

# РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ КЛИЕНТОВ



**Возражения** - негативная реакция на то, что сказал собеседник; мнение против чего-нибудь, выражение несогласия с чем-либо.

- ❑ Возражения отражают сомнения Клиента, колебания и опасения относительно прозвучавшего от Вас предложения с условием поддержания интереса к вопросу
- ❑ Возражения указывают на некомпетентность Оператора, т.е. на наличие пробелов в Вашей аргументации и на пункты, на которые надо направить Ваше внимание

# Рациональные причины возражений:

1. Непонимание преимуществ нашей услуги вследствие недостатка информации и ошибочного ее понимания;
2. Клиент считает, что потери будут больше, чем выгоды от нашей услуги;
3. Желание получить больше информации и больше доводов в пользу нашей услуги.

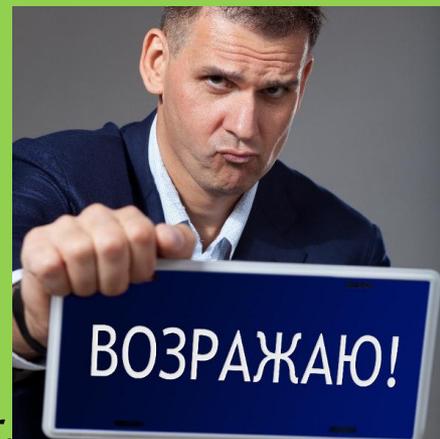
# Эмоциональные причины возражений:

1. Сопротивление воздействию Оператора;
2. Сопротивление изменениям;
3. Демонстрация собственной значимости;
4. Проявление враждебности, личные причины;
5. Желание приобрести больше уверенности перед оформлением заказа.

# Возражения бывают:

- ❖ **ИСТИННЫЕ** – возражения с высказыванием реальных причин, которые не дают возможность Клиенту согласиться с Вашими предложениями, их преодоление приводит к сделке.
- ❖ **ложные (отговорки)** – это утверждения, высказанные с целью защиты, преодоление ложных возражений приводит к появлению новых возражений-препятствий, т.к. Клиент не высказывает истинную причину.

*Самое сложное в работе с возражениями Клиентов – это понимать истинную СУЩНОСТЬ возражения, основной способ борьбы - узнать всё о них и их истинных причинах.*



Главная Ваша задача - определив ложное возражение, вывести Клиента на «чистую воду» – подвести к истинному, т.к. поработать с истинным возражением -дело техники.

Умение грамотно работать с возражениями Клиентов дает Вам конкурентное преимущество, которое позволяет существенно увеличить эффективность Ваших заказов.



## Шаги работы с возражениями

- Шаг 1.** Выслушайте возражение до конца (дайте Клиенту высказаться, растратить энергию, ни в коем случае не перебивайте его).
- Шаг 2.** Согласие с Клиентом. Согласитесь с правом Клиента иметь свое мнение и думать определенным образом. Дайте понять Клиенту, что его возражение не бессмысленно – это амортизирует напряженность ситуации.
- Шаг 3.** Уточнение. Задайте ряд уточняющих вопросов, чтобы найти корень возражения, понять его источник, точку опоры оппонента. Следует побольше узнать о том, из чего исходит Клиент и почему он думает именно так.
- Шаг 4.** Аргументация. Обрабатывайте источник возражения.
- Шаг 5.** Завершение. Подведите итоги, при возможности подкрепите свои доводы фактами.

## Основные типы и приемы борьбы с возражениями:

### 1. Техника «переформулирования»

#### Пример:

**Клиент:** Для нашей Компании очень важно, чтобы автомобили приезжали вовремя, т.к. эффективность нашей работы напрямую зависит от графика работы складских помещений. Нам нельзя опаздывать на склад.

**Оператор:** Да, мы понимаем, что при таком устройстве рабочего процесса как у Вас, и прямой зависимости доходов Вашей Компании от графика работы складов, Вы осторожно подходите к выбору транспортных услуг. Именно поэтому специалисты нашего транспортного отдела, для таких Клиентов как Вы, подбирают самых опытных и лучших водителей, чтобы максимально снизить риски влияния негативной ситуации на дороге на время перевозки груза

## 2. Техника «предложения»

### Пример:

**Клиент:** Я не буду пока оставлять заявку, т.к. не знаю еще телефон человека, который будет встречать груз.

**Оператор:** Вы можете сейчас оставить предварительную заявку, а позже внести в нее телефон и иную другую дополнительную информацию, т.е. Вы можете в любой момент подкорректировать заявку.

**Клиент:** Но мне необходимо еще посоветоваться с ним, я не знаю, устроит ли его цена.

**Оператор:** У нас есть много акций. Мы с вами рассмотрели только один вариант. Я могу вам предложить еще несколько вариантов расчета Вашего заказа. В нашей Компании самые выгодные тарифы, я уверен, Вашего коллегу обязательно устроит наше предложение.

### 3. Техника «искренности»

#### Пример:

**Клиент:** Я боюсь, что водитель с грузчиками специально будут тянуть время. В прошлый раз у меня было ощущение, что они специально останавливались на каждом этаже и отдыхали, чтобы как можно больше времени потратить на погрузке.

**Оператор:** Я вас понимаю, ваши сомнения абсолютно оправданы. Но я тоже буду с вами искренен, наша Компания постоянно работает над качеством предоставляемых услуг. И я знаю, что грузчики, которые работали на Вашем предыдущем заказе, больше не работают в нашей Компании (я вижу в программе это отмечено). Это закрытая информация, но я хочу развеять Ваши сомнения, и хочу, чтобы Вы были уверены, что мы ответственно относимся к предоставляемым услугам и постоянно совершенствуем свой сервис.\*

\*Используется в исключительных случаях.

## 4. Техника «фиксации на позитивных моментах сотрудничества»

### Пример:

*Клиент: Я вижу, что у вас выросли цены. Как обидно.*

*Оператор: Да, к сожалению, повышение цен зависит от многих факторов, которые не зависят от политики нашей Компании. Однако я вижу, что Вы наш постоянный Клиент и Вы знаете, что мы стараемся добросовестно выполнять все заказы и ответственно относимся к перевозимому грузу. А своим постоянным Клиентом делаем скидки.*

## 5. Техника «альтернативы»

### Пример:

**Клиент:** *Это очень дорого. В других компаниях можно заказать грузчиков намного дешевле.*

**Оператор:** *В нашей Компании много акций и видов услуг. Я могу предложить вам акцию .... Она составит для вас всего ... рублей. Однако мы сможем ее предоставить при след условиях...*

**Клиент:** *Замечательно / Нет, давайте лучше оставим так, как было*

## 6. Техника «зацепка»

Пример:

**Клиент:** Нет, я не буду пока заказывать. Мне нужно подумать.

**Оператор:** Это не потому, что я вам что-то не рассказал?

**Клиент:** Нет, просто... (дает реальный ответ)

Либо:

**Клиент:** Всего доброго. Я вам позже позвоню.

**Оператор:** Хорошо, когда будете перезванивать, попросите, чтобы соединили с Марией\*, мой добавочный номер 555\*. У нас много еще акций и скидок, которые я вам не успела предложить. Я обязательно вам предложу еще несколько выгодных для вас вариантов.

**Клиент:** А что за акции?

# Основные правила аргументации:

## 1. Правило обратной связи

Когда вы с клиентом в диалоге, Вы удерживаете его внимание и с помощью вопросов можете подвести его к принятию нужного решения.

## 2. Правило подтверждения

Всегда стремитесь получить подтверждение и согласие клиента. Каждое дополнительное согласие приближает вас к оформлению заказа.

## 3. Правило соблюдения интересов клиента

Интересы клиента должны быть соблюдены. Клиенту должна быть выгодна предоставляемая услуга.

## 4. Правило позитива

Аргументируйте и говорите позитивно.

Положительный настрой оператора – половина успеха. Несите радость своим клиентам, станьте для них неисчерпаемым источником энергии и позитива.

Шаги	Как работают с возражениями сейчас	Как необходимо работать с возражениями
<u>Шаг 1</u>	Выслушивают возражение	Выслушивают возражение до конца
<u>Шаг 2</u>	Часто говорят: «Нет, это не так!»	Соглашаются с правом клиента иметь свое мнение, создают атмосферу понимания
Шаг 3	Создают в своей голове собственное внутреннее представление о смысле сказанного оппонентом (собственную иллюзию)	Начинают выяснять, что имел <u>ввиду собеседник</u> , откуда у него данная информация, как возражение «устроено» в голове оппонента.
<u>Шаг 4</u>	Стараются найти <u>в своей голове</u> факты, которые, по их мнению, подойдут для опровержения информации и фактов оппонента. Активно возражают и спорят с клиентом.	Делают так, чтобы клиент сам усомнился в собственной информации. Предоставляют ему новую информацию и факты, когда клиент готов услышать и принять их.
Шаг 5	Дают советы	Завершают работу с возражением

## Пожелания напоследок:

Как говорил Винни-Пух:

*«Нужно делать так, как нужно. А как не нужно – делать не нужно!»*



**Делайте все, как нужно!  
И будет у вас мнооого заказов!**

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

**ВСЕГО ДОБРОГО!**

