

#PERNONRESTARESOLO

Trascrizione audio dell'intervento del 30 Marzo 2020
presso **STARTUP Italia** - Brand positioning degli Agenti di Commercio

ELIANO B. COMINETTI

I SIGNORI
RAPPRESENTANTI
SI RICEVONO
IL MARTEDÌ

VENDOCENTRICO
Venditore al centro

EDITRICE STILGRAF



1. ... e siamo a tre settimane. Siamo ancora nell'epidemia: meglio dire pandemia, vista la sua portata. Abbassare la guardia è un pericolo ancora presente. La curva non è stabile nella sua discesa auspicata e quella dei morti cresce ancora. Ognuno di noi attende risposte che tardano a venire.
2. Siamo un po' stufi di stare in casa: ... è vero?! Ci "pesa" questa inazione: soprattutto a noi che maciniamo in media dai 60 ai 70.000 chilometri anno. Siamo un po' stufi tutti ...
3. Quando penso a questo, penso alla stanchezza di tutte quelle persone che sono nella prima linea e a quelle che sono in retrovia e dunque è bene ... stare a casa.
4. Sto collaborando in smart working con le mandanti e con gli agenti di commercio, certo di portare un contributo, seppur piccolo a questo stato di cose.
5. Da dove partire?
L'atteggiamento è quello che conta.

Evitare un atteggiamento estremo tra ottimismo e pessimismo

- Entrambi possono portare fuori strada;
- Possono *illudere* e creare *impedimenti* demotivanti;
- Entrambi possono nascondere anche l'incapacità di prendere delle decisioni coraggiose nel breve e medio termine;



#PERNONRESTARE SOLI

Evitare anche un atteggiamento polemico, di rivalsa a volte di rivendicazioni nei ruoli e nelle funzioni:

... non è il caso.

Mai come oggi ognuno di noi è il maggior cliente dell'altro.

- “Quanti clienti hai? “ Ho chiesto ad una agente. Mi ha detto circa 75. No!... gli ho detto: “Ne hai uno solo. La tua Mandante”
- La stessa domanda l’ho fatta ad Direttore generale: “Quanti clienti ha?” 2500 mi risponde. “No! ... ne ha solo 23: i suoi agenti di commercio”.
- Ognuno di noi si trova così ad essere cliente dell'altro.
- E poi ci sono i clienti a cui prestare servizio e attenzione.

Dunque meglio mantenere un atteggiamento realistico.

- Meglio occuparsi di quello che è oggi; di quello che è la realtà del momento presente poiché è su questa realtà, che possiamo rielaborare processi ... passo passo.

Con questo atteggiamento, che cosa vado a dire alle mandanti?

Dico primariamente di avere e mantenere un contatto diretto

- sia con le risorse interne
- che con quelle esterne: gli agenti, che son parte vitale dell'azienda.
- Dico loro che gli agenti sono il *loro marketing* nel territorio!
- Ho sentito le mandanti parlare di *leadership* ... questo fino a tre settimane fa! Erano i tempi in cui si governava la Domanda.
- Occorre essere *leader* oggi: poiché è oggi, che la domanda è crollata. E questo accade, non per una forza emergente nel mercato: ma, per un virus, che può stare ovunque e che non conosce alcun valore di prezzo. Il prezzo lo paghiamo noi: con l'inefficienza delle risposte e con la nostra vita.
- Che la mandante sia ancora *leader* e che lo sia ancor di più anche in tempo di Coronavirus

#PERNONRESTARE SOLI

6. Chi mi conosce sa come la penso.

Molti consulenti si riappropriano di un termine: "cambiamento".

Di che cambiamento vogliamo parlare? E' un termine trito e ritrito che usato ora ... è fuori luogo! Più che cambiamento oggi è una sopravvivenza!

Sopravvivere, vuol dire vivere sopra: sopra questo virus che crea sofferenza e morte, sopra queste difficoltà che creano povertà, sopra questa criticità che offusca il futuro, sopra queste decisioni che tardano ad arrivare, sopra le incertezze alle quale ognuno paga il suo tributo

7. Sopravvivere è ViVere ...sopra!

Come?

Buon senso e risposte rapide: per questo ci vuole coraggio.



#PERNONRESTARE SOLI

8. Per le mandanti, in primis, *contatto giornaliero*.

Purchè ci sia contatto *faccia a faccia*.

Oggi la mandante ha un *ruolo sociale* e dovrà mantenerlo anche nel futuro *a breve*.

Questo per evitare che:

- ... i dipendenti vivano un loro isolamento emotivo
- ... le risorse interne non si sentano escluse

Per quanto riguarda le risorse esterne, la rete vendita diretta/indiretta questa va maggiormente coinvolta.

Vado a dire alle mandanti che non va perso il contatto con gli agenti, perché perderebbero un patrimonio relazionale frutto di anni di intenso lavoro.

Per la mandanti gli agenti sono i loro clienti più importanti.

9. Per le mandanti, buon senso e risposte rapide.

1. Priorità sulla liquidità;
2. Eliminare i centri di costo *inefficienti* e potenziare quelli *utili*;
3. Valutare le perdite
4. Calcolare i costi e ripianificare il budget 2020: qual'è il nuovo break-even point? Quale posizione avrà l'EBITDA? Che impatto sul MOL?
5. Riformulare un confronto con gli agenti per il loro budget 2020;
6. Ricreare ceteri provvigionali, listino, scontistica ecc...;
7. Concentrarsi sulla liquidità attraverso la chiusura - il più velocemente possibile - ogni lavoro, offerta, progetto, proposta ancora in essere
8. Evitare nuove proposte, nuove offerte: vanno posticipate motivandone le ragioni. Meglio un documento provvisorio ora, che il dettaglio di un'offerta a lungo termine.
9. Rivedere le condizioni di fatturazione, i tempi, gli incassi.
10. Su questi ultimi occorre mantenere il contatto e il valore della relazione.
11. Non abbiate timore a chiamare per gli insoluti: opportunità per parlarsi, comprendersi e rafforzare la relazione.
12. Richiamare i fornitori e rinegoziare le modalità di fornitura, i loro tempi, gli ordini e i pagamenti.



#PERNONRESTARE SOLI

10. Per gli agenti, anche per loro in primis, *contatto giornaliero*.

Mi chiedono alcune buone regole: sono sempre le stesse, quelle che ci hanno sempre accompagnato e che valgono ancora.

1. Contattare i clienti

... certo! ... ma lo dicono tutti.

Non c'è bisogno che ve lo dica anch'io!

Io vi dico, *dialogate con chi non conoscete ancora*.

Cercate chi non conoscete e non continuate a chiacchierare con chi già conoscete.

Cercate presso lo stesso cliente, chi ... non ha ancora avuto la possibilità di conoscervi.

Cercate e fatevi dire chi è la persona che attende ... ancora di conoscervi.

Cercate di parlare non solo con chi avete sempre visto ... ma anche con chi non siete ancora riusciti a conoscerlo.

Coraggio di entrare nei centri di governo dell'impresa che è nostra cliente.

Fatevi dare i nomi: chiedete la referenza.

Cercatelo e fatevi conoscere: dite a lui "...le telefono per farmi conoscere e per poterla poi conoscerla personalmente"

Create rete.

2. Parlate con la Mandante!

Cerca la Mandante e condividete la vostra situazione: apriti al tuo Direttore, al tuo Area Manager. Parlagli anche un po' di te: di come vivi, spera e agisci. Crea contatti personali: hai fatto tanto per il business, ora occupati un po' di te attraverso l'ascolto di lui.

Lui, è come te!

3. Proponi a creare occasioni per lavorare insieme!

Solo stando insieme si possono condividere possibili direzioni verso le quali avviare il prossimo futuro Proponi tu, riunioni periodiche.

Fatti promotore di un giorno a cui abituare il proprio pensiero, in cui concentrare domande, aspettative ascolto, in cui esprimersi e ascoltare.

Spiegare che cosa si fa affrontare le emergenze scenari propria esperienza

Confrontati con altri: a condizione che ti siano produttivi

4. Stabilisci delle priorità

Scegli i clienti con criterio di priorità

Chi occorrerà visitare allo sblocco della situazione?

Chi avrà potenzialità e quali servizi andrò ad offrirgli?

Chi sono i clienti che avranno necessità e sui quali intervenire con proposte specifiche?

Individuare efficienze su cui agire subito, in chiave di servizio per il breve medio termine



#PERNONRESTARE SOLI

5. Scegli a chi dedicare la tua attenzione

- Lascia stare i lamentosi, i critici, i logorroici
- Cerca di capire chi è banale e chi è costruttivo
- Non perder tempo con i lavativi che parlano scrivono e non ti dicono nulla
- Cerca chi ti da la possibilità di crescere
- Questo ascolto e discernimento ti sarà utile anche dopo

5. Affronta con la mandante anche situazioni spiacevoli che ti coinvolgono personalmente

- Che danni subirai? ... subiremo?
- Chi approfitterà della situazione?
- Quali attività sarà necessario attuare per ridurre i danni?
- Cosa sarà necessario cambiare?
- Come ridurre gli sprechi?
- Come facciamo a promuover profitti?
- Con che prezzi? ... sconti? ... per tutti ... o differenziare?
- Qual'è il programma d'azione?
- Limita la burocrazia: dove sarà necessario agire?

6. Chi può vendere venda chi non può non si angusti torneremo ancora a vendere

- Evita di telefonare per vendere
- Anzichè chiedere il laconico "... come stai"
- Chiedi "... cosa stai facendo .. chi è con te ... cosa fanno i tuoi figli?"
- ... rinnova ricordi positivi "... ti ricordi quando "
- Condividi i tuoi saluti ... condividi la tua telefonata con ...
- Non lamentarti ;
- Non essere insistente non continuare a parlare delle difficoltà;
- Non continuare a chiedere ... solo perché non vendi;
- Chiedi cosa farà nel futuro prossimo ...
- Chiedigli cosa si aspetta.... Su cosa si sta preparando ...
- Soffri?
- Soffri in silenzio: non darlo a vedere;
- Parlare di affari ... non serve ora.

11. Formazione: adesso c'è il tempo!

- Studia i prodotti.
- Riprendi e migliora i cataloghi e rivedi i listini;
- Prendi in mano la lista dei clienti: aggiorna il tuo data base attivo e potenziale;
- Addestrati sulle tue competenze;
- Addestrarsi su tool aziendali che saranno poi strategici

#PERNONRESTARE SOLI

12. Pensare

Ora è il tempo di pensare;

Prima eravamo tutti indaffarati a fare: riprendiamoci questa capacità di pensare;

Pensare alla famiglia, ai tuoi affetti e agli amici: avvicinati a loro;

Dedicare del tempo agli altri è un dono che facciamo a noi stessi.

Condividere i momenti di gioia: dare valore al nostro passato ci aiuterà a vedere un nuovo futuro;

Ci siamo un po' dimenticati di noi nell'affannarsi al business: iappropriamoci di noi e di quello che siamo;

Pensa sulla lezione appresa

Così è anche per me.

Dr.Ing. Eliano B. Cominetti

