

+20 consigli per
costruire, gestire e far
crescere la lista clienti
lavorando da casa

BusinessModelAuthority.com



20+ consigli per generare, gestire e far crescere la lista di clienti lavorando da casa

Gli eventi che si sono verificati e continuano a svolgersi con la pandemia di COVID-19 sono senza precedenti e abbiamo sperimentato quanto sia difficile essere produttivi in questo difficile momento. Abbiamo creato un percorso di webinar con lo scopo di supportare al meglio il mondo imprenditoriale formato dai nostri clienti e non, mentre navighiamo in queste acque inesplorate.

Come proteggeremo le Vendite durante l'epidemia del Coronavirus? Come poter utilizzare il tempo che abbiamo a disposizione per generare, gestire e far crescere la lista di clienti lavorando da casa.

Molti stanno imparando a lavorare da casa e, in questi casi, sappiamo che la più grande debolezza del metodo di lavoro da remoto (lavoro agile, home working o smart working che sia) non è la tecnologia, ma la difficoltà che hanno manager e i venditori a gestire da remoto le attività fondamentali del proprio lavoro.

IMPARIAMO come gestire le nostre attività da remoto VELOCEMENTE, perché diventerà un metodo molto diffuso anche in futuro.

Ora, per chi di noi si occupa di vendite, abbiamo due aspetti da considerare:

Noi: siamo confusi sia su “come” che su “cosa” fare per mantenere alte le nostre performance da remoto (il “perché”, per buona pace di [Simon Sinek](#), è evidente a tutti).

I nostri clienti: In questo momento, i consumatori stanno imparando ad acquistare da remoto. Lo stanno facendo ogni giorno, più volte al giorno. Acquistano su Amazon e su altri portali online con sempre maggiore frequenza.

Se non impareremo altrettanto velocemente a vendere da remoto, si creerà un gap tra noi e i nostri clienti, tra il nostro unico metodo di vendita e il loro nuovo metodo d'acquisto.

Osserviamo cosa sta accadendo al commercio online: è un vero boom delle vendite. Le piattaforme online di molti player digitali sono in tilt a causa delle richieste che devono soddisfare.

I consumatori, quindi vogliono accedere online ad un catalogo, a prodotti e a quotazioni sempre disponibili. Siamo preparati? Abbiamo un catalogo online? Abbiamo un sistema di acquisto online? Stiamo facilitando l'accesso alla nostra piattaforma d'acquisto? Stiamo affiancando i nostri clienti in questa transizione dal metodo di acquisto fisico a quello digitale?

Dobbiamo integrare il modo con il quale vendiamo i nostri prodotti e facciamo conoscere le nostre soluzioni.

Chi ha un modello di vendita che prevede un reparto di Inside Sales affiancato ad un e-commerce è molto avvantaggiato e raccoglierà i frutti del proprio lavoro.

Ma, che dire dei venditori che visitano direttamente i clienti?

Come cambia lo scenario per loro? Riusciranno a proteggere il lavoro fatto fino ad ora? Come proteggeranno le Vendite durante l'epidemia del Coronavirus?

Non sappiamo ancora come gestiremo le relazioni con i nostri clienti in futuro.

Ma, sappiamo come potremmo utilizzare il tempo a nostra disposizione oggi.

Iniziamo ad acquisire le informazioni sui nostri clienti. Ora è il momento di farlo. Molti di loro, in questo momento, sono online. Frequentano specifici social, postano, commentano e condividono informazioni, pensieri e sensazioni. Sappiamo quale social frequentano maggiormente? Se, incoraggiarli a frequentare la nostra pagina non funziona, perché non frequentare la loro? Quali sono i loro interessi? Quali sono le loro preoccupazioni? Visto che il nostro contatto si trova chiuso in casa, probabilmente comunicherà con l'esterno attraverso i social. Perché non utilizzare il nostro tempo per stringere con loro una relazione online?

Interagiamo con loro. Iniziamo a comunicare con loro ora. Commentiamo i loro post, i loro articoli. Facciamo loro sapere come entrare in contatto con noi: WhatsApp, FaceTime, SKYPE, Messenger, inMail, etc... Facciamo sapere loro quando possono farlo e rendiamoci disponibili.

Teniamo coinvolti i nostri clienti. Non siamo in vacanza. Non sono le vacanze che abbiamo scelto e quindi non ci sentiamo in vacanza. Anzi, lavoriamo più di prima. Non lavoriamo per urgenze ma, solo su attività strategiche. Quindi, utilizziamo il nostro tempo anche per tenere coinvolti i nostri clienti.

Osserviamo come riescono a farlo i professori con i nostri figli. Li tengono coinvolti e fanno sessioni online. Molti professori hanno dovuto imparare, nel giro di poche ore, come utilizzare gli strumenti di videoconferenza. Nonostante le difficoltà, sono riusciti a organizzare meeting online con classi numerose in pochi giorni. Perché non creare occasioni per tenere coinvolti i nostri clienti?

Molte delle aziende che conosciamo, con grandi strutture di vendita, stanno organizzando centinaia di webinar per il loro cliente interno, Il Venditore, sempre per il medesimo obiettivo per tenere coinvolte e allenate le proprie truppe.

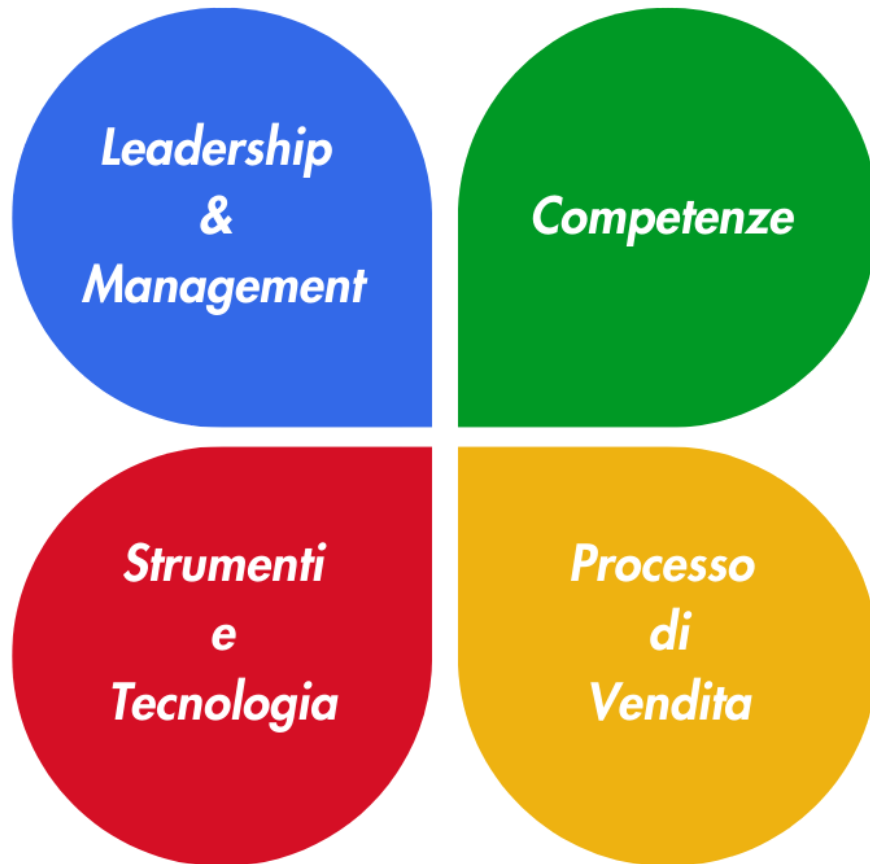
Spieghiamo loro come ci stiamo organizzando e preparando per il futuro e cosa potremmo fare insieme fin da subito.

Le persone hanno sviluppato un nuovo livello di maturità digitale e hanno acquisite nuove abilità che metteranno a frutto anche in azienda. Dopo un primo periodo di shock, tutti si adattano e creano un nuovo Status Quo, un nuovo equilibrio. Quale sarà il loro? Ne faremo parte?

Ho una notizia molto buona che ti stimolerà sicuramente ad **AGIRE** per proteggere le Vendite durante l'epidemia del Coronavirus

➔ Ecco la buona notizia: *i nostri competitor sono esattamente nella nostra stessa situazione.*

Le quattro aree strategiche



Leadership & Management

1. Crea una NUOVA Routine

1. Principi di Batching
 1. Tempo
 2. Attività strategiche
2. Mindset
3. Interazione con il Team

2. Nessuno deve sentirsi solo

1. Benessere interiore
2. Alzati dal computer
3. Cammina
4. Relax

3. Gestisci i picchi emotivi del team

1. Mantieni alto il livello del coinvolgimento
2. Sales Coaching COSTANTE
3. Feedback

4. Le tre modalità del Coaching

1. Done
2. Doing
3. Done

5. Continua a vendere

1. Attività Chiave
2. Difficoltà
3. Vantaggi
4. Manteniamo un alto livello di empatia
5. Tutti hanno voglia di crescere
6. Usa la gamification per mantenere motivata la tua squadra
7. Crea classifiche e condividile con il team
8. Comunica come sta andando il team

6. Non delegare se non sai farlo

1. Gestisci per obiettivi non per numeri
2. Assegna compiti chiari
3. Non presumere che il team non lavori

7. Casi di successo

1. Condividi storie di successo
2. Le piccole vittorie aiutano a mantenere le persone motivate

8. Cosa non trascurare

1. Check-in
2. Interesse personale
3. Compassione
4. Va bene non conoscere tutto

Competenze e Impatto della Tecnologia

1. Videoconferenza

1. Ti permette di vedere il linguaggio del corpo e lo rende gradevole
2. Guarda nella telecamera quando parli
3. Non aver paura di essere genuino (avere bambini in background, essere a casa tua)
4. Ma non esagerare. Se l'ambiente è confusionario, trova un'altra stanza
5. Tieni l'audio sempre attivato. Spegni il microfono se ascolti
6. Guarda nella telecamera mentre ascolti
7. Metti la tua webcam davanti allo schermo

2. Registra, se possibile le chiamate

1. Gong.io

1. Assicurati che siano sincronizzati con i record nel tuo CRM in modo che tutti abbiano accesso.
2. Puoi utilizzare la tecnologia per registrare e allegare gli audio al record nel tuo CRM
3. Questi strumenti forniscono approfondimenti e coaching analizzando le registrazioni delle chiamate.
4. Ottimo modo per ottenere informazioni dettagliate sulle chiamate quasi in tempo reale

3. Cosa fare se non hai il cliente non autorizza la registrazione delle chiamate

1. Utilizza un CRM
2. Analizza i dati

Processo di Outbound

1. Crea la lista

1. Crea una lista di 50 Lead
2. Monitora 5/6 contatti per Account
3. Chiedi a qualcuno del team di dirigenti di contattare il loro team di dirigenti
4. Collegati tramite LinkedIn
5. Commenta i loro articoli e post
6. Allarga le connessioni per ogni account
7. Focus: non superare 300 oggetti da monitorare
8. Utilizza questa connessione nelle tue conversazioni
9. Connettiti con i principali gruppi di acquisto
10. Registra tutto sul CRM
11. Pubblica con costanza (PED)

2. Offri

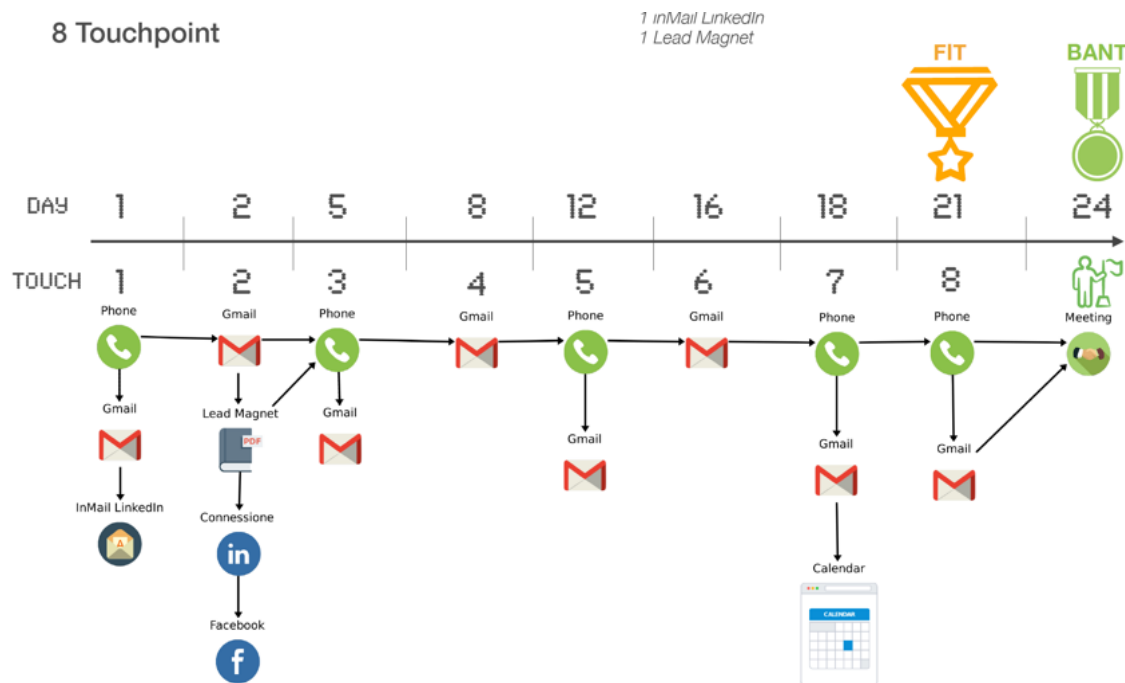
1. Cosa puoi regalare (che riguarda il tuo prodotto, un libro, le migliori pratiche del tuo settore, Report Pdf, Video, ecc...) che potrebbero aiutare i tuoi clienti o potenziali clienti in questo periodo?
2. Formazione gratuita
3. Implementazione gratuita
4. Aggiornamenti per utilizzare più del tuo strumento
5. Masterclass o formazione online

3. Pianifica l'incontro successivo

1. Utilizza Calendly o uno strumento simile per programmare la tua prossima riunione il prima possibile
2. Fallo mentre sei al telefono
3. Fornisci date e orari esatti per la riunione successiva

4. Cadenza

1. Alterna online e offline
2. Inizia con e-mail o messaggio social all'inizio 2. Passa al telefono dopo aver stabilito una connessione



1. Cliente Esistente

1. Chiamali, fatti sentire. Sii presente
2. Chiedi come puoi aiutarli durante questo periodo
3. Quale servizio stanno usando più o meno
4. Sfruttalo nelle tue conversazioni con nuovi clienti
5. Non apparire troppo needy
 1. non spingere
 2. niente One Time Offer
6. Ascolta e capisci cosa stanno attraversando
7. Mantieni attivi gli sconti fino a maggio (o oltre)

2. Comunica

1. Utilizza messaggi di testo (inMail, Telegram, WhatsApp, Messenger, ec..)
2. Usa i messaggi per rimanere in contatto e rimanere aggiornato
3. Non esagerare con gli SMS. Sii attento al loro tempo e alla loro situazione
4. Non abbiate paura di chiedere il loro numero di cellulare per rimanere in contatto
5. Puoi utilizzare la tecnologia per inviare testi e acquisirli nel tuo CRM

Strumenti e Tecnologia

1. Tecnologia

2. Banca Dati

Atoka, LinkedIn

3. Estrattore Contatti

LinkedIn Sales Navigator, Phantombuster, Gopinleads, Octopuscrm.io, Linkedhelper

4. CRM

Salesforce

5. Project Management

Asana, Teams, Trello

6. Chat interna

Teams, Slack

7. File Sharing

DropBox, Google Drive

8. Video Conferencing

Zoom, Google Meet

9. Autoresponder

Aweber, Mailchimp

10. Presentazioni

ClearSlide, Slideshare

11. Piattaforma Video

Vimeo

20+ consigli per generare, gestire e far crescere la lista clienti lavorando da casa

Congratulazioni per aver scaricato questa guida. Siamo Alessandro Tonelli e Antonio Rapa, gli autori del Sales Business Model Canvas.

Da oltre 30 anni siamo impegnati nella creazione, formazione, sviluppo e training di reti di vendita per piccole, medie e grandi imprese italiane.

Se hai una rete di vendita che vuoi sviluppare o vuoi crearne una nuova, hai la possibilità di svolgere con noi una Consulenza Strategica GRATUITA della durata di 1 ora.

Scrivi subito al nostro indirizzo info@businessmodelauthority.com e chiedi la Consulenza Strategica GRATUITA scrivendo nell'oggetto della mail:

VENDITORI

A presto e buon lavoro,
Antonio Marcello Rapa e Alessandro Tonelli