

Rubrica E-Valuations: NEGOZIAZIONE – Strumenti e Strategie per Consulenti e Valutatori

A cura dell'Arch. Lorenzo Scaglione Socio E-Valuations n.1207

Prima di parlare: le strategie che migliorano ogni negoziazione – Step 11

Il successo negli incontri negoziali può dipendere dalla capacità del negoziatore di essere concreto, incisivo e preparato.

Molto spesso, infatti, la differenza tra un incontro che porta a risultati concreti e uno che si perde tra incertezze e divagazioni risiede proprio nella preparazione e nelle strategie operative adottate *prima* di iniziare a parlare.

Ed è proprio qui che nasce il vero valore della negoziazione: nella capacità di arrivare preparati, con obiettivi chiari, una comunicazione efficace e una strategia già impostata mentalmente.

Personalmente, anche sulla base delle numerose esperienze maturate negli anni, posso confermare che ciò che si costruisce prima dell'incontro fa realmente la differenza. E queste strategie possono essere estremamente utili anche a tutti i colleghi tecnici per migliorare l'efficacia comunicativa sia con i clienti sia nei momenti più propriamente negoziali.

1. Definire sempre l'obiettivo prima dell'incontro

Prima di ogni incontro è fondamentale prendersi qualche minuto per chiarire e scrivere, anche a mano, l'obiettivo principale della riunione.

Questo semplice passaggio aiuta a mantenere il focus e a indirizzare correttamente la comunicazione.

Un obiettivo ben definito consente infatti di strutturare meglio il discorso, evitando dispersioni di tempo e inutili divagazioni.

Accanto all'obiettivo principale è utile annotare anche due o tre concetti fondamentali di approfondimento. Per esempio:

- comprendere fino in fondo le *reali esigenze del cliente*;
- individuare le *sue problematiche specifiche*;
- capire cosa stia *realmente cercando*.

In questo caso, la strategia sarà necessariamente orientata soprattutto all'ascolto e alla formulazione di domande mirate.

Un altro obiettivo molto concreto, per noi professionisti, è la presentazione dei propri servizi.

Se si desidera proporre una consulenza o una soluzione professionale, sarà importante pianificare in anticipo i punti strategici:

- operatività;
- esperienze maturate;
- risultati raggiunti;
- obiettivi concretamente perseguibili in base alle esigenze della committenza.

Il focus dovrà quindi essere sulla chiarezza espositiva e sulla capacità di catturare l'attenzione attraverso esempi concreti, casi reali e analogie con situazioni già affrontate con successo.

Ok, ma **come metterlo in pratica**? Può essere utile scrivere l'obiettivo su un foglio o in un appunto digitale.

Ad esempio:

“Oggi voglio capire se questa azienda ha bisogno di una perizia puntuale e circoscritta o se può essere interessata a una proposta di consulenza continuativa nel tempo.”

Questo aiuta a mantenere il discorso centrato e a comprendere se l'incontro stia andando nella direzione desiderata. È altrettanto utile annotarsi anche la soluzione proposta:

“Capisco che questa problematica sia molto comune e, proprio per questo, ho sviluppato un percorso che può aiutare a risolverla in modo efficace, come già avvenuto con le società X, Y e Z, ottenendo risultati concreti.”

Questo consente di mantenere una linea comunicativa chiara, evitando dimenticanze o deviazioni inutili, e permette di gestire la conversazione con maggiore sicurezza e lucidità.

2. Preparare esempi e metafore prima di parlare

Gli esempi concreti e le metafore aiutano il cliente a visualizzare meglio i concetti e a ricordare più facilmente ciò che viene proposto. Sono strumenti molto efficaci per aumentare chiarezza, coinvolgimento e capacità persuasiva.

Prepararli in anticipo significa arrivare all'incontro con strumenti comunicativi già pronti e facilmente utilizzabili. Ecco come costruire un piccolo “database” di esempi:

- raccogliere *casi di successo collegati al settore* del cliente;
- utilizzare *metafore semplici ma efficaci*;
- collegare *concetti complessi a situazioni quotidiane*.

Per esempio, un processo articolato può essere paragonato alla costruzione di una casa o alla guida di un'automobile. Qui un esempio pratico.

Se si propone tra i propri servizi la consulenza continuativa, si può utilizzare la metafora della cura di un giardino:

“I risultati duraturi, proprio come le piante ben curate, richiedono attenzione costante e un piano ben strutturato.”

Il vantaggio è evidente: gli esempi rendono il messaggio più concreto e meno astratto, aumentando la probabilità che il cliente comprenda realmente il valore della proposta.

3. Preparare “frasi ancora” per mantenere il controllo della conversazione

Durante una conversazione è facile perdere il focus o divagare. Le cosiddette “*frasi ancora*” aiutano invece a riportare il dialogo sul tema centrale e a mantenere il controllo della conversazione, trasmettendo professionalità e chiarezza. Anche queste frasi dovrebbero essere preparate prima dell’incontro, perché rappresentano veri e propri punti di appoggio comunicativi. Alcuni esempi pratici:

- “*Mi spiego meglio...*”
- “*Il punto centrale è questo...*”
- “*Per riassumere...*”
- “*Andando dritti al punto...*”

Sono formule semplici ma estremamente utili per dare ordine al discorso e accompagnare l’interlocutore nella comprensione.

4. Prepararsi mentalmente prima di parlare

Prendere la parola durante un incontro negoziale può essere fonte di stress e tensione. Tuttavia, questa fase può anche trasformarsi in un momento di energia, crescita personale e affermazione professionale. Ogni incontro rappresenta infatti un’opportunità concreta per mostrare competenza, autenticità e passione per il proprio lavoro.

Ed è proprio questa autenticità che crea empatia e rafforza la percezione di affidabilità in chi ascolta. Preparare e ripassare i punti chiave prima dell’incontro aiuta a ridurre l’ansia ed è importante ricordare che chi siede al tavolo negoziale non cerca perfezione assoluta, ma una persona competente, credibile e autentica. Anche il linguaggio del corpo gioca un ruolo fondamentale:

- *sorriso;*
- *contatto visivo;*
- *postura aperta;*
- *tono di voce equilibrato.*

Sono tutti elementi che trasmettono sicurezza e autorevolezza.

I vantaggi operativi della preparazione negoziale

Prepararsi prima di parlare permette, di fatto, di ottenere i seguenti vantaggi concreti:

- maggiore chiarezza e focus;
- migliore gestione della conversazione e riduzione dell’ansia;
- maggiore sicurezza comunicativa e utilizzo più efficace del tempo;
- messaggi più memorabili grazie a esempi concreti;
- maggiore capacità di creare fiducia e autorevolezza.

Prepararsi “bene” significa rendere ogni incontro più efficace, riducendo il rischio di incomprensioni, ripetizioni o correzioni successive.

Qui di seguito un piccolo **Vademecum negoziale**, al quale fare riferimento per darsi un "linea":

Prima dell'incontro: *Definire obiettivi, punti chiave ed esempi pratici.*

Apertura: *Utilizzare una frase iniziale semplice, naturale ed efficace.*

Ascolto attivo: *Porre domande di approfondimento e lasciare spazio all'interlocutore.*

Presentazione della soluzione: *Esporre la proposta in modo sintetico, concreto e convincente.*

Chiusura: *Chiedere un feedback oppure concordare un prossimo passo operativo.*

Stay tuned on E-Valuations!

