

Chiudere la vendita: tentare, tentare sempre

Autore: Dott. Fabrizio Cianca – Direttore didattico del Centro di formazione Maveco

Non bisogna lasciar uscire il cliente dal negozio senza aver provato a concludere. Con le tecniche adatte e un po' di attenzione ai segnali che tradiscono il suo interesse all'acquisto potremo avere successo. E, magari, vendere anche un secondo e un terzo articolo.

Partiamo innanzitutto dagli **errori che, in fase di conclusione, non aiutano a vendere:**

- tentare di concludere troppo in **fretta** e dare segnali di **impazienza**;
- **ripetersi o divagare**. A volte il venditore, anche di fronte all'evidente interesse del cliente, invece di iniziare l'azione di chiusura, ritorna su argomenti già detti o si dilunga con inutili divagazioni; in tal modo rischia di perdere la vendita;
- sottoporre una scelta così vasta da **confondere le idee al cliente e rendergli difficile la decisione**;
- **lasciare in vista gli articoli rifiutati**.

E' bene invece stare molto **attenti ai segnali di acquisto**, verbali e non verbali, consci e inconsci. Come le **domande che il cliente pone sui dettagli dell'offerta, su ulteriori vantaggi, sulla manutenzione dell'articolo**. Ma sono segnali di interesse anche la maggiore attenzione che il cliente mostra per le nostre parole, il fatto che prenda in mano il capo e lo trattienga o che lanci un'occhiata alla cassa. Sono spesso piccole sfumature che vanno decodificate immediatamente.

Sono i cosiddetti campanelli che devono portare l'addetto alla vendita a chiudere, cogliendo quello che viene considerato il momento magico", quella fase particolarmente favorevole alla conclusione. Bisogna dare al cliente quella piccola spinta che lo aiuti a superare l'ansia dell'indecisione, causata spesso dal prezzo. Se il commesso vive quest'ultimo in chiave emozionale, trasmette la tensione. Il prezzo va invece vissuto come una delle fasi della vendita, quindi in modo razionale. Bisogna essere molto decisi, usare vere e proprie tecniche di chiusura.

Vediamone alcune:

Riassumere i benefici del prodotto:

"Quando indosserà questo capo avrà modo di apprezzarne la leggerezza, la gradevolezza..."

Fare la domanda diretta: "Glielo metto da parte?"

Dare per scontata la soluzione positiva: "Sono certo che sarà felice della scelta che ha fatto".

Offrire una doppia alternativa positiva: "Lo preferisce in blu o in nero?", "Le desidera con il fiocco o senza?", "Glielo accorcio o vuole indossarlo così? "

Sulla necessità di "tentare sempre" di vendere, **bisogna sempre tentare di concludere perché il venditore che lascia uscire il cliente senza aver cercato di chiudere ha lavorato per la concorrenza**, cioè ha portato il cliente al desiderio d'acquisto, desiderio che poi egli potrebbe andare a soddisfare in qualche negozio concorrente. Con questo non si intende dire di sottoporre il cliente a un'aggressione, che sarebbe negativa e controproducente, ma è anche sbagliato non tentare di concludere e arrendersi alla minima resistenza. Perché nell'amore come nella vendita bisogna tentare per aver successo.

Certo, chiudere è tensione e può presupporre l'antipatica situazione di trovarsi di fronte a un rifiuto ... ma bisogna tentare!"

Autore: Dott. Fabrizio Cianca – Direttore didattico del Centro di formazione Maveco