

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

Возражения клиента

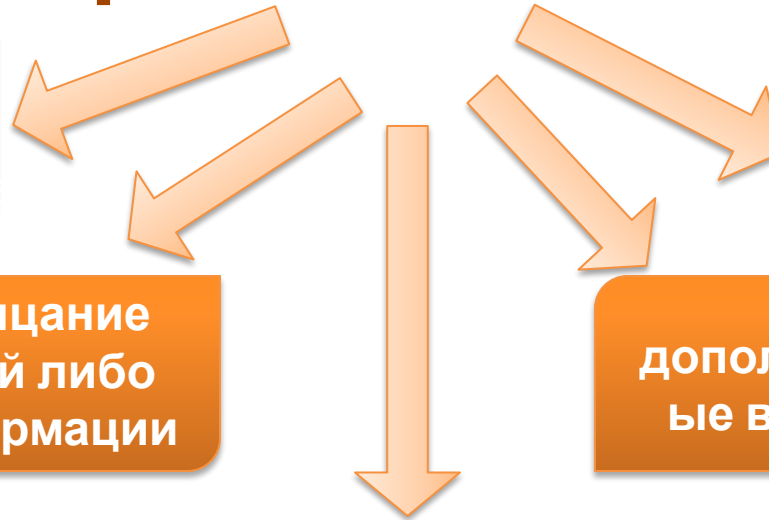
✓ мнение,
выражающее
несогласие клиента

✓ 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



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

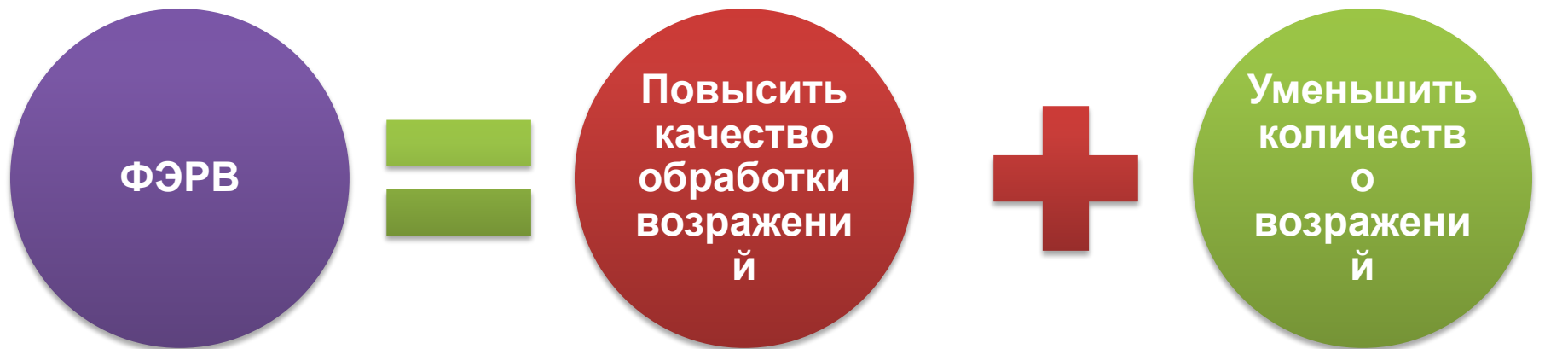
**Волнение в пределах нормы (1-4)
Сотрудник уверенно апеллирует к клиенту
Эффективно проводит этот этап продажи**

- 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

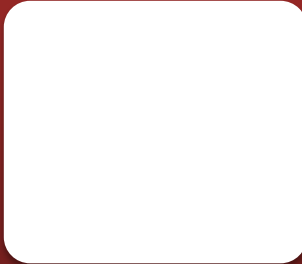
Умение слушать преодолевает сопротивление клиента, снимает напряжение, подозрительность и раздражение

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

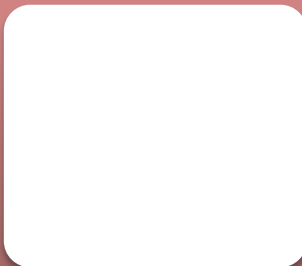
*«Красноречие
начинается с
умения
слушать»*

Древнегречески
й мудрец

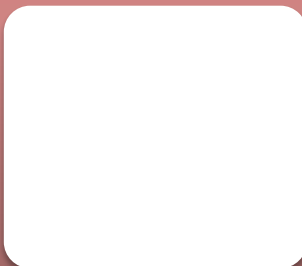
Правила работы с возражениями



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

Поддержат
ь точку
зрения
клиента



Связка
противопоставлени
я, перечеркивает
все, что говорили до
...НО...
...ОДНАКО...



Позитивная
связка,
усиливающая
фразу
...именно поэтому...
... и при этом...



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



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.

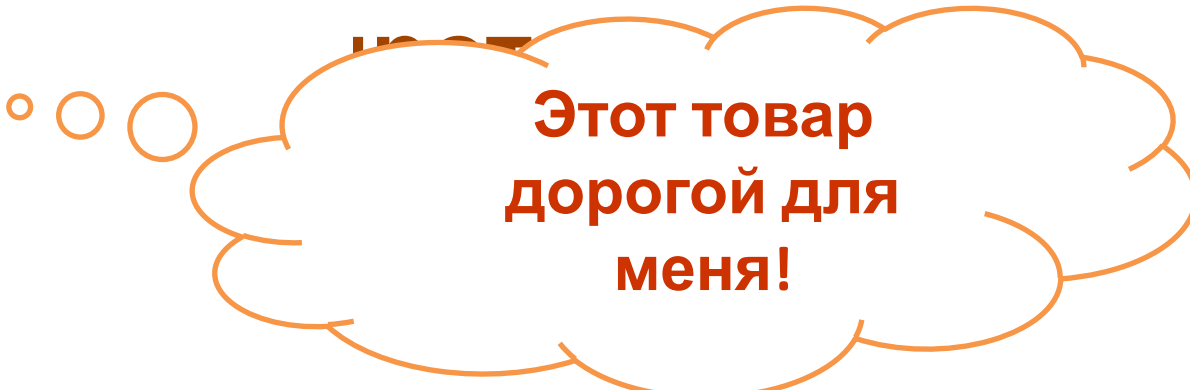
Отработка финансового

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

«Метод объективной причины»

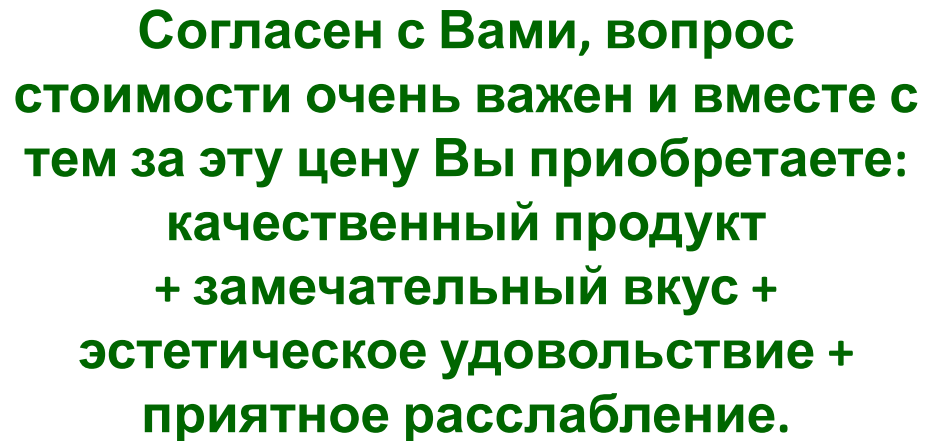
Хорошо, что Вы об этом спросили, для постоянных клиентов в нашей сети действительно предусмотрена система скидок. Компания с которой мы сотрудничали по выпуску пластиковых карт с магнитной полосой и возможностью фиксации индивидуальных покупок клиента осталась в Украине. В связи этим, временно выдача 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 a bold, orange font.

**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 a bold, green font.

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

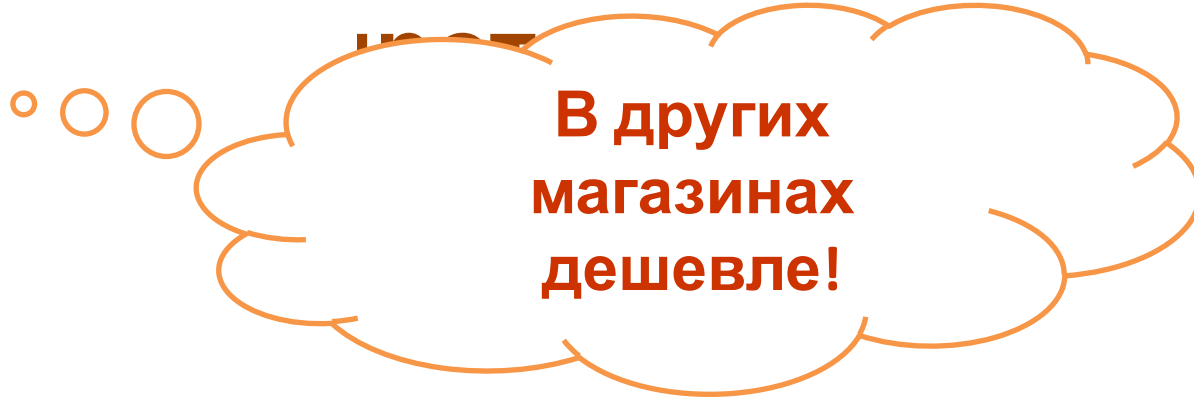
Отработка финансового

У вас
высокая цена
на рыбу!

«Метод компенсации другим преимуществом»

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

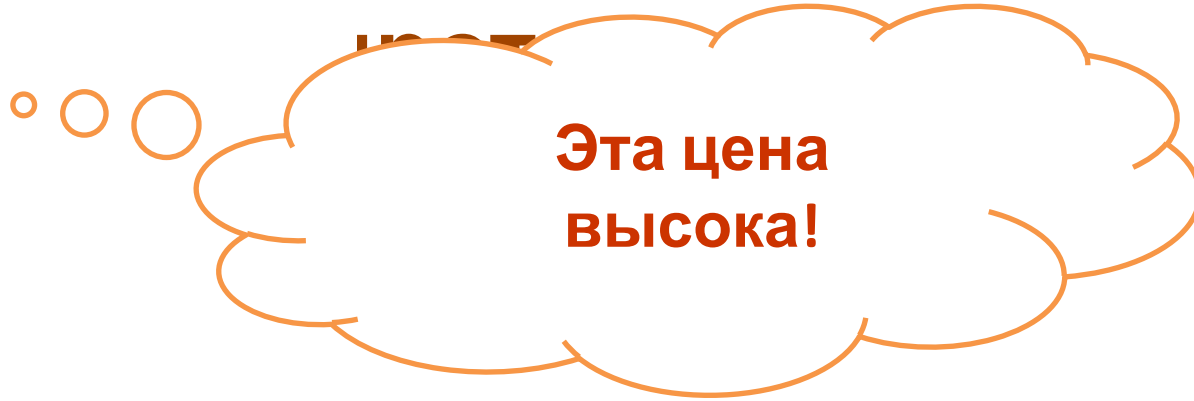


«Техника встречных вопросов»

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

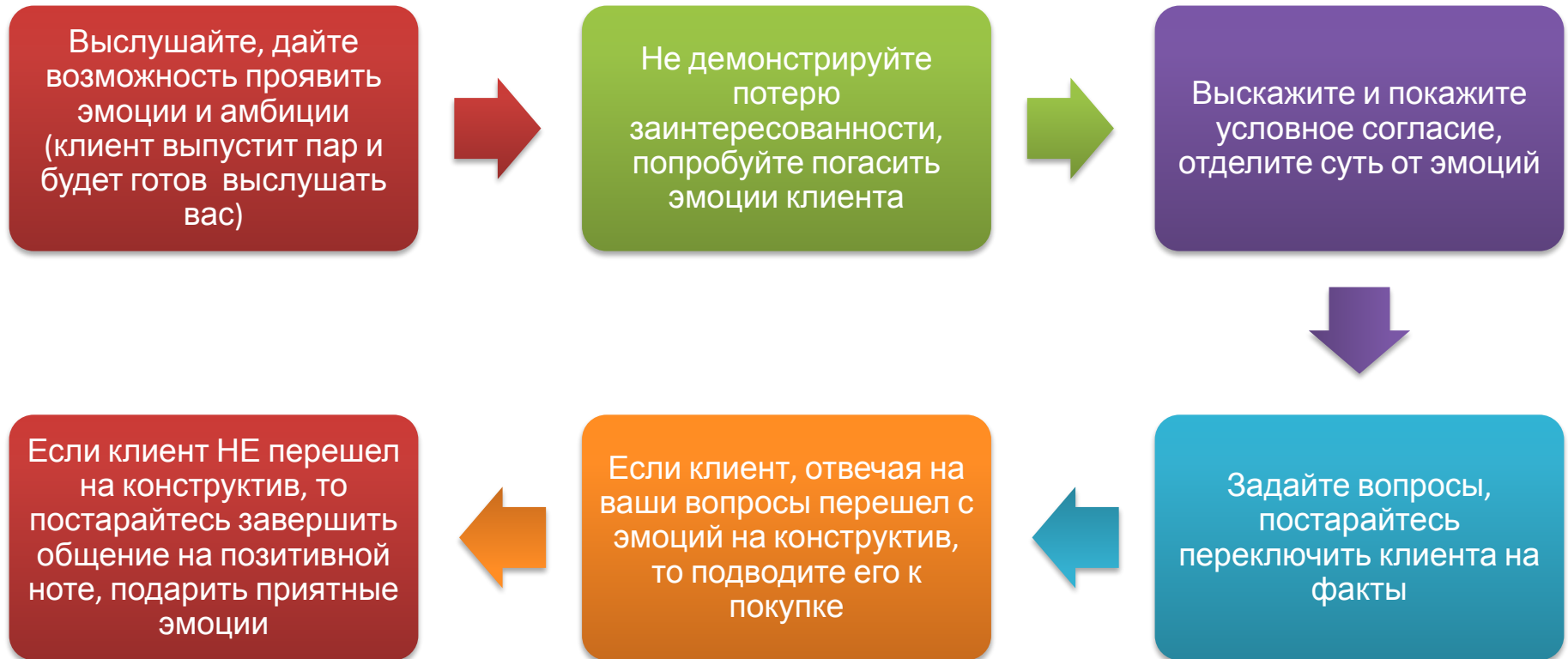
Сопротивление

- 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



Сопротивление принятию решения

Причина

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

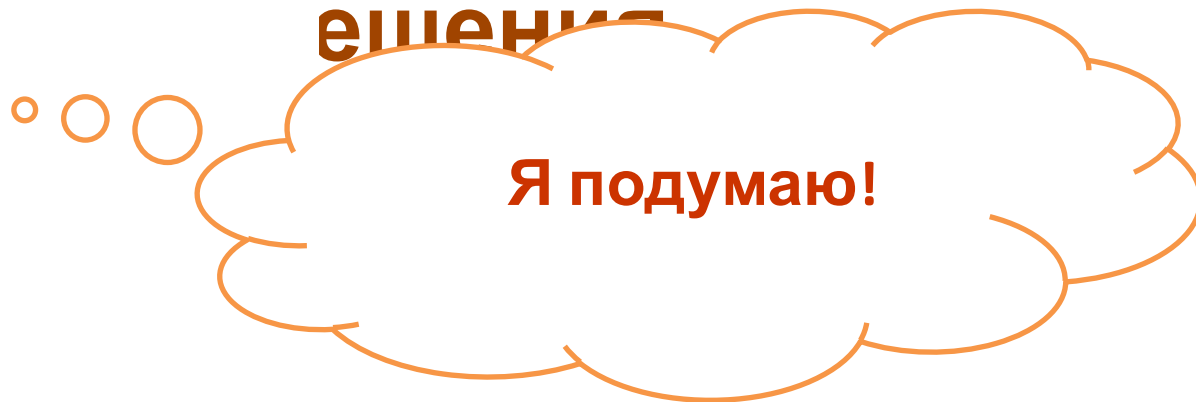
Сопротивление

- Сопротивление 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»

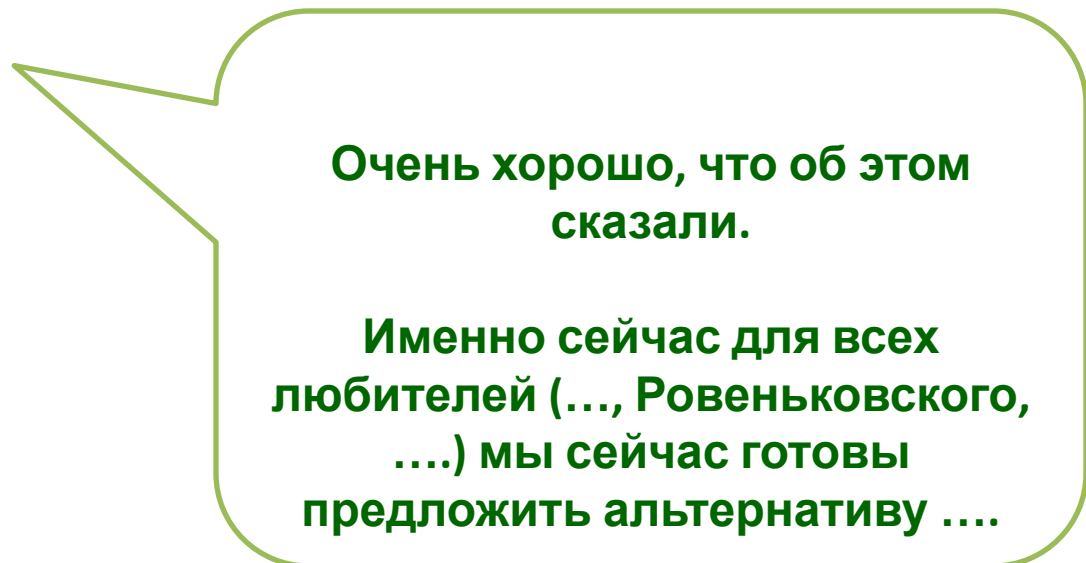
**Да, действительно, в данный момент
представлена продукция
Российского производства.**

**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!**

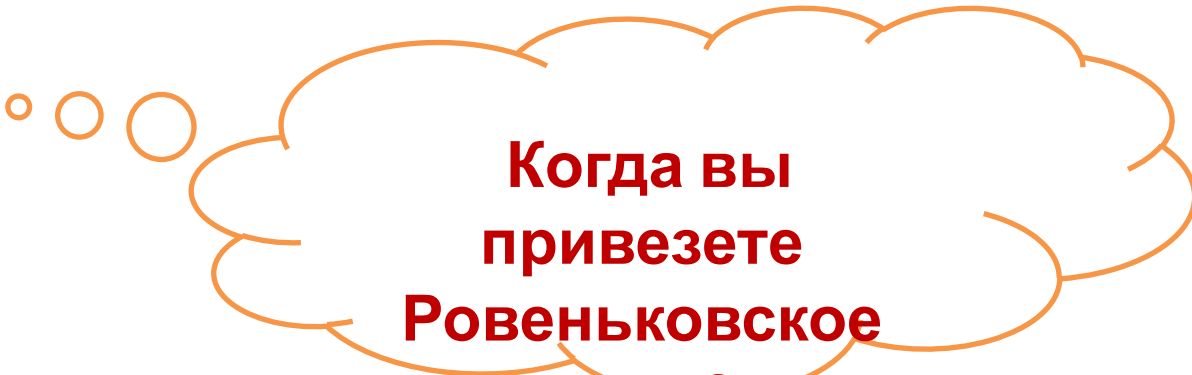
Изменение мнения клиента



**«Метод компенсации другим
преимуществом»**

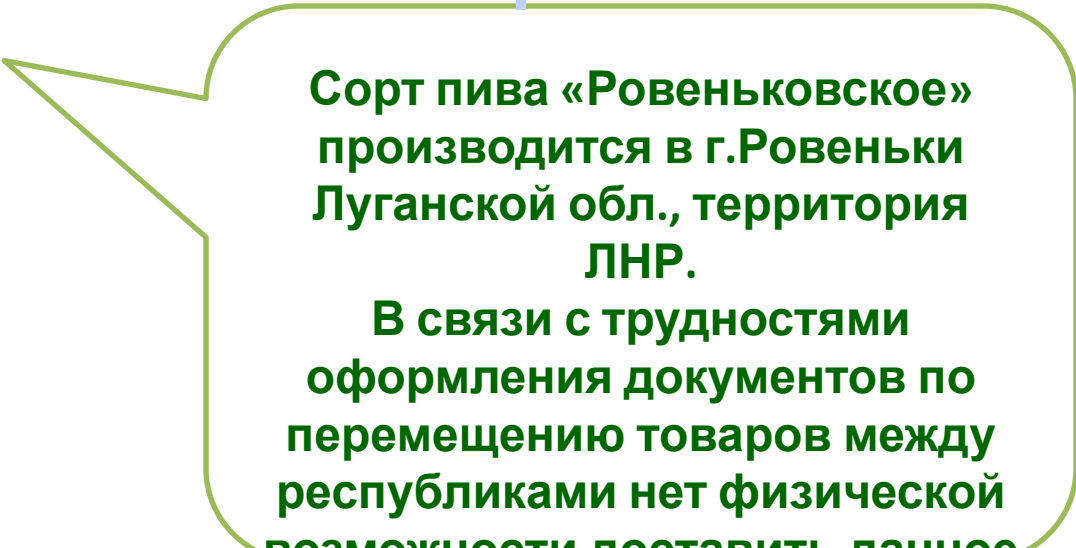


Изменение мнения клиента

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**

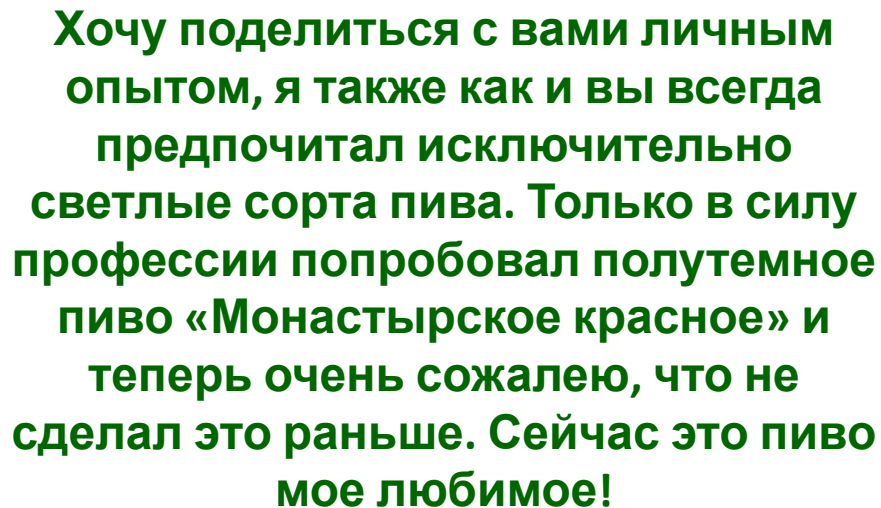
ПИВО К НАМ В МЭБЭЭИИИ

Изменение мнения клиента

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

**Я пью только
светлое пиво**

«Метод личного примера»

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

**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!**