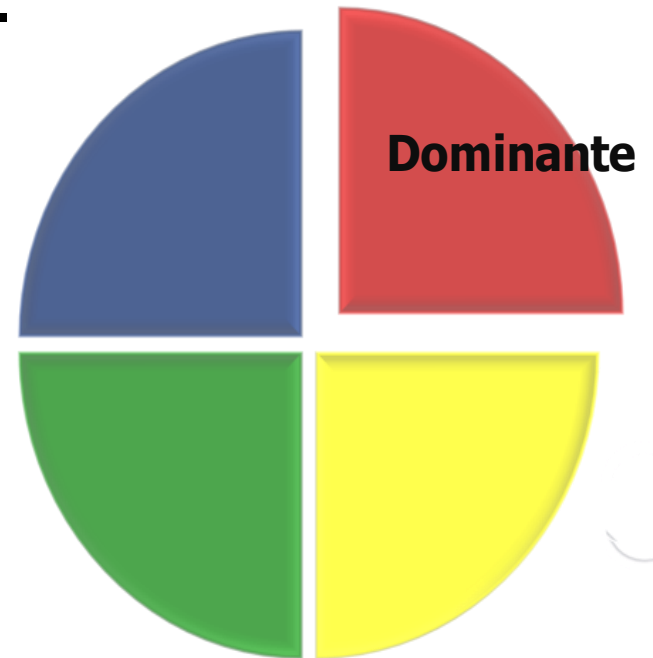


Il Rosso



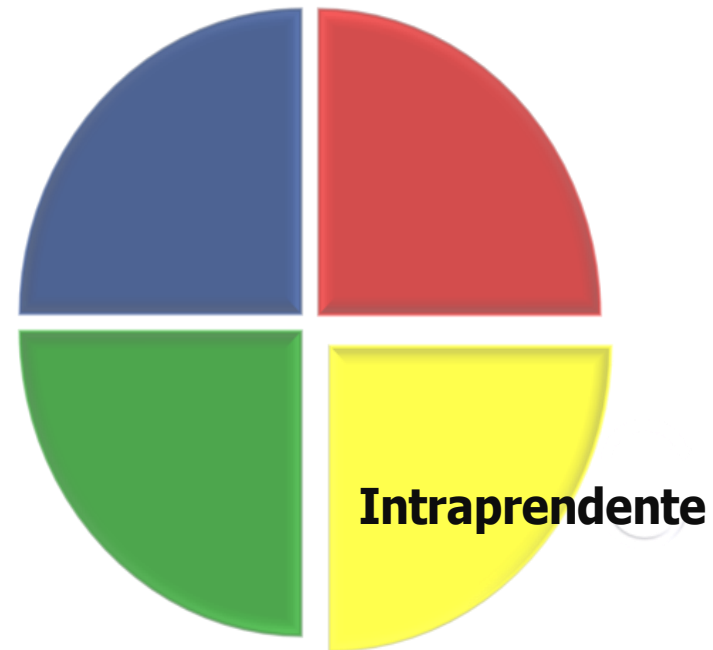
- **Amano intervenire e decidere;** reagiscono rapidamente e concentrano l'attenzione sui compiti più importanti e urgenti. Ha un'autorità naturale e ama avere il controllo di tutte le situazioni, molto critico verso se stesso.
 - Un venditore rosso **sa sempre in anticipo quali sono i bisogni del cliente;** preferisce le sfide in cui può testare e far uso dei propri punti di forza. I clienti più difficili per lui sono quelli che non decidono mai.
- “Facciamolo subito, adesso, e facciamolo come lo dico io”**





Il Giallo

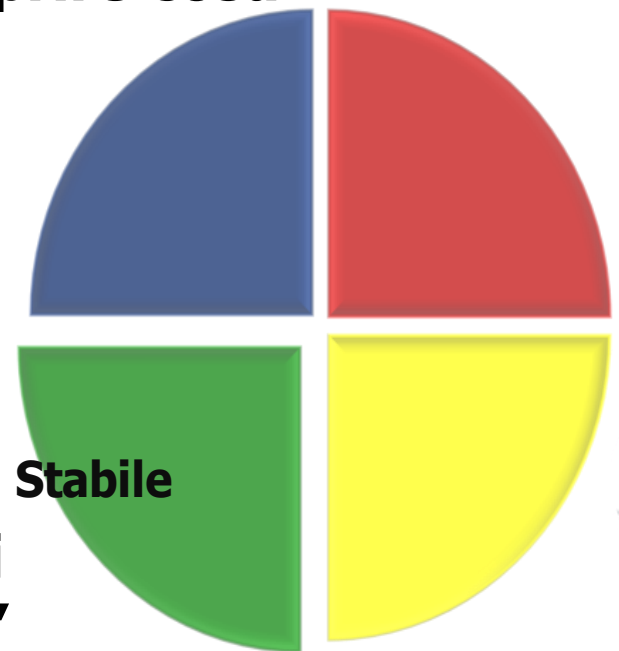
- **Solari ed ottimisti**, amano conoscere e incontrare gente nuova, sono creativi e sono risoluti nel realizzare i propri sogni. Ama **chiacchierare prima di dedicarsi agli affari** rischiando a volte di sembrare superficiale.
 - Le **soluzioni** che propone sono **spesso ingegnose**, i clienti più difficili sono quelli che fanno storie sui dettagli, che non si fanno entusiasmare e cercano di inchiodarlo con domande precise
- “Divertiamoci a buttare giù insieme qualche idea”**



Il Verde



- Hanno forte **bisogno di coerenza e di sicurezza**, concentrano la loro attenzione soprattutto sul piano emozionale e relazionale. Molto bravi nel trattare con il cliente, nel mettersi nei suoi panni e **scoprire cosa vuole veramente** attraverso domande.
 - Con il suo comportamento sa **“irradiare” calore umano** e, oltre a essere **affidabile** è abile nel follow-up; i clienti con cui ha difficoltà sono quelli impazienti, con cui non riesce ad instaurare un rapporto personale.
- “Cerchiamo di intenderci al meglio e di essere convinti di quel che facciamo”**



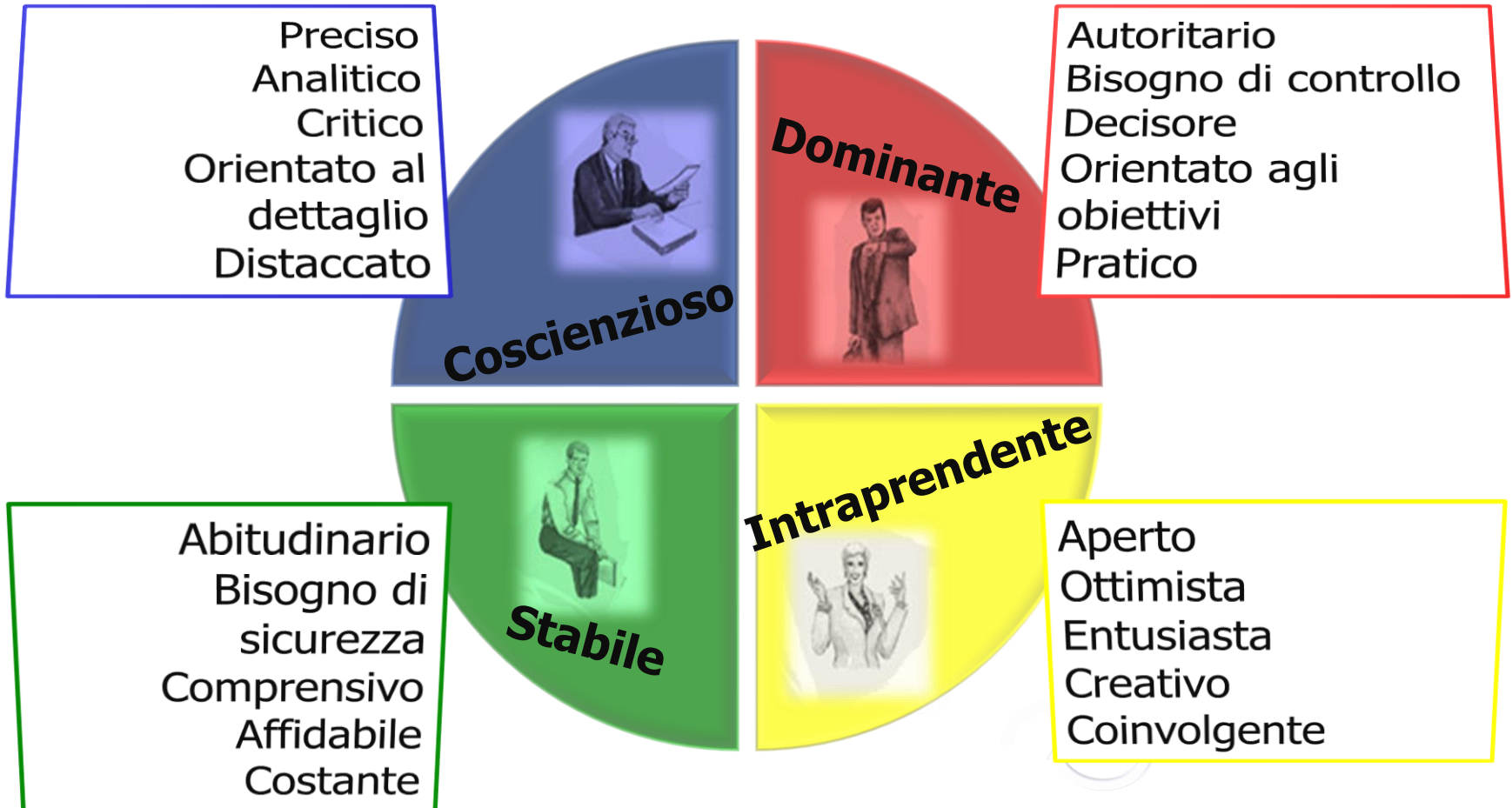
Il Blu



- **Analizzano** sempre **a fondo** ogni aspetto della questione **prima di formarsi un giudizio**. Agiscono sulla base di una strategia ben pensata e rodata, sono sempre esperti nel loro campo e conoscono ogni dettaglio della propria offerta per controbattere le obiezioni.
 - Può **sembrare in qualche modo distaccato** perché preferisce non stabilire un rapporto personale; i clienti problematici sono quelli chiacchieroni che non arrivano mai al dunque.
- “Fatemi riflettere per bene e poi agire secondo un piano preciso”**



Riassumendo





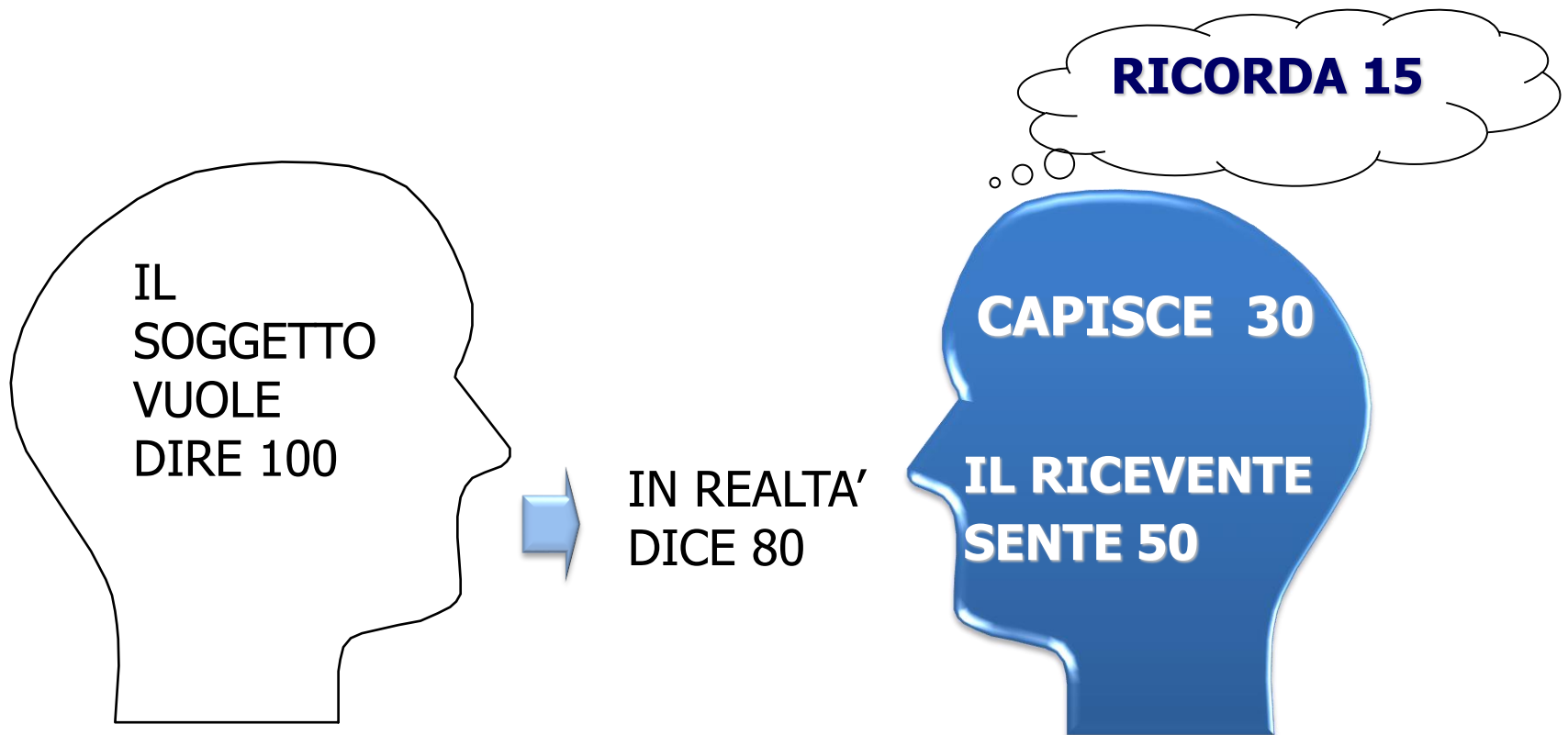
Come conquistare il cliente. Il metodo Success Insights per eccellere in qualsiasi negoziazione - 2015 di Frank M. Scheelen (Autore), Gaetano N. Vitolla (Autore)

**The right key open
the door to your
key customers**



Effetto entropia

E' noto comunque che esiste una proporzione notevole di "entropia comunicativa" tra emissione e ricezione

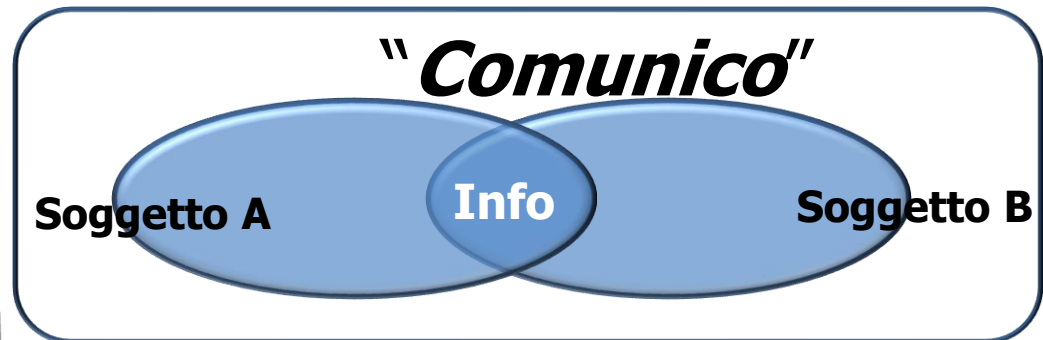
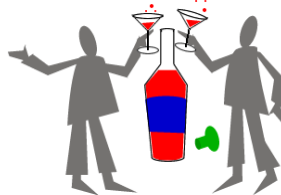


La comunicazione: cos'è ?

Trasmissione
come
trasferimento,
invio, passaggio
di informazioni



Comunicazione
come interazione,
mettere in
comune, mettere
in relazione



Perché capire come funziona la comunicazione

- Perché **non possiamo** non comunicare
- Per essere comunicatori **consapevoli**
- Per aumentare la nostra **efficacia**
- Per poter “leggere” **anche** gli effetti indotti dalla comunicazione **involontaria**
- Per poter **progettare** la comunicazione quando la comunicazione è funzionale ai nostri obiettivi

Pragmatica della comunicazione: elementi fondamentali



