

Gli errori del consulente

di Giuseppe Maiorano

CHE ERRORI HO FATTO?



LA COMUNICAZIONE

cosa

**LA COMUNICAZIONE
VERBALE**

7%

in che
modo

**LA COMUNICAZIONE
PARAVERBALE (voce)**

38%

come

**LA COMUNICAZIONE
NON VERBALE**

55%

Distanza-gesti-mimica-ritmo del respiro



**POSITIVITA'
ED ATTEGGIAMENTO
CONQUISTARE
CAPIRE I BISOGNI
TRAMUTARE I BISOGNI
IN NECESSITA'**

**APERTURA
ad un nuovo stile di vita**

**DISPONIBILITA', CONQUISTARE
IL CLUBER, RICONOSCERE I BISOGNI**

STATUS DI AFFIDABILITA'

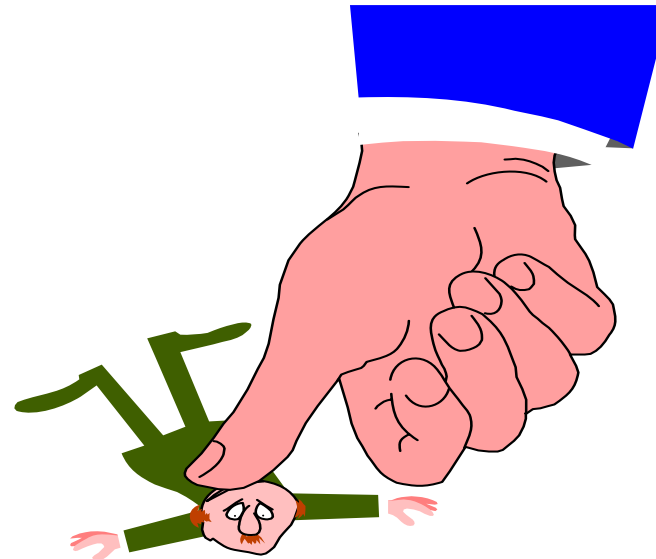
- 1. COSTA POCO**
- 2. HO TEMPO**
- 3. NON VOGLIO CHIEDERE
A NESSUNO**
- 4. MI PIACE LA PALESTRA**
- 5. NON POSSO FARE A MENO**

APERTURA

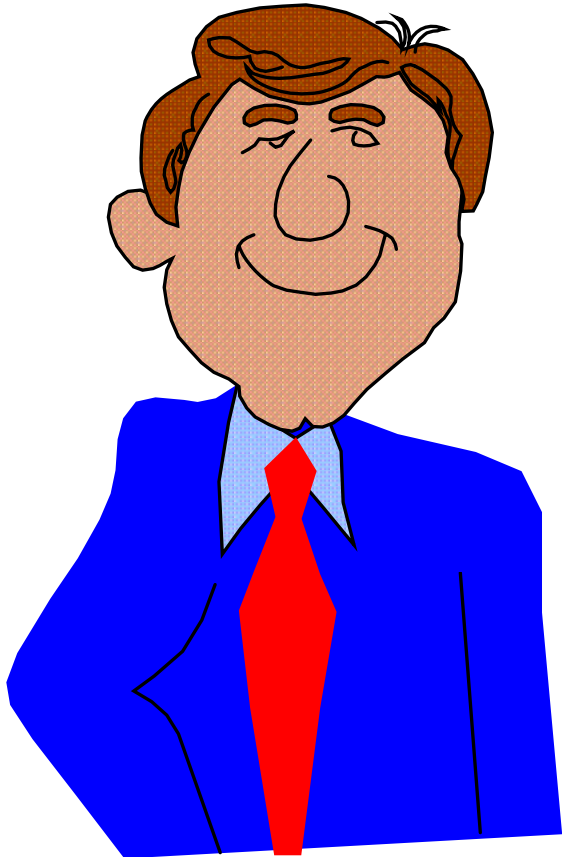
PENSARE AL NO PRIMA DELLA TRATTATIVA

- La condizione ideale per un'azione è lo stato d'animo positivo.
- In teoria noi siamo ciò che pensiamo, in pratica siamo la conseguenza delle nostre azioni.

- La fine del consulente

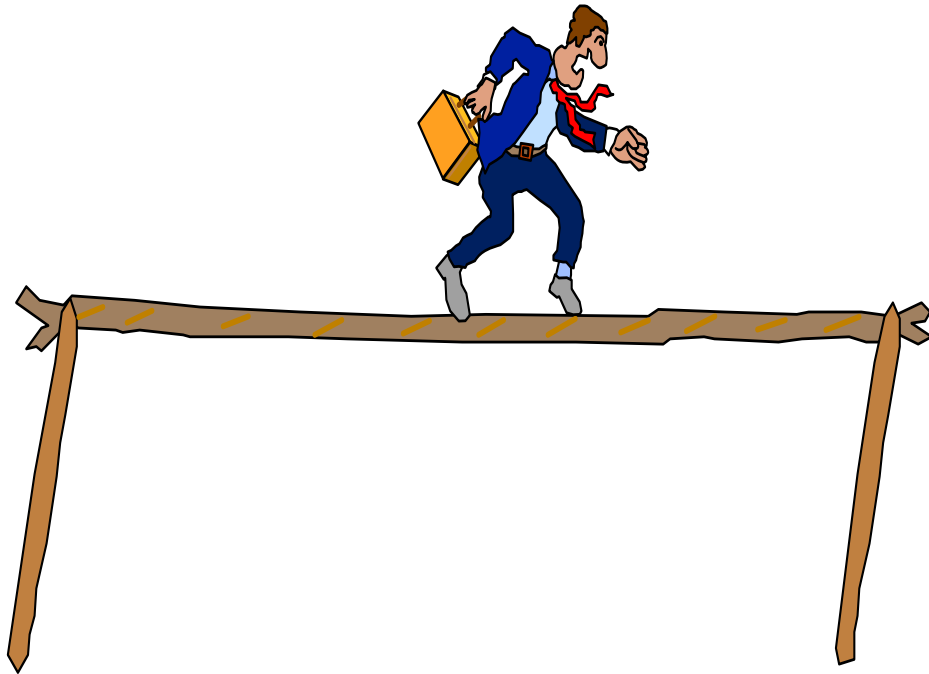


* Parlare solo di se stesso



- **Non lasciare spazio al cliente.**
- **La maggior parte degli uomini si stima troppo per ciò che è riuscita a fare e troppo poco per ciò che non è riuscita a fare.**

***Non conoscere il Prodotto**
***Book di vendita trascurato o dimenticato**



- **Aggiornamento sempre costante inerente il servizio erogato.**
- **Equipaggiarsi sempre prima della trattativa, evitando la distrazione durante la stessa.**

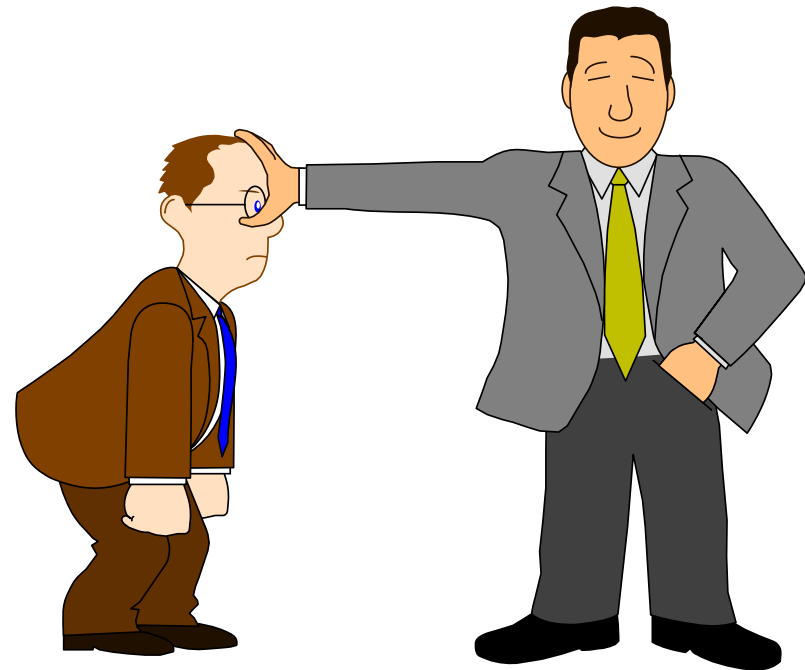
- * Non mettere in risalto i benefici per cui è stato studiato il prodotto

- * Non dimostrare tali benefici, sottolineando la differenza.

- **Importantissima la conoscenza di tutti i servizi e i loro benefici: estetica, aerobica, cardio fitness, sauna, termarium, ecc.**

* Trascurare chi è con il cliente

- **Le persone alle quali non dedichiamo attenzione provano con noi la terribile sensazione di camminare sulla neve senza lasciare impronte**



*** Di fronte alla prima resistenza del cliente dirsi che non è interessato**

- A volte il fallimento è soltanto la conseguenza di un tentativo senza persistenza**

* Non accorgersi che l'obiezione del cliente è solo un pretesto

- “PROBLEMA” è l'avvenimento che si inserisce tra l'esigenza e l'obiettivo.



* Non prevedere le obiezioni del cliente

* Non saper trattare le lamentele del cliente



“Prendere le obiezioni come un fatto personale”



- **Nessuna critica può toccarti se non ti pone in dubbio con te stesso**

* Scarsa ricerca di nuovi clienti



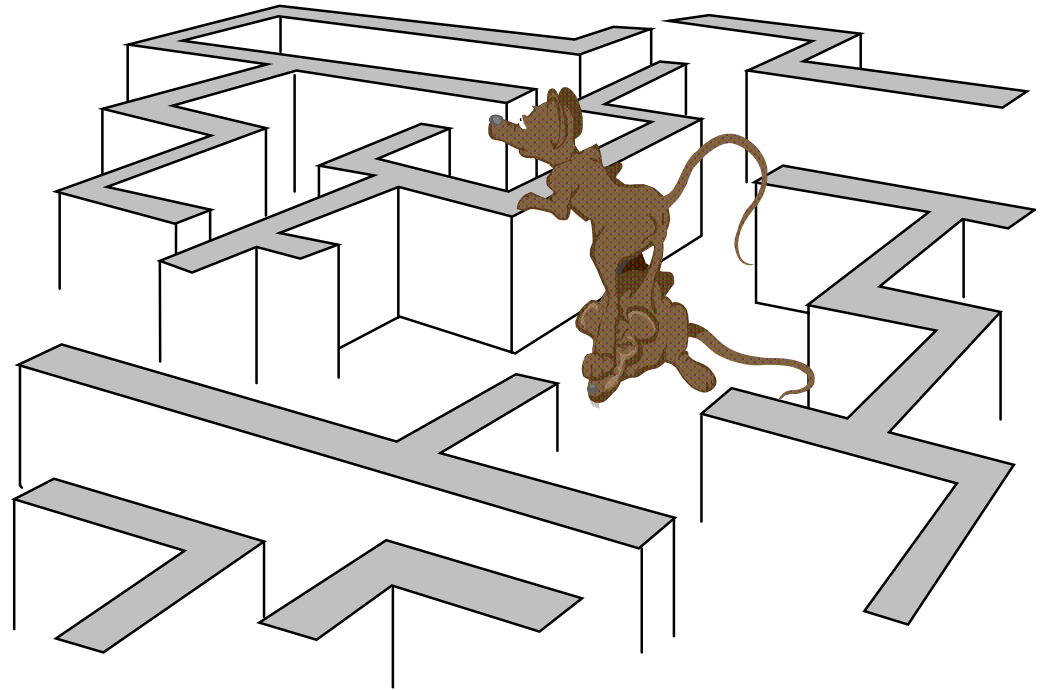
- **Chi non agisce
perde troppo
tempo nel pensare**



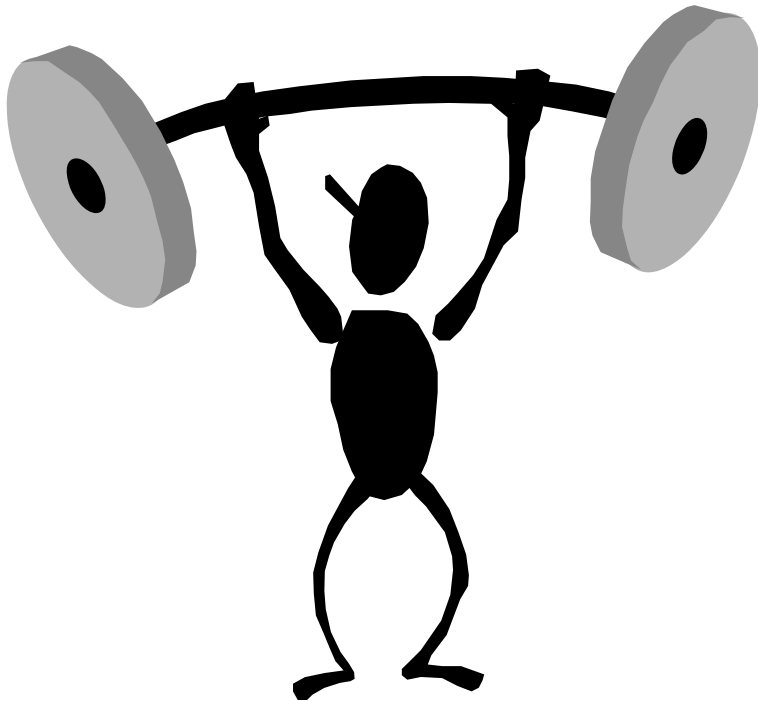
- **Scarsa conoscenza della pubblicità e delle promozioni della propria azienda.**
- **Troppe conversazioni generiche.**

- * Trattative senza un piano preordinato
- * Itinerari errati

- **Importante sapere la dinamica della trattativa.**
- **Avere chiaro il percorso.**

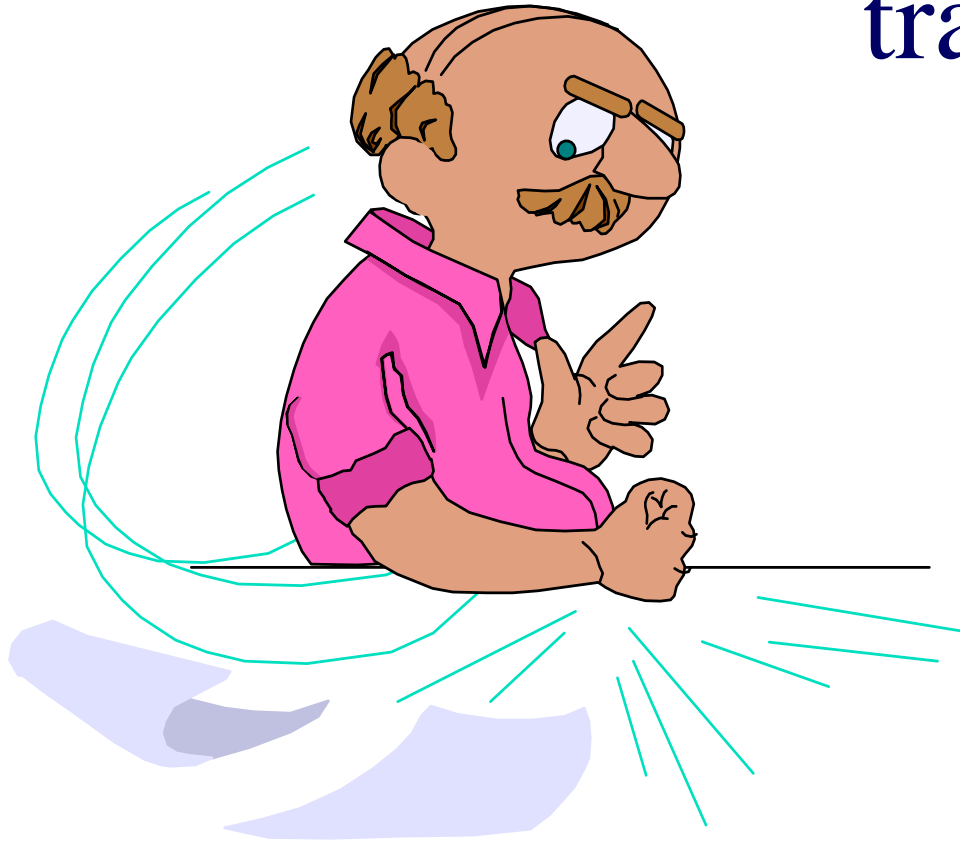


* DIMOSTRARE IL
PRODOTTO E I SUOI
VANTAGGI SOLO
ORALMENTE.



- Importante far toccare con mano e far vedere al cliente quanto esposto.

Non prendere nota delle “informazioni” emerse durante la trattativa

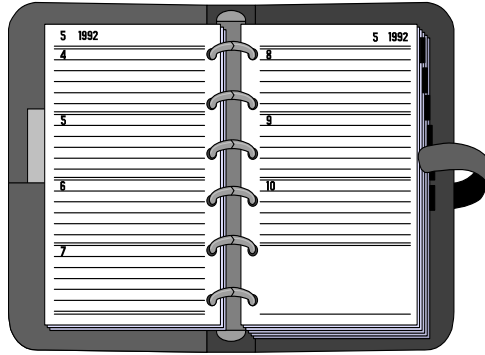


- Perché non mi sono fatto dare i nominativi, anche oggi sono a zero
- Anche questo non si è iscritto, dovevo scrivere di più.

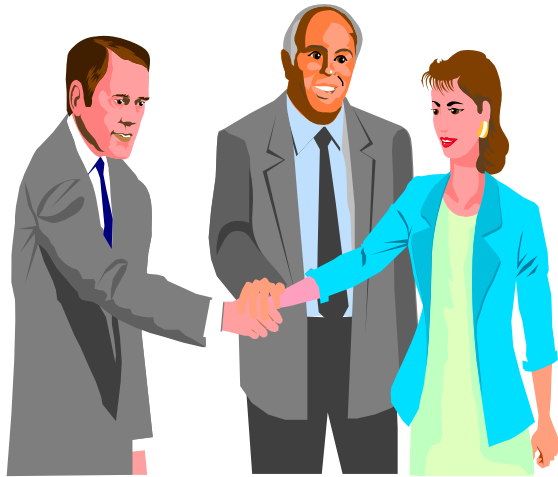
SCHEDARI NON AGGIORNATI



- **Disorganizzazione dei propri file, clienti, ex, resto del mondo, modulistica mal compilata.**



* AGENDA MAL
TENUTA
(giornalone)



* PROMESSE NON
MANTENUTE.

Gli errori del consulente

Pensare al no prima della trattativa	Non accorgersi che l'obiezione del cliente è solo un pretesto	Non conoscere il prodotto	Book di vendita trascurato o dimenticato
Non mettere in risalto i benefici per cui è stato studiato il prodotto	Non dimostrare tali benefici sottolineando la differenza	Trascurare chi è con il cliente	Di fronte alla prima resistenza del cliente dirsi che non è interessato
Trattative prive di un piano preordinato	Itinerari errati	Non prevedere le obiezioni del cliente	Non saper trattare le lamentele del cliente
Prendere le obiezioni come un fatto personale	Scarsa ricerca di nuovi clienti	Scarsa conoscenza della pubblicità e delle promozioni della propria azienda	Troppe conversazioni generiche
Parlare solo di se stesso	Dimostrare il prodotto ed i suoi vantaggi solo oralmente	Non prendere nota delle informazioni emerse durante la trattativa	Schedari non aggiornati
Promesse non mantenute			Agenda mal tenuta