



Fabrizio Pirovano

Le vendite magiche del pifferaio

Un decalogo (semiserio) per incrementare il proprio successo nella vendita



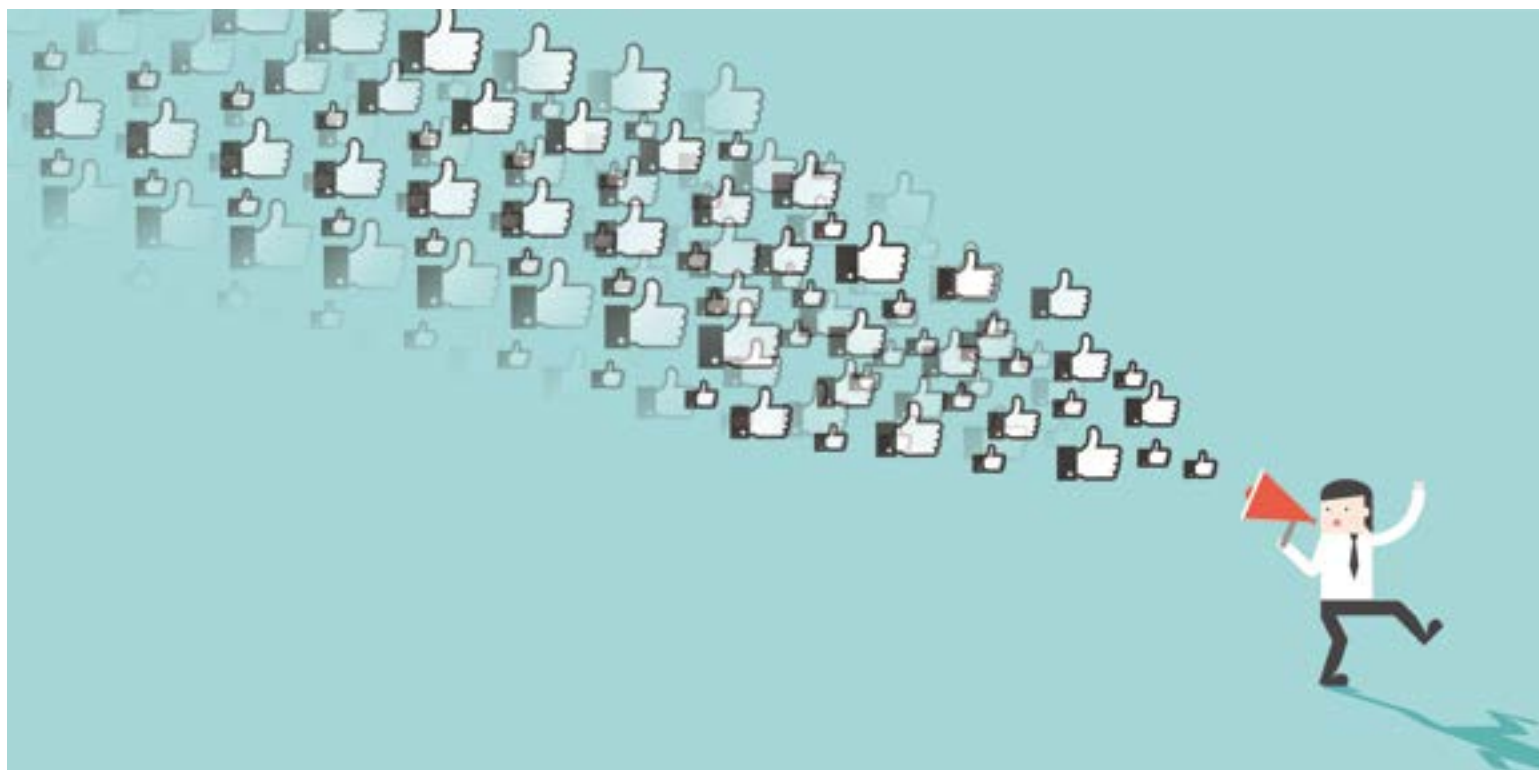
Marco Monti

A chi come noi ha trascorso una vita a studiare le dinamiche relazionali che portano al consenso durante una trattativa commerciale, è capitato spesso di sentirsi chiedere il segreto per **incrementare il proprio successo nella vendita**. Purtroppo, la nostra risposta a questo genere di domande è sempre stata fonte di una piccola delusione per i nostri interlocutori: per aumentare la propria efficacia nelle vendite non esiste una formula magica capace di realizzare con i clienti quello che il pifferaio magico fece con i topolini. Dato che in questo ambito nessuno ha la bacchetta magica, proponiamo un metodo rigoroso, che ha come fondamenta una competenza approfondita, una lunga sperimentazione sul campo e una passione smisurata. Nonostante questo, per rispondere ai più insistenti, nel corso del tempo abbiamo raccolto 10 brevi suggerimenti, una sorta di melodia capace di risultare, se non proprio magica come quella del pifferaio, perlomeno canticchiabile. È un “gesto d'affetto” verso chi in futuro ci rivolgerà quella stessa domanda. In particolare, è un gesto che potrà essere gradito soprattutto in questo caso, dato che l'ascoltatore sei tu. Iniziamo a suonare.

1. Per rispondere a chi desidera sapere come aumentare la propria capacità di persuadere gli altri senza cadere nel ridicolo serve **umiltà**. Per ascoltare tutte le possibili risposte senza cadere in un sonno profondo serve **pazienza**. Umiltà e pazienza, due doti poco comuni nelle persone. Se vuoi convincere, assicurati in anticipo di essere in possesso di entrambe.
2. Sii consapevole che, chiedendo a qualcuno come fare per aumentare le vendite, molte delle risposte che ascolterai potrebbero metterti a disagio

poiché ti racconteranno cose che ti porteranno fuori dalla tua “zona comfort”. Dentro di te però saprai già che sono proprio quelle le azioni che dovresti compiere, anche se non hai ancora avuto il coraggio di farle. Bene, è arrivato il momento.

3. Guarda sempre il lato pratico delle cose, ripeti le azioni più efficaci e impegnati a fondo. Soprattutto non credere a chi si vanta di successi troppo facili. In questo caso il vecchio detto “*Can che abbaia non morde*” rammenta una sacrosanta verità: **i successi facili non esistono**, chi se ne vanta sta solo abbaiano.
4. **Interessati dei clienti**. Non per vendere, ma per occuparti sinceramente di loro: la vendita sarà una conseguenza. Interessarsi di qualcuno solo per vendere è offensivo, soprattutto non porta allo scopo. Siamo persone, non clienti, né tanto meno venditori. Occupati del prossimo, sorridigli e vedrai. E anche se quel “prossimo” non comprenderà, regalagli l'esperienza di averti conosciuto. Magari parlerà di te a chi - in futuro - potrebbe diventare tuo cliente. Vale sempre, senza distinzioni. Basta non barare.
5. **Pensa a quando sei cliente** e comportati come vorresti che si comportassero con te. In fondo è semplice.
6. **Informati**: sii “*nel mondo*”, non solo nel “*tuo*” mondo. Se vendi tubi, sappi che l'universo non è fatto di tubi. Ci è capitato di sentire un produttore di macchine per lavasecco che, parlando con un pubblicitario, ha affermato: “I nostri clienti sono



particolari, non guardano la pubblicità”. Evidentemente era convinto che i suoi clienti la sera dormissero in una lavatrice per uscirne solo la mattina dopo. Non possedevano un telefono, non usavano un’auto e soprattutto non guardavano la televisione. Ma erano “particolari” e quindi... leggi il prossimo suggerimento.

7. **Non omologare** il tuo prossimo come non vorresti essere omologato tu. Siamo tutti “particolari”; amiamo essere speciali. E lo siamo. Odiamo quando ci dicono: “Ho dovuto servire altri clienti”. Chi? Perché prima di me?
8. **Ammetti i tuoi errori con trasparenza.** Siamo tutti pronti a scusare il prossimo se l’impegno per rimediare risulta evidente. Viceversa, odiamo chi, pur dimostrando di lavorare solo per sé stesso, giustifica un disservizio affermando “Stiamo lavorando per voi”. Non siamo così stupidi da credergli.
9. **Leggi almeno un libro** di Seth Godin per capire come farti venire qualche buona idea; uno di Luca Goldoni per scoprire come usare l’ironia con eleganza; uno di Philip Kotler, pietra miliare irrinunciabile, e uno di Edward De Bono per capire come il pensiero più efficace possa essere quello laterale. Alla fine ti convincerai che il gabbiano Jonathan Livin-

gston rimane l’unico testo indispensabile per chi cerca l’eccellenza: da gabbiano come da venditore.

10. **Sogna, divaga, lascia libera la mente,** perché è così che vengono le grandi idee, l’unica cosa che serve per vendere. Focalizzato, dinamico, proteso ai risultati, concentrato sugli obiettivi. Lo si legge sulle inserzioni per la ricerca di personale e, purtroppo, su molte delle relative risposte. Chi sono queste macchine da guerra? Cosa sapranno mai inventare oltre a infilare un piede nelle porte che stanno per chiudersi? Guarda il film “Americani”, pellicola intrisa di edonismo anni ‘80 in cui un giovane Alec Baldwin interpreta il venditore d’assalto tipico del periodo. Come lo percepiresti oggi? Compreresti da uno così? Bene, nemmeno gli altri.

Dopo tutto questo, vogliamo concludere con la prima buona notizia per te. Se sei arrivato fin qui significa che sei in possesso di almeno due doti essenziali per condurre vendite di successo: **curiosità e perseveranza.** Aggiungi amore per i tuoi clienti (che sia amore vero), passione per quello che fai e un pizzico di originalità. Ovviamente solo questo non basta. Spiegarti il resto fa parte del nostro mestiere, ma applicando questi semplici suggerimenti sarai almeno a metà dell’opera. Fai che sia l’opera di un grande artista: tu.

In bocca al lupo. ■