

LETTURE *per* MANAGER

Marco Lucarelli

Leggi e commenta le recensioni di Marco Lucarelli sul blog



#letturxmanager.it

Vendere oggi: meno chiacchiere più ascolto

Il mondo delle vendite è pieno di pregiudizi. Pregiudizi che vedono il venditore come un personaggio brillante ma poco trasparente, capace di vendere qualunque cosa a chiunque, anche contro il suo interesse. Molte chiacchiere e poca sostanza. Best-seller scritti dai soliti guru delle vendite hanno contribuito alla costruzione di questi stereotipi: saper vestire, sorriso smagliante e stretta di mano sicura. L'importante è apparire un vincente, sempre. Perché i clienti comprano solo dai vincenti o da quelli che sembrano tali. Leggendo questi libri, però, vi siete posti un'unica, sola, banale domanda: io comprerei un qualunque prodotto o servizio da un venditore così? La risposta è no.

La vendita etica e la morte del vecchio commesso viaggiatore

I paradigmi nel mondo delle vendite sono cambiati, questo ci raccontano Alberto Aleo e Alice Alessandri nel libro **La vendita etica**, edito da **Franco Angeli** (2014). Certe tecniche di vendita sono valide nei cicli di espansione economica dove aumenta la domanda, aumenta la produzione, c'è bisogno di gente che piazzino la merce sul mercato, senza andare molto per il sottile. Lo scenario muta, però, durante i periodi di crisi. I clienti diventano più esigenti, selettivi, preparati. Inoltre, anche grazie a internet, si riduce l'asimmetria informativa, i nuovi clienti sono meno influenzati dalle pubblicità aggressive, da campagne di marketing tese a "fidelizzare" la clientela e soprattutto dalle tante parole di un venditore vecchia maniera.

La vecchia scuola è finita

Il focus della vendita non è più sul venditore ma sul

cliente. Diventa fondamentale l'ascolto attivo, l'empatia e la capacità di consigliare senza la fretta di chiudere la vendita a tutti i costi. I profitti veri si fanno orientando il cliente ad acquistare sulla base delle sue esigenze, ascoltandolo e

proponendogli soluzioni su misura in chiave consulenziale. Solo in questo modo il cliente, soddisfatto, si affiderà a noi per i successivi acquisti, darà le nostre referenze ad altri potenziali compratori mettendo in atto un virtuoso passaparola che porterà a incrementare le nostre vendite. Questo perché ci siamo comportati in modo etico, trasparente, corretto.

Perché leggerlo

Questo libro di Alberto Aleo e Alice Alessandri non è un testo buonista che parla di correttezza a prescindere

dagli obiettivi di business.

Il contesto è chiaro: aumentare il volume delle vendite e di conseguenza il fatturato. Non è neppure un libro che parla di meta-concetti etici inapplicabili, ma un concreto metodo guida che, mentre ripercorre le tappe basilari del processo di vendita, le ri-orienta verso una maggiore correttezza relazionale.

Perché "corretto" è il venditore che agisce in modo trasparente, orientato ai reali bisogni del cliente, consapevole come, nel medio-lungo termine, la vendita etica rappresenti l'unica strategia efficace per conquistare la fiducia, ampliare il portafoglio clienti e, di conseguenza, il fatturato, nostro e dell'azienda che rappresentiamo.

