«Scopri i 5 Passi per Attirare Nuovi Clienti in Showroom e Vendere Più Finestre senza cadere nella Battaglia per lo Sconto e anche se il nuovo Cliente arriva da te con una pila alta così di Preventivi al Ribasso»

Per vendere più finestre oggi serve fare marketing!

Il marketing non è altro che il **processo di acquisizione clienti**, per trovare nuovi clienti in modo certo e "scientifico" e senza lasciare le cose al caso.

Come tutti i metodi di lavoro scientifici, deve essere basato sui numeri e sulle statistiche oggettive che arrivano dal mercato.
Ad esempio, prendi questa indagine fatta in collaborazione con una grossa showroom.
In un anno avevano venduto 220 partite di finestre!

220 sono anche i giorni lavorativi dell'anno... e quindi voleva dire:

- una partita di finestre venduta ogni singolo giorno!!

Direi che i venditori di questa showroom avevano fatto un buon lavoro, non credi??

Sono stati intervistati 100 loro clienti che avevano già comprato da loro.

La domanda era stata:

"Perché avete comprato le vostre finestre nuove in questa showroom?"

Il 42% ha risposto:

"perché mi ci ha mandato un altro cliente che aveva già comprato in questo posto ed era rimasto soddisfatto del prodotto."

Insomma hai capito: stiamo parlando del **passaparola**!

Il vecchio serramentista - quello abituato a lavorare nel mercato delle imprese di costruzione - non strutturava il passaparola, perché non era abituato a questa modalità di

Copyright © 2017 – Nicola Sartori | /www.venderefinestre.it

intercettazione della domanda, perché il cliente del vecchio serramentista era l'impresa... e l'impresa faceva passaparola?

Certo che no. Quando un'impresa trovava un fornitore buono, se ne stava zitta zitta, per non avvantaggiare la sua concorrenza!

Invece il privato naturalmente tende a parlare subito coi suoi amici, parenti, conoscenti ecc. dell'acquisto buono che ha fatto, quindi da lì nasce il vero passaparola...

Il 30% ha risposto:

"la qualità e la posizione della showroom."

Certo se avete la showroom nella zona industriale ci passa davanti poca gente.
Purtroppo è una cosa che spesso non riusciamo a cambiare.

Per il 15% era:

"la tradizione di un'azienda conosciuta sul territorio."

Infine, per il 13% era:

"la pubblicità: avevano trovato il nome di quella showroom dai cartelloni."

Bello no? Ma c'è un problema.

Di queste leve di solito se ne possono usare al massimo 2 su 4...

Infatti se hai la showroom in una zona periferica, non è che puoi trasferirti in centro città: se potevi farlo, l'avresti già fatto. Sarebbe meglio essere in centro: però costa una fortuna.
E la tradizione? Se non ce l'hai non puoi inventarla.

Perciò dobbiamo sfruttare al massimo quello che è fattibile per far si che anche tu possa vendere più finestre con 5 tecniche semplici e a costo decisamente più basso...

*"OK Nicola mi hai convinto. Ma allora raccontami un po' quali sono questi famosi **5 Passi per Vendere Più Finestre**?"*

Eccomi! Quindi ti riporto qui sotto in sintesi i 5 Passi per **aumentare le visite nella tua showroom e vendere più finestre** che adesso ti racconterò in dettaglio e cioè:

1. Metti a posto il Sito Web
2. Incrementa il Passaparola
3. Trova nuovi Clienti direttamente in Cantiere
4. Prepara lo Spettacolo della tua Showroom
5. Raccogli le Testimonianze

Quindi possiamo usare solo alcune leve: curare il passaparola e migliorare il negozio.
A partire dal negozio più grande, quello "virtuale", e che 10 anni fa era vuoto: il Web.

Copyright © 2017 – Nicola Sartori | /www.venderefinestre.it

Passo 1 - Metti a Posto il tuo Sito Web

Il sito Web della tua azienda è la tua showroom virtuale sul mondo, ed è indipendente dal fatto che la tua showroom reale stia in periferia, in zona industriale o nel bel mezzo di un affollatissimo centro commerciale.

Nel 2017 avere un sito Web è importante come avere una bocca e due mani. E' il tuo biglietto da visita nel mondo intero.



Deve però essere un sito che dà le informazioni giuste, non i soliti sproloqui sterili e generici del tipo

"Mario Rossi Snc - Azienda leader per i prodotti col massimo rapporto qualità / prezzo"

ecc. ecc.

Studi a livello mondiale riportano che oggi fino al 67% delle decisioni d'acquisto sono fatte dalle persone on line **prima di recarsi nel negozio fisico** o andare a contatto col venditore.

Questo vale sia per la clientela privata sia per quella B2B.

Quando dico informazioni giuste, intendo per esempio le **testimonianze reali dei clienti soddisfatti** (vedi più sotto il Passo 5).

Altri accorgimenti fondamentali per ottimizzare il sito:

- Posizionarlo meglio sui motori di ricerca con l'aiuto di una Web agency
- Mettere il contatore delle visite

P.S. - Ho visto (con questi miei occhi) che alcuni serramentisti ancora non hanno un sito proprio. Quando parlo di sito Web aziendale proprio, intendo una **pagina Web caricata su un dominio di proprietà**! Devi registrare almeno un dominio di proprietà per la tua azienda (possibilmente con il nome del brand), non va bene usare host generalisti (come ad esempio blogger.com o peggio Pagine gialle on line) perché oggi come oggi, un professionista non può non avere il suo dominio Web registrato...

Passo 2 - Incrementa il Passaparola

Per ottenere le referenze dai tuoi clienti soddisfatti devi dare qualcosa in cambio. *Do ut des* dicevano i latini.

E' una regola universale:

Per ricevere bisogna prima dare!

Che cosa farà la Signora Maria non appena le avrai posato le nuove finestre? Inviterà le amiche per fargliele vedere. Anzi: perché vuole vedere le amiche sbavare davanti alle sue nuove finestre!

Devi sfruttare questa smania dei tuoi clienti di parlare delle nuove finestre e trasformarli nei tuoi migliori venditori incentivando questo passaparola.

Ma come fare concretamente?

Devi dare loro uno strumento semplice e pratico affinché possano segnalarti velocemente ai loro conoscenti: un **coupon sconto** per chi vuole cambiare le finestre di casa sua.

Nella busta della fattura metti una lettera di ringraziamento e un coupon sconto per un conoscente. Il coupon consente alla Sig.ra Maria di ricevere da te un omaggio per ogni nominativo che ti vorrà segnalare.

Prepara il coupon da dare ai clienti che hanno comprato da te nelle ultime settimane.



Mandalo via mail o (meglio) con una lettera cartacea mediante raccomandata in almeno 5 copie alla Signora Maria se ha comprato da te almeno una finestra negli ultimi 2-3 mesi.

Nella lettera di accompagnamento al coupon, non dimenticare di promettere ad esempio un mini-tablet alla Signora Maria per stimolare la sua opera di passaparola!

Passo 3 - Trova nuovi Clienti direttamente in Cantiere e nel Condominio

Mettere il cartellone colorato all'ingresso del condominio dove stai installando le nuove finestre a qualche cliente è un mezzo efficace per trovare nuovi clienti direttamente in cantiere e a casa del nuovo potenziale cliente.

Copyright © 2017 – Nicola Sartori | /www.venderefinestre.it

Così facendo intercetterai anche la cosiddetta domanda 'inconsapevole' direttamente in cantiere, stampando un cartellone di avviso lavori in corso e mettendolo all'ingresso del condominio nel quale stai già lavorando per un'installazione.

La Signora Maria se ne accorgerà!



Che cos'è la **domanda 'inconsapevole'**? E' quella massa di clienti che non stanno attivamente cercando una soluzione ad un loro problema.

Però non appena qualcuno (o qualcosa) porta alla loro attenzione che quel problema ce l'hanno e magari fino a quel momento, l'avevano solo rimosso o rimandato, beh in quel momento gli si accende la lampadina e decidono che è arrivato il momento di fare qualcosa.

E' arrivato il momento di cambiare quelle benedette finestre che spifferano!,

pensa la nostra simpatica Signora Maria quando rientrando dalla spesa al supermercato, vede all'ingresso del suo condominio il tuo cartellone. E poi quando rientrando nel suo appartamento, trova il tuo *Door Hanger* ad attenderla di soppiatto... e le vengono in mente i vicini che hanno installato quelle nuove finestre, bellissime, mentre lei ha già da anni il problema.

Quei vecchi ruderi di finestre, brutte e che spifferano, mica sarà per quello che ogni anno aumenta la bolletta del riscaldamento?

Immagina quindi quale scenetta si scatenerà tra la Signora Maria e suo marito Mario dopo l'apparizione del tuo cartellone nella loro (fino a questo punto) tranquilla vita coniugale... 😊

Ecco la storiella di cosa succede nella famiglia della Sig.ra Maria Rossi in quei 2 o 3 giorni nei quali i tuoi installatori sono in cantiere e questo metodo del cartellone + door hanger viene utilizzato per raccogliere questa domanda latente.

Quando la Signora Maria rientra a casa con le borse della spesa in mano nota questo insolito cartellone di avviso lavori in corso all'ingresso.

Copyright © 2017 – Nicola Sartori | /www.venderefinestre.it



Siccome le borse pesano e ha fretta di salire, legge solo di sfuggita quello che c'è scritto. Stanno installando le finestre nuove a casa di un condòmino nel palazzo e per chi vuole, fanno un sopralluogo gratuito in appartamento per dare un'occhiata alla tua situazione ed eventualmente fare una riparazione o regolazione.
Interessante!

Non ce la fa a segnarsi il numero di telefono, perché le borse pesano e il portoncino del condominio si sta chiudendo, ma magari pensa che scende più tardi a riguardarsi il cartellone.
Si, è interessante perché pare ci siano degli operai nell'edificio che stanno cambiando le finestre da qualche famiglia. Chissà da chi sono. Che siano dai Bianchi?

In effetti, le loro finestre fanno un po' schifo, sono vecchie e non sarebbe male cambiarle.

Vuoi vedere che sono proprio loro?

Neanche le mie, pensa tra se e se la Sig.ra Maria, sono poi quel granché. Sono vecchie e brutte e andrebbero cambiate!

Quando sta per entrare nel suo appartamento, la Sig.ra Maria vede il tuo *door hanger* appeso alla porta.



Se avete qualche piccola riparazione o regolazione da fare sui vostri infissi il nostro personale tecnico è a vostra disposizione. Chiamate il 347 1234567

Ah ecco, pensa, aspetto che me lo porto dentro così ho il numero di telefono da chiamare.

(**N.B.** Nota che a questo punto il tuo marketing è entrato a casa della Sig.ra Maria... ci saresti riuscito con un normale volantino messo dentro la cassetta e percepito come spazzatura pubblicitaria? No. Quindi a questo punto hai già fatto... BINGO!)



Ma torniamo ai pensieri che frullano nella testa della Signora Maria.

"Regolazione e sopralluogo sui serramenti. Mmmm non ci avevo pensato ma ne abbiamo proprio bisogno. Guarda che vecchie queste finestre!"

Alla sera mentre sono a cena, la sig.ra Maria accenna l'idea al marito. "Caro, che ne dici se cambiamo le finestre? Sono così vecchie brutte". Il quale risponde con un brontolio: cara, le nostre finestre vanno benissimo. Sono lì da 20 anni e non hanno mai dato problemi. Adesso fammi ascoltare un po' il telegiornale.

Il giorno dopo la stessa scena.

La signora Maria rientra dalla spesa con le sue borse in mano, e vede ancora il cartellone, legge e decide che questa volta parlerà seriamente col marito.
Infatti ora è evidente che i Bianchi stanno mettendo su le nuove finerstre, ed è decisamente il caso di approfittare che ci sono gli operai nel condominio per fargli dare un'occhiata alle finestre di casa.

"Caro, sai che i Bianchi stanno veramente cambiando le vecchie finestre? Dovresti vedere le nuove... veramente belle! Che ne dici se mi informo da questi dell'impresa che stanno lavorando qui nel condominio?"

"Cara, come ti dicevo ieri sera, secondo me le nostre finestre non hanno nessun problema. Sono un po' vecchie, è vero, ma sono lì da 20 anni e non hanno mai avuto problemi. Vedremo più avanti se è il caso di cambiarle. E' una spesa che non avevamo previsto... e adesso fammi vedere un po' questa partita!"

Ma la Sig.ra Maria ormai ha deciso che non intende darsi per vinta.

Quando il giorno dopo al rientro vede ancora il cartellone all'ingresso, decide di rompere gli indugi. Sale su, prende il cartoncino che era appeso alla maniglia di casa e chiama il 347 indicato. E' il tuo numero. Fissa l'appuntamento per il giorno dopo con il tuo consulente.

Alla sera si limita solo a dire al marito: "Caro, domani quelli dell'impresa dei serramenti verranno qui a dare un'occhiata alle finestre. Sai, sono veramente brutte. Vedessi quelle nuove dei Bianchi! E mi sono anche informata. Mi hanno anche detto che le finesre nuove ci permetteranno di risparmiare sulle spese del riscaldamento! Domani chiedo meglio all'operaio che viene qui."

Ecco è fatta: il nuovo, potenziale cliente è agganciato.

Ci sono voluti 3 giorni perché l'idea di comprare le nuove finestre passasse da qualcosa di assolutamente fuori da ogni programma, ad una necessità impellente nella testa della Sig.ra Maria.

A questo punto chiudere la vendita è un gioco da ragazzi!

La inviti in showroom per omaggiarla di un preventivo gratuito - con il documento sul risparmio energetico ovviamente allegato e già personalizzato per la sua abitazione.

Ed è fatta!

Quindi come hai visto si tratta di un pratico e veloce trucco per raccogliere quella che viene definita '**domanda latente**' o 'inconsapevole' perché con questo sistema molto semplice da mettere in pratica, tu puoi far improvvisamente **venire fuori nella testa del potenziale cliente un bisogno che fino a quel momento era rimasto nascosto**.

Il bisogno di cambiare le vecchie finestre e i vecchi serramenti!

Passo 4 - Prepara lo Spettacolo nella tua Showroom

Per vendere più finestre al privato devi imparare a **fare lo spettacolo della finestra nella tua showroom**.

La showroom è il campo di battaglia dove si svolgerà la colluttazione finale della vendita. Come ogni generale che si rispetti, tu che sei l'imprenditore o il venditore devi preparare il campo di battaglia studiando ogni minimo dettaglio.

Nulla deve essere lasciato al caso!

Ricorda questo punto importante: nella showroom non devi solo mostrare quello che va bene per il tuo cliente (e che produci tu), ma devi mostrargli anche quello che **NON va bene per lui** (e che la tua concorrenza gli vuole rifilare)!

Inoltre preparare il tuo campo di battaglia - ovvero lo spettacolo della showroom - significa saper ispirare le emozioni del cliente. Se non impari a usare le emozioni non riuscirai mai a diventare un venditore di successo!

Lo spettacolo della showroom si fa in 3 tempi:

1. mostrare il **problema**
2. mostrare la **soluzione**
3. mettere in difficoltà i concorrenti



L'esempio che riporto qui è quello del **canalino a bordo caldo** (visto che stiamo parlando di efficienza energetica!).

Spiega alla Signora Maria che cosa succederà quando il tuo concorrente gli installa il canalino distanziatore in alluminio. Spiegale che a casua del fatto che l'alluminio è un buon conduttore termico (è un metallo!) sul bordo delle finestre di casa sua si formerà la condensa...

Ebbene: il canalino in alluminio costa meno di quello a bordo caldo, ecco uno dei motivi per i quali la finestra della concorenza costa meno di quella che offri tu.

Ora ti chiedo: la sig.ra Maria secondo te è disposta ad avere la condensa prima, e la muffa poi, nella sua casa per i prossimi 10 anni solo per risparmiare qualche euro per metro lineare al momento dell'acquisto delle sue nuove finestre?

Francamente, non credo proprio.

Se non impari a fare lo spettacolo della finestra, e se non impari a spiegare le differenze, vinceranno sempre i venditori stranieri che vendono le finestre in PVC a 150 € a foro!

Ricorda: la tua Showroom deve essere come un ring e la trattativa è un match di pugilato. Le tue finestre devono uscire vincitrici e quelle della concorrenza devono finire al tappeto!

Passo 5 - Raccogli le Testimonianze dei tuoi Clienti soddisfatti e pubblicale sul Sito

Non c'è nulla di più potente per attirare nuovi potenziali clienti nella tua showroom, che la **testimonianza di un cliente soddisfatto**. Quando una persona arriva da te in questo modo, il 90% della vendita è già fatto. Basta solo condurre una trattativa tranquilla e portare a casa il contratto.

La testimonianza è meglio averla in un video, che è molto più efficace di una frase scritta.

E la cosa bella è che il video non deve essere per forza professionale. Anzi! E' dimostrato che i video amatoriali - fatti ad esempio col telefonino - sono più apprezzati per la loro genuinità.

Ma quello che è importante è che la testimonianza deve essere concreta e non generica. Non è il massimo se nel video il cliente dice solo cose generiche tipo:

le finestre di Serramenti Bianchi sono bellissime e di grande qualità,

l'azienda è meravigliosa, le persone sono professionali ecc.

Nella testimonianza efficace il cliente deve soprattutto far percepire un **cambiamento tra la sua situazione prima dell'installazione dei nuovi serramenti e il dopo**, quando ha cominciato a vedere i miglioramenti portati nella sua vita dalle finestre che gli hai venduto.

Quindi raccogli le testimonianze dei clienti che hai appena soddisfatto con le tue finestre. Se hanno comprato da te negli ultimi 30 giorni, chiamali subito per sapere come si trovano con le nuove finestre, e fissa un appuntamento a casa loro con la scusa di un sopralluogo di verifica tecnica dell'installazione.

Approfitta della visita per:

- lasciargli il coupon come da Passo 3
- girare un video di 15 secondi con il tuo telefonino nel quale il cliente racconta come si trova con le nuove finestre

Una volta rientrato in ufficio, pubblica il video sul tuo sito Web mettendo nome e cognome (e un recapito) del cliente nella sezione "Dicono di noi i nostri clienti". La testimonianza deve essere reale e credibile!



La Signora Maria, infatti, non sta cercando tanto una finestra. Ma piuttosto sta cercando una soluzione ai suoi problemi ovvero - meglio ancora - una persona, un **interlocutore professionista** di cui può fidarsi per la sua comprovata professionalità.

Quindi ecco quello che NON devi mettere nel tuo sito Web:

- Pagine che parlano della qualità generica delle tue finestre
- Liste di caratteristiche tecniche e termini tecnici
- ecc.

Devi invece mettere qualcosa che la signora Maria vuole sentirsi dire. Quando entra nel sito e vede le testimonianze di persone come lei che si sono trovate bene a comprare da te,

la sua fiducia nei tuoi confronti aumenta molto più che se legge pagine e pagine di schede tecniche dei tuoi prodotti!

Nicola Sartori
Club Vendere Finestre

Pagina Facebook: Vendere Finestre
Mail: info@venderefinestre.it
Web: www.venderefinestre.it



P.S. - Ti piacerebbe imparare **tutte le tecniche per vendere più finestre** senza entrare nella lotta del prezzo scontato e anche se il cliente arriva da te con una pila di preventivi al ribasso? Ho creato per te il **video del corso Vendere Finestre** - la prima Accademia di formazione Vendita e Marketing per i professionisti del Serramento - che potrai vedere in DVD oppure direttamente online nell'Area Riservata con i tuoi dispositivi elettronici (computer, tablet, iPhone ecc.).

Si? Per maggiori informazioni vai alla pagina:

>> **www.venderefinestre.it**

e iscriviti alla newsletter con tutti gli aggiornamenti.

«Ti piacerebbe imparare tutte le tecniche per vendere più finestre senza entrare nella lotta del prezzo scontato e anche se il cliente arriva da te con una pila di preventivi al ribasso?»

Gentile Serramentista,

Ho creato per te il **video del corso Vendere Finestre** - la prima Accademia di formazione Vendita e Marketing per i professionisti del Serramento - che potrai vedere in DVD oppure direttamente online nell'Area Riservata con i tuoi dispositivi elettronici (computer, tablet, iPhone ecc.).



Si tratta infatti della versione integrale digitale – che potrai rivedere comodamente sia in DVD che online in streaming ogni volta che vorrai – del famoso corso **Vendere Finestre** che Paolo Ambrosi tiene tutti gli anni in aula per centinaia di aziende del settore del serramento.

La tua risposta è:

- "Si Nicola, mi interessa!!"

?

Allora per acquistare i video del corso che cambierà la storia della tua azienda, vai alla pagina:

>> www.venderefinestre.it/acquista

e segui le istruzioni per ottenere subito l'accesso all'Area riservata coi video completi del Corso, e prenotare la tua copia del Corso in DVD!