

*“Prima di giudicare una persona cammina per 3 lune nei suoi mocassini”*. E’ un adagio degli indiani d’America che viene citato, e a volte abusato, quando si tratta il tema dell’empatia e sostituisce il più celebre *“Mettiti nei suoi panni”*. Con una certa forzatura e parafrasando alcune parti potremmo riscriverlo così: *“Prima di giudicare un’auto guidala per 3 lune con queste gomme”*. Potrebbe diventare lo slogan da appendere in ogni officina, fornitore, rivenditore, produttore di pneumatici.

Le 3 lune sono, ovviamente, un metafora e non vanno prese alla lettera, ma ci invitano a non avere fretta nell’esprimere giudizi e a dedicare del tempo a provare *“le cose”* con cui abbiamo a che fare. E ciò vale anche per uno pneumatico che può valorizzare o deprimere, esaltare o annullare il valore di un’auto, di un camion, di un trattore, di una moto, di una bicicletta, insomma di qualsiasi veicolo. Un paio di décolleté sfavillanti con tacco 12 possono rovinare la serata di gala di una donna che ha passato ore a prepararsi, a curare il trucco, a scegliere l’abito e i gioielli da sfoggiare, ma poi tutto va in fumo per quelle scarpe che le impediscono quasi di camminare. L’importanza del tempo e del provare.

Ma anche tu, gommista, mi devi dedicare del tempo quando entro nella tua officina. Devi ascoltarmi, porre domande, essere attento alle mie esigenze, aiutarmi a fare chiarezza fra le tante chiacchiere che ho sentito e fare luce nella mia ignoranza in materia. Non mi devi consigliare la prima gomma che ti passa per la testa perché *“E’ la migliore”*. Deve essere la migliore per le mie esigenze, per la mia auto, per le strade che percorro e non per i test di laboratorio. Obietterai che il *“tempo è denaro”*. Certo, denaro che arriverà nelle tue tasche perché mi hai fatto sentire l’unico cliente per quei 5 minuti che mi hai dedicato in modo esclusivo e quindi tornerò da te, parlerò bene di te mentre bevo il caffè al bar e ti raccomanderò ai miei colleghi, vicini di casa e familiari.

Ti chiedo poi, caro gommista, di essere competente e aggiornato. Vale per te quanto vale per qualsiasi professionista: non è difficile individuare un tecnico qualificato, il problema è mantenerlo qualificato. Frequenta i corsi che ti propongono, abbonati a una rivista del tuo settore, partecipa ai test delle case produttrici. Sarà un vantaggio per te e per me. Mi dimostrerai che non sei un improvvisatore che si lascia incantare dalla gomma che brilla di più o che è stata presentata meglio. Il mio gommista sa quale vale di più. Magari io nemmeno conosco quel produttore perché non passa nei mezzi di informazione e occupa una nicchia di mercato, ma tu, da vero cultore della materia, non ti lasci abbindolare e non permetti che ciò accada a me che sono un tuo cliente.

Infine comunica con me e per me. Qualsiasi professionista, dall’idraulico al medico, dall’avvocato alla parrucchiera, se parla a un collega, non incontra difficoltà, ma a volte c’è totale incomprensione se si rivolge a chi *“non è del mestiere”*. Così tu! Da vero esperto

quale sei e vuoi rimanere, migliora la capacità di spiegare e di illustrare il prodotto e il servizio che mi offri con linguaggi e modi adatti a me che di gomme me ne occupo, spesso contro voglia, 2 volte l'anno ai cambi stagionali. Nessuna obiezione sul fatto che perdi tempo, ti ho già detto nelle righe precedenti come la penso, e sul fatto che non sei capace: la comunicazione è una competenza che si può imparare. E comunicare significa anche dare e ricevere un feedback, un riscontro, un giudizio. Non dimenticarti di me, tuo cliente, per mesi fino al prossimo cambio: ogni tanto fatti vivo. O almeno, quando vengo nella tua officina, chiedimi come sono andate le gomme, se ho avuto problemi, informati se ho trattato bene i tuoi pneumatici.

Ci auguriamo reciprocamente buona strada!

### **PneusNews.it ringrazia per il contributo:**



#### **Flavio Battiston**

Consulente e formatore per le aziende nel campo della comunicazione, delle vendite e della gestione del personale.

Tra i clienti figurano aziende leader in diversi settori industriali. Nessuna, per il momento, del segmento pneumatici e ruote.

Battiston si occupa da più di 25 anni di formazione del personale, nella convinzione che *“benessere delle persone, produzione e sicurezza nei luoghi di lavoro siano facce della*

*stessa medaglia e rendano le organizzazioni più efficienti ed efficaci”.*

**Contatti:** cell. 328 7476873 - e-mail [segreteria@flaviobattiston.it](mailto:segreteria@flaviobattiston.it) - skype flaviobattiston1