



Volume 26 - Marzo 2014 - € 8

CLAUDIO BELOTTI
Co-fondatore di Extraordinary

**CLAUDIO
BELOTTI,**
VENDITORI
STRA-ORDINARI
CERCASI

**COME
PREPARARE
L'INTERVISTA
DI SELEZIONE**

**LA RADIO,
MEZZO
"VECCHIO"
PER VENDERE?**

**STORIE
DI CUSTOMER
SERVICE**

**Venditore
o commerciale:
TU COME TI
CHIAMI?**



ANDRE AGASSI: «IL SUCCESSO SECONDO ME»



**BRAVO?
NON BASTA:
DEVI ESSERE
STRAORDINARIO**

CLAUDIO BELOTTI HA DUE MITI: ANTHONY ROBBINS E DAVID BOWIE. CONOSCENDO IL PRIMO, HA IMPARATO CHE LA CRESCITA PERSONALE DEVE ESSERE QUOTIDIANA; ASCOLTANDO IL SECONDO, CHE SENZA RISCHIO NON C'È GIOCO. INSOMMA, OGGI AI CLIENTI NON SERVONO VENDITORI MEDIOCRI

INTERVISTA A **CLAUDIO BELOTTI**,
CO-FONDATORE DI EXTRAORDINARY
A CURA DI **VALERIA TONELLA**

Unico europeo dei quattro “Senior trainers” al mondo scelti personalmente dal numero 1 della formazione, Anthony Robbins, per la Mastery University e la sua Leadership Academy. Partiamo da qui, da questo riconoscimento internazionale. Ci racconti come ci sei arrivato? Perché hai scelto la formazione?

Tutto comincia negli Stati Uniti, grazie a mio nonno che era stato prigioniero lì durante la Seconda guerra mondiale. Quando ero piccolo, mi raccontava di quei posti e le sue storie mi sono rimaste nella memoria. Così decisi di iniziare la mia carriera nel mondo alberghiero per poter viaggiare per il mondo e arrivare in America. A 27 anni ero a capo di uno dei ristoranti più rinomati del New England. Però mi mancavano gli strumenti per gestire le risorse umane ed ecco che la formazione mi ha aiutato, iniziando proprio con Anthony Robbins, più di un ventennio fa. Grazie a Robbins, ho trovato strumenti pratici che funzionano. Ad esempio, consiglio su come entrare velocemente in relazione con le persone. La passione aiuta nel raggiungimento di grandi risultati. Soprattutto ti diverti. Ma con gli strumenti giusti puoi fare decisamente meglio.

Un bergamasco che ha chiamato la sua azienda Extraordinary: ci spieghi perché?

Non volevo fare l'americano. L'idea è che abbiamo tutti qualcosa di straordinario. In molte cose siamo normali, in alcune persino mediocri, in altre straordinari. **Nella nostra azienda crediamo che il segreto sia sviluppare quella parte, la parte straordinaria, invece che mettere troppa attenzione sul resto.** Ecco perché abbiamo creato un team internazionale di professionisti bravi in quello che fanno. Sappiamo che la gente vuole il meglio quando fa formazione e coaching, e allora cerchiamo solo persone che ci aiutino a mettere un po' di extra nell'ordinario. **Cosa rende un prodotto o un servizio speciale? Un piccolo particolare, unico, che lo rende quello che è.**

Da Bergamo agli Usa e poi ritorno in Italia con una moglie “multiculturale”.

Sì, Nancy Cooklin, mia moglie e mia socia, è un mix di culture. Padre inglese, mamma peruviana, ha vissuto in molte parti del mondo. È un coach e counselor specializzata nell'affiancamento di professioniste donne. È anche un'esperta di vendita al femminile. Pochi sanno che le donne comprano in modo diverso, o forse lo sanno, ma poi vendono come se lo ignorassero. Avere al fianco una compagna così è uno stimolo continuo. Mi apre la mente.

Le persone raramente raggiungono il successo a meno che non si divertano nel fare ciò che stanno facendo.

(Dale Carnegie)

Sul palco ricordi spesso i tuoi trascorsi come cameriere e poi come responsabile di sala di quell'importante ristorante negli Stati Uniti. Questo percorso di vita cosa ha significato per te? Come si riflette sul tuo modo di fare formazione?

Lo ricordo spesso per due ragioni: è stato l'inizio di tutto ed è stata esperienza di vita. Sembra banale, in realtà **lavorare come cameriere o con altre mansioni in alberghi di parti diverse del mondo mi ha aiutato a sviluppare l'abilità di "annusare le persone", che in gergo è la capacità di capire il cliente velocemente. Quando hai un ospite che paga tanto, devi sapere rispondere alle sue richieste e non è così facile.**

Gli anni passati in hotel sono stati determinanti per la mia crescita di formatore e soprattutto di coach. **Ho la fortuna di affiancare i più grandi al mondo della formazione ma ho anche avuto la fortuna di aver fatto la vera gavetta.** Ho pulito pavimenti, ospitato principesse, lavorato con chef rinomati...

Breve parentesi: sul tuo blog (claudiobelotti.it), non ti è mancata l'occasione di rispondere virtualmente a quanti, negli anni, hanno definito Robbins un "venditore di pentole", forse vedendo nei suoi seminari le "americanate" d'oltreoceano. Come metti a tacere quelle voci?

Mi fa sorridere di chi critica un grande. Sono sempre affascinato da chi giudica senza sapere e lo fa dal basso. "Venditore di pentole" è la definizione di un formatore italiano che mette in aula poche persone e invidia Robbins che invece continua a fare grandi eventi. Credo che una cosa conti nella vita, nella vendita e nel business: i fatti.

Se persone come Bill Clinton, Serena Williams, Lady D, Nelson Mandela o altri si sono rivolti a Tony, deve esserci una ragione.

Io sono stato un cameriere e ne vado fiero; poi quello che conta nel mio lavoro di coach è che aziende come il gruppo Armani, Bulgari, Google o altre si siano rivolte a me. **Non sono i titoli o le critiche degli altri che fanno la differenza, ma la tua capacità di creare risultati.**

In particolare, quale ispirazione o insegnamento di Tony Robbins puoi dire che ti sia veramente servito?

La passione. **Essere risolti a crescere sempre.** Robbins non si è fermato alla PNL (*Programmazione neurolinguistica, ndr*). Personalmente sono stato il primo al mondo ad aver ricevuto proprio da Richard Bandler, fondatore di questa disciplina, il titolo di "Master Trainer in NLP for Business". Un riconoscimento "inventato" per me, che mi riempie d'orgoglio. Ma nonostante questo, seguendo l'esempio di Anthony Robbins, non mi sono fermato. Ho studiato altro, come le dinamiche a spirale, una metodica straordinaria che lo stesso Robbins usa per capire meglio le per-

soni. **Pensare di smettere di crescere è un'utopia,** e chi legge V+ lo sa bene.

Torniamo a te. Oggi sei formatore e coach. Ti che cosa ti occupi in particolare?

Aiuto persone e aziende a mettere quell'extra per migliorare i risultati. Lo faccio con le mie due passioni: la formazione e il coaching. Come dicevo, mi aiuto con la PNL e le dinamiche a spirale ma non solo. Da un'azienda che si chiama Extraordinary i clienti si aspettano il meglio, non possiamo deluderli, no?

Fai il coach sia per top manager internazionali che per manager di piccole o medie aziende. Come cambia il tuo approccio? I contenuti sono gli stessi?

So che è un'immagine molto usata, ma calza bene: mi considero un sarto. Le persone, come le aziende, sono uniche. Il bello del lavoro che faccio è che entro nel mondo e nella vita dei singoli e delle aziende, conosci le situazioni intimamente, e così crei una reale partnership, che poi è l'unico modo per essere utili. Per fare questo, inizio sempre cercando di avvicinarmi la mente aperta, senza preconcetti o metodi standard. Costruisco un'alleanza, se così posso dire. Devo essere al fianco dei clienti e accompagnarli. Loro mi dicono che idea hanno del vestito che vogliono indossare; io li aiuto a capire se è quello più indicato.

Attualmente sei impegnato anche nel percorso formativo LIFESS ideato dall'AD di V+, Mario Del Corso. Com'è nata la tua adesione?

Senza esagerare, posso affermare che l'idea di Mario Del Corso è geniale, e quando me ne ha parlato, l'ho subito sposata. Parte dal presupposto che i piccoli imprenditori hanno sempre più "gatte da pelare", ma non sempre gli strumenti, come me quando gestivo quel ristorante negli Usa. LIFESS dà strumenti pratici, veloci da applicare, senza l'esigenza di corsi troppo accademici o teorici. Insomma per chi non ha tempo o sente prurito di fronte alla pura teoria!

Come dicevi un altro titolo importante ti vede unico italiano (e primo al mondo) "Master trainer in NLP for Business". Questo ti porta anche a lavorare fianco a fianco con Richard Bandler, uno dei padri della Programmazione Neuro-Linguistica. Si è scritto e si è detto molto su questa disciplina, ma ci potresti spiegare un principio della PNL che secondo te sono utili per un venditore?

Si è scritto e detto troppo, spesso a vanvera anche per colpa di chi dice di fare PNL. Ma la PNL, nella sua essenza, studia l'eccellenza umana. **Cioè cerchiamo i migliori e studiamo come fanno quello che fanno per poterlo ripetere.** Non tutti posso



emulare quei risultati, ma se apprendiamo dai migliori, abbiamo una possibilità in più di migliorare. Ecco cos'è la PNL, ecco cosa fa: studia come l'essere umano usa la Neurologia (che è l'hardware) e la Programmazione (cioè il software, quello che ha appreso durante la sua vita) per decodificare la linguistica, intesa come i messaggi che ci arrivano continuamente. **Per esempio, come percepisci la crisi? È una tragedia oppure un'opportunità? Una fase? I diversi punti di vista daranno diversi risultati ovviamente.** La PNL studia i migliori di questi approcci per imparare da chi è davvero straordinario.

Che cosa significa invece essere "docente di allenamento mentale" per la Federazione italiana pallavolo?

Nello sport l'aspetto mentale è importantissimo, anche se poco curato. C'è ancora molta ignoranza: l'allenatore mentale viene spesso confuso con il motivatore o lo psicologo dello sport. Nei paesi anglosassoni, invece, è una figura molto diffusa. Qui in Italia poche federazioni, squadre o atleti ne hanno capito l'importanza, ed è un peccato. Ma posso dire che con la FIPAV abbiamo fatto un ottimo lavoro, nonostante il contesto culturale non sia sviluppato come altrove.

Poi ho lavorato in molti altri settori sportivi. Di recente sono stato chiamato in Qatar, Paese piccolo ma molto ricco che ospiterà i mondiali di calcio. Nel ranking FIFA sono al 133 posto, ma vogliono crescere, ed ecco perché stanno usando tutti gli strumenti disponibili, anche la mente. E qui "entra in campo" l'allenatore mentale.

Allenare la mente è utile a chiunque, anche ai venditori. Banalmente: se prima di incontrare un cliente immagino che andrà male, è molto probabile che andrà male. Lo sanno tutti. **Purtroppo sono pochi i professionisti nello sport, e nelle**

vendite, che hanno la disciplina di mettersi nello stato d'animo giusto prima di fare qualcosa. Sono i pochi che si distinguono e che diventano "campioni".

Sei autore di molti libri, l'ultimo intitolato The spiral, scritto a più mani con i due esperti americani punti di riferimento nel mondo delle dinamiche a spirale. Senza entrare troppo nel tecnico, puoi farne una sintesi per i lettori di V+? Abbiamo scoperto che questa tecnica fu usata anche da Nelson Mandela nella sua opera per l'integrazione in Sudafrica. Di nuovo, perché può essere interessante per un venditore?

Adoro le dinamiche a spirale (che chiamiamo DaS), niente mi ha appassionato di più, nemmeno la PNL. Sono una metodica impegnativa ma dà risultati incredibili. Pochi la conoscono e pochi ne parlano per due ragioni: primo, bisogna impararla bene, e secondo, danno una chiave di lettura che ti rende potente. Non tutti vogliono impegnarsi, e chi lo fa non vuole svelare il segreto. Se la PNL studia come le persone pensano, le DaS spiegano perché pensano così. Non a caso oltre a Mandela, lo stesso Robbins e altri grandi esponenti della PNL usano questa metodica. Se sai perché le persone pensano in quel modo, hai un vero vantaggio. Puoi prevedere come decideranno, cosa vogliono, come motivarli a comprare o gestire una situazione difficile. Tutti conosciamo la piramide dei bisogni di Maslow; pochi sanno che un suo contemporaneo, Clare Graves, sviluppò il concetto da cui nascono le dinamiche a spirale – che lo stesso Maslow considerò migliori della sua teoria. Ho avuto l'onore di scrivere il libro con i due "guru" americani delle dinamiche a spirale, Christopher Cowan e Natasha Todorovic. Verranno a Milano per un corso a maggio.

"Successo" è il participio passato di succedere, cioè fare accadere le cose.

(Claudio Belotti)

Ognuno di noi è al mondo per realizzare perfettamente sé stesso.

(Oscar Wilde)

La vita come tu la vuoi, Prendi in mano la tua felicità: quando hai scelto questi come titoli dei tuoi libri, sapevi che avresti attirato le critiche di chi crede che siano solo concetti astratti e non obiettivi raggiungibili? Insomma, oggi parlare di “felicità” è impegnativo, eppure, a leggerli, non utopistico. Cosa consigli nel concreto?

La scelta dei titoli è stata fatta con intenzioni precise: in entrambi c'è enfasi sul “TU”. Ci tenevo a sottolineare che stiamo parlando della tua vita e della tua felicità. Devi scegliere tu. Se lo fanno altri, non sarai felice.

Non è un'utopia, ma non è neppure fortuna. Sono solo risultati che vengono se si fanno le cose giuste. Posso dare un consiglio: decidi cosa è importante per te e fai le cose in funzione di quella cosa importante. Non è poco, credetemi.

In questi due libri aiuto il lettore a prendere delle decisioni e a scegliere. La vita è fatta di scelte. Credo sia per questo che c'è tanta insoddisfazione: lasciamo che altri scelgano per noi.

In uno degli ultimi post sul tuo sito parli dello sport più praticato al mondo: la mentela. Cosa succede nella mente di un venditore quando si lamenta e tu cosa fai per “non cadere in tentazione”?

Lamentarsi è naturale, siamo umani e a volte serve a scaricarci. L'importante è che poi si faccia qualcosa per cambiare la situazione. Un venditore che si lamenta e basta toglie a se stesso la forza più grande: quella di poter cambiare le cose. Per risolvere i problemi, bisogna aver fede che puoi fare qualcosa e bisogna avere la forza per farlo.

Due emozioni che vengono totalmente e continuamente annullate dalla critica. La critica è la peggior nemica, toglie energia e ti induce pensare che nulla possa cambiare. Quando entro in uno stato lamentoso, cerco di ricordarmi che serve a poco. Se non basta, Nancy interviene (*ride*).

Nei tuoi corsi dai una definizione particolare di “obiettivi”. Cosa sono per un venditore?

Gli obiettivi sono determinanti. Alcuni miei colleghi coach, secondo me, fanno però l'errore di definire solo quelli. Cioè aiutano i loro clienti a definire i “gol” senza identificare gli scopi, il perché. La motivazione, come dice la parola stessa, è il motivo per agire.

Le due cose, obiettivi e motivi, devono essere compresenti. Se un venditore ha degli obiettivi ben chiari e ha anche degli scopi motivanti, “perché è importante raggiungerli”, allora avrà la forza di fare quello che altri considerano impossibile. Un concetto molto chiaro, per esempio, nelle dinamiche a spirale, per citarle ancora.

Quali sono, secondo la tua esperienza, i modi migliori per costruire il rapporto con il cliente?

Nell'audiolibro sulla vendita che ho prodotto con Nancy, intitolato *Impara a essere un venditore straordinario*, lo spieghiamo nel dettaglio. Parliamo anche di ovvietà, se volete, che però spesso vengono dimenticate. Credo sia questa la piccola, quotidiana tragedia dei venditori.

Al giorno d'oggi, soprattutto con le difficoltà che sappiamo, il cliente vuole, prima di tutto, sicurezza e qualcuno su cui contare. Vuole essere sicuro

che tu, venditore, sia una persona di cui si può fidare sia umanamente sia professionalmente... e quasi ciecamente. Non c'è più spazio per chi si improvvisa, ma ormai ve ne sarete resi conto. Non siamo ai primi giorni di “crisi”, e chi non era preparato o raccontava mezze verità è già stato messo da parte.

Dici spesso di “parlare in stampatello”. Cosa significa?

È un modo per dire che preferisco parlare chiaro e semplice. Definizioni astruse, termini fin troppo tecnici, illuminazioni urlate, verità mai verificate... gli anni Ottanta sono passati da un pezzo.

Qual è l'aforisma che rileggi più spesso?

Ce ne sono tanti. Li cambio in funzione di quello che devo ricordarmi. Uno a me molto caro è quello di Anthony Robbins che dice: “È nel momento delle decisioni che crei il tuo destino”. Poi c'è quello di Albert Einstein sul quale si basano le dinamiche a spirale: “Il modo di pensare che crea un problema non lo può risolvere”.

Ho iniziato il 2014 con questo di David Bowie, il mio artista preferito: “Se sei su un terreno sicuro, allora vuol dire che sei morto!”.

Ci sono delle abitudini quotidiane che ti aiutano sul lavoro?

Sì, e sono semplici: tutte le mattine cerco di iniziare bene la giornata con qualcosa di positivo, un bacio di Nancy, una chiacchierata con le mie figlie, un buon caffè. Cerco di fare del mio meglio, di migliorare i miei metodi senza sosta e di prendere solo impegni che so di poter mantenere. Non sono un “talebano”, ma cerco di mangiar sano e di fare movimento. E poi considero il rapporto umano alla base di tutto. Voglio solo aver a che fare con persone con cui condivido determinati valori. Su questo non scendo a compromessi.

Il 2014 è avviato, ma, volendogli dare la giusta direzione, quali consigli hai per chi ci legge?

Di pensare in modo diverso. Il mondo è davvero cambiato. Dobbiamo stimolare le nostre menti in

CORSO DI DINAMICHE A SPIRALE
A MILANO DALL'1 AL 4 MAGGIO
con Chris Cowan, Natasha Todorovic
e Claudio Belotti

Per i lettori di V+ è riservato
uno sconto del 15% sulla quota.
Chiama il Numero verde 800.589.777
e presentati come lettore del magazine.

tutti i modi possibili.

Consiglio di investire su se stessi: è l'unico investimento che ha un ritorno sicuro. Tutto quello che impari torna, come dice il vecchio adagio “prendi l'arte e mettila da parte”. Ora poi le risorse sono infinite: corsi, libri, audiolibri, blog, corsi online... per tutti i gusti e tutte le tasche. Vale sempre di più quello che diceva Onassis: “chi sa di più... vince”. **Farei economia su tutto, ma non sulla mia crescita personale.** In passato ho rinunciato alle vacanze, al ristorante, ai vestiti o alle auto per imparare quello che so.

Come pensi che possa evolvere il ruolo del venditore nei prossimi tre anni?

Sarà sempre più un risolutore di problemi. La vita di tutti si sta complicando, e il cliente cerca qualcuno che gli risolve davvero le rogne, qualcuno su cui possa contare. Se è una questione di prezzo, compra online e il venditore non serve più. Ma se il venditore sa vendere, il prezzo non conta. Il vero venditore è sempre stato un valorizzatore, qualcuno che sa instillare nel prodotto un valore inestimabile grazie alla relazione. Così il venditore ha un futuro garantito.

Come vedi il futuro del mercato in Italia e dell'Europa?

Domanda da un milione di euro. Vedo un futuro difficile, ma niente di impossibile. La forbice si sta davvero aprendo, non solo separando ricchi e poveri, ma chi è parte del problema e chi è parte della soluzione. Chi avrà la forza, la voglia e il coraggio di evolversi ha un futuro. Gli altri non so. Siamo in un momento storico di grandi opportunità, è la realtà che essere “bravini” non serve a niente, bisogna essere straordinari. Può sembrare un traguardo irraggiungibile, ma forse, arrivati in fondo a questa intervista, avere già cominciato a cambiare idea. Ve lo auguro di cuore.



Falliscono coloro che, di fronte alle avversità della vita, le accolgono come limitazioni.

(Anthony Robbins)

IL COACH DEI VENDITORI STRAORDINARI



Co-fondatore di **Extraordinary**, è uno dei pionieri del **coaching** e negli ultimi 22 anni ha lavorato come coach e trainer con migliaia di persone, manager, imprenditori, dirigenti, atleti.

Tra i suoi clienti anche **aziende** (Gruppo Armani, Axa, Bulgari, BMW, Credit Suisse, Google, ING Direct, IBM, l'Oreal), **associazioni** ed **enti pubblici**.

È docente di allenamento mentale per la **Federazione Italiana Pallavolo** e ha affiancato professionisti e squadre di vari sport, tra cui il settore giovanile dell'Inter FC.

È l'unico europeo dei quattro “Senior Trainers” al mondo scelti da **Anthony Robbins**, ed è docente alla “Anthony Robbins Leadership Academy”, al “Leadership Programme” della “Robbins Mastery

University” e in corsi tenuti in tutto il mondo. È il primo al mondo ad aver ricevuto da **Richard Bandler** il titolo di “**Master Trainer in NLP for Business**”. Collabora con Bandler come assistente nei suoi corsi americani.

In Italia è il maggior esperto di Dinamiche a Spirale e collabora con **Chris Cowan** e **Natasha Todorovic**, con cui ha scritto il suo ultimo libro, *The spiral*.

Ha scritto anche *La vita come tu la vuoi e Prendi in mano la tua felicità* (ed. Sperling), ebook (tradotti in quattro lingue). È autore di numerosi ebook e audiolibri, bestseller su iTunes.

www.extraordinary.it www.claudiobelotti.it