



Vendere, che arte!
Fiuto, intuito, pazienza.
Proprio come un detective.
Ecco le regole per conquistare
le clienti (più) distratte

LAVORO La Kelly sul banco è splendida, ma la ragazza tentenna per il prezzo. La commessa scivola: «Non lo sa che è una borsa preziosa?». Ovvio che lo sa, ne ha già una. Altro errore: insiste nel proporre il colore, nero, a occhio poco gradito. L'affare salta e la mancata cliente, innervosita, cercherà la sua Kelly altrove. «La venditrice non ha saputo ascoltare» commenta Gloria Narrante, insieme con Giovanna Dezza, autrice di *Arte di vendere. Arte di investigare* (Franco Angeli). «Ha proposto quello che aveva in testa lei, senza sintonizzarsi con i reali desideri di chi deve comprare. Un caso tipico: per questo l'abbiamo raccontato come esempio da evitare». Per le autrici, il mestiere del venditore ha molto a che vedere con quello dell'investigatore: si fanno domande indirette, si usa l'intuito, si osserva. E per questo hanno sviluppato il tema come una trama gialla, con due detective in azione: si parte dal mistero di un commesso imbavagliato, si finisce a dare consigli ai venditori in ogni capitolo. Ma i consigli valgono anche per i direttori vendite: «Servono le stesse qualità: sia per suggerire ai propri collaboratori come comportarsi, sia per ascoltarli. Se non si costruiscono buone relazioni con gli altri, meglio cambiare mestiere» conclude Narrante. *Cristina Lacava*