



ATTIRARE



ACQUISIRE

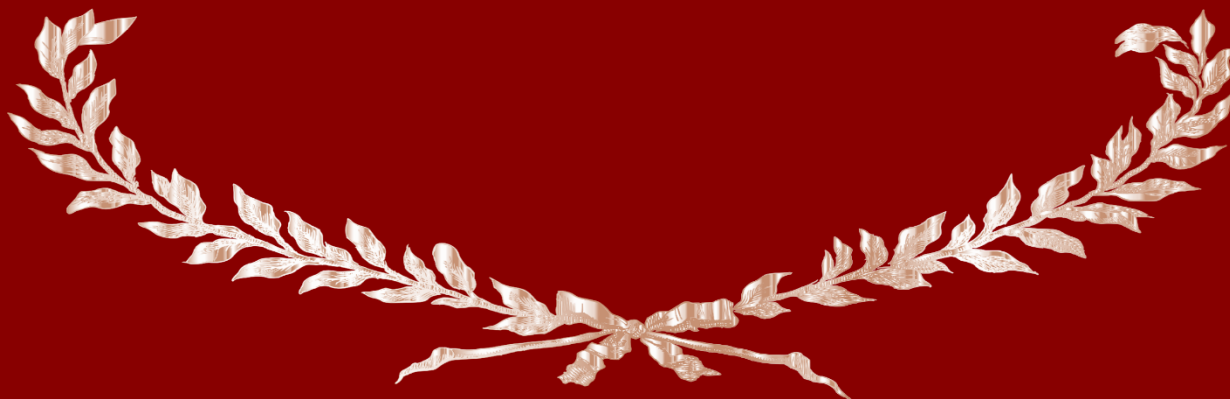


MANTENERE

I 6 ANELLI DEL “SÌ, LO VOGLIO”

EROS & UGO

PRESENTAZIONE TECNICA EFFICACE



CLIENTI SENZA VENDERE

PRESENTAZIONE TECNICA?

Hai mai parlato con un nerd? Quelli che **nessuno capisce**, a meno che tu non sia uno di loro?

Sicuramente sei una persona molto **competente**, almeno nel tuo campo. Conosci a fondo la materia, ne sai **10.000 volte** di più del **cliente potenziale** che hai davanti.

Ma per fargli dire di "Sì! Lo voglio." hai la necessità di **trasmettergli** delle informazioni importanti in modo tale che le possa capire ed assorbire. Solo allora ti **sceglie** come fornitore, consulente o partner.

Non importa se stai offrendo un prodotto o un servizio. Una centrale nucleare, un giocattolo o un investimento finanziario.

Questo potenziale cliente deve operare una **scelta**. E per farlo si basa su quello che gli viene **detto**, sente e legge. Perché lui, la materia in oggetto **non la conosce** e ancor di più, neppure gli interessa!

Quando **presenti** un prodotto o un servizio a un cliente, lui vuole **soddisfare** una sua esigenza, secondo determinati **criteri** (e molti di questi non li sa neppure!), tu vuoi capire se sei in **grado** di soddisfarlo e, in tal caso, vuoi che **acquisti**.

Ecco cos'è la presentazione tecnica.

PERCHÉ I TECNICI SONO AMATI?

(A VOLTE)

Parlare con un tecnico che sappia presentare è un vero **desiderata** del cliente.

Naturalmente i nostri potenziali clienti possono avere **domande** tecniche alle quali solo un esperto, un tecnico può rispondere in modo **preciso**, competente e completo.

Il tecnico ha per definizione una conoscenza **approfondita** della proposta, della **soluzione** e delle situazioni che si possono affrontare.

Ma soprattutto i tecnici tendono ad essere più **onesti**! In fondo si sa, sono loro che devono **aggiustare** le cose quando è stato venduto qualcosa che non si può fare, pur di avere l'ordine!

Quindi i tecnici possono costruire rapporti di **fiducia** con i potenziali clienti, aiutando a creare relazioni durature e a generare **opportunità** di business a lungo termine.

Se ti presenti come un tecnico, un esperto che sa della materia e sai rispettare la catena persuasiva dei 6 anelli (che è **essenziale** per ottenere risultati), sarai cercato da tutti i clienti e molti ti diranno "Sì! Lo Voglio."

6 ANELLI

Essere in grado di condurre una presentazione efficace è indispensabile per chiunque che, trovandosi ad interagire con un cliente o potenziale tale, desideri influenzare l'acquisto di un prodotto o un servizio.

Questi 6 anelli della catena persuasiva son in grado di rendere efficace anche le presentazioni più difficili.

Abbiamo davanti un cliente o potenziale tale e il nostro compito è farci scegliere. Ecco come procediamo.

1. PRIMA DI PARLARE, DOMANDA

2. VANTAGGI E VANTAGGI

3. KISS (KEEP IT SIMPLE STUPID)

4. UNA IMMAGINE 1000 PAROLE

5. VIVA LE PREOCCUPAZIONI

6. CHIAMATA ALL'AZIONE

1. PRIMA DI PARLARE, DOMANDA.

Comprendiamo veramente le esigenze del cliente? In genere NO

Prima di iniziare la presentazione, dobbiamo sapere quali sono le esigenze e i requisiti del cliente.



Chi è che abbiamo davanti? A quali **aspetti** è interessato?

E un imprenditore che è solo interessato ai **risultati** e a quanto costa?

Un nerd che vuole capire **come funziona**?

Un Manager che ha la necessità di capire **l'impatto** sull'organizzazione o sulla sua vita?

Ognuno ha bisogno vuole conoscere alcuni **aspetti diversi** della nostra proposta. Il resto non gli interessa.

Sappiamo chi abbiamo davanti, e a quali aspetti è interessato e cosa vuole **raggiungere**, che risultati, che desideri ha?

In tal caso sapremo (per quanto sia difficile per alcuni) **personalizzare** la nostra presentazione e affrontare i loro **specifici** problemi e dimostrare come la nostra proposta può **aiutare** a risolverli.

2. VANTAGGI E VANTAGGI.

I **dettagli** tecnici possono essere importanti, ma solo se e in quanto **supportano** i benefici ed i vantaggi della nostra proposta.

È importante sapere che ha 4 ruote motrici? Sì, se devi sostenere che ha una stabilità eccezionale anche nelle condizioni più difficili. Altrimenti no.

Vogliamo **illustrare** e comprovare al cliente come la nostra offerta **migliorerà** la sua vita. Risparmierà Tempo? Soldi? Migliorerà la produttività, la sicurezza, qualità della vita? ...

I clienti cercano prodotti o servizi che risolvano i loro problemi o **soddisfino** i loro bisogni.

Quindi cercano di capire **se e come** la nostra proposta risolverà QUEL tale problema.

Poi, i vantaggi sono più facili da **comprendere** rispetto ai dettagli tecnici. Ed evidenziano in maniera migliore il **valore** della nostra offerta, in modo chiaro e semplice (il che ne giustifica il prezzo!).

Molto probabilmente i vantaggi saranno l'unica cosa che il cliente **ricorderà** dopo la nostra presentazione!



3. KISS (KEEP IT SIMPLE STUPID)

È molto più difficile parlare in modo **semplice** e **conciso** che sproloquiare in modo complicato. Tutti sono in grado di complicare le cose!

Sebbene possiamo essere dei super esperti e conoscere tutti i dettagli tecnici della nostra offerta, il tuo cliente **non** solo non lo è, ma nemmeno gli **interessa**. E soprattutto non ne conosce il **linguaggio**.

Il concetto KISS, che in italiano si traduce con "mantienilo semplice, stupido", è un principio di **design** e **comunicazione** che sottolinea l'importanza di mantenere le cose semplici e facili da **capire**.

Promuove l'idea che la semplicità sia una **virtù** e che spesso "meno" è meglio di "più".

Una comunicazione complessa può creare **confusione** e **disinteresse** in chi ci ascolta.

Eliminiamo tutto ciò che non è essenziale, semplificando il messaggio fino a renderlo chiaro ed evidente, riducendo così la possibilità di **confusione** o fraintendimento.

Chi, accendendo la luce, è interessato a sapere come funziona l'impianto elettrico? E quanti sanno cos'è un magnetotermico differenziale?

Se una persona **non comprende** anche solo un termine in una frase, distoglie completamente **l'attenzione**. L'abbiamo **persa**.

Evitiamo di utilizzare un **gergo** tecnico o una terminologia che può essere complessa anche solo per la **nonna** del cliente!

CLIENTISENZAVENDERE.IT



4. UNA IMMAGINE 1000 PAROLE

Il nostro cervello elabora le immagini più **velocemente** del testo. Inoltre, le immagini possono evocare emozioni, stimolare la creatività e catturare l'attenzione in modo più efficace.

Gli strumenti **visivi** come le diapositive, video e grafici sono di grande aiuto per illustrare i vantaggi, i benefici e le caratteristiche della nostra offerta

Una immagine può trasmettere un significato o una comprensione più **profonda** e immediata di ciò che invece necessita molte parole per essere descritto con precisione.

Non solo le immagini comunicano informazioni in modo più rapido ed efficace rispetto a un testo, ma anche è più facile capirne le conseguenze, i significati secondari, le **implicazioni** aggiuntive.

Un **concetto** complesso o una **idea**, può essere trasmettere in modo efficace, rapido e diretto da una immagine.

È vero, c'è chi è in grado di complicare anche un'immagine!

Allora anche queste immagini, grafici, diagrammi, ... devono essere **chiari**, concisi e facili da seguire (sempre anche dalla **nonna**)!



5. VIVA LE PREOCCUPAZIONI

Vogliamo essere **pronti** e capaci di parlare delle eventuali preoccupazioni o obiezioni che il nostro cliente potrebbe avere.

Ciò significa **anticipare** eventuali obiezioni e avere una risposta **preparata** pronta!

Siamo **onesti** e **trasparenti** riguardo alle limitazioni o sfide che la nostra offerta comporta.

Evidenziando come possiamo **collaborare** con il cliente per superarle.

Questo aiuta creare **fiducia** nel cliente verso di noi e la nostra proposta.



È così che **dimostriamo** la nostra conoscenza della materia e di ciò che presentiamo.

Se non affrontiamo i dubbi e le preoccupazioni e gli ostacoli che vede il cliente, non possiamo neppure garantire che il messaggio sia stato compreso e **accettato**.

6. CHIAMATA ALL'AZIONE

In business si parla per **ottenere** un risultato.

Abbiamo fatto una presentazione perché desideriamo (noi o la nostra azienda) una **azione** da parte del nostro interlocutore, chiara precisa e **definita**.

Quindi, alla fine, **riassumiamo** i principali vantaggi e punti che abbiamo illustrato, come un sommario per richiamare l'attenzione sul **percorso** che è stato fatto.

E vogliamo sia chiaro il "cosa succede **adesso**". Come fosse una procedura. Quali sono i **prossimi** passi e come procedere se siete interessati alla nostra proposta.



Forniamo una chiara chiamata all'azione.

Una richiesta per un incontro successivo, una ulteriore dimostrazione, o di ricevere ordine.

Esprimiamola in modo chiaro e diretto.

CONCLUSIONI

Seguendo i 6 anelli che abbiamo brevemente illustrato, siamo in grado di creare una presentazione tecnica **coinvolgente** ed efficace.

Aggiungiamo che ovviamente **pratica** e preparazione sono assolutamente necessari.

Purtroppo, benché apparentemente semplice, è spesso **tutt'altro che facile** per un riuscire ad aver una comunicazione efficace.

Creare una presentazione interessante, capace di **trasmettere** il messaggio voluto ed essere in grado di condurla con **entusiasmo**, **NON** fa parte del **bagaglio** culturale e della preparazione dei più.

Per questo abbiamo bisogno di essere **seguiti** per assorbire le **tecniche** di **comunicazione** e **negoziazione** che non solo ci fanno ottenere i risultati, ma che ci tireranno spesso fuori dai **guai**!

Vuoi essere guidato da dei **coach** mentori esperti, a **sviluppare** le tue capacità di **presentare e gestire** al meglio le trattative?

Collegati subito a:

ClientiSenzaVendere.it

e accedi ai percorsi di approfondimento!

EROS & UGO

CLIENTISENZAVENDERE.IT