



Venditori Win Win

come superare le attuali sfide del mercato
con *La Vendita Relazionale*



In questo e-book ti parlerò di un argomento fondamentale nello sviluppo di qualsiasi attività: come diventare dei venditori win win e superare le attuali sfide del mercato. Perché alla fine tutto accade perché c'è una vendita, altrimenti non ci sarebbe neanche ragione di produrre e commercializzare qualsiasi prodotto o avere tutto il know del mondo da offrire senza che ci sia una vendita!

Ma vendere non è facile e richiede molte abilità e competenze, ma è anche una delle professioni più gratificanti al mondo. Vedremo insieme come i venditori di successo superano le difficoltà del mercato e raggiungono i loro obiettivi. Preparatevi a scoprire i segreti del venditore win win!

Come Vincere insieme, la strategia win win

Innanzitutto bisogna avere pratica con nuove competenze relazionali. Se non sei particolarmente esperto in soft skills, allora devi rivedere alcuni processi basilari, come ad esempio **gestire una negoziazione con una strategia win win.**

Come negoziare con la strategia win win: vincere insieme è bello. Nelle situazioni decisionali, è richiesto di essere un leader nella comunicazione persuasiva e avere una buona **strategia del vincere insieme.** Legami, valori, salvezza, cura, trasformazioni

sono alcuni elementi della **negoziazione win win**.

Non è semplice entrare nella logica del **mindset win win**: paure, ansie e inadeguatezza sono i primi nemici. Dopo tanti anni di pratiche sul campo e formazione a tutto tondo, voglio mettere a tua disposizione alcuni aspetti fondamentali.

Infatti, alla fine della lettura di questo e-book che lancia i prossimi corsi dell'Exe Business School, Time To Sell "No Vendite, No Party" e Simply Marketing "tutto il marketing che ti serve per espandere il tuo business" potrai dire:

- cos'è una soluzione win win
- come scrivere la tua storia win win
- perché scegliere una strategia del vincere insieme
- come mettere in pratica la strategia win win
- come rafforzare il legame emotivo con i tuoi clienti

Win-win solution.

La strategia del vincere insieme è anche chiamata strategia win win. E' il modo di pensare e agire che portano i gruppi a costruire un legame sincero, ovvero a prendere decisioni ottimali.

Naturalmente per sviluppare un atteggiamento win win: serve innanzitutto intelligenza emotiva.

LE 4 DIMENSIONI DELL'INTELLIGENZA EMOTIVA

Competenze Personali

● Consapevolezza di Sè

- Consapevolezza del proprio stato emotivo
- Accurata autovalutazione
- Fiducia in se stessi

● Gestione di sè

- Gestione delle proprie emozioni
- Trasparenza
- Adattabilità
- Orientamento al risultato
- Iniziativa
- Ottimismo



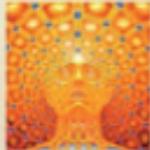
Competenze Sociali

● Cosapevolezza Sociale

- Empatia
- Consapevolezza dell'organizzazione
- Orientamenti al cliente

● Gestione Relazioni Interpersonali

- Leadership ispiratrice
- Influenza
- Sviluppo delle potenzialità altrui



L'atteggiamento win win crea fiducia tra le persone. Devi creare atteggiamenti win win per generare fiducia nel tuo team e farla percepire ai clienti.

La fiducia crea attenzione e desiderio di raggiungere gli obiettivi insieme.

Per avere un atteggiamento win win devi conoscere

Le 4 Dimensioni dell'Intelligenza Emotiva. Infatti comportamenti win win generano ossitocina, dopamina e tanta adrenalina nelle persone coinvolte. Puoi approfondire la fisiologia delle emozioni per capire come sceglie il nostro cervello emotivo.

Perché win win?

Intanto devi ricordarti sempre che "la tua reputazione ti precede" quindi è fondamentale come e perché devi diventare il protagonista principale della tua storia win win. Il vincere-vincere può diventare un marchio identificativo del tuo personal branding.

Vincere insieme con veri legami e valori.

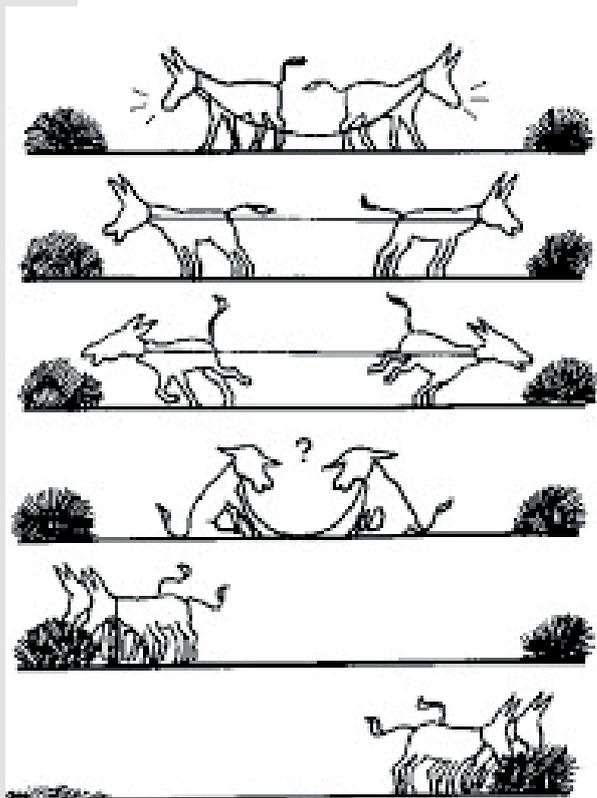
La strategia win win offre rimedi al tuo gruppo di lavoro, famiglia, amici. Vincere e non combattere è un valore che permette a tutti

di essere vincenti. Avere l'ideale del **vincere insieme è bello** perché non crea nemici.

La salvezza dal vinco/perdi al vinco/vinci.

Vincere una qualsiasi trattativa a danno della controparte porta conflitti. **Ogni conflitto porta rotture.** Tra coniugi, colleghi, con i figli e soprattutto con i clienti. Nell'incomprensione trovi discontinuità e rotture irreversibili. Sei d'accordo con me che nel conflitto non c'è nessun vincitore?

Non arrivare a situazioni oltre al limite. Il processo del vinco io, e perdi tu, è chiamato: vinco/perdi. Vincere a tutti i costi a scapito di qualcuno ha lo svantaggio di creare un nuovo avversario o nemico. **Proviamo a vincere insieme!**



La trasformazione per essere influenti.

Cerca di creare in un ambiente di calore e serenità, magari con una buona musica che alimenta buoni propositi.

Nell'estasi dei sani principi che vorresti avere, cambia la parola perdi in vinci. Ora trasforma vinco/perdi in vinco/vinci.

Chiamata win win strategy, la strategia win win è il presupposto base per influenzare e negoziare con le persone.

La trasformazione è ricca di conflitti, paure dove tu e io tiriamo la corda in versi opposti.

Vinci tu, Vinco io

Pochi sanno del vantaggio competitivo del vincere insieme. Potresti trovarti a mediare con persone che sono squali, che vorrebbero mangiarti. Win win non è leggerezza! Prenditi cura di te, segui i tre principi della Vendita Relazionale:

1. Assertività: esprimiti in modo chiaro ed efficace le emozioni.
2. Ascolto attivo: rispetto, empatia.
3. Comunicazione persuasiva: usa le tecniche della persuasione per coinvolgere l'altro a trovare un accordo comune.

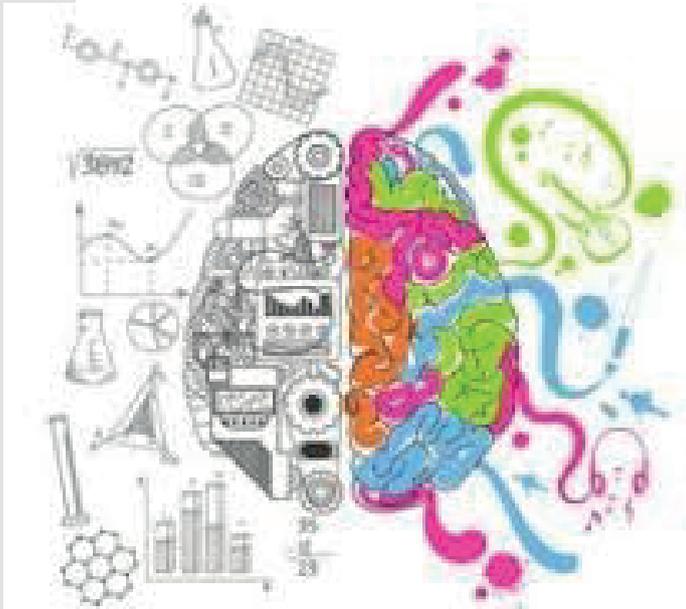
Come fare la win win strategy.

Usa la tua Mente Creativa!

Ricorda: **la logica fa pensare, l'emozione fa agire!**

Allenare lo spirito creativo per la win-win strategy è una palestra. Immagina di correre la maratona della tua città: allenamento e costanza sono le armi vincenti per arrivare al traguardo.

Se posso darti un piccolo consiglio, allena la tua mente all'intelligenza creativa.



Lo psicologo Neil Pavitt nel libro "Il cervello creativo" scrive di come aguzzare la mente per far funzionare meglio il cervello.

In un passaggio della sua opera, scrive di guardare le cose in modo diverso:

- liberatevi dai pregiudizi e inizia ad allenarti nel modo giusto -

Focalizzati sugli interessi

Focalizzati sugli interessi comuni e non sulle posizioni.

Butto lì degli esempi: la mia posizione nel vendere il prodotto è fissato ad un prezzo. Tu invece hai un'altra posizione diversa dalla mia. Se stiamo sulla mia e tua posizione non concludiamo nulla.

Se vediamo gli interessi comuni in un progetto di collaborazione, magari possiamo arrivare ad accordi vantaggiosi per il futuro.

Offrire alternative per trovare interessi comuni

Come faccio a trovare interessi comuni?

La risposta è semplicissima: offrire alternative! Questo devi fare. Vedere e capire gli aspetti importanti che interessano alla persona

con cui stai trattando.

È il momento di fare ad esempio un brainstorming, la fase della tempesta di idee per trovare soluzioni diverse.

Fare concessioni simboliche

Concedere è parte integrante della strategia vinco/vinci.

Qui si entra nella fase creativa della trattativa, pensare diversamente può essere davvero determinante. Nelle dimensioni di queste nuove variabili che hanno permesso di allargare il range di scelte, tu ed io sappiamo cosa concedere. Puoi improvvisare e concedere simbolicamente delle posizioni importanti per me ed io fare qualcosa per te. Ad esempio abbasso il prezzo del prodotto SE facciamo una fornitura annuale, oppure operare una dilazione nei pagamenti.

Stringere in privato pubbliche alleanze

Il privato è meglio che nel pubblico. Le persone attorno potrebbero disturbarti e farti uscire fuori dal sentiero che stai costruendo. Quindi ti consiglio di trattare dubbi e opposizioni in privato ma di stringere accordi in pubblico

La mentalità basata sulla prevaricazione può portare ad una vittoria momentanea. Il vinco/perdi può rendere il futuro incerto, hai un nuovo nemico agguerrito: dal vinco/perdi potresti passare al perdo/vinci.

La strategia win win permette di vincere senza combattere
e di ritrovarti in futuro un nuovo alleato.

Comprendere il mercato

Per avere successo come venditore, è fondamentale comprendere il mercato in cui si opera. Questo significa studiare i concorrenti, i trend del settore e le esigenze dei clienti e soprattutto avere un approccio win win, che significa sostanzialmente: "individuare un bisogno, soddisfarlo ed eccedere le aspettative". Solo in questo modo avrai conquistato un monopolio temporaneo nelle scelte del cliente!

Partiamo dunque cercando di capire come fare una ricerca di mercato efficace e come utilizzare le informazioni raccolte per adattare la propria offerta alle esigenze dei clienti.

Studiare i concorrenti

Per comprendere il mercato, bisogna iniziare dalla concorrenza. Studiare i concorrenti significa conoscere i prodotti o i servizi offerti, il loro prezzo, il loro posizionamento sul mercato e le loro strategie di marketing. Ciò permette di identificare eventuali punti deboli dei competitor e di distinguersi da loro attraverso un'offerta di valore.

Analizzare i trend del settore

Oltre a studiare la concorrenza, è importante analizzare i trend

Ad esempio, se si vendono prodotti alimentari, si può creare una linea di prodotti senza glutine o biologici per soddisfare le esigenze di un pubblico specifico.

Gestione del tempo

Il tempo è una risorsa preziosa per i venditori, soprattutto perché devono occuparsi di molte attività ogni giorno, come la ricerca di clienti, la gestione dei rapporti con i clienti esistenti, la preparazione di proposte commerciali e la **negoziazione di contratti**.

Imparare a gestire il tempo è una competenza fondamentale per i venditori. Vediamo insieme alcune tecniche di gestione del tempo che possono aiutare i venditori a essere più produttivi e a raggiungere i propri obiettivi.

Tecniche di gestione del tempo



Per gestire il tempo in modo efficace, esistono molte tecniche che possono essere utilizzate dai venditori. Ad esempio, il metodo del pomodoro prevede di lavorare in sessioni di 25 minuti,

intervallate da pause di 5 minuti. In questo modo, si può mantenere l'attenzione alta e aumentare la produttività. Inoltre, la pianificazione giornaliera e la priorità delle attività permettono di organizzare il lavoro in modo efficiente. Insomma, Fai l'agenda! Si te la ricordi?

La vecchia buona agenda, non quella del telefono, ma una cartacea, possibilmente con vista settimanale o ancora meglio

L'Agenda del Performer, che ho creato a posta per venditori altoperformanti. <https://agendadelperformer.it/> oppure

https://www.amazon.it/dp/B0BKT5RCT1?ref=myi_title_dp

Dare la giusta Priorità alle attività

La priorità delle attività è un elemento fondamentale nella gestione del tempo del venditore. Per decidere quali attività svolgere prima, è importante valutare l'importanza e l'urgenza di ogni attività. In questo modo, si possono concentrare le energie sulle attività più importanti e lasciare quelle meno urgenti per un momento successivo.

Pianificazione giornaliera

La pianificazione giornaliera è un'altra tecnica utile per la gestione del tempo del venditore. La pianificazione prevede di elencare tutte le attività da svolgere durante la giornata e di assegnare un tempo preciso per ognuna di esse. In questo modo, si evitano sprechi di tempo e si riesce a organizzare il lavoro in modo efficace.

Negoziare con successo

La negoziazione è una delle attività principali dei venditori, e un venditore esperto sa come gestire una trattativa per ottenere il massimo risultato possibile. Puoi utilizzare varie tecniche e nel corso di Time to Sell ne vedremo alcune tra le più impattanti, ma puoi sempre cominciare da buona vecchia A.I.D.A. che naturalmente non è l'opera di Giuseppe Verdi ma la più antica e funzionale tecnica utilizzata sia nel marketing che nelle vendite.



Vediamo insieme quali sono le competenze necessarie per negoziare con successo.

1. Creare un rapporto di fiducia con il cliente

Creare un rapporto di fiducia con il cliente è fondamentale per chiudere una vendita. Ciò significa avere un atteggiamento win/win, ascoltare con attenzione le esigenze del cliente, rispondere alle sue domande e fornire informazioni chiare e precise. Inoltre, il venditore deve dimostrare di essere un professionista affidabile e competente, in altre parole un consulente!

2. Comprendere le esigenze del cliente

Per negoziare con successo, è importante comprendere le esigenze del cliente e come il proprio prodotto o servizio può soddisfarle. Ciò significa analizzare le esigenze del cliente e proporre soluzioni personalizzate e mirate. In questo modo, il cliente si sentirà ascoltato e compreso, e sarà più propenso a concludere l'acquisto.

3. Presentare il prodotto o servizio in modo efficace

Presentare il prodotto o servizio in modo efficace è un altro elemento fondamentale per negoziare con successo. Ciò significa utilizzare un linguaggio chiaro e semplice per spiegare non le caratteristiche tecniche, ma i benefici del prodotto o servizio. Inoltre, è importante saper rispondere alle obiezioni del cliente, mostrando la propria competenza e sicurezza.

4. Gestire una trattativa in modo professionale

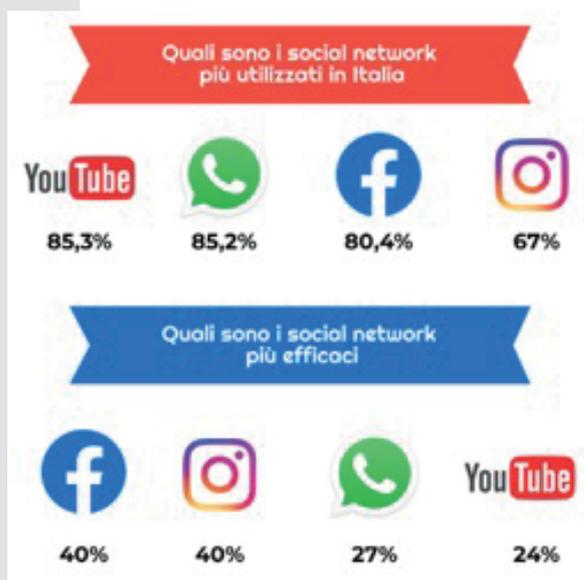
Gestire una trattativa in modo professionale significa mantenere il controllo della situazione e non farsi sopraffare dalle emozioni. Inoltre, è importante saper individuare i punti di forza della propria offerta e utilizzarli per convincere il cliente. Infine, la negoziazione deve essere condotta in modo rispettoso e cordiale, senza mai essere aggressivi o invadenti.

5. Utilizzare le tecnologie disponibili

Oggi le tecnologie sono diventate un'importante risorsa per i venditori, che possono utilizzare strumenti come i social media, i CRM e le piattaforme di videoconferenza per raggiungere nuovi clienti e migliorare la gestione dei rapporti con quelli esistenti. Vediamo insieme come utilizzare le tecnologie in modo efficace.

6. Social media come strumento di marketing

I social media sono uno strumento potente per raggiungere nuovi clienti e fidelizzare quelli esistenti. Per utilizzarli in modo efficace, è importante creare contenuti interessanti e rilevanti per il proprio pubblico di riferimento. Inoltre, bisogna interagire con i clienti attraverso commenti e messaggi privati, creando un rapporto di fiducia e vicinanza (approfondiremo il tutto nel Corso Simply Marketing).



7. CRM come strumento di gestione dei rapporti con i clienti

I CRM (Customer Relationship Management) sono strumenti utilizzati per gestire i rapporti con i clienti in modo efficace. Grazie ai CRM, è possibile memorizzare informazioni sul cliente, creare offerte personalizzate e monitorare il processo di vendita. In questo modo, si può creare un rapporto di fiducia e duraturo con i propri clienti.

8. Piattaforme di videoconferenza come strumento di comunicazione

Le piattaforme di videoconferenza sono uno strumento utile per comunicare con i clienti in modo efficace. Grazie alle videoconferenze, è possibile avere incontri virtuali con i clienti, rispondere alle loro domande e presentare i prodotti o i servizi in modo chiaro e dettagliato.

Gestione dello stress

Il lavoro di venditore può essere molto stressante, soprattutto quando i risultati tardano ad arrivare o quando si deve gestire una trattativa difficile. Imparare a gestire lo stress è fondamentale per mantenere la motivazione e la produttività. Vediamo insieme alcune tecniche di gestione dello stress.

Meditazione e mindfulness

La meditazione e la mindfulness sono tecniche utili per gestire lo stress e migliorare la concentrazione. Grazie a queste tecniche, è possibile rilassarsi e mantenere il controllo delle emozioni, anche in situazioni difficili.

Esercizio fisico

L'esercizio fisico è un'altra tecnica utile per gestire lo stress. L'attività fisica permette di liberare la tensione accumulata durante il lavoro e di mantenere la salute psicofisica. Inoltre, l'esercizio fisico aiuta a mantenere la concentrazione e la produttività.

Gestione delle emozioni

La gestione delle emozioni è un elemento fondamentale per gestire lo stress e mantenere la calma durante il lavoro. Imparare a riconoscere le proprie emozioni e a controllarle è importante per non farsi sopraffare dalla pressione del lavoro e per mantenere la lucidità durante le trattative.

Conclusioni

In conclusione, diventare un venditore win win non è facile, ma è possibile con l'impegno e la giusta strategia.

Comprendere il mercato, gestire il tempo, negoziare con successo, utilizzare le tecnologie disponibili e gestire lo stress sono le competenze necessarie per diventare un venditore di successo, ricordando sempre che fondamentalmente **"tu sei a capo di un'azienda composta da una sola persona"**. Sì come nel tennis hai un team intorno che ti aiuta e ti sostiene, ma quando sei là fuori sei da solo e l'unico asset che hai veramente a disposizione sei Te Stesso, il tuo coraggio, la tua passione, la tua voglia di vincere!

Spero che questo e-book ti sia stato utile e ti abbia dato nuovi spunti per migliorare il tuo lavoro. Ricorda sempre di rimanere motivato e di imparare dagli errori, perché solo così potrai raggiungere i tuoi obiettivi e diventare un venditore vincente.

Se c'è qualche aspetto che vuoi approfondire non esitare a chiamarmi

o mandarmi semplicemente un messaggio. Non perdere inoltre l'opportunità di far migliorare le competenze commerciali ad ogni figura di "contatto" del tuo team di lavoro, per non sprecare buone occasioni, perché spesso non è la concorrenza che ci soffia i clienti, ma semplicemente NOI che glieli passiamo

Pasquale Tardino

Da oltre 30 anni mi occupo di Risorse Umane e di Organizzazione d'Impresa attraverso coaching, seminari, corsi e conferenze a imprenditori, managers, collaboratori, atleti e persone comuni, contribuendo al miglioramento e l'affermazione di migliaia di individui ed imprese.

Ad ognuno ho cercato di lasciare qualcosa di utile, sicuramente da ognuno ho preso qualcosa, perchè alla fine credo che questa sia la vera ricchezza.

Si dice infatti, che noi siamo la somma di tutte le persone che abbiamo conosciuto o ascoltato o lette.

È impossibile non esserne influenzati e costruire a poco a poco il nostro pensiero ed il nostro agire. È per questo che amo profondamente il mio lavoro. Essere un Formatore ed un Coach è sempre stato e lo sarà una missione di vita.

E se dopo essere stato ispirato da tanti, potrò essere io ad ispirare anche una sola persona... beh, ne sarà valsa la pena fare questo splendido viaggio che si chiama VITA!



