

Vendite

Mario Silvano*

“Se continui a fare quello che hai sempre fatto, resti dove sei” (B. Truijlio)

“Follia è fare sempre la stessa cosa aspettandosi risultati diversi” (A. Einstein)

Ricerca e acquisire nuovi Clienti

Cambia il modo di vendere

* Mario SILVANO è unanimemente considerato il più importante tra i formatori e i consulenti italiani di manager nell'area vendite

➤ Cercare, ricercare o acquisire sono diversi vari approcci sulla nuova clientela.

Vediamoli uno per uno.

CERCARE = operare in modo da trovare in una lista o catalogo un nominativo non ancora Cliente.

RICERCARE = cercare nuovamente. Ricercheremo di contattare nuovamente questo nominativo che era stato contattato in precedenza, senza concludere.

ACQUISIRE = (Un Cliente nuovo) Annetterlo come Cliente che ha aderito alla nostra proposta ed ora è un Cliente attivo.

Elementi utili

Un mio collega (ex mio allievo) mi ha fornito utili elementi per riflettere sull'acquisizione dei nuovi Clienti.

Nella realtà:

Alcuni Clienti già sappiamo dove sono. Alcuni Clienti li abbiamo già visitati e li abbiamo catalogati.

In tal caso, seppur Clienti nuovi c'è il rischio che:

Andiamo a ridire le stesse cose di

prima. Ritorniamo per convincerli di quanto ci differenziamo dalla concorrenza.

Torniamo a spiegare con più tecnica i valori della nostra offerta, Arriviamo a ritrattare un prezzo “pur di entrare”.

Rifissiamo l'appuntamento (incontro) con la stessa persona. Già incontrat a prima.

Rilasciamo gli stessi dépliant già consegnati.

Cambia il modo di vendere

Come era la situazione sino ad oggi?

La “Domanda” rispetto all'offerta è stata per tanti anni sempre crescente.

La Forza di Vendita si è adattata spesso ad abitudini e routine gestendo Clienti abituali o facili.

E oggi?

Oggi:

Le offerte dei prodotti e dei servizi sono, in apparenza, sempre più simili (Mercato Globale).

La concorrenza sul prezzo si è

accentuata.

Il Cliente è più informato, più esigente, e meno fedele e tende a rimandare i suoi investimenti.

Da qui il calo del volume delle vendite.

2010 Una nuova strategia

Il venditore dovrà gestire il territorio di Vendita con una diversa strategia. Aumenterà le visite a Nuovi Clienti con un metodo ed una accurata programmazione del tempo.

Occorre costruire un Metodo

Ridurre abitudini e routine.

Superare il timore di cambiare.

Acquisire un nuovo metodo di lavoro.

Il Metodo

1. Invio di un originale messaggio che precede la chiamata telefonica (meglio una lettera che una mail, oggi troppo usate e abusate) e poi curare particolarmente il messaggio: ricordare 2/3 Voi e solo 1/3 noi.

2. Chiamata telefonica. Non argomentare per cercare di ottenere una adesione alla vostra offerta, ma "vendere l'appuntamento" con uno specifico schema pre-organizzato.

3. La preparazione accurata per la prima visita.

4. Quali domande porre.

5. No opuscoli o brochure, ma una visualizzazione delle probabili esigenze del Cliente.

6. Basta il limitare l'azione con i soli poteri esecutivi (Ufficio Acquisti) ma convergere sui poteri "deliberanti" (le persone che decidono) (alto livello) o "consulenti" (coloro che possono influire come consiglieri).

7. Dopo la prima visita, riflettere prima di agire sulle informazioni ricevute.

8. Non condensare tutta l'azione nella prima visita, ma rimandare alla seconda visita concordata su questi argomenti:

- le esigenze definite in prima visita.

- La miglior soluzione (su misura).

- I vantaggi che deriveranno al Cliente.

- Gli ostacoli eventuali da superare.

9. Ratio: controllo dei risultati.

Tornare

Nel tornare da un Cliente già trovato e non acquisito, corriamo il rischio di tornare a fare e dire le stesse cose.

Tornare da un Cliente con un nuovo Metodo non vuol dire "trovarlo", ma iniziare ad acquisirlo.

E' un nuovo nominativo?

C'è dunque un'occasione per utilizzare un Metodo (preparato) totalmente diverso dalle comuni visite.

Trovare dei Clienti potenziali non è "pensare" ed "agire" per acquisirli. dmc



(Dal libro "Come ottenere il massimo dalle vendite" Editore **Franco Angeli** - Milano, 2005)

Per ulteriori approfondimenti, consultare il sito:

www.silvanoconsulting.it

SILVANO CONSULTING Srl - Milano

Tel. 02-48713181 -

Mail: info@silvanoconsulting.it

n° 4/5 - 2009 - dm&c 9