



# 16

## MODI PER COSTRUIRE UNA MIGLIORE RELAZIONE D’AFFARI

---

Quando stai valutando la tua lista di contatti, potresti renderti conto che ci sono alcune relazioni che sei davvero entusiasta di portare avanti. Ecco un elenco di attività da considerare se stai pensando alle azioni da fare per trasformare un buon contatto di business ad una ancora più profonda relazione. Vediamo come puoi mostrare supporto ai tuoi preziosi contatti attraverso questi semplici ma essenziali modi per rafforzare qualsiasi relazione d'affari.



**Asentiv**

# 16 MODI PER COSTRUIRE UNA MIGLIORE RELAZIONE D’AFFARI

## 1. Ricerca di Consiglio/Considerazione

Le persone amano farsi ascoltare in fatto di opinioni e consigli. Invitandoli a parlare, puoi approfondire la loro conoscenza, la loro capacità di prendere decisioni e le loro attitudini. Ricevere consigli da qualcun altro ti dà una buona ragione per contattarlo nuovamente, ringraziarlo e comunicargli le attività che stai pianificando. Questa è una buona strategia per tenere le tue fonti informate e, naturalmente, ricevere opinioni in merito.

Uno dei tuoi obiettivi è portare i membri del tuo network a capire che hai accesso ad informazioni privilegiate - che sei un insider. I consigli che dai possono portare le tue fonti potenziali a cercarti per trovare le risposte alle loro domande o sentire che stai cercando di promuovere i loro interessi. E' un'ottima strada per ricordare alle tue fonti potenziali di cosa ti occupi.

Attenzione - non chiedere a meno che tu non sia realmente interessato a sapere l'opinione dell'altra persona e rispetta l'altro in modo tale da fargli sapere se seguirai il suo consiglio o meno.

## 2. Acquistare

Uno dei modi più gentili e naturali per entrare in contatto con una fonte è comprare il suo prodotto o servizio, sia di grande che di poco valore. L'acquisto non deve necessariamente riguardare la sua prima attività - potrebbe essere un biglietto per una raccolta di fondi, un'auto usata, un computer o anche una scatola di biscotti degli Scout che frequenta suo figlio. Acquistando qualcosa da un membro del tuo network diventi uno dei suoi clienti. Come cliente sei in prima linea nella sua lista di priorità; sarà più incline a fare business con te e a darti informazioni, supporto e referenze. Questo approccio aumenta anche l'interesse della tua fonte nel conoscerti e rimanere in contatto con te.

### 3. Invitare

Puoi sviluppare il contatto con una fonte potenziale invitandolo ad un evento cui parteciperai, che organizzerai, o un evento cui sarai presente in veste di ospite, espositore, speaker o dove riceverai un premio. Invitandolo ai tuoi eventi mantieni il tuo target informato delle attività in cui sei coinvolto. Quando l'evento prevede che tu abbia l'opportunità di condividere la tua esperienza o che tu sia riconosciuto per i risultati raggiunti, l'uso di questa tattica contribuisce ad accrescere la tua credibilità e la tua immagine come professionista di successo ed esperto. Questa tattica inoltre aiuta a far conoscere le persone del tuo target ad altri nel tuo network e trasforma strette relazioni di business in amicizie.

### 4. Riconoscere

Riconoscendo alle tue fonti il merito di aver contribuito al successo della tua attività, li aiuterai ad arricchire la propria immagine e ad incrementare la loro visibilità.

Quando gli altri chiederanno alle tue fonti del riconoscimento ottenuto si arriverà a parlare della loro relazione con te o della tua attività, stimolando il passaparola tra le tue fonti. Dimostra alle persone e alle fonti che qualcuno ha fiducia in te e renderà loro più facile fidarsi di te e sostenerti.

### 5. Collaborare

La tattica della collaborazione è utilizzata per esprimere interesse nello stabilire una partnership informale con un contatto per ottenere benefici reciproci. Una delle vie migliori per ottenere l'impegno da un membro del network è quello di impegnarsi a condividere risorse e sforzi.

La collaborazione crea una risorsa affidabile e valida di informazione, supporto e referenze e ti aiuta a raggiungere i tuoi obiettivi più facilmente e velocemente.

### 6. Sponsorizzare

Lo scopo della sponsorizzazione è aiutare le tue fonti fornendo sostegno finanziario e risorse per progetti o programmi in cui loro sono coinvolti. La sponsorizzazione di un programma o di un evento ti dà l'opportunità

di lavorare con fonti e potenziali clienti per un determinato periodo di tempo. Quando sponsorizzi un evento o un'attività, di solito comunichi con molte persone attraverso mail, presentazioni personali, materiale professionale, sigle e banner. Facendo questo, guadagni in visibilità rispetto ai potenziali clienti o persone influenti nel tuo target market, persone che possono fornire supporto al business e referenze.

Altri benefit, come l'esposizione e la distribuzione del tuo materiale promozionale possono essere concordati precedentemente.

Un valore aggiunto qui è rappresentato dal fatto che la tua fonte sarà positivamente impressionata e riconoscente per il tuo finanziamento al suo progetto, alla raccolta di fondi o alla causa scelta. Questo aiuta a guadagnare fiducia, apprezzamento, simile al sentimento del Givers Gain, con la volontà di fare qualcosa in cambio per te e la tua causa. Questo ti rende ancora più visibile alla tua fonte di referenze.

## 7. Promuovere

Questa tattica è pensata per acquisire informazioni, supporto, e referenze fornendo alle tue fonti il sostegno promozionale necessario; è pensata per dimostrare loro quanto li conosci bene e quanta fiducia hai in loro; è inoltre un aiuto per costruire relazioni tra loro e gli altri membri del tuo network.

**PRENDI NOTA:** Dal momento che è un approccio di tipo indiretto non ci sono garanzie che riceverai supporto promozionale e referenze in cambio. Aiutare le tue fonti a fare business rende loro più propense ad aiutarti a fare business. Facendo sapere loro quali azioni hai fatto per loro conto, dai loro un modello per generare business per te.

## 8. Mostrare/ Distribuire Informazioni o Prodotti

Le tue fonti possono mostrare il tuo materiale marketing e i tuoi prodotti nei loro uffici o nelle loro case. Se questi materiali sono ben esposti, ad esempio su un bancone o una bacheca, gli ospiti chiederanno informazioni in merito o leggeranno le informazioni. Questo consentirà alla tua fonte di approfondire le domande. Alcuni potrebbero prendere il tuo materiale promozionale e mostrarlo in altri posti, incrementando la tua visibilità.

Le tue fonti possono anche aiutarti a distribuire il tuo materiale promozionale e le tue informazioni di marketing.

Ad esempio, una lavanderia a secco può attaccare un coupon del parrucchiere accanto ad ogni borsa che usa per coprire l'abbigliamento dei suoi clienti.

## 9. Raccogliere e Fornire Testimonianze

Questa è una tattica a due livelli. Inizialmente il suo scopo è quello di ottenere feedback e suggerimenti dai clienti o osservatori sulla loro esperienza con i tuoi prodotti e servizi. Se le informazioni ricevute sono positive, contatta le tue fonti un'altra volta per richiedere il loro coinvolgimento in alcune attività promozionali o per usare il loro feedback nelle tue campagne promozionali. L'uso di questo approccio ti aiuterà ad identificare le persone che credono davvero in te e a capire quali sono le migliori. Potrai far nascere nuove idee su come rendere le cose migliori e ad avere per iscritto le opinioni dei clienti. Questo approccio ti aiuterà a scoprire nuove opportunità e riconoscere i problemi in tempi più brevi. Cosa più importante, ti aiuterà a generare testimonianze, sostegno e referenze.

Se riesci a farlo per qualcun altro, tanto meglio!!

## 10. Dare Referenze/Segnalazioni

Il tipo di supporto che ti piacerebbe ricevere dalle tue fonti è, naturalmente, ricevere referenze, nomi e informazioni di contatto per persone specifiche che hanno bisogno del tuo prodotto o servizio. Le fonti possono anche aiutarti dando ai potenziali clienti il tuo nome e il tuo servizio. Nel momento in cui il numero delle referenze che ricevi aumenta, aumenterà anche il tuo potenziale di generare business grazie alle referenze. Ricorda che le segnalazioni sono referenze di basso livello.

## 11. Connettere/ Introdurre

La connessione è una tattica pensata per aiutare il membro di un network ad espandere il proprio network di business, le amicizie personali e le fonti. Ogni aiuto che puoi dare al membro di un network nel raggiungere il successo e soddisfazioni rafforza il tuo legame e arricchisce la tua immagine di persona piena di risorse e ben connessa. Le possibilità qui sono infinite. Pensa alla possibilità di riunire e far conoscere amanti della bici, chi ama cucinare insieme, o partecipare ad eventi sportivi.



## 12. Pubblicare Articoli

I membri di un network potrebbero essere in grado di dare informazioni su di te e la tua attività attraverso alcune pubblicazioni stampate cui sono iscritti e per le quali loro danno alcuni input o esercitano influenza.

Per esempio, una fonte che appartiene ad un'associazione che pubblica una newsletter può aiutarti a far sì che un tuo articolo venga pubblicato o convincere l'editore a scrivere una storia su di te.

## 13. Elogiarsi

Nel tessere le proprie lodi, il concetto alla base è quello di far conoscere alle tue fonti i traguardi di cui vai particolarmente orgoglioso. Se usato nel giusto modo, è un mezzo che genera interesse nella tua persona e nel tuo business. Così facendo, sono gli altri che vengono a cercarti, che ti fanno domande e che hanno la sensazione di quanto tu sia affidabile ed esperto. Usare questa strategia è utile per identificare bisogni, interessi e traguardi condivisi con le fonti di prospect. Evitando ovviamente di lodarsi come mezzo fine a se stesso, si aiuteranno gli altri a familiarizzare con i tuoi servizi e i tuoi prodotti.

## 14. Supportare volontariamente

Aiutare un membro del tuo network a raggiungere un risultato importante ti dà l'opportunità di stare in contatto con lui e trascorrere del tempo con lui. Oltre all'incontro iniziale, dovrai programmare incontri di follow up, ricevere indicazioni, ottenere la sua approvazione sulle attività e fornire report sullo stato delle attività. Più opportunità avrà di osservare la continuità del tuo impegno, più avrà fiducia in te. Ci sono due benefici in questa tattica. Quando i tuoi contributi volontari non riguardano il tuo campo di esperienza o la tua attività, stai stabilendo fiducia, affidabilità e amicizia. Quando invece il tuo aiuto proviene dal tuo campo di azione o attività, stai anche costruendo la tua credibilità di business favorendo rapporti commerciali futuri e referenze.

## 15. Nominare

I professionisti e i membri di una comunità spesso sono riconosciuti per servizi eccezionali nell'ambito della propria professione o comunità. Se avete dato tempo o materiale ad una causa nobile e utile, le vostre fonti possono nominarvi per un premio per il servizio reso. Incrementerai la tua visibilità sia per il servizio reso sia per la premiazione pubblica. Le tue fonti possono diffondere il riconoscimento che hai ottenuto per passaparola o per iscritto. Possono anche creare un premio, come "il Venditore del mese", per celebrare il tuo risultato.

## 16. Annunciare

Fornire informazioni su un evento in programma e un'opportunità aiuta a stabilire e a mantenere i contatti. Gli eventi possono essere di business o di interesse personale, a condizione che la natura dell'attività sia interessante per la il tuo pubblico. L'uso di questo approccio farà sì che il tuo pubblico ti veda come una fonte di informazioni e si rivolgerà a te con domande per altri eventi.

---



16

## MODI PER COSTRUIRE UNA MIGLIORE RELAZIONE D’AFFARI

---



Vuoi sapere come costruire relazioni d'affari che durano una vita?  
Contatta Graziella a [graziella.moschino@asentiv.com](mailto:graziella.moschino@asentiv.com)



Asentiv