

L'ARTICOLO DEL MESE

"UP-SELLING E CROSS-SELLING"

Tutti i giorni siamo "sommersi" da up-selling e cross-selling. Prima diamo una definizione tecnica, per quello che posso permettermi, ai due termini: UP-SELLING, tradotto dall'inglese dovrebbe essere "Vendita superiore". E' la tecnica di vendita per incentivare il cliente all'acquisto di una quantità maggiore di prodotto. CROSS-SELLING, dall'inglese "Vendita Incrociata". E' la tecnica di vendita per incentivare il cliente all'acquisto di prodotti complementari a quelli richiesti.

Tutti i giorni siamo tempestati da questi due "esserini"

Una delle catene che da sempre utilizza metodi di questo tipo nel migliore dei modi è MACDONALD

Quando arrivi alla cassa e gli chiedi "mi dà un panino BIG MAC?"

La domanda successiva della ragazza è "Vuole il Menu?"

Domanda per un CROSS-SELLING per venderti anche le patatine e da bere

Tu rispondi "SI"

E Lei va di successiva domanda " Patatine grandi o piccole?"

Eccola quella di UP-SELLING

Tu Lo fai nel tuo negozio?

I tuoi collaboratori sono stati formati per avere un atteggiamento di questo tipo con i tuoi clienti?

Ho già scritto In due Articoli del BLOG (ricerca i dati e i tuoi clienti) , che è fondamentale avere i dati dei clienti e soprattutto avere questi dati profilati per abitudini di acquisto.

Questo è uno dei tanti motivi per cui ne abbiamo bisogno.

In questo modo veniamo a conoscenza cosa i nostri clienti normalmente acquistano e quale campagna, di UP e/o CROSS, può essere messa in "piedi" per migliorare i nostri incassi.

Andiamo ad un esempio pratico:

Lo scorso anno hai servito, nel tuo punto vendita, 500 clienti che hanno acquistato prodotti scolastici.

La scuola si sta avvicinando, tu prendi quella lista e inviti tutti nel tuo punto vendita a vedere i nuovi zaini della SEVEN. Con un promozione del tipo prenota il tuo zaino, fermalo con 20 euro MA LO RITIRI E PAGHI a SETTEMBRE

In questo modo hai bloccato un acquisto che poteva essere fatto in qualche centro commerciale in una zona di villeggiatura.

Il 1 settembre contatti quelli che hanno prenotato lo zaino e gli comunichi che al momento del ritiro riceveranno un buono di 5 Euro per l'acquisto di materiale scolastico.

Al momento dell'acquisto, studiando quale è la spesa media di un acquisto di prodotti scuola, puoi creare una promozione del tipo " PER UNA SPESA MINIMA di 100 Euro di materiale scolastico 20 euro di buono merce.

RISULTATI RAGGIUNTI

- Con la prima comunicazione blocchi la vendita

- Con la seconda comunicazione fai del CROSS- SELLING

- Con la terza comunicazione Fai dall'UP_SELLING

BUON LAVORO

Il Corriere del Cartolibraio

Anno 2021 - Mese FEBBRAIO

Numero 3

Eccezionali i numeri di Vendita

SE VUOI PARTECIPARE, RISPETTA LE REGOLE.

"I prodotti più venduti del mese"



1° SETTIMANA

L'espositore della GOOD VIBES della Legami un assortimento di prodotti per il mare.....



2° SETTIMANA

il 90% dei clienti hanno sostituito l'espositore in filo di metallo con il nuovo in legno.....



3° SETTIMANA

I Blocchi FAVINI 4 E' partita alla grande la campagna scuola della FAVINI. Ed i blocchi sono sicuramente i prodotti più venduti un numero così alto di cucitrici. Che spettacolo!!!!

della MOROCOLOR



L'Expocart si può fare perché non è una fiera ma una presentazione di prodotti e campagne ai nostri clienti.

Naturalmente per la sicurezza di tutti, ci saranno delle regole da rispettare:

Gli ingressi saranno contingentati, per cui se intendi partecipare ti chiediamo di comunicarci data e orario tramite mail sottostante, alla quel riceverai pronta conferma.

info@ceccarelli.roma.it

ORBITA UFFICIO - Roma

Prima visita dopo le vendite natalizie. Espositori vuoti LEGAMI e ORIGAMO sono andati alla grande

LEGAMI - Inizia la campagna agende e calendari 2022.

Abbiamo iniziato a fare gli ordini per il prossimo anno. Cosa possiamo dirvi?
Le nostre agende sono andate alla grande. L'unico modello che ha sofferto è il PLANNER da ufficio. MA non poteva andare diversamente visto che gli uffici sono chiusi da quasi un anno.

MINABELLA- Morocolor

in Promozione
Acquista le scatole da 24 entro la fine di Febbraio. Noi TI REGALIAMO la stessa quantità di scatole da 12 pastelli. Il risparmio è oltre il 30%.

LA FRASE DELLA SETTIMANA

*Proponetevi ai vostri clienti così come vorreste che si proponessero a voi.
(Philip Kloter)*



Nella vita bisogna fare delle scelte, non sempre sono quelle che avrebbe fatto il cuore. Anche il rapporto con BLUEKOVER è terminato.

Credo che questa sia una delle aziende che abbiamo sempre avuto. Carlo, il proprietario, era un Ns. collega in Koh-I-Noor (25 anni fa). Poi ha iniziato questo progetto di cui la CECCARELLI RAPPRESENTANZE ha sempre fatto parte. Quindi non possiamo che ringraziare Carlo, Silvia e Grazia del lavoro svolto insieme in questi anni.

IN BOCCA AL LUPO

Leggendo e Gironzolando

Nel 1967 fu condotto un esperimento molto interessante. Il dottor Stephenson costruì una situazione sperimentale così descrivibile:

1. In una gabbia vengono chiuse 5 scimmie. Nella gabbia è poi fissata una banana al soffitto e predisposta una scala sotto di essa, in modo da raggiungere la banana facilmente.

2. Non appena le 5 scimmie si sono ritrovate nella gabbia insieme alla scala e alla banana, si è creata una situazione di attesa, risolta dal comportamento di una delle scimmie che, arrampicandosi sulla scala ha tentato di raggiungere la banana. A questo punto però, prima di raggiungere il frutto, sia la scimmia sulla scala che le altre 4, sono state colpite con un getto di acqua ghiacciata, restando sgomente e infreddolite. La scimmia che si trovava sulla scala, data l'intensità del getto, è stata costretta a tornare a terra.

3. Una seconda scimmia ha provato a raggiungere la banana ma anche lei è stata spruzzata con acqua gelata, così come le altre quattro a terra. La procedura è stata ripetuta ogni volta che una scimmia provava a raggiungere la banana, fino a quando nessuna delle 5 scimmie ha più tentato di afferrare il frutto.

4. Quando Stephenson si è accorto che nessuna delle 5 scimmie provava a salire nuovamente sulla scala e che tutte erano impaurite e sconvolte per le conseguenze che potevano subentrare non appena si fossero avvicinate al frutto, ha sostituito una scimmia con un'altra completamente ignara degli avvenimenti e del getto d'acqua punitivo.

5. La nuova scimmia ha provato immediatamente a salire sulla scala e a raggiungere la banana, ma è stata fermata con strattoni violenti dalle altre quattro scimmie ed è stata costretta con la forza a rinunciare al cibo. Ogni volta che la nuova scimmia ha provato a risalire sulla scala è stata aggredita dalle altre, fino a rinunciare al cibo, ma senza conoscerne il motivo e la punizione dell'acqua gelata.

6. una seconda scimmia è stata sostituita da un'altra scimmia ignara degli eventi. Anche in questo caso la nuova arrivata ha provato a raggiungere la banana ma è stata bloccata dalle altre scimmie, compresa quella che non conosceva le reali motivazioni al divieto né il conseguente getto d'acqua gelata.

7. La procedura di sostituzione delle scimmie ha portato man mano ad avere 5 scimmie completamente nuove rispetto alla situazione di partenza. Ogni volta che una scimmia veniva introdotta provava a raggiungere il cibo, ma veniva aggredita dalle altre scimmie (sia quelle che conoscevano la punizione del getto d'acqua, che quelle che si adattavano alle regole interne del gruppo senza conoscere il reale motivo dell'aggressione e del divieto).

8. Si è arrivati ad avere 5 scimmie completamente ignare della reale motivazione al divieto di raggiungere la banana e, nonostante ciò, immobili e impaurite dal tentare di salire sulla scala.

Una REGOLA NUOVA era stata tramandata alla generazione successiva, particolari comportamenti si erano consolidati e manifestati, ma mancavano le motivazioni sottostanti, che non esistevano più e non potevano essere rievocate perché erano legate al gruppo iniziale che le aveva conosciute ed apprese.

Perché ExpoCart

Sono 5 i Motivi per essere presente alla fiera.

1) E' l'unica fiera del settore a starti vicino. Non devi prendere Aerei, treni, e affrontare costi enormi. Ci dedichi qualche ora e ci raggiungi con estrema facilità.

2) E' l'unica fiera gestita dai tuoi rappresentanti e non dalle aziende. Per questo troverai sempre il consiglio migliore per non sbagliare l'acquisto. Troverai la persona "fidata" che ti segue tutto l'anno

3) Potrai "toccare e vedere" tutti i prodotti. Nelle nostre "borse" i campionari aumentano e di conseguenza non è sempre possibile farti vedere tutti i prodotti dal vivo. Dovremmo spostarci con un furgone. Comprare vedendo è sempre meglio che farlo sul catalogo.

4) Il tuo tempo è limitato. Quanti agenti vogliono passare a farti vedere le novità o le promozioni?

A quanti riesci a dare appuntamento e dedicare l'attenzione necessaria?

In Fiera, in poche ore, puoi vederci tutti e toglierti dalle scatole, gli appuntamenti in negozio, e perdite di tempo.

5) E' la fiera dove puoi essere a contatto diretto con le aziende. I tuoi acquisti devono avvenire tramite i canali che preferisci. Ma il poter vedere tutte le novità del settore, ti porta ad essere sempre aggiornato sui prodotti che stanno arrivando sul mercato.

TI ASPETTIAMO

SABATO 6 MARZO

DOMENICA 7 MARZO

LUNEDI 8 MARCO

RICORDA DI PRENDERE APPUNTAMENTO

Seconda Settimana: Dal 8 al 14 Febbraio

LEBEZ - Campagna SPRING

Siamo ormai in piena campagna

Primavera.....

Un espositore dedicato per l'esposizione di questa serie di prodotti.

Non c'è dubbio un esposizione più professionale aiuta la vendita del prodotto.

ESPOSITORE IN OMAGGIO con un assortimento creato dal cliente,.....



Aurora

Il Dott. Verona



in Copertina della sezione L'Economia del Corriere della Sera, più un bell'articolo sulla storia dell'azienda.

Cartoleria Lo Scarabocchio - Rieti

Dell'ordine LEGAMI, fatto poco prima di Natale

è rimasto ben poco 🤯🤯🤯😄. Toccare riordinare!!!!



SCOLASTICA FAVINI

Inizio campagna 1° Marzo.
Questi sono alcuni dei prodotti in promozione, Consegna immediata, Pagamento Ottobre.
il più gettonato?
i rinforzati 100 gr con banda ecologica. Possono essere smaltiti nella carta

RICAMBIO RINFORZATO 40 FOGLI 80 GR.



NUOVO RICAMBIO RINFORZATO «ECO» 100 GR.



DISPLAY «COLORISSIMI» 70X100



I tre prodotti più venduti di LEBEZ.



Passano i giorni e facciamo esperienza su cosa si vende tanto e cosa meno. Dai primi tabulati ci risultano i prodotti più venduti

- 1) Il correttore COPREX - 8090
- 2) Il temperino 2 fori - 413
- 3) appendi cartello adesivo 350G - 226121?

I 5 motivi Per cui il FAVINI 4 piace e vende



- 1) E' l'unico, come il concorrente più famoso, ad utilizzare carta da Disegno. Gli altri usano un Bristol liscio o un Ruvido Naturale.
- 2) Per chi disegna è fondamentale avere un prodotto che abbia una qualità costante con il tempo. E questo si ottiene quando, ad esempio il ruvido, viene realizzato con i rulli al bronzo e non a Spugna (chiaramente il primo ha un costo molto più alto del secondo)
- 3) Rispetto al concorrente diretto ha gli angoli rinforzati
- 4) Tutti i blocchi hanno la stessa grammatura di carta e lo stesso prezzo
- 5) Quindi è il prodotto identico al concorrente "FAMOSO" ma con un prezzo quasi del 50%

Kirigami e Filigrana in arrivo



E' Sono in consegna le novita di ORIGAMO. Le hai già ordinate?

- 7 KIRIGAMI
- 9 MINI FILIGRANA
- 6 FILIGRANA

Affrettati che il numero dei primi pacchetti è limitato.....

MOROCOLOR Espositore Colle

Quando dedichi un intero espositore ad un solo prodotto secondo te cosa vuol dire?

Te lo dico io.....CHE NE VENDIAMO a FIUMI!

Ora la domanda è..... ma la gente incolla così tanto?



LA FRASE DELLA SETTIMANA

Il consumatore non è un idiota: è tua moglie.
-David Ogilvy-

