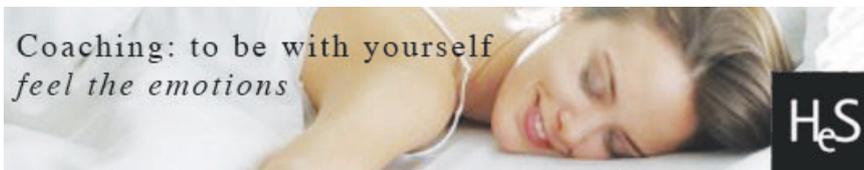
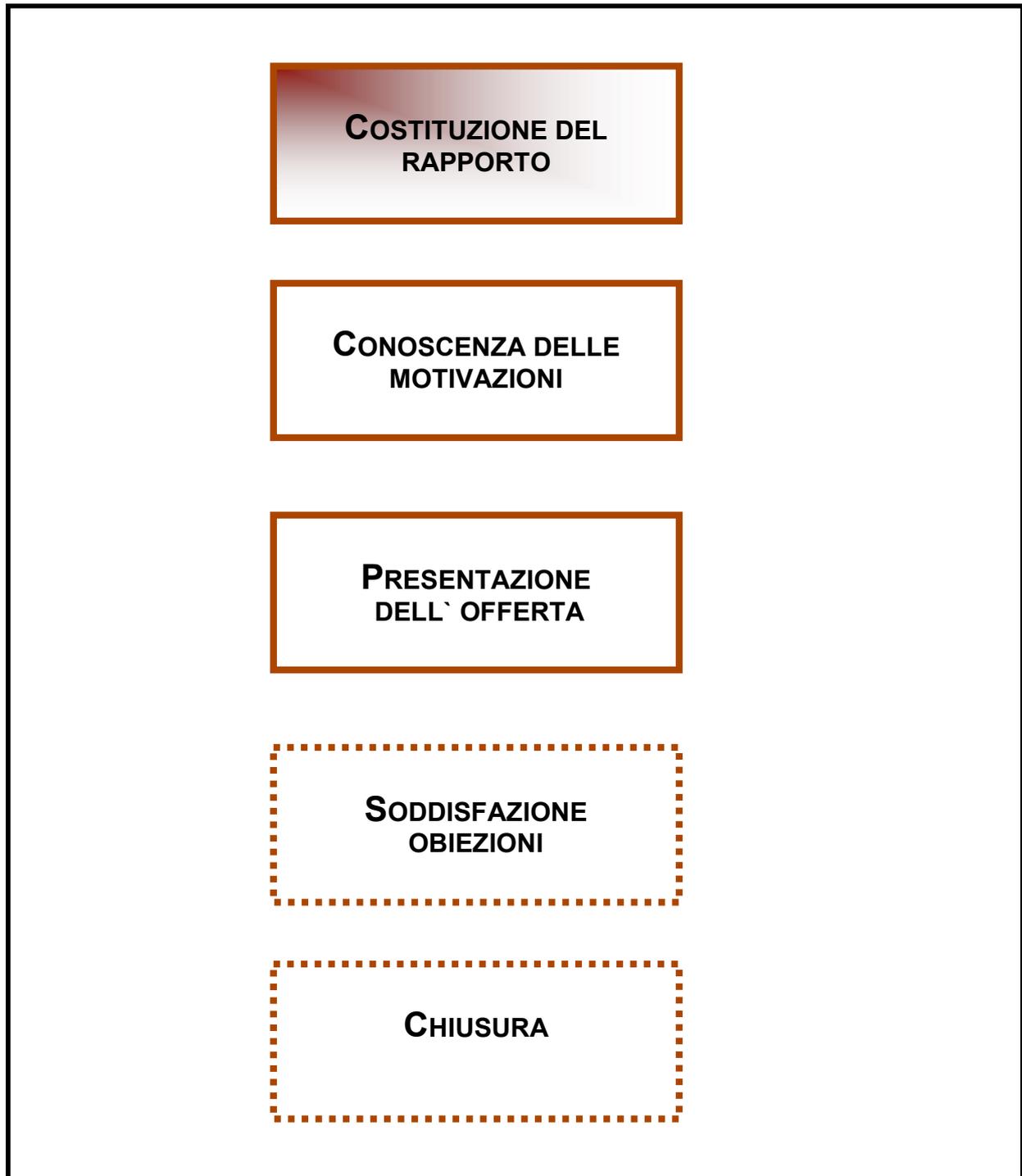


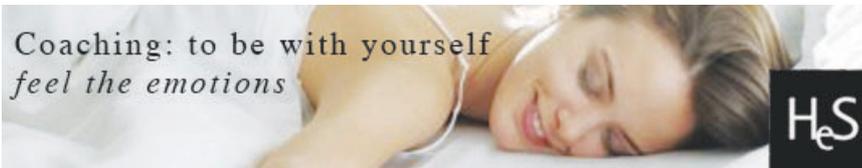
Psicologia della vendita

Parte seconda: comunicazione "l'incontro"

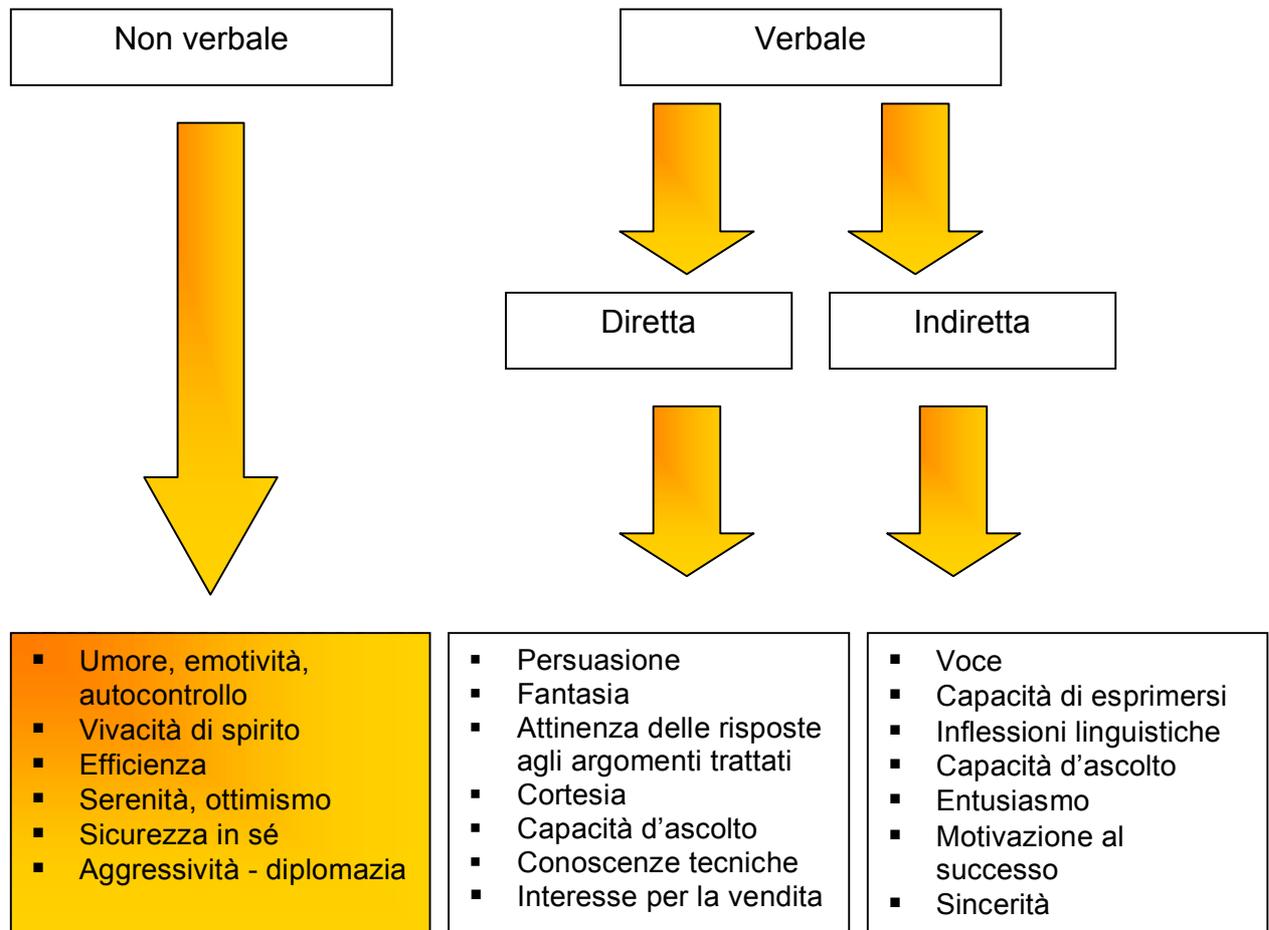


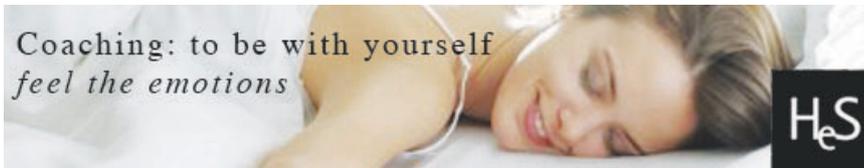
5 fasi





Comunicazione del venditore





Importanza della comunicazione

Ogni rapporto tra un venditore ed il cliente **inizia, prosegue, si modifica e finisce** attraverso un rapporto di **comunicazione**.

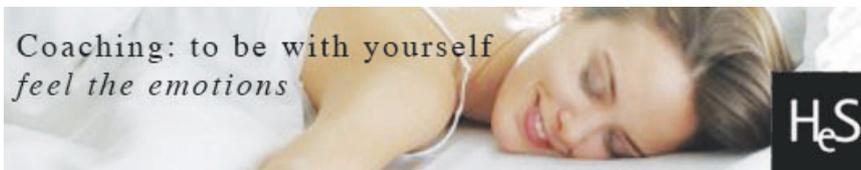
Fattori della comunicazione

Contenuti

- Fatti, idee, sentimenti.

- Interferenze:
 - Meccaniche
 - Psicologiche
 - Psichiche
 - Semantiche

- Rete di comunicazione:
 - Rete diretta
 - Rete indiretta



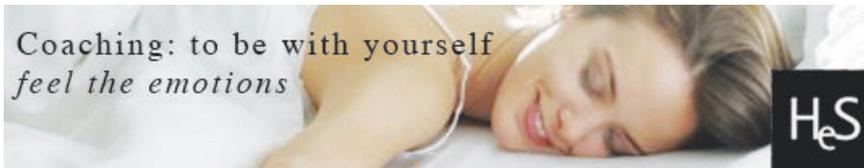
L'incontro (definizione del rapporto)

Dall'incontro si definisce la nascita della relazione e si stabilisce la sua durata.

Significa dunque principalmente **CAPIRE E COMUNICARE**

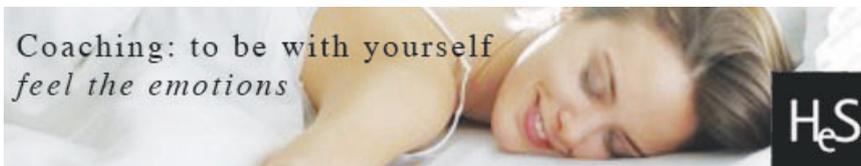
La comunicazione verbale e non verbale del cliente ci apre le porte per definire quali **sono i desideri, i bisogni che persegue:**

- Comodità: desidera fare un acquisto che non dia problemi
- Affezione: acquista da un venditore simpatico, si sente legato alla ditta fornitrice
- Fierezza, prestigio: desidera sentirsi importante, d'elevarsi, tiene molto a qualificarsi
- Fiducia: cliente che non vuole sorprese né dalla ditta né dal prodotto (valore dominante la garanzia)
- Economia, guadagno: cliente particolarmente sensibile all'elemento guadagno
- Sicurezza: cliente che ha paura del rischio
- Analogia: desiderio di avere gli stessi prodotti usati da altri
- Novità: cliente sensibile a ciò che è nuovo
- Esclusività: cliente che desidera sentirsi diverso



Esercizio

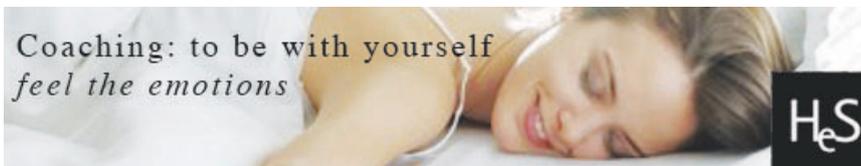
- Esercizio di simulata: entrata, saluto, inizio presentazione secondo proprio stile
- 2 gruppi di tre partecipanti: il cliente, il venditore, l'osservatore (utilizzano la griglia)
- L'osservatore da in plenaria i risultati
- Discussione di gruppo



Griglia d'osservazione 1

Evidenziare ciò che fa al caso

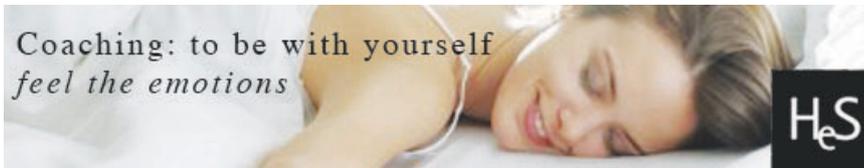
Venditore				
Tipo di profilo				
<p>Postura del corpo, contatto oculare, cenni del capo, posizioni delle braccia sono in linea con quelle del cliente</p> <p>Postura del corpo, contatto oculare, cenni del capo, posizioni delle braccia non sono in linea con quelle del cliente</p>				
<p>Mostra interesse, non mostra interesse È attento, non è attento È disponibile, non è disponibile</p>				
<p>Parla molto, parla poco Si esprime velocemente, si esprime lentamente Utilizza gli stessi termini, non utilizza gli stessi termini Rispecchia i tempi dell'altro, non rispecchia i tempi dell'altro E chiaro nell'esposizione dei contenuti, è confuso nell'esposizione dei contenuti Mette il cliente in condizione di esprimere il proprio punto di vista, non mette il cliente in condizione di esprimere il proprio punto di vista. Fa molte domande, non fa domande o ne fa poche</p>				
<p>È sintonico, è distonico</p>				



Griglia d'osservazione 2

Evidenziare ciò che fa al caso

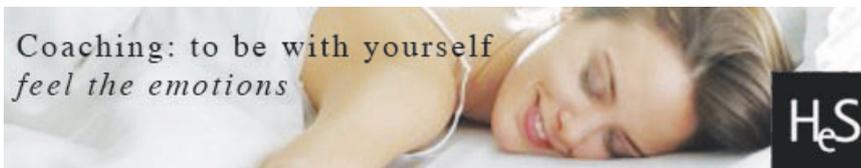
Cliente				
Tipo di profilo				
<p>Postura del corpo, contatto oculare, cenni del capo, posizioni delle braccia sono in linea con quelle del venditore</p> <p>Postura del corpo, contatto oculare, cenni del capo, posizioni delle braccia non sono in linea con quelle del venditore</p>				
<p>Mostra interesse, non mostra interesse È attento, non è attento È disponibile, non è disponibile</p>				
<p>Parla molto, parla poco Si esprime velocemente, si esprime lentamente Utilizza gli stessi termini, non utilizza gli stessi termini Rispecchia i tempi dell'altro, non rispecchia i tempi dell'altro.</p>				
<p>È sintonico, è distonico</p>				



Ascolto

L'insieme dei fenomeni che permettono la comunicazione interpersonale é un meccanismo basato sulla reciprocità dove il messaggio ricevuto viene analizzato filtrato e quindi rimandato al mittente attraverso un feedback caratterizzato da una serie di contenuti.

L'ascolto attivo, è un processo molto importante che c'impedisce di agire spinti dall'istinto quindi di esprimere il nostro pensiero prima ancora di aver ben capito la situazione.



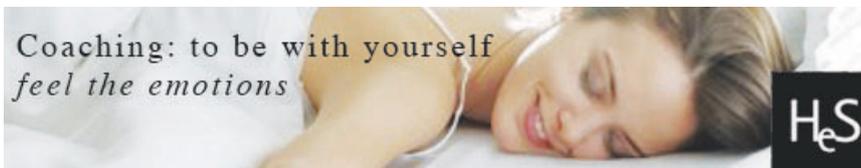
Scheda 2: valutazione delle capacità di ascolto

(da Dynamic of Human Behavior, San Matteo, CA.)

Comportamento d'ascolto	La maggior parte del tempo	Spesso	Qualche volta	Quasi mai
Smetti di ascoltare chi dice qualcosa su cui non sei d'accordo o che non ti interessa?				
Quando presumi di indovinare che cosa stanno per dirti, smetti di ascoltare?				
Ti concentri su quanto viene detto anche se non t'interessa?				
Ripeti con parole tue quanto l'interlocutore ha appena detto?				
Ti concentri sulle parole di chi parla senza preoccuparti delle sue espressioni?				
Ascolti il punto di vista di un altro, anche se diverso dal tuo?				
Sai quali sono le parole o le frasi capaci di suscitare in te una reazione emotiva?				
Fai tesoro di tutto quanto si dice anche se di poco conto?				
Rifletti a qual che vuoi ottenere con la tua comunicazione?				
Ti preoccupi di chiedere il significato delle parole che non conosci?				
Aspetti l'occasione migliore per comunicare quel che vuoi dire?				
Pensi a come ribattere mentre ti stanno ancora parlando?				
Pensi a come potrebbe reagire il tuo interlocutore?				



Comportamento di ascolto	La maggior parte del tempo	Spesso	Qualche volta	Quasi mai
Fingi di ascoltare attentamente anche quando non ascolti per niente?				
Scegli la maniera migliore (scritta, orale, al telefono) di comunicare?				
Pensi ad altro mentre gli altri parlano?				
Osservi l'espressione dell'interlocutore?				
Ti limiti a seguire il senso del discorso, senza preoccuparti dei particolari?				
Ti rendi conto che le parole non hanno esattamente lo stesso significato per tutti?				
Ascolti solo quello che ti interessa trascurando il resto del messaggio?				
Guardi l'interlocutore				
Tendi a presumere che l'interlocutore sa già di che si tratta?				
Lasci che l'interlocutore esprima la sua ostilità verso di te senza interromperlo immediatamente?				
Ti eserciti regolarmente per migliorare la tua capacità di ascolto?				
Prendi appunti per poter ricordare meglio?				
Riesci a mantenere la concentrazione senza farti distrarre da suoni o rumori?				
Ascolti senza giudicare o criticare che parla?				
Ripeti per essere sicuro di aver ben capito?				
Ti fai in anticipo un'idea di quel che vuol dirti chi viene a parlarti?				
Hai l'impressione di essere ignorato dall'interlocutore?				

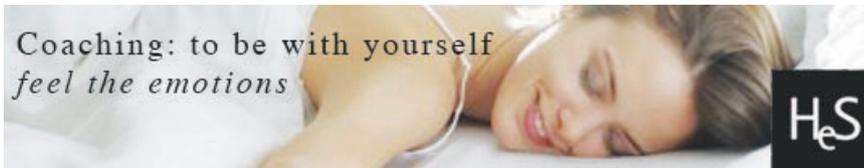


	Quasi sempre	Spesso	Qualche volta	Quasi mai		Quasi sempre	Spesso	Qualche volta	Quasi mai
1	1	2	3	4	16	4	3	2	1
2	4	3	2	1	17	4	3	2	1
3	1	2	3	4	18	4	3	2	1
4	4	3	2	1	19	4	3	2	1
5	4	3	2	1	20	4	3	2	1
6	4	3	2	1	21	4	3	2	1
7	4	3	2	1	22	4	3	2	1
8	1	2	3	4	23	1	2	3	4
9	1	2	3	4	24	4	3	2	1
10	1	2	3	4	25	4	3	2	1
11	4	3	2	1	26	4	3	2	1
12	4	3	2	1	27	4	3	2	1
13	1	2	3	4	28	4	3	2	1
14	4	3	2	1	29	4	3	2	1
15	4	3	2	1	30	4	3	2	1

TOTALE:

Punteggio:

- 105-120 OTTIMO
- 89-104 BUONO
- 73-88 SUFFICIENTE
- 57-72 SCARSO



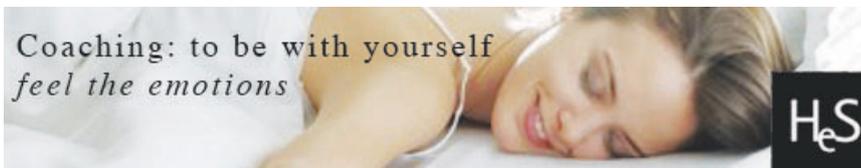
L'ascolto a tutti i livelli, visivo, uditivo e tattile ci permette non solo d'instaurare la relazione, ma anche definire le motivazioni del cliente.

Il processo che ci permette di rendere attivo il nostro ascolto é l'empatia.

In generale la tecnica dell'empatia consiste nel:

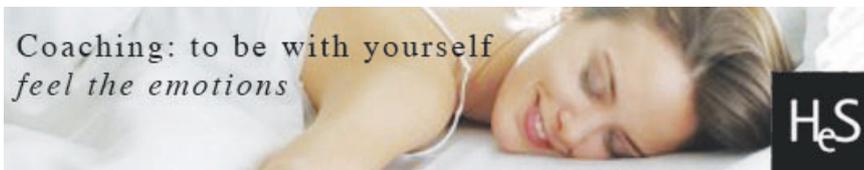
- Impostare una sorta d'avvicinamento tattico caratterizzato da preamboli i quali consentono di far decollare la comunicazione.
- Avviare unna procedura di seduzione che gratifica e quindi legittima l'interlocutore.

Per avvicinarsi all'altro è importante saper leggere il linguaggio non verbale ed in seguito indossare i segnali del nostro referente

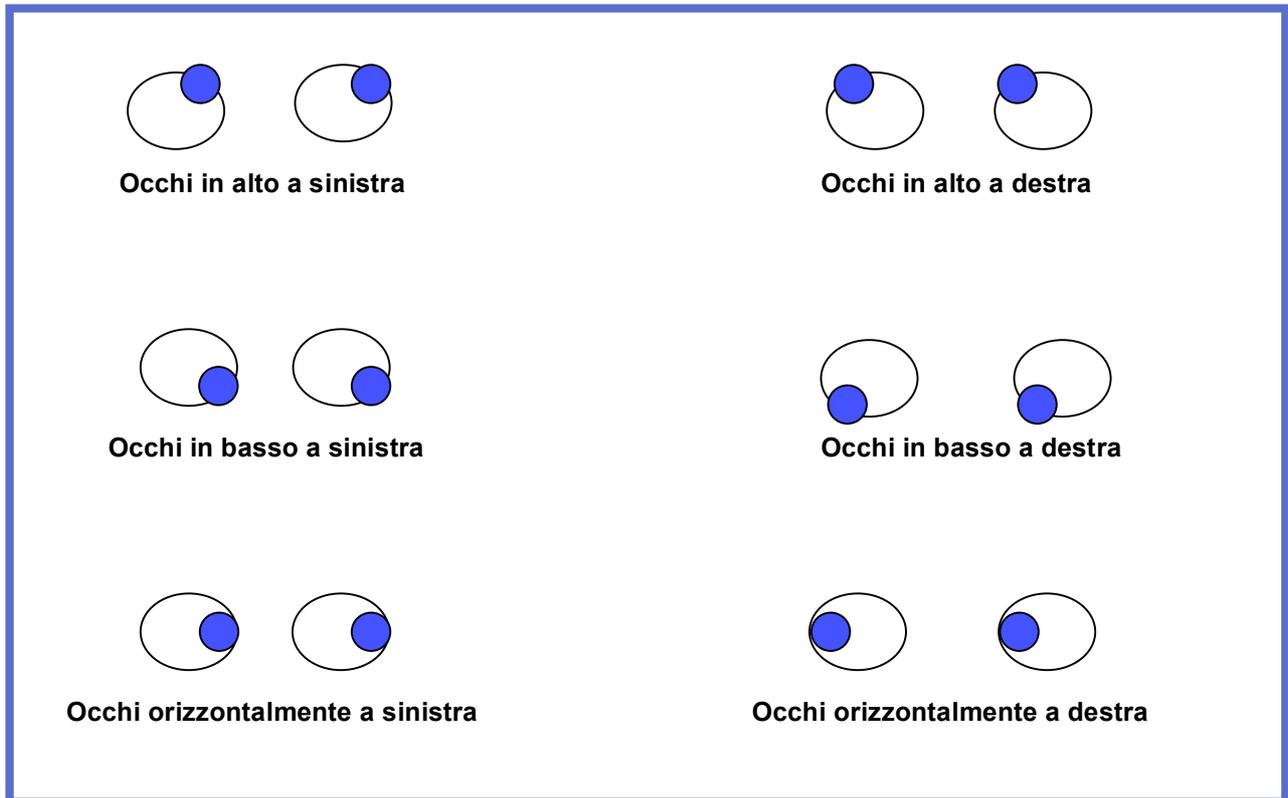


Alcuni esempi di segnali non verbali

Linguaggio del corpo	Significato
Guarda negli occhi	Sicurezza, lealtà
Distoglie lo sguardo	Imbarazzo
Tocca la nuca mentre si parla	Imbarazzo
Si accarezza il mento	Imbarazzo, riflessività,
Porta la mano alla bocca	Ha appena mentito
Sfiora il naso dopo aver parlato	Ha appena mentito
Guarda in alto a destra	Mente
Tiene le labbra serrate	Riservatezza, tensione
Morde il labbro inferiore	Desidera non scoprirsi
Tormenta le mani con le dita	Agitazione, confusione, ira
Accarezza la nuca mentre parla	Impazienza trattenuta
Mani strette a pugno	Ira, sdegno trattenuto, distanza
Seduto, parte superiore allontanata	Rifiuto, disinteresse, ricerca di distacco
Indici che formano freccia	Troppa sicurezza, presunzione
Braccia incrociate	Chiusura, difesa
Gioca con matite, anelli, ecc.	Agitazione, confusione, ira
Inforca e toglie gli occhiali	Rifiuto, nervosismo
Seduto, parte superiore del corpo in avanti	Seduzione
Seduto, spalle ricurve	Sottomissione, arrendevolezza
Seduto, in posizione rigida	Repressione del nervosismo
Seduto, serrando con le mani i braccioli	Atteggiamento aggressivo



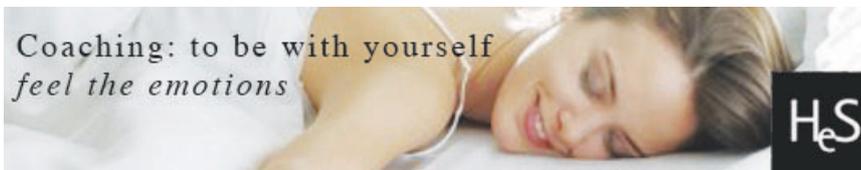
Gli occhi



Emisfero cerebrale destro: governa la parte sinistra del corpo

Emisfero cerebrale sinistro: governa la parte destra del corpo

- Occhi in alto a destra: immaginazione o invenzione di un episodio.
- Occhi in alto a sinistra: visualizzazione d'immagini ricordate.
- Occhi in basso a destra: si pensa ad un sapore, profumo, suono.
- Occhi in basso a sinistra: indicano un dialogo interno.
- Occhi rivolti orizzontalmente a sinistra: ricordo di parole o suoni che abbiamo ascoltato in passato.
- Occhi rivolti orizzontalmente a destra: costruzione auditiva (pensare alle parole di un discorso che dobbiamo fare).



Indossare i segnali dell'altro

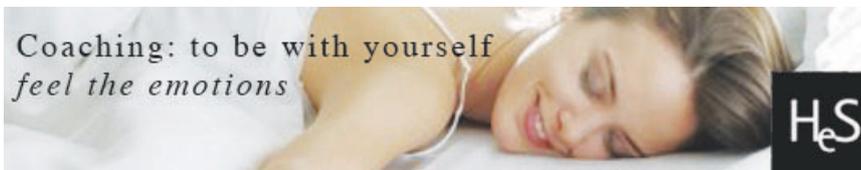
Consiste nell'assumere il medesimo "non verbale" dell'altra persona e verificare eventuali cambiamenti nel proprio stato d'animo.

Carl Rogers psicologo appartenente alla corrente umanistica definisce la modalità dell'indossare i segnali dell'altro con il termine di **RICALCO**

Consiste nella riproduzione degli schemi comportamentali dell'interlocutore, significa dunque rendersi simile all'altro comunicando messaggi uguali in tutti i livelli della comunicazione. Dove l'obiettivo principale è la creazione ed il mantenimento del rapporto.

Applicare il ricalco nella vendita, nell'acquisizione di un nuovo cliente e nella gestione di un cliente già acquisito significa:

- Capire più a fondo le sue esigenze e poterle soddisfare meglio
- Essere compresi meglio dal cliente sia dal punto di vista relazionale che tecnico
- Evitare tensioni ed imbarazzo
- Velocizzare l'instaurarsi di un rapporto amichevole
- Piacere
- Guadagnarsi la sua fiducia



Ricalco non verbale

Il “rispecchiamento” va usato con attenzione e cautela

Esercizio

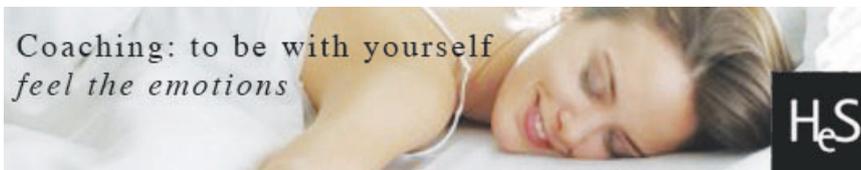
Tre gruppi di due, scegliere un argomento del quale parlare ad esempio gli ultimi fatti che hanno coinvolto il mondo intero.

Una persona del gruppo riceve la consegna l'altra no.

Consegna

Mentre parlate assumete la postura dell'altro. Regolate a suo modo la posizione del busto e delle gambe, ponete le mani nella stessa posizione, inclinate la testa nella stessa direzione.

Mantenete questo “rispecchiamento” il più possibile. Quando chi vi sta di fronte cambia qualcosa nella sua posizione attendete alcuni secondi poi effettuate lo stesso cambiamento. Quando avrete rispecchiato per alcuni minuti provate ad effettuare voi un piccolo cambiamento. Se chi vi sta di fronte vi seguirà provate a fare ulteriori cambiamenti, se invece non avviene nulla, continuate a rispecchiare.



Ricalco verbale

Può essere effettuato a due livelli:

- Contenuti (concetti espressi dal cliente)
- Struttura (si riferisce a specifiche frasi utilizzate nel discorso)

La sintonia si ottiene.

- Utilizzando le stesse parole usate dal cliente

Ad esempio:

Cliente: “perché non mi fa **vedere** come potrei risolvere.....?”

Venditore sintonico: “le faccio **vedere** subito....”

Venditore distonico: “le dico subito come possiamo fare.....”

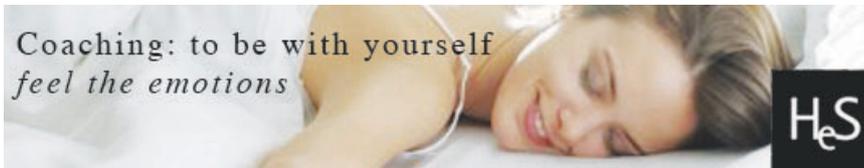
- Utilizzando parole diverse che però facciano parte del sistema di riferimento del cliente.

Ad esempio:

Cliente: “perché non mi fa **vedere** come potrei risolvere.....?”

Venditore: Certo le faccio un **quadro** della situazione....”

Questo tipo di ricalco può essere fatto solo dopo che si conoscono i termini usati dal cliente.



Ricalco paraverbale

Consiste nell'adeguarsi ai tempi di chi ci sta di fronte

Basandoci sul fatto che chi parla lentamente ascolta anche lentamente, se gli proponiamo un numero di parole superiore alla sua capienza naturale l'eccedenza sarà destinata ad andare perduta.

I parametri da prestare attenzione sono:

- Volume
- Velocità
- Tono

Esercizio

Due gruppi di tre persone

A parla, per esempio racconta un fatto recente

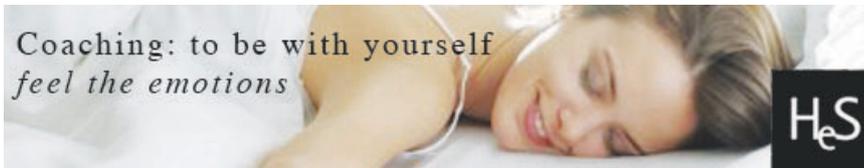
B ascolta e dopo qualche istante prende la parola e racconta qualcosa utilizzando le stesse modalità paraverbali

C ascolta e da consigli a B per eventuali correzioni (aumentare la velocità, diminuire il volume, ecc)



Chiusura: si ripete l'esercizio iniziale facendo attenzione a:

- Ricalco verbale (parole dette)
- Ricalco paraverbale (volume, ritmo, tono)
- Ricalco non verbale (linguaggio del corpo)



Per individuare i **CAFESANE** è necessario:

Osservare (il contesto del cliente)

Per scoprire il profilo, le tendenze, le abitudini, la concorrenza presente, l'apertura mentale, ecc.

Domandare (far parlare di sé il cliente dei suoi bisogni)

Domande aperte mai chiuse (precedute da chi-come-cosa-perché-quando-dove)

Ascoltare (stabilire la comunicazione nei due sensi)

Mostrare (per provocare delle reazioni)

Utilizzare il più possibile il materiale a disposizione, fare anche degli schizzi

Parlare lo stesso linguaggio