



Работа с возражениями

Этапы продаж



Установление
контакта



Выявление
потребности



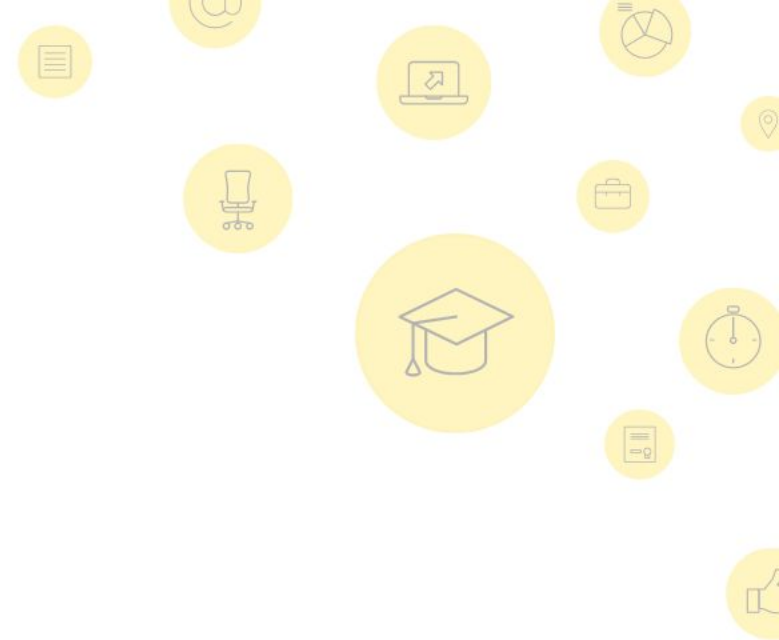
Презентация



Работа с
возражениями



Завершение сделки



Какие возражения вам сложно отработать?

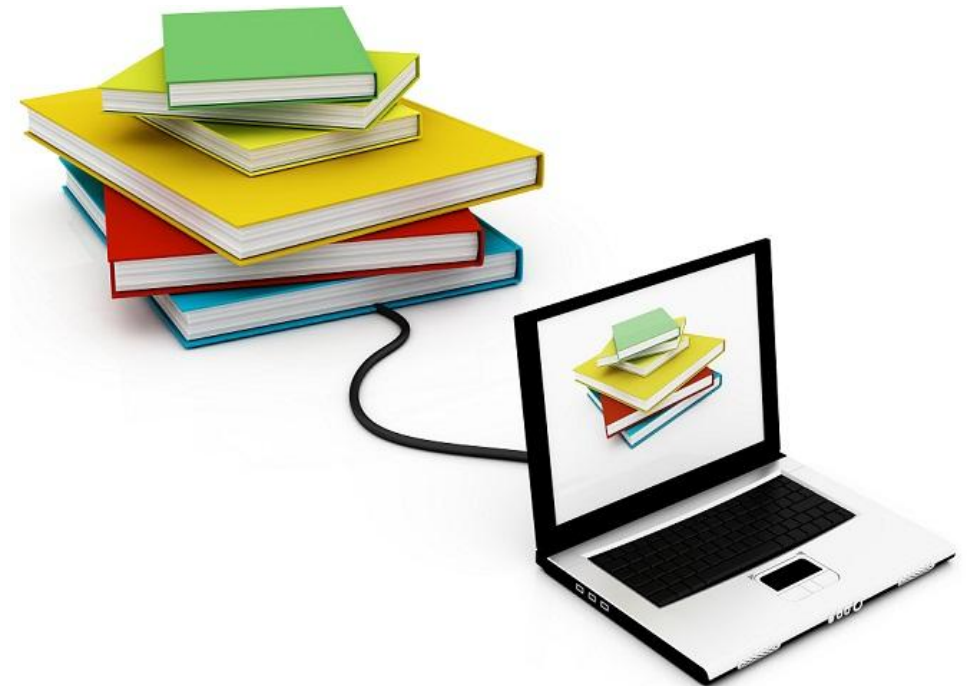
1. Нет денег
2. Подумаю
3. Посоветуюсь с мужем/женой/врачом



План

- Природа возражений
- Этапы работы с возражениями, цели
- Способы присоединений
- Способы аргументации
- Практикум

- Подведение итогов



Возражения

Причины

- ❑ Нет доверия
- ❑ Не видит выгоды (**нет ценности**)
- ❑ Негативный опыт
- ❑ Негативные отзывы
- ❑ Нежелание что то менять
- ❑ Дефицит информации

Польза

- ❑ Получаем информацию о потребностях
- ❑ Понимаем потребность
- ❑ Клиент позволяет продолжить диалог
- ❑ Клиент проявляет заинтересованность

Возражение это - демонстрация интереса
клиента к продукту,
запрос на получение дополнительной
информации.



Ограничивающие убеждения на этапе Ценовых предложения и Работе с возражениями

Я сам никогда не купил бы за такие деньги	Я не могу продавать(название какого-то оффера)
Мне дорого	Рулетку невозможно отработать
Клиенты хотят дешево и/или бесплатно	Клиентов, которые хотят посоветоваться с врачом закрыть невозможно
Максималку страшно предложить. Пусть хоть минималку купят	Реклама и продукты плохие! Это невозможно продать, я тут не причем
Навязывать большой курс– это плохо	Не верю, что препарат/средство поможет
Я не могу давить на клиента	Мне жалко пенсионеров
Если я перезвоню, клиент все равно не возьмет трубку/все равно не купит	Я не могу продавать в (название ГЕО)
На Украине маленькие пенсии и зарплаты	Мы обманываем клиентов, они хотят бесплатно
В Казахстане все хотят подумать	Страх отказа

Ограничивающие убеждения



Украина/Казахстан



Отказ



Больше курсы

Быть навязчивым



Четыре группы основных ограничивающих убеждений

1. Быть хорошим/избегать выглядеть плохим.

Пример: У меня есть бабушка, я знаю какая у нее пенсия. Мне жалко пенсионеров. Я же ХОРОШАЯ

2. Быть правым.

Пример: У меня уже 5 раз клиенты из Украины не купили. Я уверен, что и этот не купит.

3. Оценивать

Пример: О, опять из Казахстана звонят, точно начнут думать и с мужем советоваться

4. Не рисковать

Пример: Как я сейчас предложу максималку этому дедушке из Украины, у него пенсия маленькая, точно откажет, уж лучше на минималку закрою



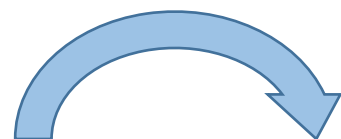
ПРОШЛЫЙ ОПЫТ



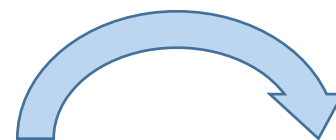
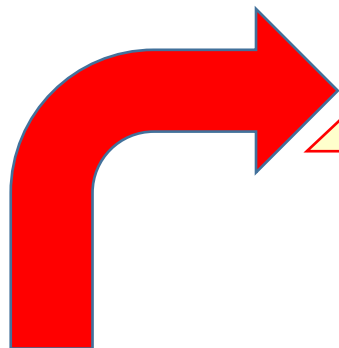
Экстраординарное будущее



ПРОШЛОЕ



НАСТОЯЩЕЕ



ЭКСТРАОРДИНАРНОЕ БУДУЩЕЕ

БУДУЩЕЕ



Методы работы с отказом

1. Метод подразумеваемого согласия
2. Я рассматриваю отказ не как неудачу, а как урок на будущее
3. Я рассматриваю отказ не как поражение, а лишь как пример обратной связи, необходимой для того, чтобы изменить способ действия
4. Я рассматриваю отказ не как неудачу, а как возможность практиковать свои навыки и оттачивать свое мастерство;
5. Я рассматриваю отказ не как неудачу, а как часть игры, в которую я должен играть, чтобы победить



Позвольте себе право на ошибку

Причины, по которым стоит разрешить себе ошибаться:

1. Допуская право на ошибку, мы действуем более свободно.
2. Разрешите себе ошибаться – и вы перестанете остро реагировать на неудачи.
3. Ошибка – это возможность анализа и роста.
Стив Джобс, сказал: «Нет такого понятия как «успешный человек, который ни разу не оступился». Есть только успешные люди, которые допустили ошибки, но затем, основываясь на них, изменили свои планы.»

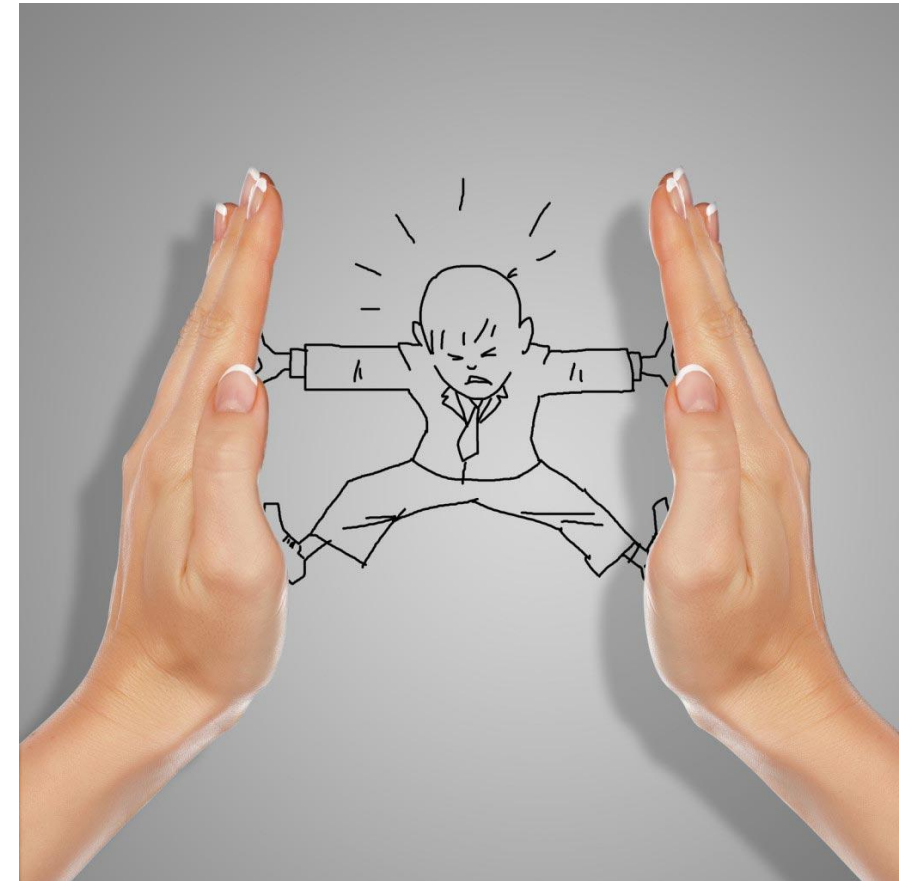
Как управлять ограничивающими убеждениями

Шаг 1. Признать, что ограничивающие убеждения у меня есть

Шаг 2. Перестать искать оправдание своих неудач во внешних обстоятельствах

Шаг 3. Найти для каждого из ограничивающего убеждения поддерживающее убеждение

Шаг 4. Выполните зафиксированный позитивный вариант



Как управлять ограничивающими убеждениями

Ограничивающее убеждение	Связка	Поддерживающее убеждение
Максималку страшно предложить. Пусть хоть минималку купят	ЗАТО	Максимальный курс приносит мне большой доход
На Украине маленькие пенсии и зарплаты	ЗАТО	Украина приносит мне двойной доход
Мне жалко пенсионеров	ЗАТО	Я помогаю пенсионерам, делаю их жизнь лучше. У пенсионеров всегда есть деньги

Домашнее задание: работа с убеждениями

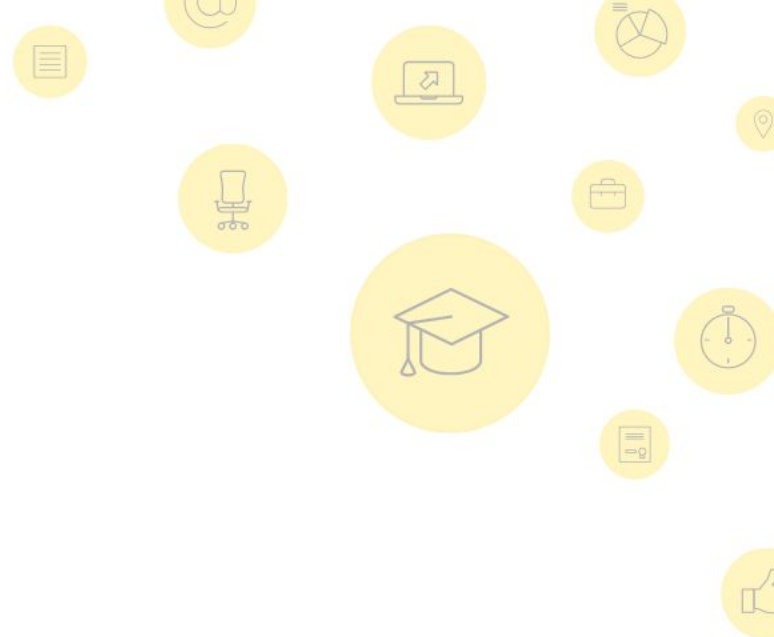
Ограничивающие убеждения	Связка	Поддерживающие убеждения
	ЗАТО	
	ЗАТО	
	ЗАТО	
	ЗАТО	
	ЗАТО	
	ЗАТО	
	ЗАТО	

Возражения



Возражения

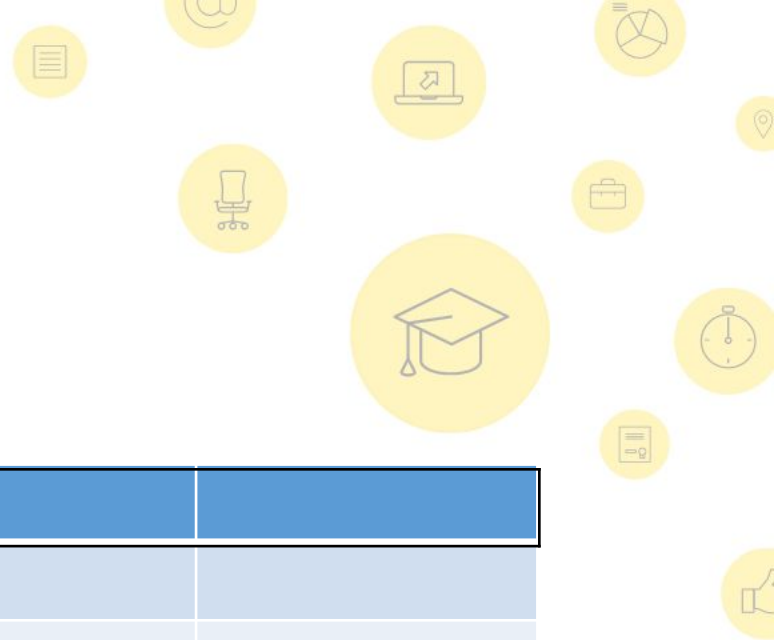
Потребности



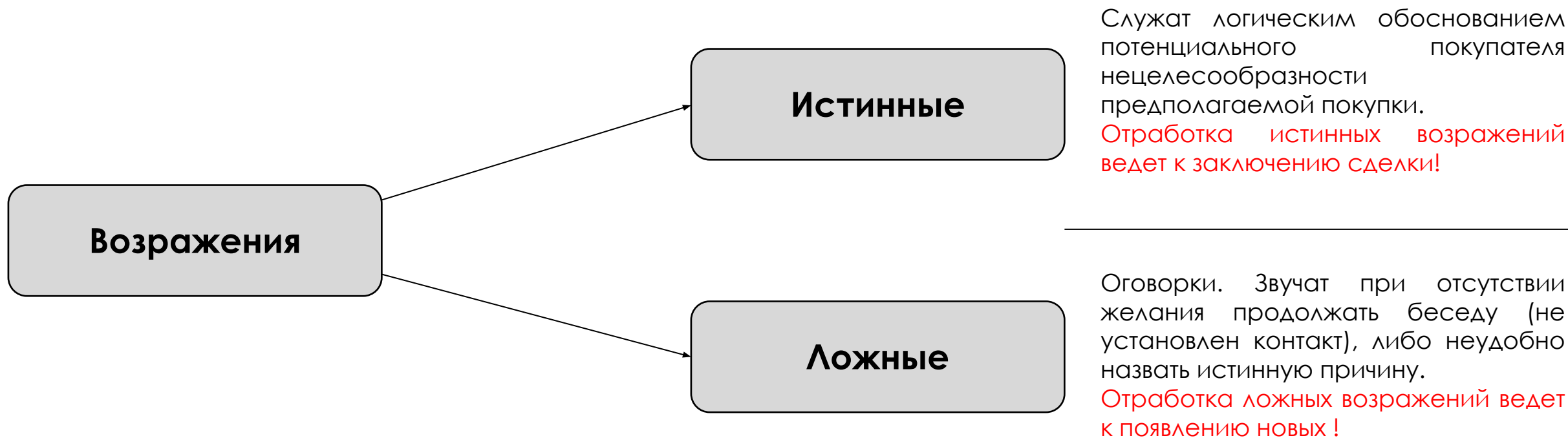
Возражения



		Возражения		
Нет денег				
		Потребности		
Экономия				
Недоверие				
Гарантии				



1. Типы возражений



Отработку любого возражения рекомендуется начинать с **проверки на истинность**. Это делается с помощью вопроса: «Это единственное, что мешает Вам совершить покупку?»

Клиент: «Дорого»

Продавец: «Иван Иванович, а если бы цена была ниже, Вы без раздумий оформили бы заказ?»

2. Типы возражений

Общие (закрытые)

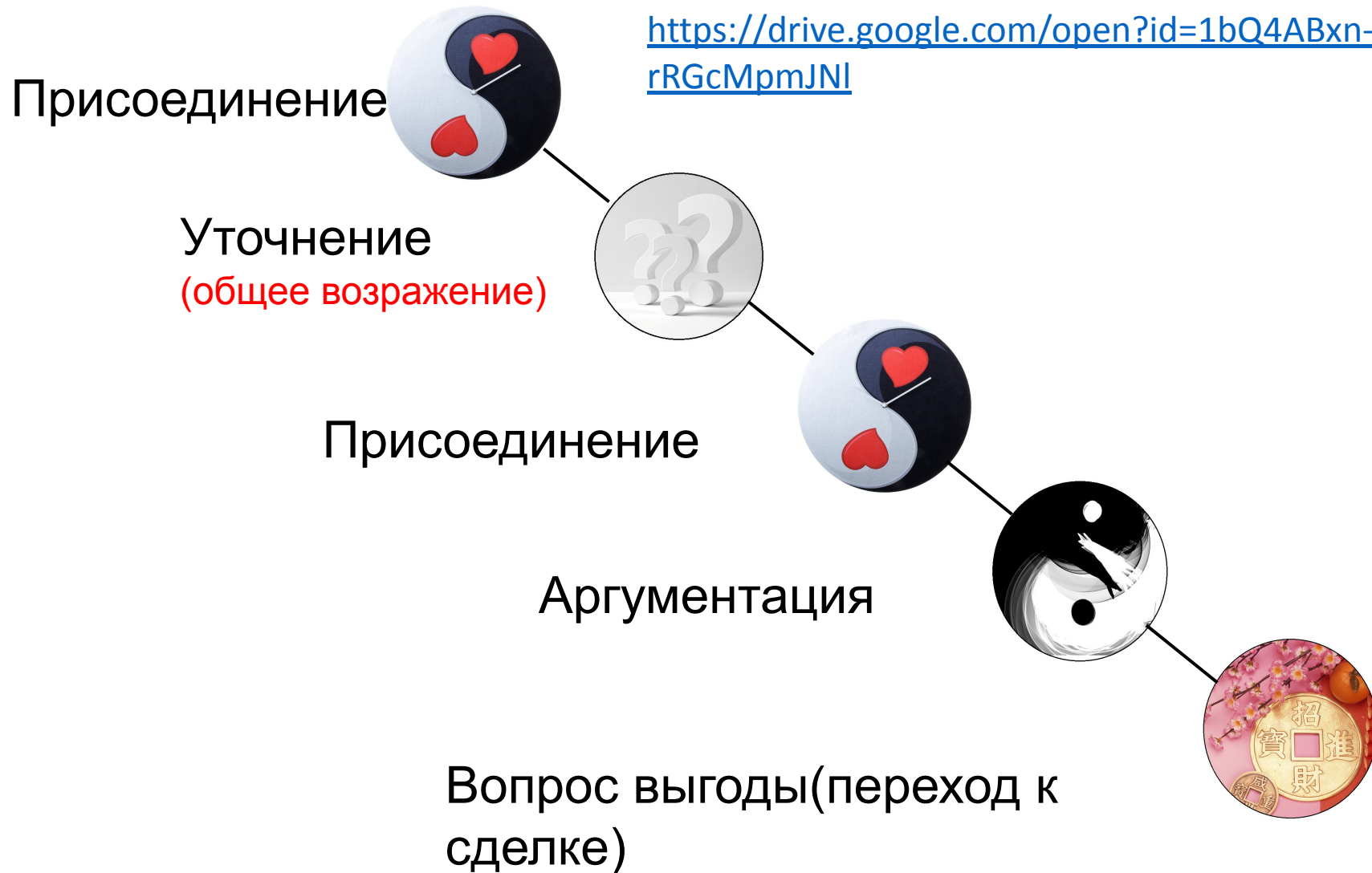
- ❑ Надо посоветоваться



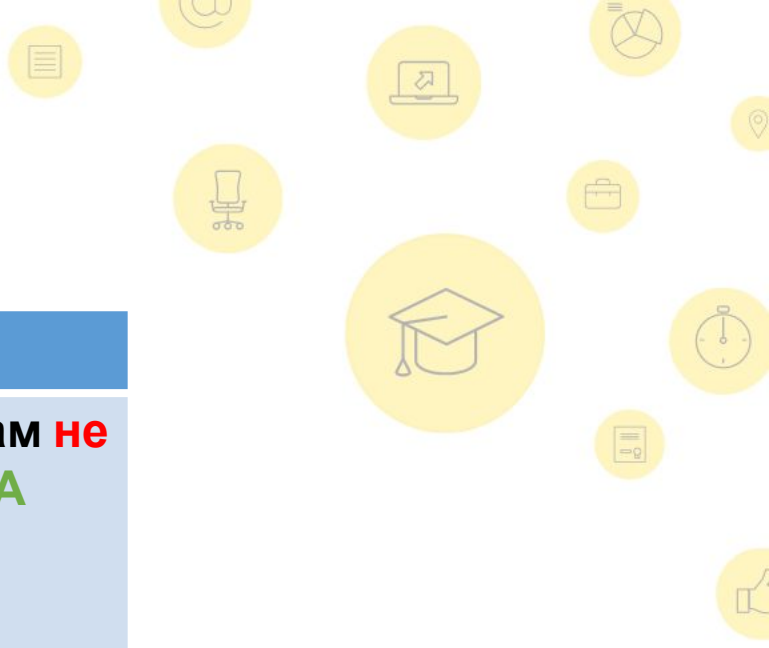
Конкретные

- ❑ Хочу за 99 рублей

Алгоритм



Уточнение

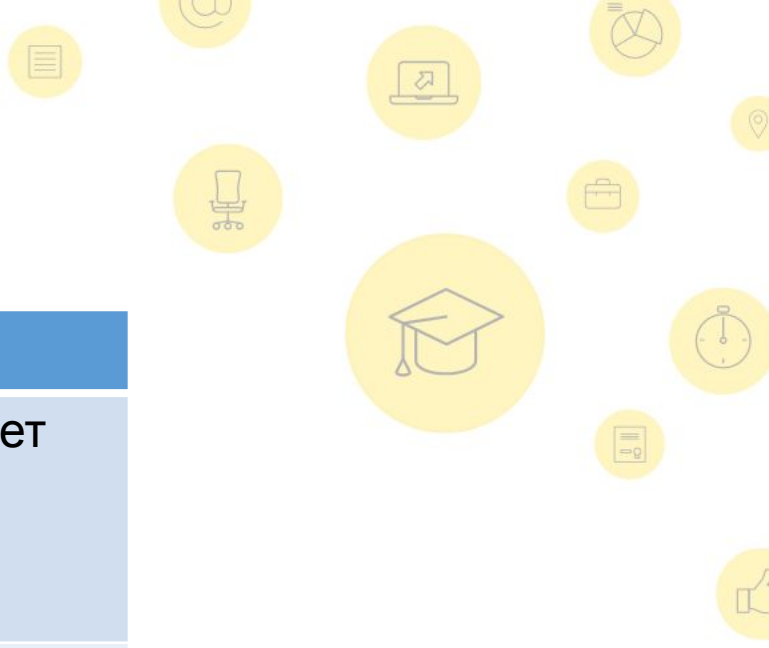


Общие возражения	Уточняющие вопросы
Мне нечего не нужно/я отказываюсь	А по какой причине отказываетесь? Что Вам не подходит? Длительность курса или цена? А что Вас останавливает воспользоваться выгодным предложением? Давайте на чистоту, что смущает? В чем причина вашего решения?
Мне нужно подумать	О чем Вы хотели бы подумать?
Я хотел бы посоветоваться	С кем хотели посоветоваться?
Дорого	

Позитивное уточнение

Вопрос с негативом	Позитивный/нейтральный вопрос
Почему отказываетесь?	Устраивает ли Вас наше предложение? В чем причина вашего решения?
Что Вас не устраивает?	А чтобы вас могло устроить?
Почему вы решили, что Вам это не нужно?	Что привело к такому решению? А подскажите, что вам нужно? А чтобы вас могло устроить?
С чего Вы взяли, что Вам это не подойдет?	Что на начальном этапе вас заинтересовало?

ДОРОГО



Присоединения	Уточняющие вопросы
1. Вы знаете да, вопрос цены очень важен	1. А вопрос цены это единственное, что мешает принять решение или есть что-то еще?
2. ИО, я тоже раньше так думала, пока не разобралась в этом вопросе глубже...	2. А что Вы имеете ввиду говоря ДОРОГО? А с чем сравниваете?
	3. Я правильно понимаю, Вы сможете принять решение что товар вам подходит, если я покажу все выгоды за что платите и что получаете?

ПРИСОЕДИНЕНИЕ является техникой, необходимой для устранения атмосферы спора и формирования лучшего восприятия информации клиентом.

ТЕХНИКИ ПРИСОЕДИНЕНИЯ + СВЯЗКИ:

1. Похвалить

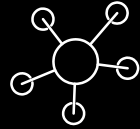
К: «Дорого» **ОП:** «Отлично, что Вы так внимательны к вопросу экономии! В наше время это очень важно...
Вместе с тем ... »

2. Частичное согласие

К: «Дорого» **ОП:** «Понимаю, на первый взгляд цена могла показаться высокой... **Поэтому... »**

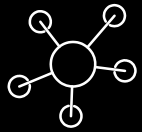
3. Личный пример:

К: «Дорого» **ОП:** «Я Вас прекрасно понимаю! **Я тоже** привык считать каждый рубль прежде, чем совершить какую-либо покупку! Особенно, если она не была запланирована... **Именно поэтому... »**



ПРИМЕРЫ ПРИСОЕДИНЕНИЙ

- Согласен, важно принимать взвешенное решение в выборе Товара, **при ЭТОМ,...**
- Понимаю Ваше желание экономить, **именно ПОЭТОМУ ,...**
- Вопрос безопасности / стабильности / гарантии действительно очень важен, **при этом, ...**
- Отлично Вас понимаю, сам/а придерживаюсь такой же позиции, ведь всегда хочется...
- Действительно, бытует мнение, что...
- На первый взгляд может показаться, что выгоды Товара для Вас неочевидны, именно поэтому и звоню, чтобы разобраться что может помочь решить Вашу проблему и какой курс (результат) нужен именно Вам...
- Не сомневаюсь, что Вы желаемый клиент для любой компании, в том числе и нашей, **именно ПОЭТОМУ я и звоню...**
- У вас очень интересная позиция по этому вопросу...



ПРИМЕРЫ перехода от ПРИСОЕДИНЕНИЙ к АРГУМЕНТАЦИИ

- *... и именно поэтому...*
- *... именно поэтому...*
- *... и в то же время...*
- *... и вместе с тем...*
- *...и при этом...*
- *... **хотя при этом...***
- *... **хотя...***
- *... **однако...***
- *... и поэтому...*
- *... и тем не менее...*
- *... а через некоторое время...*
- *...до тех пор, пока...*
- *... это позволит Вам...*
- *... таким образом Вы сможете...*
- *... для Вас это означает...*

3. Правила РСВ

1. Не перебивать клиента
2. Не оставлять возражение без ответа
3. Не вступать в спор. Аргументация всегда через ПРИСОЕДИНЕНИЕ
4. Не переходить в следующему аргументу, не получив ответ/реакцию на первый
5. Убедиться в «истинности» возражения
6. В конце отработки возражения задать завершающий вопрос (оформляем заказ?)
7. Не допускать раздражительных интонаций
8. Не критиковать выбор клиента / не давать негативных оценок его мнению

СПОСОБЫ АРГУМЕНТАЦИИ



<https://drive.google.com/open?id=1NmQT9ywZbAk8k2MS-1piF5e3fSd3a4oy>

Сдвиг в прошлое	Презентуем выгоды продукта, основываясь на пережитом опыте клиента	Вспомните, наверняка в Вашей жизни были случаи, когда Вы что-то купили подешевле, а потом жалели? Согласитесь, что далеко не всегда дешевле значит лучше?
Сдвиг в будущее	Сравниваем между тем, что есть сейчас, и тем, что будет в будущем	Представьте, что Вы уже получили нужный результат.....
Рекомендации или жизненный пример	Ссылаемся на мнения других клиентов или жизненный пример	Я сегодня разговаривал/ла с женщиной/мужчиной, который/ая повторно покупал/ла у нас.... (открывал/ла свой бизнес/покупал/ла подарок своей/му сестре/брату)
Использование метафор и поговорок	Подбираем пословицу или поговорку для усиления аргументации	Клин клином вышибается, в здоровом теле здоровый дух, семь раз отмерь один отрежь, мы на молоке обжигаемся, а на воду дуем, поспешишь людей насмешишь, без труда не вытянешь рыбку из пруда, муж и жена одна сатана, мы не на столько богаты чтобы покупать дешевые вещи, спасение утопающих дело рук самих утопающих, человек сам кузнец своего счастья, что посеешь, то пожнешь, хороший товар за дешево не купишь, дешёвая рыбка плохая юшка, большая шапка и ногам тепло, все катится в тар-тарары (личный пример в Амулете, когда было плохо), черная полоса, чего хочет женщина того хочет Бог, под лежащий камень вода не течет, вода камень точит, хорошего много не бывает, чем больше, тем лучше, целься в луну, а попадешь в звезду, сколько людей столько мнений, удачливый человек удачлив во всем (амулет), скупой платит дважды, бесплатный сыр в мышеловке, аппетит приходит во время еды, палка о двух концах, пришла беда, открывай ворота (амулету), терпение и труд все перетрут, счастье любит тишину, настойчивость – залог успеха, за двумя зайцами погонишься ни одного не поймаешь: лучше 1 раз увидеть, чем 100 раз услышать; довольный человек приведет с собой еще одного, а недовольный заберет 10, любая женщина пойдет за мужчиной туда куда она сама захочет (посоветуюсь с мужем), на себя любимого всегда жалко денег, все познается в сравнении, деньги сквозь пальцы, Баба с возу кобыле легче. В здоровом теле в здоровом дух! Дорого - не дороже денег Не откладывай на завтра, то что можно сделать сегодня, Здоровье не за какие деньги не купишь, Женщина по факту рождения должна быть счастливой, Сарафанное радио работает лучше, чем любая реклама, береги здоровье смолоду, движение жизнь, без денег сон крепче, Пусть Бог воздаст тебе вдвойне, того, что ты желаешь мне (амулет), куй железо пока горячо (сроки акции), все что не убивает, делает нас сильнее.
Метод уточняющих вопросов	Задаем открытые вопросы к возражению клиента	А вопрос цены это единственное, что мешает принять решение или есть что-то еще? А что вы имеете ввиду говоря ДОРОГО? А с чем сравниваете?

Техники аргументации (Триггеры)

Психологические триггеры (анг. «trigger» - спусковой крючок) – фраза, жест, смысловой контекст, который запускает в мозг человека импульс и формирует побуждение совершить определенное действие.
В нашем случае – купить.



Техники аргументации (Триггеры)

Триггер	Пример
СРОЧНОСТЬ В (Время)	ИО, у меня есть информация, что акционные упаковки уже заканчиваются. Скорее всего, уже завтра предложенный курс будет стоить 11 800 руб. Зачем Вам переплачивать, если сегодня его можно приобрести со скидкой 50%, всего за 5 900 руб., согласны ?
	ИО, хочу обратить Ваше внимание, что акция действует только сегодня! Уже завтра данная программа будет стоить 11 800 руб., вместо 5 900 руб. Сегодня есть отличная возможность сэкономить половину стоимости! Согласитесь, что 5 900 «на дороге не валяются»?
	ИО, именно сегодня, помимо основной акции, Вам доступен отличный подарок при приобретении курса
ЖАДНОСТЬ (Экономия \$)	ИО, в этом месяце (в преддверии праздника) у нас предусмотрена дополнительная акция. У меня есть возможность добавить к заказу (подарок). Его розничная стоимость 3 900 руб. за упаковку. Согласитесь ценное дополнение к Вашему заказу?
	ИО, согласно акции, по которой Вы обратились, половина курса Вам предоставляется бесплатно. Это 4 упаковки, розничная стоимость каждой составляет ... руб., а в сумме это ... руб. Согласитесь, отличное приобретение?

Техники аргументации (Триггеры)

СОЦИАЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ	<p>ИО, я Вам предлагаю самый востребованный вариант. Именно на нем останавливают свой выбор большинство клиентов с аналогичной ситуацией</p>
	<p>ИО, буквально вчера у меня была клиентка с очень похожей ситуацией, мы с ней сошлись именно на этом курсе</p>
	<p>ИО, я Вас понял. Если хотите рассмотреть вариант подешевле – сейчас расскажу про возможные альтернативы. В то же время, именно этот вариант я Вам предложил по той простой причине, что его выбирают 90%, оказавшиеся в той же ситуации, что и Вы. Предлагаю остановиться именно на нем, что скажете?</p>
ЭКСКЛЮЗИВ (VIP)	<p>ИО, большинство клиентов приобретают эту программу по стоимости 11 800 рублей. Насколько я помню, Вы пришли к нам с акционной страницы, верно? Отлично! Значит именно для Вас приобретение данного курса доступно за половину стоимости! Оформляем?</p>

Техники аргументации (Триггеры)

СТРАХ	<p>ИО, буквально пару дней назад ко мне попала заявка от клиентки, которая обращалась к нам 3 месяца назад. В тот раз она отказалась по причине За три месяца ситуация реально не изменилась. При обращении она рассказала, что ... Этот случай заставил ее переосмыслить свое прошлое решение и она снова обратилась к нам. Разумеется, мы нашли для нее решение, теперь ждем результатов. Именно из-за таких примеров я так настойчив(а) - за пару лет практики подобных случаев было немало. Именно поэтому стоит начать решать проблему уже сейчас? Согласны?</p>
ПРОЖИВАНИЕ (ВИЗУАЛИЗАЦИ Я)	<p>ИО, вспомните как было здорово, когда ... Какие чувства Вы испытываете, когда мысленно возвращаетесь в то время? А теперь давайте представим, что Вы начали принимать ... и почувствовали первые результаты: под потребность. Какие чувства Вас посетят в этом случае? Согласитесь, это прекрасно?</p>
ГАРАНТИИ (БЕЗОПАСНОСТ Ь)	<p><i>Только в случае, если возникает возражение «сейчас заплатить не готов» или «я боюсь оплачивать интернет-покупки»</i></p> <p>ИО, мы знаем, какие бывают случаи при приобретении чего-либо через интернет. Именно поэтому мы не берем никаких предоплат. Вы оплачиваете только при получении: лично курьеру, который передал Вам товар/на почте наложенным платежом.</p>

▣ **Возражения:** Посоветуюсь/Подумаю

ИО, конечно же важно принимать взвешенные решения, именно поэтому расскажу Вам о выгодах, которые Вы получаете при покупке по акции(рассказ о преимуществах на основании ВП клиента) . Согласитесь что.... (под потребность)?

Посоветуюсь с врачом

ИО, замечательно, что есть специалист с которым вы можете посоветоваться. Подскажите врач выбираем в зависимости от оффера (паразитолог? Диетолог? Офтальмолог? Дерматолог?)

Клиент –ДА

Замечательно. А ранее к нему обращались с вашей проблемой? Какой результат? Если никакого ИО, именно поэтому рекомендую наш препарат название, который позволит получить результат и Вы еще своему врачу посоветуете это средство 😊



▣ **Возражения:** Дорого/ хочу за 9 гривен/за 149 рублей/нет денег

ИО, приятно иметь дело с человеком умеющим экономить(или я понимаю, что вопрос цены очень важен для Вас), именно поэтому я покажу Вам какие выгоды Вы получаете... преимущества товара с позиции **ВЫГОДЫ** и **ЭКОНОМИИ**.
Согласитесь что в наше время важно экономить?



▣ **Возражения:** В рекламе бесплатно...(в начале разговора)

1.(Здоровье)Да, действительно, производитель участвует в государственной программе «Здоровье нации» и Вы обратились по акции. В каком регионе проживаете? Посмотрю, действует ли еще акция у вас.

2. Да, действительно на сайте описаны условия акции. И по этим условиям часть курса Вы получаете **АБСОЛЮТНО БЕСПЛАТНО**.
Согласитесь, важно экономить?



▣ **Возражения:** Зачем так много?/Хочу одну упаковку на пробу

* ИО, понимаю, что финансовый вопрос и гарантии очень важны, именно поэтому и предлагаю Вам наиболее выгодные условия, которые принесут результат и позволят сэкономить. Вот представьте, что я отправлю Вам одну упаковку, а Вы за доставку заплатите даже больше чем стоит препарат. И согласитесь, что лучше гарантированно получить результат пройдя курс, нежели тратить деньги впустую?

ИО, вопрос экономии и гарантий действительно очень важен, **при ЭТОМ**, хочу отметить, Вы участвуете в акции, в которой при покупке комплекта/курса часть предоставляется бесплатно/149/99, что позволяет ВАМ сэкономить до.... Рублей*. И кроме того получаете не только товар а еще гарантийный документ - это согласно Постановлению Правительства РФ от 01.12.2009 № 982 **декларация соответствия товара**.. Согласитесь, что экономия денег с дополнительной гарантией вселяет уверенности?

* ИО, понимаю, что экономия важна, сама всегда стараюсь участвовать в акциях, чтоб сэкономить и именно поэтому и вам рекомендую этот курс/комплект, который позволит Вам получить экономию в будущем(описываем преимущества, можно применить метафору «Согласитесь, что когда человек болеет, то одна таблетка не поможет, а необходим полноценный курс»)



▣ **Возражения:** По рекламе достаточно небольшого количества....

Да, ИО, так и есть, действительно средство очень эффективное, а для получения более устойчивого результата и гарантированного эффекта мы предлагаем набор/курс. Давайте рассмотрим на примере.....(визуализация в зависимости от оффера) Согласитесь что в наше время важно экономить с умом?



□ **Возражения:** **Заказывает другому и затем уходит посоветоваться**

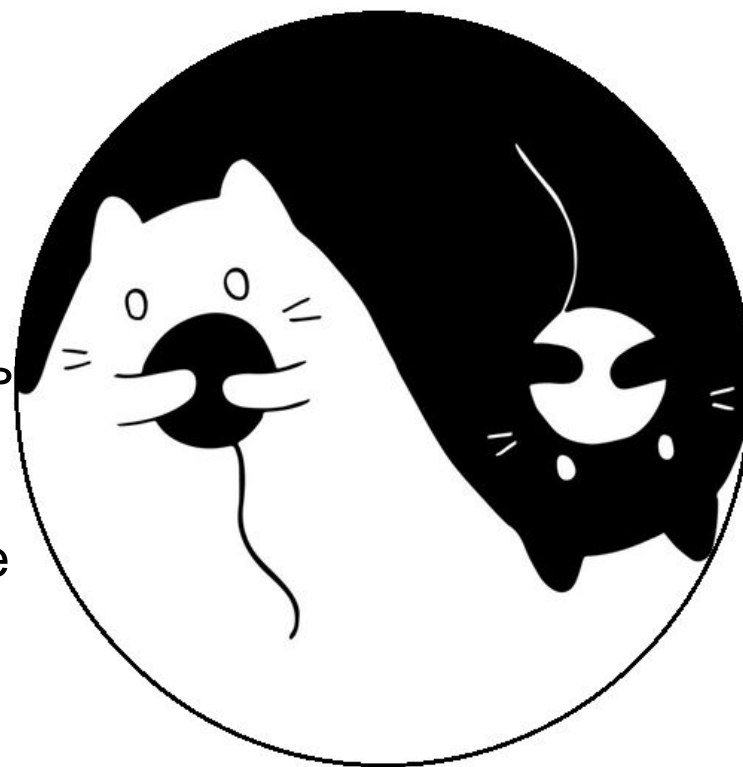
Очень важно на этапе выявления потребности создать проблематизацию. Рассмотрим на примере гипертена/кардитонуса: Узнав, что клиент заказывает не для себя, а например для матери, похвалите его за заботу и приведите жизненный пример: У моей соседки инсульт случился и вот уже 10 лет парализованная лежит. Бедные дети, такое бремя на их плечи легло, да и ей какво все осознавать и быть обузой для детей. А Вы молодец, заботитесь о маме, чтоб не допустить такого.

Создав такой образ, после озвучивания цены Вам будет легче отработать возражение «посоветоваться» Последний вопрос ниже будет возвращать клиента к образу.

ИО, Похвально, что Вы проявляете заботу о ... (сестре/муже/родителях....) Представляю, как приятно вашим родным, что Вы такой заботливый человек. И чтобы Вы смогли помочь ... (сестре/мужу/родителям....) и при этом сэкономить свои средства, предлагаю именно сегодня поучаствовать в акции. Во первых, Вы сэкономите ХХХХ руб, во-вторых, ваши... (сестра/муж/родители....) *описать полученный результат, который клиент описал на ВП*

-Уже сейчас начнет процесс избавления от.....

Визуализация



▣ **Возражения:** Это все неправда/Лохотрон

ИО, я Вас понимаю, действительно сейчас много мошенников. Именно по этому наш производитель не требует никакой предоплаты, а это доверие к клиентам. И отправляем с товаром всю сопутствующую документацию, а это инструкцию по применению и гарантийный документ - это согласно Постановлению Правительства РФ_(по России и Казахстану) от 01.12.2009 № 982 **декларация соответствия товара.** Кроме того в Вашей посылке будут наши контакты. Согласитесь, что мошенники не раздают свои визитки?



▣ **Возражения:** Гарантии/Поможет ли вообще/Не уверен в результате

ИО, вопрос гарантии действительно очень важен, **при этом**, хочу отметить, что вы получаете не только товар а еще гарантийный документ - это согласно Постановлению Правительства РФ от 01.12.2009 № 982 **декларация соответствия товара**. Кроме того мы с вами заключим договор-оферты по которому **мы обязуемся** выполнить перед Вами **свои обязательства** и поставить Вам **продукт надлежащего качества**. Согласитесь, что дополнительная гарантия вселяет уверенности?



▣ **Возражения:** Срочно, сколько стоит?

ИО, да я Вас отлично понимаю, что время-деньги и именно поэтому чтоб сэкономить Ваше время и деньги хочу сделать несколько уточнений. *Задаем вопросы на Выявление потребностей.*

Исходя из потребностей строим аргументацию Две уже ясны это экономия денег и времени. Соответственно эти потребности необходимо отразить в презентации конкретного оффера.



▣ Возражения: С зарплаты чуть позже

ИО, понимаю, что для Вас на данный момент важен финансовый вопрос, т.к. ЗП будет позже. Подскажите, а для Вас важно сэкономить?

Клиент: Да

Оператор: Я тоже люблю экономить и так же стремлюсь участвовать в акциях. Именно поэтому рекомендую Вам принять участие в акции, которая позволит Вам сэкономить XXX руб, Акция в данном регионе может закончиться. А экономия денег (если оффер по [здоровью](#)) и поддержание здоровья это очень важно?



▣ **Возражения:** Хочу приехать в офис

ИО, я Вас понимаю, что хочется увидеть товар. В связи с тем, что мы работаем на все СНГ и даже Европу, то у нас разделен клиентский отдел/колл-центр от складов, которые располагаются повсеместно в больших городах. А для того, чтоб наши клиенты были спокойны, мы работаем по Закону и присылаем **декларацию соответствия** вместе с товаром. Кроме того мы с вами заключим договор-оферты по которому **мы обязуемся** выполнить перед Вами свои обязательства и поставить Вам продукт надлежащего качества. **Согласитесь, что дополнительная гарантия вселяет уверенности?**



▣ **Возражения:** А как мне связаться, если что...

ИО, прекрасный вопрос. Действительно важно иметь обратную связь с продавцом и именно поэтому мы отправляем с товаром всю документацию и наши контакты. И поверьте приятно получать от наших довольных клиентов положительные отзывы о наших товарах и работе наших операторов. Уверена, что и Вам понравится работать с нами.



▣ **Возражения:** Почему его нет в свободном доступе в аптеках

ИО, приятно иметь дело с внимательным человеком. И я поясню данную ситуацию. Дело в том, что производитель данного препарата не сотрудничает с аптечными сетями, тк был негативный опыт сотрудничества. Во первых, аптеки стали накручивать цены и, во вторых, появилось много подделок. Зачастую подделки или полностью повторяли название или же отличались одной двумя буквами от наших препаратов. Согласитесь, что важно экономить и получать желаемый результат?



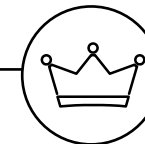
▣ Возражения: Встречал препарат в аптеке намного дешевле

ИЮ, приятно иметь дело с человеком, который старается экономить в наше сложное время. Именно поэтому хочу обратить Ваше внимание на то, что производитель данного препарата не сотрудничает с аптечными сетями, тк был негативный опыт сотрудничества и в аптечных сетях появилось много подделок. Зачастую подделки или полностью повторяли название или же отличались одной двумя буквами от наших препаратов. **Согласитесь, что приобретая препарат от производителя возможность получения результата выше нежели от подделки?**



ВОПРОСЫ ВЫГОДЫ И ЗАВЕРШЕНИЕ СДЕЛКИ

Вопросы выгоды



Выгода продукта

Развернутый вопрос выгоды (после возражения или после цены)

Или/и

Вопрос на ВП? (до цены)



Завершение сделки

ЗАВЕРШЕНИЕ СДЕЛКИ это

РЕЗУЛЬТАТ ЭФФЕКТИВНОЙ
КОММУНИКАЦИИ С КЛИЕНТОМ НА
ВСЕХ ЭТАПАХ

ОШИБКИ ЗС

клиент согласился – продолжает анонс

не слышит сигналы клиента

не уверен в себе и продукте

боится столкнуться с возражением

лишняя информация

подводит вовремя, но неуверенно

подводит к сделке, когда это неуместно

задал вопрос – сам отвечает за клиента

ПРАВИЛА ЗС

клиент согласился с выгодой – ЗС

слышать Клиента

знать все преимущества продукта и быть в нем уверенным

готов отработать любое сомнение клиента

говорить только по сути

уверенно подводить к сделке

обязательно проделать нужный этап

задал вопрос на ЗС – пауза!



СИГНАЛЫ КЛИЕНТА

клиент сам говорит о том, что
ему интересно

задает уточняющие вопросы

Молчит (болтливый)

интересуется нашим
мнением, советуется

сам задал вопрос – сам
отвечает, рассуждает



УСПЕХОВ В ПРОДАЖАХ!