



TECNICHE DI VENDITA

COME DIFENDERSI DAI FURBI

piccola guida

contro i malintenzionati

realizzata da

Adiconsum Friuli Venezia Giulia

nell'ambito del progetto

“I cittadini consumatori

giocano in attacco”

finanziato con i fondi della L.R. 16/2004

dalla regione FVG

IL PORTA A PORTA

Le vendite porta a porta non sono una novità, ma l'attuale crisi ha aumentato il numero di quanti cercano anche con questa modalità una forma di guadagno. Di per sé questo è legittimo. In questi anni, anche con studi psicologici le tecniche presenti sul mercato si sono affinate di molto.

Ciò significa che dei due, sicuramente il consumatore è il meno preparato a gestire un rapporto con il venditore.

Certo bussare ad una porta, per vendere qualcosa non è semplice, bisogna essere tagliati. Inoltre c'è il serio rischio che pur di piazzare un prodotto non si rispettino le normative previste, o peggio si attuino vere e proprie truffe.

La gente fa bene ad essere scettica. Nonostante ciò, magari per educazione, soprattutto le persone più anziane accolgono questi venditori, magari solo per passare qualche minuto in compagnia, pur non essendo minimamente interessate al prodotto che viene loro proposto. Per questa ragione vorremmo indicare cosa tenere in considerazione nel caso si decida di ricevere tali visite.

Chi non ha ricevuto la richiesta di consulenti dell'energia, o venditori porta a porta che propongono prodotti fantastici o cambi di tariffa eccezionali?

Non è inusuale che si spaccino addirittura per dipendenti di un'azienda del gas o dell'energia elettrica.

OCCHIO ALLE TECNICHE UTILIZZATE

Lo studio del territorio

I venditori porta a porta non suonano a caso. Sanno prima se in quel determinato quartiere un prodotto può andare o meno. Prima di entrare in azione cercano di prendere più informazioni possibili, sul tipo di persone che abitano quella zona e sul tenore di vita medio.

L'Approccio

Soprattutto i venditori porta a porta (che non sono i commessi di qualche centro commerciale che possiamo incontrare spesso quando andiamo a fare la spesa) sono coscienti di avere solo un'occasione per fare una buona impressione!

Infatti i più scaltri hanno un aspetto molto curato, sono sorridenti e danno un senso di tranquillità. Bussano alla porta con sicurezza, salutano in modo educato e con voce chiara e forte, si presentano bene, hanno anche un tesserino di riconoscimento, come non accoglierli!

Quanto contano le emozioni

Anche quando decidiamo di fare un acquisto siamo comunque esseri umani e quindi conta anche la nostra parte non razionale. Questo significa che ognuno di noi, al momento di un acquisto, compie scelte dettate sì dalla ragione ma anche dalle emozioni. Se il venditore è capace di condizionarle, il gioco è fatto! Ci sono venditori che usano tecniche come la PNL*, per piazzare il loro prodotto.

L'effetto sorpresa

Confidando sul fatto che il potenziale cliente non sa che sta per entrare di fatto in una negoziazione, prediligono gli orari in cui contano che siano presenti in casa anziani soli, casalinghe i quali il più delle volte non hanno gli strumenti per controbattere. Di solito i venditori girano in due, hanno così la possibilità di darsi il cambio nella presentazione del prodotto, senza lasciare di fatto al consumatore la possibilità di ragionare.

La mancanza d' informazioni

Il potenziale cliente fino a un attimo prima impegnato nelle sue faccende di casa non è preparato a gestire un confronto non avendo informazioni adeguate sul servizio o prodotto proposto. Vale la parola per niente disinteressata del venditore. Se ad esempio il venditore scorretto tratta in energia, sicuramente chiederà la bolletta con la scusa di verificare i consumi. Il resto è un gioco da ragazzi. Basta copiare il numero del contratto e chiedere una firmetta per un eventuale preventivo, ... senza impegno naturalmente e il cliente a sua insaputa si ritrova con un altro fornitore.

Attenzione !

A partire dal 13 giugno 2014 è entrato in vigore il Dlgs n. 21 del 21 febbraio 2014 che modifica ed integra il Codice del Consumo. Vengono, infatti, individuati dei requisiti di forma specifica sia per i contratti negoziati fuori dai locali commerciali che per i contratti a distanza. Per i primi viene richiesto di fornire sia l'informativa precontrattuale che copia del contratto firmato (o la

sua conferma) su supporto cartaceo o, se il consumatore è d'accordo, su altro mezzo durevole.

Il venditore corretto deve ottemperare a precisi obblighi normativi relativi alla sua professione, dettati dalla legge 173/2005 e dal Codice del Consumo. La legge n. 173 del 2005 regola alcuni aspetti della vendita diretta a domicilio. Il Codice del Consumo definisce più approfonditamente (dall'art. 45 e seguenti) i diritti del consumatore che diventano obblighi per il venditore. Ricordiamo in particolare l'obbligo ad informare, anche per iscritto, il consumatore relativamente a termini, modalità ed eventuali condizioni per l'esercizio del diritto di recesso, che è il principale strumento di tutela del consumatore. Per i contratti a distanza il diritto di recesso si può esercitare entro **quattordici giorni** dalla data di sottoscrizione del contratto. Inoltre è previsto che il professionista fornisca o metta a disposizione del consumatore l'informativa precontrattuale "in modo appropriato al mezzo di comunicazione a distanza impiegato in un linguaggio semplice e comprensibile"; il professionista, dovrà anche inviare conferma del contratto concluso su un mezzo durevole, entro un termine ragionevole dopo la conclusione del contratto a distanza. Al più tardi al momento della consegna dei beni oppure prima che l'esecuzione del servizio abbia inizio. Nei casi in cui il contratto a distanza venga concluso per telefono, il professionista dovrà confermare l'offerta al consumatore, il quale resterà vincolato solo dopo aver firmato l'offerta o dopo averla accettata per iscritto anche con documento informatico sottoscritto con firma elettronica ai sensi dell'articolo 21 del decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82, e successive modificazioni.

Il venditore scorretto, pur di piazzare il prodotto o il servizio, potrebbe convincervi con dichiarazioni che poi sul contratto non coincidono.

Prima di firmare accertatevi della coerenza tra le informazioni ricevute dal venditore e quanto scritto sul contratto. In caso di contenzioso vale il contratto sottoscritto.

***P.N.L. (Programmazione Neuro Linguistica)**

La programmazione neurolinguistica è un modello di quel particolare mondo di magia e illusione costituito dal comportamento e dalla comunicazione umana; è lo studio delle componenti della percezione e del comportamento che rendono possibile la nostra esperienza. Con l'espressione programmazione neurolinguistica indichiamo quello che a nostro giudizio è il procedimento fondamentale usato da tutti gli esseri umani per codificare, trasferire, guidare e modificare il comportamento.

Bandler e Grinder

OCCHIO ALLE TECNICHE DI VENDITA VIA TELEFONO

Oggi senza il telefono fisso o il cellulare è difficile vivere. E' un mezzo fondamentale per mantenere un rapporto continuo con chi ci sta intorno. In questi anni c'è stata un'autentica rivoluzione che ha portato molti vantaggi per il consumatore. Si pensi solo alla rete internet. La liberalizzazione del mercato ha fatto il resto. Possiamo essere raggiunti dovunque, possiamo comunicare con il mondo intero, possiamo scegliere in qualsiasi momento di cambiare operatore o piano tariffario. Se da un lato possiamo godere di molti vantaggi, in questo mercato globale abbiamo anche qualche svantaggio a cominciare dal fatto che possiamo essere raggiunti da chiunque. Negli ultimi anni la vendita via telefono è diventata una prassi abituale. Chi non ha ricevuto offerte per mobili, materassi o semplicemente per cambiare gestore telefonico?

Una prassi diventata anche fastidiosa, con telefonate continue ed alle ore meno consone soprattutto se il consumatore non aveva nessuna voglia di essere disturbato. Non a caso anche l'Autorità per le comunicazioni è più volte intervenuta sul tema, allo scopo di regolamentare la materia.

Singoli venditori o call center organizzatissimi, spesso fuori dai confini nazionali oggi propongono i più disparati prodotti, anche se vanno per la maggiore quelli telefonici e dell'energia. Pur non avendo niente contro questa modalità dobbiamo riscontrare che è diventata molto invasiva, se non in alcuni casi addirittura truffaldina.

Il primo consiglio quindi è quello di stare molto attenti a quanto viene chiesto e a quanto viene da voi dichiarato in conversazioni di questo tipo.

TAGLIAMO LA TESTA AL TORO!

Se siamo stufi di essere importunati da questo tipo di telefonate e pensiamo che non saremo mai interessati a proposte commerciali fatte per telefono, la miglior cosa da fare è iscriversi al Registro Pubblico delle Opposizioni.

Ciascun Abbonato, sia persona fisica sia persona giuridica, ente o associazione, il cui numero telefonico è presente negli elenchi telefonici pubblici, potrà richiedere al Gestore l'iscrizione gratuita nel Registro Pubblico delle Opposizioni mediante **cinque modalità:**

WEB - TELEFONO - RACCOMANDATA - FAX - EMAIL

L'iscrizione al Registro Pubblico delle Opposizioni è:

- Rivolta esclusivamente agli Abbonati la cui numerazione è presente negli elenchi telefonici pubblici
- Gratuita
- A tempo indeterminato
- Revocabile senza alcuna limitazione
- Possibile in ogni momento, a qualsiasi ora anche nei giorni festivi
- Idonea alla contemporanea iscrizione di più numerazioni intestate allo stesso Abbonato
- Sicura e protetta contro l'accesso abusivo, in quanto l'accesso ai dati forniti dall'Abbonato sarà effettuato solo per finalità ispettive da parte del Garante per la Protezione dei dati personali o dell'Autorità giudiziaria
- Decade automaticamente quando cambia l'intestatario o si verifica la cessazione dell'utenza, attraverso l'aggiornamento automatico del Registro

Potreste essere interessati alle offerte via telefono Non si sa mai!?

Se ritenete di rispondere a questo tipo di telefonate vi suggeriamo alcuni piccoli accorgimenti per evitare sorprese.

- 1 - Prendete tempo prima di confermare la vostra identità, cercate di capire innanzitutto chi è all'altro capo del filo.*
- 2 - Fatevi dire da dove è stato ricavato il vostro numero telefonico e i vostri dati sensibili in modo da richiedere eventualmente la revoca ad utilizzarli.*
- 3 - Se l'operatore non si identifica chiaramente chiedete il suo nome, cognome il numero di identificazione e la società per la quale lavora.*
- 4 - Attenzione a non essere dirottati su linee a pagamento quando magari vi si chiede, per continuare la conversazione, di fare un altro numero per contattare un collega dell'operatore.*
- 5 - Attenzione alle domande che potrebbero avere come risposta un semplice sì. Potreste essere oggetto di truffe o pratiche commerciali scorrette legate alla registrazione della vostra telefonata.*
- 6 - Non fornite mai informazioni dei vostri dati anagrafici, password di accesso ai vostri conti home banking, numeri di codice delle vostre utenze domestiche, neanche se l'operatore si spaccia per dipendente di quelle aziende. I dati sono già in possesso delle aziende fornitrici.*
- 7 - Se la società che si propone è molto conosciuta consultate il suo sito internet per verificare la veridicità dell'offerta, oppure contattate il servizio clienti.*
- 8 - Avete il diritto di avere tutti i chiarimenti che richiederete.*
- 9 - In caso di comportamenti scorretti datene segnalazione all'Autorità competente anche attraverso le associazioni dei consumatori.*
- 10- Segnalate all'Autorità Garante per la protezione dei dati personali l'utilizzo non autorizzato dei vostri dati sensibili.*

Chi siamo

Adiconsum è un'associazione di consumatori ed utenti aperta a tutti i cittadini, costituita nel 1987 su iniziativa della CISL.

Opera in piena autonomia dalle imprese, dai partiti, dal Governo e dallo stesso sindacato. Adiconsum, con sportelli in tutte le Regioni, opera per la tutela dei consumatori.

Un impegno per: trasparenza delle tariffe, qualità dei servizi, lotta all'usura e alle truffe nel settore commerciale.

In Friuli Venezia Giulia è presente con i suoi sportelli principali in tutti i capoluoghi di provincia e con i suoi sportelli secondari e recapiti settimanali nei centri più importanti.

I nostri sportelli principali		
Città	indirizzo	telefono
TRIESTE	Piazza Dalmazia 1	040 6791335
UDINE	Via Percoto 8	0432 246438
PORDENONE	Via San Valentino 30	0434 549916
GORIZIA	Via Manzoni 5	0481 533321
GEMONA	Via Roma 148	0432 980892
MONFALCONE	Via Pacinotti 15/a	0481 42068

Internet

Sito regionale

www.adiconsumfvg.it

sito nazionale

www.adiconsum.it