

Mauro Baricca

FrancoAngeli

Il mantra del venditore: alzati e fattura!

MANUALI



Manuale pratico di sopravvivenza
in mercati liquidi

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità o scrivere, inviando il loro indirizzo, a “FrancoAngeli, viale Monza 106, 20127 Milano”.

Mauro Baricca

Il mantra del venditore: alzati e fattura!

**Manuale pratico di sopravvivenza
in mercati liquidi**

MANUALI FrancoAngeli

Progetto grafico di copertina di Elena Pellegrini

Copyright © 2018 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

Questo libro è dedicato ai miei figli Valerio e Mattia perché avere un papà sempre in giro a vendere non è stato facile per voi, ma ce l'avete fatta a diventare le splendide persone che siete e a Maria Elena che sopporta le mie lunghe assenze, la mia distrazione, il mio essere spesso sovrappensiero e la lontananza quando sono, spesso, in giro per l'Italia, che mi supporta nei momenti di difficoltà e solo lei sa quanto sia difficile avermi accanto.

Forza onore colore e grazie

Indice

Prefazione	pag.	9
1 Diario di bordo	»	11
2 Conosciamoci	»	13
3 Dilettanti allo sbaraglio	»	17
4 Come sopravvivere al mercato	»	27
5 L'atteggiamento del venditore	»	36
6 Cos'è la vendita?	»	45
7 L'autostima e le statistiche	»	56
8 La responsabilità come fattore di successo	»	65
9 Le fasi della vendita	»	71
10 L'entrata in scena: approccio	»	82
11 La comunicazione	»	90
12 Che altro?	»	101
13 Il marketing del venditore	»	107
14 Cosa comprano i clienti?	»	116
15 Come si svolge la trattativa?	»	122
16 Conclusioni	»	133

Prefazione

Il mestiere più antico del mondo è quello del venditore, è un fatto, è così.

Siamo nati venditori, siamo tutti venditori, fin dagli albori della nostra civiltà, per sopravvivere abbiamo sempre dovuto vendere: i nostri bisogni, le nostre idee, la nostra voglia di essere amati.

L'essere umano è venditore per definizione, c'è stato un momento in cui tutti noi, nessuno escluso, siamo stati dei grandi venditori: il momento in cui piccoli e indifesi, inetti e non autosufficienti, riuscivamo comunque ad affascinare tutti e a garantirci la sopravvivenza.

C'è stato per tutti un periodo così, poi, purtroppo, è passato e molti di noi si sono dimenticati di essere dei grandi venditori e si sono accontentati.

Questo libro è dedicato a tutti i venditori, è vero, siamo tutti venditori e ogni giorno ci troviamo a vendere qualcosa, ma i venditori a cui mi riferisco io sono quelli che definisco **"I guerrieri della vendita"**: persone speciali, con un fisico bestiale, che sopportano i panini in autogrill, le code in tangenziale e le condizioni meteo più incredibili per garantire la sopravvivenza alle proprie famiglie e all'azienda per cui lavorano.

In giro ci sono tanti "venditori con le pantofole" che possono contare su un fisso aziendale e tutta una serie di benefit comodi e sicuri, certo, anche loro vendono, però non è la stessa cosa che essere venditori senza rete a provvigioni.

Solo chi è in grado di giocare la partita e la vita contando solo sulle provvigioni guadagnate, vivendo senza rete, è in grado di portare i grandi, veri, risultati: per se stesso e per l'azienda che rappresenta.

Questo libro è stato scritto sugli aerei, sui treni e nei parcheggi degli autogrill, in momenti di pausa tra un appuntamento e l'altro, azzannando un Apollo e bevendo un chinotto. Per questo è "ruspante", va vissuto, stropicciato e sca-

rabocchiato e una volta finito, se ti è stato utile, regalato a qualcun altro che pensi possa trarne beneficio.

Questo libro è anche dedicato a te: che vuoi migliorare le tue performance, che stai decidendo di intraprendere la strada più difficile e vivere l'avventura più bella della tua vita intraprendendo il mestiere più bello del mondo: quello del venditore.

Forza onore colore e ricordati che il mantra del venditore, tutti i giorni, festivi compresi è:

Alzati e fattura!

Buona lettura

1 Diario di bordo

Questo capitolo racconta quando, dove e quanto ho scritto in ogni singola sessione di lavoro.

È la cronostoria di come nasce un libro, questo libro, è importante saperlo? Non lo so, ma a me piace poter avere una traccia da ricordare, un giorno, quando riprenderò in mano queste pagine a cui sono molto affezionato. Questo diario è dedicato a me e alle persone che scrivono, che mi capiranno e a quelle che stanno pensando di iniziare a scrivere, che impareranno a ritagliarsi del tempo per farlo.

- 24 febbraio 2016. Volo Milano Linate-Bari da pagina 1 a pagina 10.
- 26 febbraio 2016. Volo Brindisi-Roma Fiumicino da pagina 11 a pagina 14.
- 26 febbraio 2016. Volo Roma Fiumicino-Milano Linate da pagina 15 a pagina 19.
- 27 febbraio 2016. Casa, Lessolo, da pagina 20 a pagina 24
- 2 marzo 2016. Volo Milano Linate-Catania da pagina 25 a pagina 33.
- 4 marzo 2016. Volo Catania-Milano Linate da pagina 34 a pagina 37.
- 7 marzo 2016. Frecciarossa Milano-Napoli da pagina 38 a pagina 48.
- 11 marzo 2016. Frecciarossa Firenze-Milano da pagina 48 a pagina 52.
- 15 marzo 2016. Volo Milano Linate-Brindisi da pagina 52 a pagina 56.
- 29 marzo 2016. Volo Milano Linate-Brindisi da pagina 57 a pagina 67.
- 30 marzo 2016. Silver Hotel Matino (Le) da pagina 68 a pagina 71.

- 5 aprile 2016. Volo Roma Fiumicino-Milano Linate da pagina 72 a pagina 75.
- 6 aprile 2016. Casa, Pavia, da pagina 76 a pagina 78.
- 13 aprile 2016. Volo Brindisi-Roma Fiumicino da pagina 79 a pagina 81.
- 13 aprile 2016. Volo Roma Fiumicino-Milano Linate da pagina 82 a pagina.
- 2 maggio 2016. Volo Milano Linate-Brindisi da pagina 83 a pagina 84.
- 4 maggio 2016. Volo Bari-Milano Linate da pagina 85 a pagina 87.
- 27 maggio 2016. Volo Catania-Milano Malpensa da pagina 87 a 89.
- 30 maggio 2016. Volo Milano Linate-Brindisi da pagina 89 a pagina 98.
- 11 giugno 2016. Aeroporto di Catania, attendendo un aereo. Da pagina 99 a pagina 106.
- 6 agosto 2016. Isola di Cres Croazia, tra un bagno un'escursione e un po' di dolce far niente da pagina 106 a pagina 111.
- 16 agosto 2017. Isola di Krk, Croazia riprendo oggi dopo un anno di stop in cui non ho avuto voglia di scrivere, non è bello ma è così, ora vedo di darmi da fare J. Da pagina 112 a pagina 115.
- 23 agosto 2017. Casa, Lessolo, da pagina 116 a pagina 124.
- 26 agosto 2017. Casa, Lessolo, da pagina 124 a pagina 131.
- 31 agosto 2017. Frecciarossa Milano-Roma da pagina 131 a pagina 137.
- 19 settembre 2017. Casa, Pavia, da pagina 138 fino alla fine, tutto d'un fiato.

2 Conosciamoci

Mi presento, non perché sia importante saperlo ma perché è pieno il mondo di libri sulla vendita, alcuni molto belli, alcuni veramente pessimi e secondo me, sapere chi si arroga il diritto di scrivere su un determinato argomento è importante.

Scrivere di vendita è abbastanza semplice, fare il venditore per davvero, sul campo, è molto più complicato.

Sono Mauro, ho cinquantacinque anni e non bevo da tre mesi.

Scherzo, ma ho sempre sognato di poter pronunciare questa frase che fa molto "alcolista anonimo" ma che è anche una promessa di riscatto e di risultato raggiunto.

Ecco, il primo segreto della vendita: voler raggiungere risultati, volerli raggiungere veramente, con le proprie forze e per una soddisfazione personale. Ne parleremo ampiamente, più avanti, se deciderai, dopo questa premessa di continuare a leggere fino alla fine.

Dicevo, sono Mauro, faccio l'imprenditore, ho cinquantacinque anni e mi occupo di marketing e di vendita da trenta.

Ho fatto studi, pochi, di estrazione tecnica, sono un perito elettronico ma non sono in grado di cambiare una lampadina in modo corretto e non ne vado molto orgoglioso. Quando ho potuto scegliere, ho deciso di intraprendere la carriera di venditore e di marketer, per passione e per divertimento prima come dipendente e poi, verso i venticinque anni, come imprenditore. Non ho mai smesso di vendere e ho sempre sostenuto me stesso e la mia famiglia "senza rete", non contando mai su uno stipendio fisso o su un futuro certo ma sulla capacità, fortuna, karma, chiamalo come vuoi, di riuscire sempre ad arrivare alla fine del mese, in un modo o nell'altro.

Questo punto è importante, lo affronteremo subito, all'inizio del libro.

Nelle aziende in cui ho "prestato servizio" mi sono sempre occupato di vendite e di marketing.

Nelle mie aziende e nelle aziende dei miei clienti in cui ho lavorato come consulente o temporary manager ho venduto, o fatto vendere, un po' di tutto: elettronica, telefonia, servizi di vario genere, prodotti industriali, serramenti, tessuti, generi alimentari, arredamento, vacanze, automotive, case, servizi alla persona, abbigliamento e tante altre categorie merceologiche. Tutto questo per dire che una piccola esperienza, sul campo, me la sono fatta.

Oggi sono il responsabile commerciale e marketing di IBC, una società di formazione e consulenza manageriale, fondata insieme a un socio, Demetrio Pisani, che opera in tutta Italia con uno staff di una decina di persone. Una piccola azienda con le problematiche di tutte le aziende: vendere, fatturare, incassare, pagare gli stipendi, bestemmiare quando è ora di pagare le tasse e tutti i balzelli a cui siamo sottoposti, insomma, ho gli stessi problemi che hai tu che stai leggendo.

Nel corso degli anni ho avuto molti soci con cui ho condiviso tante avventure, con alcuni di loro ci siamo lasciati bene, con altri no, è la vita.

Un venditore per poter sopravvivere nei mari tempestosi in cui ha scelto di navigare, ha necessità di punti fermi: la famiglia, la correttezza, la professionalità e l'amicizia sono i miei punti fermi, senza questi punti fermi a cui aggrapparmi nei momenti di difficoltà sarebbe difficile, molto difficile riuscire a portare risultati mantenendoli nel tempo.

Vale per me, vale per tutti.

Non voglio annoiarti troppo, quindi, se vuoi approfondire e saperne di più in merito alle mie attività visita questi siti:

www.ibusinesscampus.it

Scrivo di marketing, vendite, imprenditoria e gestione del personale su questo blog:

www.maurobaricca.it

La mia pagina ufficiale su fb è questa:

www.facebook.com/Mauro-Baricca-954468004597630/

Il mio profilo personale su fb è questo:

www.facebook.com/mauro.baricca

Tralascio tutti gli altri social network su cui sono presente perché riempirebbero molte pagine di questo libro, i social media sono, secondo me, oggi, uno strumento indispensabile per il venditore.

Leggendo i link che trovi qui sopra, scoprirai molte cose di me e delle mie attività e toccherai con mano uno dei segreti della vendita moderna: essere

preparati e avere dati sui tuoi potenziali clienti a cui poter attingere durante la trattativa.

I dati, sono il segreto per diventare un professionista della vendita.

Ti comunico una buona notizia: non ci sono mai stati tanti dati come oggi e soprattutto non è mai stato così semplice, per un venditore, acquisire dati sui clienti e potenziali tali, anche questo punto segnate, ne parleremo più avanti.

Ti comunico una cattiva notizia: così come tu puoi trovare dati sui tuoi clienti, loro possono trovare dati su di te, per cui ricordati che un venditore, come nel passato, ma in modo molto amplificato, deve sapere che una reputazione si costruisce con anni di lavoro, ma si può distruggere in brevissimo tempo, oggi ancora più breve: qualche colpo di click su un sito, su un social, in una discussione on line.

Oggi la reputazione corre sul web, nel mondo virtuale, che è molto più simile al mondo reale di quello che tu possa pensare.

Anche questo è un argomento di marketing del venditore di cui scriverò più avanti.

Ti ho incuriosito un po'?

Hai voglia di scoprire cosa, questo venditore uscito dal passato, abbia da dire e soprattutto come possa esserti utile?

Mi auguro di sì, mi auguro che tu ti sia incuriosito piuttosto che annoiato, perché un altro dei segreti della vendita è quello di incuriosire il cliente, non andare in vendita subito, ma cercare di creare le condizioni affinché sia il cliente che decida di acquistare e non che sia il venditore a "dover vendere".

Sono certo che quello che leggerai potrà esserti utile e che la lettura sarà scorrevole e divertente, questa è la promessa che ti faccio.

Nel caso in cui, arrivato alla fine del libro, non sarai soddisfatto e riterrai di avere buttato via i tuoi soldi scrivimi qui:

info@ibusinesscampus.it

Scrivimi una mail, motivandomi la tua insoddisfazione e io provvederò a inviarti, a tua scelta, un altro dei miei libri, così vediamo se ti convinco a cambiare idea o, in alternativa, ti rimborserò il costo che hai sostenuto per acquistare questo.

In questo modo t'introduco l'ultimo punto che ho trattato in questa premessa che fa parte dei segreti del venditore.

Un cliente scontento non soffre mai in silenzio, solo che spesso, non ne parla a te.

Il venditore professionista crea le premesse, in ogni vendita, affinché il cliente, nel caso sia insoddisfatto, può succedere, tutti sbagliamo, abbia una via d'uscita e abbia comunque una buona sensazione nell'aver avuto a che fare con te: il venditore.

Come ho deciso di strutturare questo libro? È un libro che ha delle parti teoriche con esercizi e spunti pratici. Ti racconterò i vari processi della vendita facendoti esempi reali, di vita vissuta da me o da qualche mio collega di cui ho diretta esperienza.

Al fondo di ogni capitolo troverai una breve scheda che ti sarà utile per fare il punto, per fissare gli argomenti chiave e per poterti avere una piccola check list operativa.

Scendiamo in trincea e iniziamo il nostro viaggio nel mondo della vendita.

PRONTI, PARTENZA... VIA!

3 Dilettanti allo sbaraglio

La vendita, nel tempo, è cambiata, una volta fare il venditore era un mestiere da ultima spiaggia.

Non avevi voglia di studiare? Andavi a fare il venditore.

Non avevi tante capacità manuali? Andavi a fare il venditore.

Non eri una persona particolarmente portata per il lavoro d'ufficio? Non ti restava che fare il venditore.

Una volta, tanto tempo fa, il venditore identificato come "piazziista" o "viaggiatore", era una figura con una parlantina sufficientemente sciolta, una faccia un po' di "bronzo" che era in grado di infilare il piede nella porta della signora Maria e propinarli l'enciclopedia che avrebbe cambiato il futuro dei figli, o l'ultimo ritrovato della scienza e della tecnica in materia di aspirapolvere o di lavatrice.

Chi è "diversamente giovane" ed è di estrazione sociale operaia, come me, ha vissuto nel mito de "I quindici" o "L'enciclopedia della scienza e della tecnica" coloratissimi e fantastici volumi acquistati dai nostri genitori per permetterci "il riscatto", l'ingresso nel mondo della cultura che avrebbe cambiato la nostra vita.

Enciclopedie vendute da piazzisti intraprendenti che hanno preso polvere e ingombrato le nostre librerie per decenni, senza essere mai stati aperte, senza aver mai dispensato un minimo di cultura nei nostri giovani, allora, cervelli.

Ecco, il venditore, una volta, era colui che vendeva, sempre e comunque, che compilava la copia commissioni a qualsiasi costo, grazie alla fluida parlantina e capacità di incantare.

Appunto, una volta: quando non esisteva il diritto di recesso, quando non esisteva un pubblico particolarmente preparato e attento.

Ho raccontato questa storia perché è importante per capire come, fino a pochi anni fa, era vista la figura del venditore: una sorta di piccolo truffatore

che, non avendo avuto altre possibilità, sbarcava il lunario vendendo tutto a tutti senza il minimo scrupolo.

Se poi ci aggiungiamo che era di uso comune dire: "Questo venditore è così bravo che venderebbe anche i frigoriferi agli eschimesi" ecco completato il quadro.

Perché, diciamolo, essere così bravi da riuscire a vendere frigoriferi agli eschimesi non significa essere bravo, significa essere un truffatore con poca etica professionale: immagina cosa penserà del venditore, il Sig. Eschimese, quando scoprirà a cosa serve il frigorifero, che ha appena acquistato in 24 comode rate, senza anticipo?

Questo stereotipo della vendita ha portato le persone, in funzione del ruolo che hanno nella nostra vita, a fare delle considerazioni strane e bizzarre sul nostro lavoro di venditori:

- i nostri amici pensano che noi passiamo il tempo a divertirci;
- nostra mamma, ci immagina impegnati con clienti in riunioni importantissime, in uffici lussuosi dove anche le piante trasudano potere e business;
- la gente, in generale, pensa che noi siamo dei truffatori;
- i clienti pensano che ci stiamo facendo i soldi alle loro spalle;
- noi pensiamo di essere degli avventurieri che da soli cavalcano nella prateria delle opportunità, indomiti e coraggiosi. Alla conquista del giusto posto che ci meritiamo nella storia.

La realtà è che viviamo costantemente in ansia: ansia da prestazione, ansia del fallimento, ansia per il budget che non si riesce a raggiungere, ansia per la decisione che deve prendere quel cliente, sì quello da cui dipende il pagamento della rata del nostro mutuo.

Ansia, la realtà è che se non riusciamo a essere corazzati, l'ansia scandirà le nostre giornate e avvelenerà la nostra vita.

Questa è la realtà.

Quindi, per non farsi sopraffare da una realtà come questa, quali sono le caratteristiche principali che deve avere un buon venditore?

Ecco, secondo me, sono quelle che ti elenco qui sotto, non sono tutte, e altri venditori o scrittori potrebbero obiettare su quello che scrivo, non mi arrabberei per questo.

Queste caratteristiche sono quelle che, a mio parere possono fare la differenza e certamente hanno fatto, fino a oggi, la differenza per me.

Penso che, non avendo e non coltivando queste caratteristiche si rischia di rimanere uno "svenditore" anziché un venditore.

Ecco, quando nel testo troverai la parola inventata svenditore sappiti regolare: non è una bella cosa.

Di queste caratteristiche che sto per introdurti parlerò diffusamente nelle prossime pagine, iniziamo a conoscerle.

1. Passione

A un venditore serve una smodata e sfrenata passione per quello che fa. Non si può sopravvivere senza passione. I clienti lo percepiscono, anche se non hanno fatto corsi di comunicazione. Un venditore senza passione è come un fiore senza profumo, una notte senza stelle, un bambino senza sorriso: una tristezza infinita.

2. Ottimismo

Una famosa pubblicità recitava qualche anno fa: "L'ottimismo è il sale della vita". Ottimismo non significa stupida incoscienza.

Ottimismo però significa riuscire a vedere sempre il bicchiere mezzo pieno, significa riuscire a cogliere le opportunità anche in momenti di difficoltà.

Per me ottimismo significa, riuscire a non provare a vendere i miei problemi ai miei clienti.

I nostri clienti sono stressati, sono pieni di problemi e spesso li scaricano addosso a noi venditori e noi, stressati come loro, spesso siamo tentati di ricambiare con la stessa moneta.

Un venditore deve necessariamente essere ottimista, se capita una giornata storta, una di quelle in cui tutto non funziona, succede, è meglio che il venditore disdica tutti gli appuntamenti e torni a casa, non sarebbe efficace, non funzionerebbe con i clienti.

Può succedere la giornata no, non deve succedere che il venditore si abbatta o sia sfiduciato.

3. Perseveranza

Il venditore non molla, non molla mai. Sa che chi la dura la vince, non è un eufemismo, è vero.