

Chi ben comincia

scritto da Redazione Wine Meridian | 20 Agosto 2019



Abbiamo approfondito di recente la tematica del Personal Branding e dell'importanza del farsi riconoscere, farsi apprezzare e farsi seguire. Ribadiamo che non esistono ricette già pronte per il Personal Branding perfetto e che si tratta di un processo dal quale nessuno si può sottrarre.

Tuttavia, possiamo affrontare una parte della trattativa di vendita che prende parte anche alla strategia del Personal Branding: la presentazione.

Per **presentazione** intendiamo la comunicazione di se stessi, soprattutto nella fase iniziale di approccio della vendita.

Vogliamo lanciarti una sfida: riusciresti in 30 secondi ad esprimere il meglio di te? Difficile: richiede disinvoltura, molta chiarezza su cosa comunicare e una notevole capacità di sintesi.

Se attraverso una piccola **autoanalisi** riusciamo ad identificare quello che vogliamo esprimere e l'obiettivo che vogliamo raggiungere, siamo a buon punto. Da questo momento potremo strutturare il nostro stile comunicativo in modo da ottenere un determinato effetto sul nostro interlocutore.

Ognuno di noi è custode di un **proprio stile comunicativo** che lo contraddistingue: dobbiamo chiederci cosa ci consente di

rendere più efficace e consapevole il nostro modo di gestire le presentazioni di noi stessi e del nostro prodotto durante una trattativa di vendita e quali possono essere gli ostacoli che a volte ci impediscono una comunicazione fluida e accattivante dal punto di vista commerciale.

Il presupposto che dobbiamo tenere in alta considerazione è che non è solo il prezzo dei nostri prodotti a fare la differenza, ma è la nostra **capacità di generare interesse** trasmettendo l'unicità e l'originalità che caratterizzano il nostro brand, attraverso il nostro stile comunicativo senza omologarsi ad alcuno stile preconfezionato.

“La differenza la fai (anche) tu. Sceglieranno te perché hai saputo dimostrare competenze professionali, unitamente alla capacità di relazione”.

Sembra un'ovvietà e noi di WinePeople siamo grandi portavoce di un tema che riteniamo basilare: **la relazione.**

Tutto è relazione perché quello che porterà i nostri clienti a darci fiducia, o a seguirci nelle nostre attività, non saranno solo le competenze, ma anche **l'abilità di produrre una comunicazione accogliente**, empatica e paritaria nei confronti del nostro interlocutore.

Certo, nel settore vitivinicolo i numeri e i dati sono mezzi indispensabili, ma non certo gli unici argomenti privilegiati di conversazione per presentare la propria realtà aziendale e per generare interesse. La vendita non è una ricetta, ma ci sono **alcuni ingredienti imprescindibili**: la comprensione, l'ascolto, capire chi siamo e qual è il nostro stile comunicativo, l'abilità di intuire chi è il nostro interlocutore e come meglio adattarsi a chi ci si trova di fronte.

Questi sono solo alcuni elementi che ci aiuteranno a costruire una consapevolezza sempre più solida di vivere il mondo del vino e sappiamo anche che qualcuno di noi ha una innata capacità comunicativa. Tuttavia, la maggior parte di noi non è stata così fortunata ma non per questo più svantaggiata:

abbiamo dalla nostra parte l'allenamento e lo studio perché **la comunicazione è un comportamento e i comportamenti si possono apprendere.**

Per richiedere maggiori informazioni sul Campus Vendita di WinePeople [clicca qui](#) o scrivi a formazione@winepeople-network.com oppure contatta il 347 253 1938 – **OPEN DAY: 14 OTTOBRE 2019**