Jeluren cosmetici
Dalla natura la bellezza

COOP Serena

DALLA COMUNICAZIONE ALLA VENDITA
introduzione al Corso

Molte persone, arrivano ad un Corso di Vendita con un blocco Mentale e tanti dubbi : IO NON SO VENDERE... NON HO MAI VENDUTO NIENTE … Oppure : NON SO SE NE SARO' CAPACE... Proviamo a fare una prima Verifica : quanti/e di Voi hanno esperienza di Vendita ?

Bene, nel nostro caso, visto che si tratta di prodotti di Bellezza, che aiutano la Persona a Vivere meglio e a migliorare la propria Salute, per vivere SERENAMENTE, direi che possiamo tranquillamente eliminare questo termine che può far paura o generare confusione : VENDITORE/VENDITRICE... Perciò lo cancelliamo *(eseguire)*

Con la linea **JELUREN** di COOP SERENA infatti, noi non cerchiamo VENDITORI/TRICI ma Persone semplici, di buona volontà, che abbiano del Tempo Libero e siano in grado di dare informazioni corrette, per descrivere le Proprietà e i Vantaggi di queste creme Naturali. Quindi la prima cosa che faremo insieme è insegnarVi a conoscere i prodotti ed aumentare gradualmente la Vs. Professionalità, che non sempre è innata, ma si acquisisce con l'esperienza.

Se vogliamo definire il Vs. Ruolo e la figura Professionale adeguata, possiamo dire che siete più simili all' INFORMATORE MEDICO-SCIENTIFICO che al VENDITORE.

Tutti abbiamo avuto modo di osservare in uno Studio Medico uno di questi Informatori all'opera, ma proviamo a vedere come si diventa INFORMATORE MEDICO-SCIENTIFICO.

- Prima di tutto il candidato deve superare un'accurata Selezione.

- Poi deve svolgere un periodo accurato di Formazione perchè deve avere un un linguaggio appropriato e buon livello di conoscenza dei Prodotti, visto che si troverà a comunicare con Medici e Professionisti del Settore Medico.

VANTAGGI :

1° Vantaggio : lavora solo ed esclusivamente su appuntamento.

2° Vantaggio : In apparenza, non deve vendere niente, ma solo presentare e "consigliare" dei Prodotti e Novità, lasciando al medico dei campioni omaggio da "provare"

UNA DOMANDA :

Secondo Voi, perchè le Case Farmaceutiche, che investono miliardi nella Ricerca, nella Produzione e sopratutto nella Pubblicità, hanno bisogno di una Persona con la sua Borsa e il campionario di Prodotti, che vada a trovare i Clienti, uno ad uno ? Attraverso questo piccolo stratagemma, le Aziende Farmaceutiche, superano la barriera della diffidenza e instaurano un contatto, un rapporto umano, che non è possibile sostituire con un video o con dei depliants anche se a colori e in carta patinata.

Dobbiamo lottare ogni giorno con montagne di pubblicità che troviamo nella cassetta della Posta e sappiamo che nel 99% dei casi, viene gettata via o distrutta, perchè non abbiamo tempo per leggere tutto. Solo in qualche caso diamo un'occhiata alle foto e ci soffermiamo su quello che ci interessa. I dati Marketing ci dicono che a fronte 1000 depliants o volantini distribuiti è già un dato ottimale se 10 persone si informano sulle offerte promozionali ma solo 1 acquista. *(se tutto và bene)* Con il Telemarketing và ancora peggio.*(esempi)*

Bene, tornando al ns. INFORMATORE MEDICO-SCIENTIFICO il Medico o l'Operatore dell'Usl di turno, non possono certo cestinarlo, ma devono dedicargli del tempo per ascoltare e visionare le Offerte e i Prodotti. E qui, dal contatto diretto, nasce una comunicazione Diretta Vincente, perchè l'INFORMATORE in apparenza, non vende dei Prodotti ma CONSIGLIA . Non fa firmare contratti, ma aiuta il Medico e i Clienti a scegliere i prodotti migliori. *(Logicamente quelli della sua Azienda)* E' una vendita indiretta, ma funziona.

Diciamo che nel ns. caso c'è anche un principio etico che ci guida, in quanto come appartenenti a Movimento Sereno e Coop Serena, oltre alla professionalità chiediamo a chi collabora con noi, il rispetto di valori come onestà e correttezza.

Quindi se oggi decidete di diventare INFORMATORE/TRICE JELUREN vi chiederemo di rispettare un codice deontologico che prevede l'informazione corretta e di aiutare il Cliente a scegliere i vantaggi dei Prodotti *(Benessere e Salute)* senza dover enfatizzare o peggio dare ai ns. Prodotti virtù miracolose.

Vi consigliamo di utilizzare una comunicazione semplice e diretta, *(parlate con il vs. linguaggio di tutti i giorni, siate spontanee)* utilizzando il Materiale Informativo che vi verrà messo a disposizione dall'Azienda, ma sopratutto usate la DIMOSTRAZIONE *(far provare dei campioni del prodotto)* per capire quali sono le esigenze e i gusti del/della Cliente.

Una volta terminata la DEMO, se avete chiari i MOTIVI DI ACQUISTO avrete il vantaggio di poter Consigliare il/la Cliente, facendo in modo che nella fase finale, non siate Voi a VENDERE ma il/la Cliente a COMPRARE.

UN CORSO COMPLETO

Logicamente, se volete crescere Professionalmente , potete iscriverVi e partecipare ad un Corso Completo **"Dalla Comunicazione alla Vendita"** che verrà proposto in una serie di 3 Incontri a costi sostenibili nelle date che vi verranno comunicate

CORSO 1° LIVELLO : BASE *(Dalla Comunicazione alla Vendita)*
CORSO 2° LIVELLO : MIDI *(Come superare le obiezioni)*
CORSO 3° LIVELLO : AVANZATO *(Creare e gestire un Team)*

CORSO BASE

La Comunicazione e la Vendita sono attività altamente affascinanti.

La comunicazione è ormai una realtà quotidiana, ma complessa, del mondo odierno – per es. quando telefonate o chiedete a qualcuno *(sopratutto se un amico/a o conoscente)* di farVi fare una dimostrazione, state comunicando un segnale importante :"HO BISOGNO DI TE!" e se per la persona che Vi ascolta, questo segnale arriva, passeranno in secondo piano le altre cose che l'amico/a aveva in mente : una cena con amici, un bel film, una passeggiata romantica, del lavoro arretrato da sbrigare, etc.

Qual'è l'elemento chiave col quale possiamo convincere un Cliente a "comperare" l'idea di una noiosa dimostrazione che deve diventare almeno più "interessante" degli altri impegni o semplicemente convincerlo a concederVi del tempo per "ascoltarVi" ?

Avete un solo vantaggio essenziale : questo vantaggio siete proprio Voi ! Ciascuno di Voi. Il punto unico di vantaggio che potete avere è la Vs. professionalità, la capacità di comunicare simpatia *(meglio EMPATIA)* e Amicizia, in quanto il cliente compra sempre prima Voi e poi il Vs. Prodotto.
Quello che noi faremo in questo **Corso di Comunicazione e Vendita di Base** è quindi aiutarVi ad apprendere un Metodo che si basa su alcune tecniche *(che possono esser innate ma nella maggior parte dei casi si possono imparare)* che, gradualmente possano portarVi ad ottenere dei buoni risultati in modo semplice, ed efficace.

Cercheremo di aiutarVi a conoscere gli elementi naturali necessari per acquisire FIDUCIA *(si chiama fidelizzazione)* verso di Voi, i Vostri prodotti, la Vostra Azienda.

LE TRE CHIAVI BASE CHE AFFASCINANO E PERSUADONO

Molti agiscono nel campo della Comunicazione sulla base di quel che hanno sempre fatto. La Comunicazione, però è un'arte e, come tutte le arti, può quindi essere portata alla perfezione. *(Nessuno vorrebbe essere un musicista mediocre)*

I buoni strumenti portano l'artista alla perfezione.
Pensate ad un bravo Violinista che può suonare la Primavera di Vivaldi ad un concerto con un Violino da **100** €uro *(Made in China)* o con uno **Stradivari originale.** Quale differenza di emozioni si scatenerà nell'animo dell'Artista e quindi che magico e straordinario impatto avrà la sua musica sul pubblico in Sala se potrà avere tra le mani uno strumento sublime.

Nella persuasione, nella vendita, nella comunicazione d'impatto, questi strumenti sono le **chiavi di persuasione**. In questo **Corso di Base** vi insegneremo le **tre chiavi** fondamentali che affascinano e persuadono, riunite in un modello unico, assieme ad una **quarta** che le riassume tutte quante.

CHIAVE 1 – Saper Comunicare : le domande giuste ed un linguaggio appropriato a volte fanno Miracoli.

Ognuno di Noi ha un mondo interno.
Sulla base di questo mondo interno, ognuno conduce le sue scelte. Noi possiamo guidare questo mondo interiore e provare a condurre la Comunicazione in una certa direzione, per ottenere qualcosa. Provate a pensare, in Amore, quante volte abbiamo verificato che il ns. fascino esiste, magari condizionato dall'innamoramento o dall'amore filiale, solo per questo riusciamo ad ottenere dal ns. Partner *(o dai nostri figli)* un SI' finale, anche dopo un bel NO di partenza. Questa chiave di Comunicazione seduce ed affascina anche solo con le parole.
Gran parte di questo mondo è fatto di parole e quindi proprio con le parole può essere influenzato.
La PNL e la comunicazione subliminale sono due arti che in questo campo possono dare molto, insegnando a creare **domande ad effetto** e ad utilizzare la corretta semantica che ci porta ad affascinare e coinvolgere la persona che abbiamo davanti.
Se vogliamo ottenere qualcosa infatti, dobbiamo chiederlo e **le risposte giuste partono dalle domande giuste.**

Per questo i grandi comunicatori affascinano e guidano l'attenzione del pubblico per ore. Anche noi possiamo imparare ad affascinare e guidare l'attenzione di chi ci sta di fronte, fino a portarlo allo stato emozionale che vogliamo ingenerare in modo semplice ed immediato. Con poche questioni chiave possiamo ad esempio guidare l'attenzione. Il nostro cliente in questa maniera entra in uno stato emozionale specifico per rispondere alle nostre domande.
Perché per rispondere, deve entrare nelle sue memorie, magari a livello inconscio. In quel momento, anche noi abbiamo accesso al suo mondo.
E le memorie parlate incominciano a creare uno stato interno subliminale.
E infine, con una semantica appropriata, possiamo creare immaginazione e sogno. Provate a pensare se foste un Venditore di Auto, come presentereste una Ferrari al Vs. Cliente, che ha paura del prezzo finale ? *(Simulazione al tavolo con un allievo/a nella parte del Venditore e un Allievo/a nella parte del Cliente).*
Scendiamo all'atto pratico e proviamo ad esercitarci con un Prodotto più facile, come una **Crema di Bellezza** o un **Estrattore di Succo Vivo.**
(Al tavolo della trattativa siedono altri due volontari/e)

CHIAVE 2 - La Comunicazione inconscia o subliminale

Normalmente la nostra mente funziona in maniera limitata, stretta fra condizionamenti passati che creano dei programmi di controllo che impediscono il passare di nuovi messaggi. La maniera per accedere a livello inconscio è l'utilizzo di messaggi strutturati in maniera tale che non possano venire bloccati dalla mente conscia.
La mente conscia è infatti solo in grado di bloccare gli elementi che riconosce. Se strutturiamo i messaggi mentali in maniera tale che non siano riconosciuti, questi possono essere decrittati a livello inconscio.
A differenza di quello che molti credono, questo non significa a questo punto che la persona farà qualcosa contro i suoi valori. La mente inconscia è altamente etica.

Quello che succede però, è che il messaggio arriva ad un livello profondo e potente. Si parla molto di comunicazione subliminale. Noi vi insegneremo a farla!
Provate a pensare a chi per anni ha venduto libri per bambini *(vedi i QUINDICI)* : La motivazione di acquisto era sopratutto "EMOTIVA" : la Vendita si costruiva sull'Amore dei Genitori *(o della nonna)* verso un bambino che spesso non sapeva ancora leggere *(media*

vendita con bimbi di 2 anni).
Simulazione a tavolino

CHIAVE 3 - La comunicazione non verbale

A questo livello comunicate anche senza le parole.
Con la comunicazione non verbale possiamo proiettare degli stati mentali senza neppure parlare. La maniera più semplice di capire ciò è osservare quel che accade molte volte nella comunicazione quotidiana.
Se noi entriamo in uno stato mentale *(es. agitato, nervoso)* anche l'altra persona facilmente si adegua ed entra in uno stato congruente. Così spesso nascono i litigi e la rottura di molte coppie che non sanno comunicare.
Se la **comunicazione verbale** è il tetto, la **comunicazione non verbale** ne rappresenta le fondamenta. Con la comunicazione **non verbale** possiamo persuadere ed affascinare senza dire una parola. E' la chiave di quello che alcuni chiamano "potere personale" o "magnetismo" Vi è qualcosa di profondamente "animale" in tutto ciò.

Accanto a questo vi è infatti anche il potere dei segni e dei gesti che affascinano.
Le antiche scuole si tramandavano gelosamente gesti e segni che attivavano tali reazioni. Se la parola è potente infatti, il gesto connesso ad uno stato mentale infatti lo è ancora di più. Il gesto energetico del monaco Shaolin che blocca un guerriero, il ritmo che eccita il pubblico a battere il tempo con i piedi, sono tutte espressioni di questo mondo nascosto. E' questo è il significato di certe tradizioni millenarie che spesso sono tenute nascoste ai più.

Alcuni esempi di **Vendite perse** per gesti di Comunicazione **Non Verbale** non colti dal Venditore:
a) Mai mettersi con le spalle alla porta *(episodio 1)*
b) Trattativa troppo lunga e la penna sul tavolo al momento della firma. *(es. 2)*
c) Paura del prezzo. *(Se il Cliente non vi chiede "Quanto costa?" è un brutto segno)*
Una obiezione non espressa è l'unica che non riuscirete mai a superare ! *(es. 3)*

LA QUARTA CHIAVE

La quarta chiave passa da **Voi stessi.**
E' una chiave potente, che riassume tutte le precedenti e va anche oltre. Vi invitiamo ad iscriverVi e frequentare gli altri Corsi di Formazione per conoscerla approfonditamente.

Basta avere la chiave giusta... e potrete aprire tutte le porte !