

***Gianluigi Olivari***

GLI STILI COMPORTAMENTALI  
DEL PROPRIO INTERLOCUTORE

(Tratto da "[Le parole segrete della vendita](#)"  
di G. Cozzi / G. Olivari, Amazon)



Effettuando la presentazione del prodotto / servizio, in qualche modo si tenta una sintonizzazione sulla frequenza dell'interlocutore. Inconsciamente si percepisce la necessità di mettersi al passo del suo eloquio (si accelera o si rallenta il proprio a secondo di quello altrui), si tende ad utilizzare la terminologia tipica dell'altro, i gesti che effettuiamo talvolta richiamano quelli dell'interlocutore.

In questo modo, cercando di "assomigliare" all'altro, si sfrutta una nota dinamica della nostra mente, che tende a considerare con maggiore benevolenza le persone che ci somigliano (nei comportamenti, nei valori di fondo esplicitati, nelle espressioni verbali).

Questo processo, quando è svolto, avviene quasi sempre inconsciamente; pertanto i risultati che se ne ottengono sono largamente affidati al caso.

In realtà, l'agio che prova il nostro interlocutore a passare del tempo in nostra compagnia è direttamente proporzionale al grado di serenità relazionale che il nostro comportamento suscita in lui. Quando questo grado è alto l'agio è presente, quando il grado è basso, l'agio è assente.

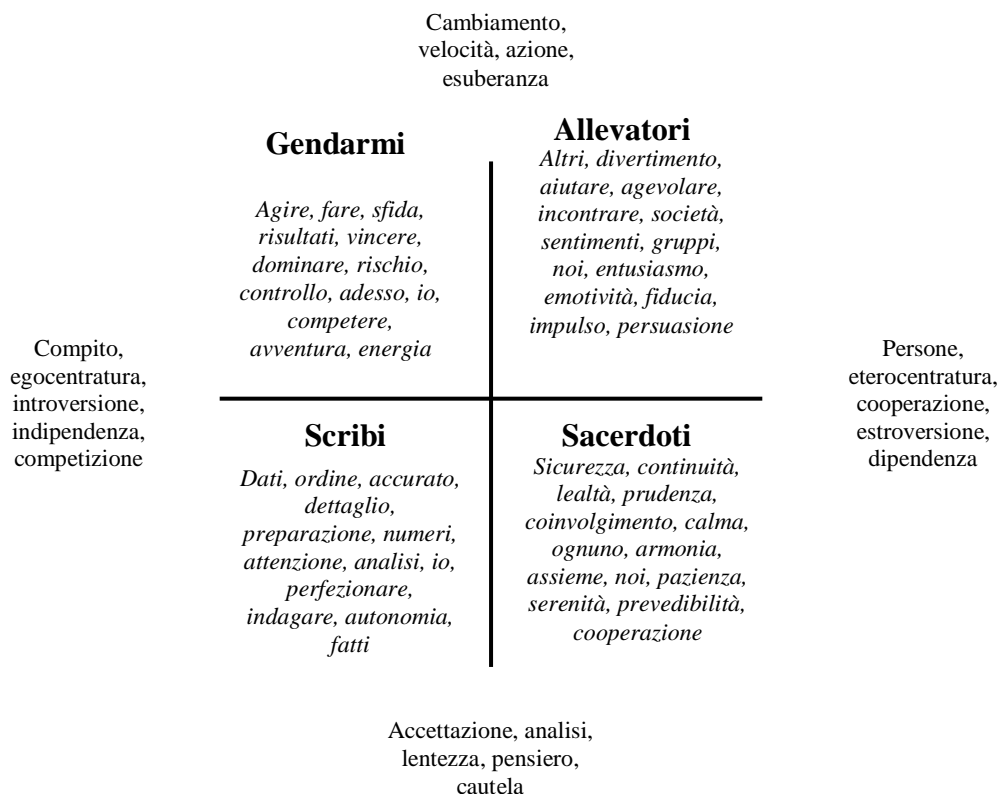
Questa attività di *avvicinamento relazionale*, se effettuata sistematicamente e seguendo alcune semplici regole, dà risultati eccellenti.

*Per te lettore, che consideri l'eccellenza nelle vendite un "must", questa tecnica sarà certamente in grado di farti effettuare un grande salto di qualità nello svolgimento del tuo lavoro.*

È noto che i clienti sono tutti diversi, tuttavia, all'interno di questa eterogeneità, esistono dei comportamenti ricorrenti che, se rilevati e convenientemente utilizzati, sono in grado di elevare in maniera decisa l'efficacia dell'azione di vendita.

Nello schema sotto evidenzio le quattro principali metodologie di elaborazione delle informazioni che le persone utilizzano, e che sfociano in altrettanti stili comportamentali. Ovviamente i comportamenti di ognuno sono composti da stili primari, secondari e da molte altre sfumature, pertanto è sicuramente riduttivo cercare di condensarli in quattro categorie soltanto. Inoltre, con l'accumularsi ed il sedimentarsi delle nostre esperienze, i nostri stili mutano nel tempo.

Tuttavia, sia pur all'interno di questa approssimazione, risulta comunque estremamente utile effettuare un'analisi, in modo da essere in grado, coscientemente, di operare un'azione di adattamento degli aspetti verbali, paraverbali e comportamentali che agiamo per interloquire con le nostre controparti, nel corso dei dialoghi di vendita.



**Fig.1 – I 4 stili comportamentali di base**

I Gendarmi e gli Allevatori hanno in comune doti di sintesi, di velocità nella presa di decisioni e nell'attività che svolgono, di energia in ciò che fanno, di propensione all'assunzione di rischi; entrambi privilegiano il *fare* al *pensare* ed hanno la tendenza a non accontentarsi di ciò che li circonda. Da qui il tentativo di cambiare l'ordine esistente, gli uni attraverso attività di *dominanza*, gli altri attraverso l'*influenzamento*.

Gli Scribi e i Sacerdoti hanno in comune una mentalità analitica, e procedono lentamente. Per loro riveste maggior importanza il *pensare* rispetto al *fare*, e prediligono la stabilità rispetto al caos.

I Gendarmi e gli Scribi condividono più interesse per sé stessi che per gli altri, e sono generalmente di poche parole (lo Scriba è spesso ancora meno loquace del Gendarme).

Gli Allevatori e i Sacerdoti hanno entrambi un atteggiamento estroverso, parlano molto (l'Allevatore di solito più del Sacerdote) ed evidenziano attenzione per gli altri.

Allevatori e Scribi non condividono praticamente nulla. Si può dire che possiedono un elevato grado di complementarità (quello che caratterizza l'uno manca all'altro). Così dicasi per Gendarmi e Sacerdoti.

Da un punto di vista di relazione, le massime difficoltà si incontrano sulle diagonali del modello, sulle quali l'interlocuzione e l'interrelazione fatica molto a trovare elementi comuni.

I comportamenti adiacenti (in alto e in basso), potendo contare su un certo numero di *somiglianze comportamentali*, fanno meno fatica, nelle prime fasi della relazione, ad andare d'accordo; quelli che si trovano sulle diagonali, non avendo nulla in comune, sperimentano il massimo grado di difficoltà a ricercare una sintonia comportamentale tra di loro, soprattutto nelle fasi di massima giovinezza del rapporto stesso. Curiosamente, se queste prime fasi vengono superate con successo (attraverso sostanziali dimostrazioni di "buona volontà" di una delle parti, che si adatta all'altra) gli individui, grazie alla grande complementarità che li contraddistingue, possono arrivare a lavorare assieme magnificamente. Ciò è particolarmente vero se entrambi si trovano a far parte dello stesso gruppo di lavoro.

Si può affermare che una parte del successo nella presentazione delle offerte dipenda, a parità di tutto il resto, dalla corrispondenza tra *linguaggio utilizzato* e *criteri di scelta* dell'interlocutore: più si usano termini che si avvicinano agli schemi comportamentali, abitudini, valori, credenze di fondo del compratore, più egli accetterà quegli argomenti e ne risulterà influenzato.

Questo succede in quanto la mente del buyer, cogliendo le *somiglianze* tra il modo di porsi del venditore ed il proprio, sarà indotta ad abbassare le barriere difensive, aumentando pertanto il proprio grado di osmosi nei confronti delle argomentazioni ascoltate.

Nella tabella a seguire, riporto alcuni degli aggettivi che maggiormente contraddistinguono ognuno dei quattro profili comportamentali, completato da alcuni termini tra quelli più frequentemente utilizzati dal profilo stesso.

**Tab. 1 / Particolarità degli stili comportamentali di base**

<b>Profilo</b>	<b>Aggettivi tipici</b>	<b>Termini spesso utilizzati</b>
Gendarme	Temerario, determinato, franco, decisore, individualista, dominante, impaziente, risoluto, innovativo, irrequieto, esigente, energico, tenace, perentorio, aggressivo, sicuro di sè, ostinato	Azione, conquista, vittoria, velocità, sintesi, a grandi linee, rapidamente, individualmente, controllo, competizione, subito, presto, invenzione, sfida, fare, sovvertire, innovazione, io
Scriba	Rispettoso, razionale, ordinato, intransigente, esitante, analitico, meticoloso, formale, cauto, accurato, schivo, introspettivo, coscienzioso	Fatti, numeri, dati, rispetto, cautela, ragionamento, comparazione, analisi, soppesare, precisione, attenzione, perfezione, autonomamente, io
Allevatore	Popolare, motivatore, vivace, affascinante, socievole, brioso, fiducioso, estroverso, esuberante, persuasivo, espansivo, comunicativo, amichevole, convincente, entusiasta	Gruppo, squadra, team, coinvolgimento, motivazione, altri, crescita, autorevolezza, assieme, tutti, condiviso, emozioni, modificare, raggiungere, ottenere, divertimento, aiuto, agevolazione, noi
Sacerdote	Prevedibile, leale, paziente, amichevole, generoso, comprensivo, equilibrato, disponibile, collaborativo, calmo, consuetudinario, sensibile, gentile	Regole, procedure, abitudini, calma, coinvolgimento, pazienza, piccoli passi, tranquillità, serenità, armonia, uguaglianza, continuità, ogni, compito, noi

**Caratteristiche dei 4 profili di base**

A questo punto è arrivato il momento di descriverti, caro lettore, una modalità che ti permetterà, in pochi secondi, di individuare la tipologia del tuo interlocutore, facilitandoti in maniera decisa sia il primo approccio, sia l'efficace gestione della relazione.

*Questa modalità ha elevato in misura notevole l'efficacia relazionale di venditori anche con notevole esperienza pratica, acquisita nel corso degli anni; sarai pertanto notevolmente interessato non solo a scoprirla nelle prossime righe, bensì a metterla in pratica, da subito, per raggiungere prestazioni eccellenti.*

Per meglio focalizzare la metodologia da utilizzare, sottolineo che esiste un aspetto che hanno in comune sia il Gendarme, sia l'Allevatore, che è l'energia che mettono nella propria attività, nel proprio modo di fare, unita spesso al desiderio di modificare l'ambiente che li circonda. Inoltre, l'Allevatore e il Sacerdote sono accomunati da un elevato grado di orientamento verso gli altri, di estroversione, che frequentemente viene espresso attraverso un eloquio copioso, fluente e variegato per quanto riguarda la terminologia utilizzata.

In pratica, si utilizzano due elementi tipici, sempre presenti nel momento in cui due persone si incontrano: la stretta di mano e la "parlantina".

Detto questo, tu lettore attento avrai già chiare le chiavi di lettura per dividere prima in due gruppi le quattro modalità comportamentali, e successivamente per individuare con sufficiente precisione il profilo predominante del tuo interlocutore.

Si tratta di un processo a due fasi che prevede, in prima battuta, la separazione tra i profili che manifestano maggior energia (Gendarmi e Allevatori) dagli altri (Scribi e Sacerdoti); successivamente si effettua l'ulteriore separazione tra Allevatori e Sacerdoti oppure tra Gendarmi e Scribi.

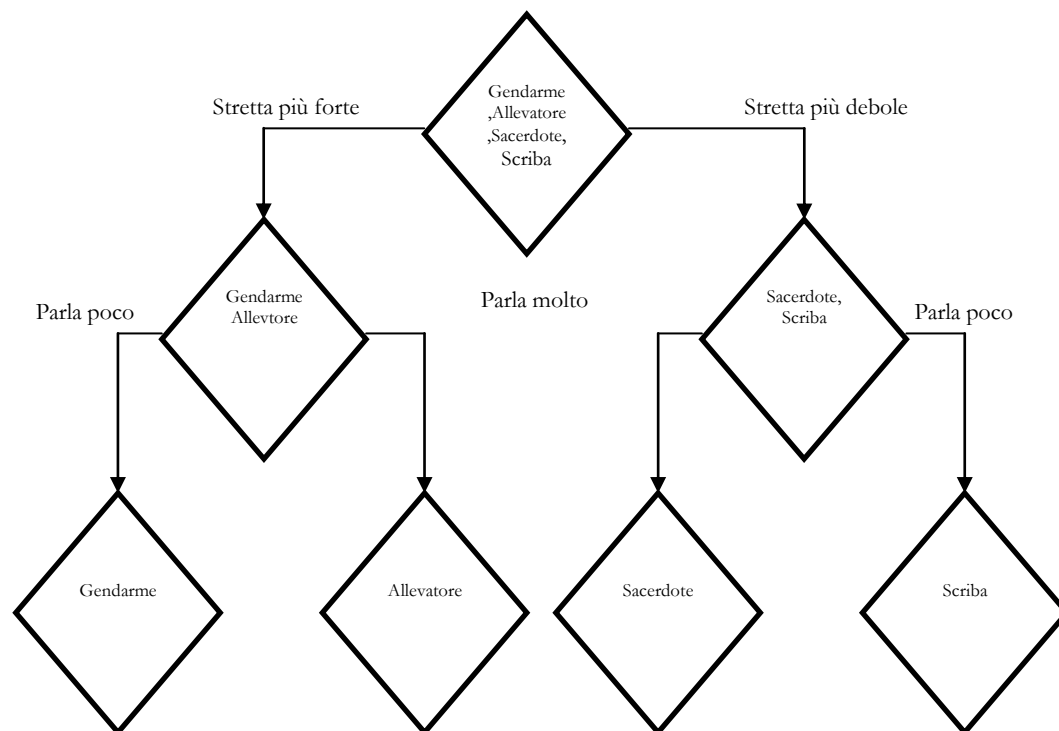
In pratica, il primo elemento da considerare è il vigore della stretta di mano: solitamente maggiore per i profili in alto (Gendarme e Allevatore) e più debole per i profili in basso (Scriba e Sacerdote). Il secondo elemento è relativo alla quantità di parole pronunciate nell'unità di tempo, generalmente più alto per Allevatori e Sacerdoti e più basso per Gendarmi e Scribi.

Quindi, incontrando il tuo interlocutore, la forza che mediamente esercita nello stringerti la mano ti fa capire, con buona approssimazione, se appartiene al gruppo in alto o a quello in basso; successivamente, il flusso di parole che utilizza per interloquire con te consente di effettuare la seconda separazione, individuando con buona approssimazione il profilo in esame. Qui sotto riporto un diagramma a blocchi per meglio esplicitare la metodologia, che usa in sequenza prima la stretta di mano e poi l'eloquio.

Gli elementi di debolezza di questa metodologia, in generale piuttosto efficace, sono rappresentati da due aspetti: quando parlo di stretta "più forte", cosa intendo? E "più forte" di quale altra stretta? Quando dico "parla molto", quanto molto? Nei corsi dal vivo impadronirsi di queste metodologie risulta molto più veloce; sulla carta la cosa necessita di maggior applicazione pratica.

In tutti i modi, questa prima analisi (l'esperienza mi dimostra che risulta comunque esatta nel 70-80% dei casi) è resa ancora più efficace da verifiche successive, legate all'approfondimento di quanto emerso.

Queste verifiche, analizzando i pattern linguistici utilizzati dal tuo interlocutore (tieni presente la tabella degli aggettivi e dei termini) sono in grado di toglierti gli ultimi dubbi su quale sia il profilo comportamentale primario della persona che stai incontrando.



**Fig. 2 - Come individuare il profilo primario dell'interlocutore**

Tieni comunque presente che, generalmente, un Gendarme è un po' più loquace di uno Scriba, e inoltre tende fortemente a dominare la conversazione, anche se non parla molto; Allevatori e Sacerdoti parlano entrambi molto, tuttavia il primo è più direttivo del secondo, e tende a suggerire "cosa si dovrebbe fare" o cosa si aspetta da te.

Questa metodologia è completata dall'autopercezione del proprio stile, effettuata come sopra: per te sarà facile renderti conto se parli molto o poco, se tendi a stringere di più o di meno la mano al tuo interlocutore.

Tale autopercezione risulta utile nel processo di adattamento allo stile dell'interlocutore.

A questo proposito, oltre all'utilizzo del linguaggio della tabella relativa agli aggettivi e ai termini, puoi fare riferimento anche alla tabella che segue.

**Tab. 2 – Adattamento allo stile predominante dell'interlocutore**

<b>SEI PREVALENTEMENTE</b>	<b>IL TUO INTERLOCUTORE È PREVALENTEMENTE</b>	<b>MANTIENI QUESTI TUOI COMPORTAMENTI</b>	<b>MODIFICA QUESTI TUOI COMPORTAMENTI</b>
<b>Gendarme</b>	<b>Allevatore</b>	Velocità, cambiamento, sintesi	Sii più cooperativo, ascolta di più, chiedi pareri, fai domande, approva
<b>Gendarme</b>	<b>Scriba</b>	Dai direttive e suggerimenti, individualizza, definisci le tue aspettative	Procedi più lentamente, usa la delega, fornisci feedback e dettaglio
<b>Gendarme</b>	<b>Sacerdote</b>	-	Procedi più lentamente, coinvolgi e ascolta di più, considera anche gli obiettivi degli interlocutori, evita le imposizioni
<b>Allevatore</b>	<b>Gendarme</b>	Sintesi, decisioni rapide, agisci	Assegna compiti individuali e sfidanti, vai subito al sodo, sii più fermo



<b>Allevatore</b>	<b>Scriba</b>	-	Organizzati meglio, sfrutta più efficientemente il tempo, presenta pro e contro, procedi con maggior lentezza
<b>Allevatore</b>	<b>Sacerdote</b>	Socializza, punta sulla cooperazione, dai supporto, sii leale	Rallenta, innova solo se necessario, sii più paziente e prevedibile
<b>Sacerdote</b>	<b>Gendarme</b>	-	Punta sulle sue qualità, sii diretto e franco, privilegia la sintesi, stimolalo con sfide impegnative, responsabilizzalo
<b>Sacerdote</b>	<b>Allevatore</b>	Coopera, socializza, punta sul gruppo e sii leale, ascolta molto	Aumenta il ritmo, prendi più decisioni, attivati maggiormente, accetta il cambiamento
<b>Sacerdote</b>	<b>Scriba</b>	Fornisci dettagli, procedi senza fretta, lascia spazio all'interlocutore	Sii diretto e chiaro, dà un franco feedback, fornisci numeri e fatti
<b>Scriba</b>	<b>Gendarme</b>	Attieniti alle disposizioni ed alle regole, rispetta i tempi, usa la logica	Vai al sodo, lascia perdere i dettagli, sii diretto, accetta maggiormente le sfide ed il cambiamento

<b>Scriba</b>	<b>Allevatore</b>	-	Sii maggiormente espansivo, collabora e ascolta di più, considera anche le esigenze dell'interlocutore, lasciati andare alle emozioni, ogni tanto
<b>Scriba</b>	<b>Sacerdote</b>	Sii rispettoso, usa la diplomazia, sii prevedibile e costante	Fai domande, coopera maggiormente, condividi le tue abilità, passa le informazioni

Come in molte cose, anche in questo processo dello scoprire lo stile comportamentale primario dell'interlocutore l'efficacia aumenta con l'esercizio. Pertanto ti consiglio fortemente di usare questa tecnica il più frequentemente possibile, con chiunque ti capiti di interloquire, colleghi, amici, parenti.

Dopo breve tempo, diventerà per te un'attività connaturata ed istintiva, e ti darà modo di adattarti allo stile dell'interlocutore, capitalizzando su una relazione forte e duratura che terrà lontano la concorrenza. Riuscirai così a raccogliere molti più successi di vendita, non importa quanto bravo tu sia già ora.

Per approfondire, puoi leggere il mio ultimo libro (["Xtreme Sales Power – Libera la tua potenza di vendita e raddoppia i tuoi guadagni"](#)).

Al tuo successo!

Sul sito di [formazione tecniche vendita](http://www.turboformazionevendita.com) Turboformazionevendita.com potrai trovare (oltre a centinaia di articoli sulle tecniche di vendita) e-book, audiocorsi, casi di studio, anche i ricchi estratti di alcuni dei miei libri, tutto scaricabile gratuitamente:

- [Cambia, adesso!](#), seconda edizione, acquistabile presso Amazon [da qui](#)
- [Le parole segrete della vendita](#), seconda edizione, acquistabile presso Amazon [da qui](#)
- [Tecniche di vendita inconse](#), scaricabile gratuitamente [da qui](#)
- [Xtreme sales power](#), seconda edizione, diventato un riferimento per i venditori italiani ([da qui puoi scaricarne liberamente un completo estratto](#)) e disponibile in versione integrale presso Amazon [da qui](#)
- [Il sales manager di successo](#), edito da Ipsosa / Wki ([da qui puoi scaricarne liberamente un completo estratto](#)) e disponibile in versione integrale presso [Amazon](#) e tutte le librerie online e specializzate tradizionali



This e-book along with the web site <http://www.turboformazionevendita.com> by [Gianluigi Olivari](#) is licensed under a [Creative Commons - Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 3.0 Unported License](#).

E' possibile (anzi, raccomandata) la riproduzione e la diffusione gratuita di questo e-book con qualsiasi modalità, a patto di lasciare inalterato il testo ed i links presenti, evitando ogni forma di vendita.

In un mondo ideale, più le informazioni circolano e meglio è per tutti. Inoltre, la sua lettura procurerà visitatori al sito [www.turboformazionevendita.com](http://www.turboformazionevendita.com), che è uno degli aspetti che mi consentono di mantenerne i contenuti gratuiti e liberamente fruibili da tutti coloro i quali ne sono interessati.