

## **Come superare le resistenze all'acquisto**

### **Vendita N. 6**

Non è raro che l'opinione di un cliente possa essere illogica e si frapponga, come un macigno, sul percorso dell'acquisizione di un ordine. Abbiamo visto nei capitoli precedenti che l'errore che un venditore non deve mai commettere è quello di contraddire il cliente. Che fare allora?

Innanzitutto giova tener presente che un'opinione, logica o illogica, si fonda su una serie di credenze, apprendimenti, valori, esperienze, generalmente ben radicati in tutti e tre gli stati dell'Io.

In base a queste registrazioni l'individuo esprime giudizi e orienta il proprio comportamento. Pertanto, come possiamo immaginare, un intervento contrario alle sue opinioni ha scarse probabilità di successo.

Come abbiamo già visto in un articolo precedente esistono, comunque, tre condizioni che rendono possibile, da parte del venditore, un intervento sull'opinione del cliente.

- L'insicurezza del cliente.
- L'autorevolezza del venditore.
- La credibilità del venditore.

L'abilità del venditore sta nella consapevolezza della difficoltà dell'ostacolo che deve superare e nella capacità di scegliere una linea di condotta utile al raggiungimento

dell'obiettivo di vendita; questo obiettivo può essere acquisito con un'azione "morbida" che porti il cliente a rivedere la propria opinione.

Analizziamo la seguente transazione.

*Cliente* «Quest'abito non mi sta assolutamente bene!»

*Venditore* «Si sbaglia le sta divinamente. E, poi, è di gran moda quest'anno (con tono di voce saccente)»

*Cliente* «Non sono assolutamente interessato alle mode. Mi interessa solo quello che mi piace (con tono di voce offesa)».

Il cliente esprime un'opinione sull'abito propositogli dal venditore e il venditore, con poca perizia, svaluta il punto di vista del cliente. La reazione del cliente non si fa attendere; si ribella alla svalutazione della sua opinione.

Vediamo come avrebbe dovuto comportarsi il venditore.

*Cliente* «Quest'abito non mi sta assolutamente bene!»

*Venditore* «Sa, questi abiti mi sono appena arrivati e non me ne sono ancora fatto un'idea. Mi sembrano però molto originali e lei potrebbe avere ragione»

*Cliente* «In questi tempi sembra che si debba considerare la moda più importante del gusto di ciascuno»

*Venditore* «Ha proprio ragione. Però guardandola attentamente noto che le migliora la linea, la fa sembrare più giovane. C'è poi un vasto assortimento di colori».

Il venditore conferma, in modo morbido, che l'opinione del cliente, per certi versi, può essere giusta. Ottiene così due risultati: tranquillizza il cliente mettendosi in linea con il suo Genitore, inoltre pone le basi per far sì che la transazione proceda positivamente.

### ***1. Natura delle obiezioni***

Le obiezioni del cliente possono avere tre origini.

**1. Obiezioni legate a motivi logici e razionali. Le obiezioni dell'Adulto.**

**2. Obiezioni legate a idee preconcepite o ad autoregolamentazione. Le obiezioni del Genitore.**

**3. Obiezioni del cliente legate al desiderio del cliente di essere importante. Le obiezioni del Bambino.**

#### ***1.1 Le obiezioni dell'Adulto.***

Sono utili al cliente per ottenere maggiori informazioni sul prodotto, sul prezzo, sulle condizioni di vendita.

Le obiezioni dell'Adulto non vanno mai considerate in modo negativo; denunciano, infatti, l'interesse del cliente per il prodotto e cercano di mettere in evidenza i punti deboli dell'offerta. Per questo motivo devono essere oggetto di riflessione, anche per un miglioramento della modalità di presentazione dell'offerta.

Il modo migliore per rispondere è rivolgersi all'Adulto del cliente. Il venditore dovrà seguire questo schema: non

contraddirlo, fornirgli gli elementi che gli permettono di chiarire il significato della propria affermazione sul prezzo, rimarcare l'utilità e i vantaggi dell'acquisto e soddisfare il bisogno primario del cliente.

L'Adulto del cliente che pone un'obiezione è riconoscibile per diversi aspetti dell'Io. In tab. 1 sono riportati alcuni tipici comportamenti dell'Io Adulto.

Tab. 1 Indici comportamentali propri dello stato dell'Io Adulto.	
<b>Voce</b>	Precisa, calma, sicura.
<b>Parole</b>	Che cosa, mi sembra, perché, corretto, come.
<b>Espressione</b>	Attenta, riflessiva, pensosa, tonica, con contatto oculare.
<b>Atteggiamento</b>	Interessato, osservante.
<b>Posizione del corpo</b>	Eretta.

### *1.2 Le obiezioni del Genitore*

Le obiezioni del Genitore, solitamente, sono espresse con un giudizio; sono obiezioni legate a idee preconcepite o ad autoregolamentazione.

Questo tipo di obiezione è la più difficile da contrastare da parte del venditore, è impegnativa da affrontare e i risultati sono incerti. Spesso è proprio il venditore responsabile delle obiezioni genitoriali, a esempio, quando si dilunga più del

necessario nel descrivere il prodotto, invece di dedicarsi al cliente e ai suoi bisogni.

La tattica più efficace è quella di prevenire le obiezioni del Genitore, specialmente quelle del Genitore Normativo.

E' difficile che il cliente vada nello stato di Genitore. Se si è in grado di fornire, all'Adulto, la possibilità di realizzare un vantaggio e, al Bambino, l'idea di poter soddisfare un bisogno primario.

Se questo succede, il venditore deve confermare che l'opinione del Genitore, per certi versi, può essere giusta e, successivamente, tentare una transazione psicologica per coinvolgere il Bambino del cliente.

Il Genitore del cliente che pone un'obiezione è riconoscibile per diversi aspetti dell'Io. In tab. 2.a. sono riportati alcuni tipici comportamenti del Genitore Normativo.

Tab. 2.a. Indici comportamentali propri dello stato dell'Io Genitore Normativo.	
<b>Voce</b>	Critica, dura, sprezzante, disgustata.
<b>Parole</b>	Devi, sei obbligato, sempre, provvedimento, regole, valori, doveri, impegno.
<b>Espressione</b>	Accigliata, irata, labbra serrate, dito puntato, severa.
<b>Atteggiamento</b>	Autoritario, giudicante, moralistico.
<b>Posizione del corpo</b>	Rigida, chiusa, spalle alzate, braccia incrociate, mani sui fianchi.

In tab. 2.b. sono riportati alcuni tipici comportamenti del Genitore Affettivo.

Tab. 2.b. Indici comportamentali propri dello stato dell'Io Genitore Affettivo.	
<b>Voce</b>	Confidenziale, confortante, preoccupata.
<b>Parole</b>	Interessante, intelligente, bello, bravo, consiglio, aiuto.
<b>Espressione</b>	Gesti affabili, braccia aperte, sorriso, espressione distesa.
<b>Atteggiamento</b>	Comprensivo, premuroso, burbero, confidenziale.
<b>Posizione del corpo</b>	Chinato verso l'interlocutore, braccia aperte.

### *1.3 Le obiezioni del Bambino*

A volte il cliente assume un atteggiamento di contrasto nei riguardi del venditore non motivato né da ragioni razionali, né da una diversità di valori e norme. Si percepisce che il contrasto, di fatto, risulta essere più legato a fattori emozionali piuttosto che a una diversità di vedute, razionale o normativa che sia.

Dove nasce questo contrasto? Dal fatto che in una transazione di vendita il cliente, dall'acquisto, non cerca, soltanto, di soddisfare una necessità concreta o pregiudiziale, ma, spesso, ha bisogno di soddisfare i bisogni del suo Bambino, bisogni, non necessariamente legati a quel tipo di acquisto.

Se il venditore non si accorge che deve interloquire con il Bambino del cliente, è molto difficile che tra i due possa stabilirsi una transazione positiva.

Supponiamo, a esempio, che un cliente voglia acquistare un bene tecnologico.

Il venditore gli fa una certa proposta e il cliente, sorridendo ed entusiasmandosi, mostra una buona conoscenza tecnica del prodotto.

Il venditore, a questo punto, deve convincersi che se è vero quello che il cliente dice (transazione Adulto - Adulto) è ancora più importante il "modo" in cui lo dice.

Il sorriso e l'entusiasmo che il cliente manifesta tradiscono l'esistenza di una transazione ulteriore, del tipo «Visto che sono competente e preparato?», che deriva dal bisogno del Bambino di affermazione e valorizzazione di sé.

Un venditore abile risponderà in modo diretto all'Adulto, risposta che accompagnerà con una transazione psicologica al Bambino; «Sei proprio in gamba».

Una regola importante che ogni venditore deve rispettare è la seguente.

**Quando ci si trova di fronte a un'obiezione proveniente dallo stato dell'Io Bambino del cliente, l'unica cosa che si può fare, per salvare la vendita, è soddisfare, immediatamente, tale bisogno.**

Il Bambino del cliente che pone un'obiezione è riconoscibile per diversi aspetti dell'Io. In tab. 3 ne sono riportati alcuni tipici comportamenti.

Tab. 3 Indici comportamentali propri dello stato dell'Io Bambino.		
	<b>B. Libero</b>	<b>B. Adattato</b>
<b>Voce</b>	Forte, energica, felice, allegra, spontanea, amichevole.	Piagnucolosa, esigente, conciliante, insolente, aggressiva, autocratica, rabbiosa, vittimistica.
<b>Parole</b>	Divertente, voglio, non voglio, premio.	Non posso, vorrei, spero, per piacere, punizione.
<b>Espressione</b>	Sciolta, spontanea, energica.	Imbronciata, triste, timorosa, innocente, aggressiva.
<b>Atteggiamento</b>	Curioso, spiritoso.	Compiacente, timido, esigente.
<b>Posizione del corpo</b>	Rilassata, sciolto.	Chiusa, stretta, spalle ricurve.