

**Эффективная работа с возражениями  
клиентов компании «Пивград»**

# Возражения клиента

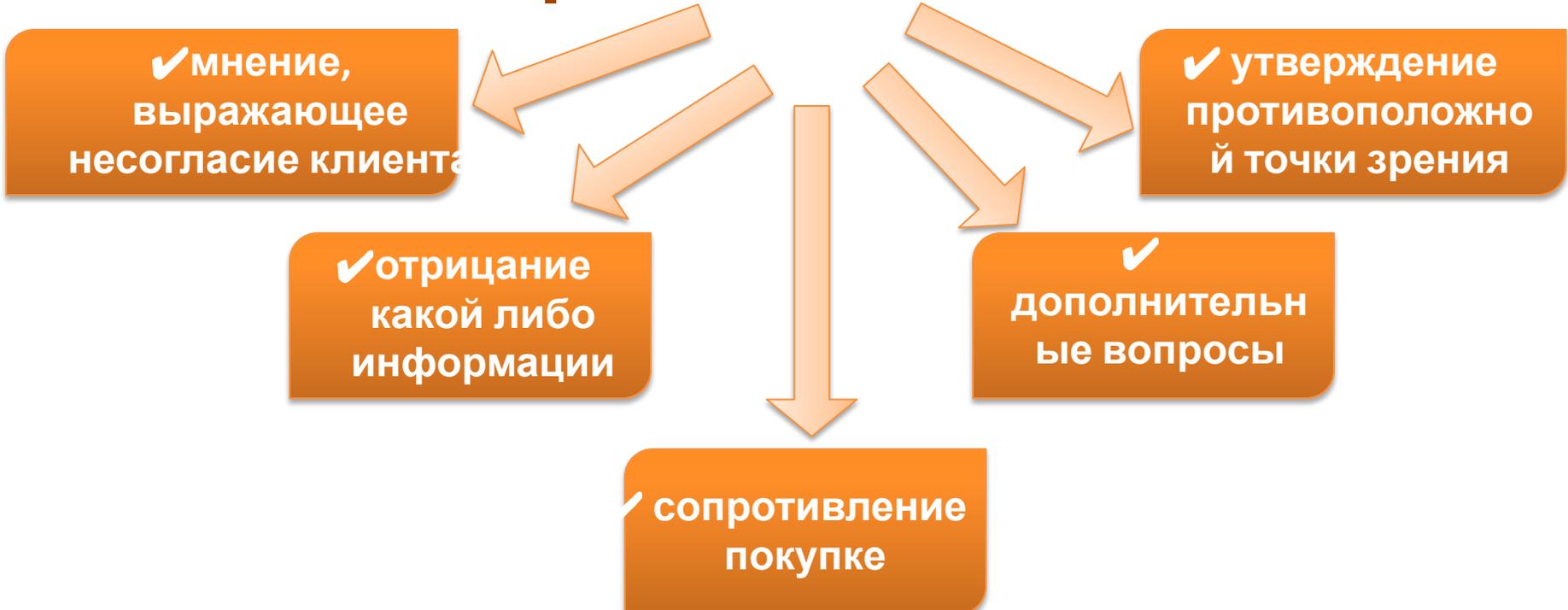
✓ мнение,  
выражающее  
несогласие клиента

✓ утверждение  
противоположно  
й точки зрения

✓ отрицание  
какой либо  
информации

✓  
дополнительн  
ые вопросы

✓ сопротивление  
покупке



# Преодоление возражений



**Преодоление возражений для клиента – ещё одна возможность выбрать то, что ему действительно нужно**

**Преодоление возражений для продавца – это возможность закрыть продажу, повысить свой профессиональный уровень**

**Сомнения, с которыми клиент уйдет от вас, могут разрешить совсем другие люди – конкуренты!**

# Восприятие возражений

**Возражения –  
это отказ от  
покупки!**

**Возражения – это:**

- ✓ необходимость предоставить потребителю весомые аргументы
- ✓ развеять его сомнения
- ✓ ознакомить его с дополнительной информацией

# Главная цель для продавца

Победить  
клиента в  
словесной  
дуэли

1. Удержать интерес
2. Создать позитивное впечатление от общения
3. Убедить клиента в покупке

# Алгоритм обслуживания покупателей и продажи товара



# Возражения клиентов: минусы и плюсы

## Минусы

:

мешают завершить продажу товара сразу

клиент не получил достаточно информации на этапе презентации

высокая вероятность потерять клиента при неграмотной работе с возражениями

## Плюсы:

у клиента есть интерес к продукту

у клиента есть желание получить больше информации

идет процесс общения с клиентом

высокая вероятность продажи клиенту при грамотной работе с возражениями

# 3 категории продавцов

## 1) Даже не пытаются проработывать возражения клиентов

«Я подумаю» - пусть думает

«Мне не нужно ничего» - значит и правда ничего не нужно, зачем напрашиваться?

## 2) Пытаются ответить на возражения, как умеют

Услышали возражение — бездумно озвучивают типичную, стандартную отговорку

## 3) Продавцы, которые организовали системную работу с возражениями

Они фокусируются на том чтобы:

- ✓ грамотно ответить на возражения
- ✓ не оставить возражения без ответа
- ✓ подготовить арсенал аргументов, фраз, которые смогут наилучшим образом убедить клиента

# Шкала волнения – кризис переговоров

**Волнение зашкаливает  
10 баллов**

- **Не ожидает возражений клиента**
- **Не готов продолжать обслуживать**
- **Боится вступить в диалог**
- **Не знает, как грамотно ответить клиенту**
- **Не знает как себя вести с клиентом**
- **Не может вспомнить рекомендованные ответы**

# Шкала волнения – кризис переговоров

**Волнение в пределах нормы (1-4)  
Сотрудник уверенно апеллирует к  
клиенту  
Эффективно проводит этот этап  
продажи**

- Понимает, что у клиентов есть свое личное мнение
- Понимает, что есть клиенты, которые говорят «НЕТ»
- Понимают, что дополнительные вопросы клиентов – это нормально

**Волнение зашкаливает  
10 баллов**

- Не ожидает возражений клиента
- Не готов продолжать обслуживать
- Боится вступить в диалог
- Не знает, как грамотно ответить клиенту
- Не знает как себя вести с клиентом
- Не может вспомнить рекомендованные ответы

# Формула эффективной работы с возражениями



ФЭРВ

Повысить  
качество  
обработки  
возражений

Уменьшить  
количество  
о  
возражений

1. быть готовым к работе на данном этапе
2. эффективно практиковать навык *(можно даже в обычной жизни)*
3. создать коллекцию ответов *(скрипт, шпаргалка)*

1. заранее снимать возражения
2. эффективно работать на предыдущих этапах продаж *(начиная с установления контакта)*
3. создать доверительную атмосферу общения

# Схема работы с

Получить возражение

Выслушать, не перебивать, вести себя спокойно

Дать обратную связь – высказать «условное согласие»

Задать уточняющие вопросы

Определить вид возражения

Отработать возражение

Предоставить  
доказательства

Переключить

Согласиться и  
опровергнуть

Вернуть вопрос  
клиенту

Завершить  
продажу

# Преимущества активного слушания

Умение слушать приносит больше пользы, чем умение говорить

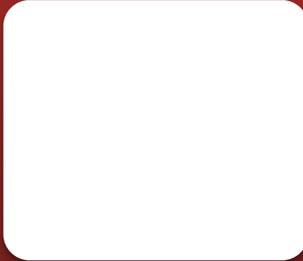
Умение слушать преодолевает сопротивление клиента, снимает напряжение, подозрительность и раздражение

Активное слушание вырабатывает характер, самодисциплину и умение управлять своими мыслями и ходом переговоров

*«Красноречие начинается с умения слушать»*

Древнегреческий мудрец

# Правила работы с возражениями



**Не спорьте, а развивайте высказанную клиентом мысль в нужную вам сторону**  
**Оставайтесь спокойным, будьте терпеливым, общайтесь на позитиве**



**Не принимайте на свой счет негатив, претензии обращены к компании, которую вы представляете**  
**Воспринимайте себя и клиента как партнеров, а не оппонентов**



**Не указывайте клиенту на его некомпетентность, глупость**  
**Будьте убедительны**

# Ошибка № 1

## БЕЗУСЛОВНОЕ СОГЛАСИЕ

Продавец  
соглашается с  
клиентом

**ПОЛНОСТЬЮ, а не**

**Поддержите клиента,  
а не его 100% правоту**

- Да, я вас понимаю
- Да, действительно существует такое мнение
- Хорошо, что Вы об этом сказали
- Да, Вы правы никто не хочет переплачивать
- Вижу, что у Вас возникли сомнения
- Это существенный момент
- Хорошо, что затронули этот вопрос

Понимани

Соглас  
ие

# Ошибка № 2

## СВЯЗКА

### ПРОТИВОПОСТАВЛЕНИЕ



# Ошибка № 3

## БЕСКОНЕЧНЫЙ МОНОЛОГ

**Продавец НЕ получает  
обратной связи от  
клиента, считает, что  
клиент согласен с  
каждым его словом**

**Используйте  
позитивное  
заключение**

*Согласитесь, это выгодно?*

*Согласитесь, это удобно?*

*Согласитесь, это  
интересно?*

**Положительная  
реакция клиента –  
гарантия покупки**

# Ошибка № 4

## АРГУМЕНТ В ЛОБ

**Продавец вступает в спор сразу после возражения клиента и пытается своими аргументами «завалить» клиента**

**Чем сильнее заготовленный аргумент для ответа на возражение, тем более резкий и сильный «удар» ждет клиента**

**Мастер  
работы с  
возражениями**

# Категории возражений

## Истинные

- Объективные причины
- Цена товара
- Качество товара
- Условия продажи
- Личный опыт

## Ошибочные

- Недостаточное количество информации
- Ложное представление о товаре или условиях продажи
- Негативный опыт знакомых

## Ложные

- Скрытие ИСТИННЫХ МОТИВОВ
- Необъективные причины
- Вежливый отказ от покупки
- Отговорка
- Ни чем не подкрепленные слухи
- Неготовность к покупке
- Желание проявить личные амбиции
- Желание вести праздные беседы

# Отработка возражений

## ИСТИННЫЕ И ошибочные возражения

- **Действия продавца:**
- *предоставить клиенту полную информацию*
- *привести факты*
- *дать аргументированный ответ*
- *постараться убедить клиента в покупке*

## Ложные

- **Действия продавца:**
- *сделать акцент на доброжелательном общении*
- *оставить приятное впечатление от обслуживания*
- *не стараться любой ценой переубедить клиента*

# Цель этапа – работа с возражениями

Возражен  
ия клиента

Причины  
возражени  
й клиентов

# Природа возражений



Причина

Сопротивлен  
ие клиента

Возражение

# Причины возникновения возражений:

- ✓ Нехватка информации
- ✓ Желание сэкономить деньги
- ✓ Негативный опыт покупки товара (в нашей торговой сети либо других точках продаж)
- ✓ Дополнительные вопросы по продукции
- ✓ Желание выразить недовольство
- ✓ Нерешительность клиента в принятии покупки
- ✓ Изменение условий продажи товара (ассортимент, цена, акционные предложения)
- ✓ Ценность и цена предложения не равны для клиента
- ✓ Клиент хочет проверить продавца на «прочность», проверить компетентность, продлить время общения
- ✓ Клиент хочет показать свою осведомленность в продукции

# Финансовое сопротивление

## Причина

- Экономия денег
- Лишние затраты
- Внесение изменений в бюджет
- Расходы, которые кажутся неоправданными

## Сопротивление

- Финансовое сопротивление

## Возражения

- У Вас дорого
- В других магазинах дешевле
- Когда вы выдадите мне карту скидок для постоянного покупателя?
- Я не могу себе это позволить
- У меня сейчас нет денег

# Отработка финансового

**У Вас  
высокая цена  
на этот сорт  
пива!**

**«Метод продажи ценности, а не  
цены»**

**Действительно, цена на данный сорт пива составляет ... рублей, давайте я Вам объясню почему. Эта марка пива является элитной маркой, состоит только из натуральных компонентов, изготавливается из высококачественного европейского сырья, выдерживается 35 суток в лагерных танках. Вкус, послевкусие, аромат, крепость, плотность. Кроме замечательного вкуса Вы получите пользу для Вашего организма ввиду натуральности и безопасности продукции.**

# Отработка финансового



## «Метод картинка будущего»

Давайте я Вам расскажу о нашей  
продукции на будущее. Когда  
появится возможность у вас будет  
достаточно информации для  
выбора.

Это займет пару минут.

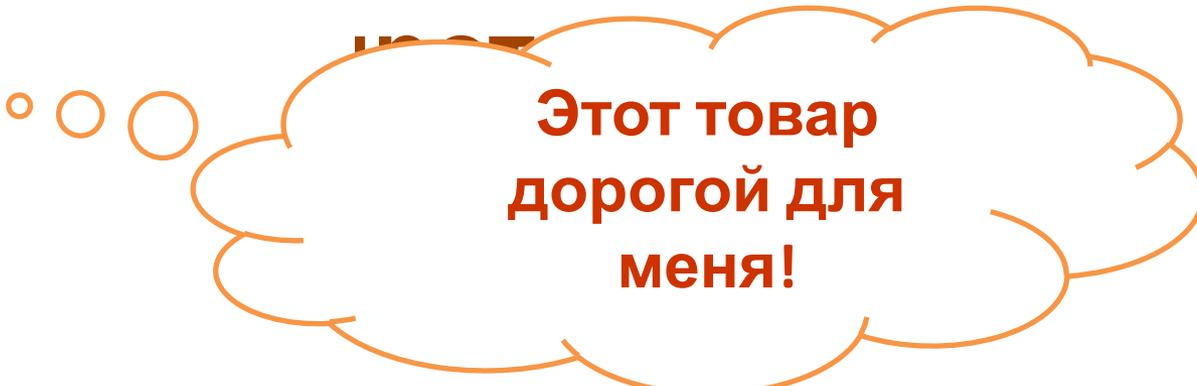
# Отработка финансового

Клиент: **Когда вы выдадите мне карту скидок для постоянного покупателя?**

## «Метод объективной причины»

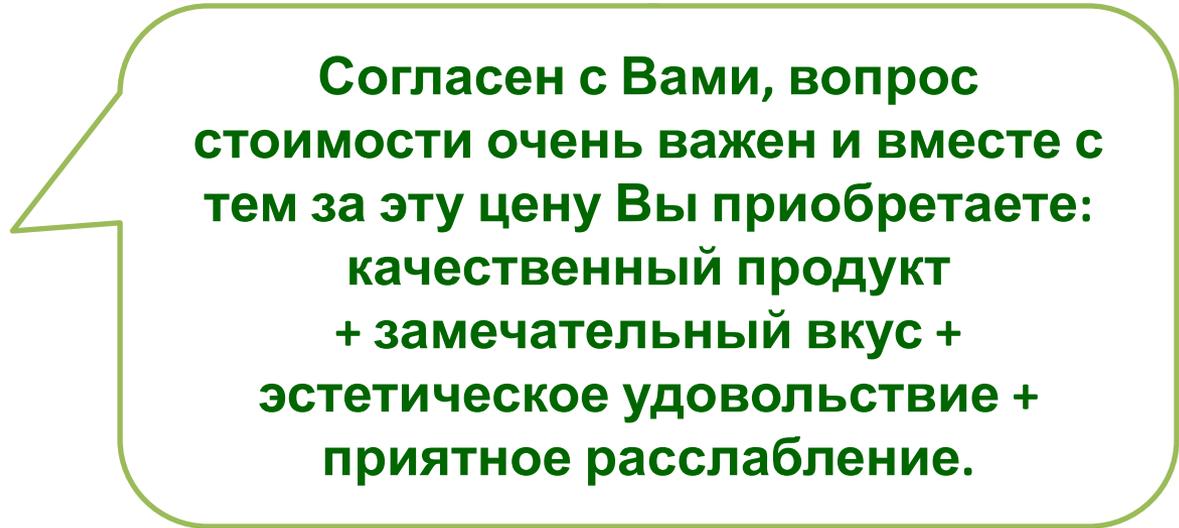
Хорошо, что Вы об этом спросили, для постоянных клиентов в нашей сети действительно предусмотрена система скидок. Компания с которой мы сотрудничали по выпуску пластиковых карт с магнитной полосой и возможностью фиксации индивидуальных покупок клиента осталась в Украине. В связи этим, временно выдача карт приостановлена, так как их физически нет в наличии. Мы работаем над этим вопросом.

# Отработка финансового

A thought bubble with an orange outline and three small circles leading to it from the left. Inside the bubble, the text is written in orange.

**Этот товар  
дорогой для  
меня!**

## «Метод суммирования»

A speech bubble with a green outline and a tail pointing to the left. Inside the bubble, the text is written in green.

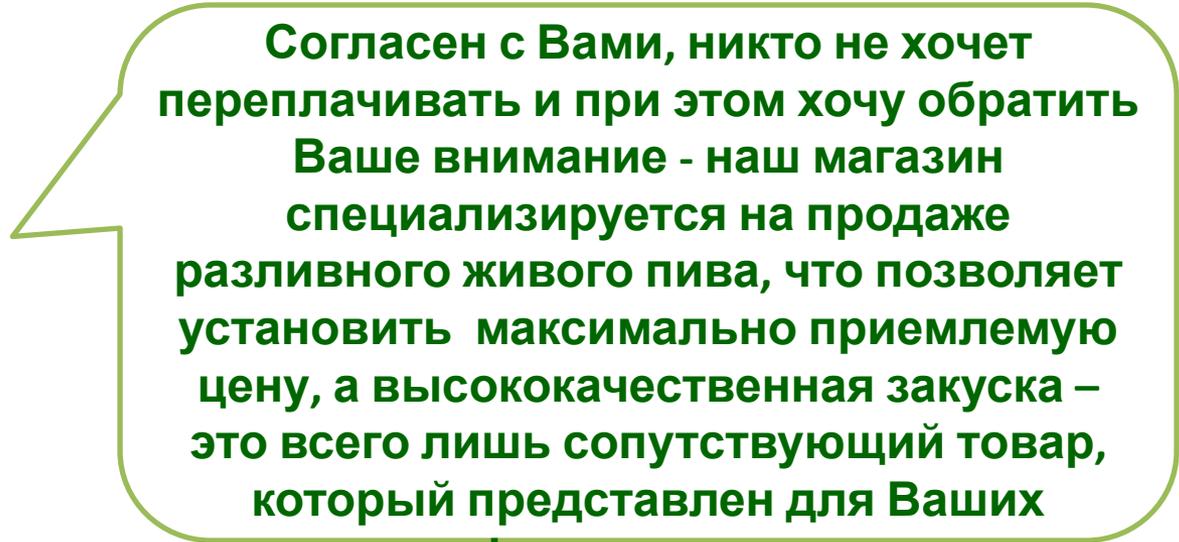
**Согласен с Вами, вопрос  
стоимости очень важен и вместе с  
тем за эту цену Вы приобретаете:  
качественный продукт  
+ замечательный вкус +  
эстетическое удовольствие +  
приятное расслабление.**

# Отработка финансового

A thought bubble with an orange outline and three small circles leading to it from the left. Inside the bubble, the text is written in orange.

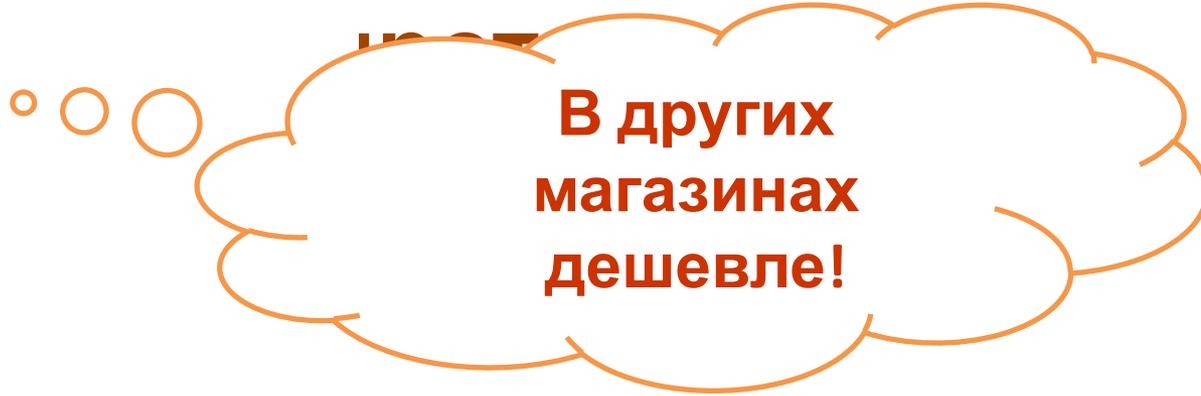
**У вас  
высокая цена  
на рыбу!**

## «Метод компенсации другим преимуществом»

A speech bubble with a green outline and a tail pointing to the left. Inside the bubble, the text is written in green.

**Согласен с Вами, никто не хочет  
переплачивать и при этом хочу обратить  
Ваше внимание - наш магазин  
специализируется на продаже  
разливного живого пива, что позволяет  
установить максимально приемлемую  
цену, а высококачественная закуска –  
это всего лишь сопутствующий товар,  
который представлен для Ваших  
комфортных покупок.**

# Отработка финансового



## «Техника встречных вопросов»

Я правильно вас понял, Вы уже сравнивали цены на данную продукцию в других магазинах? Пришли к нам потому что заинтересовало что-то конкретное?

Столь низкая цена не заставляет вас задуматься?

# Отработка финансового



## «Метод сравнения

У нас есть более привлекательная цена на следующие сорта .....

У нас также представлены сорта по акционной стоимости ...

Хорошо, давайте подберем вариант по дешевле...

# Эмоциональное сопротивление

## Причина

- Плохое настроение
- Боевое возбуждение
- Усталость и утомление
- Любовь к спору
- Эмоциональное раздражение

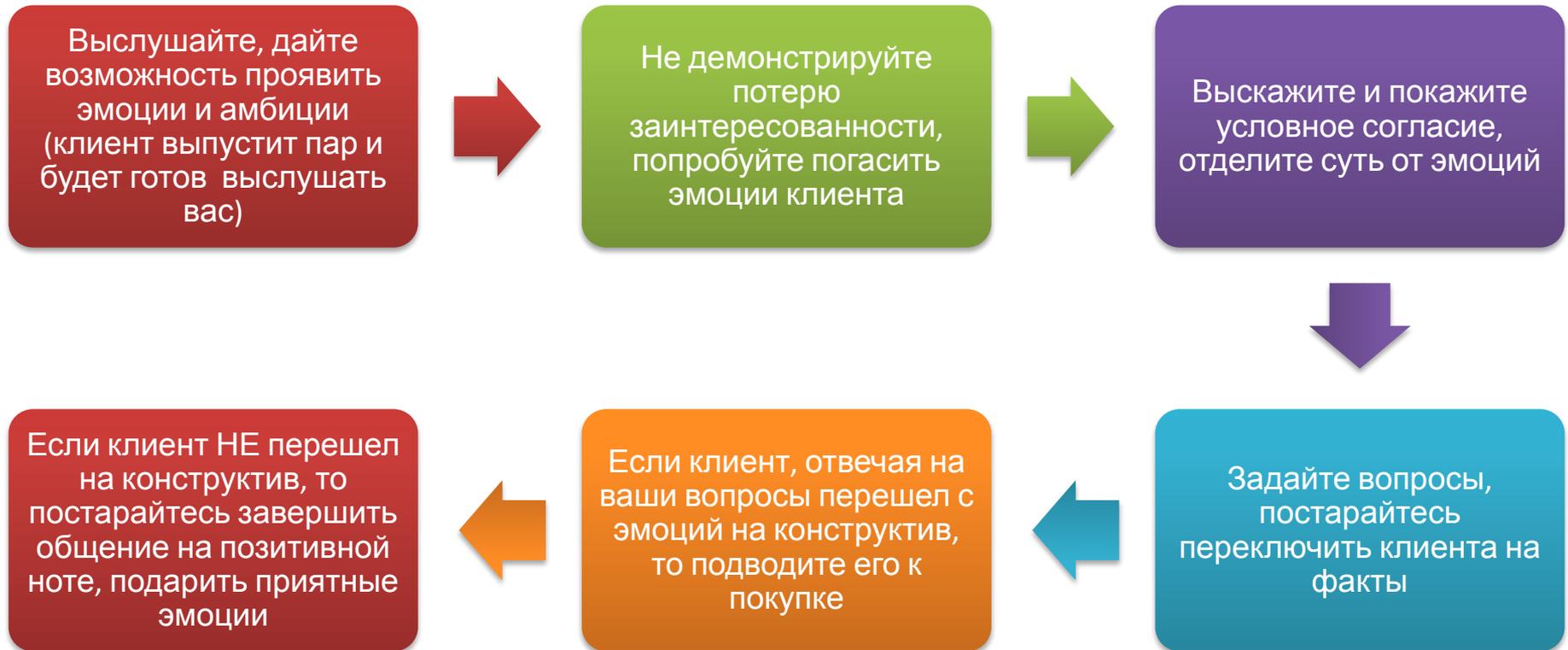
## Сопротивление

- Эмоциональное сопротивление

## Возражения

- У Вас маленький ассортимент
- Говорят, вы плохо (медленно, грубо, непрофессионально), обслуживаете клиентов
- Меня мало интересует ваш товар, я просто зашел
- Если мне еще что-нибудь будет нужно, я сам спрошу

# Алгоритм отработки эмоционального сопротивления



# Соппротивление принятию решения

## Причина

- Боязнь ошибиться в качестве или цене товара
- Неуверенность
- Сомнения

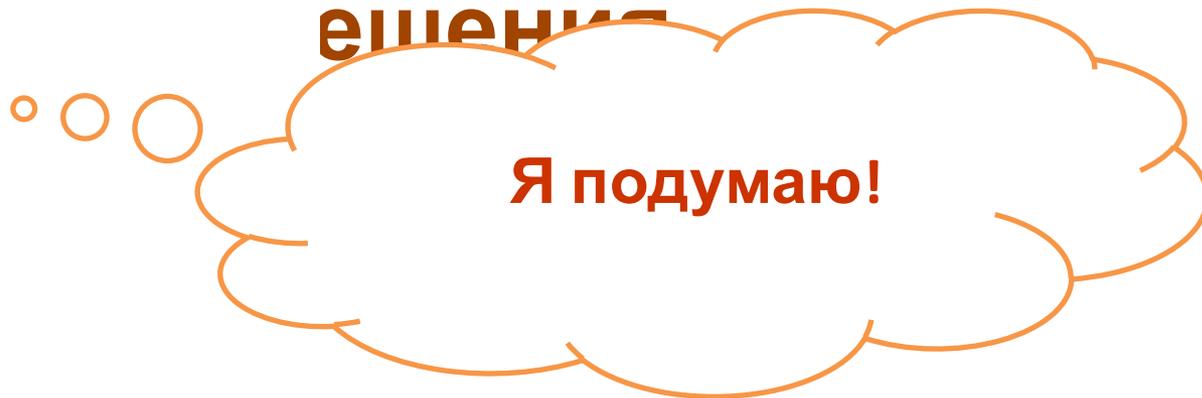
## Соппротивление

- Соппротивление принятию решения

## Возражения

- Я подумаю
- Я хочу ознакомиться с другими предложениями
- Я слышал негативные отзывы
- Я не верю, что у вас хорошее качество

# Подталкивание к принятию решения



## «Техника встречных вопросов»

**Да, конечно, единственное, что  
я хочу уточнить – достаточно ли  
я Вам дал информации о нашей  
продукции?**

**Возможно, я могу еще что-то  
рассказать подробнее?**

# Подталкивание к принятию

решения

**Я хочу  
ознакомиться с  
другими  
предложениями**

## «Метод суммирования ВЫГОД»

**Полностью с Вами согласна,  
важно выбрать качественный  
продукт.**

**Купив наше пиво Вы  
приобретете прежде всего  
натуральный продукт + ноль  
консервантов + минимум затрат  
+ максимум удовольствия.**

# Сопротивление нововведениям и изменениям

## Причина

- Боязнь нового
- Инертность
- Консерватизм
- Привычка

## Сопротивление

- Сопротивление нововведениям и изменениям

## Возражения

- У вас что все пиво Российское?
- Мне нравится Ровеньковское пиво, а у вас его нет
- Я пью только светлое (темное, фильтрованное, и т.д.)

# Изменение мнения клиента

**У вас что все пиво  
Российское?**

## «Метод довольных клиентов»

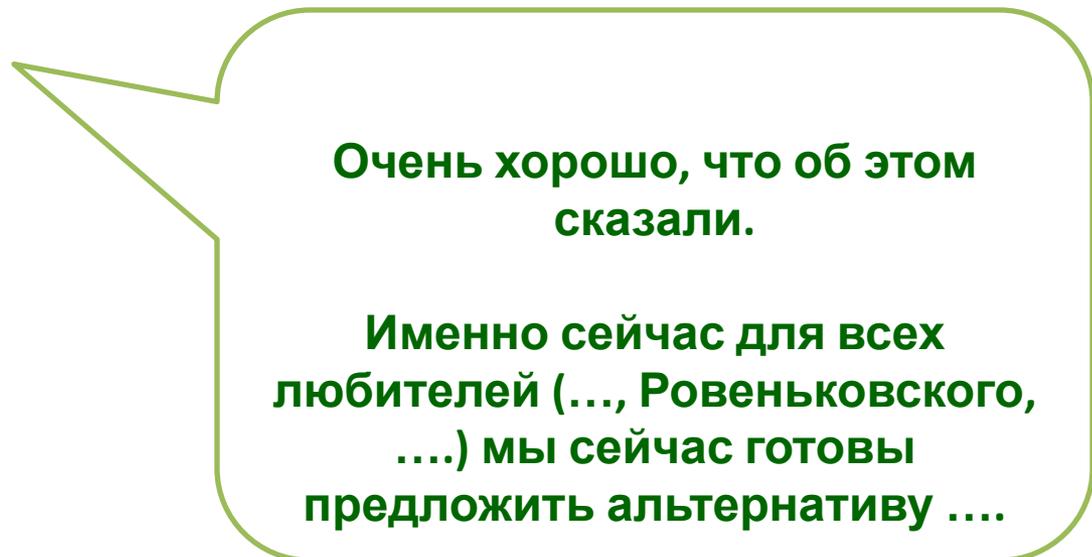
**Да, действительно, в данный момент  
представлена продукция  
Российского производства.**

**Я скажу вам честно, вы не первый  
кто обращает на это внимание и при  
этом многие наши клиенты, которые  
попробовали это пиво остались  
очень довольны. Каждый нашел для  
себя интересный сорт и теперь  
приходят каждый день!**

# Изменение мнения клиента



**«Метод компенсации другим  
преимуществом»**

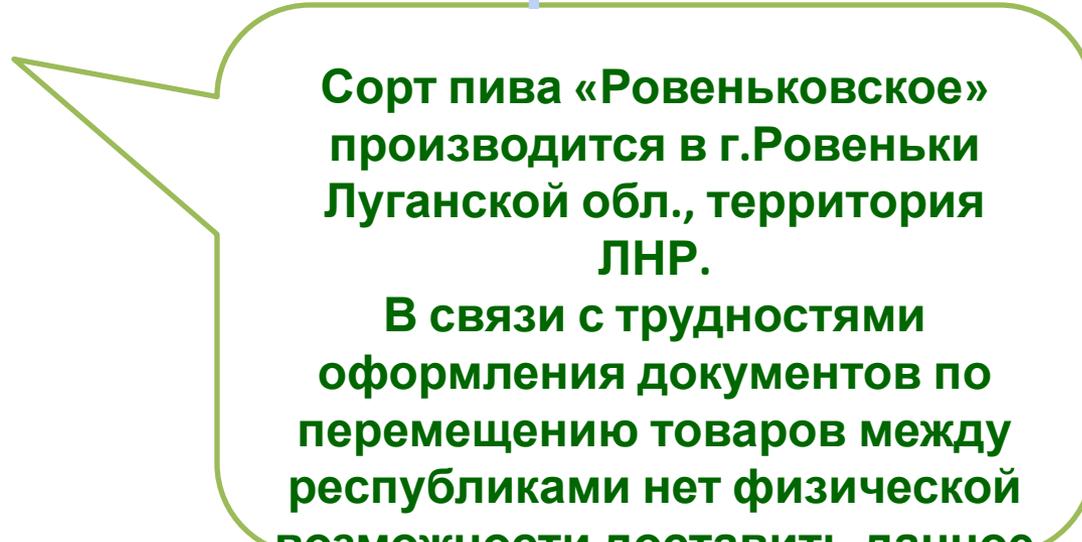


# Изменение мнения клиента

A thought bubble with an orange outline and three small circles leading to it from the left. Inside the bubble, the text is written in red.

**Когда вы  
привезете  
Ровеньковское  
пиво?**

## «Метод объективной причины»

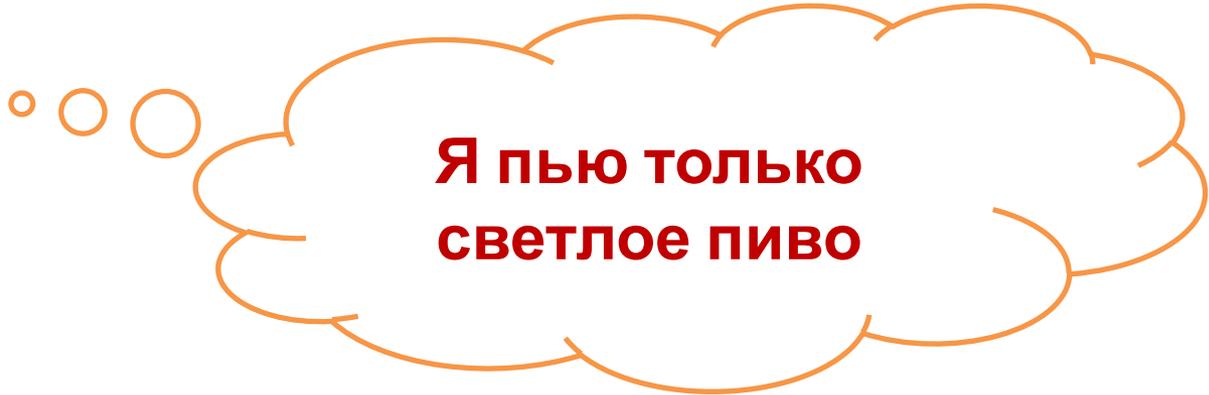
A speech bubble with a green outline and a tail pointing to the left. Inside the bubble, the text is written in green.

**Сорт пива «Ровеньковское»  
производится в г.Ровеньки  
Луганской обл., территория  
ЛНР.**

**В связи с трудностями  
оформления документов по  
перемещению товаров между  
республиками нет физической  
возможности доставить данное**

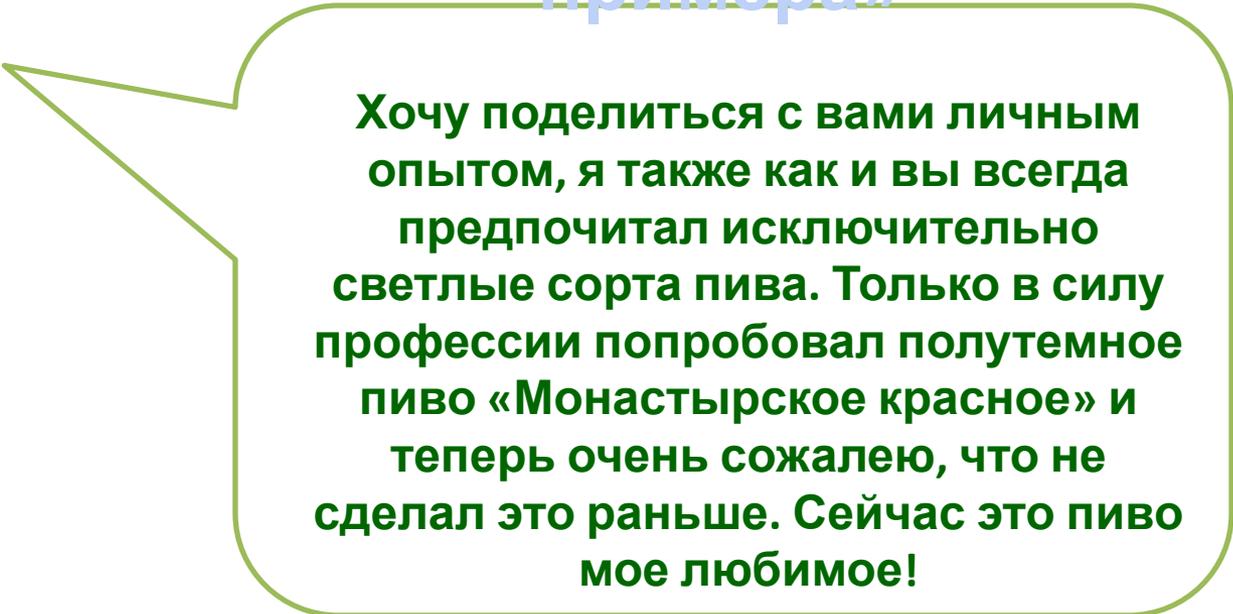
**ПИВО К НАМ В МЭБЭЭИИИ**

# Изменение мнения клиента



**Я пью только  
светлое пиво**

## «Метод личного примера»



**Хочу поделиться с вами личным опытом, я также как и вы всегда предпочитал исключительно светлые сорта пива. Только в силу профессии попробовал полутемное пиво «Монастырское красное» и теперь очень сожалею, что не сделал это раньше. Сейчас это пиво мое любимое!**

# Сопротивление негативного опыта

## Причина

- Личная покупка некачественного товара
- неподтвержденные слухи о некачественном товаре
- Подтвержденные слухи о некачественном товаре

## Сопротивление

- Сопротивление негативного опыта

## Возражения

- Я купил у вас кислое пиво
- Я купил у вас плохую рыбу
- У вас плохая продукция
- Я слышал у вас плохая продукция

# Действия продавца

Претензии  
клиента  
адекватны и  
правдивы (принес  
товар назад + чек)

Принести искренние  
извинения от лица  
компании

Вернуть деньги

Претензии  
клиента не  
правдивы,  
основаны на  
ложной  
информации

Выслушать, дать  
обратную связь,  
уточнить информацию

Привести  
доказательства  
качества товара,  
сертификаты,  
проинформировать  
клиента о ежедневной  
проверки продукции

# Работа с окончательным

отказом

Анализируйте

*Что я сделал неправильно?*

Сохраняйте нормальное отношение к  
отказу

Не делайте отказ личным  
проигрышем

Оставляйте дверь  
открытой

**Спасибо за  
внимание!**