

Benvenuta al **MICAF** - Il Master in Coaching strutturato in favore di donne che vogliono dare valore in modo **concreto** alla propria vita.

Metti a Frutto i Tuoi Talenti e Ispira gli Altri a fare lo Stesso

Il Micaf, è stato cucito su misura per CHI sente forte il desiderio di lavorare su di sé, migliorare la propria vita personale e professionale contribuendo alla propria crescita e a quella delle altre persone in modo autentico.

"A qualsiasi età puoi decidere di lasciare andare situazioni personali o professionali che ti stanno strette o ti mettono in ombra."

- Gloria Chiarini -

MICAF
MASTER IN COACHING AL FEMMINILE
Gloria Chiarini per le DONNE



SAI VENDERE?

ALLA GENTE NON PIACE FARSI VENDERE QUALCOSA, MA ADORA COMPRARE!

- Jeffrey Gitomer -

Quali sono le abilità che possono farti diventare una professionista di successo? Il processo di vendita è un iter molto complesso fatto di impressioni, competenza e decisione.

L'attività commerciale è fondamentale per tutte coloro che vogliono far fruttare il proprio business: **senza vendita non c'è fatturato.**

Il mercato è da sempre caratterizzato da un'agguerrita concorrenza. Cosa significa? Che esistono tantissime professioniste che propongono ai consumatori prodotti/servizi molto simili ai tuoi e che fanno di tutto per soffiarti la clientela sotto il naso. Questo significa meno fatturato per te e la possibilità di perdere il lavoro dei tuoi sogni.

Vuoi evitare questo, vero?

E' necessario che tu sviluppi quelle capacità che ti permettano di catturare l'attenzione dei potenziali clienti, entrare in empatia con loro, far sì che si fidino del tuo giudizio e che decidano di comprare da te invece di scegliere un tuo diretto concorrente.

Nel percorso formativo MiCAF ampio spazio è dedicato al processo di vendita e al come superare blocchi e resistenze che ti impediscono di ottenere i risultati che vuoi.

In questa dispensa condivido con te parte del vastissimo materiale riservato alle allieve MICAFA.

Vendere è un piacere e se hai un business non puoi prescindere da esso. Sarebbe come chiedere a tuo marito di amarti senza che tu ami lui. Probabilmente anche se dovesse accadere, sarebbe una relazione malata e silente per entrambi. Tradotto= perdita di tempo e opportunità. Parallelamente puoi anche vendere sopportando il peso della fatica e dell'insoddisfazione nel vendere al di sotto del tuo potenziale ma il tutto si traduce in scarsi risultati che incidono sulla tua autostima e sulla bassa motivazione=stress.

Lo scopo della vendita deve essere quello di:

- risolvere un problema;
- aprire un'opportunità;
- soddisfare un bisogno del/della cliente.

La cliente cerca una soluzione raggiungibile attraverso il nostro prodotto/servizio, che è sempre un mezzo e mai un fine. Spostare il focus della vendita sul VALORE, consente di battere l'obiezione fondamentale di ogni vendita: "costa troppo".

È vero, il 5-10% dei clienti decide cosa comprare basandosi esclusivamente sul prezzo, però la restante parte acquisterà valutando anche altri fattori e, dopo aver comprato, non ricorderà più il prezzo ma avrà sempre ben presente il VALORE, ed è in base a quello che deciderà, se fidelizzarsi a te.

CI SONO TRE MOSSE VINCENTI PER VENDERE MA OGGI INDAGHIAMO E SCOPRIAMO LA PRIMA.

1. Smetti di vendere prodotti e servizi e non pensare solo ai numeri!

Questo vale per tutti i settori.

Alcuni ritengono che la principale motivazione di acquisto sia legata alla bontà dei prodotti/servizi erogati. Il cliente non acquista il servizio o il prodotto in sé ma acquista il RISULTATO/BENEFICIO che consegue con quel determinato servizio o quel determinato prodotto.

VA DA SÉ' IL MODO IN CUI COMUNICHI E IL MODO IN CUI PERCEPISCE IL TUO MESSAGGIO IL/LA TUA POTENZIALE CLIENTE DIVENTA LA FORMULA VINCENTE PER CHIUDERE CONTRATTI E FIDELIZZARE IL TUO PUBBLICO=CREA SISTEMATICITÀ' NEL TUO BUSINESS=PORTA SICUREZZA NELLA TUA VITA.

- Una professionista di successo non pensa solo ai numeri.

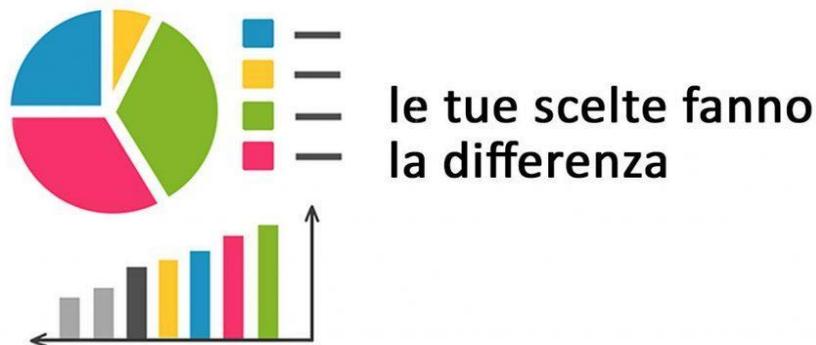
I numeri che incontrerai nell'analisi del tuo funnel (se non sai cosa è un funnel significa che ti manca un metodo di promozione miserabile e tracciabile) non devono rigidamente guidare le tue tecniche di vendita.

Gli step servono come linea guida, ma la realtà è ben diversa. Infatti, il 63% di coloro che ti chiedono informazioni sul tuo prodotto potrebbero non tornare prima di 3 mesi. Inoltre, potresti passare da una trattativa ad un preventivo più d'una volta prima di concretizzare la vendita.

Ecco un numero da spavento che devi tenere a mente:

- Il 65% del tempo che trascorri su attività di promozione non ti porta nuove vendite.

**Il 65% del tempo che trascorri
su attività di promozione
non ti porta nuove vendite**



Se tu ti dovessi basare solamente su queste statistiche potresti chiudere domani e, invece, le tue scelte fanno la differenza.

La prima mossa sopra descritta è strettamente legata alla prima AREA del processo di vendita: AFFETTIVITÀ.

Area dell'affettività

In ogni rapporto personale il primo impatto determina, o almeno influenza in modo considerevole, il prosieguo del rapporto. Quando conosciamo qualcuno ed in prima battuta ci risulta antipatico, scostante, diventa difficile in un secondo tempo creare un rapporto confidenziale ed amichevole.

Quando più riuscirai ad entrare in empatia con la tua cliente, tanto maggiori saranno le probabilità di chiudere la vendita.

SEI CAPACE DI VENDERE?

GLORIACHARINI
MENTAL COACH PER DONNE

Il mostro chiamato “obiezione”.

L'obiezione nella vendita può essere vera o falsa, e dietro a ogni obiezione falsa c'è n'è sempre una vera. Un'obiezione falsa è semplicemente una scusa che il tuo interlocutore ti dice per non acquistare da te. Per esempio, se gli stai antipatica, difficilmente te lo dirà e quindi ti mentirà.

Le principali ragioni che spingono un cliente a fare obiezioni sono:

- non ha capito bene/vuole maggiori informazioni/ha dei dubbi su qualche aspetto particolare.
- Non vuole proprio comprare.
- Ha paura a prendere una decisione.
- Ha un atteggiamento di chiusura preventiva.
- Motivi personali.
- Esperienze precedenti negative.
- Obiezioni a prescindere (ad esempio vecchi problemi con la tua azienda, o con una certa persona della tua azienda)
- Ha già sentito altre proposte ed è in dubbio.

Vediamo le obiezioni false più ricorrenti:

- Voglio pensarci su.
- Costa troppo.
- Non sono abituata ad acquistare d'impulso.
- Prima mi devo informare bene!
- Ho letto di servizi/prodotti/percorsi simili che costano meno.

In realtà i veri ostacoli alla vendita sono:

- non ho soldi;
- ho i soldi ma non te li voglio dare;
- non mi piaci/non ti credo/non mi fido di te;
- non ne ho bisogno;
- questo mese ho già avuto troppe spese.

Le obiezioni possono nascere per 2 diversi motivi: mancanza di interesse > obiezione volta a chiudere la trattativa; indecisione > obiezione volta a ottenere più tempo o più informazioni.

Come gestire efficacemente le obiezioni?

Nella prossima dispensa lo scopriamo insieme ma nel frattempo scrivimi in privato: qual è l'obiezione più frequentemente il/la tua cliente ti manifesta?

Se ti interessa conoscere subito i miei personali segreti e i percorsi Micaf focalizzati al promuovere in modo efficace la tua professione anche grazie ad una strategia di vendita specifica clicca qua sotto qui sotto oppure scrivimi al 3282560986.

[Clicca qui](#)

IL MODO IN CUI COMUNICHI E IL MODO IN CUI PERCEPISCE IL TUO MESSAGGIO
IL/LA TUA POTENZIALE CLIENTE DIVENTA LA FORMULA VINCENTE PER CHIUDERE
CONTRATTI E FIDELIZZARE IL TUO PUBBLICO=CREA SISTEMATICITÀ' NEL TUO
BUSINESS=PORTA SICUREZZA NELLA TUA VITA.

Buon lavoro.
Gloria Chiarini