

Nota dell'autore

Le vocazioni mancate stingono su tutta l'esistenza.

Honoré de Balzac

All'inizio del 2000 ero terribilmente insoddisfatto e scoraggiato nei confronti del mio lavoro come vicepresidente della programmazione in una società di intrattenimento. Quell'ambiente mi sembrava una prigione: ore interminabili, colleghi indifferenti e nessun coinvolgimento personale. Vi suona familiare? Decisi così di intraprendere un nuovo percorso professionale come consulente aziendale e, quindi, da libero professionista. Passai ore e ore a leggere, fare ricerche, studiare e perfezionare le mie competenze in gran segreto. Dopo un'accurata pianificazione, stabilii la data in cui avrei riacquisito la libertà e la segnai su tutti i calendari di casa con una facciosa sorridente e vittoriosa. La mia lettera di dimissioni era già scritta, firmata e imbustata, pronta per la consegna. Era molto facile correre via per fare quello che mi comandavano il cuore e la mente (che erano fuggite altrove ormai da tempo).

In quel fortunato giorno, ricevetti il mio premio economico, mi precipitai in banca a incassarlo e consegnai con orgoglio la lettera di dimissioni. Non so nemmeno descrivervi la gioia e la soddisfazione che provai in quel momento. Tornai a casa camminando a tre metri da terra e il giorno dopo mi svegliai pronto per lanciarmi nella mia nuova carriera di libero professionista al servizio degli altri.

Purtroppo la gloria fu breve e non ci misi molto a capire che mi ero cacciato nei guai.

Forse penserete che sono pazzo, ma credevo davvero che i clienti sarebbero arrivati da soli senza problemi. Ero convinto che bastasse incontrarli perché si innamorassero di me e mi desero il loro denaro in cambio dei miei servizi. Invece, ciondolavo avvilito nel mio costoso appartamento di New York, in preda al panico e all'autocommiserazione, e mi occupavo di lavori impegnativi ma di poco conto che non mi avrebbero portato un centesimo di guadagno.

Dopo sei mesi ero letteralmente disperato e questo diede il via a una nuova fase della mia vita. Ero stufo, avevo raggiunto il limite della sopportazione. Non avevo nessuna intenzione di gettare la spugna e abbandonare la mia carriera di consulente. Il mio innato bisogno di sostenere e aiutare, di servire le persone per cui sentivo di poter fare qualcosa, si mise in moto in un gelido mattino newyorkese. Del resto, non avevo altra scelta. La vita da senz'atletto non faceva per me. Anziché rimuginare sulla fredda realtà delle mie difficoltà finanziarie e sulla temperatura glaciale fuori, lavorai 16 ore al giorno per pagare tutti i conti (una strategia che non vi consiglio affatto, per la cronaca). Mi gettai a capofitto nelle mie ricerche e studiai attentamente qualunque cosa riuscissi a trovare sulle strategie per attirare clienti, comunicare efficacemente, vendere, piazzare sul mercato e promuovere i miei servizi. Ma la cosa che più mi interessava era imparare ad amare il marketing e la vendita trasformandoli in un obiettivo significativo.

Come potete immaginare, questo metodo funzionò, altrimenti non sarei qui a scrivere queste parole, né voi sareste qui a leggerle. Nel giro di dieci mesi la mia agenda era fitta di appuntamenti, più di quanti riuscissi a gestirne. Tuttavia, gli assegni che incassavo non erano la parte più importante della mia attività. La vera identità di ciò che stavo creando era il sistema di marketing grazie al quale la mia attività e i miei guadagni crescevano di mese in mese. Cominciai a condividere il mio processo di marketing con un piccolo gruppo di clienti fidati e li vidi raggiungere il successo davanti ai miei occhi. Sentivo fiducia, orgoglio e soddisfazione nella loro voce. Le loro attività presero il volo.

I miei clienti, che erano liberi professionisti di ogni genere, cominciarono ad avere l'agenda piena: massaggiatori, broker di mutui, commercialisti, psicoterapeuti, agopuntori, dentisti, titolari di saloni di parrucchieri o centri spa, contabili, grafici e progettatori web, consulenti aziendali, chiropratici, professional organizer, promotori finanziari, segretari virtuali, operatori sanitari, broker assicurativi, avvocati, personal trainer, agenti di viaggio, fotografi, fisioterapisti, istruttori di pilates e yoga, formatori, agenti immobiliari, riflessologi, venditori, naturopati e altri ancora... tutti riuscirono a trovare più clienti di quanti ne potessero gestire. Be', non proprio tutti, ma quasi... o almeno, tutti quelli che si impegnavano davvero.

Mi misi subito al lavoro per strutturare un sistema totalmente replicabile da poter trasferire a tutti. Il risultato di questo lavoro è il sistema Agenda Piena che tenete tra le mani in questo momento, lo stesso che più di un milione di persone hanno utilizzato e utilizzano dal 2003.

Quando il libro venne pubblicato, nell'aprile del 2006, raggiunse il secondo posto nella classifica dei libri più venduti su Amazon.com e non in una specifica categoria, ma tra *tutti* i libri in vendita. La cosa mi lasciò a bocca aperta. Da allora è stata una risorsa costante per i liberi professionisti di Stati Uniti, Gran Bretagna e Canada. È stato tradotto in spagnolo, vietnamita, bulgaro, polacco, indonesiano, cinese, coreano e altre lingue ancora. È stato inserito nei corsi di laurea delle scuole di business ed è menzionato come "lettura consigliata" da importanti associazioni di categoria come l'Associazione Nazionale degli Agenti Immobiliari degli USA, che lo definisce "un must".

Il problema dei libri pubblicati è che, una volta stampati, non si possono modificare. Tuttavia, nel corso degli anni, ho trovato molti modi per migliorare il mio metodo. Di conseguenza, ho modificato parti importanti del sistema, ne ho perfezionate altre e ho aggiunto materiale nuovo e aggiornato. In questa terza edizione ho raccolto il meglio del sistema Agenda Piena, chiarendo alcuni punti salienti e sfoldendo le parti superflue in modo da eliminare tutte le informazioni non essenziali. Se c'è una cosa che

ho imparato negli ultimi 20 anni, è che le informazioni in più non servono; quello che serve davvero sono informazioni organizzate al meglio, più facili da assorbire e utilizzare. Credo che questa nuova edizione renda la lettura più facile, più veloce e più efficace e, di conseguenza, porti a risultati maggiori e più vantaggiosi.

La possibilità di diventare dei liberi professionisti di successo è concreta e realistica, ma all'inizio è necessario acquisire le competenze necessarie a promuovere il proprio lavoro e a diventare *la* persona a cui rivolgersi nel proprio ambito, prima che sia troppo tardi. Non c'è dubbio che il sistema Agenda Piena sia in grado di cambiare la vostra attività e la vostra vita.

Voi amate quello che fate. Siete molto bravi nel vostro lavoro. Vi siete messi al servizio degli altri e questo fa di voi delle persone eccezionali. Adesso è il momento di riempire la vostra agenda.

Questo libro apre la via verso un'attività professionale più redditizia, più significativa e sicuramente piena di clienti, tanti quanti il vostro cuore ne desidera: clienti che vi daranno forza e vi ispireranno, con i quali darete il meglio e che vi pagheranno generosamente.

Spero che proviate anche voi lo stesso entusiasmo che provo io ogni giorno all'idea di costruire la vostra attività in maniera indipendente. Il sistema Agenda Piena non sarà solo una fonte di ispirazione, ma vi porterà a imparare e reimparare, sperimentare e perfezionare sempre di più le risorse che avete dentro. Sono sicuro che il segreto del vostro successo non sia esclusivamente il lavoro che faremo insieme, ma che risieda già dentro di voi. Agenda Piena vi aiuterà semplicemente a tirare fuori la vostra grandezza.

Stiamo percorrendo questa strada insieme, imparando gli uni dagli altri. In fondo, siamo tutti alla ricerca della gioia, dell'amore, del successo e della felicità. Non smettete mai di credere che il vostro lavoro faccia davvero la differenza nella vita dei vostri clienti, nella vostra e nella società tutta.

Ed ecco a voi... la via per trovare tanti clienti quanti il vostro cuore ne desidera. Vi prego di avvicinarvi al sistema Agenda

Piena con il cuore e la mente aperti. Respingete completamente o, quanto meno, mettete da parte qualsiasi preconcezio aleggi ancora nei vostri pensieri e lasciate che questo processo si sveli passo dopo passo.

Lo stile Agenda Piena è un percorso fatto di ricchezza, di gioia e di significato. Servire voi è il mio più grande onore. Se durante la lettura dovessero venirvi in mente domande di qualsiasi tipo – stupide, serie, importanti, strategiche, personali o professionali – vi prego di contattarmi. Sono sempre felicissimo di ricevere i vostri messaggi. Rivolgetemi tutte le domande che volete scrivendo a questions@michaelpport.com. Se c'è qualcosa che posso fare per aiutarvi, non avete che da chiederlo.

E ora, cominciamo a riempire la vostra agenda.

Con affetto, Michael Port
www.MichaelPort.com

Premessa

Il sistema Agenda Piena è supportato da principi sia pratici sia filosofici.

Dal punto di vista pratico, potrebbero esserci due ragioni molto semplici per cui al momento non avete tanti clienti quanti ne vorreste: o non sapete come fare ad attrarli e mantenerli o lo sapete ma non lo state facendo. Il sistema Agenda Piena è pensato per aiutarvi a risolvere entrambe le problematiche e fornirvi le informazioni necessarie ad aumentare il numero dei clienti. Se sapete già come fare ma non lo state facendo, spero di portarvi a compiere i giusti passi e di aiutarvi a mantenere questa via per poter costruire l'attività dei vostri sogni. Inoltre, vi stupirò dimostrandovi che il marketing non è ciò che porta i clienti a scegliervi. La vera differenza sta in quello che fate una volta che il potenziale cliente è al corrente dei vostri servizi. Il sistema Agenda Piena vi insegnerà in che modo far conoscere i prodotti e i servizi che offrite e, in seconda battuta, cosa fare per assicurarvi il cliente una volta che qualcuno vi ha scoperti.

Dal punto di vista filosofico, ritengo che se avete qualcosa da dire, se avete un messaggio da diffondere, e se esistono persone che desiderate servire, allora significa che servirle è la vostra *vocazione*. Non si tratta di farlo per dovere o perché sono il vostro target di riferimento, ma proprio perché questo è il *sens*o della vostra vita. Se queste parole non toccano le vostre corde più profonde ora, sono certo che lo faranno una volta che avrete letto questo libro e iniziato a seguire il sistema Agenda Piena.

Il sistema si articola in quattro moduli:

1. Le vostre fondamenta
2. Guadagnare fiducia e credibilità
3. Vendita semplice e pricing perfetto
4. Le sei strategie fondamentali di autopromozione nel sistema Agenda Piena

Inizieremo costruendo delle fondamenta indistruttibili per la vostra attività. Se siete davvero determinati a diventare dei liberi professionisti di successo, dovete avere una base solida su cui poggiare i piedi. Solo allora sarete pronti a creare e implementare una strategia per guadagnare fiducia e credibilità. Verrete considerati degli esperti attendibili nel vostro ambito e inizierete a ottenere la fiducia delle persone che vorreste servire. Stabilirete per la vostra offerta un prezzo che soddisfa le aspettative del cliente e imparerete a intrattenere conversazioni di vendita basate sull'integrità che colpiscano nel segno. Allora, e solo allora, potrete mettere in pratica le sei strategie di autopromozione finalizzate a far conoscere i vostri preziosi servizi e basate sul vostro talento, strategie che, proprio per questo, trasmettono sincerità e onestà.

Per aiutarvi a strutturare un'attività piena di clienti che vi ispirano e vi danno energia, questo libro propone degli esercizi scritti e dei passi operativi che vi incoraggeranno a pensare sempre in grande per il vostro business. Vi accompagnerò in tutte le fasi che dovrete completare per arrivare a servire tutti i clienti che il vostro cuore desidera.

Vi consiglio di conservare le risposte che darete negli esercizi scritti per poterle riguardare in futuro. Per vostra comodità, ho creato un quaderno di lavoro (scaricabile gratuitamente) che contiene tutti gli esercizi e i passi operativi illustrati in questo libro. Dovete semplicemente collegarvi al mio sito web e scaricare il quaderno per cominciare oggi stesso a compiere i passi necessari ad avere più clienti di quanti ne possiate gestire.

Collegatevi al sito www.bookyourselfsolid.com/workbook e scaricate gratuitamente la vostra copia del quaderno di lavoro in modo da averlo in mano ancor prima di voltare questa pagina. Il vostro primo passo operativo, quindi, è procurarvi il quaderno di lavoro. *Sebbene sia certo che trarreste grande vantaggio anche dalla sola lettura di questo libro, la vera differenza – e quindi il vostro successo – sta nel decidere di assumere un ruolo attivo e di impegnarsi al 100%, facendo gli esercizi e compiendo tutti i passi operativi illustrati.*

Vi prego di procedere con il sistema nell'ordine stabilito dal libro. Non saltate pagine, non correte alla fine, non passate da un capitolo all'altro in modo casuale; le sei strategie di autopromozione del sistema Agenda Piena possono essere attuate in maniera efficace soltanto se fundamenta, credibilità, pricing e strategie di vendita sono stati costruiti in modo corretto. Una delle principali ragioni per cui i liberi professionisti dicono di detestare il marketing e la vendita è che di solito si affacciano sul mercato senza questi elementi essenziali, che è come voler mangiare un uovo prima che sia cotto: è ovvio che ne rimarrete disgustati. Ecco perché vi prego caldamente di seguire le fasi del sistema, lasciando che il processo si sviluppi in maniera graduale, anche se avete voglia di saltare qualche passaggio e andare avanti. Ricordate, l'autopromozione serve solo a far conoscere i prodotti e i servizi che vendete, ma è ciò che fate dopo che vi permette di guadagnare clienti. Tutto il marketing del mondo non basterebbe ad aiutarvi se aveste fundamenta poco solide (o non ne aveste affatto), se non poteste dimostrare la vostra credibilità, se non sapeste guadagnarvi la fiducia, stabilire il prezzo della vostra offerta e condurre una conversazione di vendita efficace.

Sono tanti i liberi professionisti di talento come voi che scappano dal marketing e dalla vendita perché si convincono che queste siano attività invadenti, autoreferenziali, al limite del disonesto. Questo vecchio pregiudizio non ha niente a che fare con il sistema Agenda Piena. È la tipica mentalità dell'“accalappiamento”. Non dovete *mai* abbassarvi a questo modo di pen-

sare e di essere. Se lo farete, opererete con una mentalità fondata su pochezza e meschinità, l'esatto opposto della ricchezza e dell'integrità del sistema Agenda Piena.

Ponetevi le seguenti domande:

- Come posso esprimere me stesso completamente nel mio lavoro in modo da renderlo significativo per me e le persone che servo?
- In che modo posso arrivare a lavorare soltanto con le mie aree di forza, dove il mio talento risalta maggiormente?
- Quante relazioni ho stretto e approfondito con persone valide?
- In che modo posso migliorare l'ascolto e i servizi per i miei clienti ideali?
- Come posso far sì che i contenuti concreti della mia attività lascino a bocca aperta?
- Come posso rendere un servizio superiore a quello promesso ai miei clienti?
- Come posso creare maggiore ricchezza tramite la collaborazione con altri professionisti?

Se non smetterete mai di porvi queste domande, se getterete delle solide fondamenta per il vostro business, se guadagnerete fiducia e credibilità sul mercato, se imparerete come stabilire i prezzi e come vendere ciò che offrite e se utilizzerete le sei strategie fondamentali di autopromozione, avrete un'agenda piena in men che non si dica.

TU:
il migliore promotore
di te stesso

Il metodo più veloce e più efficace
per trovare più clienti
di quanti ne possiate gestire

Modulo uno

Le vostre fondamenta

Per avere un'agenda piena sono necessarie fondamenta solide. Per gettare queste basi, si comincia così:

- Scegliete i vostri clienti ideali in modo da lavorare soltanto con persone che vi ispirino e che vi diano energia.
- Individuate i motivi per cui le persone comprano ciò che vendete.
- Sviluppate un brand personale che vi renda memorabili e unici.
- Parlate di quello che fate in un modo che non risulti vago o confuso.

In questo primo modulo vi accompagnerò nella costruzione delle fondamenta per fare in modo che abbiate una base salda su cui poggiare, una struttura progettata in maniera perfetta che possa sostenere l'evoluzione del vostro business, le attività di marketing e – consentitemi di aggiungerlo – la vostra crescita personale. Sì, perché mettersi in affari in proprio, soprattutto quando si è al servizio degli altri, richiede una riflessione e una crescita personale costanti.

Nel corso degli anni, ho notato che molti sono impazienti di superare la fase delle fondamenta e vogliono andare dritti alle strategie di marketing. Per favore, resistete a questa tentazione. Ricordate: il marketing non vi assicura quasi mai un nuovo cliente. Ciò che davvero vi consente di ottenere questo risultato è quello che fate una volta che il potenziale cliente è venuto a conoscenza dei vostri servizi. So di averlo già ripetuto tre volte in

poche pagine, ma vi assicuro che lo dirò ancora nelle prossime, perché è un concetto di fondamentale importanza. Per prima cosa, è indispensabile avere fondamenta solide su cui reggersi.

Costruire queste fondamenta potrà sembrarvi un duro lavoro e forse lo è davvero, ma credo che ciò dipenda dalla vostra definizione di “lavoro”. In ogni caso, avere fondamenta solide che facciano sentire al sicuro i potenziali clienti è la prima chiave del successo.

Costruire le fondamenta è un po' come fare un puzzle: affronteremo il processo un tassello alla volta e, alla fine, avrete ottenuto la base ideale per riempire la vostra agenda.

La politica della corda di velluto rosso

Colui che si riveste per soddisfare tutti, presto si sfoltirà del tutto.

Raymond Hull

Immaginate che un'amica vi abbia chiesto di accompagnarla a un evento speciale su invito. Quando arrivate e vi avvicinate alla porta, scoprite con sorpresa che una corda di velluto rosso blocca il passaggio. Un uomo ben vestito vi chiede il nome e poi controlla la lista degli invitati. Quando vi trova nell'elenco, vi rivolge un gran sorriso e sgancia la corda da un lato per consentirvi di entrare alla festa. Questo vi fa sentire una star.

Avete elaborato anche voi una politica della corda di velluto rosso che faccia passare solo i clienti ideali, quelli che vi motivano e vi danno ispirazione? Ancora no? Bene, lo farete a breve. Perché?

Punto primo, perché se lavorate con clienti che amate, vi godrete davvero ciò che state facendo. Vi piacerà ogni minuto del vostro lavoro (be', quasi ogni minuto... si tratta pur sempre di lavoro). Inoltre, quando amiamo ciò che facciamo, diamo il nostro meglio, il che è essenziale per riempire l'agenda.

Punto secondo, perché voi *siete* i vostri clienti. Loro sono una manifestazione e un'estensione della vostra persona. Ricordate quando eravate adolescenti e i vostri genitori non approvavano alcune vostre frequentazioni? Forse vi dicevano che certi amici avevano una cattiva influenza su di voi. Da ragazzi probabilmente vi sarà sembrato un atteggiamento ingiusto, ma la verità è che il proverbio "dimmi con chi vai e ti dirò chi sei" non