



**PICCOLO
MANUALE PER
ASPIRANTI
VENDITORI**



Cosa troverai nel nostro E-book

03 | Introduzione

05 | Le *Skills* per diventare Pro

10 | *Sviluppare* una buona
attitudine alla Vendita

15 | Bias Cognitivi: *cosa sono e
perchè* sono importanti

20 | 3 Consigli per *aumentare* il
tuo Fatturato

22 | 3 Segreti per *ottimizzare* il tuo
tempo

23 | *Risparmia tempo* anche sulle
pratiche Burocratiche

25 | Risorse utili

26 | Conclusioni

CLICCA SUL LINK E VAI AL CONTENUTO CHE PREFERISCI

Introduzione

Quando parliamo di **Vendita** sappiamo di riferirci ad un ambito nel quale i cambiamenti sono all'ordine del giorno.

Ciò presuppone avere un'attitudine ad una **Formazione continua** che permetta di sostituire tecniche di vendita ormai *obsolete* sostituendole con strategie e metodologie coerenti con il periodo in cui viviamo.

Una delle maggiori sfide per chi lavora nel campo delle vendite è quella di riuscire ad adattarsi ai nuovi mercati, a nuovi linguaggi e strategie ciò significa formarsi e **sviluppare nuove competenze** necessarie ad evolversi e partecipare attivamente alla *trasformazione continua* del mondo del lavoro.

Il nostro desiderio è però quello di rendere la lettura di questo e-book **un'esperienza concreta** per cui troverete, alla fine di alcuni paragrafi una serie di esercizi pratici grazie ai quali comprendere meglio chi siete e che cosa fare.

Nel corso delle prossime pagine parleremo di **Skills** e di quelle specifiche relativa alla vendita proporremo una per concludere con un riferimento ai Bias cognitivi.

I nostri esperti suggeriranno poi consigli utili per **incrementare il fatturato** e dare **una spinta alla tua crescita professionale.**

Siamo giunti al termine di questa introduzione, da ora in poi inizieremo insieme il nostro percorso.



Le Skills per diventare "Pro"

Le competenze richieste a un commerciale sono diverse e possono variare a seconda del settore di appartenenza. Quelle secondo noi più importanti sono:

- Avere ottime capacità comunicative
- Avere una gestione efficace del tempo
- Avere una buona dose di Empatia
- Avere una buona capacità di ascolto
- Avere conoscenza dei canali digitali
- Avere padronanza degli strumenti digital

Vediamo ora che cosa sono le **skills**, termine generico inglese per indicare abilità e competenze. Si suddividono in Hard e Soft.

Hard Skills:

Le *hard skills* sono quelle abilità facilmente identificabili, come livello di studio, padronanza delle lingue, conoscenza di aspetti tecnici, ecc.

Soft Skills:

Le *soft skills* invece sono quelle competenze, *più difficili da valutare*, che però sono fondamentali nell'ambito lavorativo.

Ora **tocca a te!**

Esercizio:

Prenditi il tempo necessario per individuare quelle che sono le tue Soft Skills più sviluppate.

Il consiglio è di individuarne almeno 3 e scriverle su un foglio bianco.

Dopo averle individuate e scritte, **puoi passare al prossimo step.**

Per poter capire dove migliorare è necessario individuare quelle che sono le mancanze.

Ecco spiegato perchè nel prossimo esercizio ti chiediamo di scrivere 3 (o anche più se lo ritieni necessario) *Soft Skills* che non hai ma che vorresti sviluppare nel corso del tempo.

Esercizio:

Prenditi il tempo necessario a individuare quelle che sono secondo te le *Soft Skills* che hai bisogno di implementare.

In alternativa, puoi trasformare questo file da **Pdf a Word** e scrivere direttamente

Il consiglio è di individuarne almeno 3 e scriverle su un foglio bianco.

Pagina **Bonus** per gli Esercizi

Sfrutta questo spazio se decidi di utilizzare **iLovePDF 24**



Le tue 3 Soft Skills principali



Le 3 Soft Skills su cui devi lavorare

Perchè abbiamo dedicato **spazio** agli esercizi?

Elaborando questo E-book ci siamo chiesti: **che valore aggiunto possiamo offrire?** Vogliamo andare oltre i consigli che si possono trovare con una veloce ricerca Google! Cosa offrire per differenziarci ed essere pratici?

E' a seguito di queste domande che abbiamo spostato il nostro **focus** su esercizi molto semplici ma secondo noi utili.

Pensa a quanto potresti crescere se avessi ben impressa in mente **l'area in cui puoi migliorare;** oggi hai tantissime risorse da cui puoi attingere per imparare cose nuove e fare la differenza.



Sviluppare una buona **Attitudine** alla Vendita

Vendere sembra, apparentemente, un processo semplice: individuo un cliente a cui proporre il mio prodotto, discuto con lui dei benefici del prodotto, tratto e concludo la vendita. Eppure, non è così.

Il professionista, o futuro professionista delle vendite, deve possedere le soft skills tipiche del "commerciale" quali **attitudine** e **Intelligenza emotiva**

Oltre alla tecnica, infatti, ciò che entra in gioco è anche la **sfera emozionale**.

In questo caso, il venditore deve saper gestire sia le proprie emozioni, che quelle del cliente che ha di fronte.

Nel primo caso, la cosa più comune che si può verificare riguarda i **“blocchi psicologici**.
Ne possiamo individuare, qui, i due principali che colpiscono i venditori:

- Il complesso di inferiorità, che porta a sentirsi in soggezione di fronte al cliente;
- Il blocco della “porta in faccia”, che consiste nel non voler nemmeno provare a proporre il prodotto perché convinti che nessuno sia interessato.

Niente paura! A questi punti c'è una semplice soluzione: **cambiare il punto di vista**.

Invece di pensare di essere inferiori, proviamo a pensare che in quel momento siamo noi i *“gestori”*, sia della situazione che del cliente con cui interagiamo: a lui piacerà essere gestito e invece di *“dominarti”*, ti prenderà sul serio.

È importante, poi, **reformulare l'obiettivo**: saranno tante le volte in cui il cliente non sarà interessato a ciò che gli proponiamo, ma bussare comunque alla sua porta potrebbe portarci a scoprire cos'altro gli serve.

Il focus da tenere in mente in questo caso è che ci presentiamo da lui non per vendere a tutti i costi, ma per ascoltare e avviare una relazione.

Il segreto è diventare **consapevoli** dei nostri blocchi, e questo ci permetterà di affrontarli con più sicurezza e di sviluppare un'intelligenza emotiva in grado di rafforzare le *skills* necessarie a diventare un buon venditore.

Vediamo insieme quali tra queste sono essenziali:

- **Ascolto attivo**
- **Capacità relazionale-emozionale**
- **Comunicazione efficace**

Come già accennato, la relazione umana ha la precedenza su tutto, e sarà anche quella a definire un buon venditore. **L'errore più grave** è quello di un approccio unilaterale per la fretta di concludere la vendita, forzando il cliente all'acquisto, senza permettere loro di esprimersi e di ascoltare le proprie necessità.

Nella seconda sfera di competenze rientra la capacità di *individuare* gli stati d'animo del cliente, i suoi dubbi laddove ci fossero, e di entrare in sintonia con essi: questo ci permetterà di creare una situazione empatica, coinvolgente e di fiducia.

L'ultimo, importantissimo, punto invece è legato alla capacità di effective speaking, ovvero la capacità di strutturare un discorso in maniera **semplice, chiara e diretta**.

Un buon venditore è colui che è in grado di coinvolgere il cliente non solo con le parole, ma anche con i modi, modulando gesti, linguaggio del corpo e tono della voce.

Hai bisogno di un ripasso prima di proseguire con la lettura? Sfrutta la pagina seguente per prendere gli appunti necessari.

Anche in questo caso può esserti d'aiuto questo [Tool](#).

Scrivi qui i punti che ritieni importanti ricordare



I miei appunti sulle *Skills di vendita*:

I miei appunti sullo sviluppo di *Attitudine*:



Bias Cognitivi:

Cosa sono e perchè sono importanti nella Vendita

I Bias Cognitivi possono essere definiti come "*Distorsioni*" della realtà create dalla nostra mente per far sì che un determinato aspetto della realtà combaci con quelle che sono le nostre *convinzioni*.

Questo meccanismo ci porta a compiere delle scelte in modo rapido e istintivo in base a quelle che sono le nostre **interpretazioni soggettive**, escludendo così informazioni oggettive che potrebbero condurci a una scelta migliore.

Questo aspetto è una grande risorsa per il Marketing che, sfruttando gli errori che potremmo commettere nel processo di decisione, può fare ampio uso di strategie atte a influenzare le scelte dei clienti.

Che esista uno stretto rapporto tra Marketing e Psicologia è ormai appurato, ma vediamo insieme alcuni esempi di semplici **tecniche** utilizzate dal Neuromarketing in termini di Bias Cognitivi:

- **Bias di conferma:** come già accennato, le persone tendono a ricercare situazioni in cui possano riconoscersi e che confermino quelle che sono le loro convinzioni. La stessa cosa vale nel Marketing: se ci rivolgiamo a un determinato Target con preferenze specifiche, andremo a rintracciare i potenziali consumatori che ci sceglieranno perchè si rivedranno nei nostri valori e nel nostro Prodotto/servizio.

- **La Riprova Sociale:** è un sistema molto utilizzato che consiste nell'*evidenziare* al cliente i *Feedback positivi* del prodotto da parte del resto della clientela, creando così in lui un senso di fiducia.
- **Bias di Ancoraggio:** è il più comune perchè è il Bias dell' "*Offerta imperdibile*". Se facciamo in modo che questa sia la prima impressione del cliente nei confronti del nostro Prodotto/servizio, allora questo diventerà il suo *ancoraggio*, il suo metro di paragone e valuterà il resto sempre in riferimento alla sua *prima scelta*, ovvero quello che gli abbiamo proposto.
- **Bias della relatività:** consiste nel proporre *due offerte* abbastanza *simili* tra loro (Ad esempio, per il prezzo) e *una* completamente *contrastante* con le prime due: la maggior parte delle volte il cliente non solo sceglierà una delle tre opzioni, ma sceglierà la terza.

Ecco che, sfruttando queste leggere distorsioni della realtà, potrai in qualche modo incidere sulle decisioni di acquisto del tuo cliente.

Pagina **Bonus** per gli Esercizi

Hai due opzioni:

- 1 Coca Cola piccola (€ 3.50)
- 1 Coca Cola grande (€ 6.50)

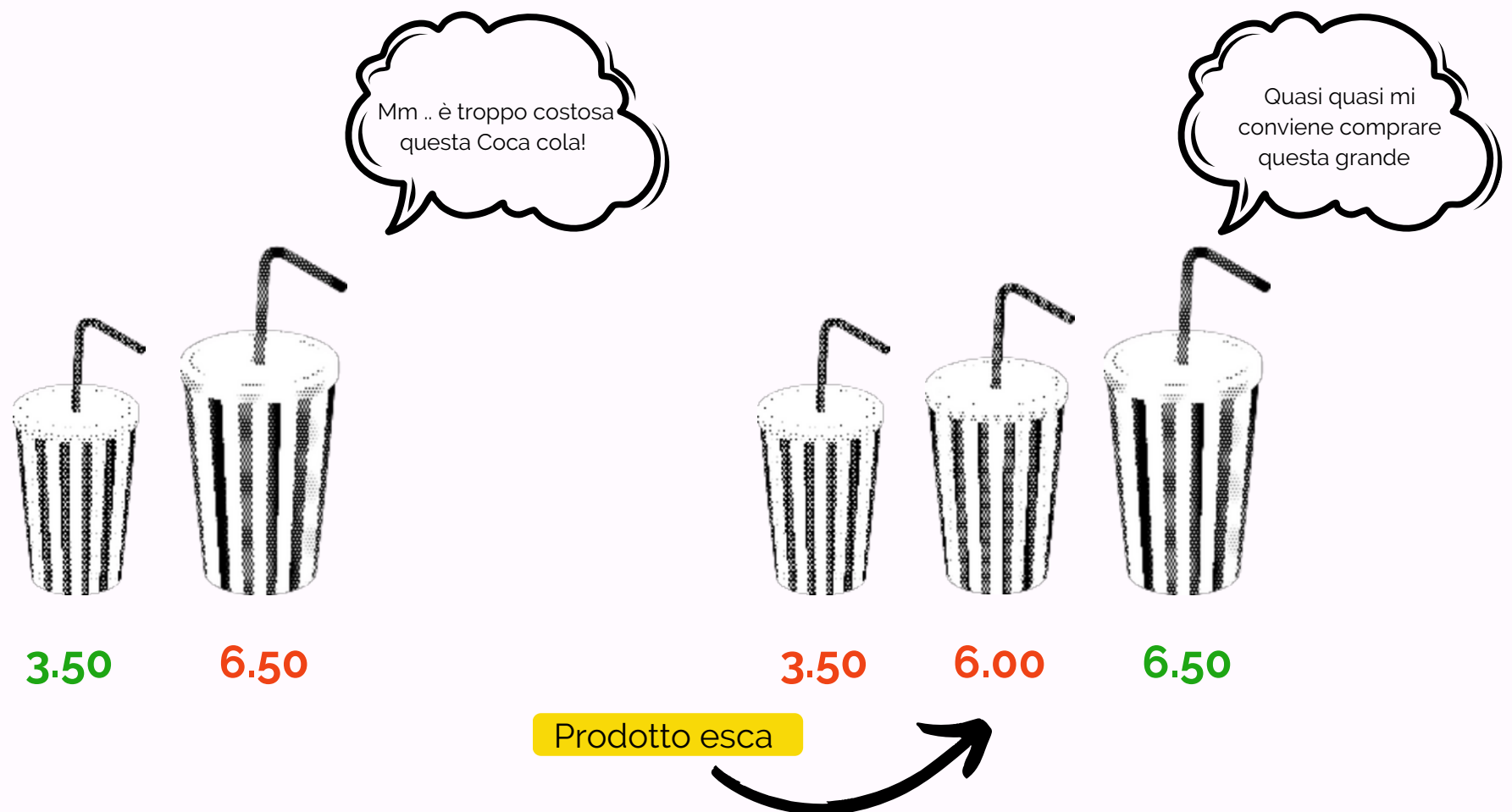
Cosa puoi fare per incrementare le vendite della Coca Cola grande?

**Trovi la soluzione nella pagina
seguente**



Offri una terza opzione (Bias della Relatività), un prodotto "esca", che in questo caso è una Coca Cola media al prezzo di €6.00

In questo modo l'attenzione si sposterà dal confronto tra Coca piccola e Coca grande (nonostante la differenza esista ancora) e passerà a quello tra Coca media e coca grande, facendo sembrare quest'ultima più conveniente agli occhi del cliente.





3 Consigli

Per aumentare il tuo Fatturato

La prima cosa che è importante tenere a mente è che la maggior parte delle persone a cui ti rivolgi sono *egoiste*, come tutti noi.

Infatti le persone si curano ben poco del tuo profitto e di quelli che possono essere i tuoi interessi perchè si concentrano sui loro.

Questo è un passaggio molto importante, da non ignorare.

Quindi quale dovrebbe essere il primo step per poter aumentare le tue vendite?

Lo sveliamo nella prossima pagina →

1) Cerca sempre di Offrire il massimo *Valore*

In fase di vendita concentrati su quelli che sono gli specifici vantaggi e i benefici per tuo cliente. Studia bene ciò che stai vendendo (indipendentemente che sia un Prodotto o un Servizio) in modo da presentarlo come la *soluzione* ideale per risolvere il *problema* che sta affrontando.

2) Aggiungi al tuo Prodotto omaggi e/o offerte speciali

Omaggi e offerte sono sempre un buon modo per *attirare* nuovi clienti e *fidelizzare* quelli già esistenti. Questo ti permetterà di far sentire i clienti importanti e saranno invogliati a tornare da te.

2) Sfrutta il potere del "**Cross-Selling**"

Che cosa è? E' una strategia di vendita che consiste nel proporre al cliente prodotti *complementari* a quello acquistato andando quindi ad aumentare la spesa complessiva.



3 Segreti per Ottimizzare il tuo Tempo

Anche tu fai fatica a gestire i mille impegni che si accavallano durante la giornata? Ecco per te 3 *consigli* per una Gestione Efficace del tempo.

Autofocus:

Questo metodo si basa sul sistema *Getting Things Done* di Mark Foster, che per una maggiore produttività suggerisce di utilizzare un quaderno (ma anche le Note del tuo telefono vanno bene) dove inserire tutte le attività della giornata.

Individua quelle che secondo te sono *prioritarie* e lavora su di esse per il tempo necessario.

Una volta terminate cancellale (o spuntale) dalla lista e procedi con le successive.

Inserisci nella giornata pause regolari:

inserire pause nella giornata può essere positivo per la tua produttività. Il nostro consiglio è quello di utilizzare un App al fine di

assicurarti di rispettare pause regolari.

Planner Mensile:

siamo giunti al terzo consiglio per migliorare la gestione del tuo tempo. Avere un calendario mensile ti aiuterà ad avere una *visione a 360°* di tutti gli impegni (sia quelli prossimi che quelli futuri) e questo semplificherà l'organizzazione delle tue attività garantendoti un *equilibrio* tra lavoro e vita privata.

Risparmia tempo anche per le pratiche Burocratiche

Che cosa è l' Enasarco?

L' Enasarco è la *cassa di previdenza integrativa* di Agenti e Rappresentanti.

Pur essendo integrativa l'iscrizione e il versamento dei contributi sono *obbligatorii*.

Chi deve essere iscritto?

- Agenti operanti in forma individuale
- Agenti costituiti in società di capitale (SPA, SRL, Società in Accomandita Semplice)
- I soci illimitatamente responsabili, nel caso di Agenti costituiti in società di persone
- I collaboratori delle Agenzie immobiliari qualora ricorrano gli elementi del contratto di agenzia
- I collaboratori autonomi degli agenti in attività finanziaria e dei mediatori creditizi

Chi non deve essere iscritto?

- Mediatori
- Procacciatori d'affari
- Propagandisti scientifici o informatori Farmaceutici
- Soci accomandanti
- Consegnatari
- Depositari
- Agenti assicurativi

Risorse Utili



Prima di concludere vogliamo lasciarti qualche risorsa che potrebbe esserti utile.

Per sviluppare una migliore gestione del tempo ti consigliamo **Pomodoro Timer**, **To Do List: Planner** **promemoria** entrambe disponibili su App Store e Play Store.

Se invece vuoi ulteriori approfondimenti sulla gestione del tempo ti consigliamo il Blog di [Efficacemente](#).

Conclusioni



Siamo giunti al termine di questo E-book dove abbiamo affrontato varie tematiche diverse tra loro ma al tempo stesso utili a chi fa parte o vuole entrare nel mondo delle vendite.

Vieni a scoprire la nostra [Academy](#) formativa dove troverai:

- Formatori *certificati*
- Una Valutazione *completa* delle competenze
- Un apprendimento *dinamico* che incentiva la partecipazione

Ti aspettiamo!