

INDICE: la vendita analogica

PREFAZIONE

1) COS'È LA VENDITA ANALOGICA

La vendita è un piccolo scambio d'amore tra due persone

Tecniche di vendita tradizionali e Vendita Analogica®

Tutto dipende dal rapporto interpersonale

La Comunicazione Analogica è la costante,

il prodotto/servizio e gli argomenti sono una variabile

2) ENERGIA PSICHICA

Il servizio "Analogico" per creare una sufficiente

motivazione all'acquisto

Energia psichica e suo divenire

Tensione ansiosa e tensione emozionale

Gratificare e penalizzare

3) LA SEDUZIONE PRECEDE IL CONTRATTO

Sedurre

Elementi della seduzione

Il potere di persuasione

Il contratto avviene naturalmente, come conseguenza

del "Servizio Analogico" reso

4) LA MENTE DEL CLIENTE FUNZIONA COSÌ

I simboli mentali si alimentano di energia

Simboli dell'Essere e dell'Avere

Le Triadi Simboliche

Comunicare oltre i vincoli per alimentare l' inconscio

5) LE TIPOLOGIE UMANE

Capire l'uomo che si nasconde nel cliente

Gli otto tipi umani fondamentali

Il referente analogico del simbolo Padre: l'Asta

Il referente analogico del simbolo Ego: il Cerchio

Il referente analogico del simbolo Madre: il Triangolo

Atteggiamenti e gesti che li smascherano

6) STIMOLARE L'INCONSCIO DEL CLIENTE

Ogni tipo umano ha bisogno del suo specifico stimolo

Identificazione dello stimolatore penalizzante

L'operatore utilizza il simbolismo analogico

Un venditore che non sappia stimolare non venderà nulla

7) IL SIMBOLISMO COMUNICATIVO

Simbolismo logico e analogico

Simbolismi nella parola

Come produrre enunciati con contenuto simbolico

8) LA COMUNICAZIONE NON VERBALE

La CNV: un regolatore di energia

Prossemica

Cinesica

Paralinguistica

Digitale

9) LA COMUNICAZIONE INTEGRALE

Atti analogici di C.N.V.

Atti di Scarico Tensionale

Le verifiche analogiche

Il cliente esprime gradimento

Il cliente esprime rifiuto

La Vendita Analogica come applicazione

della comunicazione integrale

10) IL PRODOTTO/SERVIZIO

Trasformare in contratto il potenziale di seduzione acquisito

Anche un prodotto comunica

Stimolare l'esigenza analogica che sta dietro

al bisogno di un prodotto

11) LA TRATTATIVA

Adeguare la strategia di presentazione alle necessità

analogiche del cliente

Chiusura passiva e chiusura forzata

RIEPILOGO

Lecture di approfondimento e di confronto