



# Quanto è importante selezionare i clienti.. (recupero dei fondamentali..)



Viene chiamato **prospecting** la ricerca di nuovi clienti **potenziali**.

Nella crisi che sta passando, e' stato differentemente utilizzato:

- Per niente
- Troppo ..

In ogni caso, , molti lo considerano un lavoro pesante ed inutile o troppo lungo per farlo bene, così che viene ad essere trascurata una semplice regola: **NON SE NE PUO' FARE A MENO.**

## **MAPPARE IL CLIENTE**

La prima regola fondamentale è quella di eliminare i clienti cd più deboli dal punto di vista di:

- Finanziario
- Vendite future non ripetibile
- Rapporto costo/vendite future troppo elevato
- Bassa possibilità di creare nuovi contatti ( effetto multilevel)

Sino ad oggi, per limitare il rischio le aziende si sono basate, per necessità solo sul primo punto..

## **LA CREAZIONE A TAVOLINO DEL CLIENTE IDEALE**

<b>Cosa lo rende ideale per me</b>
Frequenza di acquisto
Fabbisogni potenziali vicini alla mia offerta
Dimensione dell'ordine
Sua struttura commerciale frammentata e diversificata
Geolocalizzazione alla nostra azienda
Geolocalizzazione a bacini clienti futuri
Sensibilità a valore in rapporto al prezzo
Visibilità loro prodotti e servizi sul mercato
Struttura decisionale interna del cliente



## **DUE FATTORI CHE AIUTANO A CAPIRE...**

### **- Ha il cliente un potenziale interesse che debbo andare a soddisfarlo?**

Puo' essere utile, all'atto di un contact telefonico, capire se l'interesse c'è, o e' temporaneamente non valido, oppure è momentaneo.

### **- Chi ha il reale potere di manifestare un interesse/fabbisogno?**

Deve essere fatto un sforzo di capire , nella struttura del cliente, chi è colui che:

- Rileva il fabbisogno
- Decide

## **COSA NON FARE?**

- Per aver le info di cui sopra, **NON MANDARE NE' MATERIALE, NE' QUESTIONARI, Né SONDAGGI COMMERCIALI, NE' EMAIL DI REFERENZE!**

Molti clienti, non tengono in considerazione Voi, ma dopo qualche tempo, vanno a vedere se trovano qualcosa di simile al vostro prodotto e servizio in giro qua e là...

## **CONTATTARE VISITARE il cliente!**

Un primo contatto **solo destinato a capire** i punti precedenti, aiuta a proseguire nella scrematura o ampliamento delle nostre liste.

Perché LA PRIMA REGOLA DI OGGI è: COINVOLGERE IL POTENZIALE CLIENTE, CREARE INTERESSE REALE, AVERE INFO.

## **I NUOVI CLIENTI POTENZIALI? QUELLI CHE NON COMPRANO PIU' DA NOI!**

## **GESTIRE I CONTATTI E LE INFO: DALLA RUBRICA DI OUTLOOK AD UN CRM**

Usare un crm, per la gestione dei contatti, significa inserire e profilare, giorno per giorno tutte le info che:

- CLASSIFICANO IL CLIENTE
- REGISTRANO I FEED BACK DEL CLIENTE
- GESTISCONO LE ATTIVITA' ( telefonate, email di remainder appuntamento, visite e risposte etc etc)
- **REGISTRANO** I RISULTATI DOPO LE VISITE E CONTATTI RISPETTO AI MIEI IDEALI DEL CLIENTE TIPO

Pochi minuti al giorno che danno una marea di informazioni per le attività del futuro. Venditori professionisti significa SAPER mantenere le informazioni ed i risultati nel tempo, per avere **Le**



## **Info Per I Periodi Successivi Per Targetizzare Di Nuovo E Meglio!**

In sintesi , poche cose aiutano a migliorare **l'attività di vendita preliminare:**

- CHI NON VOGLIO
- QUALE E' IL CLIENTE IDEALE PER ME
- PENSARE DI CHE COSA HA BISOGNO E CAPIRE CHI DECIDE
- FARE LA VISITA NON COME VENDITA MA COME APPROCCIO

**Dr.Marangoni Stefano- Sells Consultant**