

---

**“VENDITA IN AZIONE”**

Editore: Il Sole 24 ORE

2<sup>a</sup> edizione

Prezzo di copertina: € 29,00



---

**“Oltre 200 Aziende hanno adottato in Italia  
il metodo di Mario Silvano  
per la formazione dei dirigenti e della forza vendita”**

Saper vendere significa soprattutto *saper essere* positivi e motivati, orientati al cliente e inclini a stabilire con lui una relazione duratura di reciproco vantaggio. Seguendo queste coordinate Mario Silvano ci fornisce con questo libro un vero e proprio manuale per la formazione professionale nella vendita.

Dalla definizione della nuova fisionomia professionale del venditore come *problem solver* all'analisi delle più moderne tecniche di vendite, fino ai temi del comportamento e dell'autoformazione; dalle caratteristiche del profilo professionale del venditore consulente, ai principi per una negoziazione commerciale psicologicamente ben impostata, alla risoluzione dei problemi di comunicazione e di ascolto attivo, a come resistere allo stress, a come si calcola il quoziente emozionale fino alle più moderne tecniche di programmazione neurolinguistica e di analisi transazionale.

**In questa nuova edizione:** le tecniche per il lancio di un nuovo prodotto e la simulazione del lancio, la formazione basata sull'apprendimento, la gestione del territorio, cioè come non limitarsi ai clienti attivi e scovare anche quelli potenziali, il *benchmarking*, cioè l'importanza del confronto dei risultati fra le persone che svolgono lo stesso compito.

---

## Sommario

IX	<b>Prefazione</b> <i>di Maurizio Sella</i>
XI	<b>Introduzione</b>
	<b>PARTE PRIMA</b>
	<b>IL VENDITORE-CONSULENTE</b>
3	1. Essere giovani
6	2. Il fiorire delle persone e il perfezionamento delle cose
7	3. L'università ignora la parola "vendere"
10	4. Quattro professioni in una
13	5. Test di autoanalisi
17	6. La vendita del futuro
19	7. Test di autoanalisi
23	8. Tutti vendono qualcosa
24	9. Il venditore-consulente
27	10. La domanda è: consulenza o vendita?
31	11. L'attività del venditore-consulente
36	12. Caratteristiche e profilo professionale del venditore-consulente
41	13. I vantaggi della professione del venditore-consulente
46	14. La referenza attiva
51	15. Avere un obiettivo
55	16. Test di autoanalisi: lo sviluppo personale
	<b>PARTE SECONDA</b>
	<b>IL PROCESSO DI VENDITA</b>
	<b>I. La trattativa di vendita</b>
65	1. Che tipo di venditore siete?
67	2. La negoziazione commerciale
70	3. Le tattiche di vendita
74	4. Convincere o persuadere?
81	5. Il pensiero di Aristotele per la vendita del 2000
84	6. La trattativa di successo
	<b>II. Comunicare per vendere</b>
93	7. La complessità della comunicazione
98	8. Comunicare efficacemente
	<b>III. L'approccio nel contatto</b>
105	9. L'approccio in azione
108	10. Il cliente nuovo: primo contatto
112	11. Cosa fa scattare la fiducia e la molla all'acquisto?
	<b>IV. L'intervista o l'analisi dei bisogni</b>
119	12. Risolvere i problemi dei clienti
122	13. Chi domanda, guida
127	14. La motivazione d'acquisto
133	15. Il processo verso la decisione d'acquisto
	<b>V. Dalla proposta all'accordo</b>
141	16. Il punto di vista del cliente
147	17. Arrivare alla proposta
151	18. Il servizio fa la differenza

	<b>VI. Le obiezioni</b>
159	19. Problemi e resistenze nella comunicazione
162	20. Le obiezioni del cliente e il judo mentale
	<b>VII. La conclusione della trattativa</b>
169	21. Verso la conclusione
174	22. I segnali favorevoli alla decisione
179	23. Di fronte alla decisione
	<b>VIII. Il post-vendita</b>
189	24. La trasformazione del cliente in una referenza attiva
	<b>IX. L'autovalutazione</b>
195	25. Griglia di autovalutazione

## PARTE TERZA

### COMPORAMENTO E SVILUPPO PROFESSIONALE

203	1. Dalle tecniche agli atteggiamenti e ai comportamenti
206	2. Energia psicofisica: perché porta al successo?
207	3. Il cammino del successo
212	4. I positivi vincono
216	5. Coltivare visioni positive
220	6. Il pensiero positivo
225	7. L'automotivazione positiva

## PARTE QUARTA

### SVILUPPO PROFESSIONALE E SUCCESSO

233	1. I sei pilastri dei vincenti
238	2. I sei pilastri dei vincenti (segue)
242	3. Ottimismo, successo e felicità
247	4. Anatomia del successo
251	5. Il successo è possibile
254	6. Che cos'è il successo
259	7. La pianificazione del successo
264	8. Gli ostacoli verso il successo
268	9. Alla ricerca dell'autostima
272	10. I tratti della personalità
277	11. L'assertività
283	12. Test di autodiagnosi
289	13. Il Tao e l'autoformazione del venditore-consulente

## PARTE QUINTA

### NUOVI STRUMENTI FORMATIVI PER LA VENDITA

	<b>I. L'intelligenza emotiva</b>
299	1. Intelligenza ed emozioni
305	2. Due tipi di intelligenza
311	3. Quoziente d'intelligenza e successo professionale
314	4. La matrice mentale del venditore-consulente
	<b>II. La resistenza allo stress</b>
321	5. Lo stress del venditore-consulente
326	6. Da dove viene lo stress
330	7. Gestire lo stress
	<b>III. Nuovi metodi psicologici della comunicazione</b>
339	8. La programmazione neurolinguistica
343	9. L'analisi transazionale
347	10. L'importanza dell'analisi
350	11. Le posizioni di vita
355	12. Comunicatori vincenti
360	13. Come analizzare i clienti

	<b>IV. La formazione centrata sull'individuo</b>	
369	14. La formazione è cambiamento	
375	15. I nuovi obiettivi della formazione	
378	16. Nuovi orientamenti nella formazione	
381	17. La formazione del personale di vendita basata sull'apprendimento	
388	18. La gestione del territorio di vendita	
390	19. Il metodo "Benchmarking" nel settore delle vendite	
394	20. Il metodo "Simulcom"	
398	<b>al Lettore</b>	
399	<b>Bibliografia</b>	

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

SI ISCRIVA ALLA "[NEWSLETTER](#)" DELLO STUDIO MARIO SILVANO