Come ottenere più clienti e vendere di più

di Paolo Franzese

Tempi difficili, per tutti, per questo ho deciso di approfondire il tema "*come ottenere più clienti e vendere di più*". Siamo davanti ad un nuovo modo di vendere, se vendi ancora come si faceva dieci anni fa devi stare molto attento. In questo clima generale imparare un modo completamente nuovo di vendere può essere importante per **vendere di più**.

Il futuro del commercio

Ne abbiamo parlato spesso, ti sto avvertendo, è in arrivo un cambiamento nel mondo del commercio, che stravolgerà le nostre abitudini, lo abbiamo visto tutti. La pandemia nel 2020 ci ha scaraventato nel futuro, abbiamo fatto un salto di 10 anni. In arrivo una nuova era del commercio, gli imprenditori e i consumatori stanno modificando permanentemente il commercio.

Tutto sta cambiando, le **attività commerciali**, gli **acquisti** e i **pagamenti**, ne stiamo parlando anche nel gruppo IMAGINERS, si sta discutendo del **futuro del commercio**.

Il commercio oggi è interazione, un vero rapporto "intimo" tra *azienda* e *clienti*, con questo articolo vorrei mettere un altro tassello nel gigantesco puzzle che sto costruendo, in modo da ottenere una visione completa di ciò che ci aspetterà.

> Il commercio che conosciamo è finito, è cambierà in modo definitivo.

Come ottenere più clienti e vendere di più? Cambia…

Gestisci la tua attività commerciale online

Ottenere potenziali clienti qualificati ed espandere la case dei tuoi clienti, questa la parte più difficile. Un modo molto efficace per farlo è **pubblicare annunci**, ed oggi è molto semplice farlo: lancia una campagna pubblicitaria on line. Molti si intimidiscono al solo pensiero, ma una

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

campagna intelligente potrebbe essere la soluzione perfetta per te. Questo modo di fare pubblicità può essere una buona soluzione per rilanciare la tua attività. Quando poi riesci a contattare il potenziale cliente, devi imparare a vendere, a costruire una relazione genuina e significativa, così come se fosse sfida. Per veder aumentare il tasso di successo e soprattutto in questi tempi difficili.

Oggi hai una serie di strumenti on line, per piccole e medie imprese come la tua, ed è molto facile da impostare una campagna pubblicitaria (*Social Media Advertising e altro*):
? Annunci sponsorizzati su **TikTok**
? Campagne sponsorizzate su **Facebook** (*quindi anche **Instagram***);
? Campagne su **Google** ADS;
? Inserzioni su **LinkedIn**;
? Campagne per le interazioni su **Twitter**;
? Acquisto di Pin sponsorizzati su **Pinterest**;
? Contenuti pubblicitari su **Snapchat**;
? Annunci TrueView su **YouTube**;
? …

Come ottenere più clienti e vendere di più? Sui social devi iniziare a sponsorizzare. Le piattaforme imparano dai tuoi annunci, per migliorare i risultati e farti sponsorizzare sempre di più. Gli annunci vengono gestiti nel tuo interesse e nell'interesse di chi vede l'annuncio (profilazione). Le piattaforme di creazione degli annunci ti fanno risparmiare tempo semplificando al meglio la configurazione e la gestione dei tuoi ADS.

Utilizzando questi strumenti di pubblicità SMART puoi raggiungere più clienti e ottenere più risultati, silenziosamente i social lavoreranno per te e tu potrai concentrarti sulla gestione dei tuoi affari. Strumenti progettati ad hoc per aiutarti a generare e raggiungere nuovi contatti (clienti).

I passaggi sono sempre gli stessi e si possono riassumere così:

1. Definisci un **obiettivo** (avere più telefonate, clic sul tuo sito, traffico verso la tua attività, …);
2. Decidi **dove** fare pubblicità (in base alla posizione geografica e alle parole chiave);
3. Sii **creativo** nel creare il tuo messaggio;
4. Pensa a quanto vuoi investire e imposta il **budget**;
5. Attiva la sponsorizzata e migliorala in **tempo reale**;

La cosa interessante (ad esempio per *Gooogle ADS*) è che paghi solo quando le persone fanno **clic sui tuoi annunci**, questa è la parte migliore.

Sai come ottenere più clienti e vendere di più? Torniamo alla parola vendere.

Offline, cosa ti ricorda la parola vendere?

Lo so, per te potrebbe essere una brutta parola, ed è una reazione giustificata. Infatti la maggior parte delle esperienze con i nostri venditori sono spiacevoli. Pensa a quando ti *interrompono*, ti chiamano al telefono per venderti qualcosa, scatta l'aggressività. Tutti abbiamo fatto questa esperienza e sicuramente non la ricordiamo con piacere, oppure ricorda l'esperienza di quando ti hanno bussato alla porta per proporti qualcosa, una vendita, un nuovo contratto, …

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Purtroppo questi non sono buoni esempi, in questo caso la parola “vendere” non si lega a bei ricordi. Tutto questo perché le persone usano tattiche di *vendita ad alta pressione*, per ottenere un “sì” in modo da interrompere un’interazione stressante. Se queste sono state le tue esperienze allora è normale che la parola “vendere” ti faccia stare male. Ma sai che devi vendere per il bene della tua azienda ed ora leggerai un **modo diverso** per avvicinarti alle vendite, dimentica tutto ciò che pensi di sapere sulle vendite.

Outbound Marketing vs Inbound Marketing

Cosa significa veramente vendere?

Sicuramente non è quello che pensi tu, vendere non è interrompere, non è stressare, non è convincere, non è una forma di manipolazione emotiva.

> Vendere è ispirare il cliente a prendere una determinata decisione.

Aiutando il cliente a pensare alla sua sfida, allineandoti ai suoi valori, alle sue convinzioni. Ora è il momento di ripensare alla parola “vendere”, ne ho anche parlato precedentemente.

Servire non vendere

Questo si che è un vero cambio di mentalità globale, pensare alle vendite in modo totalmente differente, ora non devi pensare a cosa ottieni ma a cosa dai, un vero e proprio aiuto agli altri, senza aspettative. Devi vendere interessandoti al miglioramento degli altri, con spirito di generosità e altruismo. Devi agire come un professionista che si prende cura dei soldi di qualcun altro e dei loro affari ottenendo il miglior interesse possibile, devi essere il fiduciario del tuo cliente.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Evita di dare consigli, fai domande

Abbiamo dentro di noi un “mostro consigliere”, tutti noi sappiamo qualcosa che abbiamo sperimentato e possiamo essere d’aiuto a qualcuno, questo è l’esatto contrario di quello che devi fare.

Devi fare domande, pensare è difficile, chiedere aiuta i clienti a pensare, il cliente arriva con un’idea poco chiara del suo vero problema, solo facendo domande puoi scoprire il vero problema. Utilizza la curiosità per sondare, poni domande, otterrai delle chiavi magiche che apriranno la mente del cliente. Se fai domande, hai rispetto dell’altra persona, quando fai domande chi ti ascolta si sente importante, chi ascolta le tue domande ha la sensazione di avere potere.

Gli altri hanno paura di chiedere, gli atri non sono curiosi abbastanza, serve tempo e se tu chiedi puoi raccogliere informazioni che altri non hanno ottenuto. Chiedi per trovare il problema corretto da risolvere, di solito il primo problema che senti non è il problema corretto, chiedi per scoprire le motivazioni più profonde e per ottenere chiarezza.

Le migliori domande iniziano con “**cosa**“, aprono la discussione, si resta neutri, imparziali, mentre le domande che iniziano con “**come**” si concentrano sul trovare un “metodo” e dobbiamo affrettarci a trovare una risposta, invece le domande che iniziano con “**perché**” risuonano come accusatrici se il tono non è corretto, devi fare *attenzione* alle domande che iniziano con “**perché**“.

Tutti utilizzano delle domande per vendere, anche io utilizzo delle domande per ottenere un determinato obiettivo, ad esempio:
? *Cosa ne pensi*?;
? *Cosa ti impedisce di procedere?*;
? *Qual è la vera sfida?*;
? *Cosa non ti fa dormire la notte?;*
? …

Poi utilizzo la “*e cos’altro…* “, per comunicare che voglio sentire di più e parlare di meno, mi serve raccogliere informazioni durante il **brief conoscitivo**. Cerco di dare continuamente feedback al mio interlocutore con *piccole affermazioni*, con il cenno del capo, senza dire altro.

Il tuo vantaggio competitivo è ascoltare

Tutto quello che dice il cliente è importante, glielo devi trasmettere con delle azioni, come faccio a indicare a chi mi ascolta che dice cose importanti? **Prendo appunti** sulla mia *Moleskine*, si, faccio come i giornalisti, prendo appunti mantenendo il contatto visivo con il cliente. Fai anche tu così per capire a cosa i tuoi clienti prestano più attenzione e se il tuo messaggio sta arrivando chiaramente.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Le mie Moleskine Notebook Classic con Copertina Morbida, molti successi sono nati da questi appunti.

Un’altra tecnica d’ascolto è “***riflettere*** *come uno specchio*“, ovvero ripetere le ultime parole che dice il cliente. Se il mio cliente dice che gli piacerebbe avere un e-commerce fantastico, io ripeto “ *un e-commerce fantastico*“, **ripeto solo le ultime parole**.

Come ottenere più clienti e vendere di più? Utilizza il cuore.

Sii empatico per comprendere il dolore del cliente

È fondamentale far capire che sai cosa sente il tuo interlocutore, concentrati sulla sensazione, non sulla soluzione. Aiutalo a rivivere quel momento facendo alcune domande, riportando a galla le emozioni di quando era alla ricerca di una soluzione, aiutalo a rivivere quel momento. Quasi tutti prendiamo decisioni basate sull’emozione. Devi imparare a ri-orientare il pensiero di chi ti ascolta verso ciò che sta provando etichettando le emozioni (labeling). Queste sono tecniche di negoziazione ma credo che ne riparleremo prossimamente.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

Un'esempio di questa tecnica potrebbe essere iniziare la frase con: "*Hai paura di non riuscire a vendere di più? Allora…*".

Riassumi cosa hai ascoltato

Ora hai una grande opportunità, ora puoi dimostrare che hai ascoltato attentamente. Impara a mettere tutto insieme e riproporre i punti salienti, non devi aver paura di riprodurre ciò hai sentito. Generalmente le persone evitano questo punto perché magari temono di confermare ciò che i clienti sospettano, non aver prestato la giusta molta attenzione.

Ovviamente tu non sei un registratore, tu puoi riprodurre tutto ma non aver capito niente, invece qui hai l'occasione per dimostrare che hai capito. Non aver paura di chiedere se hai capito bene, riceverai chiarimenti o otterrai conferma, sono tutte e due cose importanti, e per essere sicuro chiedi se devi sapere altro.

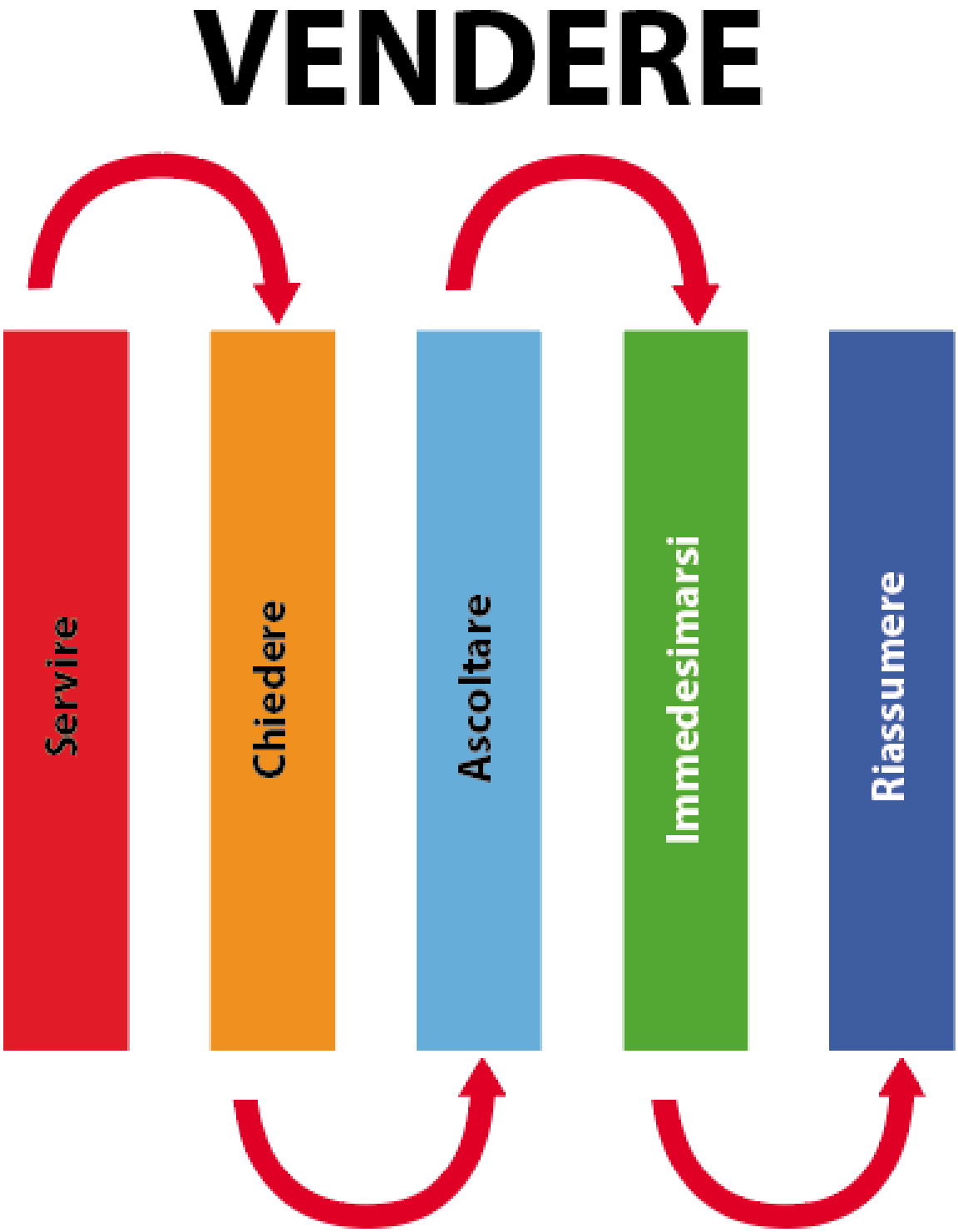
Ora siamo alla chiusura, la parte più critica, dopo aver riassunto non puoi fermarti qui, devi imparare a chiudere.

Come chiudere la vendita

Le decisioni fanno paura, allora devi rendere più facile prendere una decisione, devi incorniciarle con domande che guiderà dolcemente il tuo interlocutore a prendere piccole decisioni, piccoli compromessi. Alla fine devi solo usare il condizionale "**Se / Allora**" come ipotetica chiusura, devi ottenere un SI sicuro, ipotetico, che richiede poco impegno.

Riassumiamo: vendere significa **servire**, **chiedere**, **ascoltare**, **immedesimarsi** e **riassumere**.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons



Cosa significa vendere?

Vendere significa… Servire, essere generosi e voler davvero aiutare qualcun altro oltre te, devi capire i suoi obiettivi oltre i tuoi e lo puoi fare facendo molte domande, solo così potrai trovare il

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

vero problema. Facendo domande farai capire realmente cosa sta passando il tuo cliente. Intanto inizia a prendere appunti e avvicinati empaticamente a chi sta parlando, etichetta il dolore e alla fine riassumi ciò che hai imparato.

Questo è tutto per me, spero che tu abbia imparato qualcosa per capire come ottenere più clienti e vendere di più.

Ci vediamo nel gruppo IMAGINERS ti aspetto.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 14 Dicembre 2020

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons