

# Le 10 parole da evitare





Legato a brutte esperienze  
Blocca, chiude, irrigidisce, infastidisce

No, non hai capito..	Capisco il disaccordo, ora ti spiego meglio
No, non è caro il prodotto	Il prezzo si riferisce alla sua qualità superiore
No aspetti, ci pensi bene prima di rifiutare	Capisco la titubanza, del resto anch'io quando...
No, non posso spedirlo per martedì	Posso spedirglielo per mercoledì

***Regola: volgi in positivo la frase negativa***

NON



Il cervello umano ignora le negazioni  
Di quello che vuoi piuttosto che quello che non vuoi

Non si preoccupi	Stia tranquillo
Non ci pensi troppo	Ci pensi pure e mi dia la risposta
Non ascolti quello che dicono gli altri	Ascolti anche gli altri ma sappia ciò che lei vuole

# NIENTE



Niente non vuol dire NIENTE appunto  
Evoca concetti come buio, vuoto, zero assoluto:  
ideale per presentare te e i tuoi prodotti, no?

No niente, volevo solo dirti

Voglio parlarti dell'ultima novità

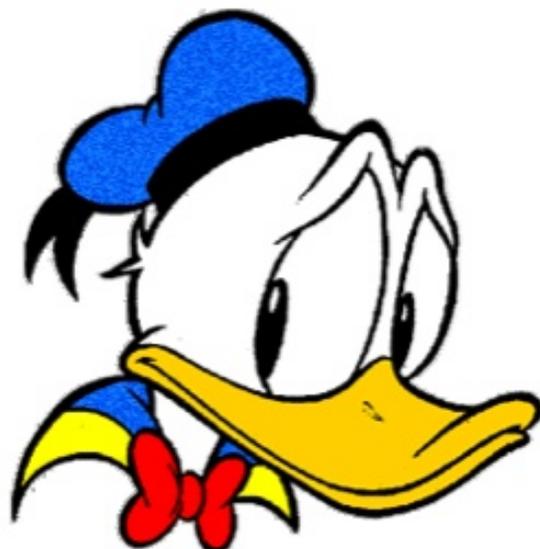
Niente si tratta di una cosuccia

Desidero comunicarti una cosa

Niente, è solo che ti volevo

Si ti voglio spiegare meglio...

SCUSA



I'M SORRY

Si usa quando si sbaglia o si fa un danno  
Fa apparire deboli, pessimo modo di iniziare

Scusa, mi puoi passare la penna?	Per favore, mi passi la penna?
Scusi può dare un'occhiata al catalogo?	Iniziamo col dare un'occhiata al catalogo?
Mi scusi, la posso disturbare?	Salve, è buon momento per parlare

# DISTURBO



**DO NOT  
DISTURB**

Associata a fastidio, interruzione, scocciatura  
E' un'ammissione di colpevolezza

Disturbo?	Sei libero adesso? Facciamo più tardi?
Ti posso disturbare un attimo?	Ciao, hai due minuti per parlare?
Ti disturbo perchè vorrei chiederti...	Ti contatto per chiederti se...
Scusa il disturbo, ti rubo solo un attimo	Ciao, ci prendiamo un caffè così ti parlo di...

# RUBARE



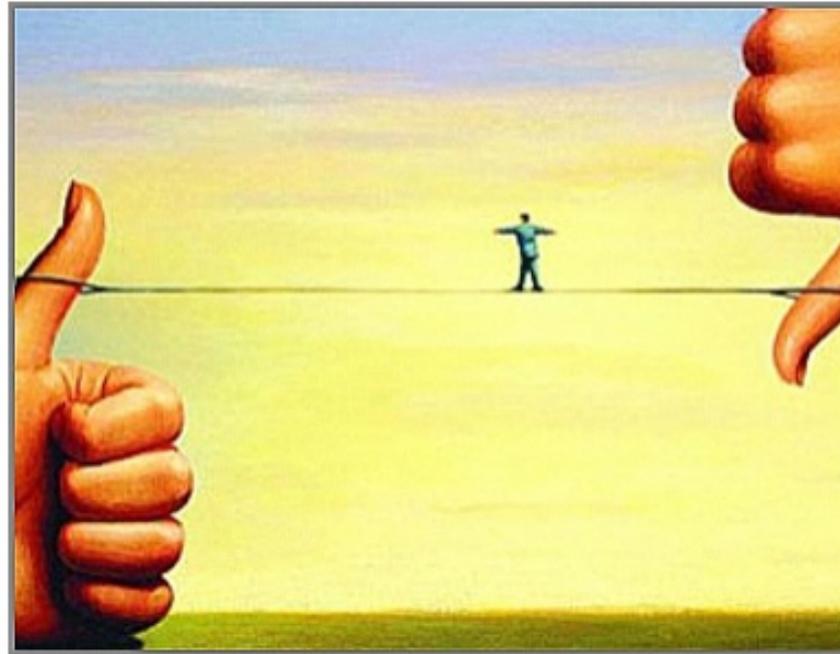
Associato a furto, ladro, perdita di tempo

Un grande venditore non ruba tempo ma offre opportunità

Tu per primo dichiarare la tua offerta una perdita di tempo

Posso rubarti un attimo?	Mi dedichi un minuto?
Ti rubo due minuti per...	Ti spiego in due minuti una cosa per...
Scusa per l'ora, ti rubo solo un minuto per...	Ti chiamo a quest'ora per dirti...

# PROVARE



Provare = quasi fallimento

Dai quasi per scontato che potrà non piacere

Provo a spiegarti l'offerta commerciale	Ora ti spiego l'offerta commerciale
Provalo, poi mi dici se ti piace	Usalo, poi mi dirai quanto ti piace
Provi questa giacca	Indossi questa giacca

# PECCATO o PAZIENZA



Vuol dire che non sai più cosa fare e ti arrendi  
Devi sempre avere una soluzione pronta, non rammarico

No mi spiace non accettiamo rate	Ho la possibilità con lei di trovare una soluzione adeguata
Peccato che non può ricevermi per l'appuntamento	Va bene quando lo fissiamo nuovamente
E' un vero peccato che lei non abbia approfittato della svendita	Sono certo che la prossima volta approfitterà..

# BISOGNA



Parola terribile e debole, spinge alla passività, inazione  
Poco potere persuasivo, impersonale

Bisogna cogliere al volo l'opportunità	Colga al volo l'opportunità
Bisogna che le spieghi cosa fare	Ora le spiego cosa fare per...
Di questi tempi bisogna fare qualcosa per continuare..	Data la situazione deve fare qualcosa per...

# PERO'



Denota contrarietà, quindi provoca chiusura e indisposizione  
Se usato spesso fa capire che ci teniamo le nostre idee  
senza ascoltare molto l'altro punto di vista

Si va bene, però io credo che...	Si va bene, e io credo che...
Lei ha ragione però ora le spiego...	Lei ha ragione. Ora le spiego...
Però l'altra volta ha detto che...	Capisco pur se l'altra volta mi ha detto..

# 10 VIZI LINGUISTICI DA ELIMINARE



# INDICATORI DI MENZOGNA



Parole, frasi o intercalari che usiamo spesso in buona fede e per abitudine, che però possono farci apparire potenziali mentitori pur non essendo vero

Sinceramente

Davvero

Onestamente

A essere sincero

Se devo dirtela tutta

Non sto scherzando

Non ti sto prendendo in giro

Francamente

# SPERARE - SPERIAMO



E' il verbo degli insicuri, trasmette **incertezza** e poca convinzione e professionalità.

Il cliente ama la **sicurezza e la chiarezza.**

Vi mostro il prodotto, spero vi piaccia.	Ora vi mostro il prodotto, sono sicuro vi piacerà.
Spero di riuscire a farle capire come...	Ora le spiego come fare per...
Spero di riuscire a farle avere la merce per	Faccio tutto il possibile per farle avere la merce

# CREDERE CHE...



O sei convinto o non lo sei, o sai o non sai.  
Il “credo” ti **indebolisce** come venditore

Credo che vada bene	Ecco così va bene
Credo di si	SI
Credo che si possa fare	Faccio il possibile per accontentarla

# NON RIESCO



Chi non riesce ha poco potere e stima

Per ogni cosa che **non riesci** a fare c'è qualcosa che sicuramente **riesci**

I clienti amano i venditori che si fanno in quattro e trovano **soluzioni**

Non riesco a garantirle l'arrivo per domani	Le garantisco che farò il possibile per...
Su questo aspetto non riesco ad accontentarla	La posso accontentare su questi altri aspetti
Non riesco ad organizzarmi per questa settimana	Riesco ad organizzarmi per martedì prossimo

# SE NON HO CAPITO MALE



Forma verbale di modestia, denota **insicurezza**

Mina la tua credibilità e intelligenza

SE= insinua il **dubbio**

NON= richiama la **negazione**

MALE= evoca **negatività**

Se non ho capito male	Se ho capito bene/ ho capito così: che ne pensi?
-----------------------	--

# CORREGGIMI SE SBAGLIO



Capolavoro di tossicità:  
3 parole su 3

*“Dimmi se così vado bene”  
“Ho inteso questo, ti torna”?*

# OGGI NON HO TEMPO



La **mancanza di tempo** è percepita come una **scusa**  
Se non trovi il tempo vuol dire che **non sai gestirtelo**

Oggi non ho tempo per parlarne

Oggi devo fare questo: possiamo parlarne lunedì

Oggi non ho tempo per farle vedere tutto il..

Oggi ho deciso di farle vedere questo, poi lunedì  
vedremo...

# NON POSSO



Rivela che non hai potere e quindi valore

Non posso darle questo servizio	Posso darle invece quest'altra cosa
Non posso accettare tutte queste condizioni	Accetterò queste condizioni
Non posso dedicarle tutto il tempo	Voglio dedicarle questo tempo per fare...

# NON E' MALE



Espressione di mediocrità  
Esprime poco coraggio, ambiguità

Le cose mi vanno non male	Le cose mi vanno bene
Le novità del mio prodotto non sono male	Le novità introdotte sono eccezionali

# DUBITO



Esprimi a te ed al cliente dubbio, incertezza

I bravi venditori non dubitano, sanno.

Se dubiti di qualcosa, devi essere certo di qualcos'altro

Dubito che in direzione mi concederanno uno sconto	Affronterò la questione dello sconto domani
Dubito che faranno uno strappo alla regola	In azienda sono poco inclini alle eccezioni, ma sottoporro' oggi stesso la questione

# PROBLEMA



Brutta parola che genera sfiducia e demotivazione

Il problema che lei mi pone è..	La situazione di cui lei mi parla è..
Questa sua richiesta penso sarà un problema	La sua richiesta è impegnativa ma sono certo che..

ATTIMINO  
MOMENTINO  
MINUTINO  
COSINA  
POCHINO



Sono storpiature linguistiche che suonano male e  
infastidiscono

Trasmettono falsità e comunicano che li disturberemo

7

**PRESUPPOSIZIONI  
LINGUISTICHE**

# PRESUPPOSIZIONI

Presupporre significa implicare come premessa

Le presupposizioni: piccole parole dal grande potere



Danno dolcemente per scontato ciò che ti interessa

Unite alle domande e doppie legame fanno meglio

# DOMANDE A DOPPIO LEGAME

Domande che costringono ad una scelta obbligata

*“Preferisci che ci vediamo Mercoledì o Venerdì?”*



REGOLA FONDAMENTALE

Devi evitare il SE

*“Se decide di comprare mi chiami pure”*

Con il SE affermi implicitamente che può non comprare



# QUANDO

Utilizzandola dai per scontato che un **QUANDO** ci sarà

Se trova un prodotto interessante me chiami	Quando ha trovato un prodotto al caso suo...
Se lo userà di sicuro le piacerà	Quando lo userà vedrà come le piacerà
Se decide di venire alla fiera non se ne pentirà	Quando sarà alla fiera apprezzerà la scelta fatta
Allora ci vediamo per il contratto?	Quando ci vediamo per il contratto: martedì o

# QUANTO



Presuppone che rispetto a ciò di cui si sta parlando un  
pò ce ne sarà

Poi mi dici se ci sono articoli che ti interessano	Quando hai guardato mi dici quanti articoli ti interessano
Sei disposto ad investire per la tua azienda?	Quanto sei disposto ad investire?
Chiamami per dirmi se vuoi fare un ordine	Chiamami per dirmi quanti prodotti vuoi ordinare
Il tempo per parlare con noi?	Quanto tempo possiamo dedicare oggi per



# COSA

Implica che ci sia qualcosa di cui parlare, che esista un oggetto

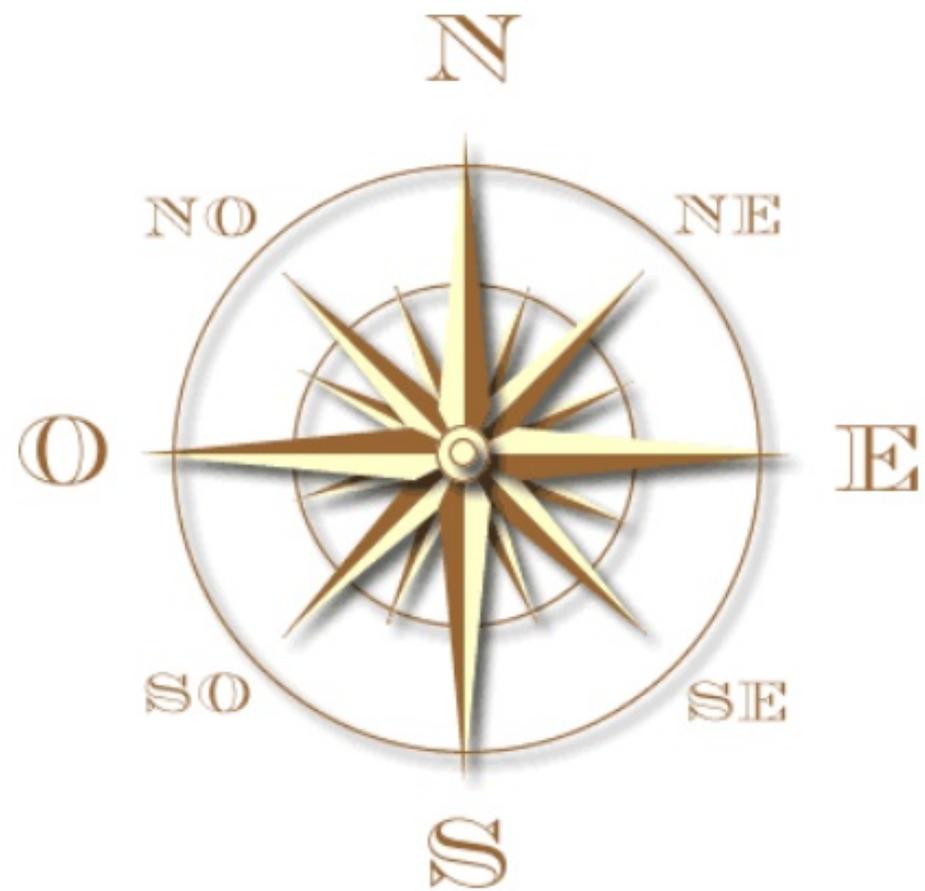
Allora le interessa la proposta?

Mi dica cosa le interessa della mia proposta

Ha deciso qualcosa?

Allora cosa sceglie il modello blu o verde?

# DOVE



Sottintende che ci sarà un dove

Ha deciso se ci possiamo vedere?

Dove ci vediamo, in ufficio da lei?

Se ordina le spediremo subito la merce

Dove vuole che venga immediatamente spedita la merce?



# COME

Usandolo dai per scontato che ci sarà un qualcosa

Se decide poi ci accordiamo sui dettagli	Perfetto, come procediamo?
Curiamo anche la consegna	Come vuole organizzare la consegna?
Se le piace ci accordiamo sul pagamento	Come preferisce pagare: acconto e saldo?

# CHI - A CHI



Usandolo si presuppone l'esistenza di qualcuno coinvolto nel processo

Può decidere se fare l'ordine	A chi spedisco poi la copia dell'ordine?
Mi faccia sapere cosa ha deciso	Poi mi dica a chi mandare la fattura

# ANCORA - GIA'



Entrambe implicano che in futuro avverrà quella cosa

Se ordinerà ci accorderemo sulla data di consegna	Ha già preso accordi sulla data di consegna?
Mi faccia sapere se è interessato a qualche prodotto	Non ha ancora deciso quali prodotti scegliere?

**5 STRATEGIE  
PER  
GESTIRE E SUPERARE  
LE  
OBIEZIONI**

# **RICALCO E GUIDA**

Impara ad usare il **MA**  
e  
ha sostituirlo con **E**

*“Sono d’accordo con te **MA** ora ascolta cosa ho da dirti”*

Meglio riformulare così:

*“Sono d’accordo con te **E** ora ascolta cosa ho da dirti”*

## Ricalco sul positivo



“Sono molto titubante”

**“Sì, capisco il suo punto di vista E proprio per questo voglio spiegarle bene”**

“Il vostro prodotto è molto caro”

**“Capisco il suo punto di vista E a questo proposito mi lasci illustrare i motivi del suo costo”**

“Mi sembra un progetto arduo”

**“In effetti ha ragione è impegnativo e gliene parlo**

## Ricalco sul negativo



“Sono davvero molto dubbioso”

**“So che sei dubbioso, MA ora faccio subito chiarezza”**

“Cambiare operatore telefonico è complicato”

**“In effetti è complicato MA io provvedo ad ogni cosa e sistemo tutto velocemente”**

“Il vostro prodotto è molto costoso”

**“Si è molto costoso, MA è davvero un prodotto eccezionale”**

# RIDEFINIZIONE DEL PROBLEMA

## SCHEMA

1 - Obiezione ( X )

2 - “La questione non è X...”

3 - “Ma come/cosa per fare Y...”

4 - “Come/quando/cosa pensi di fare per ottenere Y...”



# ESEMPI

“Questo software è troppo caro”

**“La questione non è quanto costa, ma come addestrare i dipendenti per sfruttarlo al massimo. Hai già pensato a cosa fare per formarli a dovere?”**

“Questo piano di risparmio è un pò troppo oneroso per le mie tasche”

**“La questione non è quanto oneroso sia, ma come utilizzare il capitale che avrai accantonato quando ti ritroverai il bel gruzzoletto”**

# TRATTAMENTO CHIRURGICO



## SCHEMA

- 1 - Ascolto attento dell'obiezione del cliente
- 2 - Chiarire: " Cosa intende per X?"
- 3 - Ripetere il chiarimento
- 4 - Isolare: " C'è solo X o c'è dell'altro?"
- 5 - "Se io faccio X allora lei..."

## ESEMPIO I

“Non ho tutti soldi necessari per l’acquisto ora”

**“Cosa intende esattamente?”**

“Intendo che la cifra è troppo alta”

**“Capisco, quindi il problema è che la cifra è troppo alta?”**

“Esatto”

**“C’è solo questo motivo e ce ne sono altri?”**

“Questo è l’unico problema”

**“Quindi se io le risolvo il problema dei soldi tutti in una volta lei firma l’accordo?”**

## ESEMPIO 2

“E’ un ordine troppo grande per il mio magazzino”

**“Comprendo. E dica cosa intende esattamente per troppo consistente?”**

“Che non posso tenere più di 200 pezzi”

**“Capisco, quindi la questione riguarda l’eccessiva consistenza dell’ordine per il suo magazzino”**

“Esatto”

**“E mi dica, questa è l’unica difficoltà o ce ne sono altre?”**

“No, il problema è solo questo”

**“D’accordo, allora se io risolvo questo aspetto lei  
firma l’ordine”**

# L'ACCORDO



## SCHEMA

- 1 - “Sono perfettamente d'accordo con lei”
- 2 - “E anzi, proprio per questo le chiedo di...”
- 3 - “Ha già pensato a come fare per...”

## ESEMPI

“Il suo progetto è davvero molto oneroso”

**“Sono perfettamente d’accordo con lei e anzi proprio per questo voglio sottolineare l’importanza di una pianificazione adeguata. Ha già pensato a come monitorare i risultati?”**

“Per me questo momento è buono, non credo sia utile cambiare fornitore”

**“Ovviamente sono d’accordo con lei che una buona squadra non si cambia, e proprio perchè per lei questo è un buon momento, ha già pensato a cosa fare per proseguire nel miglioramento?”**

# IL TERZO ESTRANEO



## SCHEMA

- 1 - “Capisco perfettamente il suo punto di vista”
- 2 - “Pensi che ad un altro mio cliente, in una condizione simile, mi ha manifestato le sue stesse perplessità”
- 3- “A lui ho detto: ( metti il messaggio che vuoi fare arrivare) X
- 4 - “Alla fine il cliente ha capito che X e ha deciso di lavorare con me”

## ESEMPI

“Costa caro”

**“Capisco. In effetti il prodotto è caro. Anche un altro mio cliente un paio di mesi fa si è trovato nella sua stessa posizione. A lui ho detto :”Questo prodotto è eccezionale, usalo un mese e poi ne vorrai altri”. Lui ha deciso e mi ha dato fiducia ed ors è un cliente soddisfatto”**

“Non è un buon momento, ho molti impegni”

**“Sono contento per lei. Tre mesi fa ho parlavo con un cliente, anche lui molto impegnato e a lui ho detto:  
“Fallo adesso credimi”.**

**All’inizio ha fatto fatica a capire, poi si è reso conto che è proprio in questi momenti che devi guardare al futuro. Ora lavoriamo assieme e mi ha detto che è**

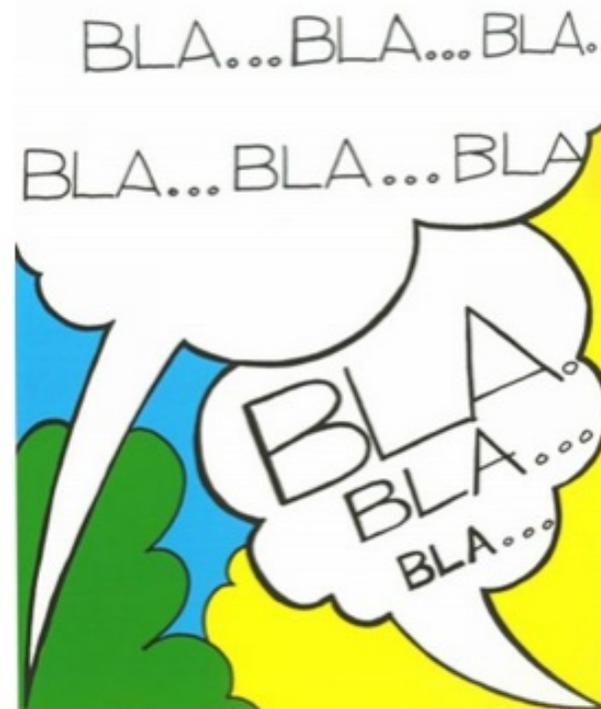
**5**  
**DOMANDE**  
**STRATEGICHE**

**( dal Metamodello della PNL)**

Fare domande è il modo più rapido per conoscere il tuo cliente e sapere cosa vuole

Saper fare le giuste domande è un'arma potente per il venditore

# NOMINALIZZAZIONI



In PNL indica una parola che rappresenta non l'oggetto  
ma l'esito di un processo

*Tranquillità*

*Sicurezza*

*Esigenza*

*Fiducia*

## ESEMPI

CLIENTE :

”Cerco un’azienda di cui avere **fiducia**”.

NOI:

“Ottimo. Quand’è che lei sente di aver fiducia? Da cosa valuta la fiducia? Cos’è per lei la fiducia?”

CLIENTE:

“La sua proposta è poco **convincente**”

NOI:

“Capisco. Mi dica cosa renderebbe convincente la mia proposta?”

LA DOMANDA  
PRINCIPALE  
DA FARE  
E':

“Che cosa intende esattamente per....?”

# VERBI DAL PROCESSO NON SPECIFICATO



In PNL sono verbi che indicano un'azione senza specificare il modo in cui verrà eseguita.

*Spedire*  
*Mandare*  
*Ordinare*

## ESEMPI

CLIENTE :

**”Le mando** tutto il materiale che mi ha chiesto”.

NOI:

“Ottimo. Come pensa di mandarmelo? Lo chiedo per potermi organizzare”

CLIENTE:

**“Le faccio sapere** se sono interessato alla proposta”

NOI:

“Benissimo. Come pensa di avvisarmi ed entro quando?”

LA DOMANDA  
PRINCIPALE  
DA FARE  
E':

“Come intende farlo? In che modo? In che termini?”

# QUANTIFICATORI UNIVERSALI



In PNL sono parole che rientrano tra la categoria delle generalizzazioni essendo parole dal senso assoluto.

Mai  
Sempre  
Nessuno  
Tutti

## ESEMPI

CLIENTE :

“Non mi avete **mai** spedito per tempo la merce”.

NOI:

“Proprio mai? Nemmeno una volta?”

CLIENTE:

“I preventivi dei vostri concorrenti sono **tutti** più vantaggiosi”

NOI:

“Capisco. Proprio tutti?”

LA TECNICA  
PRINCIPALE  
CONSISTE  
IN:

Ripetere l'affermazione del cliente contenente il  
quantificatore universale e volgerlo in domanda

# MANCANZA DI INDICE REFERENZIALE



In PNL definiscono quelle frasi in cui non specificata la fonte a cui fa riferimento la parola

*Mi hanno detto che..*

*Ho letto che...*

*Ho sentito che.*

*Si..*

## ESEMPI

CLIENTE :

**”Mi hanno detto che** voi offrite una copertura assicurativa”.

NOI:

“Interessante. Chi le ha detto questo di preciso? Glielo chiedo per sapere chi si è preso gioco di lei”

CLIENTE:

**“Ho letto che** i vostri prodotti sono cancerogeni”

NOI:

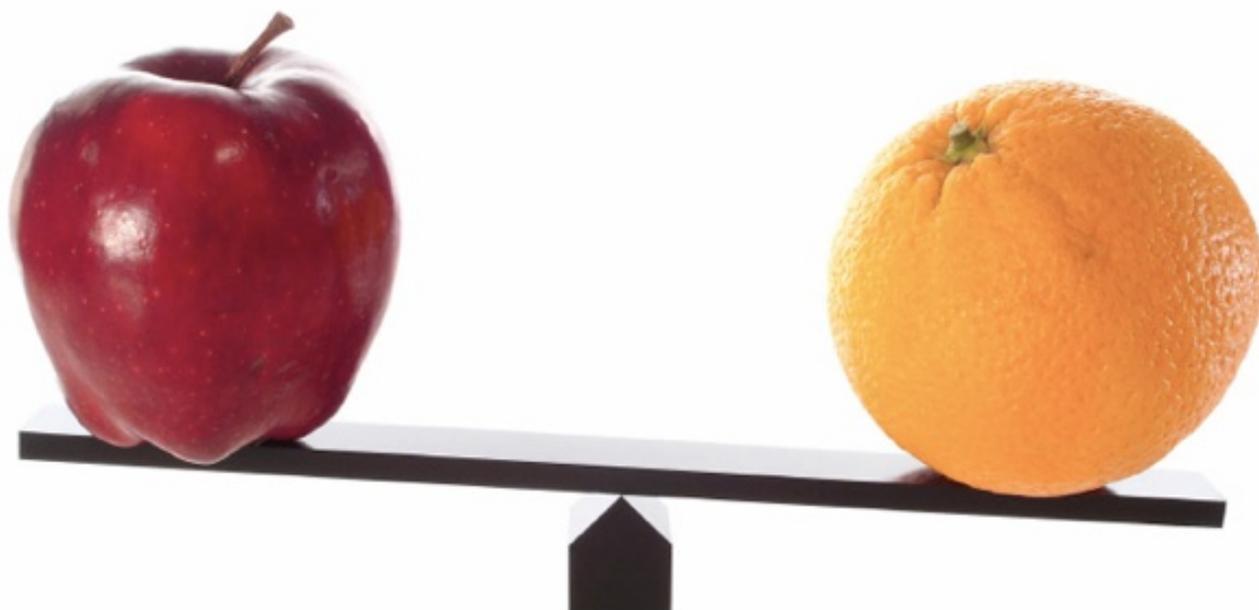
“Capisco. Le posso chiedere dove lo ha letto, giusto per capire da quali studi scientifici arriva questa

affermazione

LA TECNICA  
CONSISTE  
IN

Accogliere gentilmente l'affermazione e fare la domanda giusta per portare alla luce l'informazione mancante

# COMPARAZIONI



In PNL definiscono quelle affermazioni di confronto senza che sia specificato il termine di comparazione

*Troppo caro*  
*Poco competitivo*  
*Meno sicuro*  
*Più problematico*

## ESEMPI

CLIENTE :

”Il vostro prodotto è **troppo caro**”.

NOI:

“Capisco. Le posso chiedere troppo caro rispetto a che cosa? Mi serve per capirla meglio”

CLIENTE:

“La vostra proposta è **meno convincente**”

NOI:

“Capisco. Posso chiederle rispetto a che cosa è meno convincente?”

LA TECNICA  
CONSISTE  
IN:

Accettare di buon grado il giudizio del cliente per poi domandare quale sia il termine di paragone a cui fa riferimento

# LA PERSUASIONE



# ROBERT CIALDINI



Le Armi della Persuasione ( 1984 )

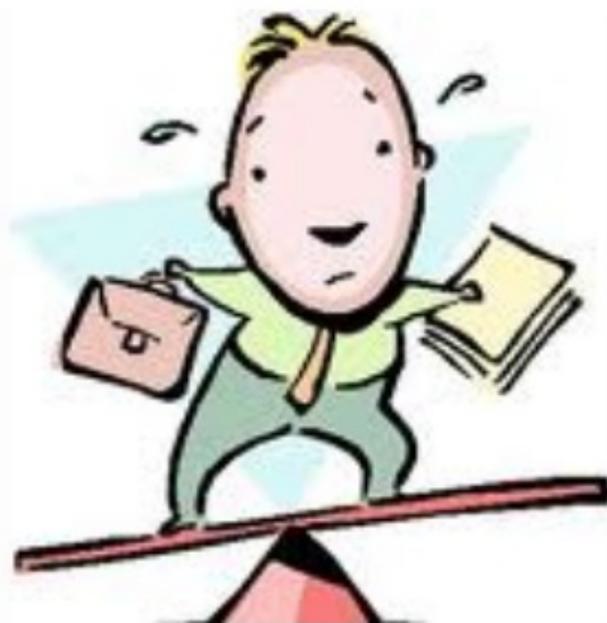
## **Definizione**

L'abilità di muovere gli altri nella nostra direzione, facendo in modo che dicano di sì alle nostre proposte e raccomandazioni, senza alterare le caratteristiche di ciò che stiamo proponendo, mantenendo o incrementando la qualità del rapporto preesistente.

## **Studiare la Persuasione**

implica cambiare il modo in cui presentiamo le nostre proposte.

# IL MOMENTO DI POTERE ○ EFFETTO LEVA



Saper riconoscere ed usare a nostro vantaggio l'effetto  
leva delle 6 leggi della Persuasione

# REGOLA DEL CONTRASTO PERCETTIVO

Ogni nostra percezione  
è influenzata  
da tutto ciò che viene prima  
o  
dallo stato emotivo in cui ci si trova

# LA LEGGE DEL CONTRASTO IN PRATICA



Le 3 bacinelle



Lettera ai genitori

# APPLICATA ALLA VENDITA



Far vedere prima delle case bruttine e alla fine una più bella



Presentare prima un prodotto più costoso

## REGOLA GENERALE:

Trovare il contrasto che farà percepire la nostra proposta più interessante