



I 4 COLORI DELLA PERSONALITÀ NEL RETAIL

di Monica Losito e Irene Graziani

Ogni cliente che entra in un negozio ha una storia, un modo di pensare e un'emozione che lo guida nelle sue scelte. Affinare la capacità di comprendere i diversi stili comportamentali dei clienti che visitano il negozio è molto utile per creare un'esperienza d'acquisto davvero efficace e su misura. Questo articolo nasce dalla volontà di condividere un metodo semplice ed efficace: i quattro colori della personalità.

Il modello dei 4 colori della personalità

Il modello dei 4 colori della personalità è ampiamente utilizzato in ambito aziendale, soprattutto nei processi di selezione del personale, nella gestione dei team e nella comunicazione interna.

La sua efficacia risiede nella capacità di offrire una chiave di lettura immediata e intuitiva dei diversi stili comportamentali, facilitando così le dinamiche relazionali e decisionali.



Tuttavia, nel mondo del retail, il tempo a disposizione per riconoscere il profilo di un cliente è estremamente ridotto.

Per questo motivo abbiamo adattato il modello alle specifiche esigenze del settore, rendendolo uno strumento pratico e applicabile in tempo reale.

L'obiettivo è permettere ai professionisti della vendita di **identificare rapidamente le preferenze di acquisto e il modo migliore per interagire con ciascun cliente**, migliorando così l'esperienza d'acquisto e aumentando le opportunità di vendita.

La capacità di comprendere e adattarsi ai diversi tipi di clienti può fare la differenza tra una vendita chiusa con successo e un'opportunità persa. Ogni cliente ha un modo unico di pensare, decidere e interagire. Il metodo dei quattro colori della personalità è uno strumento potente per comprendere queste differenze e ottimizzare la comunicazione e le strategie di vendita.

In questo articolo scoprirai:

- Come identificare il profilo psicologico del cliente in pochi minuti
- Come adattare il tuo approccio per migliorare l'esperienza d'acquisto
- Strategie pratiche per aumentare la fidelizzazione e le vendite



IL BLU

Il Blu – L'Analitico

- Logico, preciso e attento ai dettagli;
- Ama avere tutte le informazioni prima di decidere;
- Non si fa influenzare dall'emotività.

Come vendere a un cliente Blu:

- Fornisci dati, schede tecniche e informazioni dettagliate;
- Rispondi con precisione alle sue domande;
- Lascia spazio per riflettere senza pressioni.

IL ROSSO

Il Rosso – Il Deciso

- Determinato, diretto e orientato ai risultati;
- Ama le risposte rapide e le soluzioni efficaci;
- È impaziente e poco incline alle chiacchiere inutili

Come vendere a un cliente Rosso:

- Vai subito al punto e offri opzioni concrete;
- Mostra il valore del prodotto con numeri e dati;
- Usa un linguaggio sicuro e deciso.



IL VERDE

Il Verde – L'Empatico

- Tranquillo, riflessivo e molto orientato alle relazioni;
- Ha bisogno di fidarsi prima di prendere una decisione;
- È sensibile e non ama la pressione nella vendita.

Come vendere a un cliente Verde:

- Costruisci un rapporto di fiducia e ascolta le sue esigenze;
- Mostra recensioni e testimonianze;
- Usa un approccio calmo e rassicurante.

IL GIALLO

Il Giallo – L'Energico

- Estroverso, entusiasta e creativo;
- Ama le storie, le esperienze e le interazioni sociali;
- È impulsivo e si lascia affascinare dalle novità.

Come vendere a un cliente Giallo:

- Crea un'esperienza coinvolgente;
- Usa storytelling ed esempi emozionanti;
- Sottolinea il lato innovativo e divertente del prodotto.



Come riconoscere i colori nei clienti

Ecco alcuni segnali per capire velocemente il tipo di cliente:

- Parla veloce e chiede risultati subito? → Probabilmente è un Rosso
- Sorride, gesticola e racconta esperienze? → Potrebbe essere un Giallo
- Ti ascolta con attenzione e chiede opinioni? → È molto probabile che sia un Verde
- Fa molte domande tecniche e analizza ogni dettaglio? → Sicuramente un Blu.

Strategie di vendita

Ogni cliente ha bisogno di un approccio personalizzato. Vediamo alcune strategie pratiche:

TIPO DI CLIENTE	STRATEGIA DI VENDITA	ESEMPIO DI COMUNICAZIONE
	ESSERE DIRETTI E CONCISI	«QUESTO È IL MIGLIOR PRODOTTO PER OTTENERE RISULTATI IMMEDIATI»
	CREARE ENUSIASMO E COINVOLGIMENTO	«QUESTO PRODOTTO È INNOVATIVO E HA UNA STORIA INCREDBILE»
	COSTRUIRE FIDUCIA E RASSICURARE	«ABBIAMO OTTIME RECENSIONI DA CLIENTI SODDISFATTI»
	DARE DATI E DETTAGLI	«QUI TROVA TUTTE LE SPECIFICHE TECNICHE E I TEST DI QUALITÀ»



Esercizi pratici

Esercizio 1: Riconosci il cliente

Pensa a tre clienti con cui hai interagito di recente. Qual era il loro atteggiamento? Come comunicavano? In quale colore li classificheresti?

Esercizio 2: Personalizza il tuo approccio

Prova a usare le strategie indicate per ogni colore nella tua prossima interazione di vendita e nota le eventuali differenze nei risultati.

Comprendere i quattro colori della personalità è un'abilità potente che può trasformare il modo in cui vendi e interagisci con i tuoi clienti.



Fonti per le immagini:

mstanley, Arthur-studio10, Robert Kneschke, GaudiLab da shutterstock.com

SCOPRI DI PIÙ



Questo articolo fa riferimento alla Bussola **Neuromarketing nei servizi. Vendere di più, vendere meglio**, scritta da Confcommercio in collaborazione con Terziario Donna e Ainem, Dicembre 2020.

Collana Le Bussole

Una linea di pubblicazioni pratiche, operative, scritte con un linguaggio concreto, in formato di manuale e focalizzate sul core business delle imprese associate.



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Per avere maggiore supporto per la Tua attività
contatta l'Associazione Territoriale del Sistema Confcommercio