



## Migliora l'esperienza del cliente in 5 minuti

Conoscere gli automatismi del nostro cervello e il ruolo della componente emotiva nell'indirizzare gli acquisti offre innumerevoli spunti a chi si occupa di vendita, raccolti nella nuova **video rubrica suggerimenti di marketing psicologico**.

Ogni video dura circa 5 minuti e offre consigli pratici, facilmente applicabili nella quotidianità dell'impresa o dell'attività professionale, ed è accompagnato da un testo riepilogativo e alcuni suggerimenti di approfondimento.

Il primo tema trattato nella video rubrica è l'**effetto inizio, picco e termine** e cioè la nostra automatica tendenza, nel valutare la qualità di un'esperienza, ad attribuire un ruolo centrale a tre fasi: come l'esperienza inizia, eventuali momenti di picco emotivo e come l'esperienza si conclude.

Ti proponiamo una selezione di nuovi video sul tema dell'inizio, picco e termine dove troverai **25 suggerimenti immediatamente applicabili, spesso a costo zero**, per rendere più persuasiva la proposta, aumentare la soddisfazione della clientela e migliorare il ricordo dell'esperienza vissuta.

## Crea un momento WOW nella vendita

È importante che il cliente viva un'ottima esperienza ma è ancora più importante che la ricordi, perché è il ricordo che determinerà la scelta di tornare. E il ricordo di un'esperienza è profondamente influenzato dai picchi emotivi vissuti durante la sua fruizione e da come questa si conclude.

[Guarda il video](#)



## Investi sulla prima impressione

Chi opera nella vendita deve prestare grande attenzione alla prima impressione che il potenziale cliente si farà rispetto all'offerta e alla persona che la propone, sia che questa valutazione avvenga online che nel momento di incontro fisico, nello spazio di vendita o con l'operatore.

[Guarda il video](#)



## Rendi evidenti le tue promesse

Il cliente, nel valutare l'attrattività di una proposta commerciale, impiega un tempo brevissimo e questa prima impressione influenza profondamente la successiva esperienza. Chi si occupa di vendita dovrebbe, pertanto, comunicare il prima possibile e in maniera chiara i benefici dell'offerta.

[Guarda il video](#)



## Anticipa l'esperienza

Anticipare l'esperienza offerta da un'attività commerciale, utilizzando il canale digitale e l'immediata capacità comunicativa delle immagini, processate 60.000 volte più velocemente dei testi, rende la proposta più persuasiva. E se ci aspettiamo che qualcosa sia più buono, tenderemo a percepirlo tale.

[Guarda il video](#)



## Smonta subito le obiezioni

Esistono diverse tipologie di obiezioni e diversi momenti in cui queste si manifestano. Pericolose sono le obiezioni che derivano da un pregiudizio del cliente e che caratterizzano i fondamentali momenti iniziali di una relazione commerciale. Ecco alcuni suggerimenti su come gestirle al meglio.

[Guarda il video](#)



## Come accogliere il cliente

Per la sua capacità di influenzare l'esperienza del cliente l'accoglienza deve essere considerata come un rituale da svolgere con grande professionalità e attenzione ai tempi, alle parole e al comportamento. Ecco 5 semplici suggerimenti, applicabili a costo zero, per un'accoglienza coi fiocchi.

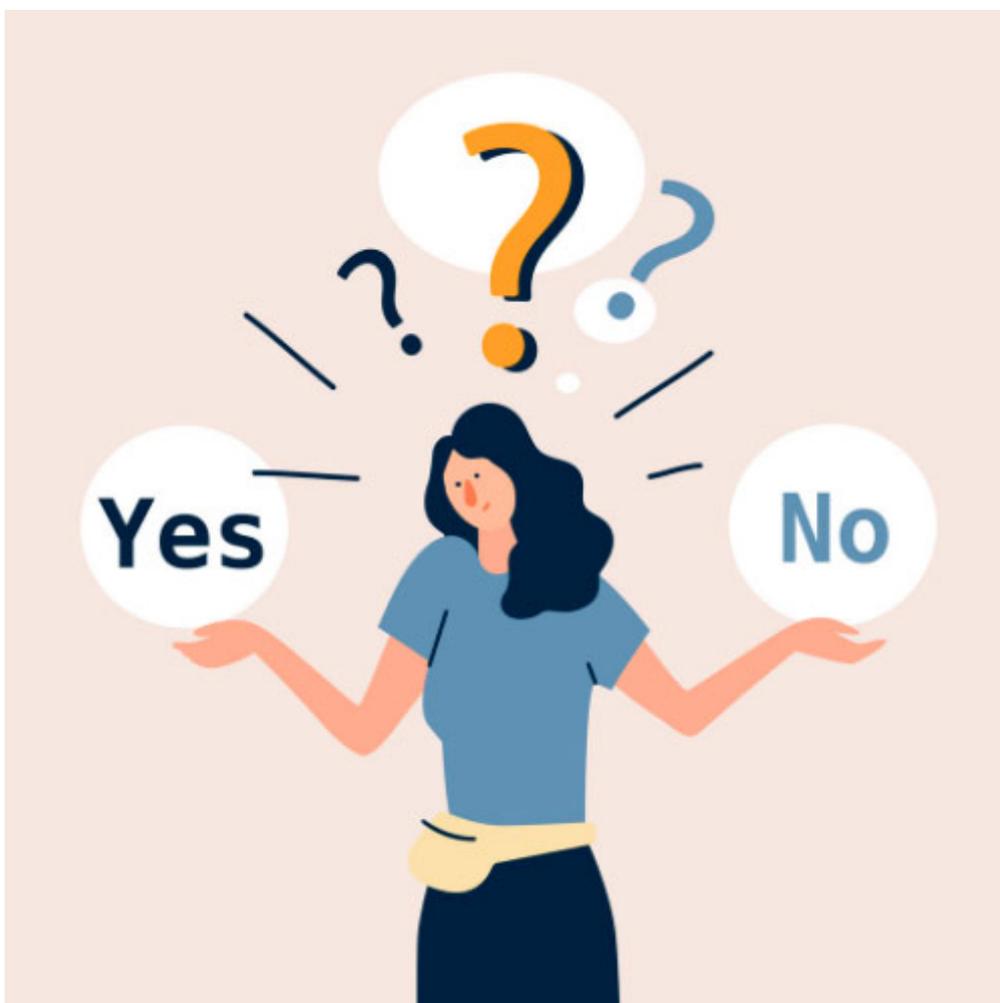
[Guarda il video](#)



## Domande giuste (e sbagliate) per vendere

Chiedere può fare la differenza nel facilitare la relazione con il cliente, la comprensione delle sue esigenze e la qualità della proposta. Esistono però anche domande sbagliate, purtroppo molto diffuse, che allontanano la vendita. Ecco alcuni consigli sulle domande da fare e quelle, invece, da evitare.

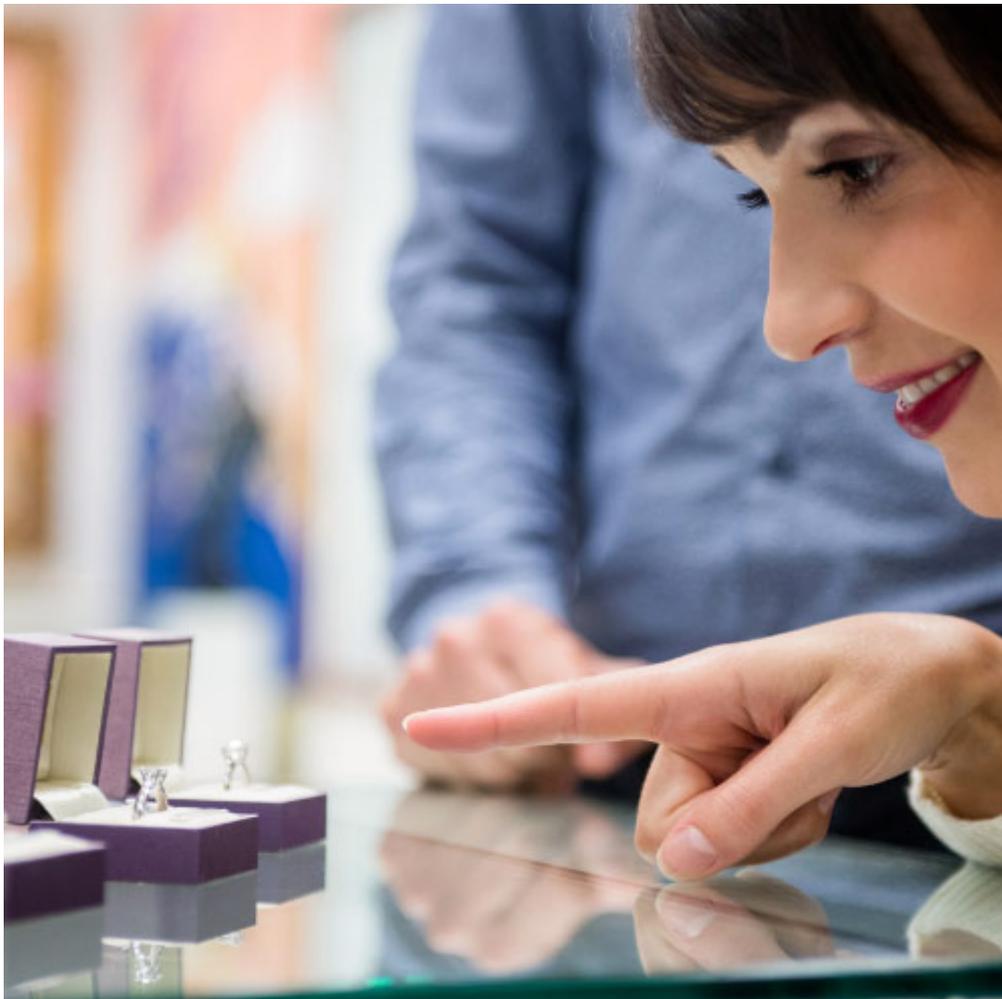
[Guarda il video](#)



## Rivedi l'ordine delle proposte

Nel presentare l'offerta al cliente è utile tener conto della nostra difficoltà a valutare un numero elevato di opzioni, in particolare quando sono tra loro simili, e dell'effetto inizio e fine, due momenti a cui il cervello, pigro e in cerca di scorciatoie, pone particolare attenzione.

[Guarda il video](#)



Per disiscriverti da questa newsletter [clicca qui](#)

Questa mail viene recapitata automaticamente perché ti sei registrato sul nostro sito e hai dato il consenso a ricevere la newsletter della Collana Le Bussole.

Le Bussole, Confcommercio-Imprese per l'Italia Piazza G.G. Belli, 2, Roma