

MINI GUIDA

4

**ERRORI
DA EVITARE**

**NELLA
COMUNICAZIONE**

della tua attività

Dino Terracciano

STRATEGIE DI VISIBILITA'
COMUNICAZIONE E VENDITA

**LIGHT
EDITION**

INTRODUZIONE

In questa mini guida ti spiegherò quali sono i **4 ERRORI più comuni** che i titolari di piccole e medie imprese fanno nella comunicazione.

Per comunicazione intendo la presentazione e descrizione di un prodotto o di un servizio: una fase importantissima che ovviamente è finalizzata alla vendita.

Sarà una guida pratica, fluida e veloce.

Non voglio entrare troppo nel dettaglio di alcuni aspetti per non appesantirti, ma sono sicuro che ti stimolerà a fare più attenzione ad alcuni aspetti che forse oggi trascuri.

Il presente manuale non può essere venduto, duplicato, modificato e distribuito senza autorizzazione dell'autore.

E' stato offerto in maniera gratuita e ha come scopo la diffusione ai fini commerciali.

-

In tutta la mia carriera commerciale, sia da dipendente che da imprenditore, una corretta comunicazione è sempre stata il fulcro di ogni presentazione finalizzata alla vendita... e non solo! È utilissima anche per un proficuo passaparola!!

-

Da 15 anni lavoro autonomamente e ho sempre collaborato con realtà commerciali dove la presentazione del prodotto era l'80% della vendita.

Mi spiego meglio.

Sia che tu debba vendere un oggetto, quindi qualcosa di tangibile, o che debba proporre qualcosa che non hai davanti ai tuoi occhi, come un servizio o un qualcosa che il cliente otterrà in seguito all'acquisto, devi comunque stare attento a non cadere nell'errore del dare per scontato alcuni aspetti che invece sono davvero importanti (dopo capisci a cosa mi riferisco).

E' necessario quindi che tu segua degli schemi!

Di primo impatto possono sembrare difficili ma quando ti entrano in testa ti saranno naturali e li troverai utilissimi!

In questa Guida troverai dei semplici consigli pratici da mettere in atto fin da subito...

tutti abbiamo bisogno di

comunicare bene per vendere meglio!

Prima di cominciare la lettura sappi che per te che hai ricevuto questa guida gratuita, ho riservato una Bella Sorpresa!

In fondo alla guida scoprirai di cosa si tratta ma per favore, NON BARARE!

LEGGI PRIMA e poi la scoprirai

Buona Lettura!

ERRORE N°1

#PRESENTAZIONE

Qual'è la prima cosa che fai quando incontri una persona che non conosci e con la quale hai interesse ad allacciare un rapporto?

- Ti presenti!

"Ciao, sono Pinco Pallo, vengo da Antaro e faccio ciuriciuri."

-

Quando vai al supermercato, se devi scegliere un pacco di biscotti, cosa fai?

Guardi la figura, leggi come si chiamano, vedi quale azienda li produce...

E così il biscotto si è presentato!

E se ti sei incuriosito?

Giri e leggi gli ingredienti,
la scadenza, le frasi che l'azienda
usa per spiegare com'è fatto
o come la pensa sugli ingredienti
utilizzati...

E probabilmente li comprerai!



Potrei farti altri mille esempi in cui ti rendi conto che prima di prendere una decisione se acquistare o meno, hai assistito ad una presentazione.

Ora dirai, embè?!

Ti assicuro che molti dei miei clienti danno per scontato questo primo piccolo ma importantissimo passaggio!

Avete presente il proverbio che dice

L'Abito non fa il monaco!

Dovreste modificarlo e cancellare il ~~non~~.

L'ABITO FA IL MONACO

Dovreste ricordare invece bene questo:

Non c'è mai una seconda occasione per fare una buona prima impressione

-

Pensare di comunicare e sponsorizzare la tua attività senza curare la presentazione, senza raccontare di te, la tua storia e perché fai quella determinata cosa è sicuramente

il primo errore che tu possa fare.

➔ **La presentazione è il Titolo della tua attività.**

E senza un bel titolo nessun libro, nessun film, nessun racconto (e nessun biscotto) può essere ricordato e comprato facilmente!

Ci sono diversi modi per mettere a punto una corretta presentazione, sia che tu la voglia utilizzare on-line che off-line.

La più semplice è quella di seguire questo schema, quindi rispondi a queste domande e scrivetele da qualche parte:

- **come si chiama la tua attività?**
- **cosa fa?**
- **in che modo?**
- **problema che eviti al cliente?**
- **beneficio che ottiene il cliente?**

Ora ti faccio degli esempi.

SOCIETA' DI RISTRUTTURAZIONI

-come si chiama la tua attività

PROFESSIONE RESTAURO

-cosa fa

SI OCCUPA DI RISTRUTTURAZIONI

-in che modo

PENSANDO A TUTTO CIO' CHE SERVE DANDO UN SERVIZIO CHIAVI IN MANO

-problema che eviti al cliente

STRESS, DIMENTICANZE, ERRORI

-beneficio che ottiene il cliente

RISPARMIO DI TEMPO E SOLDI

NEGOZIO DI SCARPE

-come si chiama la tua attività

LE CLIF

-cosa fa

NEGOZIO DI SCARPE E ACCESSORI DONNA

-in che modo

SELEZIONA FABBRICHE ITALIANE E ARTIGIANALI CHE USANO MATERIALI DI PRIMA SCELTA

-problema che eviti

SCARPE CHE SI CONSUMANO VELOCEMENTE E CHE FANNO MALE AI PIEDI

-beneficio che ottiene il cliente

SCARPE ALLA MODA, COMODE E AFFIDABILI

NEGOZIO DI PARRUCCHIERE

-come si chiama la tua attività

HAIR MAGIC

-cosa fa

SI PRENDE CURA DEI TUOI CAPELLI

-in che modo

15 ANNI DI ESPERIENZA E PRODOTTI TOP DI GAMMA

-problema che eviti

NON ROVINIAMO I TUOI CAPELLI. COLORI CHE DURANO PIU' A LUNGO

-beneficio che ottiene il cliente

LOOK SEMPRE CURATO E FACILE DA GESTIRE

Ora non sono un parrucchiere e non vendo scarpe, ma i miei esempi sono per farti capire che il modello è applicabile in ogni settore ed è fondamentale applicarlo per una corretta presentazione.

Può diventare uno slogan che metti in fondo alle tue mail, nei tuoi post o un messaggio che mandi per far ricordare di te ai tuoi amici o il modo con il quale ti presenti ai tuoi clienti.

Non dare per scontato questo aspetto, l'obiettivo è rimanere nei ricordi dei tuoi potenziali clienti e fargli scattare un meccanismo nella loro testa che li porta a pensarti quando ha bisogno del tuo prodotto.

ERRORE N°2

#ASCOLTARE

Il Secondo errore al quale devi fare molta attenzione è quello di non ascoltare il cliente.



Ti spiego il motivo.

Se entri in un negozio di abbigliamento perché ti serve una t-shirt rossa, cosa chiedi al commesso/a??

Chiaro! Una t-shirt rossa...

(giuro non sono ubriaco!)

Se il commesso/a torna e ti porta un maglietta maniche lunghe verde, cosa significa?

(a parte che è un ...)

Che non ti ha ascoltato, perché se sapeva di non averla te l'avrebbe detto (e se non è un... ti offre un alternativa).

ok, ora facciamo l'esempio col parrucchiere.

Una nuova cliente arriva in negozio, si siede alla poltrona e ti dice:

"Vorrei dare una spuntata, mi piace tenere i capelli lunghi per pettinarli sempre diversi.. poi vorrei fare dei riflessi chiari, giusto per illuminarmi il viso".

Ora, per far sì che la nuova cliente rimanga super soddisfatta, nonostante la richiesta semplice che ha fatto, è ovviamente fare quello che ti ha chiesto, ma ricalcando la sua scelta e la sua richiesta!

Cosa significa?

Potresti darle delle idee per farsi delle acconciature a casa da sola e spiegarle perché le donne vogliono "illuminarsi il viso".

Se rispondi con le stesse parole che ha usato la cliente, lei penserà "cavolo, qualcuno che finalmente mi capisce!" (**le persone cercano certezze e sicurezza**).

E se gli dai dei consigli sul come farsi da sola le acconciature penserà che non sei il solito che vuole convincere a fare cose extra e spendere in più.

Se dai la spiegazione dell'illuminare il viso acquisisci autorevolezza e hai più possibilità che la volta successiva accetti facilmente consigli da te e magari riesci a vendergli un trattamento più complesso e alzare la vendita.

La cosa bella è che tutto è partito dalla sua richiesta, non hai dovuto improvvisare o inventare nulla!

Per questo è importante ascoltare, perché devi parlare come ti parla il cliente.

Ricorda una cosa:

Ciò che è SEMPLICE da fare e capire, non è detto sia BANALE e non lo devi dare per scontato.

Non entro in troppi dettagli o meccanismi più complessi ma il parlare come il cliente ti aiuta ad entrare in sintonia e vedrai che abbasserà le barriere e sarai tu a decidere cosa vendergli.

Ti capita di andare in un negozio o al ristorante e dire a chi ti serve "fai tu"? Sono sicuro che da qualche parte o almeno una volta ti è capitato...

E sai perché?

Il titolare ha raggiunto una posizione autorevole, ti fidi di lui. La cosa bella è che spendi senza pensarci troppo perché hai le barriere della fiducia abbassate!

Che ne pensi?

ERRORE N°3

#LINGUAGGIO TECNICO

Usare un linguaggio tecnico non fa figo!

TOGLITelo DALLA MENTE!

Anzi, fa scappare le persone!! E sai perché?

Molte persone se non capiscono qualcosa, non hanno la prontezza e sfrontatezza di chiedere.

Ci sono molti più timidi di quanto pensi!

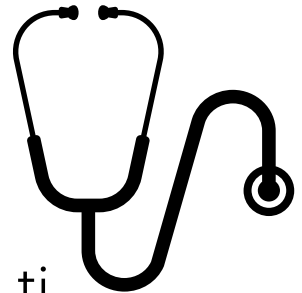
Ti faccio un esempio.

Se vai dal cardiologo perché hai dei problemi di cuore, preferiresti che ti spieghi la faccenda con i termini scientifici o vorresti capire cos'hai che ti fa star male?

E se oltre a star male sei andato da un dottore privato che costa un sacco di soldi, non vorresti essere sicuro di aver capito che problema hai e cosa devi fare per risolverlo ed evitare altre costose visite?

Non voglio esagerare ma pensaci bene.

Quante volte ti è capitato di dover comprare qualcosa ma hai rinunciato perché non ti era chiaro qualcosa, o perché non ti fidavi?



-
A me capita spesso, direi troppo spesso e mi innervosisco!

...e a volte litigo con la mia compagna perché dice che me la prendo troppo!

Ti dico un'altra cosa:

LA GENTE NON HA TEMPO DA PERDERE

E di concorrenza ce n'è davvero tanta!!!

Un altro esempio:

Se un signore deve comprare una lavatrice, secondo te il commesso di MediaWorld (è il primo negozio che mi è venuto in mente) farebbe bene a dirgli *"questa lavatrice consuma 240kWh all'anno, pari al 25% della media... emana 42dB... ha il nuovo motore Inverter... ecc..."*?

Non pensi che sia meglio semplificare e spiegare in maniera più semplice e andare dritti al punto?

Non è detto che quella persona capisca ed è aggiornata con tutti quei numeri e sigle...

Uno che vuole una lavatrice vuole stare tranquillo di spendere i suoi soldi bene... non è uno scienziato!!

Ricorda: PARLA COME PARLA IL CLIENTE

...altrimenti SCAPPERÀ!

ERRORE N°4

#BENEFICI

Non sottolineare i vantaggi e i benefici che i clienti ottengono scegliendo i tuoi prodotti o servizi è **davvero un grande errore...**

Ed è collegato ai 3 errori che hai letto finora.



Se vuoi andare a mangiare una pizza, come fai a scegliere la pizzeria?

Ma che domanda è?
(ti ho sentito!) Ora ti spiego cosa intendo.

Innanzitutto ricorda che siamo continuamente bombardati da informazioni, ovunque e in ogni momento!

Quindi come fa una pizzeria ad emergere e a farsi ricordare??

La prima cosa da evitare è dire che siamo i più bravi di qualcuno o meglio di altri. (questo è inutile, alzeresti soltanto obiezioni e dubbi e vedilo come un 5° errore).

Dovrai sottolineare in cosa sei diverso e perché... e semplicemente dire quali benefici ha il cliente se ti sceglie e soprattutto senza aver paura di dirlo e spiegarlo costantemente (con ridondanza).

Ora, torniamo alla pizzeria.

Una pizzeria che dice:

"Abbiamo un impasto ad Alta digeribilità, Lievitazione 48 ore, farine speciali anche per intolleranti, area giochi per bimbi, ampio parcheggio, il martedì menù pizza €10"

Non trovi che ha sottolineato la maggior parte dei benefici che le persone cercano?

(impasto leggero, intolleranza, bimbi, parcheggio, offerta)

Questo è un semplicissimo esempio e dovrete fare lo stesso, senza timore perché i benefici sono le risoluzioni che la gente cerca ai problemi che ha.

Ovviamente poi le testimonianze e le recensioni aiuteranno molto e veicoleranno ancor più clienti!

Ti svelo una cosa:

Le persone per ricordare qualcosa la devono sentire o vedere tra le 5 e le 9 volte, quindi mediamente 7!

Ed è per questo che a partire dalla presentazione, fino alla vendita vera e propria, il calcare i benefici che otterrà il cliente è importante!

Perché secondo voi marchi come Mulino Bianco, Red Bull e tanti altri continuano a fare pubblicità e a ripetere sempre le stesse cose?? Per buttare via milioni e milioni?

NO!

Per continuare costantemente a “condizionare” le scelte dei consumatori ripetendo i loro benefici.

Ti faccio qualche esempio di ridondanza del beneficio.



RED BULL: ti mette le ali



LAVAZZA: più lo mandi giù più ti tira su



MAXIBON: two gust is megl che one



ROCCHETTA: ti fa fare plin plin

Molte di questa aziende, oltre alla comunicazione tramite frasi scritte o dette dall'attore nelle pubblicità, utilizzano forti strategie di persuasione...

Ma questo è un argomento più articolato e con molte sfaccettature che solitamente affronto nelle consulenze e che sicuramente lo approfondirò sulla prossima guida... ti farò saper quando è pronta!

Quindi Ricorda:

PRESENTATI in modo corretto

ASCOLTA il cliente

PARLA in modo semplice, dritto al punto

RICALCA I BENEFICI

Inizia anche tu, come tutti i miei clienti, a

comunicare bene per vendere meglio!

#CONCLUSIONE

Bene, siamo arrivati alla conclusione.

Spero che questa breve guida ti abbia aperto un pò le idee.. Sono sicuro che da oggi farai più attenzione ad alcuni aspetti legati alla comunicazione.

Ti terrò aggiornato sulle altre iniziative e ti avvertirò appena avrò terminato la Guida Completa.

Come promesso ti ho riservato una sorpresa.

Potrai accedere al mio nuovo gruppo privato su Facebook **GRATUITAMENTE** (invece di pagare €29/mese).

Ti basterà cliccare sul link in basso e rispondere alla domanda per l'iscrizione scrivendo **COMUNICAREDINO**.

In questo gruppo organizzerò video in diretta, rispondendo alle domande dei partecipanti, e posterò riflessioni e consigli su diversi aspetti della comunicazione e in più potrai confrontarti con altri imprenditori e magari far nascere delle collaborazioni!

Vedile come una consulenza in pillole ma con il vantaggio di raccogliere opinioni e commenti immediati anche da altri professionisti, e la cosa importante è che per te è **GRATIS e la partecipazione è a NUMERO CHIUSO**.

Questo è il link:

<https://www.facebook.com/groups/637540520441397/about/>

A presto!

Dino