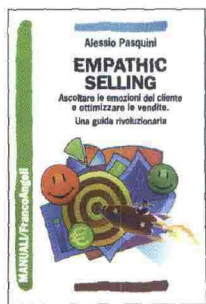


[**LIBRI**]

Cambio di prospettiva

La compartecipazione emotiva nel processo di vendita (e di comunicazione)



Cosa occorre a un buon venditore per chiudere con successo una trattativa? Conoscenza del mercato e degli attributi del proprio prodotto, in primis. Contano poi la capacità comunicativa e la comprensione dell'interlocutore sul piano intellettuale. Tutti requisiti di cui trattano estesamente i saggi sull'arte della vendita che ogni anno spuntano come funghi: solo nel 2007 ne sono stati pubblicati ben 300, per un totale di circa 50 approcci che spaziano, per esempio, dal metodo socratico ai principi di Napoleone, dalle tecniche persuasive di Freud alle pubbliche relazioni shakesperiane. Ciò che sembrerebbe fare la vera differenza, però, è la conoscenza emotiva dell'interlocutore, alias empatia, che non è affatto innata ma che si può apprendere. Teoria e criteri applicativi della dimensione empatica della vendita sono illustrati in questa innovativa guida a firma di **Alessio Pasquini**, consulente di marketing e apprezzato formatore alla vendita con un trascorso da creativo pubblicitario. "Empathic selling - scrive l'autore - si rivolge a tutti coloro che vogliono capire qualcosa in più di se stessi, sui propri meccanismi interni, e che desiderano incrementare il valore e la qualità delle proprie relazioni interpersonali e professionali". L'obiettivo è insegnare al lettore a costruire un rapporto empatico con gli altri. Una relazione basata sull'analisi delle necessità del cliente che, come tutti gli esseri umani, desidera farsi riconoscere per ciò che è, con l'intento di essere compreso, apprezzato e stimato. Ecco perché, dice l'autore, una buona negoziazione ha inizio dall'ascolto, azione che più spesso di quanto non si creda viene ignorata dall'agente, troppo concen-

trato su se stesso e su condotte che lo facciano ben figurare. Se l'ascolto empatico, inteso come partecipazione sia pure temporanea dei sentimenti altrui, è lo strumento più potente a disposizione del venditore perché lo pone in sintonia con chi gli sta di fronte, non meno importanti sono alcuni comportamenti virtuosi, come il saper porre buone domande, evitare di dispensare consigli non richiesti, non tentare di cambiare l'interlocutore e rispettarne i ritmi senza affrettarne il processo decisionale. In pratica, si tratta di modificare completamente punto di vista sostituendo il ben noto principio d'oro evangelico 'Fai agli altri ciò che vorresti facessero a te' con una nuova regola, di platino, che recita: 'Fai agli altri ciò che vorrebbero facessi loro'. Impegnativo? Forse. Ma per testare il grado di comprensione degli insegnamenti impartiti sul tema empatia possono tornare utili interrogativi come questi tre proposti in chiusura di manuale: 'Quando qualcuno conversa con voi, vi chiedete mai quale reale emozione si nasconde dietro le sue parole?', 'Fate mai attenzione al comportamento non verbale delle persone?', 'Osservate mai l'effetto delle vostre parole sugli altri?'

Laura Brivio

Alessio Pasquini
Empathic selling
Franco Angeli, 2008
pagg. 123, 15,00 euro

Questa settimana segnaliamo

Tiziana Nenezic
L'amore ai tempi del globale
The Cooper Files, 2009
pagg. 160, euro 10,00



Umberto Curti, Armando Ricci
Il perfetto marketing al computer
Lupetti, 2009
pagg. 263, 14,00 euro

