



ACQUISIZIONE PER LA TUA BUONA CAUSA

TOP 10 ERRORI & CONSIGLI

eBook per Imprese Sociali i Impact Business
www.sales4good.org

[Guarda il video che accompagna l'eBook qui!!](#)

**MÖRIKE CONSULT - LA CONSULENTE
D'IMPRESA SOCIALE**

Di cosa tratta questo eBook

Introduzione

Gli imprenditori sociali e tutti coloro che sono coinvolti nell'ambiente dell'impact and purpose business vogliono soprattutto una cosa: risolvere i problemi sociali con soluzioni innovative e rendere il mondo un posto migliore per tutti. Vogliono aiutare. Vogliono proteggere l'ambiente, vogliono rendere la nostra economia e società sostenibile, promuovere l'inclusione e l'integrazione, contribuire alla democrazia e ai diritti umani o raggiungere un altro dei 17 obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite.

È per questo che il tuo cuore batte, è per questo che investi il tuo tempo, vero?



Guarda il video che accompagna l'eBook [a questo link!](#)

Non sorprende quindi che nella vita quotidiana ci sia poco tempo, attenzione e passione per attività necessarie come l'acquisizione di nuovi clienti, partner, progetti, sponsor o investitori.

Perché non è così che la cosa buona si vende da sola?

La risposta è: sì e no allo stesso tempo. Da un lato, le innovazioni e i progetti delle imprese sociali parlano da soli nella stragrande maggioranza dei casi e non sembrano aver bisogno di essere venduti attivamente, ma solo fatti conoscere a un vasto pubblico: succede che i contratti vengono firmati senza che venga investito molto tempo e sforzo nel processo di acquisizione.

In realtà, però, succede altrettanto spesso che organizzazioni di clienti che si pensava fossero già state conquistate, si ritirano all'ultimo momento e partnership che sarebbero state immensamente importanti non si realizzano. L'investitore decide di aspettare e vedere, la fondazione dà il via libera a un altro progetto. Questo è particolarmente fastidioso quando si è già investito molto tempo nel progetto!

Perché questo è così, come si può riconoscere prima se vale la pena di investire tempo e denaro in una opportunità o no e soprattutto, come si può ottenere **il SI! decisivo**, si impara e si pratica nel programma di implementazione Sales4Good in cui lavorate sui casi vostri concreti di vendita o acquisizione.

Ogni caso di acquisizione è individuale e non c'è una ricetta segreta che si possa inserire in un eBook, ma c'è il suddetto, provato, approccio sistematico, come ottenere più velocemente, più efficiente e sicuro per l'obiettivo e quindi può scalare il vostro business sociale sostenibile. Potete saperne di più su www.sales4good.org.

Qui nell'eBook, invece, ci sono gli errori più importanti che si dovrebbero generalmente evitare quando si fa vendita etica e ci sono consigli utili per il Vostro processo di Sales4Good che abbia esiti positivi per tutti!

**I 10 PIÙ GRANDI ERRORI
NELLA VENDITA ETICA
O NELL'ACQUISIZIONE DI PARTNER,
INVESTITORI O DEGLI SPONSOR
DELLA TUA BUONA CAUSA**

01**INONDARE DI INFORMAZIONI**

Se parli troppo, rischi di perdere l'altra persona o subito (la sua pazienza) o più tardi durante il processo (a causa di una mancanza di comprensione). Meglio: fai domande aperte e ascolta attentamente le risposte!

06**SPARLARE**

Non etico. Non parlare mai negativamente degli altri, parla sempre positivamente dei benefici e dei vantaggi che tu stesso puoi portare all'altra persona. Parla bene di te stesso. Non hai bisogno di sminuire l'altro.

02**DESINTERESSE**

Se non ti interessi alla tua controparte e se non ascolti attivamente, non scoprirai cosa muove l'altra persona e cosa vuole tra le righe. Così non riuscirai a trovare l'argomentazione adatta. Inoltre, questo è irrispettoso.

07**PARLARE DI SOLDI TROPPO PRESTO**

Ci sono solo due fasi in cui il denaro (prezzo, investimento) conta: All'inizio e alla fine del processo di acquisizione. Nel mezzo, è poco interessante, o persino controproducente!

03**CECITÀ**

Anche se a volte solo per entusiasmo per la propria causa - i segnali importanti della controparte spesso non vengono riconosciuti. Questo è antipatico, irrispettoso e di solito viene punito.

08**INSEGNARE**

Non importa quanto bene o quanto meglio conosci la tua controparte - nessuno supporta i sapientoni, nessuno vuole essere educato da altri adulti, tanto meno in pubblico o da uno sconosciuto.

04**PAURA**

La paura del primo contatto è diffusa, ma molto più seria e costosa è la paura della domanda di chiusura! Questo costa un sacco di tempo (e quindi soldi = costi di opportunità!).

09**OVERSELLING**

Per entusiasmo, spesso rischi di trascurare i segnali della tua controparte ormai convinta e invece continui a promuovere la tua offerta. Questo appare come invadente e sgradevole.

05**MANIPOLARE**

Pressione di tempo artificiale, scarsità artificiale, prezzi allettanti, tattiche "del salame": tutti principi di manipolazione non etici che non solo sono inaccettabili nell'acquisizione per la buona causa, ma anche insostenibili al lungo termine.

10**CREARE ASPETTATIVE SBAGLIATE**

Mancanza o scarsa gestione delle aspettative: la creazione di aspettative sbagliate è controproducente per una relazione sostenibile e si ripercuote anche sui futuri progetti di acquisizione.

Chi non pensa all'agente assicurativo o al venditore di aspirapolvere porta a porta quando sente le parole vendita? La cattiva reputazione non è casuale: molti (cattivi) venditori pensano che basti parlare del loro prodotto in dettaglio per convincere l'altra persona e che sia sufficiente conoscere bene il proprio prodotto, il prezzo e offrire sconti.

Questo è sbagliato!

I buoni venditori di un'idea, un prodotto, un servizio, un progetto o una soluzione ascoltano prima e fanno molte domande aperte che non si possono rispondere con Sì o No.

Gli imprenditori sociali che sono bravi ad acquisire organizzazioni clienti, partner, investitori o sponsor, e che riescono ad ottenere impegni a livello politico, capiscono prima di tutto gli interessi, i bisogni, i dolori, le speranze e le paure di coloro con cui vogliono negoziare e li incorporano nel proprio processo di acquisizione rispondendovi attivamente.

Molti degli errori elencati sopra (errori 1,2,3,5,8) sono basati sul disprezzo per la persona che si sta cercando di conquistare.

L'interesse onesto per l'altra persona è il motto qui!

La cattiva notizia: se non vi piacciono le persone, farete sempre fatica nel processo di acquisizione e probabilmente non avrete successo. Ma per fortuna, nell'ambiente del social business di solito puoi trovare abbastanza fondatori e compagni di squadra che sono sinceramente interessati ad altre persone ed i loro bisogni.

La buona notizia: tutto il resto può essere imparato!

Questo include evitare gli errori 4,6,7, 9 e 10.

**10 CONSIGLI CHE
DOVRESTI PRENDERE A CUORE
DURANTE L'ACQUISIZIONE
PER LA TUA BUONA CAUSA
(OPPURE LA TUA SALES4GOOD)**

01**PREPARAZIONE**

La preparazione è l'80% del successo. Preparati sempre bene per appuntamenti, telefonate, conversazioni, presentazioni e negoziazioni. È anche segno del tuo rispetto per la persona con cui parlerai!

06**CONOSCERE CHI CONTA**

Scopri presto chi è coinvolto nel processo decisionale, chi è stato l'iniziatore originale e chi firmerà alla fine. Comprendi i loro interessi e i loro moventi e tienine conto nella tua argomentazione.

02**FARE DOMANDE**

Chi chiede conduce! Le domande aperte aprono la conversazione e la tua controparte, arrivi a sapere cosa è importante per il tuo messaggio. Le domande chiuse ti portano invece chiarezza: Sì o No!?

07**CHIUDI IL PIÙ PRESTO**

Concludere un accordo o un contratto il prima possibile, anche se devi fare un taglio o rinunciare a qualcosa. Altrimenti, rischi che non si chiuda mai!

03**APPREZZARE**

Apprezzare la tua controparte (onestamente e autenticamente), dare incoraggiamento, sottolineare le opportunità - tutto questo contribuisce al legame e non fa sudare, vero?

08**IL CLIENTE È IL RE**

Vecchio proverbio, tradotto nei tempi di oggi: solo se i tuoi partner o clienti commerciali si sentono rispettati e apprezzati, diranno SÌ e resteranno con te. I loro desideri sono le tue opportunità di business e di impatto!

04**ASCOLTO ATTIVO**

Conosci la tecnica dell'ascolto attivo e sapevi che questo è il metodo migliore per evitare incomprensioni? È meglio ripetere con le tue parole quello che hai sentito oppure fare domande se hai dei dubbi, che rischiare malintesi.

09**LASCIA PASSARE IL NEGATIVO**

Quando sorgono dei conflitti, rimani sempre positivo. Ascolta ciò di cui l'altro ha da lamentarsi, abbi (e mostra!) comprensione, non giustificarti, non guardare indietro, ma guarda costruttivamente al futuro assieme all'altro.

05**PORTARE VALORE**

Porta un valore aggiunto alla tua controparte. Aiuta, supporta, gratuitamente e disinteressatamente, professionalmente e personalmente. Ogni volta.

10**FEEDBACK**

Considera il feedback aperto e onesto come un dono e chiedilo attivamente. Ascolta con l'orecchio giusto.

Avvicinarsi all'altra persona, interessarsi a lei, rispondere ai suoi bisogni, accettarla e apprezzarla, essere utile e aiutarla.

Questo riassume la maggior parte dei 10 consigli più importanti.

Tuttavia, a questo punto vorrei segnalare singoli punti, per esempio il punto **PREPARAZIONE**. La gente spesso mi chiede consigli su come approcciare un potenziale cliente, partner o investitore per la prima volta. Sia in un evento che al telefono - il segreto qui sta in un mix di buona preparazione (80%) e di eloquenza spontanea (ma questo non è da tutti), che può essere compensato con l'esperienza (= pratica, pratica, pratica!).

Per prepararsi al primo colloquio, c'è una checklist nel [programma di implementazione di Sales4Good](#) e la pratichiamo lì come parte delle sessioni di coaching di gruppo. Una buona preparazione agli appuntamenti include sempre la preparazione per l'organizzazione e le persone che incontreremo, e non soltanto la preparazione della propria presentazione.

È anche importante conoscere i **DECISION** Maker, sin dall'inizio delle vostre conversazioni. Altrimenti si rischia di non prendere in considerazione gli interessi del/degli effettivo/i decisore/i per settimane o addirittura mesi. Il che può rivelarsi fatale alla fine. Allora avete perso tempo e nel peggiore dei casi anche denaro. Tempo che avrebbe potuto essere dedicato ad altri progetti di acquisizione. Ecco perché è così importante fare la "domanda di chiusura" al momento giusto: Lavoreremo assieme? Oppure: Cosa manca ancora nel vostro processo decisionale per firmare il contratto?

Infine, qualche parola sul consiglio di **CHIUDERE** il più presto possibile. Chiunque abbia a che fare con le organizzazioni sa che di solito c'è molto movimento in esse: Le persone vanno e vengono, ottengono nuovi ruoli o compiti, le priorità e i budget vengono spostati, le specificazioni vengono cambiate. Più si ritarda una decisione, più alto è il rischio che coloro che sono già convinti della vostra proposta non siano più nello stesso ruolo o abbiano altre priorità. Non voglio spaventarvi, ma la probabilità è del 10% dopo 3 mesi, del 30% dopo 9 mesi e del 50% dopo un anno, soprattutto nelle grandi organizzazioni! Il tempo gioca quasi sempre contro di voi. Quindi: meglio mettere il piede nella porta con un contratto più piccolo che aspettare quello grande!

Speriamo che questo piccolo eBook possa aiutarvi un po'.

Può essere solo un suggerimento per la riflessione sul vostro attuale processo di acquisizione, forse anche un promemoria per l'osservazione e la messa in atto delle vostre prossime riunioni di vendita o acquisizione.

Sul sito <http://www.sales4good.org> ci sono ulteriori suggerimenti, liste di controllo da scaricare, articoli, workshop online, pacchetti di coaching, modelli e molto altro per la tua acquisizione di successo di clienti, partner, investitori, finanziatori.

Inoltre, ci sono offerte per un aiuto rapido e il mio [programma di implementazione Sales4Good](#), che è appositamente progettato per il business sociale e d'impatto, in cui si lavora su diversi progetti concreti vostri di acquisizione o vendita. Ci sono molti esercizi e molta pratica durante le ore di coaching di gruppo incluse gratuitamente nel programma di implementazione, perché si impara di più attraverso l'esperienza e attraverso il privilegio di provare le cose in uno spazio protetto.

Ditemi: cosa avete trovato utile e cosa no? Mi piacerebbe sentire il vostro feedback sull'eBook!

Infine, vi auguro di avere successo nel Sales4Good nelle prossime settimane! La cosa migliore da fare è [scaricare la checklist Sales4Good](#)

Andrea Elisabeth Mörike

P.S. Per una [panoramica generale del tema ho registrato un video per voi](#), con le sfide degli imprenditori sociali nell'area del finanziamento attraverso vendite & acquisizioni, così come gli approcci per risolverle.