

# PROCESSO di vendita

ANDREA  BALDO  
CEO & COACH  
AB WAY





**Idraulico**



**Architetti**



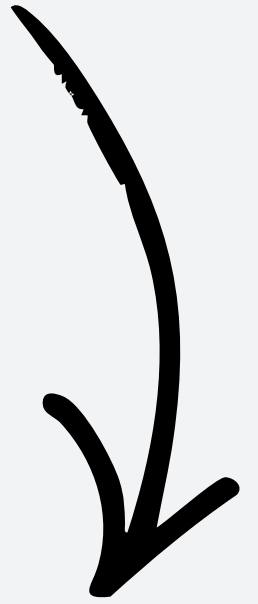
**Imprese**



**Arredatori**



**Passaparola**



**Web**

**1° Appuntamento**

**Preventivo**

**2° App.to**

**CTR**

# LE TAPPE principali

# PROCESSO DI VENDITA



## 1. Preparazione / Generazione del contatto

un approccio ben informato e preparato trasmette credibilità e permette di proporre soluzioni concrete e coerenti con i bisogni del cliente.



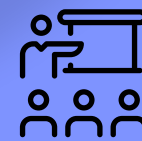
## 2. Analisi dei bisogni / Consulenza iniziale

questa fase di consulenza personalizzata crea fiducia, ti distingue da un "venditore generico", e consente di progettare una proposta su misura (che ha maggiori chance di essere accettata).



## 3. Proposta / Presentazione della soluzione

dare al cliente una visione chiara e concreta del risultato aiuta a farlo "visualizzare", riduce indecisioni, e aumenta il valore percepito dell'offerta.



## 4. Gestione obiezioni Negoziazione

la capacità di gestire le obiezioni con empatia e flessibilità trasmette affidabilità e può trasformare un "forse" in un "sì".



## 5. Chiusura e definizione dell'accordo

chiudere formalmente riduce rischi, evita malintesi, e dà al cliente certezza — condizione fondamentale per la fiducia e la futura soddisfazione.

...epoi!?

Follow-Up

**Fissa SEMPRE un prossimo passo**

(mai lasciarlo in sospeso)

**Mai chiudere con:**

*"Mi faccia sapere"*

 **Chiudi così:**

*"Quando ci risentiamo / rivediamo?"*

Se dice sì → hai il controllo

Se dice no → probabilmente non è davvero interessato

# *Follow-up professionale*

*Entro una settimana:*

*"Buongiorno [Nome], come promesso la ricontatto per sapere se ha avuto modo di valutare la proposta."*

*Mai:*

*"Allora?"*

*"Ha deciso?"*



*Acquisire nuovi clienti è  
costoso: fidelizzare quelli  
esistenti e farli diventare  
sostenitori del brand è spesso  
molto più efficiente e redditizio*

**Una buona consulenza + servizio post-vendita + fidelizzazione**  
può trasformare un cliente occasionale in cliente di lungo termine, con  
maggiore soddisfazione e potenziale referenza.



Quanto  
tempo dura  
una  
trattativa?

mediamente!

# ANALISI esigenze

*Esempi*

- Di cosa ha bisogno?

**Tipologia lavoro**

**Quantità**

- Ha le misure?

**Procurarsele per  
l'appuntamento**

*Chi  
domanda...  
comanda*

***“Come immagina il suo ambiente  
ideale?”***

***“Qual è la cosa più importante per lei in  
questo progetto?”***

# Giro Showroom

**Non mostrare tutto.**

Mostra solo ciò che risponde ai bisogni raccolti.

**Tecnica pratica: il “perché per lui”**

Per ogni prodotto che mostri, **collega un vantaggio**,  
non una caratteristica.

✗ *“Questo è parquet ad alta resistenza.”*

✓ *“Con questo parquet potrà camminare scalzo ogni mattina senza la sensazione di freddo.”*

# "ci penso..."

**Prima cosa: non accettare mai un "ci penso" senza chiarire**

**Se accetti passivamente, perdi il controllo del processo.**

**✗ Risposta sbagliata: *"Va bene, mi faccia sapere."***

**✓ Risposta corretta (gentile ma professionale):**

***"Certo, è giusto riflettere. Posso chiederle su cosa in particolare vuole prendersi del tempo?"***



👉 **Obiettivo: scoprire l'obiezione reale**

**Di solito dietro "*ci penso*" ci sono:**

- ✗ prezzo
- ✗ mancanza di fiducia
- ✗ confronto con altri
- ✗ paura di sbagliare
- ✗ mancanza di urgenza

# **? Come gestire le obiezioni**

**Obiezioni vere (costo, tempi, indecisione)**

**→ Riformula:**

**“Mi sta dicendo che vuole essere sicuro prima di investire, giusto?”**

**Obiezioni nascoste**

**→ Fai una domanda più profonda:**

**“C'è qualcosa che non la convince del progetto?”**

**→ Riporta all'ancora:**

**“Capisco. Le ricordo però che questa soluzione risolve esattamente il suo problema di...”**

**Se sta confrontando altre aziende**

*"Perfetto, è giusto confrontare. Posso chiederle con chi ci sta paragonando?"*

**Poi:**

*"Secondo lei, oggi cosa è più importante: spendere meno o essere sicuro del risultato?"*

**⚠ Mai parlare male dei competitor → posizionati sul valore, non sul prezzo.**


# *errori!!!*

## **Gli errori più comuni (e come evitarli)**

- ✓ Non mostrare mai la “fatica” del preventivo (compilazione davanti al cliente).
- ✓ Non lamentarti.
- ✓ Non parlare di prezzo prima di aver creato valore.
- ✓ Non essere monotono (tono – ritmo – pause – volume).



*Segui questa scaletta (semplice e perfettamente funzionante)*

- 1. Ricapitolazione dei bisogni del cliente*
- 2. Presentazione del progetto (render, materiali)*
- 3. Spiegazione dei vantaggi percepiti*
- 4. Solo alla fine: presentazione del prezzo (ancoraggio alto)*
- 5. Richiesta di chiusura* 

# CONTATTI SOCIAL

@andreabaldo.abway



Bracco Baldo Show

