

VIAGGI E TEMPO LIBERO

Quanto vale la comunicazione nel punto vendita?

di Laura Maestri

È capitato a tutti di essere incuriositi da una vetrina ben allestita, che ci induce ad entrare nel negozio, predisposti all'acquisto.

L'**atmosfera** accogliente, il **prodotto** che vi piace ed il **prezzo** giusto sono gli elementi perfetti per invitarvi a comperare, ma non sempre uscite dal punto vendita con uno shopper, gratificati dalla spesa appena fatta.

Può esservi capitato che, nello svolgersi del “processo d’acquisto”, si sia inserita un’**assistente** alla vendita, il cui intervento può aver determinato le sorti della compravendita.

Forse questa persona non ha risposto in tempi ragionevoli alla vostra richiesta di attenzione, oppure vi ha trattato con indifferenza o con assoluta incompetenza. Quando l’interazione con la persona, che dal vostro punto di vista rappresenta l’intera azienda, non vi ha soddisfatti – o peggio: vi ha indispettiti – è probabile che abbiate deciso di lasciare il negozio senza aver acquistato nulla.

Ripensate a quante volte avete vissuto questa situazione, e a quanti acquisti avete rinunciato perché non vi siete sentiti trattati in modo adeguato. Il negozio (forse in *franchising*) ha investito molteplici risorse per far conoscere il suo brand, per offrire un buon assortimento all’interno e per predisporre vetrine allettanti. Eppure l’incompetenza comunicativa della persona che vi ha accolto, ha vanificato tutti gli investimenti atti a farvi varcare la soglia del punto vendita e ad invogliarvi all’acquisto.

Altre volte, invece, potreste essere entrati casualmente in un negozio e subito l’assistente alla vendita vi ha accolto calorosamente, ma con discrezione. Si è dimostrata disponibile ed esperta, vi ha dato consigli quando sollecitati e vi ha fatti sentire “a vostro agio”. È probabile che, grazie a questo comportamento funzionale alla situazione, voi abbiate deciso di effettuare un acquisto, anche se non era in programma.

Cosa ci ha fatto desistere nel primo caso? E cosa ci ha indotti a comprare nel secondo?

La capacità di creare **sintonia** da subito con qualsiasi tipo di interlocutore è una delle competenze più potenti nell’ambito della comunicazione interpersonale, soprattutto quando nella propria professione ci si confronta quotidianamente con soggetti anche sconosciuti. Quando si è in grado di stabilire un ambiente di fiducia, rispetto e comprensione, è più facile raggiungere i propri obiettivi, sia personali che professionali.

Per migliorare la vostra comunicazione vi raccomandiamo il seguente seminario di specializzazione: