

VENDOCENTRICO

Venditore al centro

Eliano B. Cominetti

Autore del libro: I Signori rappresentanti si ricevono il martedì. Vendocentrico - Venditore al centro

Ed. Stilgraf, Cesena (FC) Maggio 2019

Emanuele Cangini Curatore dell'opera

I SIGNORI
RAPPRESENTANTI
SI RICEVONO
IL MARTEDÌ

VENDOCENTRICO
Venditore al centro



Parte 3/3

L'impatto sulla struttura

I maggiori effetti di questo *indeterminismo valoriale*, la SL (Sales Leadership) l'avverte nelle logiche e negli stessi processi d'acquisto. Questi cambiano nei tempi e nelle capacità di risposta, diventano meno prevedibili, più autonomi e comparativi nel mutamento valoriale percepito dal cliente.

Si evidenziano criteri decisionali determinati sul valore del "costo d'acquisto" che impatta sugli stessi processi di vendita, i cui margini attesi risultano difficili da mantenere.

Gli elementi riferibili a questi cambiamenti sono ben riconoscibili da un ciclo di vendita più lungo, da processi d'acquisto meno programmabili, da previsioni non affidabili, da un ciclo di vita del prodotto più breve rispetto a tempi di decisione d'acquisto più allargati e meno strutturati, da margini sempre più compressi e da una dinamica di fidelizzazione che non garantisce più gli stessi risultati rispetto al determinismo lineare a cui la SL aveva fondato la qualità dell'eccellenza.

In questo mutamento del contesto, in cui si è sviluppato il paradigma "Cliente al Centro", la SL ha reagito riproponendo le stesse logiche e ricalcando ancora lo stesso modello "Cliente Centrico" seppur consapevole che i risultati attesi, non ricalcavano gli stessi che derivavano dal modello posto in origine.

E' inevitabile che una SL ancorata al paradigma "Cliente al Centro" non riesca a sostenere il mutamento in atto, nonostante siano pregevoli i tentativi di *vendere il valore* al fine di ridurre istanze comparative che si ricompongono inevitabilmente sul "costo" da sostenere.

La Sales Leadership deve necessariamente mutare il paradigma: l'intero approccio alle vendite va necessariamente modificato per far fronte a istanze non strutturate, non prevedibili e mutevoli nella fluidità di un mercato instabile in cui le risposte - a volte - giungono in ritardo, rispetto al tempo in cui si originano.

L'indeterminazione valoriale è causativa e impatta *in primis* sui venditori, sugli agenti e sui loro responsabili ai quali viene lasciato un ristretto margine di manovra sulla vendita del valore, che rischia di implodere necessariamente su di una rinegoziazione del prezzo da pagare.

E' un circolo vizioso causato dalla permanenza del paradigma generativo, rispetto ad un mutamento del contesto in cui esso stesso si è originato e che richiede un mutamento paradigmatico nonché un'inversione polare.

La SL deve uscire da questo loop, ricreando valore all'attore protagonista di ogni processo di vendita in quanto esso stesso creatore, nonché agente creativo del *valore generato* al cliente in quanto non richiesto, né pensato.

La SL deve abbandonare la ripetibilità deterministica dei processi di vendita e accogliere in sé un nuovo paradigma "*Vendocentrico: Venditore al centro*" al quale riferire quote di fiducia e istanze di sviluppo valoriale in un mercato indeterministico.

Riposizionare la centralità al venditore, significa attribuire valore all'attore creatore dell'intero processo di vendita in quanto capace di ri-creare scelte, mutare orientamenti, disgregare certezze, generare valori in-pensati e in-aspettati, sfidando le logiche deterministiche del cliente con intuizioni generative tali da ri-costruire nuove metamorfosi nei processi valoriali del cliente. L'inversione del paradigma, impatta sulla struttura organizzativa aziendale attraverso la sua capacità di re-azione (agile selling) ad una cultura dell'incertezza che caratterizza sistemi instabili nelle relazioni, nei dati e nelle informazioni, segnati da una ambiguità indifferenziata e da una discontinuità tra il "certo" e "l'improbabile".

Vendocentrico: venditore al centro in quanto polo attrattore e non elemento ruotante su orbite instabili e indifferenziate in cui implodere attraverso processi dissipativi energetici.