

com[®]

puntocom tuttifrutti della comunicazione

Nuova Serie
n°118
€ 2,00



REDAZIONE: 00185 ROMA, VIA PARIGI 11 - TEL. 06 47825268 - 06 47824195 - FAX 06 4744023
REDAZIONE: 20125 MILANO, V.LE LUNGIANA 15 - TEL. 02 6702468 - 02 67380596 - FAX 02 67387963
SEGRETERIA DI REDAZIONE: SEGRETERIADIREDAZIONE@PUNTOCOMONLINE.IT
SPEDIZIONE ABBONAMENTO POSTALE. ART. 2/19, LEGGE 662/96 - ROMA

QUESTO GIORNALE ESCE DAL MARTEDÌ AL SABATO

LA RECENSIONE

DI ANTONIO ARABIA

FAI USCIRE FUORI IL VENDITORE CHE È IN TE L'ARTE DELLA PERSUASIONE SI FONDE CON L'ETICA

«L'ETICA È FONDAMENTALE PER AVERE SUCCESSO. Comprendere le esigenze del cliente, le sue emozioni, studiare l'empatia e tutto il resto». In **"Siamo tutti venditori"** (Lupetti Editore, euro 15,00) la gran parte degli argomenti usati da **Gianfranco Conte** sono frutto della sua esperienza personale, una carriera manageriale sviluppata in anni di lavoro, fatto di condivisione, analisi e ricerca. Sono contenuti che accompagnano il lettore nelle sue fasi di cambiamento, offrendo spunti di riflessione e autovalutazione. Una guida completa fatta con prove, tavole riassuntive, esercitazioni, tabelle e test per stimolare l'inizio di un percorso di crescita personale che serve a migliorare la comunicazione con gli altri, ad ottenere il consenso, approvazione e considerazione. Partendo dalla *persuasione*, dal latino: *per*, il compimento dell'azione, e *suadere*, indurre a fare, indurre altrui con efficaci parole a credere, si seguono tutte le fasi dello sviluppo di questa capacità che è fondamentale per vendere. Iniziando dal saper ascoltare, che è una capacità importante per tutti ma fondamentale per i venditori: il successo della loro attività, infatti, si basa su di una efficace comunicazione con il cliente. L'obiettivo non deve essere solo quello di vendere, ma anche, e soprattutto in base all'etica comportamentale,

quello di impostare con la clientela un perfetto processo di comunicazione per evitare omissioni, incomprensioni, malintesi, disguidi e quindi reclami. Una buona strategia comunicativa è l'elemento di partenza in un mondo come quello della pubblicità, ad esempio, che è per molti versi brutale. Il suo compito è comunque quello di convincere, creare una specie di attitudine nei confronti del prodotto (inteso come merce, ma anche come persona) e quindi rappresentare intorno ad esso un modello di riferimento con dei suoi propri valori che siano convincenti per le persone alle quali ci si rivolge.



L'uomo che intende Conte è un essere comunicante e ogni aspetto della vita è inteso in termini di informazione e messaggi. Si tratta di trasmissione di idee e di condivisione di significati tra soggetti interagenti, e non c'è

alcun ramo della conoscenza umana che non fornisca nuovi concetti alle teorie di comunicazione che è divenuta un'attività umana complessa e articolata. In questo contesto s'inserisce un nuovo metodo, un vero corso di formazione che ha lo scopo di migliorare la comunicazione con gli altri attraverso una approfondita conoscenza di se stessi. Nella guida di Conte questo metodo è illustrato insieme ad un percorso formativo che passa per 10 fasi progettuali.