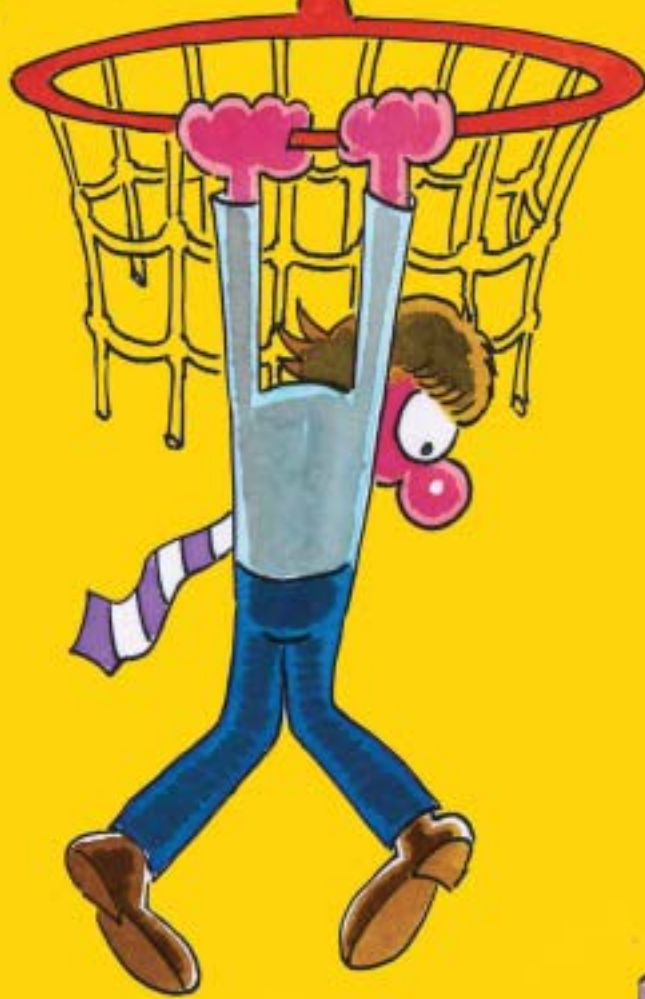


# RAZZA di VENDITORE



*ideato e scritto da Cesare Franchi  
disegnato da Massimo Modula*

IDEATO E  
SCRITTO DA  
CESARE FRANCHI



DISEGNATO DA  
MASSIMO MODULA





HAI FIDUCIA  
IN TE STESSO?

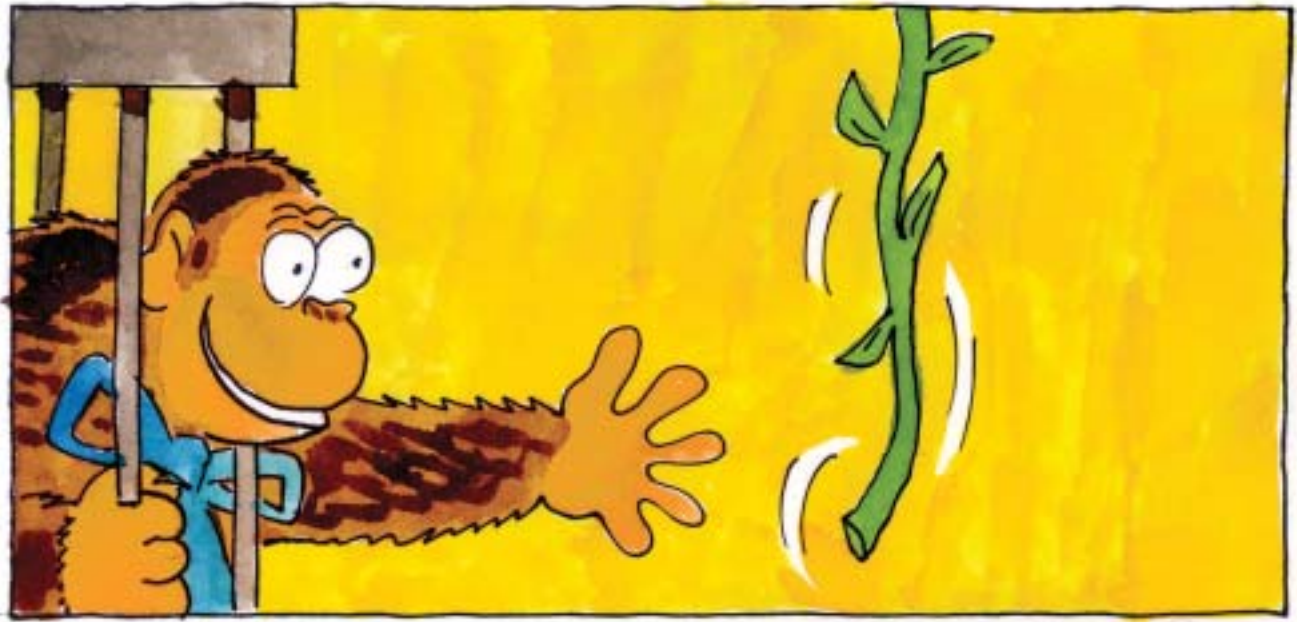


...E NEGLI ALTRI?





HAI UN SOGNO?



HAI VOGLIA DI CREDERCI ?



QUANTO VUOI SPENDERE?



QUANTO CHIEDI?



LA STOFFA NON TI MANCA  
COSA VUOI DI PIÙ?



UN CALCIO IN CULO D'ORO  
AL **VENDITORE NATO**



SE VENDITORI SI NASCE...  
COSA SI DIVENTA?



**SI'...**



PARTIRE DA **ZERO**



VENDITORE NUOVO



ZONA NUOVA



PRODOTTI NUOVI



CLIENTI NUOVI









## RETE ASSISTENZA?





MACHI TE VOLE!



SE PENSI CHE SAPER VENDERE  
SIA OPERA DI UNA FOLGORAZIONE



ALLORA BASTA ASPETTARE



SE INVECE IMPARI A  
RICONOSCERE LA FONTE DELLA  
TUA ENERGIA

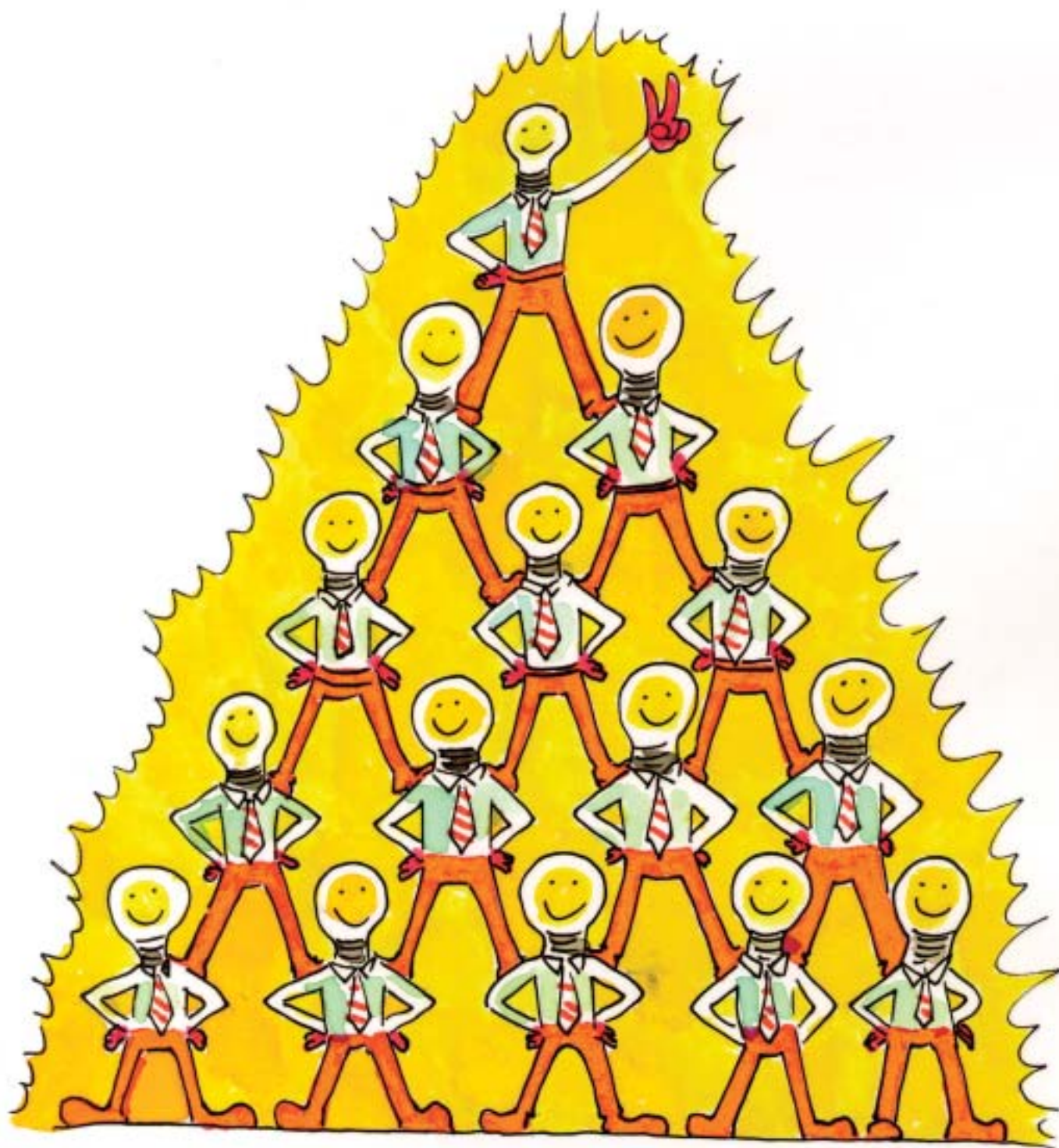


ALIMENTANDO LE TUE RISORSE



MILLIMETRO PER MILLIMETRO...

TI COLLEGHI AUTOMATICAMENTE  
AL CIRCUITO



**LA RETE VENDITA CHE  
NON SI SPEGNE MAI!!!**



# COSA SIGNIFICA VENDERE?

AVERE UN  
CLIENTE?



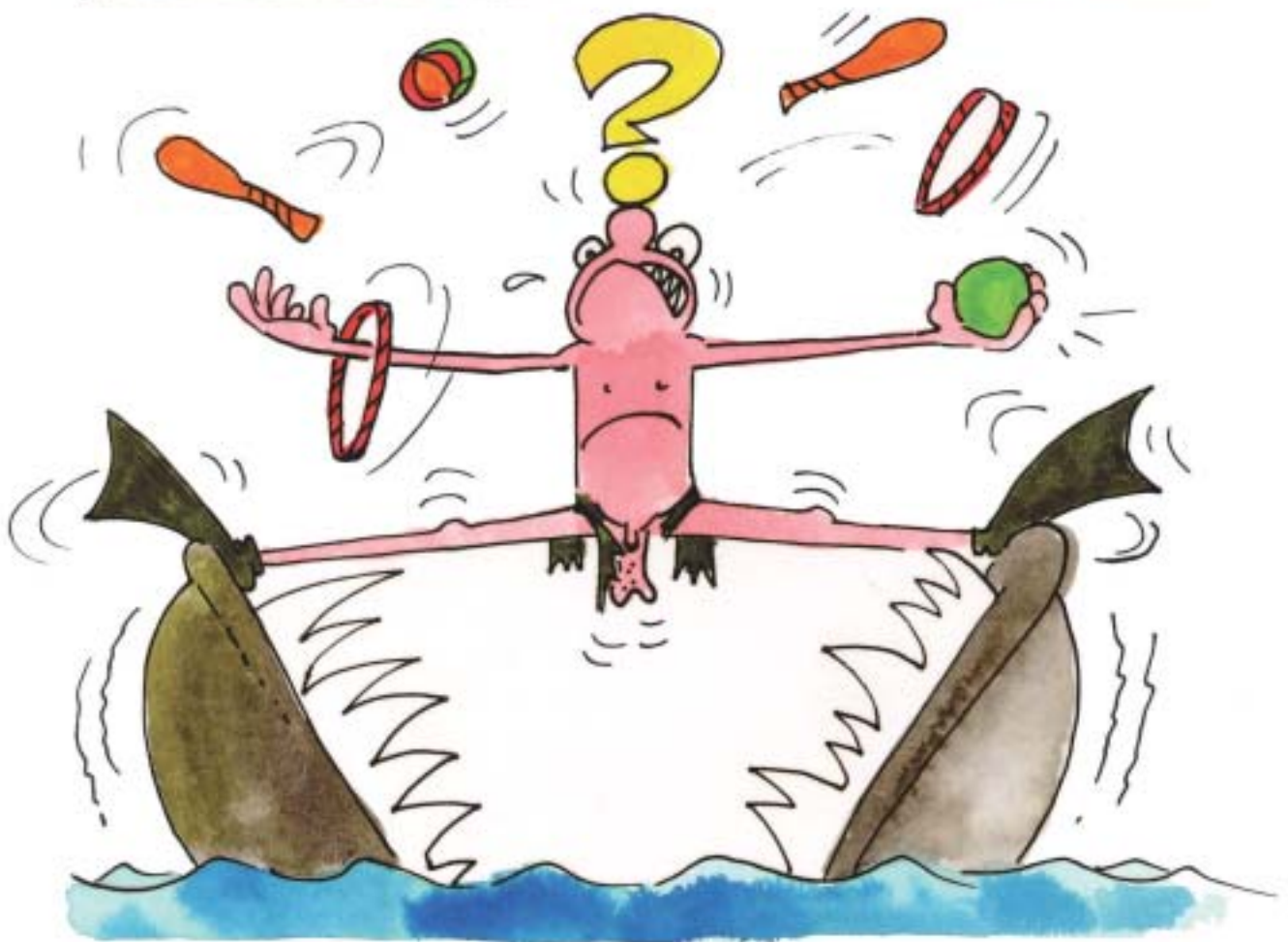
INCASSARE?



INDOVINARE?



SE È COSÌ  
BUTTATI PURE...



MA NON CHIEDERTI MAI COSA  
STAI FACENDO...





IMPARERO' A RECITARE IL CATALOGO



CONOSCERÒ LA ZONA COME  
LE MIE TASCHE



OTTIMIZZERÒ I TEMPI DI LAVORO





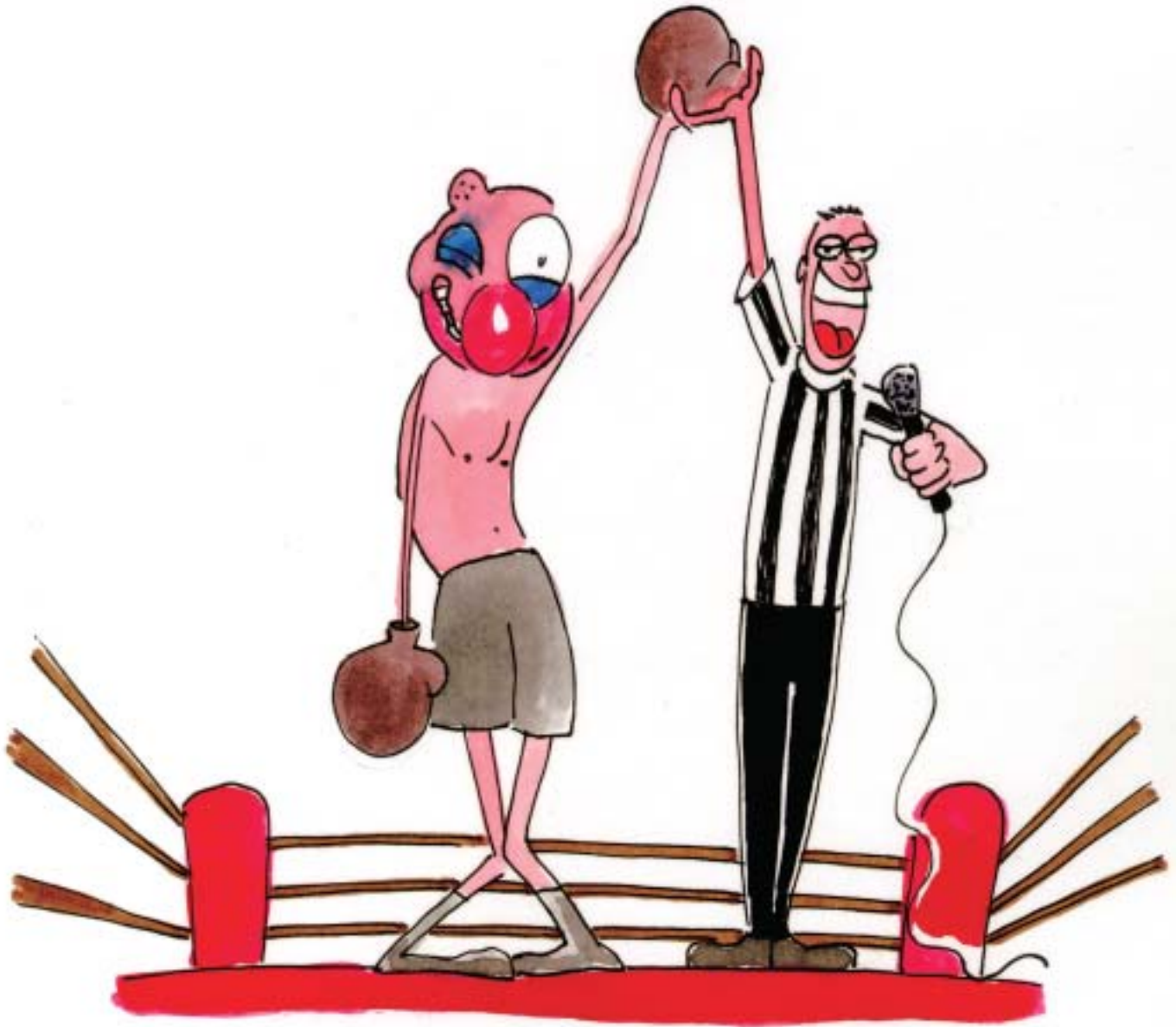
IMPARERÒ A CAVARMELA IN  
OGNI SITUAZIONE



SAPRO' VENDERE QUALSIASI  
COSA



CHISSA' UN DOMANI...



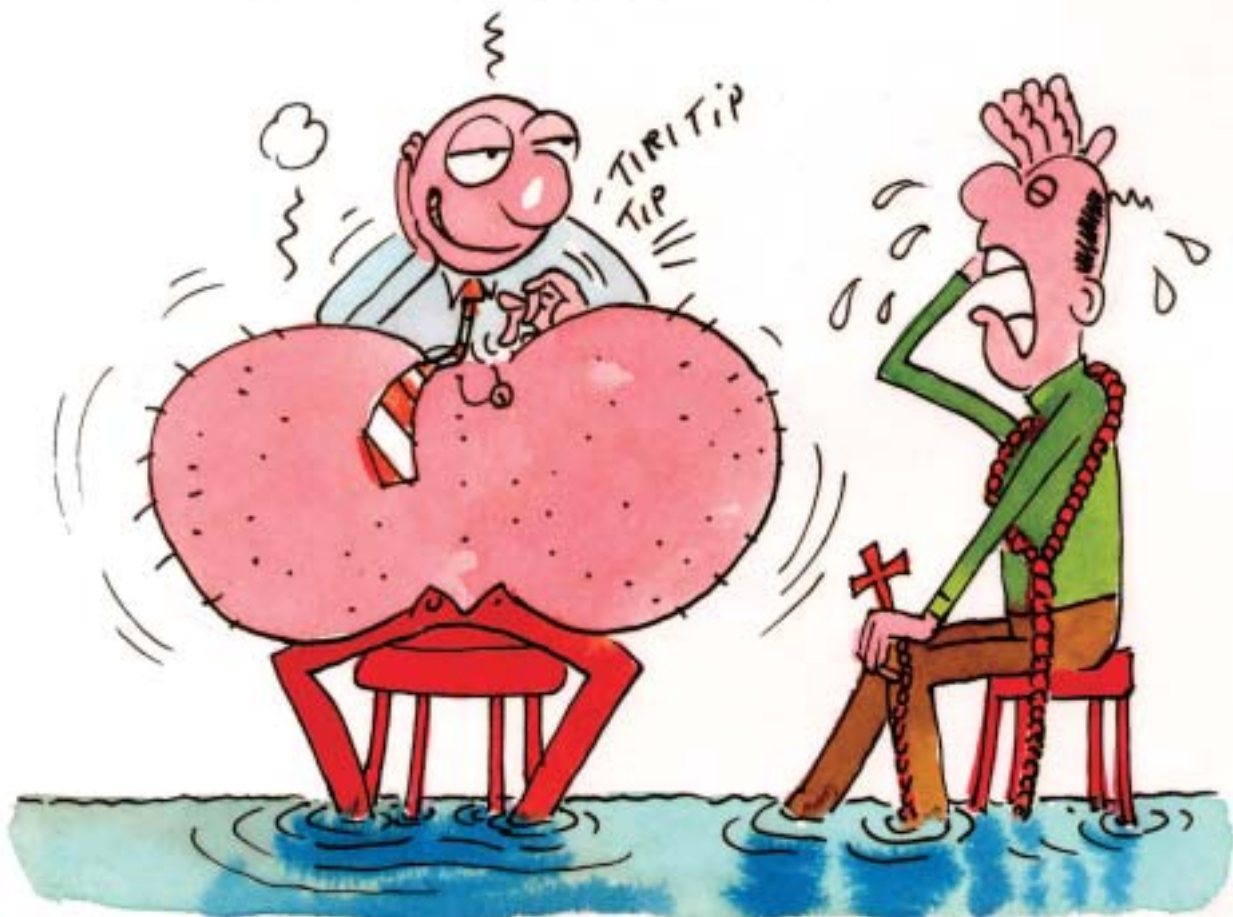
**SARÒ DIRIGENTE  
DI AZIENDA!**



ASCOLTERÒ TUTTO QUELLO  
CHE MI DICE IL CAPO AREA...



ASCOLTERÒ E CREDERÒ  
A TUTTO QUELLO CHE MI  
DICONO I CLIENTI...



METTERÒ IN RELAZIONE  
OGNI DETTAGLIO



SPERANDO NELLA MAGNANIMITÀ  
DEL CLIENTE





ASPETTANDO CON PAZIENZA  
LA FINE DEL MESE



POI COL TEMPO E L'ESPERIENZA  
DIVENTERÒ INTRIGANTE



DOMINERÒ IL CLIENTE





AVRO' IN TASCA LE  
BARZELLETTE PIU' NUOVE



E NON AVRO' PAURA DI NIENTE



PERCHE' PRIMA O POI...



LO STIPENDIO  
ARRIVA COMUNQUE



# MA N'DO VAI?

SE NON HAI UN ABBIGLIAMENTO  
SOBRIO E PULITO?



SE NON HAI UNA MACCHINA  
PULITA E SEMPLICE?



SE NON HAI LA BORSA CON  
L'APERTURA NELLA PARTE SUPERIORE?



SE NON HAI UN COMPUTER?





SE NON HAI UN COLLEGAMENTO  
INTERNET?



SE NON HAI UN VIDEOTELEFONINO?



SE NON SEI PUNTUALE?

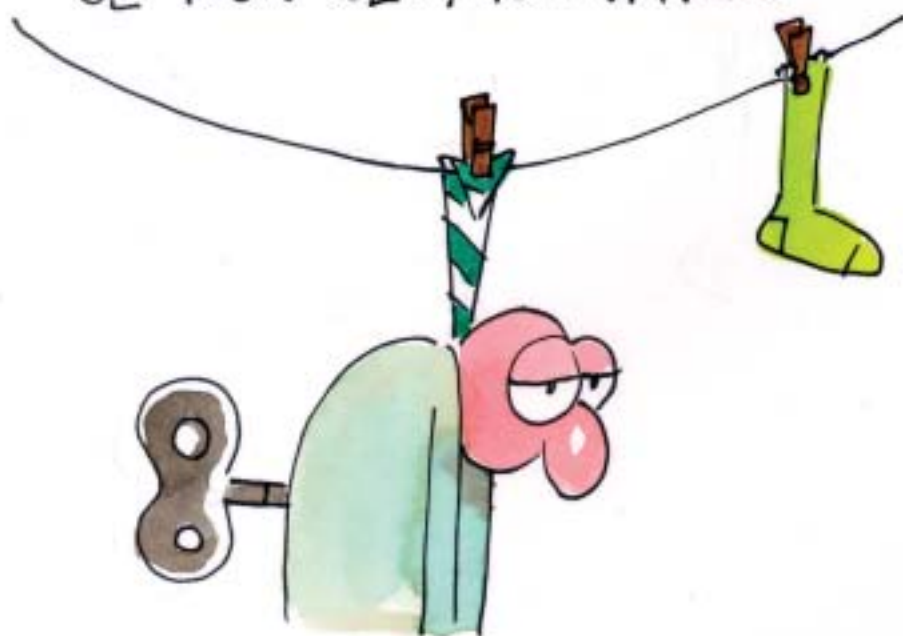


SE NON SEI VOLENTEROSO?





SE NON SEI MOTIVATO?



SE NON SEI AGGRESSIVO  
QUANTO BASTA?



SE NON HAI CON TE  
i PRODOTTI?



SE NON HAI UN ELENCO CLIENTI?





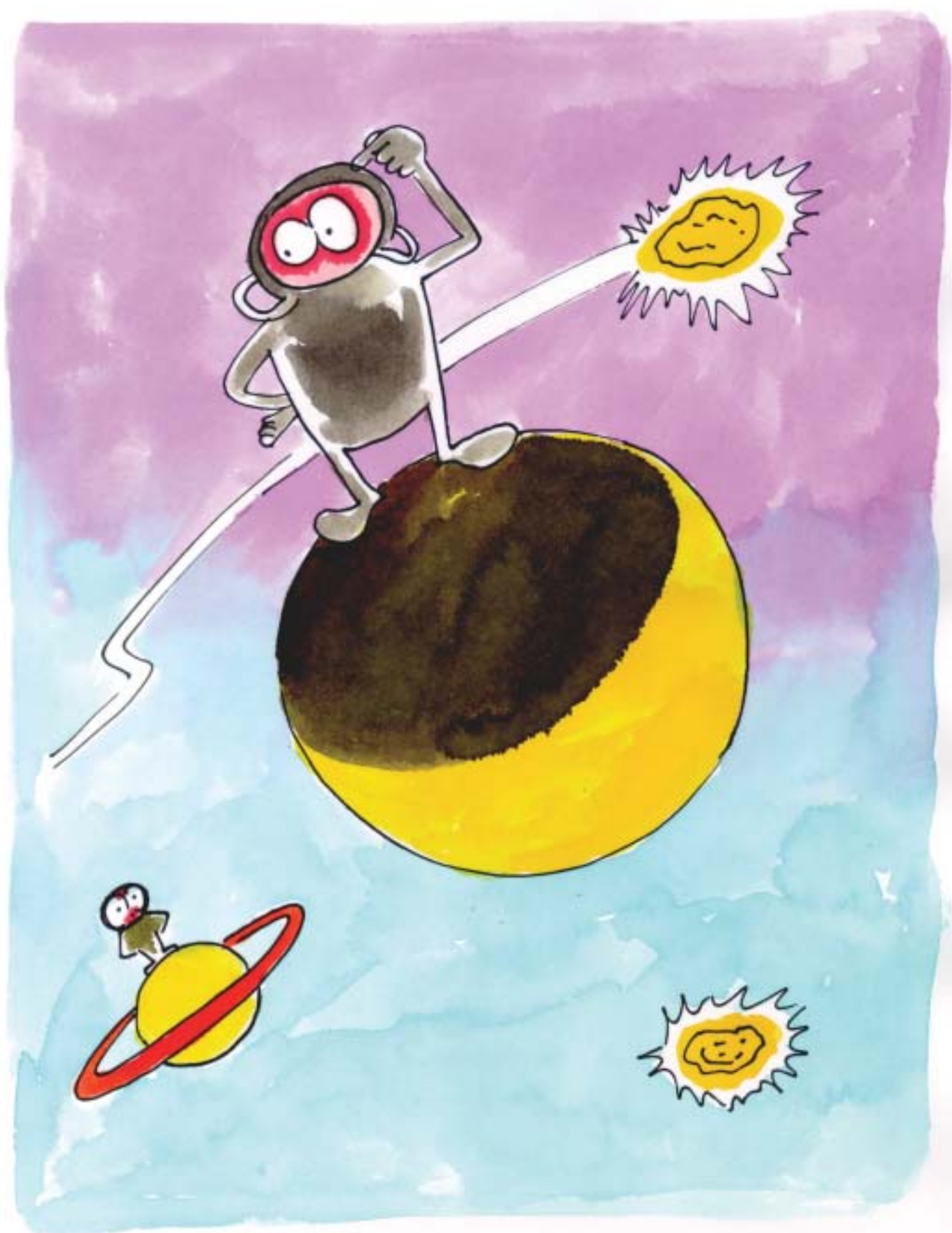
SE NON HAI UN ELENCO  
VISITE?



SE NON HAI CONTATTI?



SE NON HAI UNA **ZONA?**





SE NON HAI IL MAGICO FOGLIO  
CON TUTTI I SERVIZI E I VANTAGGI  
CHE LA TUA AZIENDA OFFRE



... E CHE LA CONCORRENZA  
NEMMENO SI SOGNA



QUESTO FOGLIO, LO DEVI LEGGERE  
TUTTE LE MATTINE PRIMA  
DI PARTIRE



CI SONO LE MOTIVAZIONI CHE  
NUTRONO LA TUA CREDIBILITA'!





INOLTRE CI VUOLE IL FOGLIO  
GIORNALIERO DOVE SCRIVERE  
TUTTO QUELLO CHE AVRAI FATTO  
NELLA GIORNATA



CHI HO VISITATO



CON CHI HO PARLATO



... SE HO VENDUTO



PRIMA DI OGNI VISITA DEVO  
RILEGGERE I VANTAGGI



RILEGGERE IL PERCORSO LAVORO  
DELLA SETTIMANA PRECEDENTE



IN POCHI SECONDI DECIDO LA MIA  
STRATEGIA DECISIVA DELLA VISITA IN  
QUESTIONE E GLI ARGOMENTI DEI PRIMI  
VENTI MINUTI DELLA VISITA SUCCESSIVA



QUANDO ESCO DALLA VISITA  
ANNOTO SE HO VENDUTO



SE DEVO LAVORARE DEI CAPITOLATI  
E ALTRE INFORMAZIONI UTILI PER  
QUANDO DOVRO' TORNARE DAL  
CLIENTE



SI MA... **VENDO**  
**O NON VENDO?**



...O TI AFFIDI AL FATO...





OPPURE DECIDI QUANTO VUOI  
VENDERE



E QUALE PERCENTUALE DI  
INTRODUZIONE VUOI AVERE  
NELLA ZONA



DEVI AVERE UN ELENCO CLIENTI  
LA CUI SOMMA DEGLI ACQUISTI DEI  
TUOI PRODOTTI, RAGGIUNGA  
AL NETTO DI SCONTI, UNA SOMMA  
PARI A TRE VOLTE IL BUDGET  
ANNUALE CHE VUOI OTTENERE.



**NO! CARO ...**



SI CHIAMA  
POTENZIALE  
FATTURATO

SI MA  
DOVE TROVO  
I CLIENTI?



ASSICURATI CHE L'AREA  
SIA FERTILE, DOPODICHÈ  
MUOVI LE CHIAPPE!

**50 CLIENTI  
DA 200 MILA EURO**



**ZONA RISTRETTA**



**FACILI CONSEGNE**







E PENSARE CHE C'È  
ANCORA CHI CREDE ALLE  
FAVOLE...





PERCHÈ SONO PIENO  
DI CLIENTI



PERCHÈ NON HO SEGRETI



GRAZIE PER IL  
BUON ESEMPIO

NELLA SCALA DEI VALORI  
IL PREZZO È AL  
4° POSTO



PRIMA DEVI ESSERE ACCETTATO  
COME POTENZIALE FORNITORE





DEVI ESSERE CREDIBILE

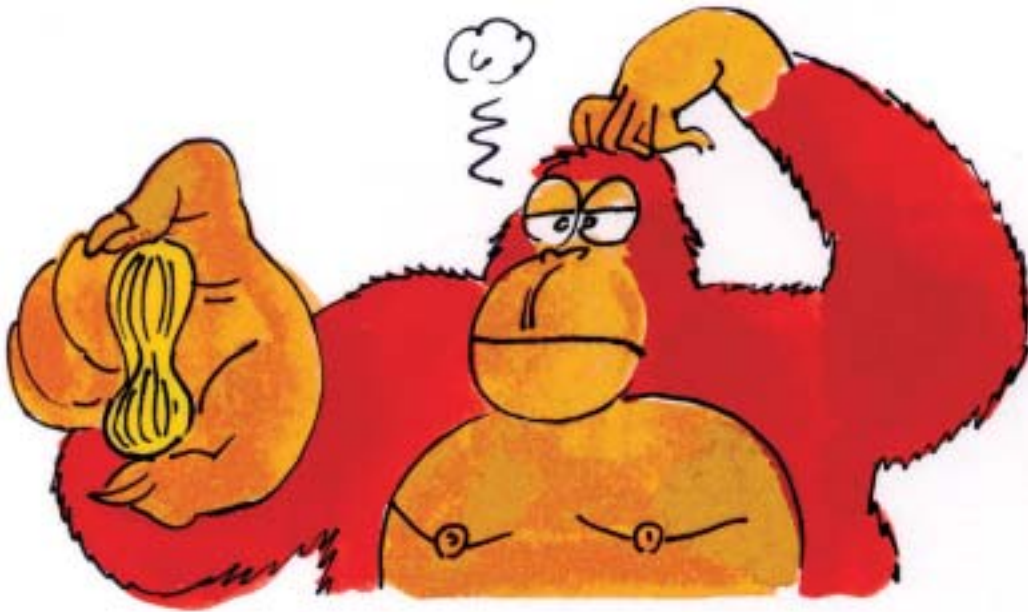


# DEVI AVERE APPLICATO L'A.I.D.A. TOTALMENTE!





PERCHÈ IL PREZZO  
HA UN PREZZO



DENTRO C'È IL GUADAGNO  
DEL VENDITORE



i MARGINI DELL'AZIENDA  
CHE RAPPRESENTATE



i SERVIZI CHE FANNO  
LA DIFFERENZA





SE ESISTESSE SOLO  
IL PREZZO...



A COSA SERVIREMMO **noi?**

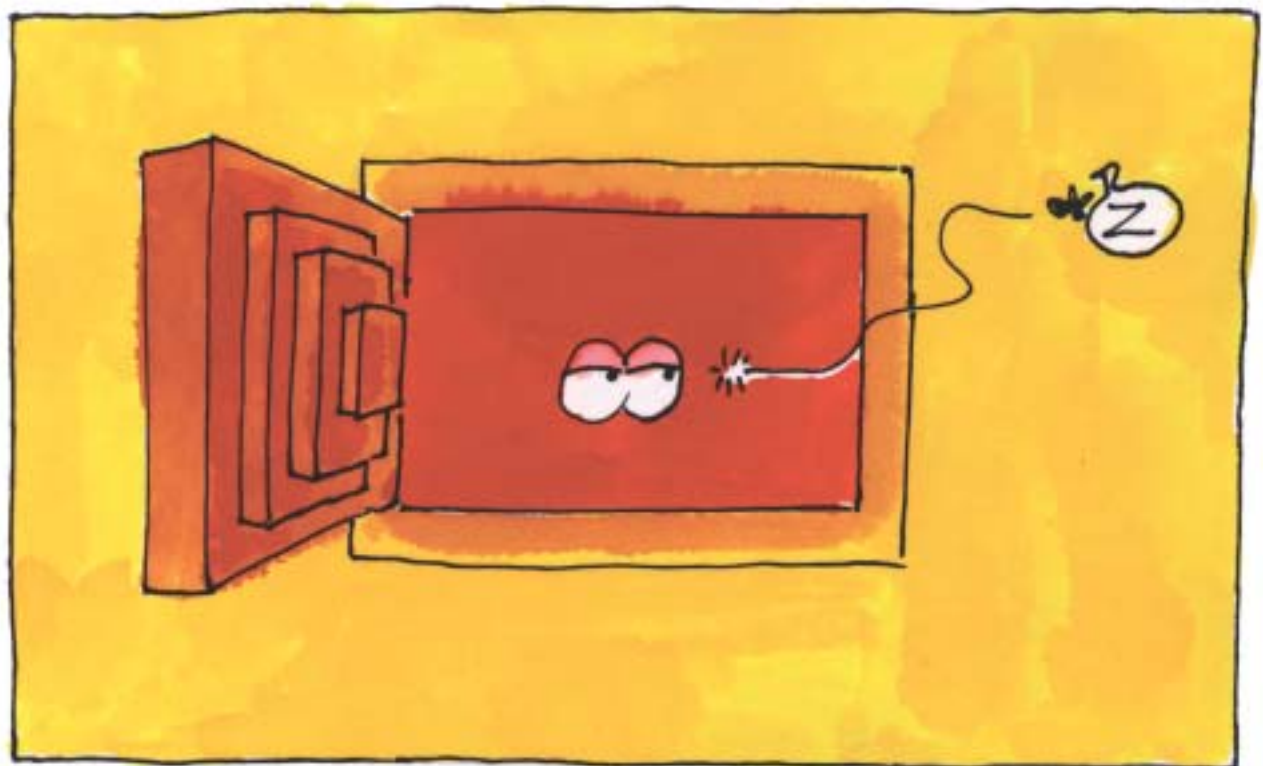
**SPLAT!**







# QUANTO VALE UN VENDITORE?



E IL MARGINE?

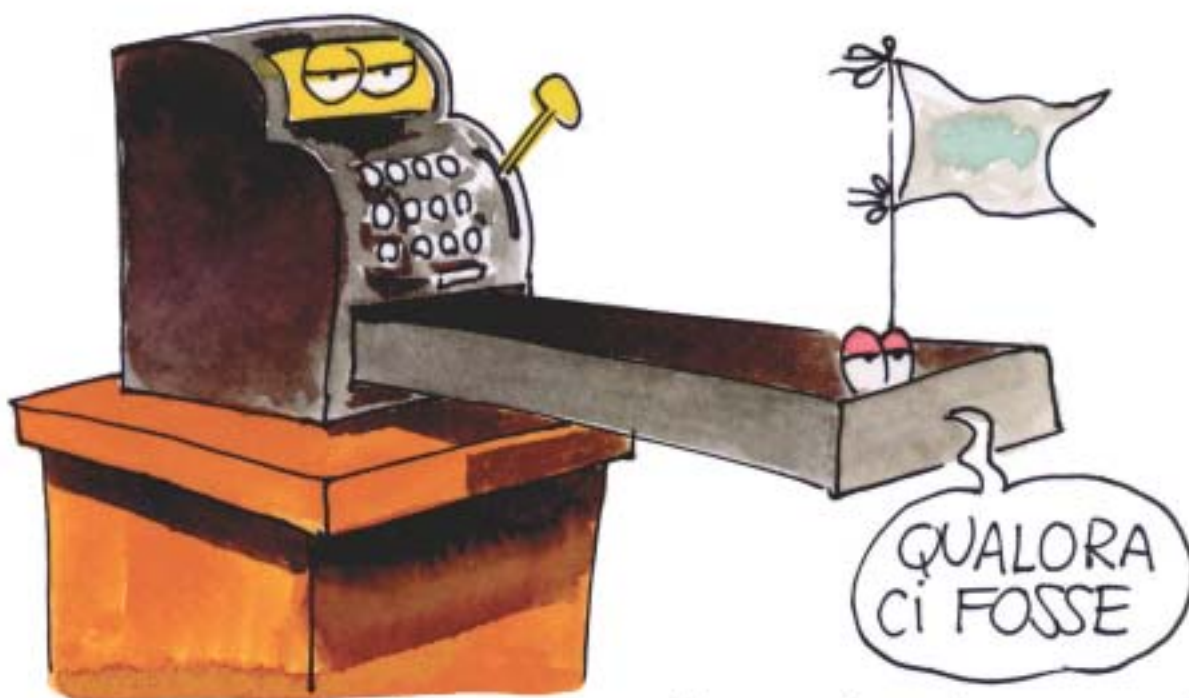


PERCENTUALE INSOLUTI?





INCASSO TOTALE?



PROBLEMI RECATI ALL'AZIENDA?



CAPACITA' DI CREARE ARMONIA  
NELL'AZIENDA?



CAPACITA' DI SOCIALIZZARE CON  
I COLLEGHI?





ANCHE SE NON VALI UNA SEGA  
SEI PERDONATO, VAI E PREGA

E NON SOLO  
PER TE ...



...ANCHE PER i DIVINI CONVINTI



...PER i FANTASISTI



...PER CHI MARCIA DA SOLO...

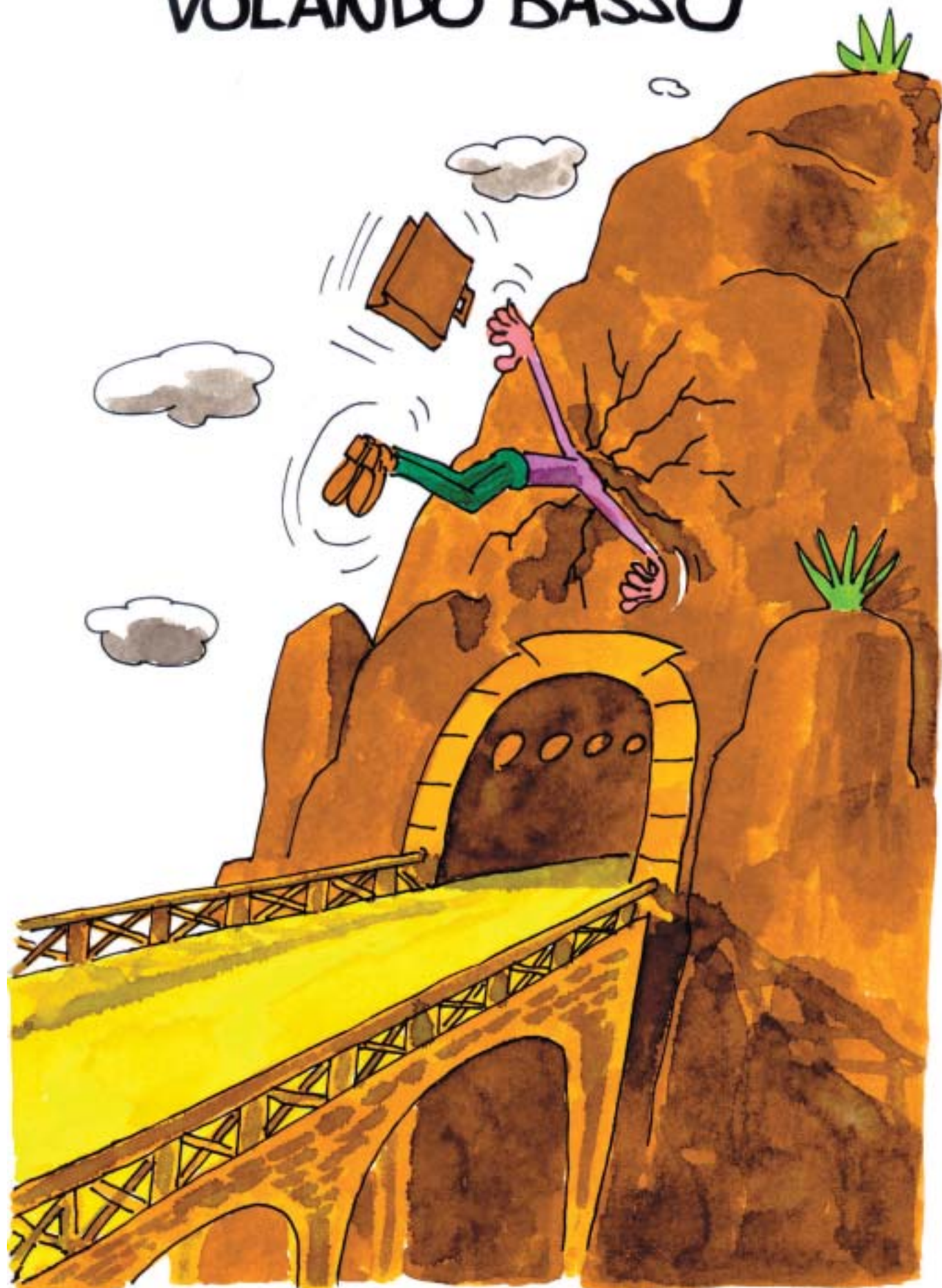




SE LOR SIGNORI SI VOGLIONO  
CONVERTIRE, SI FA ANCORA  
IN TEMPO



# SI COMINCIA VOLANDO BASSO





PER CHI HA IL SANGUE BLU  
FACCIAMO UN'ECCEZIONE



# GIORNATA TIPO DEL VENDITORE



PER I RITARDATARI 6:30  
BASTA CHE VI SENTIATE IN COLPA





VESTITO SOBRIO



L'HAI  
GIÀ DETTO

QUALCUNO POTREBBE NON  
AVER SENTITO BENE, AD ESEMPIO  
LA MACCHINA..

PIÙ SOBRIA  
DI COSÌ?

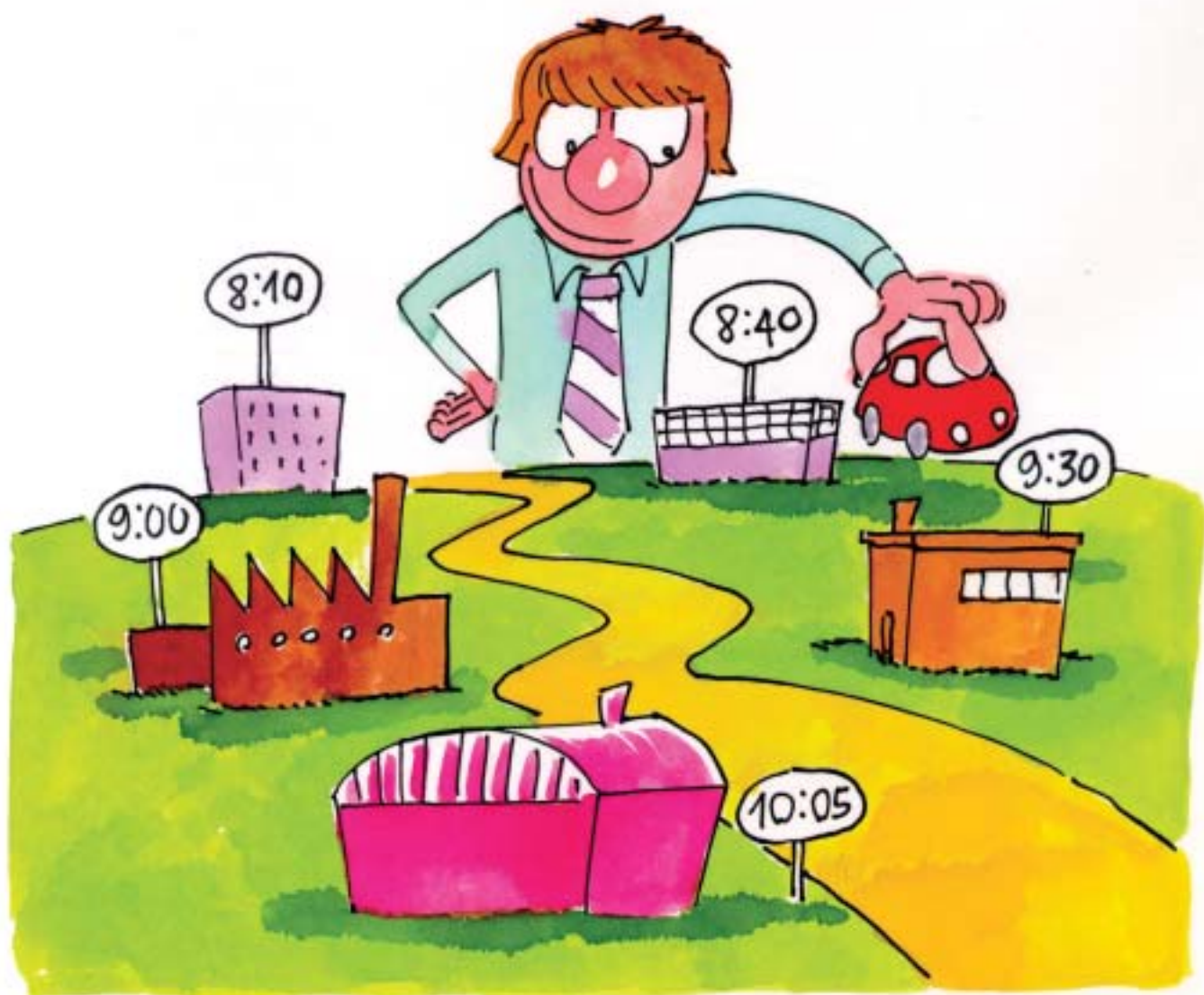


OK MI SPIEGHERÒ MEGLIO:  
**MACCHINA DECENTE**

# ELENCO VISITE DA FARE NELLA GIORNATA

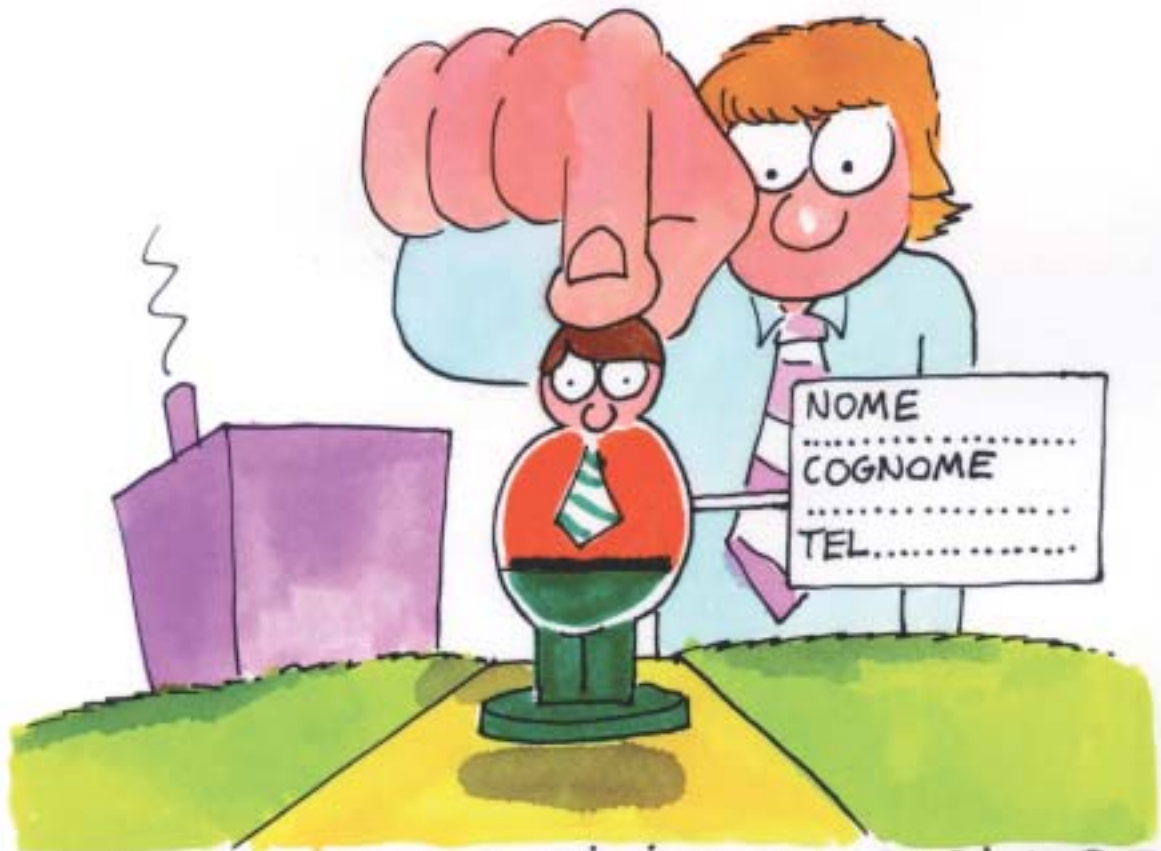


## ORARI PRECISI DEGLI INCONTRI PREVISTI





# PERSONE CON CUI PARLARE



ESITO DELLA VISITA, DA SCRIVERE  
SUBITO DOPO DURANTE LO  
STRATEGICO PIT-STOP



COMPUTER , CD E DVD



VIDEO TELEFONINO





DUE COPIE DEL CATALOGO  
NELLA BORSA



PERCHÈ LO DEVI CONSULTARE  
COMODAMENTE INSIEME AL CLIENTE  
PAGINA PER PAGINA



ABITUANDOLO A SFOGLIARLO COME SE  
LO FACESSE DA UNA VITA

PERCHÈ SE È VERO CHE SI COMPRA  
MEGLIO CIÒ CHE SI CONOSCE MEGLIO...



SICUREZZA E FEDELTA' È TUTTO  
CIÒ DI CUI IL CLIENTE HA BISOGNO



**1-0 SULLA CONCORRENZA**



# PRIMA DELLA VISITA



INVECE DI FARTI DELLE SEGHE MENTALI  
FATTI UN RIPASSINO GENERALE:  
HAI LETTO GLI APPUNTI CHE HAI PRESO  
SUL CLIENTE IN QUESTIONE, NEL  
PRECEDENTE INCONTRO?



HAI RILETTO TUTTI I SERVIZI CHE  
SEI IN GRADO DI DARE?



HAI RILETTO TUTTI I VANTAGGI CHE  
SOLO LA TUA AZIENDA E I TUOI  
PRODOTTI HANNO?





E SE IL CLIENTE MI PONE DEI PROBLEMI HO PREPARATO LE RISPOSTE **PRIMA?**

MI SCUSI, MA HO UN IMPEGNO IMPROVVISO



HO DEFINITO CON CHIAREZZA E **PRIMA** GLI OBIETTIVI DELLA VISITA?



HO STABILITO UNA STRATEGIA?



HO FATTO TUTTE QUESTE COSE IN  
MENO DI SESSANTA SECONDI?



POSSIBILITÀ SUCCESSO **99%**  
IN MENO



BASTA! STAVOLTA SONO PRONTO



ASPETTA!



GUARDATI UN PO' NELLO SPECCHIETTO...



**FAI UN BEL SORRISO**

DIMENTICA TUTTI I PROBLEMI CHE HAI



CONCENTRATI SOLO SUGLI OBIETTIVI  
E LA STRATEGIA CHE HAI PREPARATO

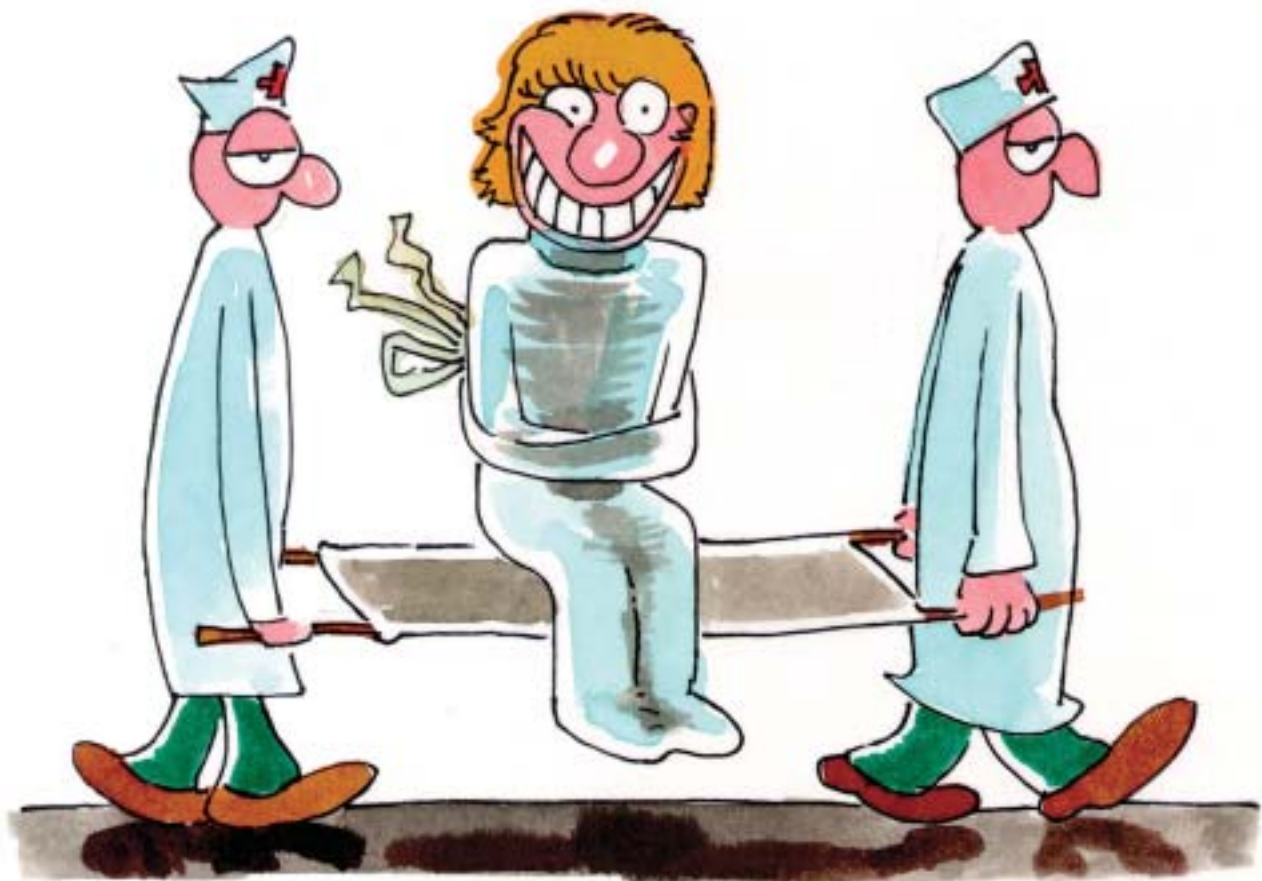




QUEL SORRISO DEVE RIMANERE  
PER TUTTA LA DURATA DELLA  
VISITA...



... SENZA ESAGERARE ...



UN SORRISO DISTESO E SPONTANEO  
SIGNIFICA POSITIVITA'



PROTEZIONE





# LA RISOLUZIONE DEI PROBLEMI

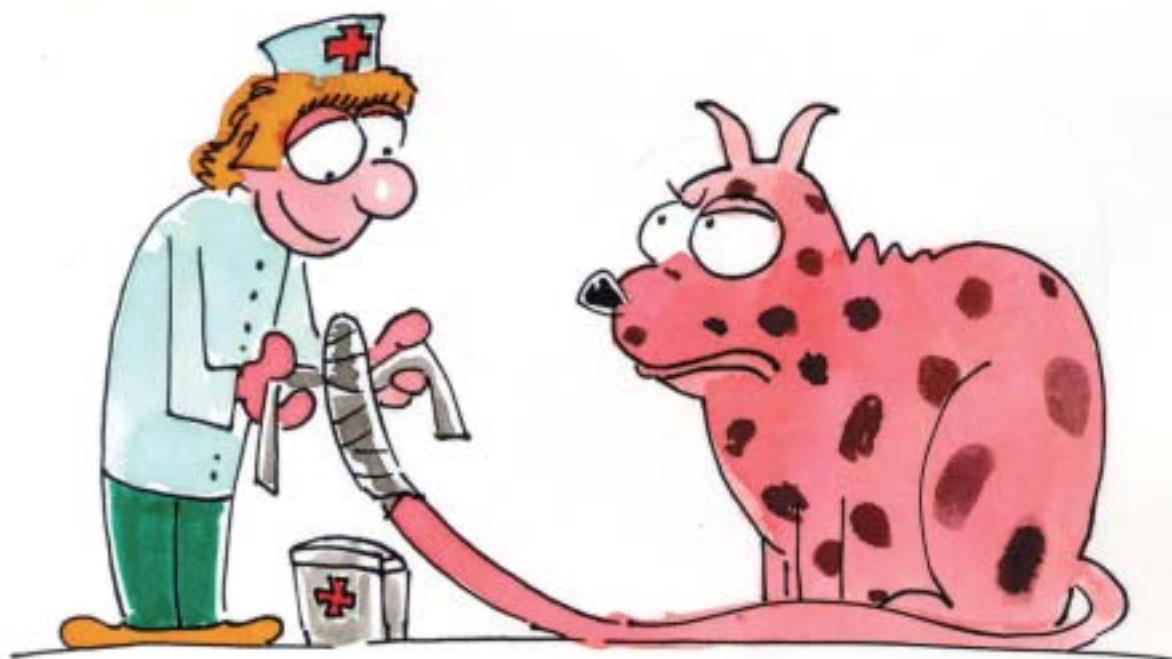


PURCHE' IL PROBLEMA NON  
L'ABBIATE CREATO VOI, CARI  
VENDITORI PROFESSIONISTI



ALLORA SORRIDERE DIVENTA NEGATIVO

DEVI ESSERE PRONTO A RISPONDERE  
CON UN ATTEGGIAMENTO PREOCCUPATO  
PER TRANQUILLIZZARLO! TI OCCUPERAI  
SUBITO DI LUI E DEI SUOI PROBLEMI



PER POI TORNARE SU ARGOMENTI  
POSITIVI PER FAR DIMENTICARE LE  
QUESTIONI NEGATIVE CHE **TU** DAI  
GIÀ PER RISOLTE







IL CLIENTE CHE DEVI INCONTRARE  
HA DELLE ASPETTATIVE



**SBAGLIATO CARO VENDITORE**

NON CALARE LE BRAGHE  
SUI VANTAGGI!

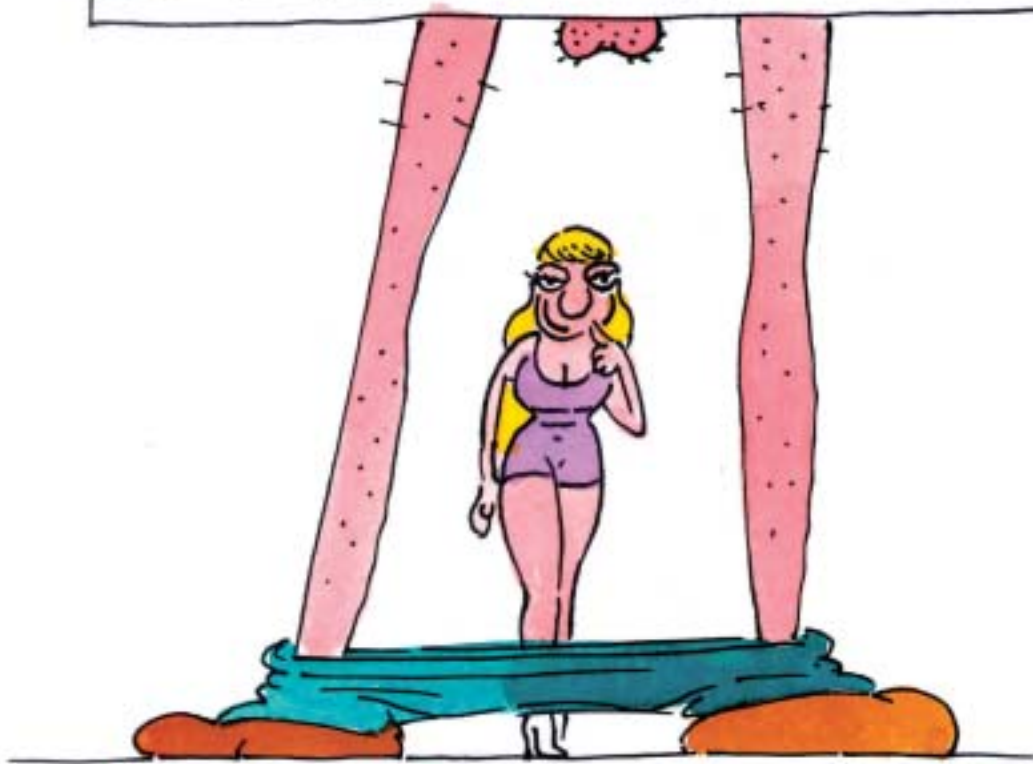


PROMOZIONI E INIZIATIVE





SE IL CLIENTE SA GIÀ TUTTO...



PRENDE IN MANO LA SITUAZIONE



NON TI RESTA CHE  
SOCCOMBERE



INFINE, DEVASTATO NEI MARGINI





DOVRAI RIFUGIARTI  
NELLO **SCONTO**



**NO ciccio...**

# IL SEGRETO È DOSARE !!!



**NO!** PRIMA FINISCI LA PAPPA!

NELLA TUA ARGOMENTAZIONE  
DEVI LASCIARE CHE I TUOI SEGNALI  
ENTRINO NELL'IMMAGINAZIONE  
DEL CLIENTE SENZA FAR RUMORE...





SARÀ LUI  
A CHIEDERTELO!





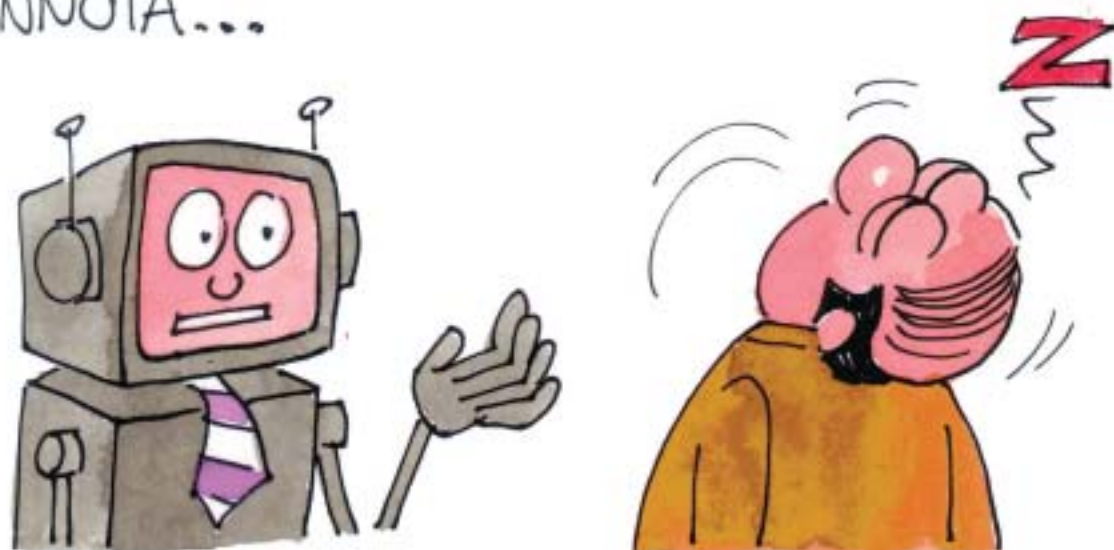
**A VOCE COME ANDIAMO?**



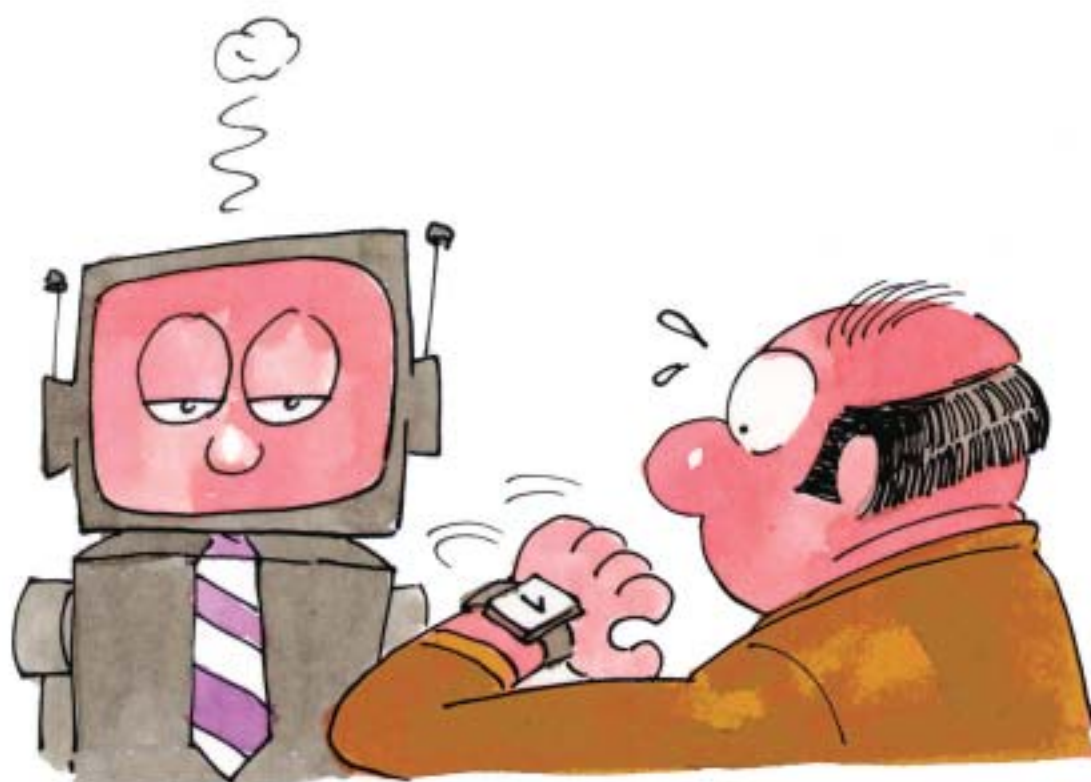
**NO...**  
**È FONDAMENTALE!**



SE DAI ALLA TUA VOCE UN ANDAMENTO  
MONOTONO, IL CLIENTE, PRIMA SI  
ANNOIA...



POI SI RICORDA CHE GLI STAI  
FACENDO PERDERE TEMPO



... POI TI CONGEDA



E INVECE SÌ...



IMMAGINA CHE LA TUA VOCE  
SIA COME L'ACQUA...



SUADENTE



CALMA



CONVINCENTE





MA COME FACCIAMO AD ESSERE TUTTO  
QUESTO IN UNA VOCE SOLA? NON SONO  
MICA UNO STRUMENTO MUSICALE?!



HAI DETTO LA  
PAROLA MAGICA!  
RICORDA CHE  
HAI LE CORDE  
VOCALI!

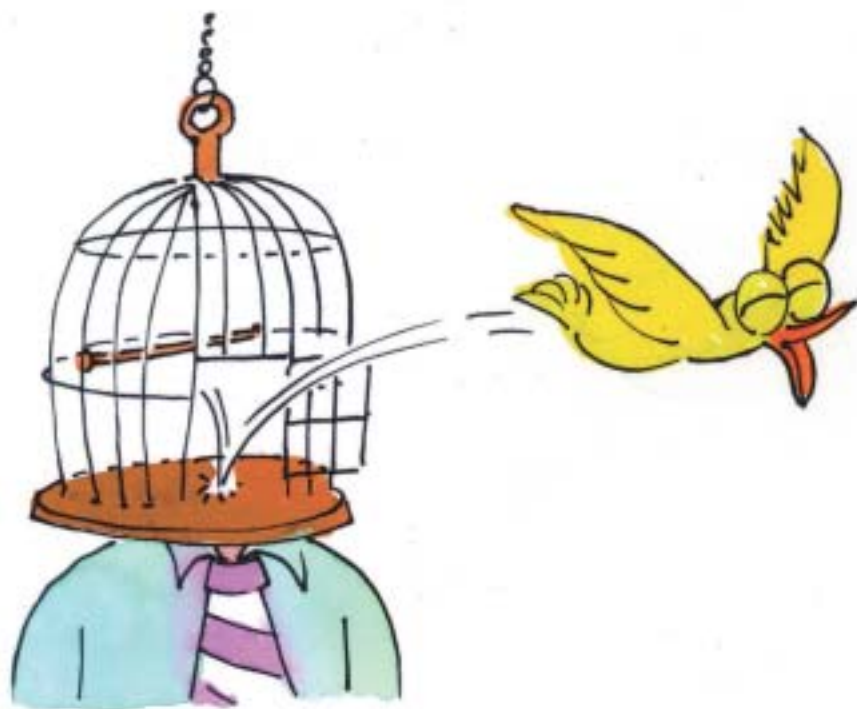
## LA VOCE SI PUÒ MODULARE

MUOVENDO CON VIGORE O DOLCEZZA  
I MUSCOLI LABIALI, E LA LINGUA PER  
SCANDIRE CHIARA E MORBIDA OGNI  
VOCALE E OGNI CONSONANTE

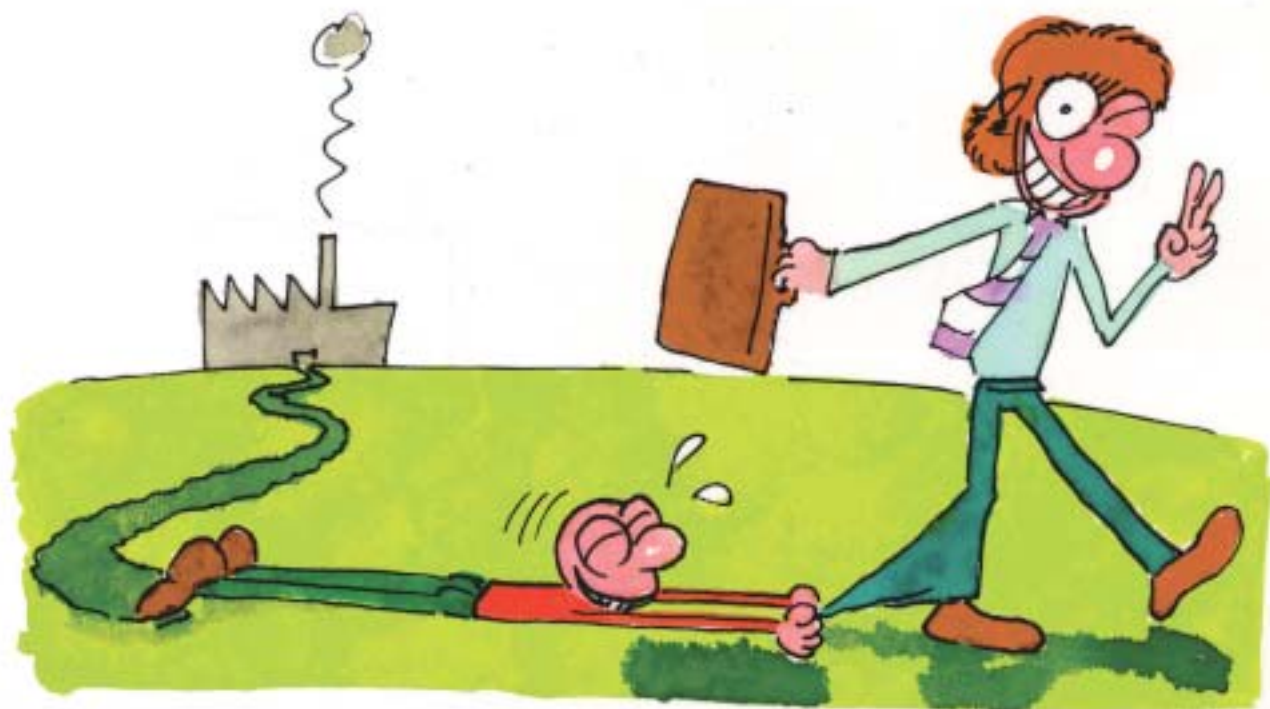


SENZA PERDERE LA SPONTANEITÀ!!

MA SEMPLICEMENTE RESTITUIRE  
ALLA TUA VOCE LA PROPRIA ARMONIA  
REPRESSA DALLA TIMIDEZZA...

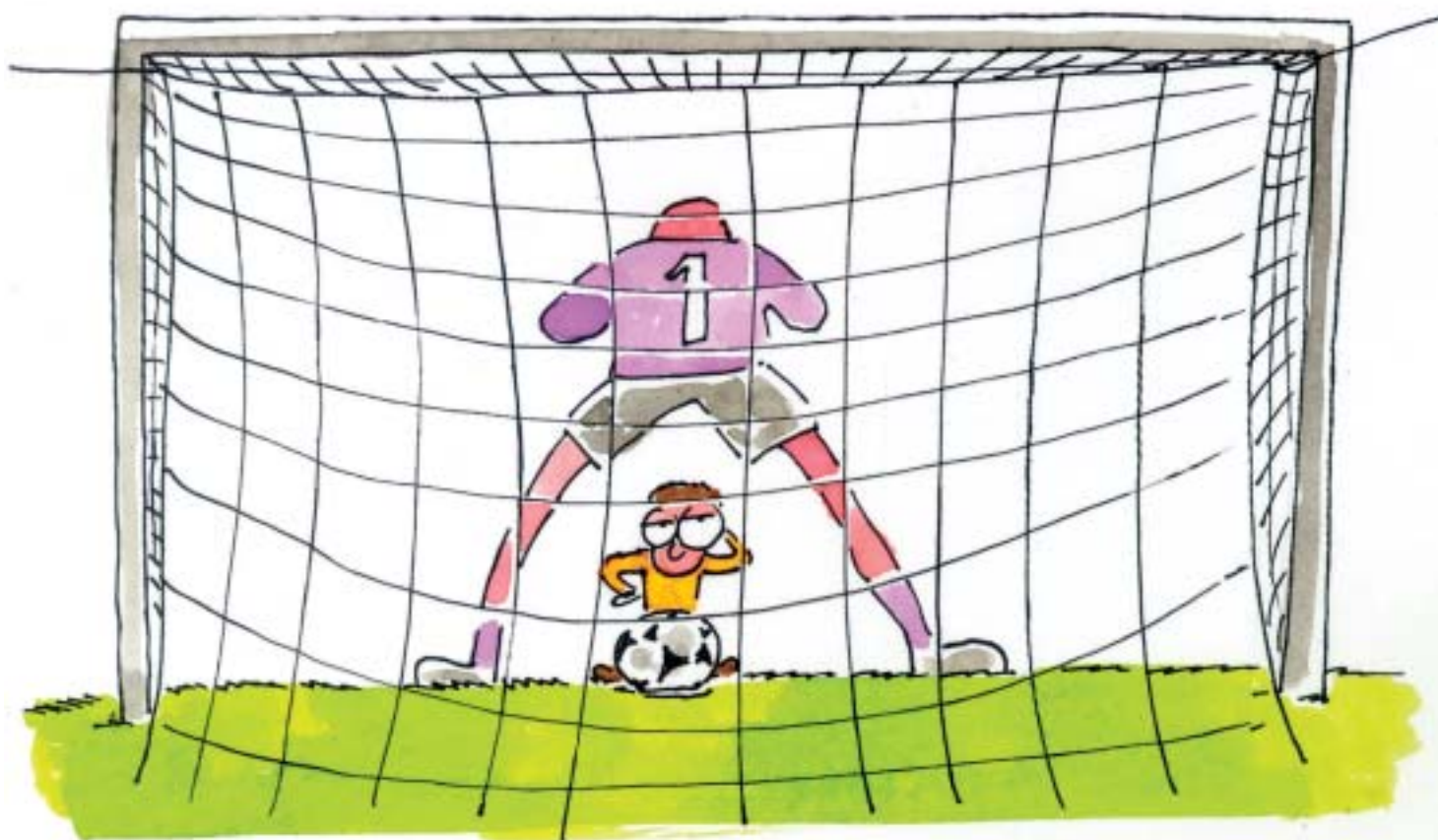


...DIFFICILMENTE IL CLIENTE  
VI LASCERA' ANDAR VIA ...





# COME GUARDI IL CLIENTE?



O MEGLIO:  
**DOVE GUARDI IL CLIENTE?**

DEVI GUARDARLO NEGLI OCCHI...



...PERO' CALMO...



CON LA SICUREZZA CHE I TUOI ARGOMENTI  
SARANNO PERSUASIVI





... RAFFORZA LA VOCE



SORRIDI LEGGERMENTE

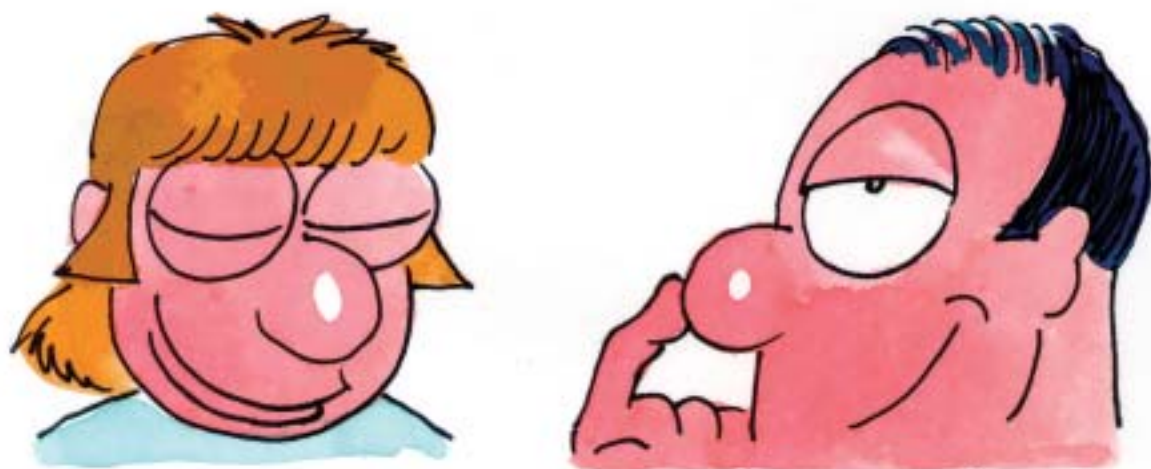


... GUARDALO NEGLI OCCHI...



E SUBITO DOPO...

ABBASSA LO SGUARDO LIEVEMENTE  
PER DARGLI IL TEMPO DI CAPIRE  
QUANTO SEI VANTAGGIOSO



AIUTATI ANCHE CON LE MANI  
BATTI AFFETTIVOSAMENTE  
PIÙ VOLTE SUL CATALOGO



PERCHÈ È LÌ LA SOLUZIONE DEI  
SUOI PROBLEMI



ALLARGA LE BRACCIA PER DIMOSTRARE  
LE DIMENSIONI DELL'AFFARE CHE  
STA FACENDO....



STRINGI TRA IL POLLICE E L'INDICE



PERCHE' PICCOLE SONO LE DIFFICOLTÀ  
CHE VI SEPARANO DAL SUCCESSO  
E PICCOLO È LO SFORZO CHE DEVE  
FARE PER PREMIARTI...



SE SARAI CAPACE DI FARTI ASCOLTARE  
FINO A QUEL PUNTO...



**IL CLIENTE CEDERÀ  
ALLE VOSTRE TENTAZIONI**



OK, ADESSO POSSO ANDARE?



RICORDATI UN'ALTRA COSA  
IL CLIENTE HA BISOGNO DI TE

MA  
CERRRTO  
CHE SÌ



DEVE SOLO DECIDERE SE DARLO  
A TE...



... OPPURE  
AD UN ALTRO!

**PORC**

IL CONCORRONZO!

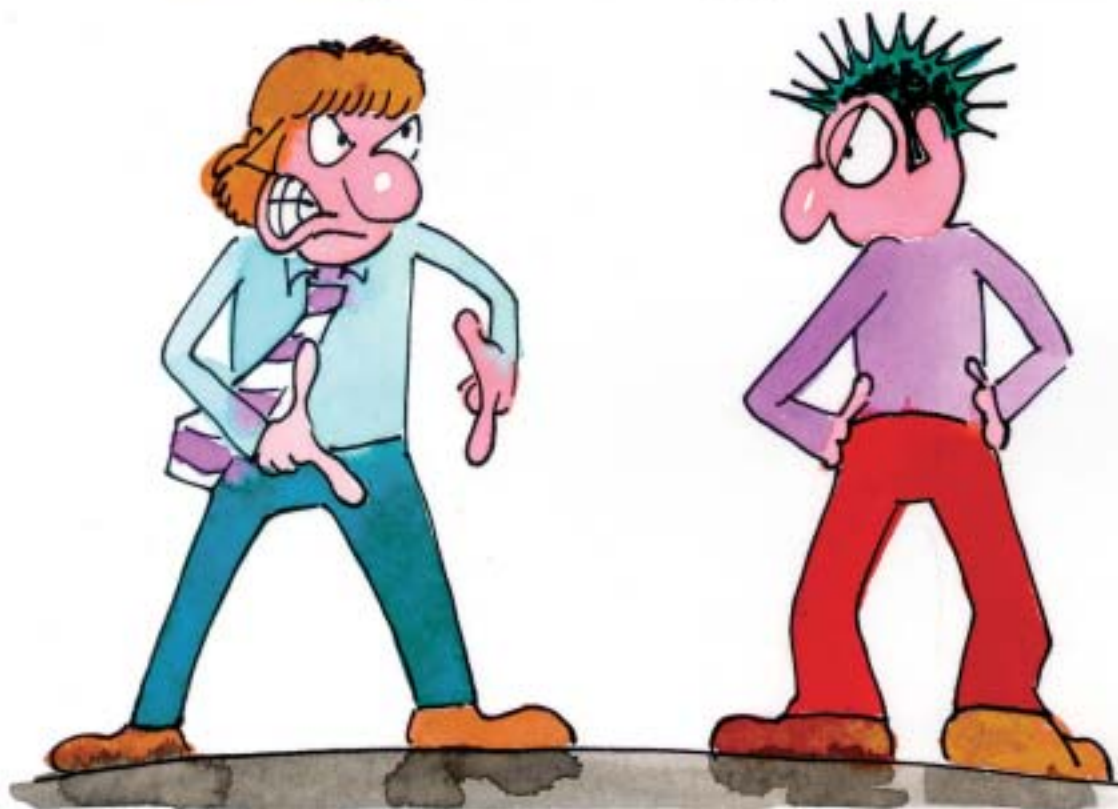
NE RIMARRA'  
SOLO UNO  
CARO MIO





# LA CONCORRENZA

INNANZITUTTO NON VA DENIGRATA



PERCHÈ COME NOI È UNA CELLULA  
IMPORTANTE DEL MERCATO, QUINDI...



**MASSIMO RISPETTO!**

SE PARLI MALE DEI CONCORRONZI  
DAVANTI AL CLIENTE, SIGNIFICA CHE  
NON HAI GLI STRUMENTI E ARGOMENTI  
DEGNI DI UN PROFESSIONISTA



SE INVECE IMPARI A CONOSCERLA



PERCHÈ LA COMPETIZIONE È UNA  
SINERGIA FONDATA SULLE NOSTRE  
VIRTU'



DEVI SAPERE  
COSA VENDE



CHE PREZZI FÀ...



QUALI SONO LE PROMOZIONI



PERCHÈ VENDE AL POSTO TUO?





COS'HA DI BELLO CHE TU  
NON HAI?



QUALE DIGNITÀ E CREDIBILITÀ SI  
È CREATA NEGLI ANNI?



MA SOPRATTUTTO QUALI SONO LE  
MOTIVAZIONI CHE HANNO FATTO  
DIVENTARE QUEL CLIENTE DEI  
CONCORRONZI



**...E NON IL TUO!!!**



TENETE SEMPRE i CATALOGHI  
DELLA CONCORRENZA NEL  
BAULE DELLA MACCHINA...



..STUDIATE LE LORO MOSSE..



IMPARATE A CONOSCERE  
I SUOI PUNTI FORTI



E I PUNTI DEBOLI





NON DATE MAI PER SCONTATO QUEL  
CHE SAPETE SUI CONCORRONZI



ANCHE UN MINIMO DETTAGLIO



FA LA DIFFERENZA!

OK, ORA POSSO ANDARE DA 'STO BENEDETTO CLIENTE?



SOLO SE SUPERI L'ULTIMA PROVA

# TEST SEI UN VENDITORE MORDI E FUGGI O SEI UN CONSULENTE?

① SAI VENDERE LA MERCE?





② CONSEGNI NEI TEMPI GIUSTI?



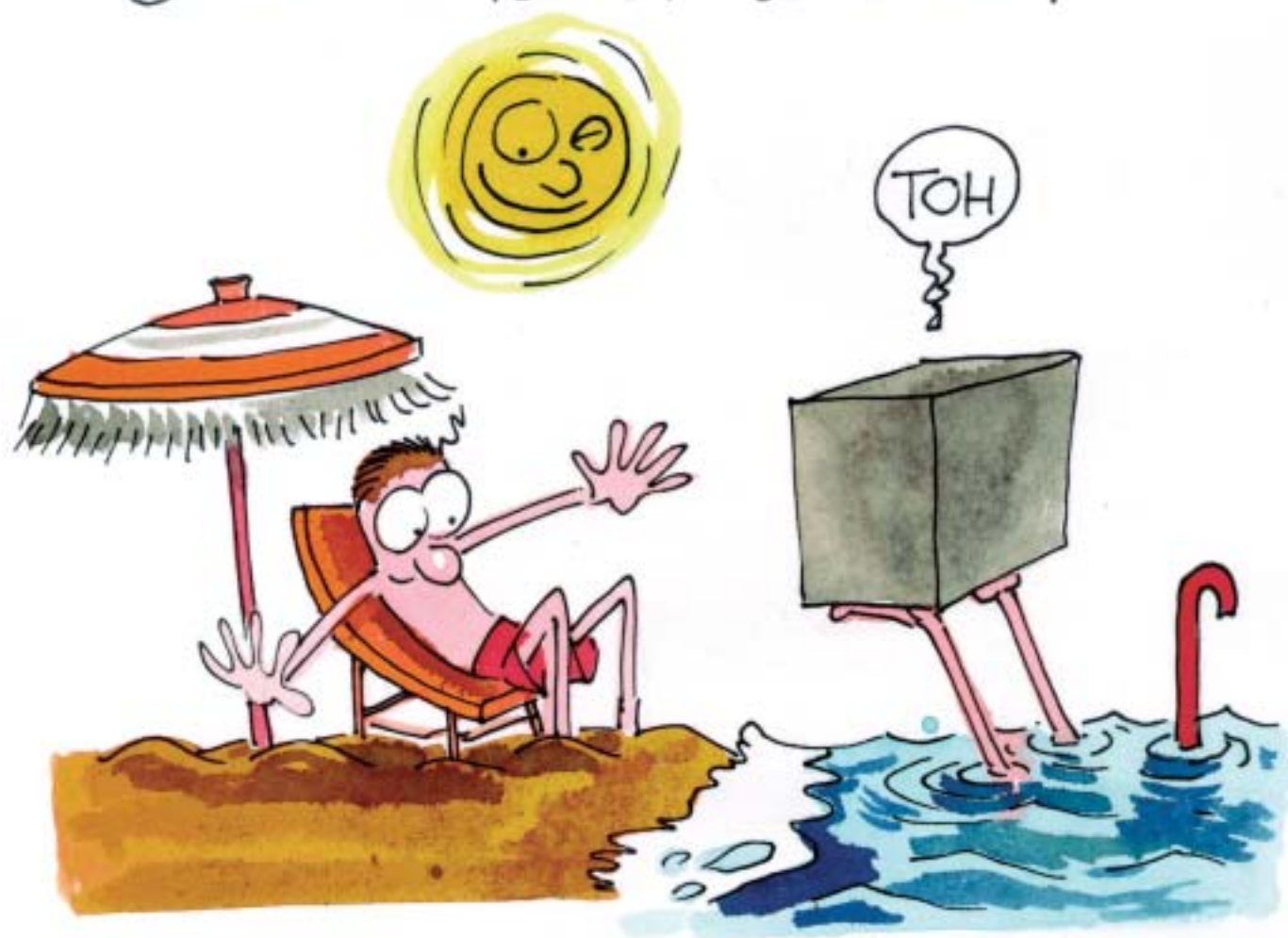
③ QUANTITÀ GIUSTE?



④ AL PREZZO CHE DICE LUI?



⑤ NEL POSTO DOVE GLI SERVE?





⑥ TI FAI PAGARE REGOLARMENTE?



E POI? CHE FINE FA  
IL CLIENTE?



**COSÌ SONO CAPACI TUTTI...**

SE INVECE LO AIUTI A TIRARSI FUORI  
DALLA MASSA DEI SUOI COLLEGGHI CHE  
PREFERISCONO VEGETARE NELLA LORO  
MEDIOCRITA'





FARLO GUADAGNARE  
DI PIU'



E LAVORARE DI MENO



INSEGNARGLI TUTTI I TRUCCHI CHE SOLO  
TU E LA TUA AZIENDA CONOSCETE



AIUTANDOLO A CRESCERE  
PROFESSIONALMENTE





... IN QUESTA MANIERA, UN BANALE  
VENDITORE "MORDI E FUGGI" DIVENTA  
UN VERO **CONSULENTE** DEL CLIENTE



E SE IL CLIENTE NON COMPRA I MIEI  
PRODOTTI?



DEVI FARGLI CAPIRE CHE NON HAI BISOGNO  
DI LUI, MA LO HAI **SCELTO** NEL RISPETTO  
DEGLI ANELLI DI UNA CATENA COMMERCIALE  
FONDATA SU PRINCIPI DI QUALITA' E  
PROFESSIONALITA'





IL CLIENTE DEVE SAPERE CHE HAI  
SCELTO LUI PER LA FIDUCIA NEL SUO  
POTENZIALE



E QUINDI È TUO INTERESSE GARANTIRE  
LA VENDITA SOLO A LUI E ALLA SUA  
CATEGORIA



MA SE IL CLIENTE SI OPPONE A QUESTO SISTEMA, TU AVVERTILO CHE SARAI COSTRETTO, A MALINCUORE, A SCAVALCARE IL SUO ANELLO PER VENDERE A QUELLO SUCCESSIVO.





OK. ADESSO PUOI ANDARE



# PRESA DI CONTATTO



SEI CARICO?



SORRISO ?



SEI PUNTUALE ?!?





SIAMO INFORMATI SUL CLIENTE?



ABBIAMO STABILITO LA STRATEGIA  
E L'OBIETTIVO DELL'INCONTRO?



LA PRIMA PAROLA



QUESTA LA RIFACCIAMO...





SAI? OGNI VOLTA CHE ABBIAMO UN  
INCONTRO, IMPARO SEMPRE UNA COSA NUOVA  
È UN VERO PIACERE RIVEDERTI!



CREDO PROPRIO CHE SARÀ LA VISITA  
PIÙ PRODUTTIVA DELLA GIORNATA

BASTA CHE NON COMINCIAMO  
CON IL CALCIO E LE BARZELLETTE  
CHE PROPRIO NON HO TEMPO



TEMPO!  
DEVO CHIEDERE  
IL TEMPO!

SE IL CLIENTE NON HA TEMPO  
NON VI ASCOLTERA'



TUTTI I VOSTRI VANTAGGI SFUMANO



**DEVI FISSARNE SUBITO UN ALTRO**



IN TEMPI BREVI E NELLO STESSO  
GIORNO



E SENZA SCONVOLGERE IL GIRO  
DELLA GIORNATA, DARE DUE POSSIBILITA'



# Ci SIAMO!

IL CLIENTE VI HA CONCESSO IL SUO TEMPO,  
SIETE TU E LUI SOLI SOLETTI



METTE IL CLIENTE IN CONDIZIONI DI POTERSI  
ESPRIMERE SENZA SENTIRSI AGGREDITO



CERCATE UN POSTO PER POTER PARLARE  
E MOSTRARE I PRODOTTI E GLI STRUMENTI  
DELLE VOSTRE ARGOMENTAZIONI



..POSSIBILMENTE UN POSTO PROTETTO  
DOVE DIALOGARE INDISTURBATI



NON PERDERE LA CALMA E RICORDA ...

... COSA ABBIAMO NELLA MANO?



DENTRO C'È TUTTO L'OCCORRENTE?





CALCOLATRICE, COMPUTER,  
VIDEOTELEFONO, PENNA, CD E DVD...



... E COPIA COMMISSIONE



E VAI CON L'INTERVISTA!



CALMA CALMA! PRIMA RISCALDA L'AMBIENTE  
ESPONI UN EPISODIO CHE PUO' IN QUALCHE  
MODO ESSERE PIACEVOLE E STIMOLANTE  
PER SCIOGLIERE IL GHIACCIO



SI PUO' FARE DI MEGLIO, MA ANDIAMO AVANTI...



# INTERVISTA

SI RIPERCORRONO TUTTI I FATTI POSITIVI  
DELLE VISITE PRECEDENTI



MA ATTENZIONE! NON FARE RIFERIMENTI  
ALLE VENDITE CHE GLI HAI PIAZZATO  
PERCHÈ GLI FANNO RICORDARE CHE TI  
HA DATO GIÀ QUELLO CHE VOLEVI



NELL'INTERVISTA DEVE ESSERCI  
POCO PASSATO E MOLTO PRESENTE



PERCHÈ IL PRESENTE È LA PIANIFICA  
DI CIÒ CHE INSIEME STATE PER  
REALIZZARE





... E IL FUTURO?



LA PAROLA PIÙ MAGICA AL MONDO



INCONTROLLABILE



IMMISURABILE





SE CI PENSI  
NEL PRESENTE  
IL FUTURO È  
GIÀ PASSATO



IL FUTURO È IL FRUTTO DI QUELLO  
CHE FARAI CON IL CLIENTE



NEL BENE E NEL MALE ...

LE PROMESSE DEL CLIENTE NON  
PORTANO NESSUN FUTURO





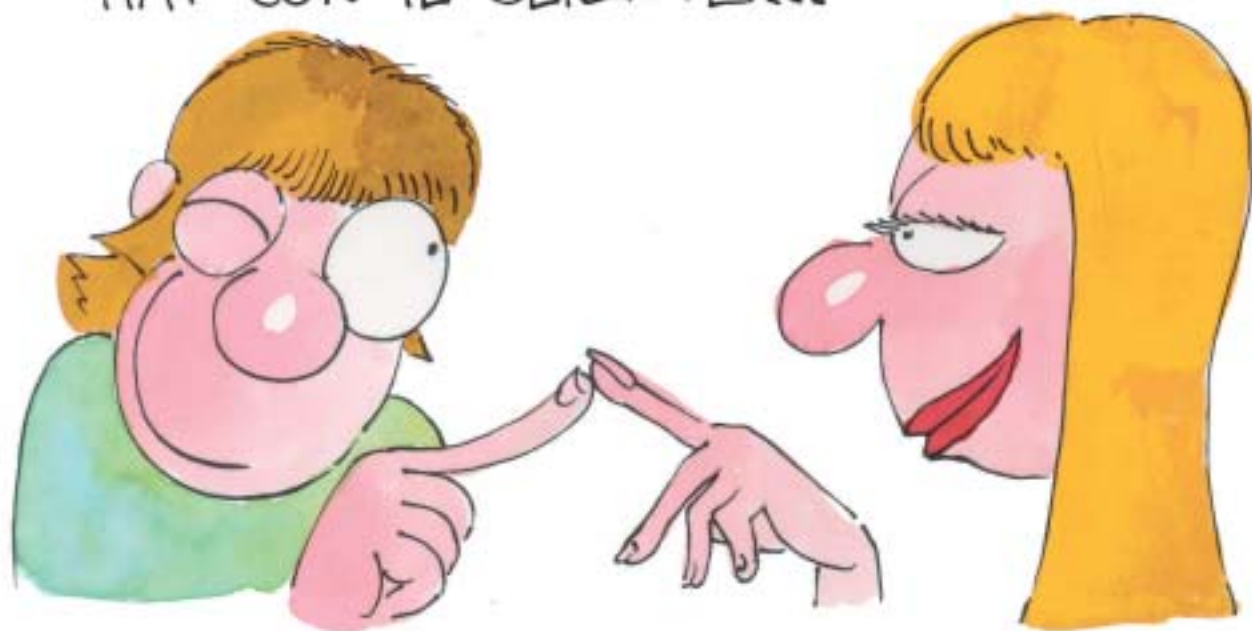
IL PREVENTIVO È UNA PROMESSA CHE  
SERVE AL CLIENTE PER FARE ABBASSARE  
IL PREZZO AL SUO FORNITORE



A MENO CHE NON SIA **TU** L'ULTIMO  
A FARE IL PREVENTIVO



A SECONDA DEL FEELING CHE  
HAI CON IL CLIENTE...



...E DELLA CREDIBILITÀ





... POTRAI AVERE SUCCESSO E  
AVERE IL TUO ORDINE



L'INTERVISTA NON È FATTA DI CHIACCHIERE



SÌ, MA SE IL CLIENTE È NUOVO?

CONOSCE LA TUA AZIENDA?

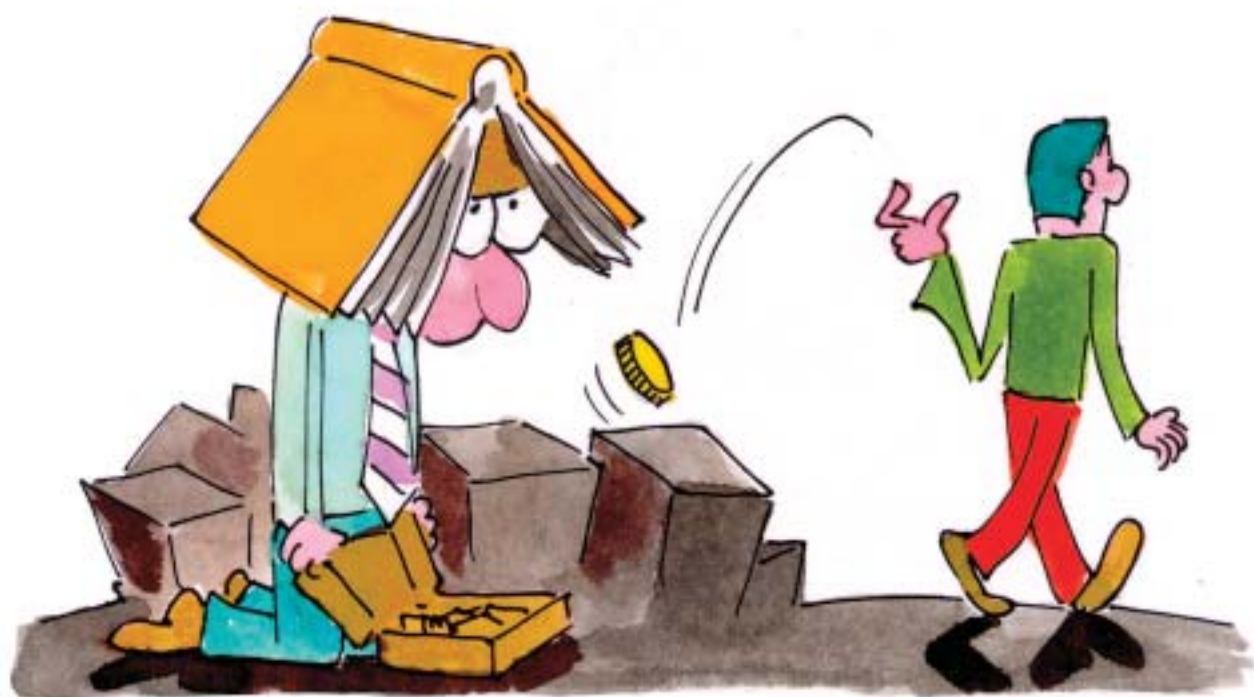




CONOSCE I TUOI PRODOTTI ?



CHE IDEA SI PUÒ ESSERE FATTO DITE ?



SE NON VUOI FINIRE PER VENDERE  
ACCESSORI

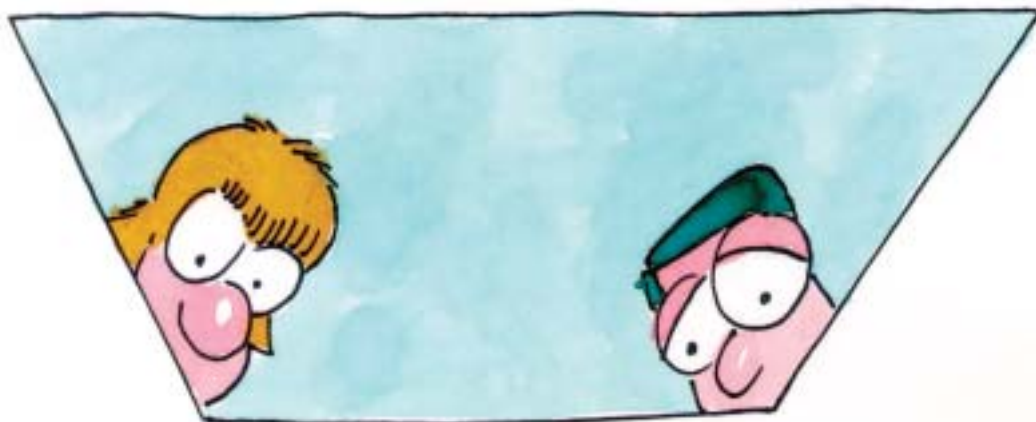


DEVI DARE DELLE **SOLUZIONI**

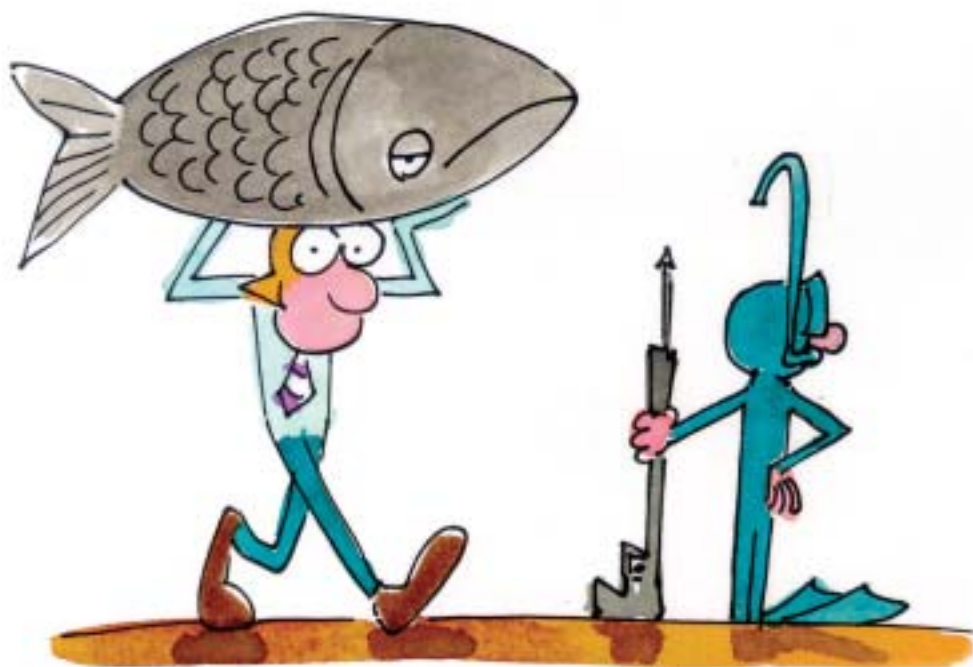




# IL PROBLEMA È NEI BISOGNI CHE IL CLIENTE NASCONDE



**ATTENTO!** IL PROBLEMA NON VA  
SMINUITO CON LA SOLUZIONE!



**VA INGIGANTITO!**

SCUSA HAI UN  
BICCHIER D'ACQUA?





# BISOGNA SOFFIARCI DENTRO



**FINO A RENDERLO ENORME**

FERMATI AMICO! SE FAI  
COSÌ, TI ESAURISCI LE  
**ULTIME GOCCE VITALI**



**OK L'INTERVISTA È INIZIATA!**

# LE OBIEZIONI DEL CLIENTE



NON STARE SULLE DIFENSIVE...



LO SCONTRO È SEMPRE SCONVENIENTE



LE OBIEZIONI NON DEVONO  
RAPPRESENTARE UN OSTACOLO...



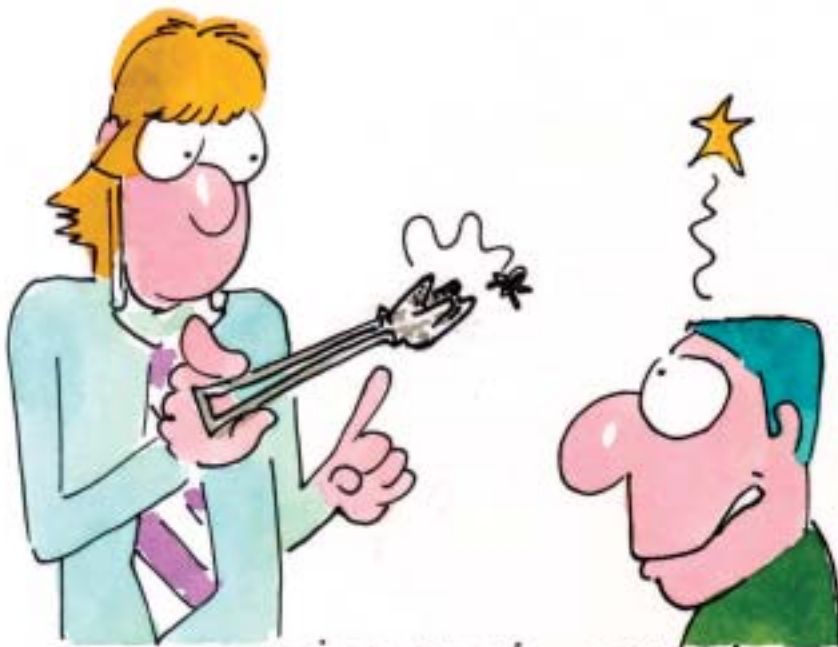
...MA UN'OPPORTUNITÀ PER FARE  
BRECCIA SULLE PAURE DEL CLIENTE



LA NATURA DELLE OBIEZIONI PUO' AVERE MOLTE RELAZIONI CON IL PROBLEMA DEL CLIENTE, QUINDI VA STUDIATA...



IL CLIENTE PUO' ESSERE IN BUONA FEDE E INGENUAMENTE CONVINTO DI NON AVERE PROBLEMI...



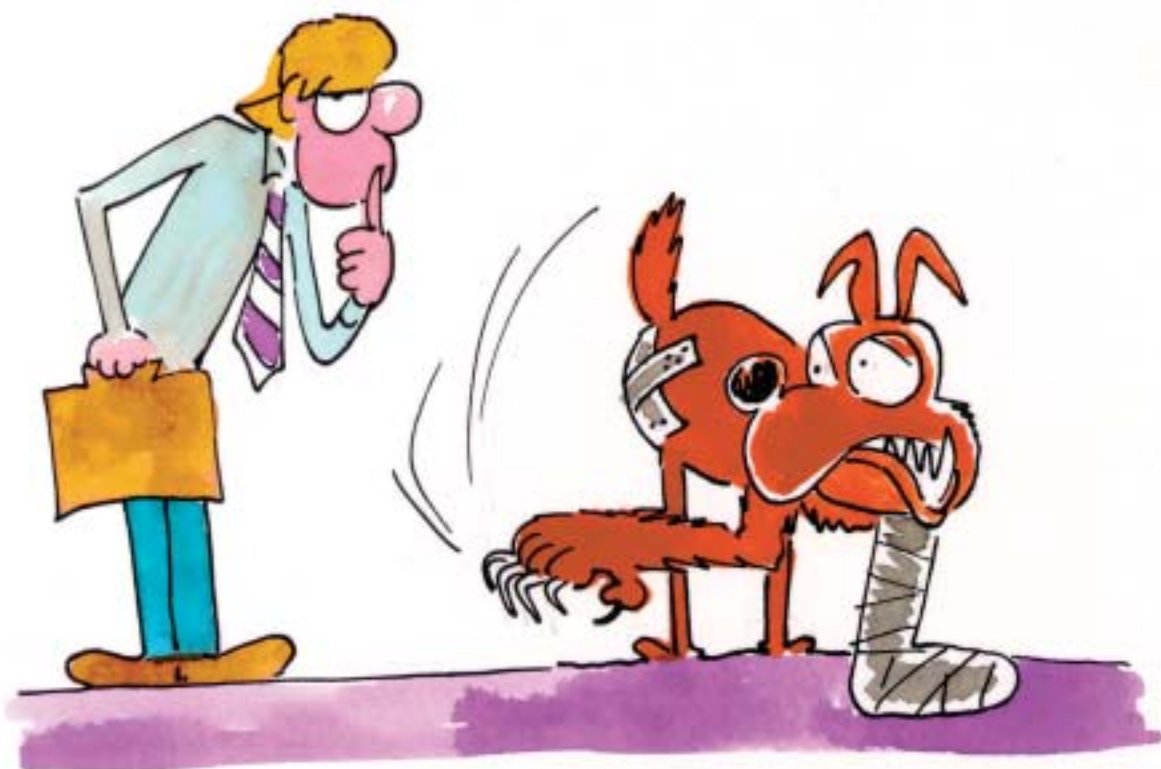
STA AL VENDITORE IL COMPITO DI ISOLARE LA CAUSA, ED ESPORLA IN MODO CHIARO E SERENO, SENZA TRAUMI, O POLEMICHE, MA NEL BENE DEL CLIENTE E DELLE SUE SCELTE.



FORSE IL PRODOTTO NON È ADATTO  
ALLE SUE ESIGENZE...



OPPURE ALCUNE ESPERIENZE PASSATE  
LO HANNO SEGNATO NEGATIVAMENTE



ASCOLTA CON CALMA E ATTENZIONE  
LE SUE RAGIONI



TIENI IN CONSIDERAZIONE I SUOI  
ARGOMENTI, DIMOSTRANDO DI ESSERE  
INTERESSATO REALMENTE AD AIUTARLO





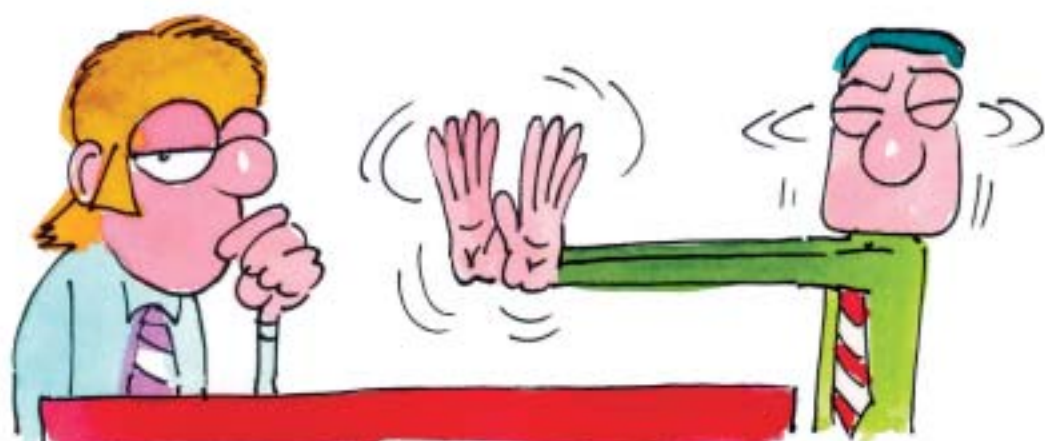
LE TUE RISPOSTE DEVONO ESSERE  
BREVI E PRECISE, IN MODO DA CHIARIRE  
I DUBBI CHE ASSILLANO IL CLIENTE...



...COSÌ LA VIA DELLA SOLUZIONE SARÀ  
ILLUMINATA DALLA FIDUCIA  
RECIPROCA!



QUANDO L'OBIEZIONE È UN PRETESTO  
CHE NASCONDE DIFFIDENZA E PREGIUDIZIO  
IL CLIENTE ATTACCA PER DIFENDERSI



MA SE GLI CHIEDI DI SPECIFICARE IL  
VERO MOTIVO DELLA SUA OBIEZIONE,  
SI SENTIRÀ SPIAZZATO



NON PREOCCUPARTI, MI RISPONDERAI  
DOPO, ORA PROSEGUIAMO



E SE IL PROBLEMA NON C'È?



...AGUZZA LA VISTA E L'INGEGNO!  
L'INTERVISTA TI PERMETTE DI  
CONOSCERE IL CLIENTE E LE SUE  
PAURE



E QUELLE SI VEDONO DI PIÙ,  
QUANDO TORNANO I PROBLEMI



PENSA INVECE CHE BELLO POTER FERMARE  
QUESTO MOMENTO IDILLIACO  
SENZA IL PERICOLO CHE QUALCOSA SI GUASTI



IMMAGINA UN'ASSISTENZA 24 ORE SU 24  
LAVORANDO LA META' E GUADAGNANDO  
IL DOPPIO



NO CARO CLIENTE, SI CHIAMA FIDUCIA  
NEL **BENEFICIO DEL VENDITORE**



SIAMO AL PUNTO D'INCONTRO TRA IL  
BISOGNO DEL CLIENTE E IL SERVIZIO  
CON CUI IL VENDITORE CONFERMA  
LA SUA CREDIBILITA'



UHE'! IL CLIENTE È LÌ CHE ASPETTA  
LA SOLUZIONE! CHE FO?!?



**FAI USCIRE DALLA BORSA  
I DUE CATALOGHI**

TENETE LE MANI APPOGGIATE SOPRA  
I DUE CATALOGHI E ARGOMENTATE IN  
MODO MORBIDO, CHIARO E DECISO...



AVETE OTTENUTO L'ATTENZIONE,  
L'INTERESSE, ORA SIETE NELLA FASE  
DEL **DESIDERIO**





...A QUESTO PUNTO ALLUNGHI LA MANO  
PORGENDO UNA DELLE DUE COPIE VERSO  
IL CLIENTE...



**MA NON MOLLARE LA PRESA!**



...DALL'ULTIMA PAGINA DELL'ALTRO CATALOGO, FAI USCIRE IL BLOCCHETTO DELLA COPIA COMMISSIONE



...IL CLIENTE INIZIA A DARE SEGNI DI SQUILIBRIO, ECCITAZIONE, ANSIA...





L'ALTRA MANO NON SI STACCA DAL CATALOGO PER NESSUNA RAGIONE AL MONDO...



PERCHÈ CAZZO NON MI LASCIA SBIRCIARE?

CHE PROFUMO, ADORO LA CARTA!



È QUASI COTTO...

ALLORA? SPARO IL PREZZO?



CERCATE INSIEME NEL CATALOGO  
LA SOLUZIONE AL PROBLEMA  
EVIDENZIATO POC'ANZI!



ORA PARTONO I PRIMI SEGNALI DI  
**ACQUISTO**





...SE VE LO CHIEDE CON QUELLA FACCIA  
SIGNIFICA CHE STA PER LIQUIDARVI;  
RIFACCIAMOLA MEGLIO...



COSÌ INIZIAMO A RAGIONARE!  
ADESSO LO SPARO IL PREZZO?

...PRIMA DEVI FARGLI CAPIRE IL VALORE  
DI CIO' CHE GLI STAI PROPONENDO



...QUANTO È GARANTITO?







SE TUTTO VA PER IL MEGLIO, INTANTO  
CHE IL FERRO È CALDO, SI PUÒ TENTARE  
QUALCHE CHIUSURA...





PENSA QUANTO SEI FORTUNATO!  
E' RIMASTO SOLO QUESTO...



SOLO PER TE !!!

...SE LE COSE SI METTONO MALE...  
SE AVETE SBAGLIATO STRATEGIA



SE HAI SBAGLIATO TATTICA





...SE HAI SBAGLIATO OBIETTIVI

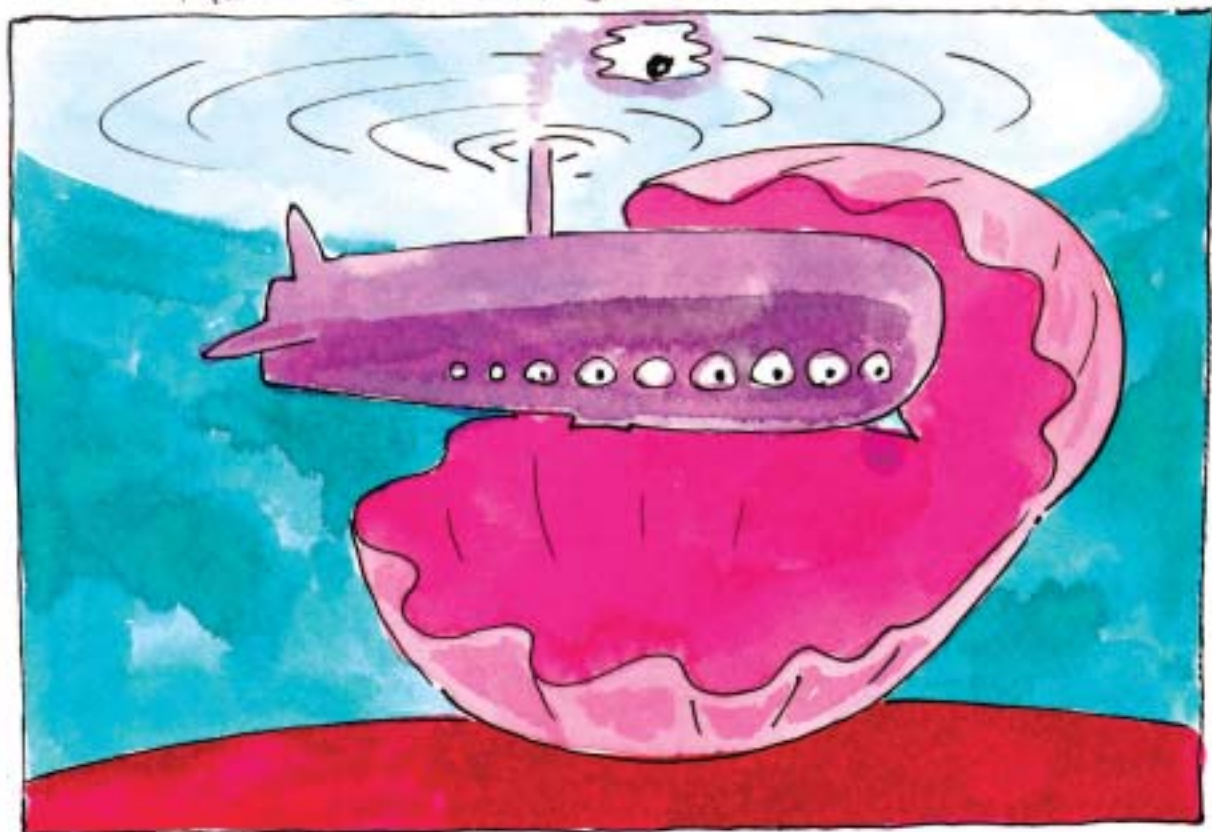


CAMBIA ROTTA, RICERCA IL PROBLEMA  
VERO DEL CLIENTE E QUINDI CAMBIA  
SOLUZIONE



AMMESSO E CONCESSO CHE...

... IL CLIENTE TI CONCEDA  
ALTRO TEMPO...



NATURALMENTE SARA' TUTTO  
IN SALITA...





...MA SE HAI SUCCESSO...



NON RESTA CHE SFONDARE  
UNA PORTA APERTA!

NON FERMARTI A SCRIVERE UNA  
SOLA RIGA DI COPIA COMMISSIONE



**SFRUTTA IL MOMENTO PER  
VENDERE IL PIÙ POSSIBILE!**





MI RACCOMANDO  
SEMPRE **ALLERTA**  
CON IL FIDO!!!



IL LIMITE MASSIMO CHE LA TUA AZIENDA  
VUOLE RISCHIARE CON IL CLIENTE  
IN TERMINI DI ESPOSIZIONE PAGAMENTI

# ATTENTO AGLI ENTUSIASMI...



PENSATE AL CLIENTE, SOLO SOLETTO CHE RIMUGINA SULLA SUA SCELTA...



NON LASCIATELO NEL FALSO DUBBIO...



DOVETE CRESCERE AL SUO FIANCO...



FATEGLI I COMPLIMENTI...



RASSICURATELO DELLA SCELTA FATTA...



... LO FA SENTIRE PIÙ VIRILE !

... ANZI, SAI CHE TI DICO?



**OGGI MI HAI PROPRIO SPOLPATO**



DUNQ ... IL CLIENTE HA COMPRATO?



..IL CLIENTE HA RICEVUTO LA MERCE?



IL CLIENTE HA PAGATO?



**È ANCORA PRESTO PER DIRE  
"VENDUTO"**







**QUANDO IL CLIENTE RIORDINA!**



SE IL CLIENTE  
CI RIPENSA?



MAGARI CON LA COMPLICITA' DELLA  
CONCORRENZA...

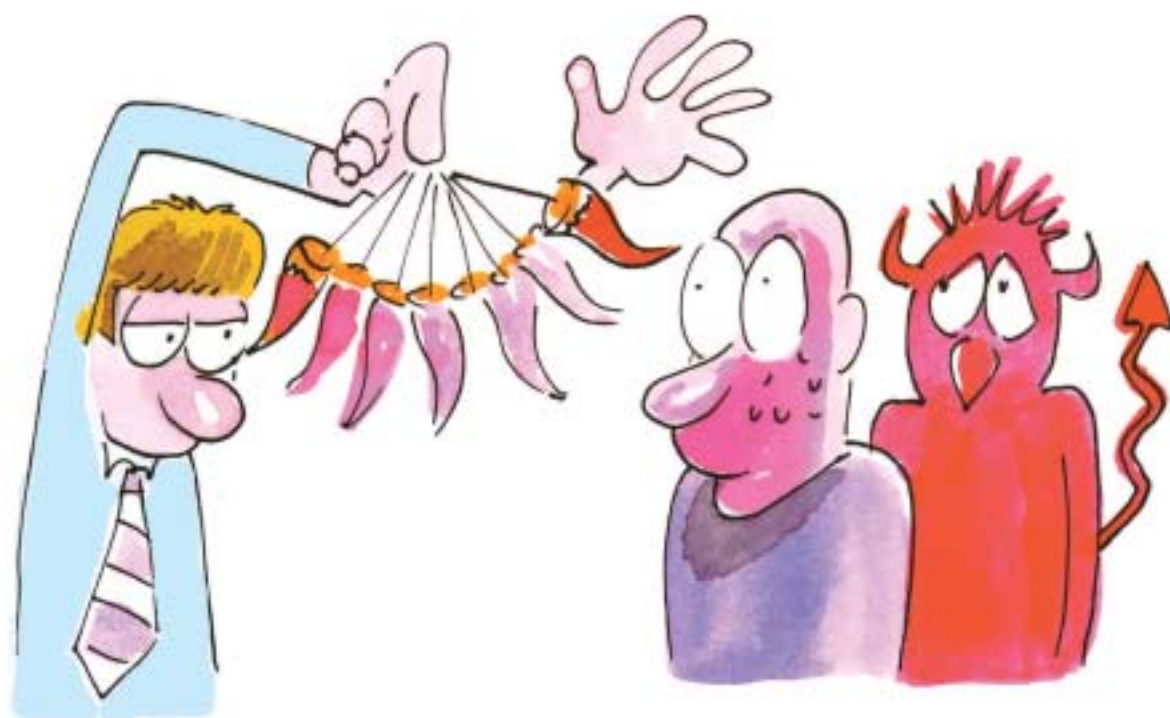




POTREBBE RIMANERE LA  
TUA PRIMA ED ULTIMA VENDITA!



DEVI SEMPRE PREPARARE RISPOSTE  
CHE FRONTEGGINO LA CONCORRENZA



... E FARLE USCIRE DIRETTAMENTE  
DALLA BOCCA DEL CLIENTE ...





**NON AVRO' ALTRO VENDITORE**



**HAI APPENA OTTENUTO LA FIDUCIA DEL CLIENTE**

...MA LA FIDUCIA NON È  
SPONTANEA



SI PUÒ ANCHE PERDERE  
**DEFINITIVAMENTE**





DEVI ALIMENTARLA  
GIORNO PER GIORNO



ESSERE REALMENTE INTERESSATO  
AL BENE DEL CLIENTE...

MOSTRARSI SEMPRE SINCERO  
NEL BENE E NEL MALE



...NON TROPPO PERO'...



DARE UN SERVIZIO  
INEGUAGLIABILE



# MANTENERE LE PROMESSE





COSA C'E'?

TI RENDI  
CONTO?



HO VENDUTO  
N'CI POZZO  
CREDE

SIGH!

CONTROLLATI!  
MASSIMA DISINVOLTURA...



GUARDATI ALLO SPECCHIETTO





FATTI UN APPLAUSOO!!



YEEOOOOOOOOO





**...MA È PUR SEMPRE LA PRIMA...**

BRAVOU GRAZIE BRAVOU GRAZIE BRAVOU GR



PREGO PRÈ!



**C'È ANCORA UNA GIORNATA  
D'AVANTI...**

COMINCIA COL RIFLETTERE  
SCRIVENDO QUALI SONO STATI I  
MOTIVI DEL SUCCESSO OTTENUTO...



DOVE NON SEI RIUSCITO A SFONDARE



**NO! ANZI PARTIAMO PROPRIO  
DA QUI**



GLI OBIETTIVI MANCATI POSSONO ESSERE  
i PRINCIPALI MOTIVI DA APPUNTARE  
PER LA PROSSIMA VOLTA CHE VISITERAI  
QUEL CLIENTE...



PROSSIMA VOLTA?

... SÌ PERCHÈ SE NON HAI UN PROSSIMO  
APPUNTAMENTO, COME FAI A  
CHIAMARLO CLIENTE?



SE NON HAI FISSATO UNA  
TELEFONATA DI CONFERMA,  
COME PUOI CHIAMARLO

**APPUNTAMENTO?**





# PROSSIMO CLIENTE



USA IL METODO CHE TI HA PORTATO  
AL SUCCESSO



SENZA IGNORARE CHE "OGNI PROBLEMA  
HA UN CLIENTE DIVERSO..."

ENTRA NEL DIVERSO PROBLEMA  
DI OGNI CLIENTE...



CON LA RELATIVA SOLUZIONE!!!

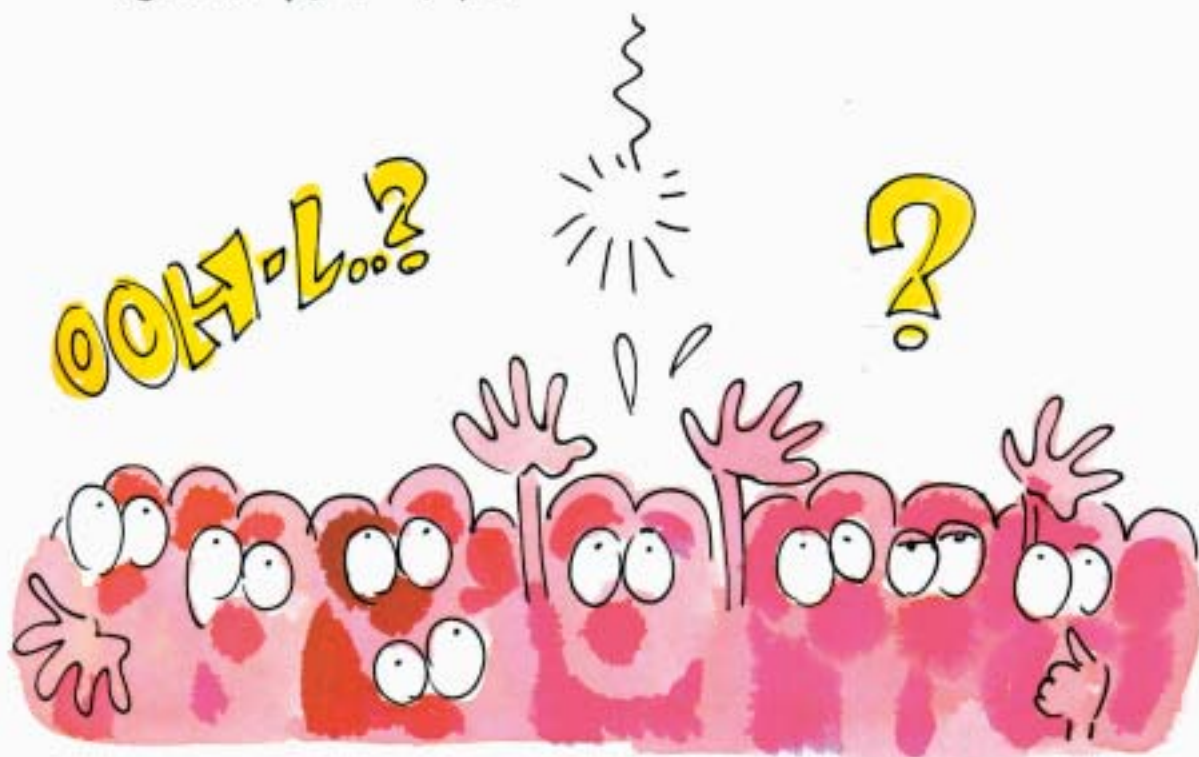




DAI AD OGNUNO LA PROPRIA CURA...



VISITA DOPO VISITA CRESCERAI  
SEMPRE PIU'



FINO AD ESSERE IRRAGGIUNGIBILE!!!

CI SONO VENDITORI CHE PARTONO  
DA UN GERMOGLIO E POI... E POI  
NON SI SA DOVE POSSONO  
ARRIVARE...





CI SONO ALTRI INVECE CHE  
SI CAPISCE SUBITO DOVE  
VANNO A FINIRE...



**NO** È TROPPO FACILE...

DIPENDE QUANTO VUOI PRENDERE



E QUANTO VUOI REALMENTE  
CRESCERE







**DATTI UNO SCHIAFFO...**



**TORNA INDIETRO E VEDRAI...**

# CHIUSURA AFFRETTATA...?





# SOLUZIONI PROPOSTE?



# CREAZIONE DEL PROBLEMA?





# INTERVISTA?



# PRESA DI CONTATTO?





# ATTEGGIAMENTO E ACCESSORI...



# CONOSCENZA CONCORRENZA?





CONOSCENZA  
PRODOTTI?



# PUNTUALITA'?



## SBAGLIATO...



... QUANDO TOCCHI IL FONDO



SCRIVI TUTTE LE TAPPE DELLA  
CADUTA



**DIVENTERÀ IL VADEMECUM  
VERSO LA RISALITA !!!**

# SEI PRONTO PER LA PROSSIMA VISITA?

