



autore dell'articolo: Cianca Fabrizio - Ma.Ve.Co-Consulting

(Consulente, Progettista e Docente di Programmi Formativi Area Marketing, Vendita e Comunicazione. Socio AIF Associazione Italiana Formatori. Membro della Segreteria della Presidenza della Università Popolare "Sabina Eretum" e Consigliere per il settore Marketing.)

## L'arte di saper vendere

“Malgrado la gente ami molto acquistare, non vede di buon occhio chi cerca di vendergli qualcosa.”

La parola “venditore” con il tempo ha assunto connotati negativi, oggi infatti si è più propensi nel definirlo rappresentante, promotore finanziario o consulente.

Solitamente i clienti acquistano ciò che piace, ma soprattutto da chi ha conquistato la loro fiducia.

Il processo di vendita inizia con l'**approccio al cliente**, un momento fondamentale in cui il venditore deve dare una buona immagine di se e positiva dell'azienda. E' importante che la prima impressione per il cliente sia positiva, perché ciò predispone l'inizio di un buon rapporto e l'instaurarsi di un dialogo costruttivo. Il dialogo deve mirare ad un obiettivo preciso, in questo caso la vendita, che per il vero professionista è l'arte di convincere che i vantaggi derivanti dal possesso del bene offerto sono superiori al denaro speso.

**Il venditore deve capire esattamente chi è il cliente, cosa vuole e perché lo vuole**, perché solo conoscendo il cliente si possono evitare errori nella trattativa.

La cosiddetta *qualificazione del cliente* è utile per conoscere il cliente e capire le sue esigenze, in modo da soddisfare al meglio le sue aspettative. Il venditore deve fare le **domande giuste, nel modo giusto, al momento giusto** e talvolta è necessaria la strategia, come nel caso delle domande doppie positive. Questa tecnica si può adottare, per esempio, per ottenere un appuntamento e si mette in atto offrendo un'alternativa al cliente, dando già per scontata una sua risposta positiva.

L'**AIDA** spiega proprio il modo in cui deve porsi il venditore nei confronti del cliente per ottenere un appuntamento, l'acronimo spiega i seguenti atteggiamenti: **Attenzione, Interesse, Desiderio, Azione**.

Per raggiungere l'obiettivo – vendere – è importante che il venditore mantenga autocontrollo e un certo equilibrio emotivo. Nel caso in cui il cliente si ponesse con un atteggiamento aggressivo è meglio che il venditore non risponda con toni altrettanto forti, in tal caso il dialogo potrebbe sfociare in un'accesa discussione. Si può invece ricorrere alla **tecnica dello SPARO**, che significa:

**S** = silenzio  
**P** = pazienza  
**A** = ascolto  
**R** = rispetto  
**O** = obiettività

Tutti questi elementi sono adottati dal buon venditore per ricondurre il dialogo ad uno scambio di opinioni.

Al giorno d'oggi tutte le aziende puntano a **fidelizzare i propri clienti**, affinché possano acquistare una volta e poi ritornare dallo stesso venditore in un momento successivo. Per far ciò è necessario conquistare il cliente, anche i più semplici atteggiamenti di puntualità, entusiasmo, simpatia, autocontrollo, garbo, tatto, educazione, sicurezza e onestà sono in grado di impressionare in modo favorevole il cliente.

Il processo di vendita si conclude quando il cliente chiede al venditore il costo dell'oggetto di vendita, e proprio in questa fase detta - **momento del condizionamento al sì** - si spera nella firma del contratto di vendita.

Ma è necessario ricordare che la relazione con il cliente deve essere mantenuta e rafforzata costantemente, tramite azioni di fidelizzazione, promozioni e comunicazione. Ricordare sempre:

*“Ciò che per alcune aziende rappresenta la fine, è in realtà, agli occhi del cliente, l'inizio”*