

GUIDA GRATUITA

Alzare la tariffa a un cliente storico: come prepararsi

Come costruire la richiesta, provare le obiezioni prima che arrivino, e i messaggi pronti da adattare

Il problema non è il prezzo. È il momento

Con un cliente storico la difficoltà non è decidere quanto chiedere: è aprire il discorso. Più il rapporto dura, più sembra scomodo cambiare le condizioni, e più si rimanda. Intanto il lavoro cresce, e la tariffa resta quella di due anni fa.

Quello che aiuta davvero è arrivare preparata: sapere cosa dire, cosa risponderanno, e cosa sei disposta ad accettare. Tutto questo si può provare prima, senza rischiare niente.

Prima cosa: mettere insieme i fatti

PROMPT 1

Costruire il quadro di quanto è cambiato il lavoro

Faccio [tipo di lavoro] per questo cliente da [quanto tempo], alla stessa tariffa. Ti elenco cosa facevo all'inizio e cosa faccio adesso: [elenco]. Aiutami a scrivere in modo chiaro e non polemico come è cresciuto il lavoro nel tempo.

Non è una lamentela: è la descrizione di un servizio che è cambiato. Il tono fa metà del risultato.

Questo passaggio serve a te prima che al cliente: quasi sempre ci si accorge di aver aggiunto molte più cose di quante se ne ricordassero.

Seconda cosa: provare le obiezioni prima

PROMPT 2

Sentire il no prima che arrivi davvero

Fai finta di essere il mio cliente, che riceve questa richiesta di aumento: [incolla il testo]. Rispondimi come risponderebbe qualcuno che vuole tenere il prezzo basso ma non vuole perdermi. Dopo la mia replica, continua la conversazione restando in quel ruolo.

Fatti fare almeno tre giri di conversazione: le obiezioni vere arrivano quasi sempre alla seconda risposta, non alla prima.

PROMPT 3

Prepararsi alle risposte difficili

Elencami le cinque obiezioni più probabili a questa richiesta di aumento, e per ognuna una risposta breve, ferma e non aggressiva.

Terza cosa: sapere il tuo limite prima di iniziare

PROMPT 4

Decidere prima, non durante la telefonata

Aiutami a definire tre cose prima di questa conversazione: la cifra che vorrei, la cifra sotto la quale non scendo, e cosa sono disposta a togliere dal servizio se il cliente non può pagare di più.

La parte che quasi nessuno prepara

La terza colonna è la più utile: se il cliente non può alzare il budget, la risposta non è per forza no. Può essere lo stesso prezzo con meno lavoro incluso. Averlo deciso prima ti evita di improvvisare mentre sei sotto pressione.

Il messaggio, quando è il momento

PROMPT 5

Scrivere il messaggio nel tuo tono

Scrivimi il messaggio per comunicare la nuova tariffa a un cliente con cui lavoro da anni e con cui mi trovo bene. Tono caldo ma chiaro, massimo dieci righe. Niente scuse, niente giustificazioni lunghe. Dai la data da cui vale la nuova tariffa e lascia aperta la porta a parlarne.

Fai così

- ✓ Dare una data precisa da cui vale la nuova tariffa
- ✓ Restare disponibile a parlarne, senza rimangiarti il numero

Evita

- ✗ Scusarti più di una volta nello stesso messaggio
- ✗ Aprire con una lunga premessa prima di arrivare al punto

IL PASSO SUCCESSIVO

Ora hai la richiesta pronta e le obiezioni provate. Il passo dopo è costruire un lavoro in cui questi discorsi si fanno una volta l'anno, non ogni volta che tremi.

Usi già qualche strumento AI, ma il lavoro vero lo fai ancora tu. Ho lanciato un affiancamento 1:1 per cambiare esattamente questo: costruito sul tuo lavoro, non sola teoria. Non lavoro con tutti: prima guardo il tuo caso e ti dico onestamente se posso aiutarti.

5 posti al mese. Il primo passo è una call gratuita con me, per capire dove perdi tempo.

Candidati all'affiancamento →

Preparata, non aggressiva

La differenza tra una richiesta che passa e una che si perde quasi sempre non è il numero. È quanto eri preparata a quello che sarebbe successo dopo.

[@lmarketer.ai](#)