



Linee guida 2

Fa che il tuo preventivo parli per di te

Probabilmente, se per te **chiedere un compenso adeguato** rappresenta ancora un problema, o meglio una criticità, è *arrivato il momento di lavorare su questo aspetto*.

Come?

Con **professionalità**, la stessa che si aspetta il tuo potenziale cliente o partner d'affari.

Il presupposto rimane sempre un *atteggiamento consapevole e obiettivo* circa i punti di forza del tuo servizio e le aree di miglioramento. Sapersi vendere può essere importante quanto passare a un altro professionista un lavoro che non rientra del tutto nelle tue competenze.

Vuoi essere riconosciuto e apprezzato?

Desideri ottenere un compenso che ti faccia sentire ripagato a pieno?

1. Dimostra al cliente di aver letto e accolto i suoi bisogni;
2. Non limitarti a un mero elenco di azioni da spuntare, argomenta e aiuta il tuo interlocutore a immaginare la fase realizzativa;
3. Supporta le tue proposte con dati, valutazioni personali e creatività;
4. Segnala e condividi con lo stesso il tempo che hai investito nella fase progettuale e quello che stimi di dover impiegare nelle tappe successive.

Il cliente va ingaggiato, motivato e reso partecipe dei costi prevedibili e di quelli straordinari. Quanto più sarai trasparente e diretto meno ti ritroverai a fare i conti con dubbi ed equivoci dopo.

Un ultimo consiglio

Non caricare il preventivo di troppe responsabilità.

Qualora vi fossero le condizioni per farlo, presenta tu stesso la proposta economica, di persona o al limite telefonicamente.

La semplicità, la facilità d'accesso alle informazioni e un report dei costi ben argomentato può aumentare i consensi.

I dettagli fanno la differenza, **sii distintivo e impara a comunicare il tuo valore!**