

L'ILLUMINISMO DEL RETAIL COACHING

di Patrizia Saolini

Più di due secoli fa, *Immanuel Kant* sosteneva che grazie all'Illuminismo, le persone avrebbero potuto migliorare la comprensione delle loro potenzialità umane fino ad utilizzarle per esprimere la propria intelligenza nel comprendere il mondo circostante.

Questo pensiero illuminista, racchiudeva un forte desiderio di libertà personale e induceva l'umanità intera ad avere il coraggio di servirsi della propria ragione per sviluppare una forma di tolleranza e di uguaglianza sociale mai conosciute prima d'allora.

Nonostante da quell'epoca sia scivolata molta acqua sotto i ponti e il concetto di autonomia personale spopoli sulle pagine delle enciclopedie e delle pubblicazioni on-line come baluardo della nostra moderna società, mi domando come sia possibile essere tutt'ora circondati da esempi di **leadership di stampo medioevale** e da **modelli di improbabile integrità** in tutti i campi della nostra esistenza.

Essendo di estrazione professionale soprattutto corporate, ed essendo sempre motivata dall'eccellenza delle scienze e delle arti, se oggi sono una **retail coach** conosciuta per l'utilizzo delle potenzialità umane nel campo commerciale lo devo anche al grande filosofo illuminista sopraccitato che, grazie allo spirito ribelle e al coraggio di cambiare, mi ha ispirata, sin dai banchi di scuola a diventare virtuosa col personale dei negozi. Sì, perché di catene di negozi si parla quando si nomina il *retail* e di individui pensanti e produttivi quando si cita l'ambito commerciale nel quale mi muovo da almeno una ventina d'anni.

La sfida che il *retail coaching* si propone attualmente, è quella di accompagnare le organizzazioni *retail* verso un cambiamento culturale rivoluzionario: valorizzare la figura dell'individuo dedicandogli le stesse attenzioni riservate al ben più coccolato e ambito prodotto. L'individuo, inteso come manager o venditore, per quanto osannato sulla carta e descritto come risorsa principale nei principi etici di molte autorevoli aziende, nella maggioranza dei casi è solo uno strumento controllato a vista, un mero esecutore di rigidi protocolli di gestione e di vendita. Che ricopra la snervante professione del responsabile acquisti incatenato nel meccanismo delle procedure corporate, o che abbia maturato anni di esperienza come responsabile del negozio, per entrambi vale un unico credo: vendere, vendere

e ancora vendere.

Che piaccia o no, tutti i professionisti del retail sono chiamati a soddisfare le esigenze del cliente globalizzato che, spesso, si rivela più competente dei professionisti del settore. Come se la caverà il nostro individuo-venditore, magari alle prime armi, a soddisfare le richieste del cliente internazionale super aggiornato? Se non integrerà la sua buona volontà e la conoscenza del mercato con la tecnica innovativa del retail coaching, il venditore sarà destinato a perdere i migliori clienti e a non raggiungere gli obiettivi di vendita che l'azienda gli impone. Idem per il responsabile acquisti, se non utilizzerà le sue potenzialità per implementare la comunicazione fra la sua area e il negozio, rischierà di non avere le informazioni preziose per individuare le necessità del cliente e per raggiungere i budget prefissati dal direttore retail o dal proprietario del punto vendita.

L'avveniristica struttura della *vendita integrata* costruita ad hoc con il retail coaching, risulta più efficace della vendita assistita perché sprona il venditore a lavorare in coppia col cliente integrando il *brand* nella vita del cliente. Per metterla in pratica, è necessario utilizzare un approccio umanistico nei confronti degli individui, dirigenti, venditori o clienti che siano utilizzando quotidianamente un nuovo stile di servizio alla vendita : lo stile **R.E.T.A.I.L.**

La parola **R.E.T.A.I.L.** racchiude tutte le attività necessarie a spingere la struttura di vendita a dare il meglio di sé, vi propongo di leggerle qui di seguito:

- 1. Responsabilizzare** i manager a valutare un piano di sviluppo delle risorse chiave; rafforzare il valore del gioco di squadra;
- 2. Esplorare** le reali necessità dei clienti; esternare piacere nei loro confronti;
- 3. Trasformare** le depotenzialità del singolo venditore in talento; trasmettere un modello di leadership positiva;
- 4. Allineare** i bisogni dei negozi con le necessità delle aree corporate; ascoltare e allenare le potenzialità della squadra;
- 5. Interagire** con i colleghi accettandone le diversità; ispirare i cambiamenti per il bene comune e per rafforzare il brand;
- 6. Lodare** le performance del gruppo di lavoro; fare luce sui gusti e sulle abitudini dei clienti.

Questo tipo di approccio, utilizza esclusivamente le risorse personali di ciascun componente dello staff, venditore o dirigente che sia, per **migliorare le relazioni fra colleghi** in prima battuta e **fra clienti e brand** in seconda.

Senza trucchi di sorta, questo stile utilizza l'efficacia di quattro fra le virtù umane più trascurate nell'ambito del retail quali **il coraggio, la saggezza, la giustizia e l'umanità,**

concentrate insieme per realizzare il sogno dell'acquirente moderno: possedere all'istante il prodotto che gli migliorerà la vita.

Se siete rimasti incuriositi dal fare luce sui gusti e sulle abitudini dei clienti, vi rispondo prontamente con un'altra domanda:

Cosa vorrebbe dire ignorare i gusti e le abitudini dei clienti?

Significherebbe forse non ascoltarli durante la trattativa o non cogliere i feedback utili per i buyer in azienda?

Qualunque significato vogliate dare a questa attività, sappiate che la conoscenza approfondita dei clienti durante la fase di vendita facilita considerevolmente la fase post-vendita, quella per intenderci che riporterà il cliente nel negozio, cioè la fase di **integrazione del brand** nella vita del cliente.

Senza ascolto non esiste integrazione, senza integrazione non esiste servizio, senza servizio non esiste ritenzione del cliente.

Grazie all' utilizzo sinergico delle **15 potenzialità chiave del Retail Coaching** e a un piano d'azione consistente e realistico, si potrà realizzare un'eccellente performance di gruppo, mirata allo sviluppo dei talenti che operano nelle aree retail con lo scopo di migliorare la redditività dei negozi. Eccole qui di seguito elencate.

Le 15 potenzialità chiave della squadra retail:

VIRTU' del CORAGGIO : avere forza d'animo nell'affrontare le difficoltà con responsabilità.

1. audacia
2. persistenza
3. integrità
4. vitalità

VIRTU' della SAGGEZZA: valutare le opportunità con equilibrio per poterle

scegliere con ragione ed esperienza.

1. creatività
2. curiosità
3. apertura mentale
4. amore per l'apprendimento
5. lungimiranza

VIRTU' della GIUSTIZIA: la costante volontà, tradotta in azione, di riconoscere a ciascuno ciò che gli è dovuto.

1. cittadinanza
2. imparzialità
3. leadership

VIRTU' dell' UMANITA': l'insieme di caratteristiche, qualità e limiti, propri dell'uomo, rivolte ad agire secondo il bene comune.

1. amore
2. gentilezza
3. intelligenza sociale

La scelta di queste quindici potenzialità, estrapolate dalla rosa totale delle ventiquattro già studiate da uno dei miei maestri e coach Luca Stanchieri, non è casuale. Vi garantisco che, a fare la differenza sulla redditività aziendale, è proprio la **sinergia della squadra retail** nel ridisegnare le responsabilità dei singoli componenti. L'allenamento delle potenzialità personali del singolo individuo, non solo migliora la performance delle aree *retail corporate*, ma incentiva anche il raggiungimento degli obiettivi di vendita in negozio. L'utilizzo delle potenzialità del singolo porta senza dubbio al consolidamento del talento del gruppo.

L'intuizione di sviluppare il metodo del Retail Coaching, mi ha portato a scoprire di essere perfettamente allineata al mondo del coaching italiano e di questo ne sono molto lusingata. Nell'ultima Conferenza Italiana di ICF Italia ho avuto infatti il piacere di apprendere quanto la nostra comunità di coach si stia avvicinando al tema del talento e di quanto le potenzialità

saranno sempre più protagoniste di un attento approfondimento da parte dei coach professionisti. In più, avendo avuto la possibilità di conoscere il Prof. Christofer Peterson, Ph.D., ospite graditissimo della Conferenza, uno dei primissimi a divulgare il concetto di potenzialità umana come motore di cambiamento, mi sono enormemente rassicurata su ciò che il futuro ci riserva in termini di positività. Sono molto soddisfatta di poter ambire alla divulgazione di un nuovo modello di leadership nelle aziende in cui presto servizio, cioè quello del capo con l'atteggiamento da coach: il capo-coach.

Il mantra del capo-coach

Il capo-coach è una figura del nuovo millennio, *coraggiosa, saggia, corretta e umana*. Un professionista con un atteggiamento mirato a trasformare i problemi in obiettivi raggiungibili, utilizzando le risorse più idonee per il bene comune della squadra. E' un leader che delega e condivide le regole del gioco, che rimane integro di fronte a situazioni rischiose e soprattutto, che non crea conflitti e non giudica aggressivamente i suoi collaboratori, anzi, allena costantemente i loro lati positivi.

Per mantenere l'atteggiamento da coach, il capo eccellente ha un mantra:

Allenare il potenziale = sviluppare il potere = consolidare il talento

Un vero capo-coach allena il potenziale della squadra, sviluppa il potere della sinergia e consolida il talento globale del gruppo.

Chiaramente, ben sapendo quanto ci sia necessità di figure così attente ed evolute, non posso che augurarmi che la figura del capo-coach si farà portavoce di un vero spirito illuminato all'interno dei team di vendita (e non solo) e che il Retail Coaching diventi appannaggio dell'intera comunità dei retailer in espansione, veicolando un nuovo modello di servizio al cliente, educato e sorridente, davvero al passo con i cambiamenti culturali e all'insegna della positività.

D'altra parte, possiamo prendere spunto anche da *Voltaire*, un altro punto cardine dell'Illuminismo e guarda caso padre del *Trattato sulla tolleranza*, che diceva: "**La più coraggiosa decisione che prendi ogni giorno è di essere di buon umore**", per non dimenticarci quanto sia fondamentale come individui e come coach, essere ben disposti e gentili verso noi stessi e verso il bene comune, sia a casa che in azienda e.....speriamo presto, anche nei negozi all'avanguardia!

Patrizia Saolini*

Retail Coaching

La gestione operativa della rete vendita secondo le logiche dello sport

di Patrizia Saolini, edito da Franco Angeli

è disponibile nelle migliori librerie e on- line (www.francoangeli.it) dal 12 aprile 2011