

■ professione / gestione

Spingere all'acquisto, dote da imparare

Conoscere quanto si vende, suggerire al cliente un prodotto in più di quanto ordinato, essere sempre sicuri di quanto si propone. Tecniche di vendita messe a punto per il commercio generico che si adattano benissimo alla vita quotidiana del bar

di Roberto Barat

Può un bravo barista essere anche un bravo venditore, intendendo con questo termine colui che riesce a portare il cliente a un esborso maggiore di quanto il cliente stesso aveva preventivato? Il tutto soddisfacendone i bisogni? Sì, può. Purché conosca alcune tecniche. Facciamo un esempio. Il cliente entra al bar e chiede un caffè. Il barista prepara un buon espresso e glielo porge. Incasso 0,80 euro. Ma se alla richiesta il barista propone al cliente una "brioche appena sfornata, senta che profumo" oppure "un bicchiere di minerale" ecco che probabilmente il cliente sarà attratto da questa proposta extra, accetterà e l'incasso sarà superiore.

Vendita correlata

Tecnicamente si chiama "vendita correlata" e ha il vantaggio, oltre che di aumentare l'incasso immediato, di dare l'idea che il venditore si "preoccupi" del benessere della persona che gli sta davanti. Insomma vendere in un bar vuol anche dire proporre un qualcosa che il cliente non aveva inizialmente considerato di acquistare o che vuole acquistare, ma sul quale non sa de-



Foto: Massimo Sestini

cidere. Per farlo ci sono alcuni elementi che vanno rispettati e che un interessante libro appena data alle stampe esamina e spiega ("L'abc della vendita" di Elwood Chapman, edito da

Franco Angeli). Tanto per cominciare chi vende (sia esso il barman, il cameriere, lo stesso gestore) deve conoscere bene quanto sta vendendo. Sembra scontato, ma non è sempre così. Troppe volte, prima di rispondere a una domanda, il cameriere "deve chiedere" cosa ci sia in un certo cocktail, in

PERSONALITÀ DA VENDITORE

- Capacità di iniziativa
- Tenacia
- Piacere di stare tra la gente
- Dinamismo
- Capacità di risolvere i problemi
- Comunicativa
- Nessuna tendenza alla frustrazione
- Ambizione
- Amore per il denaro
- Desiderio di gratificazione
- Cordialità

Indurre il cliente a un acquisto non programmato

un panino o nell'insalata del giorno. E questo non è un buon approccio con il cliente.

La regola del tre

Ma ci sono alcune soluzioni pratiche. Per esempio, se nel locale lavora un cameriere alle prime armi, o magari al



IL LIBRO

Di Elwood Chapman, *L'abc della vendita!* è edito da Franco Angeli (96 pag., 13 euro). Fa parte della linea editoriale "50 minuti, le guide all'autoformazione". In sostanza volumi molto pratici con consigli e suggerimenti facili da comprendere e da mettere subito in pratica.

primo giorno di lavoro, suggeritegli la "regola del tre". In pratica, illustrategli e spiegategli tre cocktail, tre panini, tre insalate o piatti unici, così che se il cliente chiede un suggerimento il cameriere sappia suggerire una piccola gamma di proposte dando tutte le risposte necessarie per apparire competente e sicuro di sé. Pazienza se per il momento conosce solo quelle. Meglio poche risposte, ma chiare, che nulla no? ■