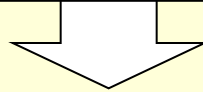




**Алгоритм
клиентоориентированного
обслуживания.
Аргументация
Возражения**

ЧТО ТАКОЕ ПРОДАЖА? ПОТРЕБНОСТИ И ВОЗМОЖНОСТИ

ПРОДАЖА



**ПРОЦЕСС УБЕЖДЕНИЯ
СОВЕЩЕДНИКА**

Через

**ПОКАЗ ЕГО
ВЫГОД**

Н
а

ПОТРЕБНОСТЕЙ

в
е

Продажа – это процесс выяснения и
удовлетворения **потребностей** клиента



Усиление презентации: приемы аргументации

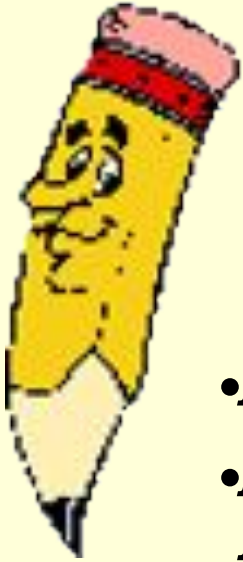
- **Убеждение** – целенаправленное аргументированное воздействие на другого человека, представляющее собой словесное доказательство идей, обоснование решений.
- **Аргументация** — это способ рассуждения, в процессе которого выдвигается некое положение в качестве доказанного тезиса.

По способу воздействия выделяются: логическая и эмоциональная аргументация.

- **Логическая (рациональная) аргументация** — рациональное обоснование выгоды приобретения товара (услуги).

В логической аргументации раскрываются внутренние признаки предметов и явлений, доказываются определенные положения. Этот тип аргументации опирается на логику, умозаключения.

- **Эмоциональная аргументация** — построена на обращении к эмоциям и основным мотивам. Эмоциональные аргументы вызывают к чувствам и ощущениям. Эмоционально рассказанный текст вызывает живую реакцию слушателей.



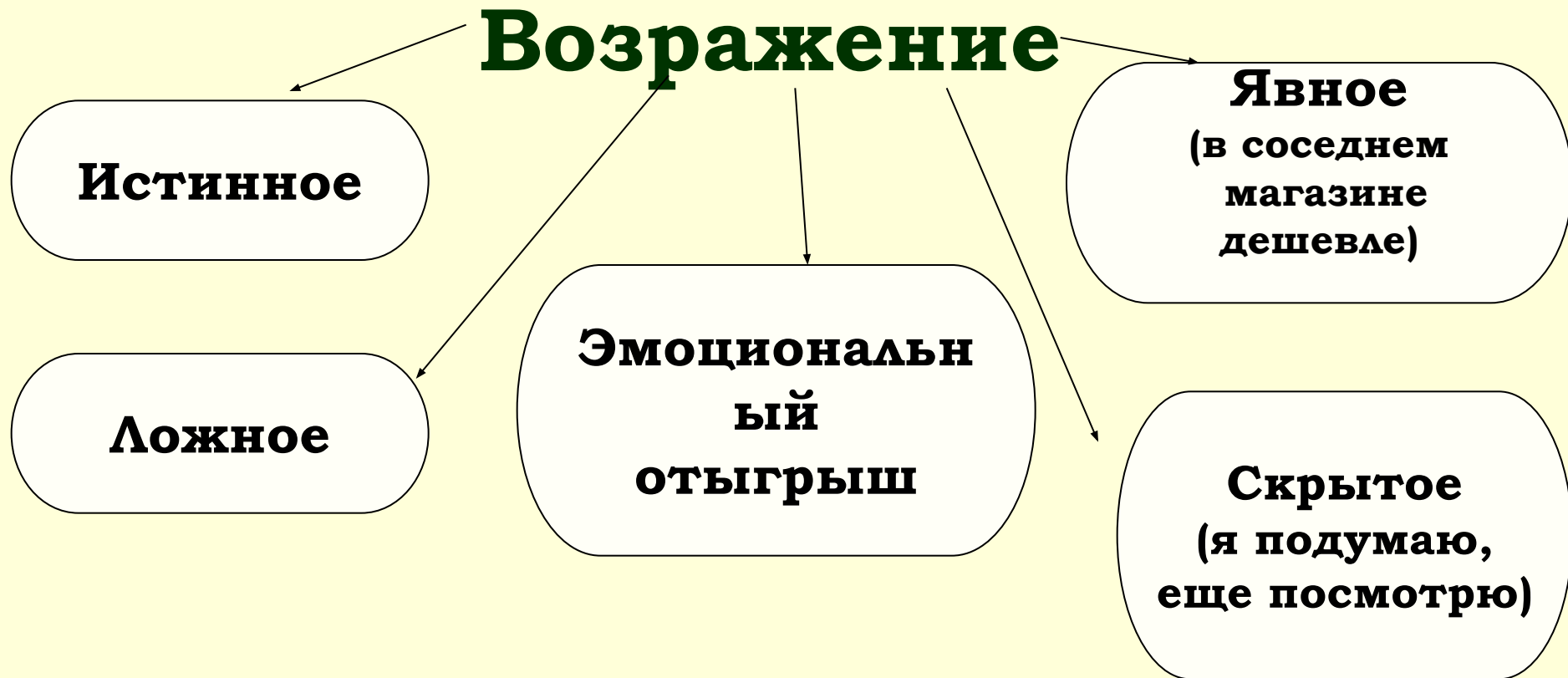
Усиление презентации: приемы аргументации

Логические

- **Цифровой метод**
- **Метод Бенджамина Франклина**
- **Использование фактов и приведение статистики**
- **Метод Сократа**

Эмоциональные

- **Включение в действие**
- **Картина будущего**
- **Метафоры , образы**
- **Использование известных имен, цитаты**
- **Комплименты**
- **Сравнение и преувеличение**



Самое трудное - признать право клиента на собственное мнение.

Мы соглашались не с тем, что товар действительно некачественный (дорогой и т.п.), а с тем, что у клиента могло сложиться такое мнение по разным причинам.

Алгоритм преодоления возражений

1. Выслушать.
2. Обеспечить обратную связь.
3. Уточнить.
4. Ответить на возражение.
5. Проверить надежность ответа.
6. Перейти к другой теме.

