

# Tecniche di Vendita



Gp.Studios – Via del Cavone 7, 47100 Forlì – tel e fax 0543 84099 – [www.gpstudios.it](http://www.gpstudios.it) – [info@gpstudios.it](mailto:info@gpstudios.it)

In un contesto economico globalizzato e molto concorrenziale, il ruolo del **venditore** non può più essere quello di semplice “propaggine dell’ufficio vendite”.

Egli può e deve integrare le proprie abilità persuasive, la propria esperienza di vendita con le possibilità tipiche del marketing di gestire le informazioni del mercato con cui si entra in contatto e di trasformarle in nuove opportunità di business.

Così il venditore potrà garantire alle aziende un buon livello di performance.

Gli **obiettivi** dell'organizzazione di vendita e delle risorse umane in essa coinvolta sono:

- Costruire **relazioni** di lungo termine con i clienti
- Creare un'**organizzazione** di vendita flessibile e in grado di adeguarsi alle esigenze dei diversi target-groups
- Favorire lo **sviluppo** delle capacità e competenze della forza vendita, ottenere l'impegno e la dedizione dei venditori rimuovendo barriere e distanze all'interno dell'organizzazione e promuovendo il teamworking
  - Puntare sulla **tecnologia** disponibile per la gestione delle vendite
- Ampliare i criteri di **valutazione** delle performance della forza vendita a tutte le attività, non solo al fatturato
  - Cambiare lo **stile manageriale** dal "comando" al "coaching"

**Leadership e Coaching** rappresentano componenti fortemente critiche nella gestione delle vendite.



Al **manager** oggi si chiede, per arrivare al raggiungimento degli obiettivi di vendita stabiliti, di utilizzare uno stile di direzione orientato alla comunicazione più che al controllo, al coinvolgimento della forza vendita più che al comando .

Al **manager** devono appartenere determinate caratteristiche da **leader** :

- Capacità d'ascolto
  - Empatia
  - Consapevolezza
- Capacità di persuasione
  - Dedizione
- Capacità di previsione
- Vocazione alla crescita delle persone
- Capacità di creare gruppo

L'agente di vendita deve avere:

- Un'ottima **conoscenza** dei prodotti/servizi che vende e dei vantaggi ad essi collegati

- Capacità di **emozionare** il cliente con l'entusiasmo e la passione che si riesce a veicolare nelle trattative

- Una **gestione** eccellente del quadro psicologico legato alla trattativa , che permetta di instaurare un ottimo **rapporto** di comunicazione con il cliente

- La possibilità/capacità di sostituire all'approccio "prodotto al centro" un approccio "**cliente al centro**" della trattativa : questo permette di lavorare sulle esigenze del cliente, sforzandosi di individuarle prima, facendo poi leva su di esse, per soddisfarle grazie alla propria offerta

Le **fasi** che caratterizzano un 'azione di vendita sono:

- Focalizzazione del **piano di vendita**
- Preparazione dell'**incontro** con il **cliente**
- Utilizzo delle **obiezioni** come opportunità
- Capacità di **convincere** coinvolgendo
  - Gestione dei **reclami**
- Controllo delle proprie **prestazioni**

La **Vendita** quindi, nei nostri tempi, risulta essere una professione complessa perché l'elemento distintivo del marketing è la relazione con un nuovo tipo di persona-cliente.

In questo scenario possiamo dire che un'azienda vale per quanto valgono i propri clienti, entrando così in gioco il concetto dell'**etica** (nella vendita la fedeltà di chi compra verso chi vende) che interagisce sempre più tra i diversi settori economici