successo nella vita... il sorriso della tua famiglia quando ti sente vicino!

**IL 5° FATTORE: LA DILIGENZA.** Intesa come diligenza del buon padre/madre di famiglia...

Fa bene ciò che fai non perché devi, fallo bene perché vuoi farlo!

Abbiamo visto quali sono i 5 fattori che determinano il successo. Que-



sti 5 fattori sono come le candele per una macchina, ma perché funzioni il motore ci vuole un altro fattore fondamentale.

**IL 6° FATTORE: L'ATTEGGIAMENTO.** Per comprendere il potere dell'atteggiamento vogliamo raccontarvi una breve storia.

Dove si fabbricano le migliori scarpe del mondo? In Italia!

E proprio un importante imprenditore di scarpe italiano, mentre è intento nel suo lavoro, guarda una mappa geografica dove ci sono le bandierine poste sui vari Paesi in cui è presente sul mercato. Si accorge che c'è un grande continente in cui non è presente: l'Africa.

Decide di inviare i suoi due migliori venditori per sondare il mercato africano. Li convoca. Dà le sue direttive e impone loro una scadenza di trenta giorni per vedere se c'è un mercato in quel grande territorio.

Trascorsi trenta giorni riceve la prima telefonata... dall'altra parte c'è il primo venditore, con una voce ansimante, che a malapena riesce a parlare: "Ahhh! Portatemi via di qua! Fa così caldo, ma così caldo che nessuno vuole le scarpe!".

Mette giù la cornetta scontento e pensa: "Che stupido sono stato a pensare che in quel paese si potessero vendere le scarpe".

Riprende il suo lavoro e subito riceve un'altra telefonata. Non fa in tempo ad alzare la cornetta che dall'altra parte sente un urlo: "Uaoooh! Svuotate i magazzini! Riempite i container! Qui fa così caldo, ma così caldo che tutti vogliono le scarpe!".

Come?! Il primo venditore: "fa così caldo che nessuno vuole le scarpe", il secondo: "fa così caldo che tutti vogliono le scarpe".

Com'è possibile? Perché questa differenza?

Entrambi i venditori erano i migliori dell'azienda. Entrambi avevano i 5 fattori del successo. Cosa avevano di diverso?

La differenza tra i due venditori è:

### **L'atteggiamento positivo interiore!**

Il motore per arrivare al successo.

C'è chi vede il bicchiere "mezzo vuoto" e c'è chi vede il bicchiere "mezzo pieno". Chi ha della vita una visione positiva e affronta le avversità con il sorriso sulle labbra. Chi invece vede tutto nero.

I primi saranno "vincenti". I secondi hanno già perso in partenza. Mantenere l'atteggiamento positivo, sempre, anche se non è facile. Pensa a un venditore che, dopo una giornata di appuntamenti, torna a casa senza aver concluso una vendita. E se passano due, tre giorni senza concludere nulla, diventa ancor più difficile.

Perdere l'atteggiamento positivo e mollare è più facile quando una persona non ha investito nella sua attività.

Il venditore che non ha investito milioni di euro nella sua attività, dopo i primi insuccessi non avrà la forza di perseverare. Ma immagina un imprenditore che ha investito qualche centinaio di milioni, magari facendo dei mutui. Non può di certo mollare dopo aver ricevuto i primi "no".

È normale, in qualsiasi attività, ricevere dei "no", soprattutto all'inizio.

Un collega ci ha raccontato che sua moglie – una psicologa infantile autrice di diversi libri – mentre era in attesa del secondo figlio gli ha detto: "spero che vorrai leggere un libro". Pensava che si trattasse di uno dei suoi e invece lo ha "costretto" a leggere un libro famoso dal titolo "I no che aiutano a crescere". Da quando lo ha letto lo consiglia a ogni uomo che si accinge a diventare padre e lo consiglia anche a ogni venditore che si accinge a vendere.

Ogni no ascoltato è un feedback che la vita ci dà, ogni no ignorato è un'occasione di crescita persa! Bisogna, quindi mantenere comunque un atteggiamento positivo, guardare avanti e sapere dove andare. Arriverà il primo contratto, poi il secondo, il terzo e così via.

Bene, abbiamo motore: qual è il carburante? Non un carburante qualsiasi, *il* carburante. Per avere successo ci vuole un propellente speciale. Quale?

Un'altra breve storia chiarisce bene di quale propellente si tratti.

Amsterdam è una delle città più famose al mondo per un motivo particolare: i diamanti e più precisamente per il taglio dei diamanti.

Un Manager si trovava ad Amsterdam per affari e siccome aveva alcune ore di tempo libero, prima di prendere il suo aereo, decise di fare due passi nel centro della città. Mentre camminava nella via principale, guardando le numerose vetrine che la contornavano, rimase colpito da un diamante esposto in una di queste vetrine. Decise di fermarsi per chiedere informazioni. Voleva fare un regalo a sua moglie.

Entrò nel negozio e chiese al commesso, che l'aveva accolto molto gentilmente, di poter vedere il diamante. Il commesso, con molta esperienza, gli mostrò il diamante e iniziò a descrivergli tutti i particolari con molta professionalità. Gli descrisse l'origine di quella pietra, il tipo di taglio e così via per diversi minuti.

A un certo punto il manager guardò l'orologio e visto che aveva ancora alcune ore di tempo, disse al venditore che ci voleva pensare un po', prima di decidere.

Mentre stava per uscire, gli andò incontro un vecchietto, che nel frattempo era rimasto in disparte. Dai suoi modi si capiva che era il proprietario del negozio.

Si rivolse al manager e parlò con lui pochi minuti.

A un certo punto il manager si rivolse al commesso dicendogli: “Senta, ho deciso. Lo compro quel diamante!”.

Prese il pacchettino, pagò e mentre stava per salutare, si rivolse al vecchietto e gli disse: “Ho parlato mezz’ora con quel bravo venditore ma non avevo deciso di acquistare. Ho deciso di comprare il diamante solo dopo aver parlato per poco tempo con lei. Com’è possibile? Eppure quel commesso è molto bravo”.

Gli rispose il vecchietto: “Sì, è vero. Quel commesso è molto bravo. È uno dei migliori venditori che abbiamo ad Amsterdam. È molto preparato. Ha studiato i diamanti in Sud Africa, in Israele, ma tra lui e me c’è una piccola... ma grande differenza:

**Io amo i diamanti! io amo queste pietre!”.**

E quando anche tu dirai “Io amo il mio lavoro! Io amo le persone che mi circondano! Io amo ciò che vendo ai miei clienti!”, solo allora potrai avere veramente successo nel tuo lavoro.

Hai sicuramente compreso qual è **IL 7° FATTORE: LA PASSIONE!**

Solo la passione, una profonda, inesauribile passione – per il tuo lavoro, per le persone, per ciò che vendi, per l’eccellenza – ti farà ottenere ciò che vuoi ottenere, con soddisfazione e piacere, fornendoti il carburante necessario quando servirà.

Ma la passione non si può “insegnare”, possiamo solo descrivere la nostra, cos’è per noi e augurarci di riuscire a ispirarti. Poi dovrai trovare la tua e cosa significa per te... lasciarti ispirare e sentirla nel tuo cuore, per realizzare le tue aspirazioni.

### **Quanto sono sviluppati in te i fattori di successo dei giganti?**

Indica in che percentuale sono sviluppati in te i fattori di successo dei giganti e rifletti cosa occorre che tu faccia per svilupparli ulteriormente.

<b>Fattori di successo</b>	<b>Percentuale di sviluppo</b>	<b>Che cosa devo fare per svilupparli</b>
1. Ambizione		
2. Volontà		
3. Predisposizione al rischio		

Fattori di successo	Percentuale di sviluppo	Che cosa devo fare per svilupparli
4. Perseveranza		
5. Diligenza		
6. Atteggiamento positivo		
7. Passione		

### Le abilità del negoziatore di successo



Concludiamo questa introduzione con la sintesi delle abilità del negoziatore di successo individuate dalla Harvard Business School:

- ✍ sa comunicare efficacemente;
- ✍ padroneggia le tecniche di negoziazione;
- ✍ conosce il proprio target audience;
- ✍ è auto-organizzato (gestione del tempo);
- ✍ è auto-motivato (gestione obiettivi);
- ✍ lavora in team (leadership).

Per sviluppare queste abilità è necessario mettere in campo tutti i fattori del successo. Buon lavoro!