

CAPITOLO

1

«Quando diventiamo più consapevoli
e permettiamo alle nostre scelte
di diventare più consapevoli,
ci muoviamo nella direzione
della crescita»¹.

Virginia Satir

¹ Virginia Satir, *Meditazioni di Virginia Satir*, a cura di John Banmen, Editrice Impressioni Grafiche, Acqui Terme (AL) 2005.

1.1 SPINGI CHE SI APRE

«Per vendere agli altri
devi prima vendere il tuo miglior te stesso
a te stesso:
qui sta il tuo cuore».

«... alle 8:30 di domani mattina, confermato?». Sì! Sempre così dal 1985: ogni giorno che arriva, parte sempre da una conferma. Anche domani sarò con un venditore: da clienti. A vendere. Con o senza appuntamento non fa nulla: l'importante è creare un primo contatto, capire, vedere, sentire le voci e interpretare l'ambiente. Da lì in poi sarà tutta una discesa. L'intervallo temporale che ci porterà dal primo cliente è lasciato al sonno notturno.

Per giungere al punto d'incontro bisogna partire un po' in anticipo. La tangenziale Est di Milano a quell'ora è sempre frequentata. Piove. I tergicristalli sono alla velocità massima e il tamburellare della pioggia mi accompagna a questo appuntamento. Così sarà anche per Giuseppe: strade diverse che convergono allo stesso punto. Speriamo ci sia un parcheggio; se no, in che condizioni arriviamo dal cliente? Cliente... non ci aspetta nemmeno! In gergo, è una visita "a freddo": un potenziale intravisto che sta in mezzo al primo appuntamento. Si poteva evitare, oggi piove. Giuseppe mi attende in auto. Unico riparo a questo diluvio autunnale.

Ci vuole coraggio a uscire dalla propria automobile: lì, si è al sicuro. Si fa fatica a esprimere il saluto e la gioia dell'incontro tra ombrelli da aprire, valigetta e valigia del campionario da estrarre dall'auto sotto la pioggia che rimbalza dalle pozzanghere in cui si sono annegate le scarpe. Un ombrello in due è la soluzione migliore: uno lo tiene e l'altro si stringe, lasciando la valigia del campionario a subire gli scro-

sci mattutini. Un po' di corsa, un po' zigzagando tra le ampie pozzanghere del parcheggio, con la mente puntata all'ingresso della fabbrica oggetto della nostra visita.

Nella corsa, la valigia si apre rovesciando il campionario a terra. È tutto un sapere che cade: lì ci sono le "àncore" su cui costruire la visita. I depliant, i prodotti, le schede: tutto rovesciato nelle pozzanghere.

Ci guardiamo in volto. In silenzio ci diciamo: "E adesso? Cosa mostriamo al cliente?". Non abbiamo più nulla. «Eliano non ho più nulla!», mi grida Giuseppe nel rumore della pioggia. «Va bene, raccogli tutto. Caccia dentro. Sii sereno; abbiamo noi stessi». «Bella consolazione – mi dice – bagnati fradici!».

È un inchinarsi istantaneo nel tentativo di salvare il salvabile. Cerchiamo con le mani di essere più veloci della pioggia nel richiudere quello su cui pensavamo di basare poi le nostre speranze dimostrative. Si arriva al cancello e lo sguardo è tagliato dall'ombrello nei tentativi ripetuti di salvare noi e la valigia dalle raffiche di pioggia e vento.

«Eliano! – esclama Giuseppe – ma oggi è giovedì!». Il cartello è scultoreo e impermeabile alla pioggia nel suo decretare che

I SIGNORI VENDITORI SI RICEVONO IL MARTEDÌ.

«Rallegrati per questo! Siamo in anticipo sul futuro: spingi che si apre!».

1.2 C'È SEMPRE UN CLIENTE

«Non c'entra che cosa fai...
...c'entra ciò che tu sei
e tu,
sei di più di quello che ti accade».

Eliano B. Cominetti

Uomo o donna chiunque tu sia, non trincerarti dietro a un "io non ho nulla da vendere, tanto io non vendo, non ne ho bisogno, mi cercano gli altri, non ho prodotti da vendere e nemmeno ne sono capace...".

I nostri pensieri, le nostre convinzioni, i nostri desideri, le nostre aspettative, hanno un destino che va costruito, organizzato, sostenuto, difeso, modificato, pensato, affinché possa ottenere il risultato da te atteso. Voglio dirti che

Noi vendiamo sempre.

Per questo c'è sempre bisogno di qualcuno su cui volgere il pensiero e la nostra azione. Un "cliente", ovvero una persona, su cui far confluire la nostra attenzione e contribuire con lui a creare un *modo migliore da vivere*.

Senza questa consapevolezza, il mio libro finirebbe qui.

Questo libro raccoglie i miei trentacinque anni a fianco dei venditori: con loro ho percorso strade, marciapiedi, superato cancelli, suonato campanelli, consumato gettoni al telefono e successivamente schede prepagate, telefonate a orari impossibili, fatto corse, riunioni nei bar e ristoranti, conferenze e convegni, seminari e training nei quali ho incontrato persone con cui ho condiviso i loro successi e le loro speranze, ascoltato sconfitte e delusioni, ricevuto applausi e ascolto; tutto per essere stato lì con loro, a sostenere che tu sei di più, di quello che ti accade!

«Un negoziante stava appendendo sulla porta un cartello che diceva "Cuccioli in vendita". Cartelli del genere riescono sempre ad attirare i bambini e, naturalmente, sotto il cartello comparve poco dopo un bambino. "A quanto vende i cuccioli?" domandò. Il negoziante rispose: "A vari prezzi fra i 30 e i 50 dollari". Il bambino mise la mano in tasca e tirò fuori alcuni spiccioli". Io ho due dollari e 37" disse. "Posso vederli?". Il negoziante sorrise ed emise un fischio, e dalla cuccia uscì Lady, che percorse il negozio seguita da cinque minuscoli batuffoli di pelo. Un cucciolo rimaneva decisamente indietro. Subito il bambino individuò il cucciolo zoppicante e ritardatario e chiese: "Cos'ha che non va questo cagnolino?". Il negoziante spiegò che il veterinario aveva visitato il cucciolo e aveva scoperto che gli mancava una cavità all'anca. Avrebbe zoppicato per sempre. Sarebbe sempre stato uno storpio. Il bambino si entusiasmò. "È questo il cucciolo che voglio comprare". Il negoziante disse: "No, non ti serve comprarlo. Se proprio lo vuoi, te lo regalo". Il bambino si arrabbiò. Guardò dritto negli occhi il negoziante, puntando il dito, e obiettò: "Non voglio che me lo regali. Quel cagnolino vale tanto quanto gli altri cani e io pagherò il prezzo intero. Adesso le do due dollari e 37, poi 50 cent ogni mese finché l'avrò pagato per intero". Il negoziante ribatté: "Non vorrai davvero comprare questo cagnolino? Non potrà mai correre

e saltare e giocare con te come gli altri cuccioli". A questo punto il bambino si chinò e arrotolò i pantaloni rivelando una gamba sinistra storpiata, avvolta in un sostegno metallico. Guardò il negoziante e rispose dolcemente: "Neanch'io corro tanto bene, e il cucciolo avrà bisogno di qualcuno che lo capisca!"².

Devo questo libro ai miei trentacinque anni di lavoro con gli agenti rappresentanti di commercio, venditori, loro responsabili e manager a cui ho dedicato ben più di 60.000 ore lavorate pari a 7500 giornate vissute tra formazione, consulenza e affiancamenti.

L'attività di formazione in aula si è mantenuta a una media di circa 120 giornate/anno pari a 960 ore/anno fino a 28.800 ore, dedicate a formare 11.200 persone tra venditori, capi area, direttori vendite e direttori generali. In consulenza ho impegnato mediamente 40 giornate/anno fino ad accumulare 1200 ore distribuite su 250 aziende nei settori più disparati. Ma ciò che maggiormente dava senso e significato al mio operare erano le 90 giornate/anno in affiancamento sul campo: formare gli uomini oltre l'aula!

Per questo sono ancora a oggi, ogni giorno, con *"te sul campo"* da clienti che ancora dicono: «... non ora, non mi serve... non ne ho bisogno... non ho intenzione... sto bene così... mi faccia un'offerta... ripassi...». In particolare dal 1995 al 2000 ho dedicato ben cinque anni della mia attività a sperimentare quotidianamente nuovi comportamenti di vendita e a monitorarne gli effetti su di un campione di 60 agenti rappresentanti: sono stati anni magnifici, in cui il provare e il riprovare hanno confermato non solo risultati e benessere, ma mi hanno arricchito di esperienze determinanti nella stesura del libro che ora si rivolge a te. È un libro che non nasce dall'aula, né da seminari, né dalle convention: trae origine dal laboratorio "della strada" dove si è formato con metodo scientifico: *osservo, sperimento e imparo*.

² Dan Clark, *Weathering the Storm* in Franco Portelli, *Vivi cent'anni e non un anno ripetuto cento volte*, Collana "LeComete", FrancoAngeli Edizioni, Milano 2002.