



31 ottobre 2023



Basta poco.

Un anno denso di lavoro il 2023!

Italia, Europa occupandomi anche dei paesi Extra Europa in molteplici settori che incrociamo il sales management e le reti vendite dirette e indirette in complessi segmenti B2B – B2C, nonché impegni in Master Universitari.

Cos'altro ancora?

Un 2024 già pieno e un calendario del '25 che inizia a riempirsi su cui rinunciare alle richieste di un mio intervento consulenziale, presso le I Aziende e le loro risorse.

A cosa è dovuto? ... 39 anni di coerenza nella professione. Non faccio l'opinionista, né il moralista: né il tuttista: ho idee chiare, alle quali oriento pensiero e azione.

Dove non so mi fermo.

Basta poco: basta la Vostra rinnovata stima - a cui riservo la mia opera - per giungere a meritare ciò che è la Vostra attestazione di fiducia.

Un cammino, questo, che traccia un solco perché forgiato da gioia e coraggio.

Con reciprocità!

Grazie



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

Un' anticipazione tratta dal mio prossimo libro:

Il mio processo di vendita

(Un libro T.D.A. : dedicato a chi pensa Totalmente Differente dagli Altri)

2

«Ing. ... nello specifico ambito delle vendite qual è il suo pensiero sul piano di vendita?»

« Cosa vuol sentirsi dire su questo argomento? ... le lezioncine social? ... le promesse a due cifre? ... l'iscrizione gratuita a webinar miracolosi in cambio della tua mail sulla quale promuovere attività di email marketing?

Nulla di tutto ciò, fa parte del mio essere: nel nuovo teso, vorrei semplificare i contenuti che sostengono la mia professione in tutti questi 37 anni appresi da Maestri a cui devolvere riconoscimento e onore: Mario Silvano e Gustav Kaeser.

Ciò che vado a strutturare è riconducibile ai Maestri conosciuti, amati e vissuti nonché studiati e applicati tra i quali – con particolare riguardo - anche Jan L.Wage nel suo lavoro degli anni '50, ben descritto dalla sua formula:

P.I.A.N.O. D.I. V.E.N.D.I.T.A.

a cui ho prestato attenzione e sviluppo sia nei contenuti che nella stessa metodica formativa.

Ecco in sintesi i contenuti predisposti:

- **P**redisporre le attività con risorse a volte carenti;
- **I**ndividuare la tipologia client/prodotti “ampliati” a cui riferire la creazione del valore;
- **A**pprontare strumenti e mezzi idonei per quella segmentazione del mercato su cui sostenere l'imprevedibilità competitiva;
- **N**ecessità di creare contatti sul parco acquisito e potenziale ;
- **O**sservare i comportamenti d'acquisto e di consumo dei clienti e della concorrenza;
- **D**eterminare gli stati di necessità su criteri di importanza e di urgenza;
- **I**mplicare le conseguenze negative derivate dal mancato raggiungimentoolutivo ai problemi evocati;



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

- **V**alorizzare la soluzione come capacità di risposta ai problemi evocati;
- **E**liminare possibili incongruenze nella comunicazione tra il sistema azienda e la complessità del sistema mercato;
- **N**egoziare il prezzo in chiave di creazione al valore relazionale;
- **D**efinire i campi applicativi e le logiche di intervento;
- **I**nfluire sulla scelta e sui criteri decisionali degli attori coinvolti ;
- **T**rovare elementi su cui promuovere decisione d'acquisto;
- **A**ccordare lo sviluppo futuro in chiave di creazione del mercato della "fiducia";

Come vede nulla di nuovo: *abbiamo sempre fatto così!* ... e i "luminari" di oggi dovrebbero studiare i Maestri del passato per evitare un ripetizione che non ha la freschezza della fonte perché privo dell'anelito dominante »

VAI e VENDI

«Ing. ... Lei ha più volte citato la mancanza di un vincolo dominante su cui promuovere azioni di vendita: qualè??».

« Vai e Vendi: se manca questo incipit, la strategia e conseguente piano di vendita rimane un esercizio di erudizione teorica.

Ci danno per "sprovvoduti", in fase di estinzione, privi di preparazione, dedichi al "mordi e fuggi", peccatori carichi di colpe e di errori, nonché "schiacciatori di campanelli" e "raccolgitori d'ordini", manipolatori e persuasori occulti capaci di giocare con le parole, a volte arroganti al limite della sopportazione, paragonabili ad animali predatori, bisognosi di tecnicismi e regolette "magiche" : cos'altro ancora ... per noi "disperati " che di mestiere facciamo i venditori?



Coraggio cari amici: noi siamo fortemente preparati, pieni dei nostri risultati e dei riconoscimenti che riservano ad ognuno di noi ... poiché ricchi del nostro "Vai e Vendi".



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

💧 Vai e Vendi ci dà la gioia nel superare ogni formulazione di “giudizio” consapevoli della bellezza che riconosciamo in noi e negli altri.

💧 Vai e Vendi, è una coppia di valori che permea la mente e il cuore e dà vigore al nostro essere.

💧 Vai e Vendi: chi inizia a guardare le cose con questi criteri, vede il mondo in modo Totalmente Differente dagli Altri (T.D.A.) sia nella superficie che nel profondo.

💧 Vai e Vendi, parole che una volta lette non si dimenticano e aderiscono alla nostra immaginazione, trasformano le nostre idee e danno un codice per governare quello che accade tra un inizio e una fine di qualsiasi strategia.

💧 Vai e Vendi: ogni giorno è strategia!
Ogni giorno siamo chiamati a dare un nome ad ogni nostro passo.
Ogni giorno andiamo da A a B e questa coppia (vai e vendi) dilata il tempo e lo spazio e crea senso e significato al nostro agire e alla potenza che è in esso.

💧 Vai e Vendi, così che tu possa cogliere in ogni risultato, l'opportunità di apprendere.

Vai e Vendi, con l'umiltà di essere T.D.A. Totalmente Diverso dagli Altri

4



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

«Ing. ... Lei è il fondatore del **VendoCentrismo: qual è il telos (lo scopo, la finalità) assunta dalla funzione vendita all'interno del sistema Impresa?»**

« Nei miei lavori e nello specifico nel **Il Manifesto del VendoCentrismo**, la finalità che la funzione vendita persegue è quella di “creare valore” sia per i clienti sia per la stessa impresa».

«Ing. ...questo paradigma che Lei pone come sostrato ad ogni processo strategico, che cosa necessariamente richiede?».

«Richiede di abbandonare l'obsoleto e fuorviante pensiero “vendente» e di accogliere in sé, un pensiero “creante” attraverso il quale ricreare processi e strutture orientate alla creazione del il valore al cliente e al cliente del cliente.

Nel VendoCentrismo, si assume che nei mutamenti in atto “ ... non c'è più nulla da vendere, bensì tutto da creare: se vuoi vendere è indispensabile creare il valore, senza alcuna presunzione di volerlo vendere [1] ».

«Ing. ... torniamo al VendoCentrismo: che finalità ha la funzione vendita sugli asset strategici d'impresa? ».

«Nella sintesi della risposta, questa finalità (telos) riqualifica la medesima su due asset strategici [2] : da un lato persegue la creazione del valore al cliente attraverso la sua capacità strategica e analitica tramite la quale l'impresa stessa offre la propria capacità d'offerta, dall'altro misura la sua efficacia se concorre - nel complesso sistema aziendale - ad aumentare la redditività e la competitività della medesima.

I processi di creazione e di trasferimento del valore sono quindi elemento focale della filosofia e della prassi della funzione vendita».

«Ing. ...un mutamento notevole rispetto al paradigma “Cliente al Centro” [3]. Non le pare? ».

«Certo. Per cogliere l'essenza di tale mutamento è necessario anzitutto porre trasversalità - nella cultura d'impresa la funzione vendita, senza ridurla a mera funzione operativa bensì attribuendole valore analitico nonché strategico su cui far ruotare le varie eccezione che assume il concetto di valore n mercati indifferenziati». Il Manifesto del VendoCentrismo. Per una teleologia della vendita. Ed. Stilgraf maggio 2023. Curatori

[1] ivi, pp.82

[2] ivi, pp.127-128

[3] ivi, pp. 93

Testo di riferimento:

Eliano B. Cominetti , Il Manifesto del VendoCentrismo. Per una teleologia della vendita.
Ed. Stilgraf maggio 2023



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

Quando il “dichiarato” supera il “realizzato”.

[...] Assisto, ancora ad oggi, a dichiarazioni in cui, il paradigma “Cliente al Centro”, accoglie strategie e logiche operative suffragate da un’ampia letteratura di merito che ne conferma l’assunto posto in origine.

Nello stesso tempo rilevo — mio malgrado — burocrattizzazioni interne, attese incompiute, disservizi, stati d’insoddisfazione e disallineamenti operativi, decisioni che rimangono in attesa, rispetto alle reali capacità di risposta della stessa organizzazione, nei confronti di un cliente ritenuto “a gran voce” al centro.



La struttura influenza il comportamento delle persone.

Si reiterano risultati, errori, malfunzionamenti, disattese che non corrispondono a ciò che si voleva ottenere. Si insinua il “processo alla colpa” su cui additare il colpevole, senza rendersi conto che la “causa” va ricercata nel “sistema” e non nelle forze esterne o negli errori del singolo.

La ricerca delle “colpe” rispetto alla rimozione delle “cause”, crea una percezione diffusa di un “buco etico” verso ogni istanza valoriale in cui riconoscersi: la burocrattizzazione genera l’assenza della fiducia.

Il Manifesto del VendoCentrismo richiama lo stesso sistema organizzativo a guardare al di là degli errori del singolo, dei personalismi, degli eventi o degli accadimenti causativi, e a prendere visione delle strutture sottostanti che modellano le azioni individuali, capaci di creare le condizioni collettive in base alle quali i diversi tipi di *eventi* diventeranno possibili.



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

7

La mancanza di trasparenza, l'esclusione o un non coinvolgimento delle persone nelle decisioni, la riduzione del loro contributo sostenuta da richieste di autorizzazioni nel prendere, proporre e sviluppare autonomi "atti valoriali" su cui esplicitare spazi di responsabilità condivisa, crea **miopia manageriale** nella crescita dell'intero sistema impresa.

Convergono, in questi "nodi", procedure rigide, vincolanti, contraddittorie e limitanti la presa delle responsabilità nei differenti ambiti della catena del valore, nonostante le "valide dichiarazioni" d'intenti poste a suffragio del pensiero ClienteCentrico.

Queste ultime, seppure esplicitate nel dialogo corrente, rimangono compresse, congelate nel "dichiarato" rispetto ad un "realizzato".

È da questo procedere, che sfumano decisioni che richiedono immediatezza e una pronta risposta da parte dell'intera struttura organizzativa, al fine di attuare l'istanza propria del paradigma posto in origine ...

**... il più delle volte
il tutto si riduce
a slogan,
più che a un
reale impegno
ad agire in tal
senso...**

Se il paradigma lo pone al "centro" si evidenziano ritardi di risposta, di consegna, lentezze nell'attuazione delle aspettative, nelle decisioni da prendere, a cui fanno eco solo decisioni da rimandare.

Situazioni, queste, causate da regole e procedure che risultano essere limitanti sviluppo di decisioni a rapido impatto sull'efficientamento dei processi di vendita nonostante il dichiarato assunto di creare fedeltà, soddisfazione e centralità ad un dichiarato "ClienteCentrico".



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

CHE DESTINO AVRA' LA FUNZIONE VENDITA?

In questo contesto, molte sono le occasioni in cui si evidenzia una **funzione vendita** costretta da “gabbie” procedurali di scarsa flessibilità nell’attuazione di processi di crescita e sviluppo.

La stessa, permane nell’essere imbrigliata nella burocrazia di ruoli e protocolli, vincolata da scelte prive di una sostanzialità rispondente a ciò che accade “nel” e “sul” mercato, adombrata da teorizzazioni che la ingabbiano in strutturazioni dipartimentali con livelli di responsabilità scansionati in sub-responsabilità, in cui “tutto” viene detto/scritto e nessuno pro-muove azioni rispondenti al paradigma posto in origine.

È la stessa struttura gerarchica a determinare l’insorgere di una burocrazia causativa di differenti esercizi di potere, che permangono incastrati nel binomio “comando e controllo”.



È insito in questa catena depotenziante l’instaurarsi di atteggiamento mentale contratto in paludi organizzative dove la paura, il biasimo, il controllo e l’accumulo d’informazioni rappresentano che implodono in “buche” sottaciute e non esplicitate

Permangono criteri legati all’individuazione degli errori compiuti, al rimarcare gli “sbagli” commessi a cui sostanziare il “giudizio”: un moralismo giudicante, che impoverisce la piena espressività del singolo nell’esercizio della sua esperienza soggettiva.

Questa palude sottaciuta crea un “ambiente depotenziante”, che non consente alle persone coinvolte su tutta la catena di creazione, produzione, commercializzazione, distribuzione e comunicazione del valore di esprimere compiutamente il proprio talento creativo, né lo spessore del proprio potenziale.



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC. I cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

*Il “dichiarato” prevale sul “realizzato”:
l’atteso è subordinato a regole e procedure
che incrinano rapporti, relazioni, e innescano conflitti tra le risorse coinvolte.*

*Complessità, queste, in conflitto
con l’auspicata vendita del valore ad un cliente costretto ad essere tenuto al “centro”,
seppur resosi libero nelle sue scelte valoriali.*

*Il persistere nel mantenere una funzione vendita
congelata su procedure, esercizi di controllo, formulazioni di giudizio,
valutazioni e richiami, focalizzandola su dichiarazioni
che rimangono in attesa di decisioni rapide nei tempi
e fumose nelle scelte,
crea disallineamento alle dichiarazioni d’intenti sulla ritenuta*

“centralità del cliente”.

**Tratto dal: Il Manifesto del VendoCentrismo per una teleologia della vendita.
pag. 93 Ed. Stilgraf Cesena maggio 2023**



Persistere nei mutamenti in atto,
in abitudini consolidate nel tempo,
è l'esegesi di un limite nefasto
che sotterra ogni scelta strategica:
“... è sempre stato così, ho fatto
sempre così”

Non riconoscere il mutamento
è una miopia manageriale.

Dr. Ing. Cominetti B. Eliano



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

CAOTICITA' STRATEGICA

«Ing. ... Lei scrive “caoticità strategica” .
Se così è, quale atteggiamento adottare nel promuovere scelte strategiche?».

In questo indeterminismo sistemico, che crea instabilità nelle decisioni e nella prevedibilità dei loro effetti, il management si trova a dover sostenere scelte e prassi operative su scenari multivariati, difficili da descrivere ex ante in quanto la stessa descrivibilità, muta gli stessi criteri di descrivibilità.

Va posto in dubbio il paradigma di “linearità di processo” tale per cui, posti gli estremi A e B si possa determinare la direttrice congiungente, poiché gli stessi poli, mutano nell' indeterminismo dello loro definibilità.

Un “paradosso” a cui bisogna necessariamente abituarsi in questo caos sistemico, dove il pensiero manageriale dovrà allenarsi alla complessità.

Mutano in questo contesto, gli schemi cognitivi attraverso i quali promuovere scelte strategiche, giungere a decisioni e agire in un complesso sistemico non ordinato, poiché non più guidato da criteri di “investimento” ma sostenuto da evidenze di “costo e di rischio derivato” . In questa tensione continua al mutamento, il management riflette sui costi insiti nella scelta, poiché riflettono non più futuri prevedibili, bensì una moltitudine di essi riconoscibili solo ex post.

Cade l'illusione dell'investimento e del guadagno mentre subentrano criteri di sostenibilità del costo e l'imprevedibilità del rischio: muta la creazione del valore nel tempo e subentra la frustrazione sul risultato.



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

GLI ABBIAMO DATO TROPPO POTERE

«Dal punto di vista comportamentale, partiamo dall'essere genuinamente autentici. È meglio essere la miglior versione di noi stessi, piuttosto che la brutta copia di qualcun altro» (1) .

Paolo Gallo

Scrivo ...

[...] ponendo centralità al venditore all'interno dell'intero processo di vendita, potevo cambiare un modello mentale legato al "vendere" e al "venditore" stesso. Quest'ultimo è ancora ad oggi più volte ricondotto a:

« ... piazzista, porta a porta, commesso viaggiatore, aggressivo, petulante, comunque una persona che privilegia il proprio tornaconto personale. Le narrazioni che si riferiscono al mestiere del venditore, non trasmettono mai una visione positiva del personaggio, anzi» (2) .

Ben specifica Alessio Giachin Ricca quando a questo proposito ulteriormente scrive:

«Il nostro modello mentale del "venditore" è l'affabulatore, "colui che è in grado di convincere chiunque". Colui che riesce a "piazzare" il maggior numero di prodotti, qualunque sia l'esigenza del cliente» (3) .

Daniel H. Pink nell'opera citata, riporta un'analisi di ben 25 aggettivi ed esclamazioni che la gente dice spesso quando è invitata a pensare al "vendere" o al "venditore".



La lista riflette un'opinione diffusa ben espressa dallo stesso autore in cui « ... le vendite ci mettono spesso a disagio e a volte addirittura ci disgustano, in parte perché crediamo che si fondino su duplicità, dissimulazione e malafede» (4) .



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

A mio avviso, tutte queste argomentazioni che rientrano nell'archetipo del "vendere" e del venditore, sono originate dalla visione sottostante in cui si è attribuita "centralità al cliente".

Questa visione è diventata un convinci-mento così potente nell'immaginario collettivo, che ha generato l'archetipo sino a oggi a noi giunto.

Se il cliente chiede io rispondo, se il cliente ha bisogno io ho il prodotto che a lui necessita, se chiede sconti posso negoziare, se lo perdo è meglio accontentarlo, se non vendo è perché il cliente non ha capito, se il cliente non compera è perché non ha compreso e apprezzato quanto gli potevo offrire.

Il valore che lui si attende l'ho già venduto ad altri, la "mia" esperienza nel suo settore è comprovata dai clienti da me serviti ...
... fino a sostenere che ne so quanto o più di lui nel suo settore, al punto tale che posso permettermi d'istruirlo".



Il VendoCentrismo, muta l'archetipo, poiché pone valore al cliente attraverso l'azione del venditore (nella sua accezione del termine) in quanto soggetto "creante il valore atteso" e non più soggetto "vendente un valore presunto"

Recentemente a Verona, feci una conferenza dal titolo suggestivo: *Perché il cliente non compera più da me?*

Raccolsi 125 valide motivazioni dagli oltre settanta convenuti tra imprenditori, rappresentanti, negozianti e liberi professionisti e al termine una domanda:



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

«Noi le abbiamo dato le nostre risposte – concluse un imprenditore – ma qual è la sua?». «In effetti – precisò un consulente – noi siamo venuti a sapere qual è il suo concetto e non a fornirle il nostro!».

«Corretto: qual è dunque la sua domanda?».

13

«Perché il cliente non compera più da me?».

La risposta fu immediata:

«Semplice: perché gli abbiamo dato troppo potere. Così facendo ed educando, abbiamo solo venduto un valore ma non gli abbiamo creato “nulla”: se vuoi vendere, crea valore!».

Non ebbi molto successo in quella conferenza.

Tratto dal Cap. 19.2 p. 885-886 del libro:

I Signori rappresentanti si ricevono il martedì . Ed. Stilgraf Cesena (FC), maggio 2019
Curatore Emanuele Cangini.

1 Paolo Gallo, op. cit., p. 75.

2 Alessio Giachin Ricca, op. cit., p. 45.

3 Ivi, p. 20.

4 Daniel H. Pink, op. cit.

Bibliografia complessiva del libro: pag. 973 - 998



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



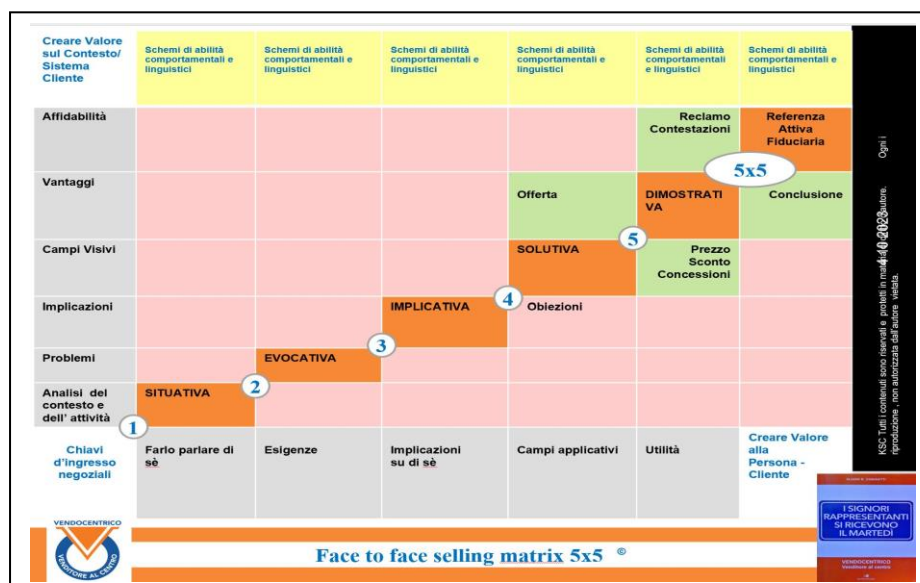
31 ottobre 2023

APRO IL LIBRO E LEGGO
Cap. 7.9 LA MATRICE DELL'ESPERIENZA 5x5
Pag. 415/1000

14

La descrizione di un processo di vendita, segue - nella letteratura - una dinamica prettamente lineare: da A a B con la descrizione di "ciò" che ci sta in mezzo. Rimane un modello deterministico "causa-effetto" : obsoleto ad oggi e ampiamente documentato, che ricalca - nei contenuti - i tecnicismi degli anni '30.

In una realtà complessa e indeterministica, in cui la funzione vendita è chiamata a al cliente, sentivo la necessità di evolvere la modellizzazione del processo di vendita in uno "spazio duale".



In questo ambito, potevo strutturare l'esperienza condotta in 35 anni di lavoro "sul campo", in un modello che collocasse le "fasi" all'interno di "schemi di abilità comportamentali", le cui logiche reiterava risultati misurabili dall'esperienza pratica. Ne nasce, la matrice 5x5, a cui ho dedicato l'analitica dell'intero mio libro[1]

[1] I Signori Rappresentanti si ricevono il martedì. Ed.

Stilgraf Cesena 2019

curatoria di [Emanuele Cangini II](#)

Consigliata la lettura dell'intero Cap. 7



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

Dante -Virgilio binomio metaforico nel "pensare la vendita"

*Ma poi ch'ì fui al piè d'un colle giunto,
là dove terminava quella valle
che m'avea di paura il cor compunto,
guardai in alto, e vidi le sue spalle
vestite già de' raggi del pianeta
che mena dritto altrui per ogni calle.*

«Ing. ...che cosa trattiene la sua attenzione oggi? ».

«Leggo Dante nella sua Commedia e rifletto su 13 -19 del Canto 1 dell'Inferno».

«Ing. ... e da questa lettura, che cosa ne trae? ».

«Ci sono pensatori che collegano - in un binomio metaforico "cliente-venditore" - il viaggio di Dante

Se il cliente chiede io rispondo, se il cliente nel suo incontro con Virgilio, là dove "il cammino" del Poeta s'interrompe al sopraggiungere delle tre fiere. Tu che dici?».

«Ing. ... che dire? Ho sentito anch'io questa "interpretazione metaforica" e a cuor mio appare corretta. Dante (il cliente) innanzi a problemi, ostacoli e difficoltà (le tre fiere) trova in Virgilio il "consulente/venditore" adatto per guidarlo al raggiungimento della meta».

«E' vero: e come ti appare questo Dante, nella metafora del "cliente" ».

« Ing. ... lei mi forza a pensare! Certamente un "cliente" che sa cosa vuole, che ne ha coscienza, che sa dove andare. Ha razionalizzato di aver "smarrito" i suoi riferimenti e si trova innanzi a tre fiere: "problemi, ostacoli e difficoltà".

Per attingere al suo modello [1] è un cliente in via "umida" [2]».



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

16

«Ossia? ».

«Ing. ... un cliente che ha razionalizzato il suo “stato” di necessità [3] ».

« In tal caso, il Virgilio cosa fa? ».

« Ing. ... sempre nella metafora è - per lui - relativamente semplice guidare, orientare, condurre, istruire, mostrare il cammino ad un “cliente” che ha coscienza del suo dovrebbe [4] e ne riconosce gli impedimenti. In siffatta situazione, il venditore (Virgilio) da consigli, elabora il percorso: è un consulente al Dante “impaurito” che ha coscienza che le tre fiere impediscono il raggiungimento della meta»

«Prova ora a pensare se il Dante (cliente) non avesse esperienza del cammino, né della meta e nemmeno del “colle”, ma si trovasse in uno stato in cui questi aspetti gli sono inconsciamente “ignoti”. Un Dante che non si pone il problema, poiché non lo “vede”, né lo razionalizza: sta “bene” così com’è e dov’è. In tale contesto, sentirebbe la necessità di Virgilio? E qualora il Virgilio si presentasse al Dante-Cliente, avrebbe lo stesso comportamento?».

Se il cliente chiede io rispondo, se il cliente
«Ing. ... certamente no. Sarebbe ingenuo».
«Perché? ».

«Ing. ... lo ha ben descritto lei! Si tratterebbe di un “cliente in via secca” [5]: ossia di un cliente che non ha razionalizzato la meta, né i possibili problemi che possono insorgere al suo raggiungimento.
E’ un “cliente” che non esprime alcun stato di necessità. Non ha coscienza del suo “dovrebbe” [6]».

«Quindi, la metafora Dante-Virgilio, così com’è presentata è parziale?».

«Ing. ... certo: riguarda comportamenti con clienti in via umida! Direi, ora che mi ha fatto pensare, fuorviante, anche scarsamente formativa in ambito di una formazione alle vendite».

« Perché?».

«Ing. ... non solo omette una aspetto delle vendite che riassume comportamenti con clienti che non hanno coscienza del loro stato atteso, ma non rappresenta la situazione attuale: oggi il “cliente” non sa! e se sa, ha già ampie possibilità di scelta».

«Ti vuoi spiegare meglio? ».



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

17

«Ing. ... oggi, il cliente può da sé, rispondere alle sue stesse domande. La digitalizzazione ha creato un accesso facilitante ai dati, alle informazioni e all'esperienza d'uso: gli basta un click! [7]

In tale contesto, non ha più bisogno né di un consulente, né di un venditore: sa e sa decidere sulla base di un'ampia possibilità di informazioni e di esperienze d'uso.

«Cosa chiede oggi il cliente?».

«Ing. ... oggi il cliente dice "NO!" [8]: non ci accoglie più con un "SI!". Oggi la vendita è cambiata! e con essa ogni atto consulenziale trae origine dal "NO!" del Cliente (vero o presunto).

E' da questo "NO!" che il venditore può creare il "cammino" su cui il cliente stesso possa riconosce "la diritta via". Nel caso del "SI!", ci si ritrova ad ascoltarlo per dargli le risposte che attende: in tal caso la logica è comparativa di prezzo e sconto. Non si crea alcun valore. Al massimo lo si vende. Ma son capaci tutti!».

« A che conclusione sei giunto?».

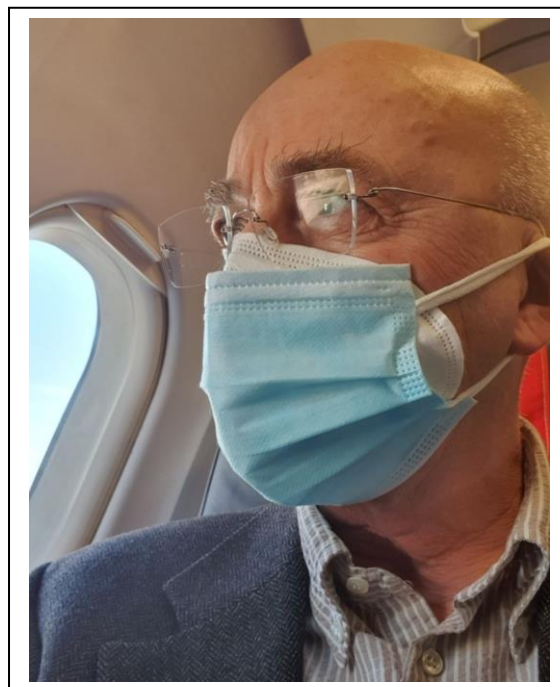
« Che bisogna pensare. Comunque, vero è che ancor prima del vendere, il "valore" va creato».

Consulta il mio libro alle pagine:

[1] Eliano B. Cominetti. I Signori rappresentanti si ricevono il martedì. Ed. Stilgraf. Cesena, Maggio 2019 pag.307

[2] Ivi, pag. 496 [3] Ivi, pag. 257 [4] Ivi, pag. 258 [5] Ivi, pag. 496 [6] Ivi, pag. 43

[7] Ivi. Pag. 433 [8] Ivi. Pag. 31



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

IL VENDITORE FILOSOFICO

Dal Fedone di Platone

18

SOCRATE: «Io mi sarei fatto col più grande piacere discepolo di chiunque, per poter apprendere quale sia questa causa; ma, poiché rimasi privo di essa e non mi fu possibile scoprirla da me ne apprendere da altri: ebbene, vuoi che ti esponga, Cebete, la seconda navigazione che intrapresi per andare alla ricerca di questa causa?».

SOCRATE «Dopo questo, poiché ero stanco di indagare le cose, mi parve di dover stare bene attento che non mi capitasse quello che capita a coloro che osservano e studiano il sole quando c'è l'eclisse, perché alcuni si rovinano gli occhi, se non guardano la sua immagine rispecchiata nell'acqua, o in qualche altra cosa del genere».

«A questo punto pensai, ed ebbi paura che anche l'anima mia si acceca completamente, guardando le cose con gli occhi e cercando di coglierle con ciascuna degli altri sensi».
«Perciò ritenni di dovermi rifugiare in certi postulati e considerare in questi la verità delle cose che sono».

Platone. Fedone (99D - 99E)

«Ing. ...che cosa trattiene la sua attenzione oggi?».

«Leggo Platone e rifletto dal Fedone sul significato che può avere per ognuno di noi la sua "seconda navigazione"».

«Ing. ... mi perdoni, ma che cosa centra "questo" con la vendita?».

« Per nulla: è legittima la tua domanda. Per anni ho "navigato" con chi conosceva e sapeva e voleva far sapere le ragioni che sottendono ogni atto di vendita [\[1\]](#).

In questo, fui facilitato dalla presenza di Maestri: poi, rimasto privo di essi non mi fu più facile proseguire la mia conoscenza, né mi fu più possibile scoprirla da me stesso apprendendola dagli altri».

«Ing. ... perché?».

«Perché re-iteravano il noto, ri-prendevano il già conosciuto; altro non era, il loro, se non un ri-prendere il già scritto da altri, ri-proponendolo con altre parole. Un esercizio di erudizione, che "accecava" la vista e "rovinava" ogni semplice intendimento.

Riconoscevo un impegno a sostenere il "ri-detto" attraverso il "detto" di altri: un esercizio, che non creava nulla alle verità già poste in origine.

«Ing. ... che cosa fece?».

«Presi coraggio e intrapresi la mia "seconda navigazione". Posi mano alle "mie idee" senza riferirmi ad idee altrui. Decisi di pensare per conto mio, per evitare di ripetere il già detto e di ritrovarmi la dove gli altri erano già stati [\[2\]](#) ».

«Ing. ... che direzione prese questa sua "seconda navigazione"?».



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

19

«Il manuale [3] e l'ultimo mio libro [4] : due testi che esplicano, a chiare lettere, questo cambio di rotta ».

«Ing. ... la differenza tra i due qual è?».

«Il primo è un manuale sul “fare”, mentre il secondo è un saggio sul “pensare”».

«Ing. ... il suo è un andare controcorrente [5]: cosa sottende questa sua “seconda navigazione”?».

«Nel dialogo socratico Platone avanza questa metafora della seconda navigazione. Essa rappresenta un punto chiave del tragitto che ogni persona compie lungo tutto l'arco della sua vita. Ognuno ha il suo viaggio [6] : segue i venti e apre le vele per orientare la sua imbarcazione [7] alla ricerca della verità.

Quando non ci sono più i venti subentra il dubbio e le perplessità sul senso e sul significato del proprio navigare. Qui si pone la scelta: o si attende l'insorgere dei venti, oppure si naviga con i propri remi.

Nell'antica Grecia, la bonaccia era un pericolo, non meno inferiore alla tempesta in quanto lasciava i naviganti nel bel mezzo del mare senza possibilità di rifornirsi di acqua e di cibo con tutte le implicazioni che questa assenza comportava.

La “prima” navigazione è quella che ognuno di noi fa con le vele spiegate al vento in cui le circostanze, il contesto facilita il proprio percorso: è la via “umida” descritta nei testi alchemici [8] .

La “seconda” navigazione è una scelta: è quella che si fa ponendo mani ai propri remi e soffrendo tutte le fatiche e i pericoli che ne conseguono: la via “secca” in cui ritrovare se stessi e i significati della propria opera».

«Ing. ... ben oltre la “vendita” [9]».

«Per ora, che sia così».

Dr.Ing. Cominetti B. Eliano
Bibliografia

[1] I Signori rappresentanti si ricevono il martedì. Ed. Stilgraf. Cesena, Maggio 2019
Cap. 7.2 pag. 343

[2] Il Manifesto del VendoCentrismo. Ed. Stilgraf. Cesena, Maggio 2023 pag. 4

[3] I Signori rappresentanti si ricevono il martedì.

[4] Il Manifesto del VendoCentrismo.

[5] I Signori rappresentanti si ricevono il martedì. Cap. 7.3 pag.380

[6] I Signori rappresentanti si ricevono il martedì. Cap. 7.3 pag. 251

[7] I Signori rappresentanti si ricevono il martedì. Cap. 21.6.2 pag. 957

[8] I Signori rappresentanti si ricevono il martedì. Cap. 19.1.2 pag. 863

[9] Il Manifesto del VendoCentrismo. pag. 11



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

IL CLIENTE NON VA “ISTRUITO”, VA EDUCATO

Dr. Ing. Cominetti B. Eliano

Si dice che “la vendita è cambiata”, ma ci si ritrova a fare e dire ancora le stesse cose a prescindere da questo “conclamato” cambiamento.

Si cambiano le parole, si rielaborano i “sacri” testi, si ripete il già ridetto quasi come non ci fosse più nulla da dire.

Si aggiungono parole a parole già ripetute: bravo è chi parla, eccellente chi poi promuove speranze e illusioni con contenuti che durano un “buco” nell’acqua.

Creare valore formativo non ti concede “like”: è un lavoro duro che non fa audience.

Un aperitivo a bordo piscina rende “entusiasmante” l’esperienza formativa, una partita a “calcetto” si traduce in un’esperienza memorabile, promettere incrementi a due cifre ti rende capace: se poi lo traduci in un “iscriviti è gratis” ti assicuri il contatto con il “mago” di turno.

Andar fuori a vendere con ogni partecipante, a fare e a far fare con coerenza educativa quello che hai spiegato in aula, non ti crea alcun applauso, ma solo riconoscenza di chi, non solo ha capito, ma ha fatto e ha ottenuto il risultato atteso.

In aula, non c’è “pratica di vendita” e la formazione diventa erudizione [1].

Si persiste nel ritenere che il processo di vendita, segua un approccio deterministico [2] riconducibile a logiche causa-effetto, in cui ogni “cosa” ha una sua prevedibilità all’interno di una strategia attraverso la quale, sia possibile promuovere azioni e misurare risultati attesi.

Sosteniamo - a ragione - che la “consulenza” apportata alla vendita di un bene/servizio, sia imputabile ad una corretta analisi delle esigenze, alla comprensione delle aspettative che ci consente di comprendere le criticità e gli stati di necessità del cliente, così da definire percorsiolutivi attraverso cui accompagnare il cliente nel viaggio “dantesco” [3] verso il suo obiettivo.

20



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

21

Va da sé, che il sistema è complesso, le economie che lo sostengono sono complesse, l'organizzazione è complessa, la generazione del profitto è complessa e l'identificazione del "valore" è complessa: sono complessità dentro complessità.

Nonostante il dichiarato, le logiche che sostengono la formazione alle vendite perseguono modelli riconducibili a metodiche degli anni '20 [4].

Oggi, viene a mancare il "cliente" e compare il "sistema cliente" in cui risulta indeterministica la rilevazione del suo stato di necessità, poiché ogni aspettativa, ogni variabile, ogni azione è sistemica e crea dinamiche tra loro interdipendenti dove gli attori coinvolti mutano criteri e decisioni a fronte di ogni interazione.

In questo contesto il cliente, non va "istruito", bensì educato.

La presunzione di "saperne di più del cliente" è ingenua, poiché espressione di un cliente che esprime il suo stato di necessità: cliente umido [5].

Oggi il cliente ne sa più di "me"!

Non ha alcun bisogno di "me"! in quanto spiegatore delle "mie" soluzioni, detentore di esperienze riconducibili ad altri, né di una consulenza che implode su risposte a fronte di quelle che sono le sue richieste: per questo, al cliente, gli basta un click! [6]

Il cliente non vuole sentirsi istruito: dov'è il valore che vanta?

C'è bisogno di un nuovo pensiero educativo alle vendite, in cui all'istruire il cliente, va sostituito l'educare il cliente.

L'educare, implica un'azione maieutica in cui il "creare" e lo "scoprire" diventano un processo autonomo di coscienza nel maturare il valore in cui esso stesso possa riconoscersi.

La formazione alle vendite necessita di essere meno apparente, più radicata nel vissuto di chi vende e centrata sull'esperito e non solo sull'erudito.

Va privata dell'esercizio dell'erudizione e maggiormente centrata sulla persona che "vende" nel contesto in cui esplica ogni suo atto di vendita, poiché sostanziata nel facilitare l'appreso "facendo" e non spiegando il già "rispiegato".

Muta il pensiero "vendente" in un pensiero "creante" così che il cliente possa riconoscere la centralità del venditore nel processo di creazione del valore a lui distintivo [7].

Riferimenti Bibliografici

[1] Eliano B. Cominetti I Signori rappresentanti si ricevono il martedì. Ed. Stilgraf Cesena, maggio 2019, pag. 330

[2] Ivi, pag. 409

[3] https://www.linkedin.com/posts/dott-ing-eliano-b-cominetti_vendita-cliente-isignorirappresentantisiricevonoilmartedi-activity-7068514332984188928-Lhci?utm_source=share&utm_medium=member_desktop

[4] Ivi, pag. 343

[5] Ivi, pag. 496

[6] Ivi, pag. 433

[7] Ivi, pag. 413



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

IL VENDITORE FILOSOFICO

Dal Menone di Platone

«Sei in grado di dirmi, Socrate, se la virtù sia insegnabile? Oppure non è insegnabile, ma se si acquisisce con l'esercizio? O ancora non è né acquisibile con l'esercizio né attraverso l'insegnamento, ma si ingenera negli uomini per natura o in quale altro modo?».

Platone. Menone. (70 a)

«Ing. ...che cosa trattiene la sua attenzione oggi? ».

«Leggo Platone e rifletto sulla domanda iniziale che Menone pone a Socrate nel dialogo platonico ».

«Ing. ... e da questo quesito, che cosa ne trae? ».

« Una semplice riflessione: come fai a descrivere o trasmettere o insegnare ciò che “chiedi”, se prima non definisci che cos'è ciò che chiedi? Cos'è per te “virtù”? ».(71b1-4)

«Ing. ... tante cose: questa domanda, contempla una gamma di significati molto ampia, che può essere riconducibile alla vita morale o a quella sociale. Posso anche pensare a tutto ciò che mi permette di avere successo, di conseguire riconoscimenti, di attuare il senso e il significato del mio vivere, che altro? ... di conseguire credibilità, di partecipare ad una corretta interazione tra persone. Nel promuovere il bene nel mio operare: insomma, tante cose messe insieme.

Ing. ... condivide? ... e per lei, che riferimenti ha questa domanda con le vendite?».

«Che dire? ... è anche tutto questo, nel contesto in cui è collocato il termine virtù(arete). Come vedi, cerco anch'io una risposta. Tu credi che la virtù di una “cosa” costituisca - come suggerisce Socrate - l'eccellenza di quella “cosa”? Vale a dire, la perfetta disposizione che le consente di adempiere in modo performante alla propria funzione?

« Ing. ... in senso lato, sì».

«Nel caso del venditore, tu pensi che ciò che definiamo “virtù” possa essere riconducibile alla disposizione del suo pensiero ?

« Ing. ... certo».

«Condividi dunque, che le parole con cui ordiniamo la nostra mente e che determinano poi ogni nostra azione “virtuosa”, riflettono il pensiero che le ha ordinate? ».

«Ing. ... certamente sì».

«E che questo pensiero, ricalchi le parole con cui ordiniamo la nostra mente? ».

«Ing. ... indubitabilmente! Anche a fronte dei risultati neuroscientifici riscontrabili nella letteratura internazionale^[1]».

«Dunque: di che “parole” alimenti la tua mente nell'ambito dei tuoi comportamenti di vendita? Che verbi usi? Se il “verbo” induce l'azione e anima il tuo pensiero e genera poi i tuoi comportamenti di vendita, cosa sostiene il tuo pensiero in quanto venditore/e? ».



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC. I cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

23

«Ing. ... senza indugio, il verbo “vendere!”».

«Certo! Ma affinché ciò accada, qual è la "virtù" sottostante? ».

«Ing. ... è una domanda su cui riflettere. Vero è che se il cliente ha già un'intenzionalità d'acquisto, certamente è il “vendere”: cos'altro? ... se non questo. Nel suo contrario, è indubitabile l'indispensabilità del “creare” . Creare la “cosa” in cui lui stesso (il cliente) possa riconoscersi. Il “venderlo”, semmai, verrà dopo».

«E per tornare al quesito iniziale, che cos'è questa “cosa”?».

«Tutto ciò a cui lui attribuisce, un valore».

«E se non ne è cosciente? Ossia, non ne ha percezione, né volontà di maturarne coscienza? ».

«In tal caso, questa “cosa” va creata. Va creata nella sua mente».

«Ing. ... e questo modo di ordinare i propri pensieri, che riflessi ha sul comportamento del venditore?».

«**Ego riferito**, nell'uso del verbo “vendere”. **Eco riferito**, nell'accogliere in sé il verbo “creare”^[2]».

«Ing. ... ma questo implica un cambiamento nell'essere del venditore?».

«Certo. Che non sia questa, la virtù in cui riconoscere il venditore di cui il cliente ha bisogno oggi?

Tu puoi, se vuoi, mutare il tuo pensiero: cambia la parola, cambia il pensiero sottostante.

Se cambia il pensiero, cambia la visione^[3] che genera ogni tuo atteggiamento verso te stesso e verso gli altri.^[4]

Tu puoi, se vuoi, acquisire “virtù creanti” quali espressioni di ciò che anima la tua mente.

«Ing. ... volendo riassumere il suo pensiero, questo dice che, se voglio vendere la “cosa” va creato il valore della “cosa” stessa. Questo, ancor prima di alimentare la mia mente con un pensiero “vendente”, anziché con un pensiero “creante”. Dunque, è nel creare, il valore all'altro?».

«Questa è la virtù: se non ciò, cos'altro? ».

^[1] Giorgio Gabrielli - Vincenzo Russo NEUROMARKETING Ed. Hoepli, pag. 38 in cui cita il mio testo “I Signori rappresentanti si ricevono il martedì”. Ed. Stilgraf. Cesena, Maggio 2019.

^[2] I Signori rappresentanti si ricevono il martedì. Ed. Stilgraf. Cesena, Maggio 2019 pag. 872

^[3] Ivi, pag.122

^[4] Ivi, pag.172



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

1.12 PERFEZIONISMO

«Per imparare bisogna essere umili.
Ma è la vita il grande docente»¹.

James Joyce²

24

Tu hai esperienza vero?

Sai già molte cose? La tua vita, ti ha già donato tanto, al punto che dici a te stesso: "So già tutto!". Ricchezza del dire, povertà del cervello.

«Tu sei umano. Sei imperfetto. Non puoi partire da motivazioni perfette e pure. Se sei come la maggior parte di noi, probabilmente le tue motivazioni sono quasi imbarazzanti, in confronto all'eccellenza che vuoi raggiungere. Guardandoti allo specchio capisci che è vero. E sai una cosa? Non è un segreto. Tu comincia e basta. Inizia da dove sei. È l'unico posto da cui puoi partire. Per cominciare da dove sei, devi essere dove sei. [...] Sto solo cercando di sottolineare che per cominciare dall'inizio devi essere all'inizio. Troppo spesso ci buttiamo in una nuova impresa convinti di avere più competenze, più nozioni, più capacità di quante ne abbiamo davvero. Meglio concentrarsi sui fondamentali. Falliremo, se crediamo di essere bravi ancor prima di aver cominciato. Perciò comincia dall'inizio. Affronta ogni giorno come se ci fosse qualcosa di nuovo da imparare. Il tuo compito non è partire da un luogo nobile, ma arrivarci»³.

Non hai tempo, non vuoi fallire, non vuoi sbagliare, vero?

Non vuoi perdere la tua credibilità?

Hai molte cose da fare e da dire.

¹ Paolo Savona, *Come un incubo e come un sogno*, Rubbettino Editore 2018. L'economista, nella sua prefazione, cita James Joyce nell'edizione dell'*Ulysses* della New Compton (Roma 2012).

² James Joyce, *Ulisse*, Einaudi Editore.

³ Eric Greitens, *Non si abbandona mai la battaglia*, Mondadori, Milano 2016, p. 52.

Nell'op. cit., l'Editore ne delinea i tratti caratteristici dell'Autore: «[...] Navy SEAL, campione di boxe e ricercatore presso l'Università di Oxford, ha prodotto documenti fotografici su bambini e le loro famiglie in Ruanda, Albania, Messico, India, Croazia, Bolivia e Cambogia. Fondatore dell'organizzazione non-profit The Mission Continues, che assiste i veterani di guerra [...] è tra le 100 persone più influenti incluse nella classifica annuale del "Time" ed è stato dichiarato dalla rivista "Fortune" uno dei 50 leader più importanti al mondo».



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC. I cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

Sei in attesa di dare e ricevere risposte: vivi nel fare e non pensi all'agire.
Sei un pensato dei tuoi pensieri anziché essere un pensante.
Tu sei libero di pensare, capace di creare e scegliere il tuo destino.

Tu non vuoi sbagliare.

Quante volte ci siamo appiccicati addosso frasi del tipo: "Il mio capo non mi dà le informazioni giuste, ho bisogno delle informazioni corrette, non trasmettono le cose per quello che sono. Io, gliel'avevo detto, ma fanno finta di niente. I clienti comperano dagli altri e noi non ci adeguiamo al mercato. Non tengono conto delle indicazioni che ho raccolto. Piuttosto che rischiare di sbagliare meglio aspettare di definire. Riduco il rischio non si sa mai...".

Tu vuoi che tutto sia perfetto!

Tu vuoi che la tua azione sia preceduta dall'azione degli altri! Tu vuoi che ogni cosa sia pronta per te! Tu vuoi giungere là dove tutto ha già trovato la sua collocazione, ove ogni cosa ha trovato la sua sistemazione!

Tu non vuoi fallire. Vero?

Tutti noi, non vogliamo fallire.

Per questo rimaniamo in attesa di perfezionare ogni cosa: il perfezionismo è il nostro limite. Tutti più o meno abbiamo questo limite. Quante volte ci indispettiamo con noi stessi per un errore che abbiamo fatto, una imperfezione che abbiamo commesso, un fallimento in cui siamo caduti.

Anche chi dice di non essere un perfezionista spesso *ci cade* perché s'indispettisce, si meraviglia di non saper fare, di sbagliare in modo tanto banale, oppure di dover ricominciare dall'inizio, mentre aveva giurato a se stesso che non sarebbe mai più caduto in quella situazione non auspicata. Tendere all'eccellenza è una qualità ammirevole; lottare per essere perfetti è uno sforzo inutile.

Perché cercare la perfezione in tutto ciò che facciamo?

Cosa cela il perfezionismo: insicurezze che stanno fuori di noi o anche dentro di noi?



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC. I cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

Le motivazioni al perfezionismo, sono pulsioni interiori o reazioni alle aspettative di altri?

In altri termini, a ricerca del perfezionismo è una risposta a scelte personali o il tentativo di ricevere riconoscimenti altrui?

Se da un lato questo porta con sé una buona dose di “cura” verso se stessi, dall’altro c’è da sapere che il perfezionista si porta addosso un peso tremendo: la paura esagerata del giudizio del prossimo.

“Non devo fallire, altrimenti deludo! Non devo sbagliare, se no mi criticano, non hanno più fiducia in me. Se non ce la faccio, cosa diranno di me? Se rischio e poi sbaglio?”.

La verità è che non vogliamo accettare di correre il rischio di fare “una brutta figura”: verso gli altri e in particolar modo verso noi stessi.

Ma dove stanno le opportunità in cui crescere e determinare il proprio destino?

1.13 ANCH’IO ERO COME TE

«Quando guardi tutto quello che hai in questo momento,
dà a te stesso il permesso di svilupparlo, di acquisirlo, di mettere in pratica
ciò che ti va bene, ma che tuttavia
non è ancora diventato completamente parte di te.

Come ogni altro apprendimento,
noi siamo sempre maldestri quando facciamo dei nuovi passi.

Passeremo attraverso una zona di caos.

La goffaggine, in coppia con la nostra pazienza,
col nostro coraggio e col nostro senso della direzione,
diventerà gradualmente una parte della nuova integrazione.

E, una volta raggiunta, sentiremo di nuovo zampillare dentro di noi la fonte
perenne»⁴.

Virginia Satir

⁴ Virginia Satir, *Meditazioni di Virginia Satir*, Editrice Impressioni Grafiche, 2005, p. 69.





31 ottobre 2023

27

Lisbona 1995, conferenza di Mario Silvano a 300 agenti di vendita di una importante società di comunicazione e raccolta pubblicitaria. Ho vissuto con lui due giornate di preparazione e di interviste ai venditori, ai loro responsabili e al management della società al fine di giungere a formulare un nuovo modello di vendita in sintonia con le politiche commerciali dettate dall'azienda.

Difficile seguire, rielaborare e scrivere in tempo reale il pensiero di Mario Silvano nella sua ricerca dei dettagli e nella precisione dei suoi pensieri. Pretendeva da me una risposta, mi poneva domande e si irritava dei tempi che mi concedevo di riflettere su quell'argomento.

Fu una palestra.

Ricordo che la sera prima della sua conferenza, dopo cena e dopo gli ultimi incontri, ci sedemmo su un divano posto nell'atrio dell'Hotel. Eravamo appesantiti dai lavori della giornata.

Mentre avevo lo sguardo fisso su di un albero che si proiettava verso la vetrata aperta al cielo di Lisbona, mi chiese:

«Che cosa vedi?».

Ero stanco e assonnato. Desideravo chiudere i lavori che sapevo mi attendevano nella notte: il copione della conferenza lo volevo scritto! Contavo le ore che mi rimanevano all'avvio dei lavori in plenaria.

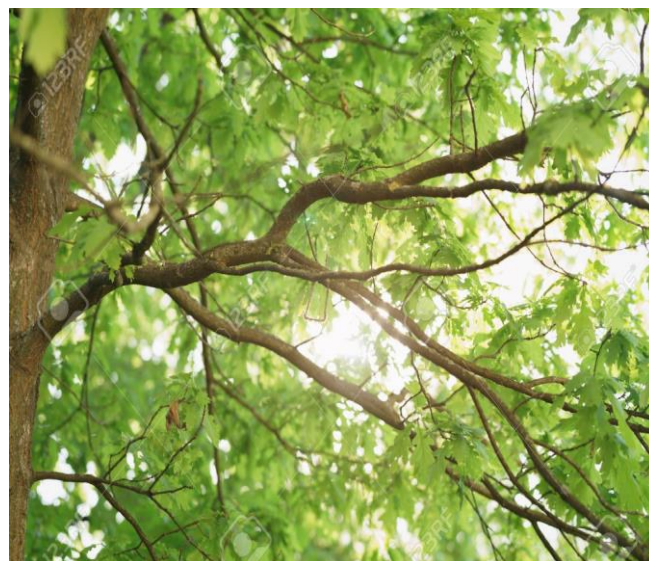
Che risposta dare? Che cosa vedevo?

«Vedo le foglie dell'albero. Ecco che cosa vedo!».

Anche lui guardò l'albero.

Rimase in silenzio: «Sapevo di questa tua risposta». Sorpreso e un po' assonnato risposi: «Perché?».

«Tu vedi le foglie - mi disse con un leggero sorriso - Tu vedi il prodotto finito. Io vedo lo spazio che c'è tra foglia a foglia. C'è ancora molta da fare prima di domattina. Saliamo e lavoriamo».



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

28

Impossibile! Alzarsi da quel divano era già di per sé una fatica. Pensare che a quell'ora della notte voleva ancora lavorare era "pazzesco". Entriamo nell'ascensore. «Stanza Mario?». «815. Tu?». «345». Lo vedevo pensieroso mentre salivamo all'ottavo piano. Chissà che cosa stava escogitando? Quali pensieri la sua mente stava elaborando in quell'ora notturna che andava progressivamente a ravvicinarsi all'orario previsto per la conferenza.

Ottavo piano. Le porte si aprono. Lui si frappa tra l'ascensore e il corridoio per impedire la chiusura della porta. Sta in silenzio.

Mi guarda e dice:

«Bene Eliano. Hai lavorato bene con me in questi due giorni. Hai tutto per concludere la stesura del copione per domattina. Puoi ben riempire lo spazio tra "foglia" e "foglia". Sono certo del risultato. Domattina a ore 9:00 in Plenaria con i 300».

Non riuscii a dire nulla.

Mi lasciava così.

«Un'ultima cosa Eliano, domattina la prima parte della presentazione la farai tu!».

Le sue parole accompagnarono la chiusura delle porte dell'ascensore. Dall'ottavo al terzo piano fu una discesa verso l'inferno! "Ma è 'pazzo' quest'uomo, 'fuori di testa', devo fare il copione e poi io la prima parte della conferenza! Non si può. Non è possibile..."

Le ore passate in camera furono lunghe e sofferte. Ero scocciato, inviperito e lo spazio tra *foglia* e *foglia* anziché rimpicciolirsi si apriva sempre più. Non ricordo se ho dormito.

Ore 8:45 ero seduto in plenaria.

Copione fatto. Prima parte dell'intervento (suo) a memoria (mia). Paura, timore sconforto, rabbia, incredulità stavano seduti con me. Sorrisi di convenienza.

La sala si riempiva. Il Direttore Generale venne anche a salutarmi: «Adesso, ci sei tu Eliano. Vero?». Ho compreso l'effetto della forza di gravità nell'alzarmi da quella poltroncina. Tutto mi tratteneva fuorché l'alzarmi. Volevo sprofondare, rimanere aggrappato ai braccioli: il mio nome e gli applausi non mi lasciarono alcuna scelta.

Mi alzai. Fu un successo.



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

Alla fine della mattinata, conclusasi la presentazione di Mario Silvano, il Direttore Generale mi avvicinò: «L'abbiamo ascoltata e con i miei diretti collaboratori ci siamo confrontati con il Sig. Silvano. Vorremmo che il trainer per la formazione dei nostri venditori sia Lei!». Non potevo crederci! Con gioia cercai nel salone Mario Silvano facendomi forza tra tutte quelle persone che volevano stringermi la mano. «Mario ma è vero?».

Ricordo il suo sorriso e la luce nei suoi occhi.
«Certo! ... che cosa hai imparato?». Non “mollava” mai, anche nelle migliori situazioni. «Non ero pronto. Questa notte non ho dormito. Ti ho anche un po' detestato. Scusa ma ero impreparato. Se me lo dicevi prima mi sarei comportato diversamente».

«Cosa hai imparato?».

Insisteva. Esausto e felice mi sono dato un po' di coraggio:

«Dimmelo tu!».

Cambiò lo sguardo e il tono della voce diventò più caldo:

**«Riempi lo spazio tra foglia e foglia e rischia poi,
la tua brutta figura! Semmai la farai».**

Mario Silvano il mio Maestro.



materia di diritti d'autore dalla
Le informazioni contenute nel
sta committente sopra indicata
da parte di qualsiasi soggetto
ccessivo D.Lgs. n. 196/03. Se
amente all'indirizzo di posta in
nte nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

STOP and GO

Ho il Covid: mi fermo, ma non mollo!

Nel frattempo mi sto preparando: come sempre, come fanno tutti e come fanno i venditor*.

Anch'io come loro.

Non siamo sprovveduti, ne ridotti a soli "schiacciatori di campanelli", neppure stereotipati come "raccoglitori d'ordini" o "predatori d'assalto" che stanno fuori dai cancelli ad aspettare la "preda" ...

Possibili retaggi del passato, abusati nel presente.

In verità, siamo professionisti responsabili, capaci di creare valore al cliente e al cliente del suo cliente; preparati a tal punto che il cliente ci riconosce la sua fiducia ... anche nel farci "raccogliere" un suo ordine.

La "raccolta di un ordine" - ne parleremo nella lezione del 3 febbraio 2024 - non è disdicevole, non è frutto del "caso": è la massima espressione che, non solo abbiamo lavorato bene, ma rappresenta l'attribuzione più elevata della fiducia che il cliente ci riserva.

Esserne capaci!



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.



31 ottobre 2023

Nel frattempo, Venerdì 15 dicembre, seconda lezione!
Idee chiare - sempre dette a modo mio - affinché anche tu possa creare la tua strategia del tuo **dixdi**.

Ogni giorno è strategia (every day is strategy): **StrategyDay**

Viviamo in cambiamenti continui e imprevedibili: un anno data ha senso, ma appare ad oggi, un "indeterminabile" : definirlo è già un cambiarlo.

L'oggi, rimane l'unica certezza controllabile.

Più c'è criticità nei mercati, più c'è nebbia negli orizzonti, maggiore è il valore del tuo **dixdi**. ... dunque:

Stop and Go

Ogni giorno, pesi il costo rispetto al risultato e ne valuti il profitto.
Ogni giorno, vivi la tua gioia rispetto al tuo sconforto misurando l'atteso rispetto al realizzato.

Non ci sono nè "colpe", nè "peccati": ogni giorno si apprende e il pensiero va al giorno dopo: qui sta il segreto di una visione Stop and GO

Si impara facendo.

Così è.



Il documento è di proprietà di KSC Kominetti Sales Consulting di Cominetti B. Eliano ed è protetto in materia di diritti d'autore dalla legislazione vigente e rilasciato alla società committente per i soli scopi descritti nel documento. Le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e comunque sono destinate esclusivamente alle persone o alla società committente sopra indicata nel protocollo in codice di riferimento. La diffusione, distribuzione e/o copiatura del documento trasmesso da parte di qualsiasi soggetto diverso dal destinatario è proibita, sia ai sensi dell'art. 616 c.p., che ai sensi della legge 657/96 e del successivo D.Lgs. n. 196/03. Se avete ricevuto questo documento per errore, Vi preghiamo di distruggerlo e di informarci immediatamente all'indirizzo di posta in calce. Diritti riservati ad uso e proprietà di KSC i cui termini sono stati precisati dalla presente nota posta a piè di pagina.