

*Ma un'idea, come ad esempio:*

Comfort  
Nutrimento più appetitoso  
Gioia del giardinaggio  
Spedizione senza danni

Aromatico ristoro e per i rivenditori maggiori utili, buon servizio, prestigio di un grande nome.

- conservazione a tempo indeterminato delle confezioni sotto vuoto.
- bellezza degli imballaggi.
- grande appoggio pubblicitario.
- costanza della produzione.
- efficienza del servizio di distribuzione.

L'idea che conviene offrire assieme a una data merce, può variare da cliente a cliente, poichè i motivi di acquisto si basano sulle caratteristiche individuali dell'uomo.

Un'automobile, per esempio, può essere per uno un investimento di capitale, per un altro una questione di prestigio, per un terzo il fascino della velocità o un mezzo sportivo, per un quarto un volume più elevato di affari ecc.

Evidentemente anche il caffè è soggetto a questa legge. Il droghiere si preoccuperà del

maggior utile, il barista della qualità e della regolarità del servizio, il negoziante periferico della durata illimitata delle confezioni sotto vuoto, ecc. ecc.

### E I RIVENDITORI ?

Un'obiezione viene molto frequentemente sollevata a questo punto da coloro che vendono a dei rivenditori (dettaglianti): « Il mio cliente compra semplicemente delle stoffe, e non un bell'aspetto, nè desidera di mettersi in mostra, perchè egli non ha l'intenzione di utilizzarla, ma di rivenderla ».

Questa obiezione è giustificata? No, non lo è, perchè il rivenditore non compera stoffe, o batterie da cucina, o generi coloniali, o apparecchi radio; egli compera l'idea del profitto che ricaverà con la vendita.

E' la sola cosa che gli interessa. Dunque, quanto maggior sforzo fa il venditore per aiutare il dettagliante, tanto meglio e tanto più facilmente eseguirà il suo lavoro.

Questa insistenza sul significato della vendita dell'idea può forse sembrare un po' noiosa, ma esaminatevi seriamente almeno una volta; mettete voi seriamente in pratica il concetto

della vendita dell'idea? Cosa dite al cliente? Qual'è il vostro argomento più decisivo? Come presentate la merce? Solo pochissimi venditori conoscono in tutto il suo significato il principio della vendita; se riuscirete a comportarvi secondo questo principio voi renderete più facile il contatto con il cliente.

### OGNUNO E' VENDITORE

Voi siete venditore e come direttore di una birreria proponete di organizzare una campagna in favore di un maggior consumo di birra. Voi vi comportate secondo i dettami di un buon venditore quando cercate di convincere vostra moglie che non può sottrarsi più a lungo ai suoi obblighi, e che deve invitare la famiglia C.

Il problema consiste sempre nel saper convincere. La capacità e il potere di persuasione sono in ogni lavoro e in ogni professione le migliori caratteristiche di successo. C'è dunque ragione di meravigliarsi se i venditori di classe hanno in generale diritto di essere soddisfatti della vita.

Riassumendo, non si vende una merce ma un'idea. Ogni venditore deve comprenderlo e agire in conseguenza.