

Il decalogo del buon venditore di negozio

Autore: Dott. Fabrizio Cianca – Direttore didattico del Centro di formazione Maveco

Un aspetto molto importante relativo alla professionalità dei venditori delle attività commerciali è rappresentato dall'**accoglienza** riservata al cliente che **richiede assistenza**. "Non aveva nessuna intenzione di comprare", "non avevamo quello che cercava", "ha trovato i nostri prezzi troppo alti". Con queste frasi i venditori giustificano una mancata vendita e quasi sempre non si rendono conto di **averla persa negli attimi "magici" dell'accoglienza** del cliente. "Magici" perché in grado di **influenzare in modo determinante** l'esito della trattativa. E' importante quindi saper accogliere il cliente conquistandolo subito con una **sincera cordialità** e la **pronta attenzione** alle sue esigenze. Questo non avviene sempre. Ecco alcuni comportamenti ricorrenti lamentati dai clienti:

- ✍ passare affrettatamente di fianco al cliente senza degnarlo di uno sguardo e senza salutarlo;
- ✍ continuare a svolgere le proprie attività (ricerche al computer, rifornire gli scaffali, etc.) senza alzare la testa e far vivere al cliente la triste esperienza di sentirsi invisibile;
- ✍ guardarlo con un leggero fastidio perché la sua presenza ci costringe a interrompere quello che stiamo facendo.

Alla base di un'accoglienza professionale c'è invece la consapevolezza che il cliente non rappresenta un'interruzione ma lo **scopo di tutta la nostra attività**. Inoltre è importante conoscere alcuni principi relativi al linguaggio del corpo, sia **statico** che **dinamico**.

Il **linguaggio statico** è relativo all'abbigliamento, agli ornamenti, al trucco e all'acconciatura dei capelli. Ogni impressione, suscitata da un segnale statico del venditore, può **influire sull'esito** dell'incontro con il cliente. Il venditore professionista cura pertanto **il proprio aspetto**.

Oscar Wilde scriveva con sottile ironia: "Solo la gente superficiale non tiene conto delle apparenze". Per gli addetti alla vendita commerciale, è di fondamentale importanza, se non strategico, la "qualità" della relazione con il cliente, il tipo di comunicazione, il tipo di linguaggio usato (persuasivo, empatico, di rispecchiamento, ect). In questo breve articolo possiamo dare alcuni semplici suggerimenti a coloro che svolgono attività di vendita nel commercio, invitandoli ai nostri corsi per apprendere le tecniche di comunicazione e di vendita nel commercio:

1. Sorridete, siate sempre di buon umore e pazienti. Siete voi a rendere accogliente il negozio, non solo l'arredamento.
2. Chiamate per nome o per cognome il cliente (Signor Rossi, Le faccio vedere...). Ripetetelo spesso. Alle persone piace sentire il proprio nome.
3. Salutate sempre chi entra in negozio, anche se siete impegnati con altri clienti.
4. Il bancone è una barriera alla comunicazione.
Se potete, inseritelo nell'arredamento come piano d'appoggio, non come divisorio.
5. Nessun cliente è una perdita di tempo. Se non compra oggi può comprare domani o consigliare il vostro negozio ad altri.
6. Pur senza essere invadenti, fate molte domande per capire bene cosa desidera l'acquirente, le motivazioni sottese all'acquisto, i bisogni, soprattutto quando le sue richieste sono generiche.
7. Imparate ad ascoltare e comprendere il cliente e le sue necessità. Ripetete le sue necessità, in modo da far capire al cliente che lo avete ascoltato. Si sentirà apprezzato e vi sarà riconoscente.
8. Utilizzate nei vostri argomenti di vendita le parole più usate o ricorrenti pronunciate dal cliente.
9. Impostate gli argomenti partendo dalle informazioni che vi forniscono le risposte del cliente
10. Cercate di capire la tipologia di persona che avete di fronte e cercate di stabilire un Rapporto di empatia con lui sui diversi livelli della comunicazione (Tecnica del Rispecchiamento)
11. Prestate attenzione alla comunicazione Verbale (cio che dite) e alla comunicazione Non-verbale (voce, tono, postura, sguardo, occhi, ect). Le due comunicazioni devono essere coerenti. Sarete credibili.

12. Cercate di capire qual è il vantaggio di un prodotto rispetto a un altro, perché chi è posto di fronte a una scelta chiede sempre: "Lei quale mi consiglia?"
13. Per contrastare la concorrenza, fatevi dare dalle persone più interessate i loro dati: li informerete periodicamente sulle novità. Inviare un saluto ai clienti più importanti in occasioni di eventi, feste, ricorrenze, compleanni, ect.
14. Create dei programmi promozionali per fidelizzare la clientela. Siate preparati su tutti i prodotti, combinazioni e abbinamenti.
15. Utilizzate il Cross-selling e Up-selling per vendere di più.
16. Congedatevi sempre con cortesia: il saluto finale influenza la propensione a prendervi in considerazione per acquisti futuri.
17. Complimentatevi con il cliente per la scelta effettuata.
18. Salutate con gentilezza anche il cliente che non compra e dategli che vi dispiace di non averlo potuto accontentare.

Ricordare: "Occorrono mesi per trovare un cliente. Un secondo per perderlo."

Autore: Dott. Fabrizio Cianca – Direttore didattico del Centro di formazione Maveco