

IL MODELLO BCD delle Buone Condotte Dimostrate

[a cura di Giuseppe Salvato – www.giuseppesalvato.it – info@giuseppesalvato.it – mob. 338.9896835]

PREMESSA: L'INDIVIDUO AL CENTRO!

Pensato per un corso formativo altamente interattivo sulla vendita e destinato a figure commerciali di comprovata esperienza in particolare nell'ambito B2B, il modello BCD è la somma di tre processi, di seguito brevemente presentati, che consentono ai partecipanti di costruire il percorso formativo stesso facendo confluire nella matrice le esperienze dei singoli.

IL MODELLO E I CONTENUTI FORMATIVI

I contenuti, dettati dall'esperienza dei convenuti, vengono convogliati all'interno di una "matrice", che rappresenta la linea guida dell'intero seminario. Il modello "BCD", ovvero il modello delle Buone Condotte Dimostrate, sotto rappresentato e suddiviso in nove caselle, viene riempito e arricchito attraverso l'intervento attivo dei partecipanti stessi. I tre processi illustrati, leggibili orizzontalmente e verticalmente - come spiegato successivamente-, consentono così di stimolare l'esercizio del pensiero critico e di analizzare il tema gestionale della vendita (in particolare della vendita B2B):

Il processo 3B



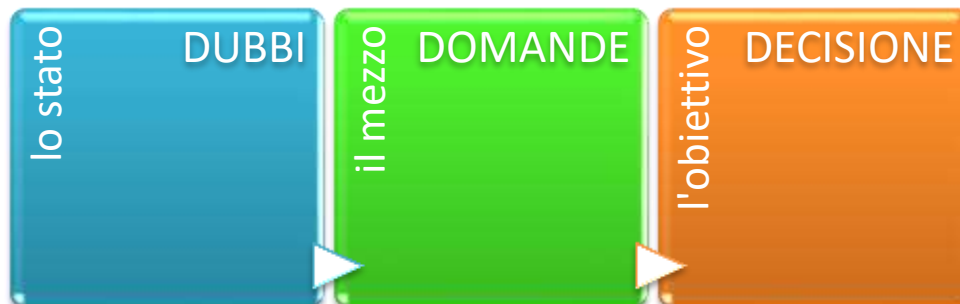
Il processo "TRE B", il primo, pone prioritariamente l'attenzione sul nostro cliente. Lo stato iniziale è rappresentato dai suoi bisogni. Stimolandone l'emersione, il prodotto brandizzato è il mezzo che genera un effetto rassicurante per il cliente, il cui obiettivo è l'ottenimento dei benefici promessi. Di quali bisogni espliciti/impliciti siamo a conoscenza? Quali brand li soddisfano e con quali benefici per i clienti?

Il processo 3C



Il processo "TRE C", in secondo luogo, parla di noi venditori. Partendo dalla figura del cliente, che normalmente ama acquistare ma a cui non piace che gli venga venduto qualcosa, attraverso una corretta comunicazione si ottiene leadership e, quindi, una migliore accettazione da parte dell'acquirente del consiglio ricevuto dal venditore. Che tipologie di clienti affrontiamo quotidianamente? Come comunicano con noi e come noi ci relazioniamo con costoro? In che modo offriamo i nostri consigli? Vengono accettati?

Il processo 3D



Il processo "TRE D", l'ultimo, analizza l'interazione venditore-cliente. Lo stato di partenza è dato dalla verifica dei dubbi che, in origine, ha il nostro compratore. Il venditore, per mezzo delle giuste domande, rassicura il suo interlocutore con l'obiettivo condiviso di guidarlo verso una decisione reciprocamente soddisfacente. Come ci poniamo di fronte ai dubbi del cliente? Quali domande siamo soliti fare? Cosa succede se proviamo a spingere il cliente verso una decisione d'acquisto?

Come sopra accennato, nel modello delle Buone Condotte Dimostrate i processi raffigurati possono leggersi anche verticalmente:

- i bisogni del cliente si esplicitano attraverso i suoi dubbi,
- l'immagine del prodotto detta i canoni di una corretta comunicazione, che coinvolge attraverso le domande il nostro acquirente,
- così da far percepire il beneficio individuale che si arricchisce del consiglio personalizzato affinché si concluda il processo decisionale.

In definitiva, il cliente è al centro dell'attenzione del venditore, con i suoi bisogni e i suoi dubbi, non sempre espliciti o manifesti; attraverso una corretta comunicazione, coerente con l'immagine e la qualità del prodotto e ricca di domande, lo si conduce all'accettazione del consiglio e alla decisione d'acquisto, entrambi utili e necessari per usufruire dei tanto attesi benefici.



MODELLO "BCD" delle BUONE CONDOTTE DIMOSTRATE

L'utilizzo del modello in aula permetterà, anche sotto forma di lavoro di gruppo e gioco di squadra, la scoperta dei fattori più influenti e più critici nonché le correlazioni che caratterizzano ciascuno dei nove item (3 x 3) sopra illustrati.