

HAI BISOGNO DI CLIENTI?

Smettila di pensare ai tuoi bisogni! Afferra le 5 regole fondamentali e triplicherai i tuoi guadagni in 9 mesi!



Parto subito col descriverti le 5 regole fondamentali:

1 – Devi sapere come muoverti per non bruciare il tuo appuntamento!

Se non riesci a chiudere il numero di contratti che vorresti e quindi sei preoccupato delle tue finanze, di come poter vivere una vita dignitosa e ancor di più hai famiglia e sei preoccupato di come mandarla avanti e vuoi riuscire a capire dov'è che sbagli, perché non riesci a far fruttare tutto il tuo impegno. Inizio col dirti che devi sapere che devi muoverti diversamente nei confronti dei **potenziali clienti**, quando riesci a confermare un appuntamento, prima di poter chiudere un contratto, devi **sapere come muoverti** per non bruciare la fine del percorso e non poter concludere il tuo appuntamento in bellezza!

Premetto col dire che non è cosa facile riuscire a “togliere” del tempo ad una persona che nonostante tutti i suoi problemi e le mille preoccupazioni ha deciso di ascoltare te, ha deciso di fidarsi un certo modo della tua soluzione, e vuole andare a fondo per vedere se può affidarsi completamente a te! Sappi che per rivolgersi a te tra i tanti, lo ha fatto perché qualcosa lo ha incuriosito ad ascoltarti, probabilmente non sei uno dei tanti, e sicuramente sarà scattata la “scintilla”. Qualcosa lo ha portato a voler capire più a fondo sulla proposta migliore che tu gli offri rispetto ad altri, quindi non sprecare questa opportunità. Presumo che tu abbia già da prima fatto un buon lavoro di marketing per poterlo attrarre, oppure ti è andata bene perché di tuo ci sai fare d'altronde, ma ricorda non ti andrà sempre bene, e per questo ci vuole la **giusta strategia** per catturare non un cliente una tantum, ma alzare il tuo target, per farti sì che il numero dei tuoi clienti aumenti con costanza e **di conseguenza aumenti il tuo fatturato!** Se ti trovi qui è perché probabilmente avrai visitato il nostro sito web o letto i nostri articoli e così via :). Va beh se non lo hai fatto prima, ti perdoniamo solo perché lo stai facendo ora! :D. Ritornando a noi, dicevamo che una volta riuscito ad avere il tuo appuntamento, non devi sprecarlo. Prima di vendere il tuo servizio, devi sapere le strategie, i principi che sblocchino il tuo operare, soprattutto che sblocchino il tuo atteggiamento per poter a sua volta sbloccare i tuoi risultati. Molti purtroppo nel settore finanziario non sanno cosa vuol dire fare marketing finanziario ed è lecito perché non è il loro mestiere! e autenticamente non sono in grado di generare soldi, pur essendo bravi nel lavoro; ma voglio dirti che la tua bravura unita ad una **strategia di marketing funzionale** ti porterà risultati garantiti! È il momento di capire come funziona la vendita e capire come funziona il mondo del marketing per ottenere il massimo possibile da quello che facciamo. Quindi sfrutta al massimo questa opportunità, fai la differenza tra i tanti, inizia ad agire con le giuste strategie che ti permetterà di avere il successo sempre desiderato e di aumentare il tuo fatturato! Per

comprendere al meglio **i tre livelli di diffidenza** ti consiglio di approfondire seguendo il **corso gratuito** che abbiamo preparato.



HAI BISOGNO DI CLIENTI?

Devi comprendere “I 3 livelli di diffidenza per annientarli”

Nell'articolo che hai letto hai scoperto le 5 regole fondamentali per triplicare i tuoi guadagni. In questo corso scoprirai i 3 livelli di diffidenza e come superarli.

SEGUI ADESSO

2 – Smettila di vendere per i tuoi bisogni!

Ti starai chiedendo: “Ma come? Io vendo per soddisfare le mie esigenze, per poter avere una bella casa per la mia famiglia, la mia macchina nuova” certo che puoi pensare a tutto questo sono tutti i comfort di cui hai bisogno, ma non puoi pensare a tutte queste cose mentre fai una trattativa, no assolutamente no. I risultati che possiamo ottenere in termini di vendita non hanno nulla a che vedere con ciò di cui abbiamo bisogno. Se quando ti presenti all'appuntamento e cominci a parlare del tuo prodotto del tuo servizio, e cominci a elencare tutte le agevolazioni, le caratteristiche positive del finanziamento

etc., sappi che la trattativa andrà uno schifo. Se tendi a basare la comunicazione solo e unicamente su di te e sui tuoi **bisogni**, tenderai a dare poca importanza ai bisogni del cliente. Le persone hanno bisogno di **essere ascoltate...**

Ti racconto due storie brevi, riportando te come protagonista:

“In un negozio di abbigliamento. Tu entri e ti avvicini al capo che ti ha attratto e vedendo che è la tua taglia lo provi. Ci sono due commesse, una delle due si avvicina subito e inizia a spiegarti l'articolo nei suoi dettagli, di che materiale è fatto, come lo puoi abbinare e a quel punto cerca di vendertelo a tutti i costi, anche se tu le dici che non sei convinto/a del capo lei ti interrompe mentre parli a spada tratta ti dice: “Ma perché? Guardi che è un capo ottimo e farà la sua bella figura acquistandolo, lo prenda è l'ultimo pezzo”, senza nemmeno ascoltare tu di cosa hai bisogno, senza capire come mai quel capo che inizialmente poteva interessarti non ti ha più colpito. Ora i motivi potrebbero essere tanti: forse non ti piace il materiale, oppure vedendo il capo da vicino non ti ha convinto, probabilmente perché indossato non dava l'effetto desiderato?... Sarà perché non ha saputo vendertelo, perché non ha ascoltato i tuoi bisogni? La tua reazione quale sarebbe stata? Beh, credo che notando il suo atteggiamento insistente, avresti alzato i tacchi e senza nemmeno vedere altri capi, molto infastidito saresti andato via subito, pensando:

- **Che non saresti più entrato in quel negozio fino a che ci fosse stata lei**
- **Che non ci sa proprio fare con i clienti**
- **Se non fosse stato per il suo modo insistente, avresti provato altri capi**

Vedi che tutto si basa su una buona comunicazione. Non sapersi relazionare manda tutto in fumo!

Ora vediamo il caso opposto... entri nel negozio, ti avvicini al

soprabito che ti ha attratto, e la commessa ti saluta con aria gentile e ti dice che per qualsiasi cosa lei è lì a disposizione, tu le rispondi che vorresti provare quel capo, ma non sei convinto che ti piaccia, e lei:

- “Cos’è che non la convince magari la posso consigliare”, e tu le rispondi che forse il colore non ti convince e non ti sta bene, e lei ti dice che guardando bene il tuo incarnato che effettivamente non si intona ma che ha un altro soprabito del colore che ti donerebbe molto, e ti consiglia di provarlo perchè magari indossato ha tutta un altro effetto.

Tu decidi di provarlo perché ti ha convinto. Sei d’accordo con me che le due commesse sono lì per fare il loro lavoro e per venderti il prodotto, ma i modi di fare della seconda commessa sono totalmente diversi, anche se gli obiettivi erano gli stessi, cioè di venderti il capo, la seconda commessa, ha saputo ascoltarti, ha saputo essere delicata, usando la giusta misura di insistenza e ti ha portato a provare il soprabito perché il suo modo gentile nel cercare di capire cosa non ti convincesse, il suo affermarti che quel colore di quel soprabito effettivamente non era un colore che ti stava bene, ma che il colore perfetto per te fosse un altro, ti ha convinto a provarlo, e molto probabilmente ad acquistarlo. Avendo avuto tu la possibilità di spiegare bene il motivo della tua indecisione ad una persona che ha saputo ascoltarti. Esprimendo la tua perplessità, la commessa, essendo brava nel suo lavoro e avendo capito molto bene che il cliente va ascoltato, ha subito agito, dandoti ragione sulle tue titubanze (quindi in questo caso il cliente si è sentito compreso) ma al tempo stesso ti ha offerto la soluzione ideale (proponendoti il capo del colore perfetto per te). Questo per dirti che le persone vogliono essere ascoltate e comprese, solo così possono fidarsi di te. Ti dirò di più, che le persone oggi sentono il **bisogno di essere ascoltate** e comprese perché la società tende sempre di più a pensare al proprio “Io” e per questo fanno di tutto pur di vendere, anche dire

frottole!

Credo che avrai visto il film **“Hitch”** nel quale il protagonista interpretato da Will Smith aiuta uomini goffi e insicuri a conquistare le donne di cui sono follemente innamorati. Dai un’occhiata al video sotto □ troverai tanta verità, anche se parla di argomenti differenti dal settore finanziario, ma il principio è lo stesso credimi. Vedi la differenza tra l’approccio dei due che si contengono la donna seduta al divano.

<https://marketing.it/wp-content/uploads/hitch-.mp4>

Beh se hai visto, Cip il ragazzo che si è avvicinato a Sara (la ragazza seduta sul divano) è andato diretto a lei facendole i complimenti più banali e scontati, ma la cosa terribile è che non ascolta ciò che lei gli continua a dire, e continua a parlare senza fermarsi. Probabilmente se avesse avvicinato diversamente, avrebbe avuto almeno una chance di proseguire quanto meno la conoscenza con Sara. Saper ascoltare e comprendere cosa le persone cercano realmente è la vera vittoria per riuscire nelle cose ci prefissiamo.

3 – Vendere quando si ha bisogno è il peggior momento!

Quando vendi e sei concentrato su tuo bisogno inizi a spiegare ininterrottamente, sperando che parlando egregiamente del tuo prodotto il potenziale cliente si convinca e compra. Ma non è così! Solitamente il cliente ha la reazione inversa, non compra e magari ti dirà anche dei motivi diversi da ciò che pensa realmente, tipo che ora non può, o che la soluzione finanziaria offertagli non va bene per lui ecc... Ricorda che il

compito di un professionista è guidare il cliente nella scelta della soluzione finanziaria più consona ai suoi fabbisogni.

Quindi smettila di pensare ai tuoi bisogni quando vuoi concludere una trattativa. Quando ci avviciniamo al nostro potenziale cliente e cerchiamo di vendere per i nostri bisogni il potenziale cliente smette di seguirti nei discorsi e automaticamente percepisci e inizi a entrare in un vortice, inizi a demotivarti e a non vedere l'ora di andartene, perché sai già che non accetterà mai.

Ecco perché insisto che si devono capire i **bisogni** di chi ci sta di fronte, cercare di far venire fuori le sue ansie, non devi descrivergli il prodotto, lui già lo conosce. Devi concentrarti sul fargli le domande per capire cosa sta cercando, cosa lo turba; dopodiché devi insistere e devi saperlo convincere.

Ricorda in una trattativa non devi sentirti tu a disagio ma il cliente e tu devi far sì che lui da una situazione di disagio inizi a rasserenarsi e a fidarsi di te. Se il cliente è in difficoltà non devi essere timido, non puoi bloccarti, devi andare avanti nella vendita, cercando di fargli quante più domande possibili. Se quella persona ha deciso di prendere un appuntamento con te è perché c'è **interesse** da parte sua di risolvere il **problema** che lui ha molto probabilmente con te.

Se vuoi **aumentare** il tuo **fatturato** e vuoi che il tuo lavoro vada alla **grande**, devi vendere mettendo da parte i tuoi bisogni. Quando hai a che fare con il **cliente**, in quel momento lui scarica su di te le sue preoccupazioni, le sue ansie, magari ha anche atteggiamenti non accomodanti e non è facile tirargli le parole di bocca. Ti posso garantire che non è una cattiva persona e solo una persona che si trova in una situazione dove pensa continuamente se si sta dirigendo verso la scelta giusta, se fa bene, se fa male e in tutto ciò pensa anche a quello che penserebbero i suoi parenti e i suoi amici, se la scelta risulterebbe sbagliata.

Le persone che ci circondano, soprattutto quelle per le quali nutriamo affetto e stima in un certo modo ci **condizionano** indirettamente nelle scelte. Quindi devi cercare di abbattere questo muro, devi **conquistare** la sua **fiducia**. Quando il cliente parla, non devi guardare il suo atteggiamento, ma devi andare a scavare finché il suo atteggiamento non cambia. Devi capire che il suo è un atteggiamento di difensiva e questo lo devi tenere sempre presente, solo così non ti abatterai e andrai avanti nella tua impresa. Approfondisci i tre aspetti che non devi mai trascurare attraverso **la puntata del Podcast** che abbiamo registrato.



HAI BISOGNO DI CLIENTI?

Questa volta sarà tutto diverso!

Hai mai pensato che gli insuccessi della tua Agenzia non sono colpa tua ma piuttosto di una incoerenza nelle campagne che si intraprendono? Troppo spesso sono completamente sbagliate e procurano più danno che bene. Il Marketing è una cosa troppo seria e importante per porlo allo sbaraglio. Qui lavoriamo assieme per migliorarlo e per arrivare al successo che meriti.

ASCOLTA ORA

4 – Spesso avere bisogno ti fa

trovare scusanti

Se sei in una condizione di bisogno, quando ti becchi il “NO” troverai mille scuse: **“Va beh tanto non ha bisogno”**. **“Non era realmente interessato”**. **“E’ il classico tipo che ti fa perdere tempo”**.

Ma tu quante volte hai sottratto tempo alla tua vita per andare ad un appuntamento con uno sconosciuto, con le mille cose da fare? Con i tuoi problemi da risolvere? Beh io...mai! E credo lo stesso anche tu. Le persone non hanno tempo da perdere, soprattutto poi con una persona che non conoscono nemmeno, quindi se ha preso l’appuntamento con te è perché in buona parte ha pensato che tu saresti stato la **soluzione** ai suoi **problemi**.

Se vai all’appuntamento con la tua necessità nella testa, non capirai mai dove sono i tuoi **errori** e di conseguenza ti limiterai sempre a dare la colpa al cliente e non **migliorerai** mai nelle tue trattative. Quindi niente aumento del **fatturato**.

5 – Avere bisogni spesso manda in blocco

Tutte le volte che parti con il disperato bisogno di chiudere un contratto per soddisfare i tuoi bisogni vai in blocco. Mi piace ricordare le parole del politico, giornalista Antonio Pertini: “Gli uomini, per essere liberi, è necessario prima di tutto che siano liberati dall’incubo del bisogno. Se ci rifletti è proprio così, quando siamo attanagliati dal disperato senso di bisogno, ci caliamo in un circolo vizioso dove ciò che trapela è solo la nostra disperazione nel voler chiudere assolutamente quel contratto. Certo devi cercare di chiudere il tuo contratto, su questo non ci piove, ma senza metterti tu al centro, perché ti ripeto e te lo ripeterò all’infinito, manderai tutto in fumo. Meno sei orientato verso

il cliente, meno vendi. **Per fortuna che ogni trattativa parte da zero!**

Puoi ripartire da zero, puoi cambiare strategia. Non c'è linea che non può essere rotta.

Devi concentrare i tuo focus sui bisogni del potenziale cliente, la trattativa deve essere indirizzata a focalizzarci sui bisogni specifici di quella persona, che sono diversi per ogni persona.



HAI BISOGNO DI CLIENTI?
Scopri le 3 tecniche per
superare i blocchi del
cliente!

I clienti amano sentirsi speciali e grazie a questo video scoprirai cosa loro sperano che questa volta sarà diverso e come puoi dimostrarglielo.

GUARDA SUBITO

Ciao e ricorda, **GUTTA CAVAT LAPIDEM**