

# #PERNONRESTARE SOLI

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 dà 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  
Anziché 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

