

# MY MIND

A central image of a person's face with a brain visible inside, surrounded by a radial burst of light rays. The background is dark with some blurred lights. The text 'MY MIND' is at the top and 'Sei pronto a cambiare la tua vita ?' is at the bottom.

**Sei pronto a cambiare la tua vita ?**



# My Mind : Benvenuto

Versione 2.00 del 07/10/2005 Rosario Sancetta © Tutti i diritti riservati.

## **Prima di iniziare : Premessa**

Prima di iniziare a parlare di vendite, di seduzione e di tutto il materiale che ti viene fornito in questo manuale pratico, dobbiamo fare alcune premesse per meglio capire. Il linguaggio in questo manuale è molto semplice e sono stati eliminati tutte le parole difficili. La prima cosa che ho fatto con questo manuale è stata quella di eliminare tutta la teoria inutile e passare direttamente a cose pratiche, con un linguaggio ironico, che qualche volta può pure scendere nel volgare. Quindi se ti da fastidio non leggere. Se ti aspetti di trovare termini tecnici ai sbagliato libro. Se ti aspetti di imparare la psicologia che imparano all'università, continui a sbagliare strada.

Qui si imparano cose vere, pratiche e funzionanti. Ed è per questo motivo che il linguaggio deve essere chiaro, comprensibile e alla portata di tutti. Cosa che dovrebbe fare la medicina moderna, che ti chiama una pillola con un nome talmente complicato che chiunque non studi medicina, non ne capisce il significato e cosa più grave a cosa cavolo serve. E queste medicine finiscono nelle nostre case. Perché dico questo ? Non lo so, ma oramai lo scritto e non lo cancello più ;-)))

**Ricorda che prima di imparare a sedurre o a vendere, devi imparare a controllare te stesso, devi migliorarti ogni giorno sempre di più. Non puoi avere mai influenza sugli altri se non sei in grado di controllare per prima te stesso.**

## **Legenda applicata al contenuto nelle varie sezioni :**

LETTERE MAIUSCOLE = Gridare, sgridare. Esempio : A SCEMO !!! ;-)

**Colore Viola** = Parla una ragazza (Fatela parlare)

**Colore Marrone** = Parli tu con te stesso, riflessioni, saggezza

**Colore Blu** = Assolutamente da capire perché fondamentale

**Rosso** = Titolo del paragrafo o dell'argomento trattato

**Arancione** = Non lo so nemmeno io, ma forse non c'è ;-)))

**Grassetto** = Evidenzia un fattore importantissimo

☺ = Sorriso ironico

;-))) = Una forte risata

# Indice generale :

## Miglioramento Personale

<i>01 - Il Primo Passo : Ora Basta</i>	<b>3</b>
<i>02 - Io Credo in me stesso</i>	<b>4</b>
<i>03 - Ascolta e Trasmetti</i>	<b>5</b>
<i>04 - Comunicare</i>	<b>6</b>
<i>05 - Ottenere quello che si vuole</i>	<b>8</b>
<i>06 - IO voglio vivere</i>	<b>9</b>
<i>07 - Essere Decisi</i>	<b>10</b>
<i>08 - Piccoli mondi</i>	<b>11</b>
<i>09 - Diventare ricchi</i>	<b>13</b>
<i>10 - Oggi è il suo potere</i>	<b>15</b>
<i>11 - Il piacere</i>	<b>16</b>
<i>12 - Estratto conto</i>	<b>17</b>
<i>13 - I desideri</i>	<b>18</b>
<i>14 - Le Strategie</i>	<b>20</b>
<i>15 - Le azioni</i>	<b>22</b>
<i>16 - L'equilibrio</i>	<b>24</b>

## Il venditore per eccellenza

<i>Definizione delle figure</i>	<b>25</b>
<i>Rapporto di vendita</i>	<b>27</b>
<i>L'approccio</i>	<b>28</b>
<i>L'empatia</i>	<b>32</b>
<i>Le obiezioni</i>	<b>34</b>
<i>Le domande</i>	<b>35</b>
<i>Segnali di acquisto</i>	<b>38</b>
<i>Il dopo vendita</i>	<b>39</b>

## Approfondimenti

<i>Linguaggio del corpo</i>	<b>40</b>
<i>MetaFrame e Frames</i>	<b>44</b>
<i>Push - Pull</i>	<b>45</b>
<i>La nostra mente</i>	<b>47</b>

## Credits

<i>I dieci punti fondamentali di My Mind</i>	<b>47</b>
<i>Un esempio vero</i>	<b>49</b>
<i>Dove trovarci</i>	<b>50</b>
<i>Responsabilità ?</i>	<b>50</b>
<i>Conclusioni</i>	<b>51</b>

## Definizione delle figure :

In un rapporto di vendita ci sono 3 figure fondamentali. Il venditore, il cliente, il prodotto. Analizziamole tutte e 3 :

### Il venditore :

Il venditore è colui che propone il prodotto al cliente. Per un buon venditore c'è sempre un'azienda pronta ad assumerlo. Secondo una ricerca americana, in un rapporto di vendita l'85% della vendita viene fatta dal lato umano del venditore e quindi dalla simpatia che il venditore riesce a trasmettere al cliente nella fase di vendita. Solo il restante 15% viene utilizzato sulla conoscenza del prodotto. Quindi un buon venditore, può non conoscere bene un prodotto, ma venderlo comunque e viceversa, può conoscere un prodotto alla perfezione e non venderlo affatto ;-)))

Esistono 4 tipi di venditori,vediamoli nel dettaglio:(I nomi li ho inventati io)

### **Venditore AMICONE TENERONE ;-)))**

Crea un'alta empatia con il cliente al punto di diventare amici per la pelle, ma non riesce a fare molta leva. Non riesce a spingerlo ad acquistare tanto, ma solo quello che basta.

### **Venditore AVVIPARATO ;-)))**

Non crea nessuna empatia con il cliente, ma si gioca il tutto con la sua grande capacità di fare leva e di intimorire. E' il venditore chiamato "mordi e fuggi", che vende una volta e non vende più. Ottimo per vendere servizi, ma non per vendere prodotti.

### **Venditore FALLITO ;-)))**

Non sa farsi il cliente amico, quindi non crea empatia e soprattutto non sa fare leva sul cliente. CAMBIA LAVORO !!! ;-)))

### **Venditore MYMIND ;-)))**

Il venditore per eccellenza. L'amicone che sa fare leva e che sa concludere. Quindi crea empatia e preme sul cliente.

Tranne per il venditore FALLITO, gli altri 3 hanno una cosa in comune. Il loro orgoglio. Più forte è l'orgoglio del venditore, più forte è la leva che il venditore può fare.

### Il cliente :

Il cliente è la seconda figura che interagirà con il venditore. Egli comprerà il prodotto, se la transazione andrà a buon fine ;-)))

Ma cosa cerca ?

Cerca di soddisfare un bisogno personale che può essere un profitto economico (rivenditore), oppure cerca un bisogno emotivo (soddisfare un bisogno personale). Maggiore è l'empatia che si riesce a creare con il cliente e maggiore saranno le informazioni che riusciamo a raccogliere per meglio soddisfare i suoi bisogni.

### **Il prodotto :**

In qualsiasi prodotto esistono solo 3 cose fondamentali, generiche, ma nello stesso tempo specifiche per ogni prodotto o articolo. Quali sono ?  
CVB ovvero CARATTERISTICHE, VANTAGGI, BISOGNI.

**CARATTERISTICHE** : Sono le caratteristiche tecniche che ogni prodotto ha. Per esempio si trovano nel manuale d'istruzione.

**VANTAGGI** : I vantaggi sono oggettivi, quindi un prodotto che rispecchia un vantaggio e un vantaggio per tutti quanti. Una macchina Diesel, potrebbe essere un vantaggio economico per tutti.

**BISOGNI** : I bisogni invece vanno a soddisfare solo ed esclusivamente i nostri vantaggi personali. Quindi restando sull'esempio dell'auto diesel, potrebbe essere un vantaggio economico per tutti, ma per esempio, non per me che non faccio molto uso dell'auto. O viceversa. In ogni caso, rispecchia un mio bisogno personale.

Bene, si parte. Analizzeremo le 5 tappe fondamentali per meglio capire. Tratteremo ogni punto nel dettaglio portando situazioni pratiche e soprattutto reali ai fini di capire bene il concetto fondamentale che si crea in ogni rapporto di vendita e di seduzione in generale. Quindi dicevamo :

## **Dato un rapporto di vendita o di seduzione, le tappe fondamentali sono 5:**

### **L' approccio :**

La fase di abbordaggio del cliente o della ragazza

### **L'empatia :**

Creare un rapporto alla pari, siamo gli stessi 😊

### **Il superamento delle obiezioni :**

Il cliente o la ragazza hanno i loro dubbi e quindi le loro obiezioni

### **I segnali di disponibilità :**

Il cliente o la ragazza in questione indicano disponibilità o chiusura al rapporto

### **Il dopo Vendita :**

La fase è molto importante in quanto indica al cliente o alla ragazza di avere fatto un'ottima scelta. Diventano il nostro cartellone pubblicitario. Dopo vediamo.

## **Fase 1 : L'approccio**

Qual'è il metodo migliore da utilizzare per un approccio efficace ?

Innanzitutto a questo quesito possiamo subito dire che non si può dare per certa una qualsiasi risposta, perché l'approccio è una fase dove entrano in gioco diverse variabili influenzate soprattutto dall'ambiente. Quindi dovremmo applicare un metodo diverso per ogni situazione diversa. Ma visto il gran numero di situazioni e di variabili che entrano in gioco, ho creato un semplice metodo standard che in linea generale si adatta (e dico si adatta) a tutte o quasi, le circostanze.

Bisogna auto installarsi (Vedi PNL) questo frame mentale :

- 1) Essere sempre ben vestiti
- 2) Essere sempre sorridenti,gentili e disponibili
- 3) Non essere mai aggressivi
- 4) Non far mai trapelare il proprio desiderio di vendere o di sedurre
- 5) Far parlare l'interlocutore
- 6) Fingere un interesse profondo per i suoi discorsi
- 7) Fare sempre complimenti alle signore
- 8) Fare sempre apprezzamenti sulla virilità dei signori
- 9) Mostrare una profonda simpatia per il cliente
- 10) Mostrare Entusiasmo

Prima di continuare specifichiamo cos'è un frame, anche se sarebbe opportuno fare degli approfondimenti sul campo della PNL. Un frame non è altro che, la direzione dei pensieri e delle azioni durante l'interazione tra due o più persone. Specifichiamo meglio :

In un rapporto di comunicazione tra due o più persone, vengono espresse idee, pensieri, emozioni ed azioni. Queste cose messe insieme vengono definiti FRAME.

Una persona che utilizza un FRAME per esempio sulla sicurezza di sé stesso, esprime con atteggiamenti non verbali, ma anche con pensieri e parole, la sua sicurezza interiore. In una comunicazione ognuno esprime quindi un proprio frame. Ogni individuo comunque non esprime un solo frame, ma più frame e quindi la definizione diventa Metaframe. I metaframe non sono altro che il raggruppamento di tanti frame. Infatti il nostro atteggiamento e i nostri pensieri cambiano con il variare di ogni discorso e di volta in volta assumiamo atteggiamenti e definizioni diverse. Quindi per i frame possiamo dire che variano con il variare dei discorsi che si stanno affrontando. Posso essere sicuro su una data cosa, ma perdere sicurezza se si cambia discorso e si va a finire su un campo del tutto nuovo per me.

Esempio :

Un venditore conosce da cima a fondo i suoi prodotti. E' preparatissimo. Questo in lui installa un frame sulla sicurezza, quindi "SICUREZZA DI SE'". Dopo la vendita il suo cliente lo intrattiene parlando di calcio. Il nostro venditore non sa un tubo di calcio e non sa cosa rispondere, quindi si installa immediatamente in lui un frame di "disagio o insicurezza". Vedete come cambiano i frame ? L'insieme quindi di frame e di conseguenza di

comportamenti che il nostro venditore assume, vengono chiamati Metaframe. Anche se il nostro venditore è così agile da riportare a se la comunicazione in un campo molto più sicuro. ☺

Quindi dicevamo, che ho creato una metodologia standard che si adatta perfettamente a qualsiasi situazione. Chi esegue il frame, controlla la comunicazione.

Continuiamo:

### **1) Essere sempre ben vestiti**

Non credo ci sia nulla da chiarire su questo punto. Essere ben vestiti non è sinonimo di vestirsi eleganti con giacca e cravatta, anche se sarebbe opportuno farlo. Essere ben vestiti significa usare abiti puliti e profumati che si adattano perfettamente alla nostra personalità e al nostro fisico, quindi ci fanno stare e ci fanno sentire bene agli occhi degli altri. Questo crea una maggiore sicurezza su noi stessi e nel modo in cui ci muoviamo. Moltissime volte ho visto amici miei spendere un sacco di soldi in abiti firmati e poi fare la figura dei buzzurri. Questo perché ? Perché il look scelto e sicuramente di qualità, ma non idoneo al fisico della persona che lo indossa. Quindi trovare uno stile che non sia proprio classico, ma che non sia proprio sportivo. Trovare uno stile tutto nostro che ci calza a pennello ☺

Lo stesso vale per i capelli o per la barba. Non importa se siano lunghi o corti, l'importante è che siano ben curati e che non ci creino disagi.

### **2) Essere sempre sorridenti,gentili e disponibili**

Tu che ne dici ?

Sei mai entrato in un negozio e vedere il negoziante incazzato nero ? ;-))) o poco disponibile ? A me personalmente è successo qualche volta e per ripicca non ho acquistato nulla, uscendo dal negozio con un senso di disagio e soprattutto di rabbia ;-(

Quindi dobbiamo essere gentili e disponibili con gli altri utilizzando un'arma infallibile, questa è il sorriso. Il sorriso ;-))) apre qualsiasi porta. Anche le persone più antipatiche o più pericolose abbassano in loro livello di guardia d'innanzi un sorriso sincero. E' un'arma infallibile. Per quanto riguarda essere disponibili e gentili, non significa cadere nel frame del cliente e farci pilotare dai suoi desideri. Significa semplicemente che per le cose giuste e per le cose che sono di nostra competenza, siamo disponibili e senza problemi.

### **3) Non essere mai aggressivi**

Lo so, si incontrano tantissime persone oggi giorno e capitano pure gli stronzi e i bastardi tra queste. Verrebbe voglia di farli girare da dietro la scrivania o il bancone e iniziare a prenderle a botte ☺ Lo possiamo fare, ma dobbiamo poi pagarne tutte le conseguenze. E fidati che per gli stronzi non ne vale la pena. Anzi questo manuale è proprio fatto in maniera pratica e quindi è molto sleale. Ma ricordati di accettare sempre questa cosa. Le persone sono là per fregarti, quindi impegnati a fregare loro. Non credere a

valori infondati, come per esempio essere onesti con persone, che mentre gli fai questa predica, stanno pensando mentalmente il modo migliore per prosciugarti il portafoglio. E' banale ?

Non lo è affatto. Quindi non bisogna essere fisicamente aggressivi, perché la legge punisce l'atto di violenza fisico, ma possiamo essere ugualmente violenti a livello mentale, facendo sprofondare la persona davanti a noi in un perfetto stato di depressione ed ansia. Fidati, non è cattiveria, ma buon senso. Ovviamente applicare le metodologie spiegate più avanti solo con le persone cattive, mai con persone brave, serie o oneste. Non funziona. Non si fa del male alle persone giuste, anzi si aiutano. Ma quando ti capita tra le mani un bastardo, sforgia le armi che stai per imparare e penetra senza pietà ☺

#### **4) Non far mai trapelare il proprio desiderio di vendere o di sedurre**

Te lo detto, in giro ci sono una massa di bastardi, come ci sono pure le persone per bene. Guarda caso i bastardi sono un numero sempre maggiore è la notizia è che vanno aumentando di numero ogni giorno di più. Proprio quando fai capire ai bastardi che hai il desiderio di vendere, loro non comprano. Lo fanno apposta. C'è chi lo fa razionalmente e c'è chi lo fa inconsciamente (Più bastardo ancora!!!)

Uno dei primi principi della seduzione dice :

<< Chi è affamato non mangia, ovvero chi fa capire di avere fame, non viene sfamato ;-))) perché si vede da lontano che SBAVA !!!! >>.

#### **5) Far parlare l'interlocutore**

Far parlare il cliente o la donna che hai beccato. Questo per due semplici motivi. Il tuo scopo principale è raccogliere sempre e comunque informazioni sulle persone, e l'altro motivo è che per dominare il frame della comunicazione devi essere tu a condurre il frame stesso. Come si fa ? Lo strumento più potente sono le domande. Più avanti vedrai come utilizzarle. Ma andiamo avanti...

#### **6) Fingere un interesse profondo per i suoi discorsi**

Esatto, la definizione è corretta, FINGERE. Quando fai una domanda è inevitabile che ti venga data una risposta da parte del cliente o della donna a cui l'hai posta. Quindi per forza di cose devi ascoltare. Devi fingere un interesse profondo su quello che ti sta dicendo. Anche se sappiamo entrambi che non te ne frega niente. Ma sai pure che questa cosa fa piacere al tuo interlocutore, sai che è lì pronto ad acquistare e quindi è meglio ascoltarlo. Perché usi il termine fingere ?

Eliminiamo una volta per tutti i luoghi comuni. Fingiamo quando ascoltiamo le cose che ci dicono i nostri clienti e che non ce ne frega proprio nulla. Quindi evitiamo di dire che siamo veramente interessati a tutto quello che ci dicono. Ascoltiamo tante volte per educazione e tante altre volte perché sono nostri clienti. Quindi siamo realisti.

#### **7) Fare sempre complimenti alle signore**

Le signore e le donne in generale accettano molto facilmente i complimenti, specie se chi li fa è una persona sincera ;-))) Ho usato il termine sincero ?  
☺

Cerchiamo di essere più sinceri possibili quando facciamo un complimento, ne trarremo un sacco di vantaggi. Perché credi che la donna stia ore in bagno prima di uscire, proprio perché aspetta qualcuno che gli faccia un bel complimento.

### **8) Fare sempre apprezzamenti sulla virilità dei signori**

Stesso discorso per gli uomini. Non esagerare in questo campo. E ricorda che è meglio prima creare un buon rapporto. Continuiamo ragazzi, questo manuale è proprio reale...

### **9) Mostrare una profonda simpatia per il cliente**

Mostrare una profonda simpatia per il cliente o per la donna o la ragazza. E' importantissimo. Sai cosa succede quando mostri una vera simpatia per l'altra persona ? Che assumi il controllo di quella persona. Perché se le fai percepire che ti stà molto simpatica, inizia a diventarlo davvero per mostrarsi ai tuoi occhi simpatica e continuare ad ottenere quella tua particolare attenzione. Prova, giuro che è così. Vai in una e mostrale che ti sta simpatica perché è divertente. Mostrati davvero interessato a questa sua dote, bastardamente faglielo notare, anche se sai che quella è una stronza a sangue freddo che non ride mai ;-)))

A questo punto lei entra nel tuo frame ed inizierà a rendersi sempre più divertente. Finisce così di essere divertentissima per apparirlo davvero ai tuoi occhi ☺

### **10) Mostrare Entusiasmo**

In realtà l'entusiasmo dovrebbe essere la prima regola fondamentale per ogni venditore. Io lo messa alla decima posizione per un semplice motivo. Di solito stiamo molto attenti al primo nome di una lista e all'ultimo, ricordando poco quello che ci sta nel mezzo ;-)))

L'entusiasmo è quella cosa che devi avere quando vuoi trasmettere una cosa. Questa parola ha un grande potere, non sottovalutarlo mai.

E fino qui abbiamo parlato di approccio e di tutte le cose che devi installare nel tuo frame per rispecchiare fedelmente i nove punti in questione. So che significa diventare dei bastardi, ma che ti frega ? Pensi che le cose te li cachino dal cielo e tu con la bocca aperta le prendi al volo ? Non è così amico mio, i tempi sono duri e per un pezzo di pane devi lottare, ma se vuoi lottare devi pure vincere. Non è importante partecipare, ma vincere !!!

Credi a quel coglione che ha detto l'esatto contrario ?

Perché partecipi ad una gara, sii sincero, per partecipare o per vincere ? Ma finiamola con questi discorsi ridicoli. Fai ad un atleta la seguente domanda, prima di compiere una sua prestazione : << Speri di vincere ? >>. La sua risposta : << Ho lavorato molto per arrivare fino qui e penso di meritare la vittoria >>. Ti dirà così. Poi dopo la prestazione se ha vinto ti dirà :

<< Sapevo di vincere questa gara perché mi sono impegnato anima e corpo per raggiungere questo MAGICO RISULTATO >>.

Se ha perso ti dirà : << Bè mi sono impegnato, ma forse non abbastanza. Comunque mi sono divertito molto >>. Divertito ? a che ? a cosa ? Ma se hai la faccia di chi vuole suicidarsi !!! ☺

Capisci ? Tutti gareggiamo per vincere, non diciamo cazzate !!!

Ma torniamo ai nostri discorsi e non perdiamoci in chiacchiere... Secondo step : L'empatia.

## **Fase 2 : L'empatia**

Cos'è l'empatia ? Dal dizionario :

empatia: **empatia**

s.

f.

in psicologia, fenomeno per cui si possono capire i sentimenti e gli stati d'animo di una persona in una determinata circostanza pur senza condividerli dal punto di vista emotivo; questa mancanza di partecipazione del sentimento la rende differente dalla simpatia est. nella critica d'arte e nella pubblicità, la capacità di un'opera artistica o di un messaggio pubblicitario di coinvolgere chi ne fruisce, facendolo quasi identificare con il messaggio trasmesso

in filosofia, presunta compenetrazione emotiva che avviene nell'ambito delle scienze umane tra il soggetto e l'oggetto della conoscenza.

Quindi entrare in empatia con il cliente o con una ragazza significa provare le sue stesse emozioni, sensazioni, umori, ma non restandone vittima di quel frame.

Creare empatia è una delle regole fondamentali per un rapporto di vendita o di seduzione, ma non necessariamente è la chiave per chiudere il contratto. Infatti quando instauriamo un rapporto empatico con un cliente, lui è pronto a fidarsi di noi, tiene bassi i suoi valori di guardia, vorrebbe magari uscire con noi a prendere un caffè, mangiare una pizza. Magari chiede una nostra opinione su un determinato argomento e così via. Ma non per questo è disposto a comprare da noi. Potrebbe anche rifiutarsi, spiegandoci da vero amico il motivo per cui non è pronto a comprare. Ti faccio un esempio. Con un mio cliente siamo come fratelli eppure l'altro giorno mi ha detto che non poteva acquistare i miei prodotti perché un'altra azienda gli aveva fatto un "fuori tutto" e che aveva comprato i miei stessi prodotti alla metà di quando li vendevo io. Ovviamente me lo ha spiegato come si fa con un amico e non come si fa con un rappresentante saltuario. Mi ha fatto vedere la fattura ☺ il nome dell'azienda che gliela venduti e tutta una serie di informazioni utili. Ma quello che voglio dirti è che tanti venditori sono convinti che creando un rapporto di empatia con il cliente, questo resta fedele a vita. Non è così. Non funziona. L'empatia è piuttosto uno strumento necessario per un rapporto di vendita. Siamo più predisposti a comprare in quel venditore che ci fa simpatia, anziché in quel venditore antipatico. Le persone che ci fanno simpatia, in psicologia sono solo 2 :

1. Quelle simili a noi

2. Quelle che sono come noi vorremmo essere ;-)))

Quindi possiamo dire che l'empatia è un'altra arma a nostra disposizione che se ben dosata (e mi riferisco alla tecnica push-pull, vedi più avanti), ci fa acquistare molti punti per arrivare al nostro obiettivo, perché rende il cliente più vulnerabile, più pronto a fidarsi, più predisposto all'acquisto.

### **Ma come si crea Empatia ? ☺**

Ma devo dirti tutto io ? No scherzo. Creare empatia è semplicissimo. Ah se avessi studiato un po' di PNL ;-)))

I metodi da potere utilizzare sono 3 :

1. Rispecchiamento
2. Linguaggio Ipnotico **CHE BRUTTA PAROLA !!!! ;-)))**
3. Metafore

### **1. Rispecchiamento**

Rispecchiare una persona significa esserne lo specchio. Muoversi come quella persona, agire come quella persona, fare le stesse cose che fa quella persona. In media io ci riesco oramai dopo i primi 30 secondi di conversazione. A livello inconscio siamo ben accettati da quella persona che ci posiziona nella sua mente, come persone simili, quindi il GIOCO E' FATTO ☺

### **2. Linguaggio ipnotico**

Si usano frasi del tipo "Ti è mai successo ?", "E mentre pensi", o domande che richiamano un alto livello di concentrazione da parte del cliente. Questa la si usa a rapporto instaurato. Entrare in una fase di conoscenza del cliente a livello molto più profondo, con domande profonde. Crea un'empatia POTENTE. Anche le posizioni non verbali devono assumere un atteggiamento cadenzato alle parole, come fa un direttore di orchestra con la sua magica bacchetta ;-)))

### **3. Metafore**

Questo strumento è quello del cantastorie, che racconta piccole ma significative storie che hanno un profondo significato nella vita. Affascinano le persone e richiamano immediatamente la parte emotiva della persona. Più avanti parleremo di un po' di psicologia e di comportamento.

Ragazzi ci ho messo tempo per imparare tutte queste cose e giuro che ci ho lasciato il cervello certe sere senza capirle, perché spiegate in maniera confusionaria e poco chiara. Io semplifico tutto ☺

Adesso mi puoi fare la seguente domanda. Ma come capire quando applicare uno di questi metodi ?

E chi ti ha detto che ne devi utilizzare uno per volta ? ☺

Utilizzali tutti e 3 durante un qualsiasi rapporto comunicativo. Che ti frega ?

Le persone utilizzano 3 canali sensoriali :

1. Visivo
2. Auditivo
3. Cinestesico (Relativo a tatto, gusto, olfatto ed emozioni)

Ma uno di questi 3 in prevalenza è maggiore rispetto agli altri due in ogni individuo. A te non interessa quale, ma utilizzandoli tutte e tre contemporaneamente li becchi tutti e 3. Quindi il **rispecchiamento** accede in prevalenza al canale visivo del tuo interlocutore, il **linguaggio ipnotico** agisce in maniera visiva/uditiva, mentre la **metafora** a livello visivo/uditivo/emozionale.

Basterebbe solo la metafora. Ma t'immagini uno che ti parla sempre a storielle. Cos'è un racconta storie o un venditore ? ;-)))

Quindi la metafora va inserita nei discorsi, quando la si può inserire per fare la differenza ☺

Passiamo alla terza fase, le obiezioni.

### **Fase 3 : Le obiezioni**

Questa è la fase che amo più di tutte, ORA però ;-))) Prima, quando ero uno scarso venditore era la fase che mi metteva in crisi, mi irrigidiva, mi faceva perdere quella poca sicurezza che avevo e che puntualmente mi faceva saltare un buon affare ;-)))

Non creare muro contro muro quando ti pongono delle obiezioni. Non ti arrabbiare, non portarti per forza ad avere ragione. Le persone non amano essere contraddette. Quindi non faresti altro che sbattere contro un muro. Usa delle carezze psicologiche. Accompagna il cliente nel tuo percorso, non spingerlo.

Si dice che in una comunicazione, siamo noi i responsabili di quello che facciamo e che diciamo. Non è mai colpa di chi ascolta, ma di chi trasmette. Quindi se per ora non vedi Rai 1, potrebbe non essere la tua antenna, ma il trasmettitore della Rai che non funziona ☺ No scherzo.

Comunque è vero. Il **risultato** che produce la nostra comunicazione è in diretta proporzioni con quello che abbiamo detto, non detto, fatto e non fatto, durante la fase comunicativa. Ok, calmo, ho fatto un gioco di parole per vedere se eri ancora attento. Ora mi spiego meglio. Sei un venditore che vuole vendere il proprio prodotto. Quindi comunichi questo al tuo cliente. Il risultato può essere :

1. Il cliente acquista
2. Il cliente non acquista

Semplicissimo. Ma per arrivare a questo risultato avrai fatto o detto qualcosa che lo ha spinto a scegliere uno dei due risultati. Quindi è vero che tu sei il responsabile della comunicazione. Perché hai trasmesso il tuo messaggio. Se quest'ultimo è comprensibile, chiaro e persuasivo, il tuo cliente acquista, altrimenti non acquista.

Una delle cose che farà il tuo cliente quando è davvero interessato ad acquistare un tuo prodotto, sarà l'obiezione. In realtà l'obiezione non è una negazione per non volere acquistare e non è una forma di rabbia del cliente verso i tuoi confronti. Non prenderla come un fatto personale se un cliente obietta su un tuo prodotto o durante la trattativa. Non c'è la con te. Non lo fa perché gli stai antipatico. Ricordati sempre che lui è lì per fare un buon affare. Quindi anche se gli stai antipatico, anche se per lui sei una testa di cazzo, basta che gli dai un prodotto buono e un prezzo buono e soprattutto non ha dubbi, fanculo l'empatia o l'antipatia, quello acquista, punto è basta ;-)))

Anche se ovviamente il fatto che gli stai antipatico, prima o poi inevitabilmente compromette tutto. Appena tu non hai più quel gran BEL PREZZO ti manda a cagare. Fidati che lo farà. Ecco perché è meglio creare l'empatia.

Dicevamo, che quando il cliente obietta si sta interessando. Una delle regole fondamentali è che quando una persona parla di un prodotto, mentalmente lo sta già acquistando. Quindi quando una persona obietta su un prodotto, si sta mentalmente interessando a quel prodotto. Un punto di forza per noi ;-)))

L'abilità sta nel fatto di superare l'obiezione e rendere il prodotto appetibile per il cliente. Ricorda che il cliente disinteressato al tuo prodotto te lo fa capire direttamente. Non usa obiezioni, ma argomenti chiusi, dove non c'è possibilità di SI. Un'obiezione invece va vissuta per questi semplici motivi :

Il cliente vuole acquistare, ma ha delle obiezioni, in quanto :

- Potrebbe non conoscere bene il prodotto
- Non può permettersi l'acquisto in quel momento (E spara panzane su altre cose)
- Potrebbe volere maggiori informazioni sui pagamenti o sulla garanzia
- Vuole prima sentire il parere di sua moglie di suo marito, ecc...
- Gli piace essere convinto (Gioco seduttivo)

Queste sono solo alcune delle cose per la quale, una persona potrebbe richiamare delle obiezioni. Quando un cliente non vuole una cosa, non obietta, chiude direttamente i ponti con una frase tipo : "Non voglio farle perdere tempo, non mi interessa proprio. PUNTO. >> :-(((  
Uno che invece obietta e quindi di conseguenza deve per forza di cose dare delle risposte, sarà ancora poco convinto, ma siamo sulla strada degli acquisti ;-)))

Lo strumento per eccellenza, per superare le obiezioni e controllare una comunicazione e i frames ad essa associata, sono le domande.

### **Uso delle domande :**

L'uso delle domande per un ottimo venditore dovrebbe essere lo strumento per eccellenza. Non preoccuparti di fare domande ai tuoi clienti, l'importante è che fai domande intelligenti e non banali. Nessuno si sognerebbe di rispondere ad una domanda banale, anche se chi la riceve risponde lo stesso per educazione. La nostra mente è abituata a porsi delle domande e

a dare delle risposte. E' un processo mentale automatico e naturale che s'innesta anche quando parliamo con noi stessi. Ecco perché ti dico che "la domanda" è lo strumento per eccellenza. Facendo domande, cosa ci guadagni ?

1 - Sei obbligato ad ascoltare la risposta ;-))) Quindi il tuo cliente s'impegna a rispondere minuziosamente alla tua domanda, mentre tu zitto zitto, ascolti ed eviti di parlare, tenendo quella tua boccaccia chiusa ;-)))  
OTTIMO !!!

2 - Rendi il tuo cliente importante. Hai presente quelli che vengono intervistati in tv, con quale serietà ☺ rispondono alle domande, anche se non ce ne frega nulla a nessuno, nemmeno al giornalista che ha fatto la domanda. Ma il suo cervello è impegnatissimo a dare una risposta che possa essere più idonea possibile alla domanda

3 - Recepisci un sacco di informazioni sul tuo cliente e sul suo modo di pensare, che bastardamente utilizzerai contro di lui alla prima occasione possibile, per mantenere sempre il controllo totale del suo frame.

4 - E' mentre il tuo cliente è impegnato a rispondere alle tue domande, l'empatia cresce e tu diventi per lui un punto di riferimento.

In realtà le domande sono la chiave di ogni comunicazione. La cosa da fare è semplice. Fare domande ed ascoltare. In verità in una comunicazione domina chi fa le domande e mai chi da le risposte ;-)))

Questo perché chi fa le domande sceglie gli argomenti e quindi canalizza l'altra persona verso il proprio argomento e quindi il proprio Frame. La cosa bella è che tutto questo avviene naturalmente. Quindi puoi portare il tuo cliente nella direzione da te prescelta, senza che lui si senta minimamente dominato. Ma tu sai che in realtà non è così, perché tu malignamente ☺ stai utilizzando i tuoi strumenti per i tuoi porci comodi. E lui che si sente importante in quell'istante e che crea empatia nei tuoi confronti, non si rende conto che tu lo stai soltanto usando. Ma che ci vuoi fare ?

Chi non sa l'arte, chiude bottega.

Quindi, vediamo come si utilizza questo potente strumento comunicativo. Le domande possono essere di 5 tipi :

- 1 - Domande Aperte
- 2 - Domande Neutre
- 3 - Domande Aperte + Neutre
- 4 - Domande Chiuse
- 5 - Domande Influenzate ;-)))

Vediamole nei dettagli. **Una domanda aperta** è una domanda che facciamo ad una persona su un argomento in generale, con il solo obiettivo di raccogliere informazioni. Quali informazioni? mentre parla per darci la risposta, possiamo vedere come ragiona, cosa dice, che grado di istruzione ha, che interessi ha. Una domanda aperta potrebbe essere: << Lei che lavoro fa? >>, oppure, << Lei che ruolo svolge in questa azienda >>, o ancora, << Dove ha imparato >>. Cose di questo tipo insomma. Quindi non ci interessa la risposta, che potrebbe essere la qualsiasi. Ci interessa invece raccogliere informazioni e studiare l'interlocutore.

**Le domande neutre** invece sono domande che in nessun modo continuano ad influenzare la comunicazione. Una classica domanda neutra è la seguente: << Che ore sono? >>, oppure, << A che ora apre la mattina? >>, o, << A che ora chiude la sera? >>. Domande che non influenzano in nessun modo la comunicazione, ma che ci fanno raccogliere utili informazioni.

**Le domande aperte+neutre** sono ancora di libero dominio tra te e il tuo cliente, ma iniziano ad indirizzare il cliente dove vuoi tu. Una domanda **AN** potrebbe essere: << Cosa ne pensi del prodotto XY? >>, oppure, << Cosa ti piacerebbe fare se quest'estate andassi a Londra? >>. Sono domande ancora aperte, ma che per forza di cose, obbligano il tuo interlocutore a darti una risposta specifica solo ed esclusivamente nell'argomento da te proposto. Quindi già con questo tipo di domanda obblighi il cliente a darti una risposta solo in quel campo richiesto dalla tua domanda...Ottimo direi ;-)))

**Le domande chiuse** invece iniziano ad essere domande manipolatrici. Perché già in qualche modo iniziano ad indirizzare ancora più insistentemente il cliente verso la direzione che tu vuoi. Una domanda chiusa potrebbe essere: << Paga contanti o con assegno? >>, oppure, << Lo compri adesso o appena ripasso? >>. Quindi sono domande alle quali si può rispondere per forza di cose solo con una risposta, non lasciando spazio ad altri argomenti. Bianco o Nero, Bene o Male, Sì o No, Chiaro o Scuro. Non possono esserci altre risposte. Sono domande secche con risposte secche.

**Le domande influenzate** hanno invece come scopo di forzare il cliente nel punto in cui noi vogliamo. << Quindi mi sta dicendo, che se troviamo un soluzione per il pagamento lei compra il mio prodotto, giusto? >>, oppure, << Allora se ho capito bene non può darmi una risposta certa, perché deve prima parlarne con sua moglie, giusto? >>. Vedi come accompagno il cliente!!! Man mano lo accompagno in questo modo, vado mentalmente influenzando le sue risposte, fino al punto che non può più uscirne e per forza di cose, cade a tappeto. Una delle più potenti tecniche di vendita, chiamata "Ad imbuto", porta il cliente dopo una serie di domande del genere a cadere in una rete, come cade una mosca in una ragnatela. Si auto imprigiona. E' potentissima questa tecnica, fidati ;-)))

Quindi tornando al discorso delle obiezioni, non dobbiamo mai dimenticarci che sono solo un desiderare maggiori chiarimenti su un prodotto o su un argomento specifico e per fare questo l'uso delle domande è indispensabile,

perché instradiamo il cervello del nostro interlocutore verso le direzioni che noi vogliamo, lo spingiamo ad entrare dove noi vogliamo e a fare quindi quello che vogliamo ☺

Ma continuiamo questo nostro percorso andando alla fase 4.

#### **Fase 4 : I segnali di acquisto**

In un rapporto di vendita è sempre il cliente a decidere quando sarà pronto ad acquistare. Questo è il momento più magico di tutta la trattativa. Qui devi cogliere l'attimo e nel momento in cui lo fai, ti sei aggiudicato il tuo TANTO AMBITO TROFEO DI CACCIA ;-)))

I segnali di disponibilità rendono il cliente inconsciamente vulnerabile. Metaforicamente parlando, lasciano dei punti aperti nella sua difesa, che tu sfrutti per sferrare un attacco potente e completo al fine di stenderlo immediatamente ;-)))

Ok, forse ho un po' esagerato, mi sono lasciato influenzare da questo mio appassionante amore per queste cose. In realtà non dobbiamo distruggere il cliente, ma dobbiamo creare con lui rapporto di lavoro. Infatti esistono due tipi di clienti per te che sei un venditore. Sono :

1 – Cliente Statico

2 – Cliente Dinamico

#### **Cliente statico rivenditore**

Classico cliente rivenditore che acquista un prodotto, solo perché qualche suo cliente entrando nel suo negozio glielo ha richiesto. Del resto è del tutto disinteressato. Se il prodotto è buono, se il prezzo è buono e se il suo margine di guadagno è buono, tutto fila liscio. Fagli capire che il tuo prodotto ha queste caratteristiche e te lo scopi alla grande ;-)))

#### **Cliente statico al dettaglio**

Un cliente che entra nel tuo negozio a dettaglio e che compra un prodotto per soddisfare un suo bisogno personale. Stessa formula di sopra, con la differenza che il margine di guadagno non è economico, ma emozionale. Soddisfa un suo capriccio.

#### **Cliente dinamico rivenditore**

Questo sì che è un buon venditore. Questo lavora con il prodotto che gli dai. Non è quindi un prodotto laterale, ma centrale per la sua attività. Si aspetta che sia un prodotto valido e che sia sempre disponibile. Lo proporrà a tutti. Le sue vendite saranno direttamente proporzionali all'impegno che assume per quel dato prodotto. Devi credermi. Un rivenditore così, ti vende un sacco di cose. Tienitelo caro un cliente così e un vero gioiello.

#### **Cliente dinamico al dettaglio**

Questo cliente entra ed esce continuamente dai negozi di suo interesse per comprare, informarsi, ricomprare, cambiare, sfasciare ☺

Insomma non sta mai fermo. E' quello che segue un prodotto per hobby. Quello che spende 500 euro in riviste per acquistare poi un telefonino da 99,00 euro scheda inclusa ;-))) Forte !!!

Se sei dietro un bancone e ti occupi di dettaglio, stringi amicizia con questo tipo, insegnalo, ti faccio vedere quanti clienti ti porta, perché soddisfi la parte sua emozionale, quella che si cura dei suoi interessi profondi. Insomma, oltre a portarti una marea di clienti, ti lascia un sacco di soldi ;-))) La passione !!! Quante cose ci fa fare !!!

Ma tornando al discorso principale che erano i segnali di disponibilità. Quando si ha un segnale di disponibilità che il cliente è pronto all'acquisto ? Nel momento in cui c'è lo fa capire dai suoi atteggiamenti e dalle sue domande. Inizia a farci domande del tipo << Ma consegnate di mattina o di pomeriggio ? >>, << Accettate assegni ? >>, << Quant'è a garanzia ? >>, << A chi altro lo ha venduto ? >>. Queste domande ti fanno intuire. Ora è il cliente a volerti instradare verso di se. Lascialo fare, fatti trasportare, dagli in mano il volante. Non preoccuparti. Fatti guidare. Sono ottimi segnali. Anche la sua postura è più inclinata verso di te, facci caso. Rispondi tranquillamente e fallo acquistare. Quando sta per acquistare, non parlare, lascialo fare. Farà tutto da solo e ti darà tutto in mano. Al massimo puoi aiutarlo se vedi che è in difficoltà, ma fallo guidare. La trattativa è andata a buon fine.

### **Fase 5 : Il dopo Vendita**

E consigliabile dopo che la vendita sia conclusa, dedicare altri 5 minuti al cliente. Immagina che uno venga da te, tu gli firmi il contratto e questo ti guarda con il sorrisino durbans 32 denti, ti stringe la mano, ti saluta e se ne va. Non dire cazzate, è sicuramente penserai "Ma com'è ? Se ne va così ? >> ☺

Dopo aver chiuso l'affare e consigliabile stare ancora. Parlare del più e del meno, purchè non si finisca a riparlare dell'affare appena fatto, potresti sbagliare e potrebbe andare tutto a puttane ☺

Portalo a pensare ad altro, interessati ancora a lui. Fa parte del tuo lavoro, non dimenticarlo mai. Cosa ci guadagni ?

1 – Il fatto che sia rimasto contento, ti darà la possibilità di vendergli altri prodotti o di fare nuovi affari

2 – Dirà ai suoi amici che fare affari con te è sensazionale. Anche se non lo dirà verbalmente ai suoi concorrenti, perché vorrà tenerti tutto per sé, il fatto che andrete a prendere il caffè al bar assieme, sarà un ottimo messaggio promozionale per la tua attività, anche agli occhi della sua concorrenza. Per questo odio quelle macchinette che mettono in ogni posto ;-)))

E con questa ultima fase, dovresti avere in tasca un mucchio di soldi ;-))) Mi raccomando, se hai scaricato questo libro da internet, senza pagare un centesimo, e sono sicuro che sei tra quelli ;-))) inviami almeno qualcosa

per il lavoro che ho fatto, ho meglio ordina questo manuale dal mio sito :  
[www.beliceweb.it](http://www.beliceweb.it)

Non fare il bastardo !!!

## **I segnali non verbali (Approfondimenti)**

***"La parola è stata data all'uomo per nascondere il suo pensiero" (Mirabeau)***

Il linguaggio non verbale è il protagonista principale di ogni comunicazione. Il 90% di una comunicazione è data dai gesti compiuti dal corpo e dal tono della voce e solo il 5% è dato dalle parole.

**NON SONO DISPONIBILI LE SPIEGAZIONI DEI GESTI IN QUESTA VERSIONE**

- **Arricciare le labbra o simulare un bacio verso se stessi :**
- **Pressione della lingua all'interno delle guance :**
- **Accarezzamento delle labbra con le dita o con il dorso della mano :**
- **Linguino**
- **Suzione del dito o di un oggetto :**
- **Accarezzarsi i capelli :**
- **Spostare il busto o il corpo in avanti :**
- **Spostare occasionalmente oggetti verso se stessi :**
- **Il soggetto tocca amichevolmente l'interlocutore :**
- **Il soggetto apre le gambe e le braccia :**
- **Sfregare con la dita la punta del naso :**
- **Spostare il corpo indietro :**
- **Spostare occasionalmente oggetti lontano dalla propria persona :**
- **Spolverare o spazzare via dagli abiti o dal tavolo polvere o briciole**
- **Raschiamento della gola :**

- **Gambe accavallate e braccia conserte :**
- **Grattamento del capo :**
- **Grattarsi o massaggiarsi la fronte**
- **Grattarsi o massaggiarsi l'occhio destro o l'angolo dello stesso :**
- **Grattarsi o massaggiarsi il lato sinistro del naso :**
- **Grattarsi o massaggiarsi il lato destro del naso :**
- **Mordicchiamento del labbro superiore :**
- **Mordicchiamento del labbro inferiore :**
- **Grattamento o massaggio dell'orecchio o della zona circostante :**
- **Giocare con la collana :**
- **Giocare con l'anello o il bracciale :**
- **Giocare con la cravatta :**
- **Alzare la punta del piede sinistro tenendo il tallone a terra :**
- **Alzare la punta del piede destro tenendo il tallone a terra :**
- **Puntare il piede destro verso una persona :**
- **Rapidi movimenti del capo :**
  
- **Toccarsi i POLSINI o il bordo della CAMICIA :**
- **Toccarsi la CRAVATTA o il bordo della GIACCA :**
- **Togliersi dall'abito PELUCCHI o capelli :**
- **Appoggiarsi gli OCCHIALI sulle labbra :**
- **Giocherellare con la PENNA :**
- **Giocherellare con la SIGARETTA accesa:**
- **Giocherellare con la FEDE al dito :**
- **Accarezzare l' OROLOGIO :**
- **Portare la mano sul cuore :**

- Parlare con le mani a preghiera :

## **I METAFRAMES E I FRAMES (Approfondimenti)**

NON SONO DISPONIBILI LE SPIEGAZIONI DEI FRAMES IN QUESTA VERSIONE

## **PUSH - PULL (Approfondimenti)**

NON SONO DISPONIBILI LE SPIEGAZIONI DEI FRAMES IN QUESTA VERSIONE

Giocare con questo tipo di emozioni può essere molto pericoloso comunque. Quindi ti invito ad utilizzare con estrema prudenza questo tipo di tecniche.

## **La nostra mente (Approfondimenti)**

Nella nostra mente esistono 2 emisferi, uno sinistro e uno destro.

**L'emisfero sinistro** è l'emisfero che controlla ed elabora in tempo reale tutte le informazioni che riceve dal mondo esterno e controlla che tutto sia efficiente nel nostro corpo. Domina il 10 per cento della nostra mente ed è di tipo razionale e logico.

**L'emisfero destro** è l'emisfero dove vengono immagazzinate tutte le nostre esperienze, i ricordi, i pensieri più nascosti. Domina il 90 per cento del nostro corpo. E' di tipo irrazionale e illogico. Lo vuoi vedere in azione ? Avvicinati ad un tuo familiare con un accendino (senza bruciarlo) e avvicina la fiamma alla sua mano. Inevitabilmente toglierà la mano con uno scatto non controllato dalla ragione. Questo sistema di sicurezza che si innesta automaticamente viene controllato dal suo emisfero destro, che ha come solo scopo la sopravvivenza dell'individuo. I comandi che vengono indotti in questa parte del cervello, per l'individuo vengono accettati dalla sua parte logica, senza opporre nessuna resistenza. Un esempio lampante ne è la pubblicità subliminale che per appunto gioca proprio con il lato destro del cervello.

Quando un individuo mente o pensa avvenimenti della sua vita, specie se questi ultimi sono significativi, porta il suo sguardo a destra. Fateci caso. Non si verifica in caso di persone mancine che lo rivolgono a sinistra.

# **I DIECI PUNTI FONDAMENTALI DI "MY MIND di Rosario Sancetta"**

## **1. Sii equilibrato :**

Nella vita la prima regola fondamentale è essere equilibrati. Nulla fa bene o male se si sa dosare nel modo giusto. Regola fondamentale.

## **2. Corretto discernimento (Comprensione) :**

Individua con chiarezza ciò che è sbagliato in te e cerca di correggerlo. Cerca poi di individuare ciò che è giusto e cerca di amplificarlo.

## **3. Obiettivo giusto (Aspirazione) :**

Decidi qual'è il tuo vero obiettivo nella vita. Non cosa ti interessa, non cosa ti piace, ma cosa vuoi realmente.

## **4. Linguaggio corretto :**

Parla in modo da farti capire dagli altri, ascoltali non come chi deve rispondere alle domande, ma come chi comprende cosa dice l'altra persona.

## **5. Condotta Giusta :**

Agisci. Sapere le cose è fondamentale e la teoria è il primo passo verso la costruzione di ogni tempio. Ma l'azione non deve limitarsi alla teoria, la si deve mettere in pratica.

## **6. Giusta vocazione :**

Il tuo tenore di vita deve essere idoneo alle tue stesse capacità economiche. Come puoi mai pretendere di possedere una Ferrari, se puoi permetterti solo un cinquecento ?

## **7. Sforzo adeguato :**

Migliorati ed impegnati a migliorare il tuo stile di vita facendo un passo per volta. Non strafare per arrivare subito all'obiettivo desiderato. Il tempio che s'innalza in un solo giorno, cade la stessa notte.

## **8. Controllo del pensiero :**

Non perdere mai il controllo del tuo pensiero e della tua mente ed evita tutto ciò che può farlo sia a livello fisico che mentale. Evita Rabbia, paura, ansie e fobie. Evita alcool e droghe.

Mia grande esperienza personale. Ho sempre immaginato di controllare l'alcool, ed è proprio quando immagini questo che l'alcool ti sta controllando. Essere controllati da questi sleali amici ti comporta solo la distruzione di tutto quello che hai creato. Famiglia, Casa, Amore, Soldi e Salute. (Praticamente tutto).

## **9. Impara a rilassarti e a vivere la tua vita in modo calmo e tranquillo :**

C'è un tempo per le avventure che fanno assolutamente bene, c'è un tempo per rilassarti e riposare che ti fa altrettanto bene.

## **10. Non dimenticare MAI le 9 regole precedenti :-)**

**" Cambia il modo di guardare le cose, e le cose che guardi cambieranno" .....Wayne Dyer**

## **Un esempio vero**

Questa è una storia vera, in quanto è successa proprio a me. Dopo il mio incidente stradale, cambiarono un sacco di cose. L'azienda che avevo creato non mi dava più stimoli, niente e nessuno mi dava stimoli. Al punto che alla fine la lasciai per vari motivi che non sto a raccontare. Da lì un periodo triste e buio nella mia vita. Passavo le giornate senza fare nulla, senza ridere, senza piangere. Insomma in uno stato vegetale. Alcune persone mi dicevano di mettermi a lavorare con i computer, mia passione da sempre e tra le altre cose, un lavoro che so fare abbastanza bene, sia a livello software che hardware. Avete visto i giochi e i programmi che faccio ? Giusto ? ;-)))

In verità provai, ma lasciai subito la cosa. I computer mi piacciono è vero, ma non posso trasformare un mio hobby in professione. Ho detto tante volte che si deve fare un lavoro che piace, e questo è vero, ma non bisogna però mettersi a fare una cosa che definiamo passatempo, in un lavoro principale. Questo perché dobbiamo in qualche modo tutelarci e tutelare le persone che stanno accanto a noi. Infatti facendo così, passi sia le tue ore lavorative che quelle in cui sei libero, sempre a dedicarti alla stessa cosa. Con quale conseguenze ?

Che non ti dedichi più ad altri argomenti, non hai più fame di conoscenza, non ti dedichi più alle persone che ti stanno vicino, alla ragazza, agli amici. Quindi attenzione.

Per questi motivi lasciai stare la professione dei computer. Per qualcuno sarà stupida questa cosa, ma io la vedo così.

Ero riuscito in poco tempo, a perdere l'azienda che avevo creato, i clienti che avevo conquistato, la ragazza amata, i miei amici e tutte le persone care che condividevano il loro cerchio con il mio. Fantastico !!! Di sicuro il premio dei "Guinness dei primati" sul campo fallimentare, non poteva, che essere, per forza di cose, SOLTANTO MIO !!! ;-))

I mesi passavano molto velocemente e tra un insuccesso ed un insuccesso maggiore, finalmente cercando disperatamente su internet, trovai un'azienda vicino al mio paese che offriva un posto di lavoro come rappresentante. T'immagini tu ?

Questa azienda si trovava a circa 15 minuti di strada da dove sono io, e io ho fatto il giro di tutta l'Italia in rete :-)))

Parlai parecchie volte con il proprietario e i colloqui si susseguirono. Insomma, questo non voleva darmi la rappresentanza. Ed in effetti non aveva torto. Io ero cresciuto con prodotti elettronici ed informatici, e proprio di alimentari non ne capivo niente. Poi finalmente si decise e mi disse :<< Va bene, ma tanto tra uno o due mesi capirai che non fa per te e te ne andrai >>. Quelle parole mi

pesarono. Era come iniziare a fare qualcosa, sapendo che non ci sarei riuscito e che non l'avrei saputa fare.

Iniziai a lavorare senza tregua, dalla mattina alla sera. E i NO che ricevevo da parte di potenziali clienti, erano diventati talmente tanti nell'arco di un mese, che il mondo ancora una volta, sembrava essersi poggiato su di me. Ma io non mollavo, non mollavo e andavano sempre avanti, a continuare a prendere i maledetti NO.

Insomma, non riuscivo a fare nulla per cambiare questa cosa. Ricordi quando scrissi il primo paragrafo dell' E.Book Cambia tutto e Vaff... ( su beliceweb.it) ? Come inizia il libro ?

"Ora basta". Non credere che le cose che scrivo non le faccia prima io. Anzi e proprio per questo che le scrivo, proprio perché sono vissute e realizzate in pratica. Quindi il mio "Ora basta", mi fece rinchiudere nella mia stanza a riflettere, su come mai tanto insuccesso.

Presi un foglio ed iniziai a realizzare quello che avevo fatto. E le cose che notai erano queste :

- 1.Mancanza di orgoglio personale, di stima e di voglia di fare.
- 2.Mancanza di entusiasmo nel fare
- 3.Strategie comunicative assolutamente non adatte al tipo di clientela

Quindi pensai tra me e me stesso, che agendo su questi punti con forza, coraggio e rabbia, tutto sarebbe cambiato e tutto avrebbe avuto senso. E così fu. Dieci giorni dopo la scelta fatta, iniziarono ad arrivare i primi risultati. Oggi ho raggiunto a distanza di 10 mesi, un quarto del percorso che mi sono prefissato. E sempre difficile, non credere. A volte mi fermo, non riesco ad andare oltre. Ma dopo aver recuperato nuove energie, punto ancora a raggiungere i miei obiettivi personali. Non so se riuscirò ad arrivare alla mia meta, ma in un modo o nell'altro sono qui, pronto ad affrontare qualsiasi percorso che la mia vita imponga, con la consapevolezza, che solo l'uomo che si ferma e l'uomo che non arriverà mai da nessuna parte.

## **Dove trovarci ?**

Siamo su [www.beliceweb.it](http://www.beliceweb.it) Email : [rosario.sancetta@virgilio.it](mailto:rosario.sancetta@virgilio.it)

## **Responsabilità ?**

Se credi che quanto descritto in questo manuale possa implicare un utilizzo da parte tua scorretto o corretto che possa nuocere o provocare danni a persone o cose, e vorresti dare delle responsabilità a me, sappi che sei sulla strada sbagliata. Prima di tutto, se non l'hai regolarmente acquistato mi spieghi come fai ad esserne in possesso e ti becchi la prima denuncia, poi sappi che non me ne frega nulla. E come vendere coltelli. Il venditore non può essere responsabile dell'uso irresponsabile che ne fa un suo cliente. Ok ? Quindi dà a te stesso la colpa delle azioni che fai e che combini.

## Conclusioni

Spero che questo manuale regolarmente acquistato (Perché tu lo hai acquistato, non sei come gli altri BASTARDI che se lo sono copiato ☺), possa esserti di aiuto nel grande libro che stai scrivendo, che è la tua vita. Infatti io vedo la mia vita come un grande libro, dove un anno rappresenta un capitolo. Ogni paragrafo di questo capitolo, contiene le cose che mi sono successe nei vari campi. Ognuno quindi scrive un proprio libro, diverso ed unico rispetto ad altri. Impegnati in quello che fai e a prescindere se utilizzare le tecniche descritte, cerca di raggiungere l'eccellenza in tutto ciò che fai. Ricordati di puntare sempre più in alto che puoi, oltre le tue possibilità e male che ti ritrovi, sarai sempre in un punto superiore di dove avresti voluto essere senza puntare in alto. Non so se ci hai capito qualcosa in quello che t'ho detto, ma ha un significato profondo. Cercalo in te.

**Per** quello che riguarda la seduzione **delle ragazze**, se sei un maschietto poco pratico ;-)) registrati su [www.beliceweb.it](http://www.beliceweb.it) come hanno già fatto 13.000 utenti. Ci sono persone valide che fanno parte del mio staff, (Sono dei seduttori che lo fanno per lavoro ☺ ) ed inizia ad interagire con loro e con me. Personalmente io utilizzo queste tecniche solo ed esclusivamente per il lavoro di vendita (la mia più grande passione) e mai per filare con le ragazze. **Ma ti do alcuni consigli pratici :**

**1 – Se cerchi la tua anima gemella, lascia stare il mondo della seduzione, cerca invece di essere te stesso, farai più strada;**

**2 – Non cercare a tutti i costi di apparire quello che non sei, ti metteresti prima o poi nei guai;**

**3 – Se ti piace davvero una ragazza, VAI !!! Prova a conoscerla e se la sua risposta sarà NO, fregatene lo stesso. Tutti i rapporti di seduzione e di vendita iniziano con un NO ;-))) e i No sono parte integrante di questo lavoro.**

**4 – Ricorda che non puoi piacere a tutte le ragazze. Ci saranno quelle che ti troveranno simpatico, altre antipatico, altre attraente e altre deficiente ;-)**

**Quindi non prendertela più di tanto.**

**5 – E come dico sempre, VIVI la tua vita al massimo !!!**

Continua su [www.beliceweb.it](http://www.beliceweb.it)

***Dedicato alla ragazza più bella del mondo che con il suo dolcissimo sguardo, mi ha ridato la vita.***

Ciao e buona crescita da Rosario Sancetta