



# “LA NUOVA FRONTIERA DELLA VENDITA<sup>©</sup>”

DEI PRODOTTI BANCARI E ASSICURATIVI

I WORKSHOPS PER APPRENDERLA

WORKSHOP **“CRUCIALITY APPROACH<sup>©</sup>”**  
(UNA GIORNATA)

WORKSHOP **“SOLVENCY MANAGEMENT<sup>©</sup>” della FAMIGLIA**  
(UNA GIORNATA)

WORKSHOP **“SOLVENCY MANAGEMENT<sup>©</sup>” della AZIENDA**  
(UNA GIORNATA)

Tre leve che si integrano a vicenda e che insieme potenziano e facilitano l'azione di vendita tua e dei tuoi collaboratori.

Tre workshop interaziendali per apprenderle, basati prevalentemente sull'apprendimento pre-cognitivo, altamente efficace come dimostrato dalla scoperta dei “neuroni specchio”.

## Presentazione

### *Indice*

<i>Lettera presentazione .....</i>	<i>Pag. 2</i>
<i>Cruciality approach<sup>©</sup> (workshop di una giornata).....</i>	<i>Pag. 3</i>
<i>Programma del workshop Cruciality approach<sup>©</sup> .....</i>	<i>Pag. 4</i>
<i>Solvency Management<sup>©</sup> della FAMIGLIA (workshop di una giornata).....</i>	<i>Pag. 5</i>
<i>Programma del workshop Solvency Management<sup>©</sup> della FAMIGLIA .....</i>	<i>Pag. 6</i>
<i>Solvency Management<sup>©</sup> dell'AZIENDA (workshop di una giornata).....</i>	<i>Pag. 7</i>
<i>Programma del workshop Solvency Management<sup>©</sup> dell'AZIENDA .....</i>	<i>Pag. 8</i>
<i>Cosa dicono gli intermediari del Cruciality approach<sup>©</sup> .....</i>	<i>Pag. 9</i>
<i>I benefici strategici del Cruciality approach<sup>©</sup> .....</i>	<i>Pag. 10</i>

Buon giorno, sono Giulio Bartolini senior partner di PAS Consulting che dal 1989 si occupa della consulenza e formazione commerciale per importanti gruppi assicurativi e bancari.

Segnalo la “nuova frontiera della vendita” **nel campo dei prodotti di protezione** (DANNI e TCM ma anche di ACCUMULO e di INVESTIMENTO); una semplice e originale **innovazione** che, da noi applicata in alcune importanti realtà della intermediazione assicurativa, ha dato e darà risultati sorprendenti anche a te.

In Italia ci sono 300.000 intermediari:  
**un intermediario ogni 62 occupati.**

Nonostante questo rilevante numero di intermediari assicurativi, **sono stati venduti prodotti di protezione (DANNI e TCM) solo al 16,7% degli occupati.** (Dati EURISKO)

I complessi modelli di approccio utilizzati finora **paralizzano** l’iniziativa dell’intermediario che consapevole di doversi scontrare con le difese dei clienti; **non agisce**; da ciò pochi contatti con scarsi risultati.

*Occorre passare dal “convincere argomentando”,  
all’ “autoconvincimento” del cliente.*

**Quanto è importante per voi acquisire il metodo** per far auto-convincere rapidamente il cliente delle sue esigenze di protezione? (*le argomentazioni scatenano il rifiuto*)

**Quanto è importante per voi e per i vostri collaboratori**, uscire dall’attuale paralisi, convinti di NON doversi più scontrare con le difese del cliente?

**Quanto è importante per voi** dotarvi di un sistema che vi agevoli nel fare una **consulenza completa** al cliente per metterlo in condizione di essere sempre solvibile sia **a fronte di situazioni** (7 della famiglia, 13 dell’azienda) che possono far aumentare le spese o far ridurre il reddito, sia **a fronte di decisioni** sul tipo di investimento dei capitali e dei risparmi?

**Quanto è importante per voi** acquisire la qualifica professionale di “Solvency Manager<sup>®</sup>” della FAMIGLIA e di “Solvency Manager<sup>®</sup>” dell’AZIENDA che vi **distingua dai vostri competitors?**

Se, per voi, tutto ciò è molto importante venite a conoscere la “NUOVA FRONTIERA DELLA VENDITA<sup>®</sup>”, che sta dando e continuerà a dare, anche a voi, **risultati sorprendenti** nella vendita dei prodotti protezione e dei prodotti di accumulo e investimento.

**“Cruciality approach”** <sup>®</sup> - L’unico metodo, da noi sperimentato, che fa **autoconvincere** il cliente delle sue esigenze perchè utilizza i 7 stimoli che colpiscono le 7 sensibilità del vero decisore che è nel suo cervello.

*Per apprendere il **metodo**  
partecipate al workshop di una  
giornata “Cruciality Approach<sup>®</sup>”*

**“Solvency Management”** <sup>®</sup> sistema che consente di valutare insieme al cliente la sua potestas solvendi **complessiva** ovvero la sua capacità di PAGARE le SPESE e di PAGARE i DEBITI in **tutte** le situazioni rese difficili da eventi prevedibili o imprevedibili; il reale moltiplicatore dei risultati di vendita: lo può applicare tutta l’organizzazione, inquadra **la totalità** delle esigenze del cliente (visione olistica del cliente).

*Per diventare Solvency  
Manager<sup>®</sup> partecipate al  
workshop di una giornata  
“Solvency Management<sup>®</sup>” della  
FAMIGLIA e di una giornata  
“Solvency Management<sup>®</sup>”  
dell’AZIENDA*

Per ulteriori informazioni e approfondimenti vada al sito [www.pasonline.it](http://www.pasonline.it)

Cordialmente  
*giulio bartolini*



# “LA NUOVA FRONTIERA DELLA VENDITA<sup>®</sup>”

## I WORKSHOPS PER APPRENDERLA

### WORKSHOP DI UNA GIORNATA

### “CRUCIALITY APPROACH<sup>®</sup>”

In Italia ci sono oltre 330.000 intermediari: uno ogni 70 occupati (quelli con un reddito da lavoro o da attività autonoma).

Nonostante questo rilevante numero di intermediari assicurativi, sono stati venduti prodotti di protezione (DANNI E TCM) solo al 16,7% degli occupati (Dati EURISKO).

I complessi modelli di approccio utilizzati finora **paralizzano** l’iniziativa dell’intermediario che, consapevole di doversi scontrare con le difese dei clienti; **non agisce**; da ciò pochi contatti con scarsi risultati.

*Occorre passare dal “convincere argomentando”,  
al “rapido autoconvincimento” del cliente.*

Il workshop “**Cruciality Approach<sup>®</sup>**” è dedicato alla presentazione e alla conoscenza dell’originale e innovativo **metodo** cui abbiamo dato il nome di “Cruciality approach<sup>®</sup>”, cioè approccio che basa la sua forza su un aspetto cruciale della vita (l’importanza di poter pagare le SPESE e i DEBITI) che colpisce le 7 sensibilità del vero “decisore” che è nel nostro cervello. Con il workshop “**Cruciality approach<sup>®</sup>**” (una giornata) apprenderete il **metodo** per **far AUTO-CONVINCERE** il cliente delle sue esigenze di protezione e di investimento e conoscerete le esperienze che già rendono orgogliosi e soddisfatti dei risultati coloro che lo stanno applicando.

Questa **strategia relazionale** può essere **facilmente** applicata da tutti i collaboratori, così potrete moltiplicare la potenza di fuoco della vostra organizzazione.

Se, per voi è molto importante **acquisire il metodo** per far “auto-convincere” il cliente delle sue esigenze di protezione venite a conoscere la “NUOVA FRONTIERA DELLA VENDITA<sup>®</sup>”, che è l’**unico metodo** semplice e originale, basato sulle scoperte delle “neuroscienze”, che sta dando e continuerà a dare, anche a voi, **risultati sorprendenti** nella vendita dei prodotti protezione e nella vendita dei prodotti di accumulo/protezione.

Se, per voi, è molto importante che **i vostri collaboratori** escano dall’attuale paralisi, convinti di NON doversi più scontrare con le difese del cliente, venite a conoscere il “Cruciality approach<sup>®</sup>” alla base della “nuova frontiera della vendita”.

## *Programma del WORKSHOP di una giornata* **“CRUCIALITY APPROACH<sup>®</sup>”:**

- *Le scoperte delle neuroscienze*
- *I tre cervelli dell'uomo e le loro funzioni*
- *Il vero decisore che è nel nostro cervello e le sue specifiche sensibilità*
- *Gli stimoli che influenzano il vero decisore che è nel cervello dell'uomo*
- *Il processo di acquisto dei prodotti assicurativi di PROTEZIONE (DANNI e TCM)*
- *Il processo di acquisto dei prodotti di investimento e di accumulo*
- *Il processo di acquisto e gli stimoli che influenzano il vero decisore.*
- *L'aspetto cruciale della vita (poter PAGARE) che colpisce il vero decisore e genera le singole esigenze di PROTEZIONE e di accumulo/investimento.*
- *Il cruciality approach applicato al rapido autoconvincimento delle singole esigenze*

## WORKSHOP DI UNA GIORNATA “SOLVENCY MANAGEMENT<sup>®</sup>” della FAMIGLIA

Si tratta di una VISIONE OLISTICA, cioè completa e integrata, delle esigenze di protezione e di accumulo/investimento del cliente FAMIGLIA.

Questa visione completa e integrata (olistica) ruota intorno a un aspetto cruciale della vita (l'importanza di poter continuare sempre a pagare le SPESE e i DEBITI per vivere e per realizzare sogni e desideri) su cui si agisce attraverso il “Cruciality approach<sup>®</sup>”.

La visione completa e integrata (olistica) richiede un metodo manageriale che aiuti a gestire insieme al cliente tutte le situazioni che creano, conservano e fanno crescere la sua POTESTAS SOLVENDI (capacità di pagare).

Ecco quindi il “SOLVENCY MANAGEMENT<sup>®</sup>” della FAMIGLIA, la chiave per vendere prodotti assicurativi e bancari attraverso un processo di consulenza completa, esclusivo di PAS, che rivoluziona le modalità con cui le reti distributive fanno consulenza ai clienti.

Con il **workshop** di una giornata “SOLVENCY MANAGEMENT<sup>®</sup>” della FAMIGLIA vedrete il processo che consente di pianificare il Benessere Economico del cliente:

- a) mettendolo in condizione di essere sempre solvibile (poter PAGARE le SPESE e ONORARE i DEBITI) in **tutte le situazioni** rese difficili da eventi imprevedibili o situazioni difficili prevedibili;
- b) facendo, insieme a lui, piani di accumulo in funzione di progetti specifici
- c) effettuando, insieme a lui, una efficace **diversificazione** dei propri investimenti

Chi partecipa al workshop avrà

- Autorizzazione all'uso della qualifica di SOLVENCY MANAGER<sup>®</sup> della FAMIGLIA ([diploma](#))
- Autorizzazione all'uso del relativo marchio
- Attestato di abilitazione all'uso del [GBE<sup>®</sup>](#) (software per il “SOLVENCY MANAGEMENT<sup>®</sup>”) che potete *acquistare*, se lo ritenete utile.

Il processo di “Solvency Management<sup>®</sup>” fa sì che il consulente accresca la propria **autostima** e diventi orgoglioso del proprio ruolo di “**Solvency Manager<sup>®</sup>**” del cliente FAMIGLIA.

Per facilitare il processo di “Solvency Management<sup>®</sup>” della FAMIGLIA PAS mette a disposizione il software “[GBE<sup>®</sup>](#)” che potete *acquistare*, se lo ritenete utile.

## *Programma del WORKSHOP di una giornata* **“SOLVENCY MANAGEMENT<sup>®</sup>” della FAMIGLIA:**

- ✓ *La POTESTAS SOLVENDI del cliente è rappresentata dal suo benessere economico*
- ✓ *La situazione patrimoniale e finanziaria del cliente*
- ✓ *I redditi da lavoro e i redditi che derivano dal far lavorare i capitali mobiliari e immobiliari.*
- ✓ *La POTESTAS SOLVENDI (PAGARE le SPESE e i DEBITI) attuale*
- ✓ *CREARE la POTESTAS SOLVENDI cioè creare la possibilità di PAGARE le SPESE per realizzare un progetto, un desiderio, un sogno attraverso piani di accumulo o piani di rimborso*
- ✓ *La compatibilità con la situazione finanziaria, con il tempo e con l'entità della spesa necessaria a realizzare il progetto o il sogno.*
- ✓ *CONSERVARE la POTESTAS SOLVENDI cioè individuare tutte le minacce (situazioni ed eventi) che potrebbero metterla in crisi.*
- ✓ *FAR CRESCERE la POTESTAS SOLVENDI cioè individuare le migliori opportunità per investire al meglio i capitali finanziari e i risparmi in fase di accumulo*
- ✓ *Le variabili del buon investimento: il profilo del cliente e il profilo degli strumenti di investimento*
- ✓ *Il GBE (software per il “SOLVENCY MANAGEMENT<sup>®</sup>”) come aiuto per facilitare le varie fasi.*

## WORKSHOP DI UNA GIORNATA “SOLVENCY MANAGEMENT<sup>®</sup>” dell’AZIENDA

Si tratta di una VISIONE OLISTICA, cioè completa e integrata, delle esigenze di protezione e di investimento del cliente AZIENDA.

Questa visione completa e integrata (olistica) ruota intorno a un aspetto cruciale della vita dell’azienda (l’importanza di poter continuare sempre a pagare le SPESE e i DEBITI per la sopravvivenza e lo sviluppo del business) su cui si agisce attraverso il “Cruciality approach<sup>®</sup>”.

La visione completa e integrata (olistica) richiede un metodo manageriale che aiuti a gestire insieme al cliente tutte le situazioni che conservano e fanno crescere la sua POTESTAS SOLVENDI (capacità di pagare).

Ecco quindi il “SOLVENCY MANAGEMENT<sup>®</sup>” dell’AZIENDA, la chiave per vendere prodotti assicurativi e bancari attraverso un processo di consulenza completa, esclusivo di PAS, che rivoluziona le modalità con cui oggi si fa consulenza al cliente AZIENDA.

Con il **workshop** di una giornata “SOLVENCY MANAGEMENT<sup>®</sup>” dell’AZIENDA vedrete il processo che consente di pianificare il Benessere Economico del cliente AZIENDA:

- a) mettendolo in condizione di essere sempre solvibile (poter ONORARE i DEBITI per la sopravvivenza e lo sviluppo del business) in **tutte le situazioni** rese difficili da eventi imprevedibili o situazioni difficili prevedibili;
- b) effettuando, insieme al management dell’AZIENDA, una efficace **diversificazione** dell’investimento della propria liquidità.

Chi partecipa al workshop avrà

- Autorizzazione all’uso della qualifica di SOLVENCY MANAGER<sup>®</sup> dell’AZIENDA ([diploma](#))
- Autorizzazione all’uso del relativo marchio
- Attestato di abilitazione all’uso del [GBE<sup>®</sup>](#) (software per il “SOLVENCY MANAGEMENT<sup>®</sup>”) che potete *acquistare*, se lo ritenete utile.

Il processo di “Solvency Management<sup>®</sup>” dell’AZIENDA’ fa sì che il consulente accresca la propria **autostima** e diventi orgoglioso del proprio ruolo di “Solvency Manager<sup>®</sup>” del cliente AZIENDA.

Per facilitare il processo di “Solvency Management<sup>®</sup>” dell’AZIENDA PAS mette a disposizione il software “[GBE<sup>®</sup>](#)” che potete *acquistare*, se lo ritenete utile.



## *Programma del WORKSHOP di una giornata* **“SOLVENCY MANAGEMENT®” dell’ AZIENDA:**

- ✓ *La POTESTAS SOLVENDI del cliente è rappresentata dal suo benessere economico ovvero dalla sua capacità di generare profitto*
- ✓ *L’osservazione statica dell’azienda (settore merceologico, ragione sociale, area attività, dimensioni, mercati, cicli di produzione, strutture di servizio, tipo depositi, ricoveri manutenzione, fornitori, localizzazione, sistemi prevenzione e di sicurezza) compresa la situazione patrimoniale e finanziaria anche in funzione del piano d’azione*
- ✓ *L’osservazione dinamica dell’azienda secondo uno schema per fasi della sua vita*
- ✓ *Le fasi della vita aziendale, gli eventi e le situazioni cause prime di rischio, le circostanze che aggravano o diminuiscono la frequenza e/o la gravità delle conseguenze economiche dirette e indirette*
- ✓ *I fattori che generano ricavi e i fattori che generano costi*
- ✓ *Le variabili di rischio che, generando costi imprevisti e perdita di ricavi, mettono in crisi la POTESTAS SOLVENDI (PAGARE le SPESE e i DEBITI) e il profitto*
- ✓ *La POTESTAS SOLVENDI (PAGARE le SPESE e i DEBITI) anche in funzione del merito di credito*
- ✓ *CONSERVARE la POTESTAS SOLVENDI cioè individuare tutte le minacce (situazioni ed eventi) che potrebbero metterla in crisi.*
- ✓ *La matrice per la quantificazione (quanto serve, quanto ho già, quanto manca) di ogni minaccia che potrebbe mettere in crisi la potestas solvendi*
- ✓ *La valutazione delle priorità in base al criterio frequenza/gravità per CONSERVARE la POTESTAS SOLVENDI*
- ✓ *FAR CRESCERE la POTESTAS SOLVENDI cioè individuare le migliori opportunità per investire al meglio la liquidità*
- ✓ *Il GBE (software per il “SOLVENCY MANAGEMENT®”) come aiuto per facilitare il processo.*

## Cosa dicono gli INTERMEDIARI ASSICURATIVI dopo aver conosciuto LA “NUOVA FRONTIERA DELLA VENDITA<sup>®</sup>”

- ✓ Oltre alla impalcatura teorica semplice e lineare, uno strumento formidabile: la domanda madre e le domande figlia come strumento per affrontare il cliente in modo positivo senza argomentazioni stucchevoli che prima adoperavo.
- ✓ Approccio completamente differente da quello che usavo. Le domande mi hanno aperto una nuova possibilità per vendere e per non vergognarmi delle mie pretestuose argomentazioni. E' tutto molto più facile.
- ✓ Nuovo approccio alle polizze. E' decisamente più proponibile di prima, mi sento di essere veramente utile.
- ✓ Approccio al cliente assolutamente nuovo.
- ✓ Mi hanno fatto convincere della necessità di fare per me alcune assicurazioni che ritenevo inutili. Se le faccio io le propongo con maggiore convinzione. Non avevo mai visto la vendita di assicurazioni come il mezzo a volte unico per conservare la potestas solvendi (non conosco bene il latino ma ho capito!).
- ✓ Le domande che propone il cruciality approach sono un ottimo viatico per vendere e per far autoconvincere il cliente: non le ho mai sentite fare; hanno fatto autoconvincere persino me.
- ✓ Far emergere le esigenze dei clienti puntando sull'autoconvincimento con gli stimoli appropriati.
- ✓ Per me e per i miei collaboratori andare a vendere era una “passione” (*ndr: sofferenza*). Questo è il vero approccio efficiente e non invasivo di cui andrò orgoglioso.
- ✓ La facilità di gestire il cliente agendo sull'aspetto cruciale della vita di ogni giorno: la potestas solvendi.
- ✓ Sono rimasto colpito dalla gestione del benessere economico del cliente e dalla potestas solvendi. Fino a ieri ero uno strumento che non suonava.
- ✓ Applicherò conoscenze che in compagnia non esistono.
- ✓ Applicherò conoscenze che ora vedo come valore aggiunto per il cliente.
- ✓ Come far autoconvincere il cliente
- ✓ Maggiore sensibilità. Le domande madre e figlia un grimaldello dolce e penetrante.
- ✓ Alla domanda madre e figlie non si può dire di no.
- ✓ Le mie attese erano alte ma sono state superate dalla originalità del metodo e soprattutto dalla semplicità nel metterlo in pratica; lo posso applicare dovunque mi trovi perché incuriosisce subito e subito attrae.
- ✓ Applico la nuova strategia di relazione del Cruciality con facilità e con soddisfazione per i risultati che prima avevo grande difficoltà ad ottenere.
- ✓ Funziona, funziona e mi rende soddisfatto.
- ✓ Funziona e si applica con facilità ed il cliente mi percepisce dalla sua parte
- ✓ Funziona, credo non si possa dire di più.
- ✓ Grazie a chi ha inventato questo metodo, semplice ma rivoluzionario.
- ✓ Funziona perché il cliente si autoconvince dell'importanza primaria di conservare la capacità economica sempre e specialmente in situazioni che incidono gravemente sul bilancio familiare.

## Benefici strategici, finanziari e personali della “NUOVA FRONTIERA DELLA VENDITA<sup>®</sup>” nella vendita dei prodotti bancari e assicurativi

- Avrete una rete che non avrà timore di affrontare i clienti perché sarà convinta di non dover combattere le resistenze dei clienti.
- Avrete una potenza di fuoco centuplicata perché accrescerete l'orgoglio del vostro lavoro e moltiplicherete i vostri contatti che diventano più desiderati e più produttivi.
- Avrete clienti più remunerativi e più convinti delle soluzioni adottate.
- Avrete più rapidità ed efficienza nei contatti di vendita.
- Entrerete e farete entrare i collaboratori in un circolo virtuoso di crescente autostima:  
sforzo → risultato positivo → nuovo sforzo  
(percezione positiva)
- Approccerete la vendita come una attività facile basata sull'autoriconoscimento di un aspetto cruciale della vita (Potere PAGARE le SPESE e i DEBITI) anziché sulla lotta tra chi vuole far acquistare qualcosa con ogni argomentazione e chi non vuole acquistare perché NON convinto dell'utilità. Da ciò, meno stress e più felicità

*NOTA dei consulenti di PAS consulting che hanno messo a punto il metodo dopo tanti anni di esperienze, nella vendita e nei corsi di formazione, dopo anni di ricerche osservando i migliori venditori e i clienti, dopo anni di studi sulle neuroscienze.*

*Il metodo non toglie il libero arbitrio al cliente ma lo mette in condizione di autoconvincersi delle esigenze assicurative; se ritenete ciò di poca importanza, complimenti perché sulla vostra strada avete sempre trovato clienti convinti delle loro esigenze assicurative; a noi è capitato di trovare assicurati ancora non convinti dell'utilità di quanto sono stati indotti a sottoscrivere, con grande sforzo di quell'intermediario che avrebbe voluto una attività più facile e più gradita al cliente. “LA NUOVA FRONTIERA DELLA VENDITA<sup>®</sup>” è il frutto dello sforzo di chi è convinto della utilità del servizio assicurativo e della necessità di chi compie tale servizio che crea, conserva e fa crescere la capacità di PAGARE le SPESE e i DEBITI (POTESTAS SOLVENDI) cioè crea, conserva e fa crescere il benessere economico della famiglia e della azienda.*