

Model Service

DI
ClariVoo



Perché avere un modello di servizio?

Un modello di servizio ti permette di rendere le vendite più prevedibili, la comunicazione più chiara e il valore di ciò che offri più evidente, senza dover “convincere” ogni volta da capo.

In pratica: trasformi il tuo negozio in un’esperienza semplice, riconoscibile e memorabile

Un modello di servizio chiaro ed efficace ti permette di:

- Trasformare ogni contatto in un’opportunità reale;
- Comunicare in modo coerente e autentico la tua identità;
- Creare fiducia e relazione con i clienti;
- Guidare il cliente dall’interesse all’acquisto con naturalezza e professionalità.

Con il giusto modello smetti di rincorrere clienti e inizi a costruire un business che cresce da solo.

Il Metodo Emozionale

Un modello di vendita e accoglienza fondato sull’ascolto e sull’emozione è la chiave per differenziarsi anche nelle piccole attività.

Si tratta di un percorso semplice in quattro fasi che ti aiuta a valorizzare il tuo prodotto, comprendere davvero il cliente e guidarlo verso la scelta giusta.

1 Ascolto attivo e analisi del bisogno profondo

Ogni cliente entra nel tuo negozio con un’emozione o un’esigenza precisa! L’ascolto iniziale serve a capire perché è lì, non solo cosa vuole acquistare. Lascia che parli, racconti e si senta accolto. La prima fase non è mostrare prodotti, ma capire chi hai davanti e cosa vuole ottenere davvero. Qui si decide il 70% della vendita.

2 Proposta: da prodotto a percorso

Non proporre un prodotto, ma una consulenza sul tuo prodotto e trasforma l’interazione in un racconto. Significa costruire un filo logico tra ciò che il cliente ha espresso e ciò che gli offri. Qui trasformi “il singolo articolo” in una soluzione guidata: proponi 2-3 opzioni con logica chiara, e un passo successivo naturale.

3 Gestione delle obiezioni

L’obiezione non è mai un “no”. È una richiesta implicita di rassicurazione. Le obiezioni raramente sono “solo prezzo”: spesso sono paura di sbagliare, di spendere male, di non essere capiti. Qui il tuo lavoro è rassicurare con calma e metodo.

4 Chiusura efficace

La chiusura non è un salto nel vuoto, ma il naturale completamento del percorso. Dopo aver ascoltato il cliente e mostrato che la tua offerta è la risposta ai suoi bisogni, non devi chiedere “Vuoi acquistare?” (che apre al rifiuto), ma porre domande che presuppongano la decisione e lo accompagnino all’azione.

Perché usare un modello di servizio

Un modello di servizio ti permette di rendere la vendita più prevedibile, la comunicazione più chiara e il valore del tuo prodotto più evidente, senza dover “convincere” ogni volta da capo.

In pratica: trasformi la qualità in scelte semplici per chi compra



Benefici

- Capisci subito priorità (budget, stile, urgenza, occasione).
- Eviti proposte “a raffica” che confondono.
- Aumenti la percezione di professionalità.
- Riduci resi e ripensamenti.

Esempi pratici

- Farmacia: “Da quanto tempo? Hai già provato qualcosa? Preferisci texture leggera o più corposa?”
- Abbigliamento: “È per tutti i giorni o per un evento? Ti senti più a tuo agio comoda o più strutturata?”
- Gioielleria: “È un regalo simbolico o importante? Vuoi qualcosa di discreto o che si noti?”
- Souvenir: “Per te o da regalare? Vuoi qualcosa di tipico o più elegante?”

Benefici

- Sposti l’attenzione dal prezzo al valore.
- Aumenti scontrino medio con abbinamenti sensati.
- Rendi la scelta più semplice (meno indecisione).
- Standardizzi la vendita (funziona anche quando sei di corsa).

Esempi pratici

- Farmacia: percorso “pelle sensibile” → detergente + crema + protezione (con istruzioni d’uso).
- Abbigliamento: outfit completo → capo principale + accessorio + alternativa “più easy”.
- Gioielleria: scelta guidata → “minimal”, “romantico”, “importante” + confezione + cura/manutenzione.
- Souvenir: kit regalo → prodotto tipico + bigliettino + packaging + storia del luogo.

Le obiezioni non sono ostacoli, ma occasioni per creare fiducia.

Benefici

- Meno sconti “per chiudere”.
- Più fiducia e meno confronto con competitor.
- Più chiusure pulite e clienti soddisfatti.
- Relazione più forte (anche se non compra subito).

Esempi pratici

- “Costa troppo” → “Capisco: ti faccio vedere l’opzione più essenziale e quella che dura di più, così scegli con serenità.”
- “Ci penso” → “Certo: prima dimmi cosa ti blocca, così ti aiuto a decidere senza dubbi.”
- “Ho paura non vada bene” → “Ti propongo una soluzione ‘sicura’ + una alternativa più ‘wow’, e vediamo quale ti rappresenta di più.”

Benefici

- Meno “poi torno” e più decisioni immediate.
- Esperienza più fluida e professionale.
- Più vendite senza insistenza.
- Cliente contento perché sente controllo e chiarezza.

Esempi pratici

- “Preferisci questa versione più discreta o quella più luminosa?”
- “Vuoi che lo prepari già come regalo?”
- “Partiamo con la routine base o con quella completa?”
- “Lo proviamo con questo accessorio o con quest’altro?”

Benefici principali

- Vendi meglio senza svenderti.
- Crei clienti abituali (non acquisti occasionali).
- Riduci improvvisazione e stress.
- Aumenti valore percepito e scontrino medio.
- Costruisci fiducia (la vera leva del locale).

Esempi pratici

- Meno “ti faccio vedere un po’ di cose” e più percorsi: bisogno → 2 opzioni → scelta → extra → follow-up.
- Più margine con abbinamenti intelligenti (non “aggiunte a caso”).
- Clienti che tornano perché “qui mi capiscono e mi consigliano bene”.