

Newsletter 6

Novembre 2016

Questa newsletter, che non ha una periodicità fissa, viene mandata a tutti i clienti ed amici dei consulenti CFA

Il lato emotivo nella vendita

“Chi non sa sorridere non deve aprire una bottega”.

In questo antico proverbio cinese vi è la sostanza dell'abilità di un venditore. Perché, come fanno i venditori esperti, il nostro umore e la nostra predisposizione nei confronti dell'altro influenzano la relazione di vendita.

Perché alcune volte non riusciamo a dominare la nostra ansia di fronte ad alcuni clienti? Perché ci sembra impossibile controllare la nostra rabbia e perché ci sembra intollerabile mostrare ai clienti il nostro imbarazzo?

Gli studi in psicologia sociale ci stanno aiutando a comprendere meglio quali fenomeni biologici e psicologici si manifestano dentro di noi quando ci troviamo nelle situazioni sociali. L'idea di partenza è che la nostra esperienza della realtà è complessa: i nostri giudizi, le nostre convinzioni, le nostre azioni non sono il semplice prodotto di ciò che vediamo, viviamo e sentiamo, ma sono costruiti attraverso un modo di “incorniciare la realtà”, cioè dipendono da un certo punto di vista. Il concetto di “cornici” ci aiuta a comprendere questi meccanismi: le cornici, o frames, nelle scienze sociali, sono schemi cognitivi che strutturano e danno significato alle nostre esperienze. Ogni individuo è impegnato in questo processo di significazione, grazie al quale crea la sua esperienza soggettiva a partire dal proprio vissuto: ci sentiamo più a nostro agio in situazioni familiari o che ci ricordano esperienze positive vissute, e valutiamo i fatti sulla base di esperienze analoghe. Tutto ciò ha un grande valore evolutivo perché questi meccanismi ci permettono di far fronte a situazioni che richiedono risposte immediate.

Come possiamo fare per interrompere uno schema di comportamenti abituali che, molte volte, produce in noi solo insoddisfazione? La strada indicata è quella di saper riconoscere le nostre distorsioni cognitive, relazionali e motivazionali nelle interazioni con gli altri. Perché ogni nostro comportamento nasce da un'emozione! Dice, infatti, un importante neurologo italiano: ‘Sono prevalentemente le emozioni che ci spingono ad agire in un modo o nell'altro’ (E. Boncinelli). Saper dare un nome alle emozioni che proviamo, saperle accogliere e confidare nella nostra capacità di cambiamento e di apprendimento sarà il successivo passo per poi allenarci a scegliere comportamenti nuovi all'interno di nuove cornici cognitive che ci permetteranno di determinare un diverso risultato nelle relazioni con gli altri.

Paola Donzelli p.donzelli@cfastudio.it cell. 349 51 33 158



Sede virtuale. Per essere ovunque, sempre vicini ai Clienti