



РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

Речевые модули

Не забывайте, что мы работаем по формуле
«ПРИСОЕДИНЕНИЕ + АРГУМЕНТ + ПОПЫТКА СДЕЛКИ»

Аргументы вставляем в скрипт с присоединением в начале. Потом берем аргументы и добавляем попытку сделки, которая соответствует цели звонка.

Возражение «РАБОТАЮ С ДРУГИМИ»

1. У всех наших клиентов уже были и есть поставщики. Скажите, что будет делать ваш поставщик, узнав о том, что вы ведете переговоры с другими? Ну, как минимум, вы сможете понизить цены там. Или поймете, что цены ниже у нас, в любом случае вы в выигрыше.
2. Мы и не предлагаем вам от них отказываться, но всегда хочется подстраховаться – имея в запасе еще одного поставщика, вы будете чувствовать себя более уверенно.
3. Я сразу вспомнил нашего клиента ХХХХ (указать известную фирму в этой сфере). Они в начале сказали то же самое, но вот уже целый год работают только с нами!
4. Разумеется. В любом случае вы все равно будете анализировать информацию на рынке, хотя бы для того, чтобы влиять на нынешнего поставщика и не упустить выгодные варианты.
5. Рад за вас. Я тоже ничего не хочу менять, если только не попадется очень выгодное предложение. Но узнать, выгодно или нет, можно только попробовав.
6. Сколько лет вы на рынке? Пять? Можно предполагать, что за это время хотя бы одного поставщика или партнера вы поменяли, потому что вам это было выгоднее.
7. Запасные аэродромы для того и придумали, чтобы всегда быть в безопасности на случай форс-мажора.

Возражение «НЕТ ВРЕМЕНИ»

1. Вы – деловой человек и знаете цену времени, а, значит, знаете цену и качеству. Вы же согласитесь подождать 15 минут врача, зная, что вас будет лечить высококлассный специалист, прошедший обучение и сертифицированный в лучших клиниках.
2. Как в правило, в бизнесе лучше не торопиться, но я не могу вас учить, я могу лишь показать вам, как это работает. Для этого нужно время, но я клянусь, вы не потратите его впустую.
3. Да, я согласен с тем, что сегодня времени не хватает практически никому. Поэтому для меня очень важно сделать так, чтобы вы не тратили свое время попусту...
4. Именно для того, чтобы сэкономить время, предлагаю встретиться. Сами понимаете, выбор ... – вопрос серьезный, и, прежде чем обсуждать стоимость, надо увидеть, что именно вы планируете покупать. У меня к вам еще такой вопрос: (задать отвлекающий вопрос).

Возражение «ОТПРАВЬТЕ НА ПОЧТУ»

1. Письменное коммерческое предложение может включать в себя до 8 направлений. Поэтому давайте я вам пару вопросов задам, а потом сразу отправлю только то, что будет интересно вам, хорошо?
2. Да, конечно, скажите, вы сейчас у компьютера находитесь? (Отправляем информацию клиенту и вместе с ним по телефону изучаем информацию в КП)
3. Хорошо, один момент, просто бесплатно мы это делаем до ... , а предложение, сами понимаете, пока подготовим, пока отправим, пока вы прочтете...

Поэтому давайте сделаем так: я вам несколько вопросов задам, потом расскажу про условия, если вам понравится, то я вас внесу в список, кому мы бесплатно (что-то полезное для клиента), ну и на почту, конечно, продублирую, хорошо?

4. Я понимаю, вы не можете переключать кого попало на руководителя, и уважаю ваши правила, сама работала на линии. Дайте хотя бы личную почту руководителя, обычно на это нет запрета (улыбка).

Возражение «НЕ ИНТЕРЕСНО»

1. Именно поэтому я прошу соединить меня с вашим директором, выгоды часто не лежат на поверхности, и он увидит их только тогда, когда мы с ним переговорим. Кстати, как его зовут?
1. Так говорят обычно, когда не видно явной выгоды, и именно для того, чтобы ее показать, я и предлагаю встретиться. Завтра вам удобнее в первой или второй половине дня?
1. Как показывает мой опыт, когда говорят «нам не интересно», это может означать, что человек занят, ну или просто не в духе. Давайте так: вы завтра все равно будете обедать, пообедаем вместе, и там посмотрите на вариант, как можно привлечь новых клиентов с нашей помощью. Какую кухню вы предпочитаете?
1. Это и правда непросто – среди массы предложений увидеть интересный для себя вариант. Предлагаю вам встретиться и вместе посчитать, сколько денег мой звонок принесет вам в будущем.

5. Мне это очень знакомо, и знаете, почему? Знакомство со всеми моими постоянными клиентами начиналось именно с этой фразы, но потом они соглашались на встречу. Вам где удобнее встретиться, у нас или же на своей территории?

Возражение «Я ПОДУМАЮ»

1. Алексей, скажите честно, в чем ваши сомнения, и я как менеджер смогу вам помочь, предложить другие условия и варианты, но надо знать, что останавливает вас сейчас. Расскажите мне (с интонацией заботы).
2. Алексей, давайте прямо сейчас решим все возникшие вопросы, чтобы вы потом не тратили время. Я вам все подскажу и расскажу по этому оборудованию. Скажите, по техническим параметрам эта модель вас устраивает?
3. Алексей, опыт подсказывает, что человек говорит «я подумаю» в тех случаях, когда не видит выгоды для себя. Что скажете по поводу выгоды нашего предложения?
4. Алексей, согласен с тем, что необходимо над каждым предложением думать, более того, я вам скажу, над чем обычно думают наши клиенты. В первую очередь это ... (описываем моменты и закрываем их)
5. Подскажите, какие еще дополнительные моменты мне стоит пояснить, чтобы вы смогли сравнить наше оборудование с тем, что уже используете? Может, стоит рассказать про сервис?

Возражение «ДОРОГО»

Важно понимать аргументы по цене, это – дополнительные выгоды и ценности, сравнения и калькуляции (расчеты), где видна экономия, примеры из жизни, как ваш продукт помог сэкономить.

1. Алексей, если бы мы смогли найти для вас решение по цене, в остальном все устроит? По ... (перечислить другие параметры)
2. Алексей, если бы мне пришлось покупать у кого-то, я бы тоже хотел максимально возможных скидок, и в то же время понимал, что это не должно быть в ущерб качеству.
3. Я и не спорю, потому что точно знаю, что вам важны не только цены, но также и знание того, что и сколько вы за свои деньги получаете.
4. Я думаю, что вы были бы не прочь узнать, где именно они на вас экономят.
5. Вы и сами знаете, к чему может привести покупка по самой низкой цене. И что-то мне подсказывает, что вы все равно смотрите не только на цену, но и на то, что за ней стоит.
6. Все верно, и почему все-таки люди, зная это, предпочитают покупать у нас, я вам сейчас расскажу.
7. Вполне возможно, что цены могут быть ниже, но согласитесь – это вовсе не значит, что продают они лучшее. За все скидки все равно расплачивается покупатель.
8. Дело, наверное, не в том, сколько стоят наши услуги, а в том, что вы получите за эти деньги? Для вашей организации мы можем предоставить бесплатно первую неделю обслуживания, и вы сможете на практике увидеть преимущества такого сотрудничества.
9. Вы знаете, мне кажется, что вы, точно зная, что у других стоматологов дешевле, все равно ходите к своему. Вы не ищете, где дешевле, а покупаете то, в чем уверены.