

---

## **“LE 10 REGOLE DEL VENDITORE”**

Editore: Armenia

Maggio 2005

Prezzo di copertina: € 8,00



---

*Mario Silvano* dopo una vita passata a vendere, per diventare poi capo area e direttore vendite di una grande società, da anni si dedica alla consulenza e alla formazione, sempre nella sua specialità. Ora ha voluto racchiudere in un piccolo ma efficace libro i segreti e il distillato della sua esperienza.

“LE 10 regole del Venditore” è il titolo del manualetto di Mario Silvano che, dopo l’esperienza sul campo, da 45 anni dispensa le sue conoscenze ai giovani, grazie alla sua esperienza di consulente-formatore.

Il libro, che arriva in fondo a una ricca produzione manualistica, e che non sarà certamente nemmeno l’ultimo, ha come sottotitolo “Idee, astuzie e comportamenti da adottare per diventare un venditore irresistibili”. E c’è da crederci.

Silvano, dopo aver spese una metà del libro a parlare di culture, competenze e comportamenti, nella seconda entra nel merito delle dieci regole.

Si va dalla gestione del territorio alla programmazione, dalla visita all’approccio con il cliente, dall’analisi dei fabbisogni del cliente alla proposta della soluzione vantaggiosa, della gestione delle resistenze all’assistenza post-vendita. Sino all’autovalutazione.

Il bravo venditore è infatti capace sempre di una spietata autodiagnosi.

(Tratto dal “Corriere Lavoro” - 17 Giugno 2005)

---

## Indice

7	<b>Note sull'autore</b>
11	<b>L'inizio della mia carriera</b>
17	<b>Ringraziamenti</b>
19	<b>Le differenze professioni della vendita</b>
21	<b>Vari tipi di venditori</b>
23	<b>Cultura, competenza e comportamento - Fattori di riuscita</b>
25	<b>Le 10 capacità del venditore nella trattativa di successo</b>
27	<b>L'apprendimento dei venditori</b>
31	<b>Il segreto di Samuel Ullman - Un'ispirazione per vivere bene e vendere di più</b>
35	<b>Le tre aree del professionista della vendita</b>
37	<b>Le 10 fasi nelle 3 aree professionali</b>
	<b>Le 10 regole del venditore</b>
43	<b>La Prima Regola</b> La gestione del territorio di vendita
47	<b>La Seconda Regola</b> Programmare e organizzare gli obiettivi dell'attività di vendita
55	<b>La Terza Regola</b> Il piano della visita
59	<b>La Quarta Regola</b> L'approccio con il cliente
67	<b>La Quinta Regola</b> L'analisi dei fabbisogni del cliente
77	<b>La Sesta Regola</b> La proposta - La soluzione vantaggiosa per il cliente
85	<b>La Settima Regola</b> Obiezioni e resistenze (come rispondere)
93	<b>L'Ottava Regola</b> La conclusione della trattativa
101	<b>La Nona Regola</b> I post vendita per assistere il cliente
109	<b>La Decima Regola</b> Il monitoraggio (Misurare l'attività svolta ed i risultati ottenuti)
113	<b>Attività nuovi clienti - Rapporti di efficacia</b>
115	<b>Autovalutazione - Grafico generale di autodiagnosi</b>



116 **Autodiagnosi - Metodo 10 x 10**

117 **Per saperne di più**

119 **Bibliografia**

**PER ORDINARE LE COPIE DEI LIBRI, RIVOLGERSI DIRETTAMENTE ALLE LIBRERIE**

SI ISCRIVA ALLA [\*\*“NEWSLETTER”\*\*](#) DELLO STUDIO MARIO SILVANO