

Основные возражения и как с ними жить

Идеальная картина о нас в голове у клиента после разговора:

Директор:

BLIZKO- портал, с помощью которого я могу продать свой товар. Наконец-то в интернет нашлось предложение, которое мне понятно и на моем языке – на языке прибыли и лично моего бизнеса.

Они - сильная федеральная компания, на этот сайт приходит моя потенциальная целевая аудитория, вроде не должны обмануть, есть основания им верить. Я ожидаю, что от размещения на BLIZKO в месяц буду получать от 1 до 50 клиентов. Мой менеджер дал мне инструмент, как этих клиентов отследить.

Если все будет как я рассчитываю, я заработаю на них до 500 000 в месяц. Это отобьет затраты на годовое размещение за 1-2 сделки. У них очень низкий ценник, надо быстрее покупать, пока они не поняли что продешевили, и пока мой главный конкурент там не разместился. Я смогу не только заработать, но и обскакать его!

Да, мне надо еще прислать материалы, но они обещали с сайта взять. Как опубликует – позвонят. Красота!



Идеальная картина о нас в голове у клиента после разговора:

Маркетолог:

BLIZKO- портал, который несет новые технологии продаж.

Это круто и современно.

Я могу поразить своего директора знаниями новых модных тенденций и продемонстрировать ему, что озабочена монетизацией своей маркетинговой деятельности.

За это он выпишет мне премию))



1. У нас уже есть свой сайт...

Расшифровка:

Клиент воспринимает нас как конструктор сайтов, либо вообще не понимает, что мы такое. Клиент понимает имиджевую необходимость сайта, но с высокой вероятностью не считает от него продажи, и не мыслит категориями получения выручки от посетителей его сайта.

Уточняющие вопросы:

Как вы его продвигаете? А на РС люди заказывают или он более информативный? Я правильно понимаю, что вы заинтересованы в покупках из интернета? А какая посещаемость родного сайта? Сколько из них покупают? как вы думаете, если в след. месяце вы привлечете +500, это увеличит ваши продажи?

Аргументы на языке пользы:

Сайт на Близко.ру - это дополнительная точка продаж в интернете. Вы будете зарабатывать в 2 раза больше с 2х сайтов.

Ваш сайт как отдельно стоящ. магазин, сайт на Близко магазин в ТЦ, где забота ТЦ привести к вам потенциальных покупателей и мы готовы это сделать

Ваш сайт наверняка вы продвигаете по одним запросам, а мы вам сайт на Близко будем продвигать по другим запросам. Пересечение аудитории – 5%

Затраты на содержание	Родной сайт	Сайт на Близко.ру
Создание сайта (средняя стоимость)	40 000р.	0р.
Продвижение сайта в месяц (средняя стоимость)	40 000р.	4 000р.
Затраты за ГОД	520 000р.	48 000р.

2. Мы продвигаемся в директе...

Расшифровка:

Все мои знакомые все ищут в поисковиках, и я тоже. Значит, единственное место где стоит рекламироваться - Яндекс.

Уточняющие вопросы:

Я правильно понимаю, что вы заинтересованы в покупках из интернета?

А как Вы понимаете, что покупатель пришёл из Директа? А в органической выдаче Ваша компания представлена потенциальному покупателю?

По каким видам запросов Вы продвигаетесь в Директе?

Как вы думаете, если в след. месяце вы привлечете покупателей по другим видам запросов, это увеличит ваши продажи?

Аргументы на языке пользы:

Наша категория запросов называется низкочастотные со словами: купить, цены, сравнить цены и с городами.

Запросы недорогие, зато они высоконверсионные с точки зрения продажи –это качественный трафик.

Нам не интересно привлекать нашим клиентам аудиторию, которая ищет запрос: ламинат, ламинат краснодар.

У нас понятный и конечный бюджет.

3. Мы тратим деньги на SEO

Расшифровка:

Клиент воспринимает нас как очередную web-студию.

Уточняющие вопросы:

Ваша задача seo – продвижение или привлечение новых Клиентов?

Как вы думаете, если в след. месяце предложения вашей компании привлекут +500 посетителей на Близко.ру, это увеличит ваши продажи?

Аргументы на языке пользы:

Одно другому не мешает. Давайте на секунду представим что я – ваш seo оптимизатор. Я предлагаю вам измерять результат продвижения в полученных клиентах. Не важно что я буду делать, вы поймете хороший я оптимизатор или нет очень быстро. Как думаете, вам будет удобно сотрудничать в таком формате?

Мы не продаем seo – продвижение. Да, мы продвигаемся сами, и делаем это хорошо. И результатами такого продвижения наши клиенты могут пользоваться, не задумываясь о таких сложных материях, как купить. Ну например... - показываете фокус с несколькими редкими запросами по которым мы выдаемся

4.1. Мы выходим в поиске выше вас...

Расшифровка:

Клиент не купил нас как источник. Внимательно – никакого отношения к самой выдаче данное возражение не имеет, он судит по выдаче

Уточняющие вопросы:

Вы уже определили круг запросов, по которым продвигаетесь или еще экспериментируете? А какой примерно объем? Какие примерно запросы Вы продвигаете?

Аргументы на языке пользы:

Близко.ру продвигается по нескольким сотням запросов Вашей тематики, и я предлагаю Вам присоединиться к нашим клиентам, чтобы все кто переходит к нам обратили внимание в первую очередь на Ваши товары.

Сайт на Близко.ру - это дополнительная точка продаж в интернете. Вы будете зарабатывать в 2 раза больше с 2х сайтов.

Ваш сайт как отдельно стоящ. магазин, сайт на Близко магазин в ТЦ, где забота ТЦ привести к вам потенциальных покупателей и мы готовы это сделать

Ваш сайт наверняка вы продвигаете по одним запросам, а мы вам сайт на Близко будем продвигать по другим запросам. Пересечение аудитории – 5%



4.2. Мы выходим в поиске выше вас...

Аргументы на языке пользы:

Мы не продаем выдачу. Сама по себе она ценности не имеет – ценность имеет только сделка для клиента. Мы продаем сделки. Для того, чтобы их обеспечить, мы собираем и анализируем успешные примеры. Благодаря этому мы понимаем:

- Среднюю конверсию посетителей в обращения
- Отслеживаем обращения
- Конверсию в обращения и выручку клиента от нас

Рубрика	название	город	кол-во товаров на текущий период	посещаемость за полный прошлый месяц	Посетитель/товар	пакет	начало пакета	ЗВОНКОВ	Конверсия посетителей в звонки	Конверсия звонков в покупателей	Клиентов	Средний чек	Выручка
Ванная	Гидрасан	Краснодар	312	1 148	4	золото	январь.13	80	50%	50%	20	20 000	400 000
Мебель	Мебель Оризон	Краснодар	158	1 475	9	платина	декабрь.13	100	75%	50%	30	20 000	600 000
Стены	Склад Обоев	Краснодар	895	1 198	1	золото	май.13	80	70%	90%	50	10 000	500 000
	СРЕДНЕЕ		455	1 274	5,0			86	65%	63%	33	16 677	500 000

5.1. Я уже размещаюсь на ТиУ или ПЦ

Расшифровка:

Я уже принял решение в пользу площадки, разницу между вами не понимаю, не вижу необходимости условно «во второй паре зимних сапог».

Уточняющие вопросы:

Если не секрет, сколько клиентов к вам обращаются через ТиУ / ПЦ? Этого хватает, чтобы окупать вложения в ТиУ / ПЦ? Сколько времени тратите на поддержку сайта на ТИУ/ ПЦ? Если 2 магазина приносят прибыль, что вас останавливает в открытии третьего?

Аргументы на языке пользы:

Я предлагаю вам получить минимум столько же результатов от BLIZKO.

При использовании многих каналов продвижения Ваша конкуренция в интернете увеличивается. Вы получите новых клиентов так как порталы все разные и продвигаются тоже по-разному.

По статистике liveinternet, пересечение аудитории с ПЦ - 30%, значит 70% аудитории вы получите новых клиентов. с ТИУ - 20% пересечение, значит 80% новых.

Если довольны результатами с ПЦ, то присоединяемся, говорим: Мы один медиахолдинг, мы знаем как привлечь вам потенциальных покупателей.

Отличия порталов: ТИУ- Россия, ПЦ- в2в, Близко – в2с

5.2. Я уже размещаюсь на ТиУ или ПЦ

Аргументы на языке пользы:

Тиу – прекрасная технологичная компания, они первыми представляют большинство новых инструментов и гордятся этим. Но любой инструмент не индивидуален. Поэтому BLIZKO фокусируется на другом. Мы сильнее всего в том, чтобы для бизнеса в конкретном городе понять, почему именно у него покупают, а потом сделать так, чтобы наилучшим образом подать эти преимущества покупателям. Не количество а качество, измеряемое только в продажах и прибыли наших клиентов мы считаем важнейшим показателем нашей пользы. Из этого вытекает и существенное техническое открытие – мы более строго относимся к аудитории, и имеем самую жесткую геопривязку из всех порталов.



5.3. Группа возражений, связанная с другими источниками

Аргументы на языке пользы:

- Вы размещаетесь, но желание иметь еще больше клиентов никуда не делось - значит надо искать новые источники. Давайте рассмотрим нас, как такой источник и поймем, можем ли мы быть вам полезны в деле привлечения новых клиентов, согласны?
- Каждый источник имеет емкость. Скажите, если вы сейчас увеличите бюджет в маркет (например) на 10 000 – вам это даст новых клиентов? Скорее нет, поскольку вы уже выбрали тот объем ВАШИХ клиентов, который есть на этом ресурсе. А на нашем ресурсе - еще нет. Так давайте же меняться- вы нам деньги – мы вам клиентов. Как вы готовы принимать заказы?
- Да, наши клиенты будут стоить вам дороже, чем маркет (например). У меня для вас плохая новость и хорошая – какую сначала говорить? плохая: – вы уже скупили всех клиентов которых могли, задешево. Хорошая – на рынке еще есть клиенты, которые хоть и дороже стоят, но могут принести вам прибыль. Посчитаем ?

6. Я уже размещался в Inet и никакого толка – клиентов не было

Расшифровка:

Как померить не знал, выбрал на основе впечатления, своим выбором недоволен.

Уточняющие вопросы:

А если не секрет где именно? И как поняли, что нет клиентов? А что обычно делают ваши клиенты, когда хотят у вас купить? То есть, если мы измерим звонки, то поймем сколько людей к вам придет?

Аргументы на языке пользы:

Давайте посмотрим что мы можем вам предложить, ну вот например, ваш коллега в ... имеет в месяц ...



7. Я везде размещаюсь бесплатно...

Расшифровка:

В Inet ничего не понимаю и разбираться не хочу (что понятно). Реальных денег там нет, все мошенники и обманывают, поэтому никому платить не буду.

Уточняющие вопросы:

Как Вы оцениваете эффективность от такого размещения? Вы представили весь ваш ассортимент? Как люди узнают, что Вы ещё что-то предлагаете? Как Ваши Клиенты о Вас узнают?

Аргументы на языке пользы:

Ну, вы же понимаете, что бесплатное размещение оно возможно, но это совсем минимальное привлечение клиентов + мы привлекаем новые компании, в том числе и ваших конкурентов, которые будут в списке компаний выше вас и они будут привлекать гораздо больше клиентов, так как у них будет размещено гораздо больше товаров, а не 30. Вашему покупателю и любому человеку интересно, когда в компании большой ассортимент, а вы будете ограничены в количестве товаров + на 30 товаров вы можете привлекать 100 клиентов и это одна прибыль, а на 500 товаров - 400-600 человек, и это уже другая прибыль. Посчитать средний чек, конверсию. Посчитать прибыль в деньгах. Давайте посмотрим примеры с вашего рынка...



8. Мы платим ежемесячно и нас всё устраивает, зачем нам платить год?

Расшифровка:

Удобно, привык, ничего не хочу менять. Не понимаю с чего вдруг я должен оплатить всё сразу.

Уточняющие вопросы:

Как Вы оцениваете эффективность от размещения сейчас? А, если мы сможем привлечь гораздо больше покупателей, Вы готовы рассмотреть оплату за год? Как Вы думаете, если у Вас будет личный консультант, который поможет сделать Ваши предложения более привлекательными в Inet, это поможет Вам в продажах?

Аргументы на языке пользы:

За время нашего сотрудничества мы пришли к выводу, что можем предоставить ещё более качественное обслуживание и привлечь вам больше новых Клиентов. Но для этого нужны эксперты! Всё это возможно при обслуживании годовых пакетов. Мы создали новую программу обслуживания и переход на неё сейчас неизбежен.

8. Мы платим ежемесячно и нас всё устраивает, зачем нам платить год?

Аргументы на языке пользы:

При новом формате обслуживания :

- Мы регулярно ухаживаем за вашими товарами;
- Мы ведем контроль за результатами и предлагаем варианты по увеличению результатов;
- У вас будет персонифицированный подход и оперативная обратная связь;
- У вас будет личный контент;
- Вы сэкономите N бюджета

Мы готовы обсудить сроки перехода. Сейчас у нас вот такая акция _____

Какая акция будет в другом месяце, я не знаю.

Хочу проинформировать Вас о том, что трафик растет, мы не сможем сохранять цену и скидку при ежемесячном сотрудничестве – цена ежемесячно будет индексироваться.