

ELIANO B. COMINETTI

**I SIGNORI
RAPPRESENTANTI
SI RICEVONO
IL MARTEDÌ**

VENDOCENTRICO
Venditore al centro

Come trasformare un "NO!" in un "SÌ!"



EDITRICE STILGRAF
2019

Il logo *I Signori rappresentanti si ricevono il martedì* e il titolo *Vendocentrico: venditore al centro. Come trasformare un "NO!" in un "SÌ!"* sono di proprietà dell'autore Cominetti B. Eliano

La realizzazione grafica è opera di:

Designer Enrico De Giuli (www.degiulidesign.net)

La Postfazione *Adamas, nadamas* è di Fabio Zancanella

Il logo e la grafica di *Adamas, nadamas* sono a cura di

Marlene e Francesca Zancanella (www.butterflystrategy.it)

Curatore dei grafici presenti al cap. 11.5.4/5 della parte evocativa/implicativa:

Massimo Morini

Winning Associati s.r.l.

www.winningassociati.it

tratti da: *Argomentario for you*, Mauri Elettroforniture SpA, Trezzo sull'Adda

Curatore e revisore del testo:

Emanuele Cangini (metodo Drago - emanuelecangini7@gmail.com)

Per comunicare con l'autore:

cell. 39 347.79 84 619

elianocominetti@ksales.it

Oppure consultare il sito:

www.ksales.it

www.elianocominetti.com

www.isignorirappresentantisiricevonoilmartedi.it

ISBN 978-88-96240-89-2

© Copyright - maggio 2019

Cominetti Eliano Battista - all rights reserved

Editrice Stilgraf

Viale Angeloni, 407 - 47521 Cesena

Tel. e Fax 0547 610201

info@stilgrafcesena.com

www.stilgrafcesena.com

Tutti i diritti sono riservati. Contenuti, testi, copertina, grafici, immagini, disegni, matrici, l'intero lavoro artistico e la grafica sono di proprietà di Eliano Battista Cominetti.

Pertanto, sono protetti dal diritto d'autore nonché dal diritto di proprietà intellettuale.

Nessuna parte di questo libro può essere riprodotta, utilizzata, o trasmessa in qualsiasi forma e contenuto in modo anche parziale, o riprodotta senza il consenso e l'autorizzazione scritta dell'autore poiché frutto del lavoro e dell'opera intellettuale dell'autore stesso.

Sono altresì vietate la copia e la riproduzione e la pubblicazione delle immagini e dei contenuti non autorizzate dall'autore.

SOMMARIO

Prefazione (a cura di <i>Emanuele Cangini</i>)	p. 15
Introduzione	21
LIBRO I	
<i>Nigredo - La genesi</i>	23
Capitolo 1	25
1.1 <i>Spingi che si apre</i>	27
1.2 <i>C'è sempre un cliente</i>	28
1.3 <i>Ma dove sono i clienti che comperano?</i>	31
1.4 <i>Il mio libro è diverso</i>	32
1.5 <i>Nessuna magia</i>	34
1.6 <i>Da dove sono partito</i>	36
1.7 <i>Si parte dal "NO!" del cliente</i>	43
1.8 <i>La vendita inizia da un "NO!"</i>	46
1.9 <i>Noi vendiamo sempre</i>	47
1.10 <i>"Tu sei quello": non cercarti fuori da te stesso</i>	48
1.11 <i>Questo libro è per tutti</i>	51
1.12 <i>Perfezionismo</i>	52
1.13 <i>Anch'io ero come te</i>	54
1.14 <i>Le conferenze</i>	57
1.15 <i>Conclusione: che cosa ne ricaviamo?</i>	104
1.16 <i>Sabato nella biblioteca della casa di campagna</i>	106
1.17 <i>In un cassetto</i>	107
Capitolo 2	115
2.1 <i>Quello che si dice essere "la realtà"</i>	117
2.2 <i>Volontà e immaginazione</i>	122
2.3 <i>Il lavoro su me stesso</i>	135
2.4 <i>Una scelta</i>	137
2.5 <i>Se pensi così, sarà poi così</i>	149
2.6 <i>Mi metto in proprio: fondo la KSC</i>	153
2.7 <i>Trento, 2011: seminario dal titolo "Perché non si ottengono risultati?"</i>	168

Capitolo 3	p. 183
3.1 <i>Il sogno è la nostra realtà</i>	185
3.2 <i>Datti il coraggio di credere nel sogno</i>	190
3.3 <i>Vivere con il futuro alle spalle</i>	193
3.4 <i>Ma ciò non basta: la visione dell'obiettivo</i>	195
3.5 <i>Porsi obiettivi</i>	197
3.6 <i>Obiettivi</i>	199
3.7 <i>Tutti ne parlano, ma nessuno sa come definirli</i>	201
3.8 <i>Un primo seminario: l'obiettivo</i>	203
3.9 <i>Entra in "gioco" l'inconscio</i>	215
3.10 <i>I due cervelli</i>	221
3.11 <i>Un secondo seminario a Verona: il risultato</i>	224
3.12 <i>Tornare al mio paese</i>	233
Capitolo 4	237
4.1 <i>La vita è dura e spesso ingiusta</i>	239
4.2 <i>Un terzo seminario: trasformare obiettivi in risultati</i>	240
4.3 <i>Torno a casa: mi ritrovo nella biblioteca</i>	249
Capitolo 5	253
5.1 <i>Lezioni del Maestro</i>	255
5.2 <i>Dalla prima lezione: che cosa ho imparato?</i>	261
5.3 <i>Dalla seconda lezione: che cosa ho imparato?</i>	277
5.4 <i>Dalla terza lezione: che cosa ho imparato?</i>	290
5.5 <i>Dalla quarta lezione: che cosa ho imparato?</i>	296
5.6 <i>Sintesi: che cosa rimane da fare?</i>	299
5.7 <i>Biblioteca</i>	299
Capitolo 6	305
6.1 <i>Il modello 5x5, la matrice dell'esperienza: l'origine</i>	307
6.2 <i>Con te, domani fuori a vendere</i>	310
6.3 <i>L'arte della cartografia</i>	311
6.4 <i>Formare i venditori: sì, ma con che modello?</i>	314
6.5 <i>Questo richiedeva un approfondimento</i>	317
6.6 <i>Penso: il cliente non è più il re</i>	328
6.7 <i>Avevo un metodo</i>	330

LIBRO II

Albedo - La matrice esperienziale

p. 337

Capitolo 7	339
7.1 Stregonerie	341
7.2 Il mio percorso nei modelli di vendita	343
7.3 Ognuno dice la sua. Io, la mia	380
7.4 Il soggetto mancante	383
7.5 Trasformazione	405
7.6 Ho capito!	409
7.7 L'ululato	411
7.8 L'esperienza	413
7.9 La matrice dell'esperienza 5x5	415
7.10 La struttura delle aree funzionali	423
7.11 La via da seguire	427
Capitolo 8	429
8.1 Situativa: analisi della situazione e del contesto	431
8.2 Chi può fare il primo passo?	439
8.3 Farlo parlare di sé	446
8.4 ... e digli anche un po' di te	450
8.5 Il punto da cui partire	450
8.6 Il punto da cui non partire	452
8.7 Lo spazio duale	453
8.8 Riflettere in aula	469
8.9 Come procedo?	471
8.10 Ascoltalo ascoltandoti	475
8.11 Qual è dunque la sua situazione attuale?	479
Capitolo 9	481
9.1 Evocativa: prima dall'uno al due e non dal due all'uno	483
9.2 Evocare punti di partenza	486
9.3 Sono a posto così	488
9.4 Un po' di teoria: riflettere prima di agire	495
9.5 In origine l'atteggiamento	502
Capitolo 10	505
10.1 Guidare la mente inconscia	507
10.2 Costruire dialoghi ponendo domande	511
10.3 Confuso: fuso con...	521
10.4 La sua risposta misura la tua domanda	524
10.5 Il problema da svelare	525

10.6 <i>Un'intuizione dalla pratica: la logica evocativa</i>	p. 526
10.7 <i>Lezione a Bolzano: dalla tecnica delle domande alle logiche evocative</i>	532
10.8 <i>Argomentario di vendita</i>	551
Capitolo 11	563
11.1 <i>Implicativa</i>	565
11.2 <i>L'errore fatale</i>	568
11.3 <i>Ciò che si faceva</i>	570
11.4 <i>Lui ci casca dentro</i>	572
11.5 <i>Due strutture superficiali</i>	574
11.6 <i>Lo schema di abilità</i>	584
11.7 <i>Riflettere in aula sui risultati raggiunti</i>	588
11.8 <i>La vendita a valore emotivo</i>	591
Capitolo 12	595
12.1 <i>Solutiva</i>	597
12.2 <i>Riepilogare i "Sì!"</i>	601
12.3 <i>Un'intuizione</i>	605
12.4 <i>Aiutarlo a scoprire da sé</i>	607
12.5 <i>La via verso la liberazione</i>	611
12.6 <i>Dare ossigeno</i>	612
12.7 <i>Pro-muovere attese "positive"</i>	616
12.8 <i>Irresistibilità... offrire un'esperienza memorabile</i>	618
12.9 <i>Sales Visual</i>	620
12.10 <i>Elaborare capacità di risposta</i>	636
12.11 <i>Dietro le quinte di una presentazione</i>	639
12.12 <i>Come glielo vado a dire?</i>	645
Capitolo 13	651
13.1 <i>Dimostrativa</i>	653
13.2 <i>Gli anni in cui mi sono dedicato a fare dimostrazioni</i>	655
13.3 <i>Nella dimostrazione occorre essere multisensoriali</i>	657
13.4 <i>Vendere l'utilità</i>	662
13.5 <i>L'utilità è più forte della qualità</i>	665
13.6 <i>Dall'utilità ai vantaggi derivanti</i>	666
13.7 <i>L'inconscio reale</i>	668
13.8 <i>Le motivazioni d'acquisto</i>	671
13.9 <i>Il desiderio d'acquisto</i>	673
13.10 <i>Le decisioni del cliente</i>	678
13.11 <i>Dirlo a uno non è come dirlo a tanti</i>	687
13.12 <i>Parlare & vendere davanti a un gruppo di acquirenti</i>	691

Capitolo 14	p. 703
14.1 Il prezzo: "Non sei capace a venderlo"	705
14.2 Creare, anziché superare	721
14.3 La fuga dal prezzo	723
14.4 Dunque, le tecniche	726
14.5 Da dove partire	728
14.6 Il prezzo, quando me lo chiede?	733
14.7 Tra il dire e il fare	738
14.8 E se parte subito dal prezzo?	741
14.9 Cartolina da Roma	743
14.10 Scontare o non scontare?	747
14.11 Perché me lo chiede?	749
Capitolo 15	753
15.1 Si dicono: "le obiezioni"	755
15.2 Spiragli di luce	763
15.3 Dove collocare quelle che si dicono essere "le obiezioni"?	765
15.4 Un'immagine vale più di mille parole	767
15.5 Occorre un cambiamento nella visione	769
15.6 Preparazione: prepararsi prima	772
15.7 Perché un cliente vuole esprimere il suo punto di vista?	774
15.8 Le ragioni per cui si esprime così	776
15.9 Tu sei al centro	778
15.10 La visione	779
15.11 Come concludere?	785
Capitolo 16	787
16.1 La richiesta d'offerta	789
16.2 L'offerta scritta	792
Capitolo 17	797
17.1 Concludere: non ne ero capace	799
17.2 Perché tu hai comprato?	803
17.3 Mi dici che cosa occorre fare per chiudere?	805
17.4 Noi concludiamo sempre	807
17.5 Chiudere cerchi aperti	808
17.6 Che cosa impariamo dalle nostre decisioni prese?	810
17.7 Che cosa significa dunque concludere?	811
17.8 Sii fermo	813
17.9 Errore fatale	816
17.10 Solo dopo chiudi	817
17.11 Ma non è sempre così	819

Capitolo 18	p. 825
18.1 <i>Reclamo? Problema in corso</i>	827
18.2 <i>Il "reclamare" nel processo di vendita</i>	832
18.3 <i>Ma perché questo qui... urla?</i>	836
18.4 <i>Uno schema di abilità comportamentale</i>	841
LIBRO III	
Rubedo - Il Vendocentrico	857
Capitolo 19	859
19.1 <i>Il modello vendocentrico</i>	861
19.2 <i>Gli abbiamo dato troppo potere</i>	885
19.3 <i>Riappropriarsi della propria potenza personale</i>	886
19.4 <i>Dillo a te stesso</i>	887
19.5 <i>Specula de mentis</i>	888
19.6 <i>Tu sei al centro</i>	889
Capitolo 20	891
20.1 <i>Il giardino di papà</i>	893
20.2 <i>Si dicono referral</i>	895
20.3 <i>Il mercato della fiducia</i>	901
20.4 <i>R.A.F. Referenza Attiva Fiduciaria</i>	904
20.5 <i>Che non ci sia una "crisi" nella fiducia</i>	907
20.6 <i>La bellezza di un sogno migliore</i>	911
Capitolo 21	913
21.1 <i>Conferenze per venditori da vendere</i>	915
21.2 <i>Prima conferenza: che cosa c'è di buono in ciò?</i>	920
21.3 <i>Seconda conferenza: la scelta è la chiave</i>	931
21.4 <i>Terza conferenza: siete come degli attaccapanni</i>	940
21.5 <i>Quarta conferenza: avere successo o essere un successo?</i>	943
21.6 <i>Quinta conferenza: pensare i pensieri</i>	948
21.7 <i>Mia moglie Mariarosa</i>	960
Postfazione (a cura di <i>Fabio Zancanella</i>)	965
Non solo grazie!	971
Bibliografia	973