

Siamo tutti clienti,

e tutti compriamo valutando e bilanciando le informazioni e i dati di cui disponiamo con le nostre sensazioni e con le nostre emozioni. A volte consideriamo il nostro "bisogno" di ciò che vogliamo acquistare, oscillando sempre tra razionalità ed emozioni. Guardiamo cosa fanno gli altri, e spesso chiediamo l'opinione di qualcuno, qualcuno di cui ci fidiamo: un esperto o un amico; un'opinione basata su dati e informazioni, sensazioni ed emozioni (altri dati e altre informazioni, altre sensazioni e altre emozioni).

Perché dovrebbe essere diverso quando chi vende siamo noi? Perché dovrebbero i nostri clienti prescindere da quell'aspetto così "umano" come la nostra abilità di sviluppare, instaurare, gestire e mantenere relazioni interpersonali; la nostra abilità unica – unica come noi – di comunicare, di condividere emozioni? Certo quello che si vende è importante: caratteristiche tecniche, prezzo, condizioni di pagamento, etc., ma ciò che più di tutto fa la differenza è la persona, chi vende, e il rapporto che riesce a instaurare con un'altra persona: chi compra.

Per fortuna un po' di tutti non si tratta di dover diventare "amici" dei clienti, né per i clienti di diventare amici dei loro fornitori. Si tratta di relazioni, di riuscire a instaurare positive e solide relazioni interpersonali.

Perché? La nostra capacità di ascoltare chi abbiamo di fronte – **i nostri clienti** –, la nostra disponibilità a riconoscere, interpretare e rispettare emozioni, stati d'animo, bisogni reali o percepiti, momenti personali e aziendali (incluse le pressioni cui siamo tutti inevitabilmente esposti): ecco la differenza più importante tra noi e il venditore che incontrerà quello stesso cliente dopo di noi. A prescindere da prodotti, servizi, prezzi, e tutto il resto.

Cosa c'entra tutto questo con la comunicazione?

Questa è comunicazione. La comunicazione delle relazioni, che rende efficace la comunicazione degli strumenti. Gli strumenti sono importanti, ma da soli non consentono di raggiungere risultati che vadano – nel migliore dei casi – al di là del "normale". Sempre, non solo nei momenti di crisi.

Comunicare in maniera efficace richiede strumenti di comunicazione in grado di presentare prodotti e servizi con la personalità e le emozioni che caratterizzano l'azienda che li propone. La capacità di relazione e la motivazione delle persone che lavorano in quella azienda consentono poi di utilizzare al meglio quegli strumenti, e di conseguire anche gli obiettivi più sfidanti. Perché di questo stiamo parlando. **[YOURBRAND] COMMUNICATIONS** aiuta i propri clienti a sviluppare e sfruttare l'unicità della loro comunicazione.

La comunicazione è un concetto astratto. Quello che conta è la vostra comunicazione.

Paolo Casciato

[YOURBRAND] COMMUNICATIONS srl

CONSULENZA, FORMAZIONE e STRUMENTI di COMUNICAZIONE

www.ybcom.org
☎ 3666 852484
info@ybcom.org

[YOURBRAND] COMMUNICATIONS

com.org

società di relazioni e comunicazione

emotional