

Piano di formazione continua - Protocollo n. 43

finanziato da

*foragri*

Avviso 01/2015



## *Approfondimento n° 1*

### *La gestione strategica delle relazioni con il cliente*

Nella vendita orientata al cliente è fondamentale saper gestire le relazioni, per costruire un rapporto di fiducia sul lungo periodo

Costruire un rapporto di lungo periodo con i clienti, è uno dei pilastri per il venditore consulente professionale che mira ad ottenere vantaggi condivisi.

La gestione della relazione è la chiave per guadagnare la **fiducia** dei propri clienti, per capire quali sono i prodotti e i servizi più adatti ai suoi bisogni, e scegliere il tipo di approccio più efficace perché il cliente si senta a proprio agio, con il proprio venditore consulente di fiducia.

È compito del venditore consulente trattare e far sentire i propri clienti, non solo come persone da cui trarre profitto, ma come soggetti attivi per costruire un programma di crescita condiviso.

Alcuni accorgimenti pratici per sviluppare una crescita della clientela, sulla base della gestione strategica delle relazioni sono:

1. Dimostrare un sincero interesse per i loro bisogni e desideri;
2. Offrire le proprie conoscenze e soluzioni senza creare false aspettative;
3. Fare il possibile per far sentire il cliente ciò che vorrebbe essere;
4. Coinvolgerlo nell'analisi dei programmi di crescita;
5. Fornire consigli e soluzioni su misura vantaggiose anche per il futuro;
6. Proporre nuovi prodotti e servizi per migliorare la sua attività;

Soddisfare queste condizioni favorirà un rapporto equilibrato fra il cliente ed il venditore consulente, che si sentiranno entrambi appagati grazie al clima di fiducia raggiunto.

I vantaggi di una relazione strategica ben gestita permetteranno un coinvolgimento attivo del cliente, che sarà più propenso a fare affari con il proprio venditore consulente di fiducia. Inoltre, il cliente farà pubblicità al venditore ed alla sua azienda, raccomandandoli ai propri conoscenti generando un passaparola positivo, la cosiddetta Referenza Attiva Totale.

Ultimo, ma non meno importante, è il quantitativo di informazioni che il cliente darà sulle novità della sua attività (lancio di nuovi prodotti, formazione per i dipendenti, sviluppo di nuovi canali di vendita, ecc), tutte opportunità che potrebbero tornare a vantaggio del venditore consulente e della sua azienda con nuove proposte.

Imparare a gestire le relazioni in modo strategico, è una competenza da sviluppare per raggiungere performance professionali elevate nel campo della vendita e della consulenza, due dimensioni operative che il venditore evoluto deve possedere per affermarsi nel mercato.