



OPEN SOURCE MANAGEMENT
INTERNATIONAL GROUP

Persuasione 2.0

- 1) Prima Chi, poi Che Cosa
- 2) Prodotto (costruire storia)
 - Demografia
 - Sondaggi
 - Social
 - Tecnologia
- 3) Money
 - Imprenditore che costruisce azienda che funziona da sé
 - Franchising

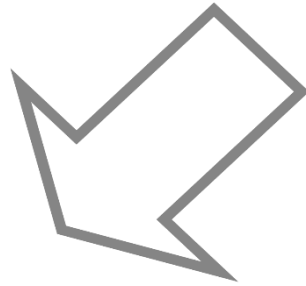
- 4) Manager
 - Imprenditore che gestisce una singola area
 - Donne nel management
 - Gestione del Tempo: fai oggi quello che fa la differenza domani



OPEN SOURCE MANAGEMENT
INTERNATIONAL GROUP

Persuasione 2.0

NON HO CHIUSO



• **CAUSA**

(**I am the source**
thus I can learn)

• **EFFETTO**

(**It is the customer,**
the market,
etc)

**LA LOGICA FA
PENSARE –
LE EMOZIONI
FANNO AGIRE**



“

**UN POSSIBILE
ACQUIRENTE DECIDE DI
COMPRARE UNA CASA
NEI PRIMI
90 SECONDI
DELLA VISITA**

”

**Quand'è che comprano
le persone?**

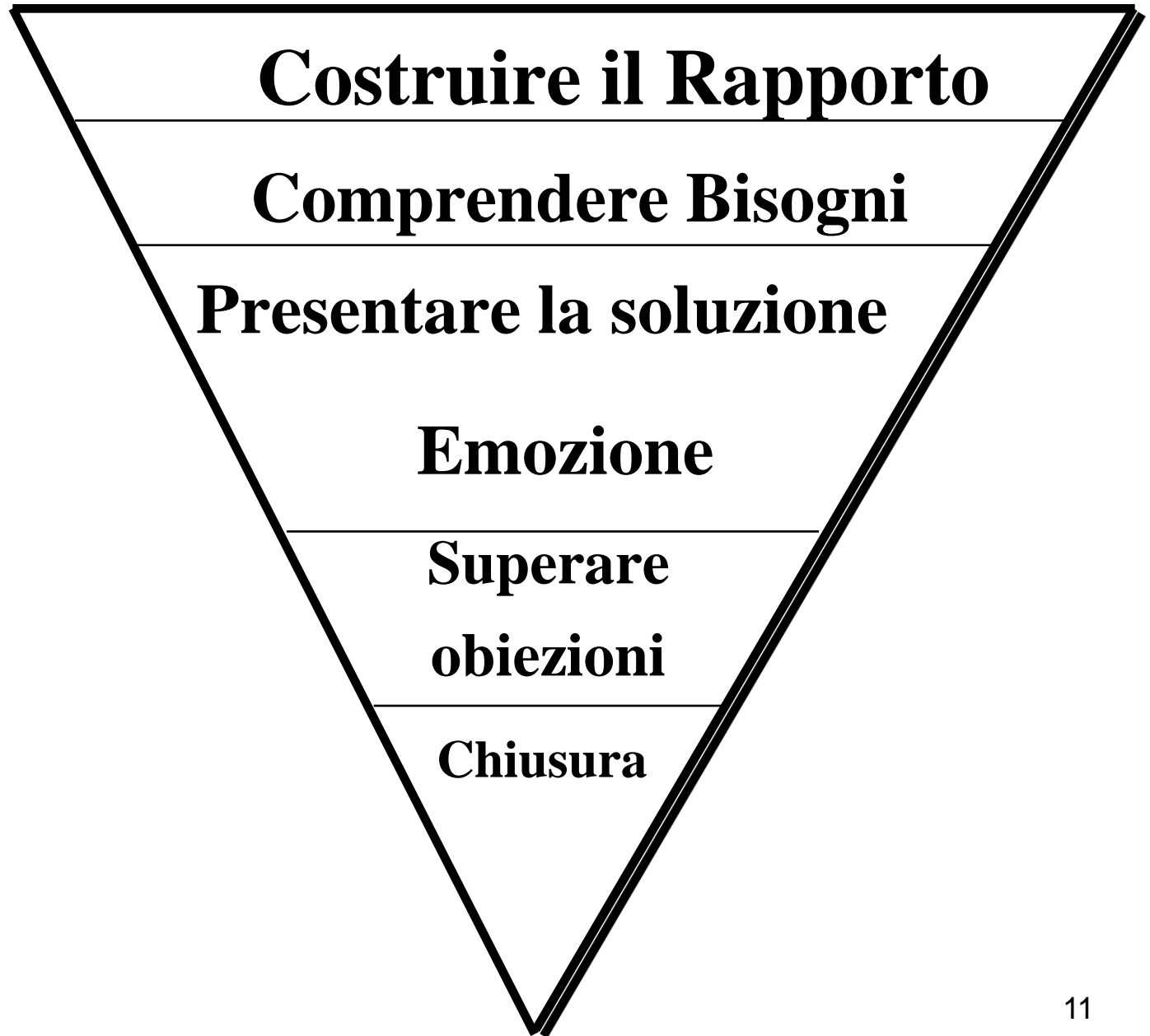
Le persone comprano (except e-commerce) quando:

a) Sentono che il loro **bisogno** è stato compreso

b) Quando gli piace e **sono attratti** dal venditore

c) Quando hanno sperimentato un **emozione**





ESEMPI DI APPROCCIO

- Cosa apprezzo di te
- Cosa mi piace nel tuo ambiente
- Di cosa sono curioso riguardo a te
- Cosa mi interessa di te
- ASCOLTA
- **Il soggetto è sempre lui e non io**



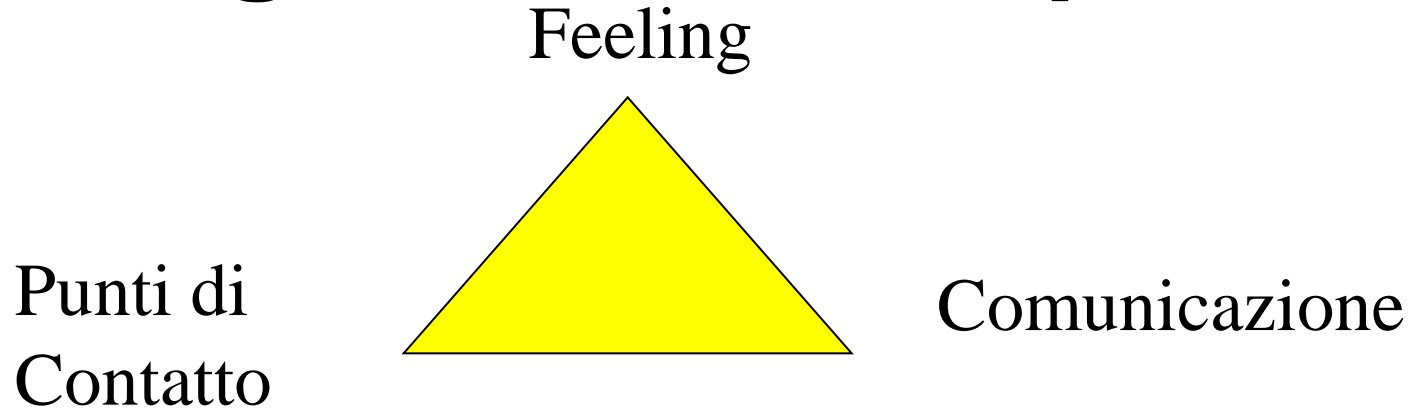
**CUSTOMER
PROPOSAL**



OPEN SOURCE MANAGEMENT
INTERNATIONAL GROUP

Persuasione 2.0

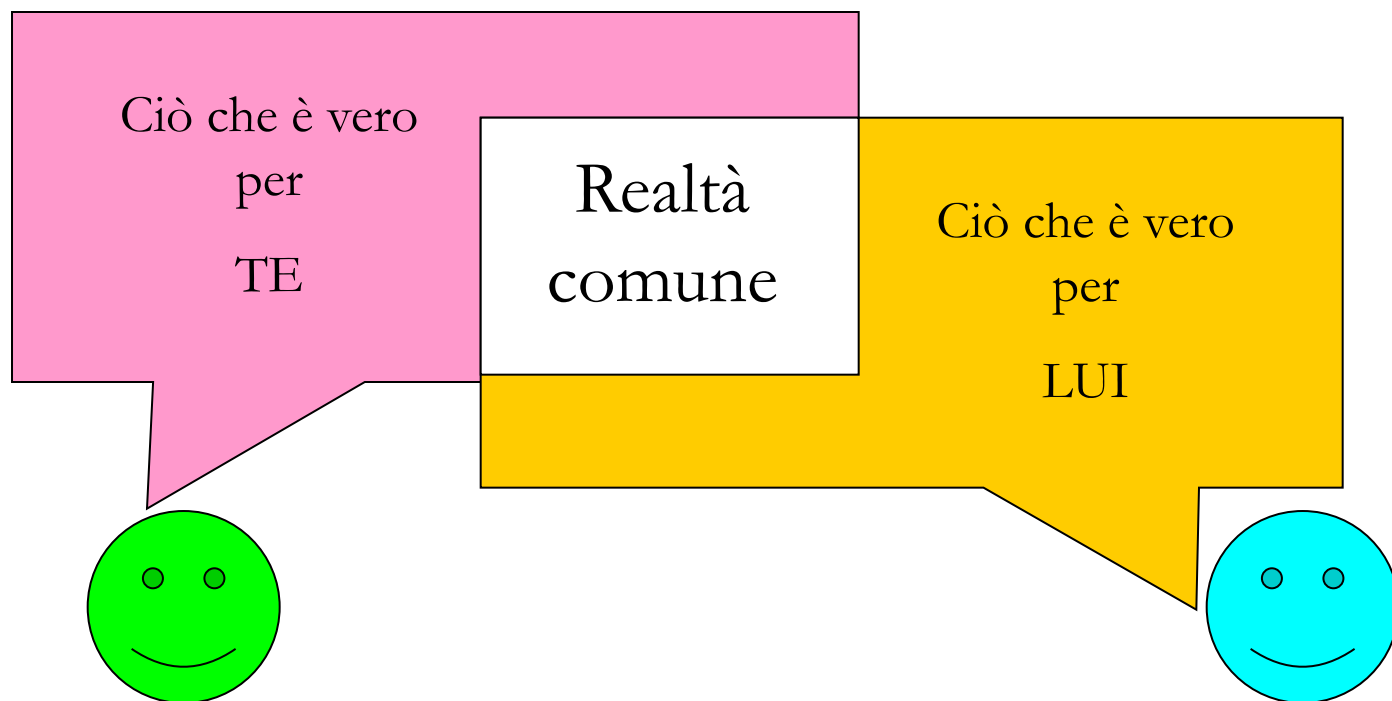
Il Triangolo della comprensione



- **Ampliando uno dei lati del triangolo, automaticamente si ampliano anche gli altri due.**
- **Diminuendo un angolo, automaticamente diminuiscono anche gli altri due.**
- **Quando comunichiamo al mercato senza un punto di realtà comune, cioè un accordo, diventiamo irreali.**

PUNTI DI CONTATTO

- I Punti di Contatto di base sono accordi.



Punti di contatto

- Per stabilire dei punti di contatto con il cliente dobbiamo trovare alcune **cose che ci accomunano** o alcune **esperienze o punti di vista che sia noi che lui condividiamo**.
- Oppure trovare degli **argomenti che interessano entrambi** e continuare a parlare di questi fino a quando il triangolo non è ampio a sufficienza.

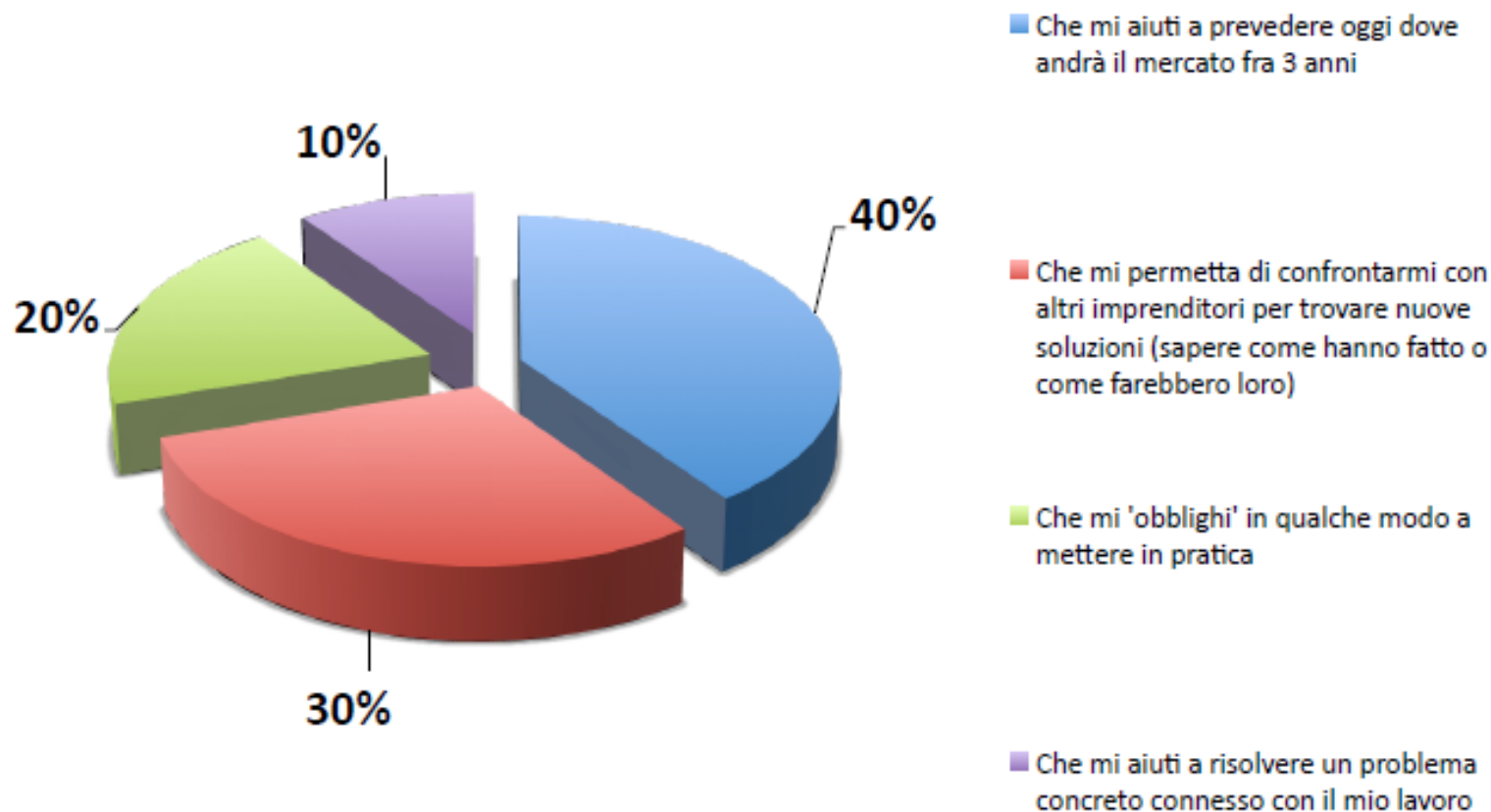
ESERCIZIO

- 1) Scrivi 5 esempi di accordo o “punti di contatto” tra due persone
- 2) Scrivi 2 esempi di persone con le quali non hai molti accordi e nota come è il tuo feeling nei loro confronti
- 3) Su quali argomenti potresti trovare dei punti di contatto con lo speaker del corso?
- 4) Su quali argomenti potresti trovare dei punti di contatto con una persona in sala che non conosci?

CHE COSA E' REALE AL TUO CLIENTE?


Come fai a scoprirlo?

Quale vantaggio rende davvero utile e profittevole un corso di formazione?



- a) Ascolta con interesse chi hai di fronte
- b) Non fare a gli altri quello che non vuoi sia fatto a te
- c) Sii una persona solare e simpatica
- d) Sii disponibile anche fuori il classico orario di lavoro
- e) Le persone devono percepire che tu sei un grande lavoratore

**KNOW THE
RULES!**



Characteristics of the Great Salesperson

- Ascolta con Interesse
- Non fare ad altri quello che non vorresti fosse fatto a te
- Sii una persona solare e simpatica (sii eccitato riguardo al tuo lavoro)
- Sii sempre disponibile al di fuori delle ore di lavoro
- Le persone devono percepire che tu sei davvero un grandissimo lavoratore.