

Alice Alessandri | Alberto Aleo

Vendita Etica al telefono



1^ Lezione - 31 Maggio 2023

Le fasi della relazione

Costruire fiducia nel tempo

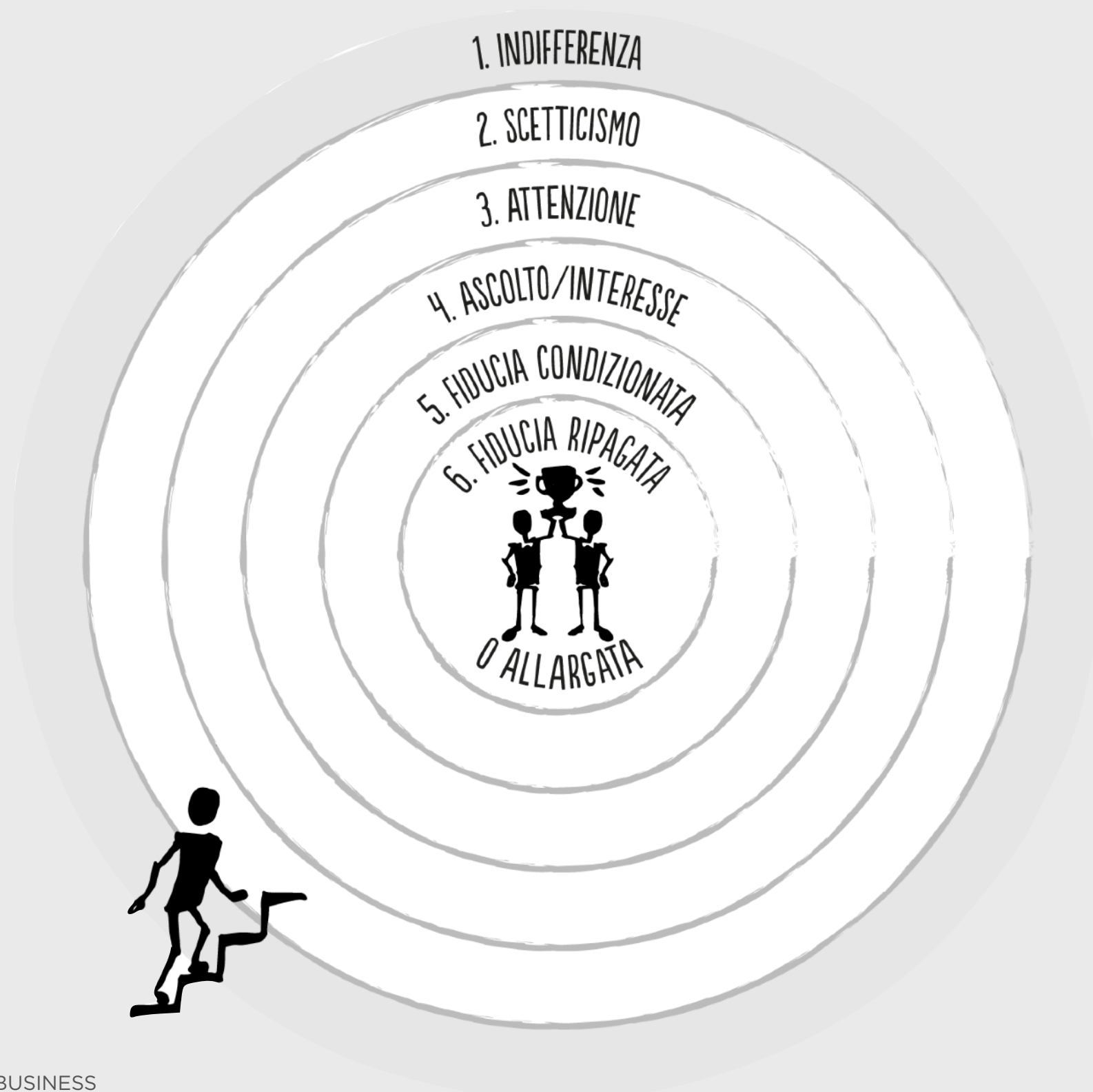
I bisogni del cliente

Motivazioni e Esigenze



La Vendita Etica

Il Cerchio Della Fiducia



La Vendita Etica

Le 6 Fasi

Livelli della Fiducia

*Fiducia
Allargata e
Ripagata*

*Fiducia
Condizionata*

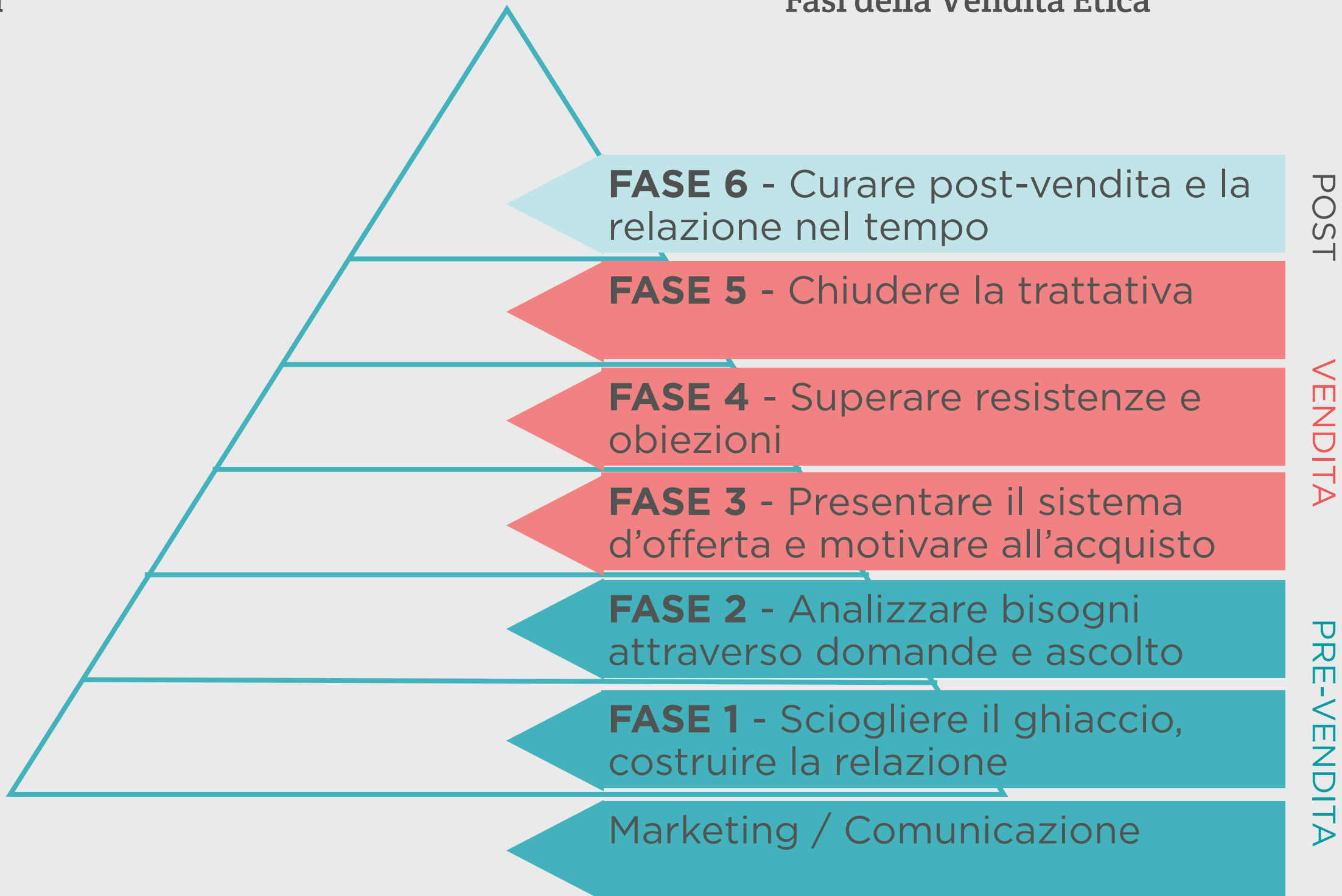
*Interesse e
Ascolto*

Attenzione

Scetticismo

Indifferenza

Fasi della Vendita Etica



La Vendita Etica

Regole Base

1. **Tutti** vendono qualcosa a qualcuno
2. Chiunque entra in contatto o si relaziona con il cliente svolge una **funzione commerciale**
3. L'obiettivo della vendita è creare **valore** condiviso
4. L'offerta è un **sistema** che comprende anche noi stessi
5. Per vendere efficacemente servono **metodo, competenze e capacità**
6. L'attività commerciale ha più **dimensioni** e necessita del lavoro di **squadra**

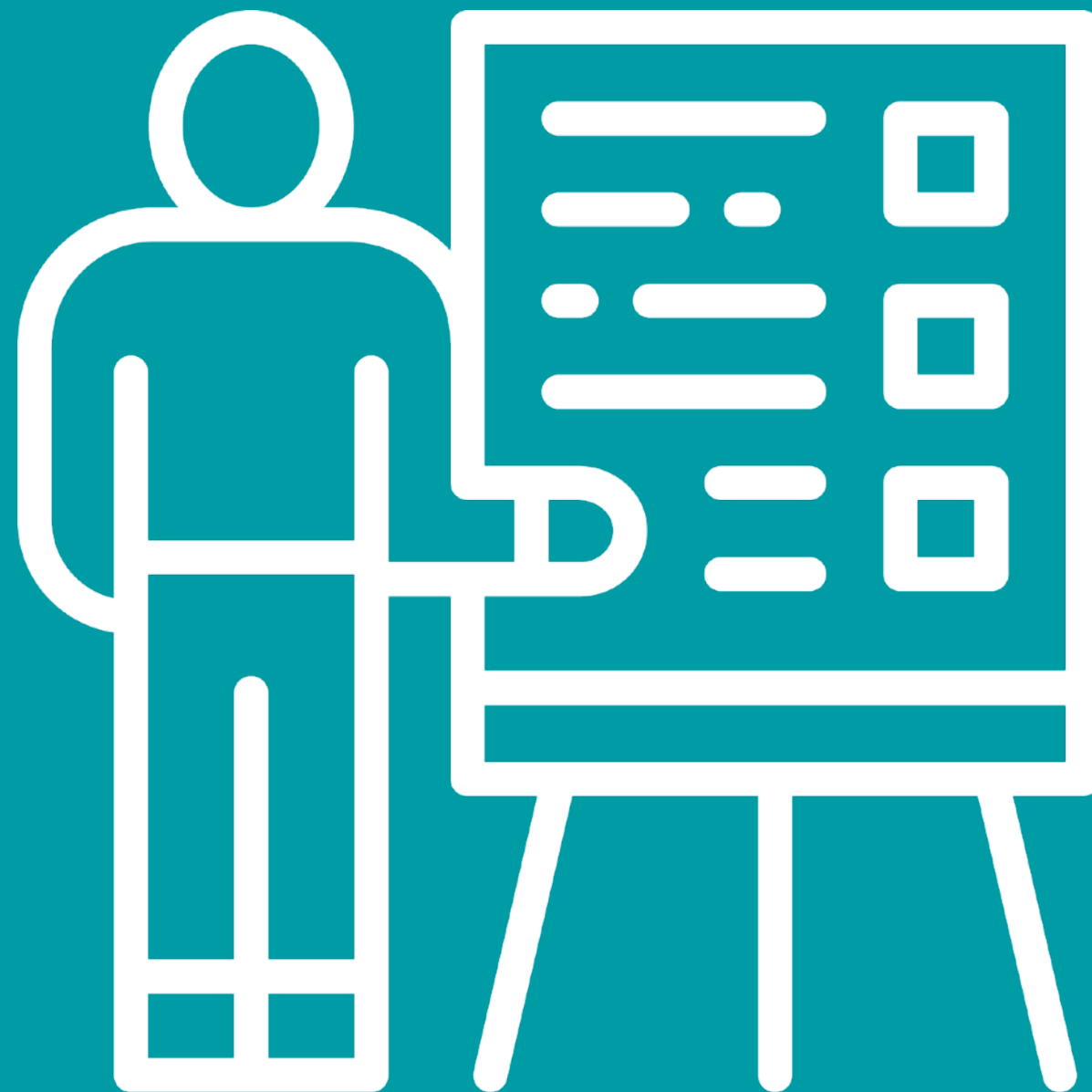


La Vendita Etica

I 4 Principi Base

1. Il venditore riconosce e soddisfa il bisogno (materiale e psicologico) alla base dell'acquisto, identificando ciò che rappresenta **valore per il cliente**
2. Il venditore riconosce e soddisfa pienamente quello che rappresenta **valore per lui** e l'organizzazione (tangibile e intangibile, attraverso il tempo)
3. la negoziazione mira all'**Integrazione** (non al compromesso) tra il valore espresso dall'azienda e il valore ricercato dal cliente
4. Il venditore accoglie la piena **responsabilità** del ruolo che svolge, nella consapevolezza che la **relazione** ha un ruolo strategico nello scambio

New Business: il piano di lavoro



“

*Le chiavi per il successo nel new business sono il
ritmo, la continuità e il metodo*

Passodue



New Business

Gli Strumenti Necessari

DB CLIENTI



Popolarlo e mantenerlo

APPUNTAMENTO PREVENTIVO



Trasmettere valore

AGENDA



Identificare priorità

TELEFONATE



Arrivare al decisore

TEMPO



Dare ritmo all'azione

EMAIL



Sciogliere il ghiaccio

Gli strumenti necessari

Analisi



	Email	Telefono	Appuntamento	Preventivo
Vantaggi	Veloce	Dialogo diretto	Relazione personale	Entra nel vivo della soluzione
Svantaggi	Impersonale Spam	Non visivo Superare Filtro	Tempi e costi	Valore da difendere
Obiettivo	Accreditamento	Appuntamento	Relazione e analisi esigenze	Attivare la collaborazione
Follow-up	Telefonata	Appuntamento	Preventivo	Riscontro

La telefonata commerciale: lo script



Fare una telefonata efficace

La Preparazione

- avere chiaro l'**obiettivo** della singola chiamata o della campagna: fissare appuntamento, invitare ad un evento,...
- darsi un **obiettivo di ricaduta** se non otteniamo quello principale: iscrivere a newsletter, fissare contatto successivo, ...
- cercare **informazioni** per conoscere l'azienda e individuare **chi** decide
- personalizzare lo **script** sul contatto e sulla campagna
- studiare **vantaggi** del sistema d'offerta **specifici** per ciascun contatto/campagna, preparandosi alle relative obiezioni
- predisporre strumento per **registrare** tutte le **informazioni raccolte** e monitorare la propria azione (risultati, *redemption*)

fare una telefonata efficace

Lo Script

Che cosa è lo **script**?

Una **traccia del dialogo** tra **chiamante** e **chiamato** che prevede i passaggi più strategici: come superare il filtro, presentarsi all'interlocutore, coinvolgerlo e interessarlo, le obiezioni più ricorrenti e le azioni successive.

Lo script - il testo

I 3 Passaggi Fondamentali

Apertura

- Superare il filtro per parlare con il decisore
- Presentazione al decisore

Dialogo con il decisore

- Chiarire il motivo chiamata
- Sollecitare l'interesse ed evidenziare vantaggi
- Raccogliere informazioni

Proposta appuntamento e gestione obiezioni

- Proposta appuntamento
- Superamento obiezioni
- Conferma accordo o passi successivi

Aprire la chiamata: superare il filtro



La chiamata commerciale

Individuare il Decisore

Per fare una telefonata efficace devo rivolgermi ad un **referente specifico che ha il potere decisionale** rispetto l'argomento di cui vogliamo parlare:

- se abbiamo il nominativo chiediamo direttamente di lui
- se non lo conosciamo meglio fare un'attività mirata per **qualificare il database** [ricerca nominativo via web o telefonata] e poi procedere ad un'attività mirata sull'obiettivo (presa appuntamento, invito evento/in filiale, ...)

Aprire la telefonata

Ho il Nome del Referente

1. SALUTO: stiamo “incontrando” una persona, la prima cosa che facciamo è salutare; prima della pausa pranzo è BUONGIORNO, dal rientro (o dalle 14.00) è BUONASERA
2. IL NOSTRO NOME e NOME DELLA NOSTRA AZIENDA: identifichiamo con chiarezza chi siamo e il nome dell'azienda che rappresentiamo
3. IL NOME DEL DECISORE: chiedere esplicitamente e con decisione della persona con cui desideriamo parlare

Aprire la telefonata

Ho il Nome del Referente

Buongiorno sono Alice Alessandri di Passodue, cerco il sig. Rossi ... è libero in questo momento?

Trovate la formula che vi fa sentire meglio, adeguata per voi, che sia positiva, chiara e diretta al punto

(i “...” rappresentano un istante di pausa)

Arrivare al decisore

Superare il Filtro

Definiamo **filtro** la persona che si interpone tra noi e il decisore.

Gli addetti al ricevimento delle chiamate hanno come compito quello di setacciare tra le innumerevoli chiamate, **selezionando solo quelle veramente interessanti.**

Per superare il filtro è necessario **allearsi con lui/lei**: cercate di essere suoi complici e create una telefonata che possa fare sentire l'interlocutore autorizzato/a a passarvi al referente. Valorizzerete il suo ruolo e otterrete il vostro scopo.

Arrivare al decisore

Superare il Filtro

Le persone perseguono **obiettivi connessi alla loro attività.**

Quando ci sembrano un ostacolo ai nostri progetti non dobbiamo pensare che esse abbiano qualcosa contro di noi ma **capire quali obiettivi stanno perseguendo e trovare un punto di contatto con i nostri.**

Trasformare la negoziazione da un gioco a somma zero ad un gioco che integra i **vantaggi per tutti.**

Arrivare al decisore

Superare il Filtro Alleandosi

Obiettivo Venditore

- Farsi passare il “capo”
- Capire con chi parla
- Suscitare interesse
- Trasmettere vantaggi
- Non essere visto come scocciatore
- ...

Conflitto interessi

Obiettivo Filtro

- Non disturbare il “capo”
- Comprendere
- Non perdere opportunità
- Non essere visto come poliziotto
- ...

WIN-WIN

Superare il filtro

Attenzione Alla Nostra Voce

Il tono di voce gioca un ruolo fondamentale: adottate un mix ben equilibrato di **garbo e determinazione**.

La **sicurezza interiore** di offrire un servizio/prodotto interessante influisce positivamente sul successo della vostra attività telefonica.

Anticipare la telefonata con una email (*) è un ottimo metodo per darci sicurezza e avere un appiglio per giustificare la nostra chiamata.

() approfondiremo in seguito l'argomento email*

Superare il filtro

Il Referente Non c'è

In questo momento è occupato/non c'è ...

Farsi alleato il filtro

Le chiedo un consiglio: qual è il momento migliore per trovarlo?

mandi una mail ...

State sul pezzo

Lo faccio sicuramente ... prima desidero parlare con il sig. Rossi per questo le chiedo di dirmi quando richiamare

Superare il filtro

Il Referente Non c'è

Mi lasci il suo numero che la faccio richiamare ...

Assumete il controllo del tempo

Si, glielo lascio volentieri comunque lo richiamerò quando mi suggerisce

In questo caso siamo noi a prendere l'iniziativa e quando richiameremo eviteremo di farci rispondere *Le avevo detto che il Sig. Rossi l'avrebbe richiamata appena possibile, per cui finché non lo fa non insista*

Superare il filtro

Non Ho il Nome del Referente

Se nonostante tutte le ricerche non siamo riusciti a individuare il nome del referente, chiediamo del responsabile della funzione che ci interessa

Buongiorno sono Alice Alessandri di Passodue ... cerco il responsabile della formazione ... è libero in questo momento?

Ogni ostacolo è un'opportunità per farsi dare il nome che cerchiamo:

Gli mandi una mail

Certo ... a chi devo scrivere? All'attenzione di chi la devo inviare?

Ora non c'è, richiami domani

Volentieri ... di chi devo chiedere?

Non ho il nome del referente

Il Filtro Mette Ostacoli

Per prassi aziendale non diamo i nominativi

Accogliete e allo stesso tempo siate **decisi** evidenziando il **vantaggio** per loro di conoscere le informazioni che vogliamo dare e l'importanza di conoscervi

Capisco le vostre linee aziendali ... cerco il responsabile qualità perché ci occupiamo di sistemi di ispezione e per questo possiamo supportare i controlli nella vostra produzione ... credo che questa cosa sia importante anche per voi e per questo cerco il collega che si occupa di qualità

Il filtro vuole capire

“Per che cosa era?” - “Mi anticipa di cosa si tratta?”

Serve una frase **breve e diretta** che convinca e autorizzi il filtro a passarci la persona di cui abbiamo bisogno, facendo leva sulle informazioni che abbiamo a disposizione.

1. Se avete anticipato la vostra telefonata con una email fate riferimento specifico ad essa: *volentieri, siamo già in contatto a mezzo e-mail e aspetta la mia telefonata*
2. Se avete già avuto rapporti commerciali: *certo, il sig. Rossi ci conosce perché siamo già stati vostri fornitori per ...*
3. Se avete una conoscenza in comune fate esplicito riferimento: *certamente, gli può dire che siamo in contatto attraverso il sig. Bianchi*

Il filtro vuole capire

“Per che cosa era?” - “Mi anticipa di cosa si tratta?”

- Usate una frase semplice che il filtro possa riportare integralmente al suo referente: *devo parlare con il Sig. Rossi riguardo alle nuove normative sulla privacy e la sicurezza dei dati*
- Costruire una frase che descriva un vantaggio specifico per la persona con la quale volete essere messi in contatto: *certo, glielo spiego subito ... ci occupiamo di sistemi di ispezione e possiamo supportare i controlli nella vostra produzioni, per questo cerco il responsabile della qualità*

Il filtro NON vuole capire

“Siamo già a posto”

Capisco ... quindi è lei che si occupa direttamente della sicurezza dei dati informatici?

SI

Fate domande per capire se è davvero il decisore: *Quale marchi utilizzate? Che tipo di tecnologia utilizzate?*

NO

Fare capire che è importante parlare con il decisore: *Cerco il responsabile della logistica perché ci occupiamo di sistemi di mobilità delle merci ... credo che questa cosa sia importante anche per voi, per questo cerco il collega che si occupa dei trasporti*

Costruire il proprio script

TASK



SVOLGIMENTO

Rispondete a queste domande e iniziate a strutturare il vostro script:

- Come voglio iniziare la telefonata?
- Cosa posso dire al “filtro” quando chiede “Mi anticipa di cosa si tratta?”
- Quali domande/obiezioni mi fa più frequentemente il “filtro” e come posso rispondere?

Per la costruzione delle risposte prendi ispirazione dai punti riportate nelle slide precedenti.

Continua la formazione e scarica la dispensa

www.passodue.it

Rimani sempre aggiornato con Passodue



Segui il blog di Passodue

Ogni mese **articoli** e **contenuti utili** per aiutarti a mantenere vivo e attivo il lavoro di **formazione continua** sul tema della **business ethics**.



Scopri l'Area gratuita MyPassodue

Video, esercitazioni, l'archivio delle **newsletter**, **test** e **approfondimenti** pensati per migliorare il tuo rapporto con clienti, collaboratori e mercato.



Scopri le nostre pubblicazioni

La ricerca di Passodue, iniziata nel 2011, sui temi della **vendita**, del **marketing**, dell'**etica** e della centralità della **persona** all'interno delle logiche di mercato

Per scaricare la dispensa accedi a MyPassodue

www.diariodiunconsulente.it/mypassodue/

Corso: Mondilla

Psw: MP23-Tel

passodue.com



Passodue
ETHICS IN BUSINESS