

Le 7 caratteristiche del venditore ideale

scritto da Noemi Mengo | 1 Novembre 2018



La ricetta per il perfetto venditore non esiste, ma sappiamo che gli ingredienti base sono una buona propensione al management, passione quanto basta, una manciata di originalità e un pizzico di intuito.

Lungi da noi avere la verità in tasca, abbiamo pensato che sarebbe stato interessante analizzare 7 caratteristiche che potrebbero identificare il venditore ideale, figura molto importante per il vino italiano.

1. Immagine positiva e potente. Un venditore deve esprimere successo, sapere come muoversi e dare l'impressione di saperlo, parlare in modo costruttivo e far intendere che si hanno sempre progetti interessanti in vista. Deve esprimere passione e cura per ciò che fa.

2. Deve avere una grande autostima, molto entusiasmo, esuberanza, ottimismo senza confini, fiducia in sé stesso. Ma più di tutto, deve essere in grado di comunicare queste cose di sé.

3. Vuole davvero supportare il cliente, sapendo che questo è il modo migliore per avere relazioni continuative e sviluppare il passaparola positivo su di sé.

4. Sa auto-motivarsi ed è consapevole che il mestiere di vendere è fatto di alti e bassi. Non ripone in altri la sua motivazione e, inoltre, quando cade si rialza prontamente, senza sprecare tempo a leccarsi le ferite.

5. È ambizioso, sa osare e punta in alto, è consapevole che ha poco tempo da perdere ed agisce di conseguenza.

6. Coltiva la formazione continua, investendo su sé stesso quotidianamente, impara dagli errori, si rallegra e consolida i propri successi. Il venditore ideale ha in qualche modo mantenuto la curiosità di quando era bambino, e per questo è un eterno apprendista convinto che nulla sia definitivo ma in continua evoluzione.

7. È entusiasta della vita, poiché ogni giorno è un regalo, ogni situazione una sfida, ogni cliente una benedizione, e per questo ha una altissima energia, un inguaribile buonumore e un grande ottimismo. In fondo, chi ha avuto successo è perché non ha mai smesso di credere nel successo, giusto?

L'orientamento al cliente è molto importante, anzi forse è la chiave di tutto. Se proprio bisogna essere preoccupati di qualcosa, bisogna preoccuparsi di aver mantenuto delle buone relazioni con i propri clienti, che essi si ricordino dei nostri prodotti e di noi.

Cercando di rimanere in quest'ottica, vediamo quindi, dopo aver capito le caratteristiche essenziali del venditore tipo, le regole chiave per vendere, quelle che durante gli eventi fieristici ad esempio possono fare la differenza tra uno stand e l'altro.

Regole chiave per la vendita

- **Evitare di fare affermazioni non richieste.** Perché prendersi dei rischi inutili? Prima di parlare, ascoltare!
- **Raccontare poco e bene.** È necessario avere chiari i

propri punti di forza e concentrarsi su quelli, scegliere argomenti (prodotti) che facciano da apripista. Ricordiamoci che il 95% delle parole che normalmente utilizziamo sono astratte, il 5% invece sono concrete, ovvero quelle che senza ombra di dubbio non possono essere interpretate in modo differente dal loro significato, come i numeri ad esempio.

- **Prima lui, non tu!** Quando il cliente inizia a parlare, evitare di dire cose fuori luogo o non interessanti per lui, quando un cliente esprime un suo criterio o una sua esigenza, che considera importante, invitarlo se necessario ad essere più specifico per comprenderlo meglio.
- **Usare i punti deboli del settore a proprio vantaggio.** Questo non significa parlare male della concorrenza, ma semplicemente rendere chiari i punti deboli dei concorrenti e usarli a proprio favore per esaltare le proprie qualità agli occhi del cliente. Ma anche i punti forti della concorrenza non sono da ignorare, possono essere imitati o presi a riferimento per capire in che maniera eccellere o che strada seguire.
- **Quando si fa una concessione, chiedere sempre qualcosa in cambio.** Ogni concessione deve essere percepita come una grande concessione, se si cede subito con facilità non si dà una buona impressione, bisogna concedere come se si stesse facendo qualcosa di assolutamente inusuale, chiedendo immediatamente qualcosa in cambio, è il momento migliore per ottenerla.
- **Coinvolgere i clienti più che si può.** Sappiamo che la concentrazione media di un adulto è di circa 3 frasi, ciò significa che tra un'affermazione e l'altra conviene tenere alta l'attenzione, inserendo delle domande, mostrando qualcosa, o comunque interagendo.
- **Aspettare un segnale positivo dal cliente e poi rinforzare la sua decisione** sinceramente. I segnali positivi che dà un cliente devono essere immediatamente rinforzati e supportati, per assicurarsi la sua fiducia

e la sua attenzione.

- Anche **rivelare un proprio punto debole** aiuta a conquistare la fiducia del cliente. Rendergli chiaro il vantaggio di entrare in contatto con noi, ad esempio quello di poter avere un'unica persona come riferimento costante, puntuale e disponibile. Un esempio? Questo è applicabilissimo quando si parla di multibrand.
- **Usare la sua domanda per confermare la vendita.** Tutte le volte che il cliente fa una domanda a cui si può dare una risposta affermativa, bisogna usare quella domanda per confermare la vendita. Un esempio pratico. "Ah, quindi per lei è importante ricevere i vini entro la fine del mese? Ottimo allora confermiamo l'ordine con l'impegno di consegnare entro fine mese".

Questi sono tutti suggerimenti utili, ma **c'è una cosa che più di tutto spinge all'acquisto del vino**: l'averlo assaggiato. L'ultimo consiglio che ci sentiamo di dare è quello di essere presenti in più eventi possibili, naturalmente rimanendo coerenti con il vostro marchio e la linea che avete deciso di seguire, il che comporta una scelta e una selezione degli eventi a cui partecipare naturalmente. Ma in linea generale, gli eventi sono il momento migliore per rafforzare i rapporti con i clienti e stabilirne di nuovi e a nostro parere vanno sfruttati a pieno. Potremmo adattare il detto così: **chi trova un cliente trova un tesoro!**

Se vi siete persi la parte precedente: [ecco](#).

Se sei interessato al nostro campus per imparare a vendere vino leggi [qui](#)