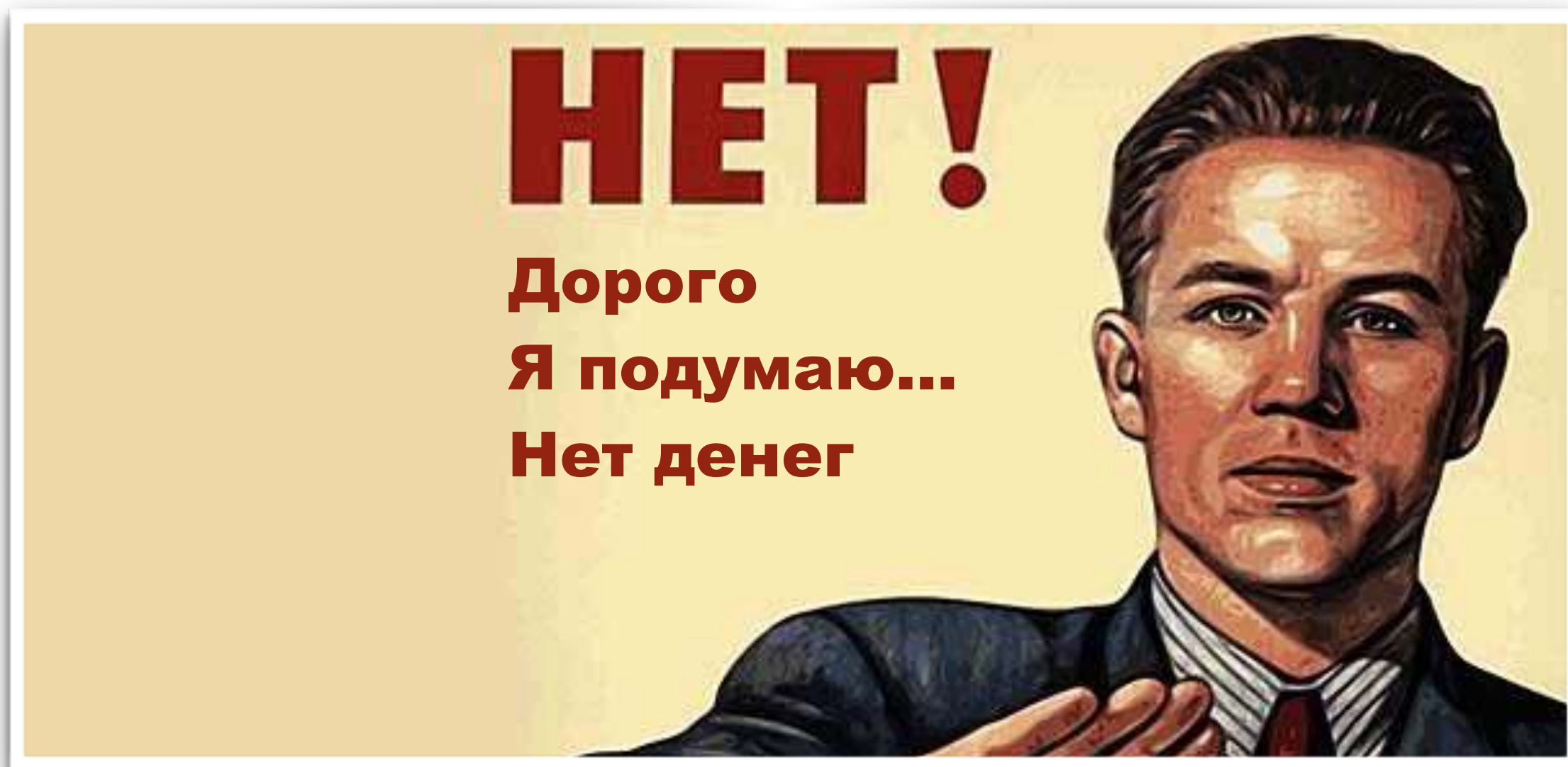


"Работа с возражениями в продажах и переговорах"



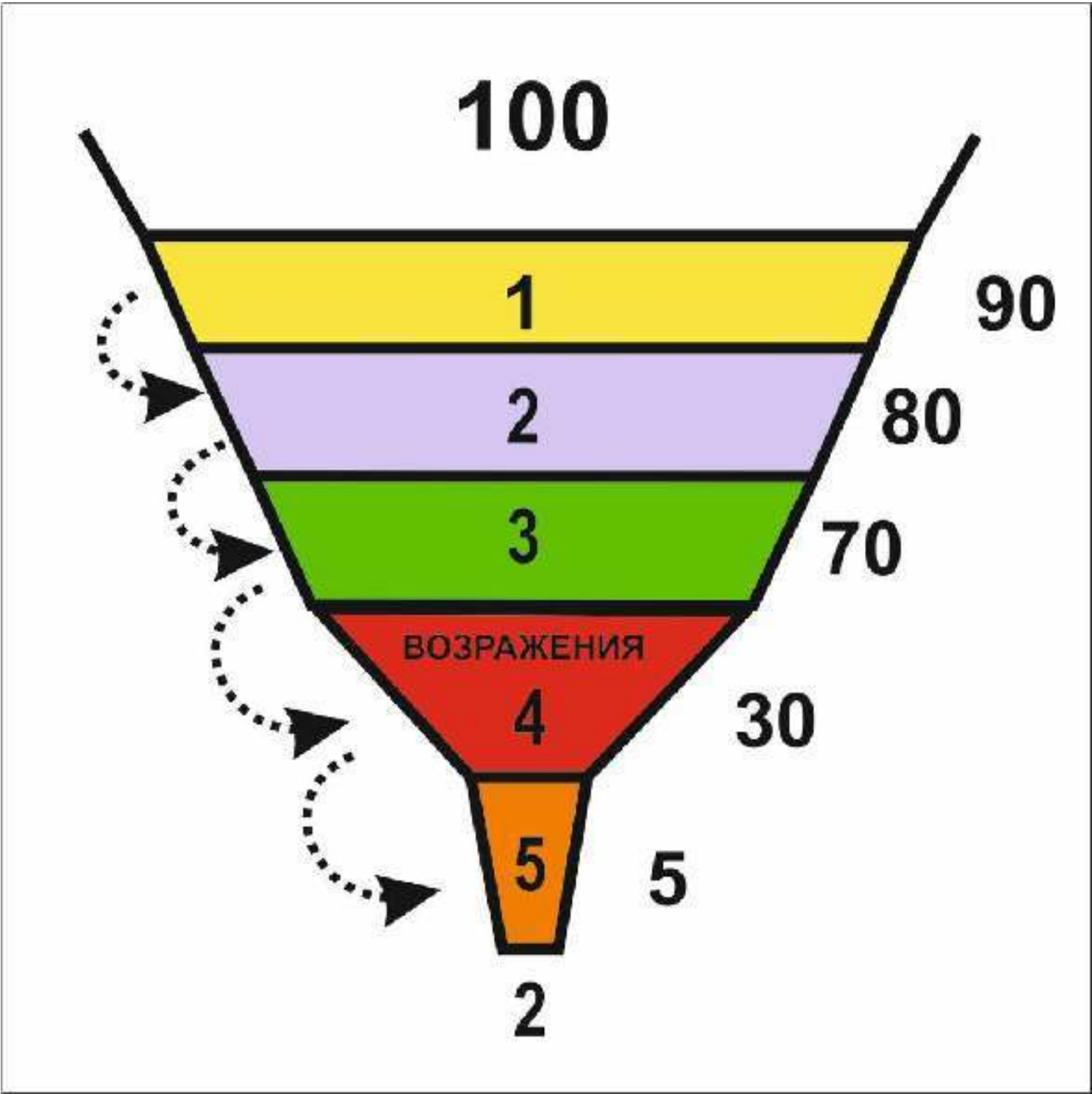


Зачем мы все здесь?

Что самое страшное в продажах?

Возражения - это часть торговой игры, но они не всегда означают, что вы потеряли продажу





Причины возникновения возражений?

Почему покупают?

Ошибки в работе с возражениями:

- ☒ спорить с покупателем/клиентом
- ☒ обесценивать их страхи и сомнения
- ☒ изматывать болтовней и звонками
- ☒ страх быть назойливым
- ☒ вставать на сторону продавца

Возражения отрабатываются **ТОЛЬКО** на стороне клиента





Все врут!

Ложные возражения Причины



Вытащить реальное возражение,
чтоб работать с тем, что волнует



Техника отработки возражения

- 1 дать высказаться, спокойно слушая клиента
- 2 признать существование возражения (Я понимаю, что...)
- 3 попросите задать вопрос (можно я задам вам вопрос?)
- 4 Вам это нравится? Здесь выйдет правда
- 5 ХПВ ХПР+П
- 6 что скажете по поводу цены?

Еще одна техника B2B

- 1 дать высказаться, спокойно слушая клиента
- 2 признать существование возражения (Я понимаю, что...)
- 3 перейдите к вопросу
- 4 ХПВ или предложите подходящий вариант



Вопросы оплаты и цены **ТОЛЬКО**
когда все остальные
препятствия проработаны

Вы считаете, что цена слишком высока
или просто стоимость выше, чем вы
планировали потратить сегодня?

А какая цена была бы комфортной?

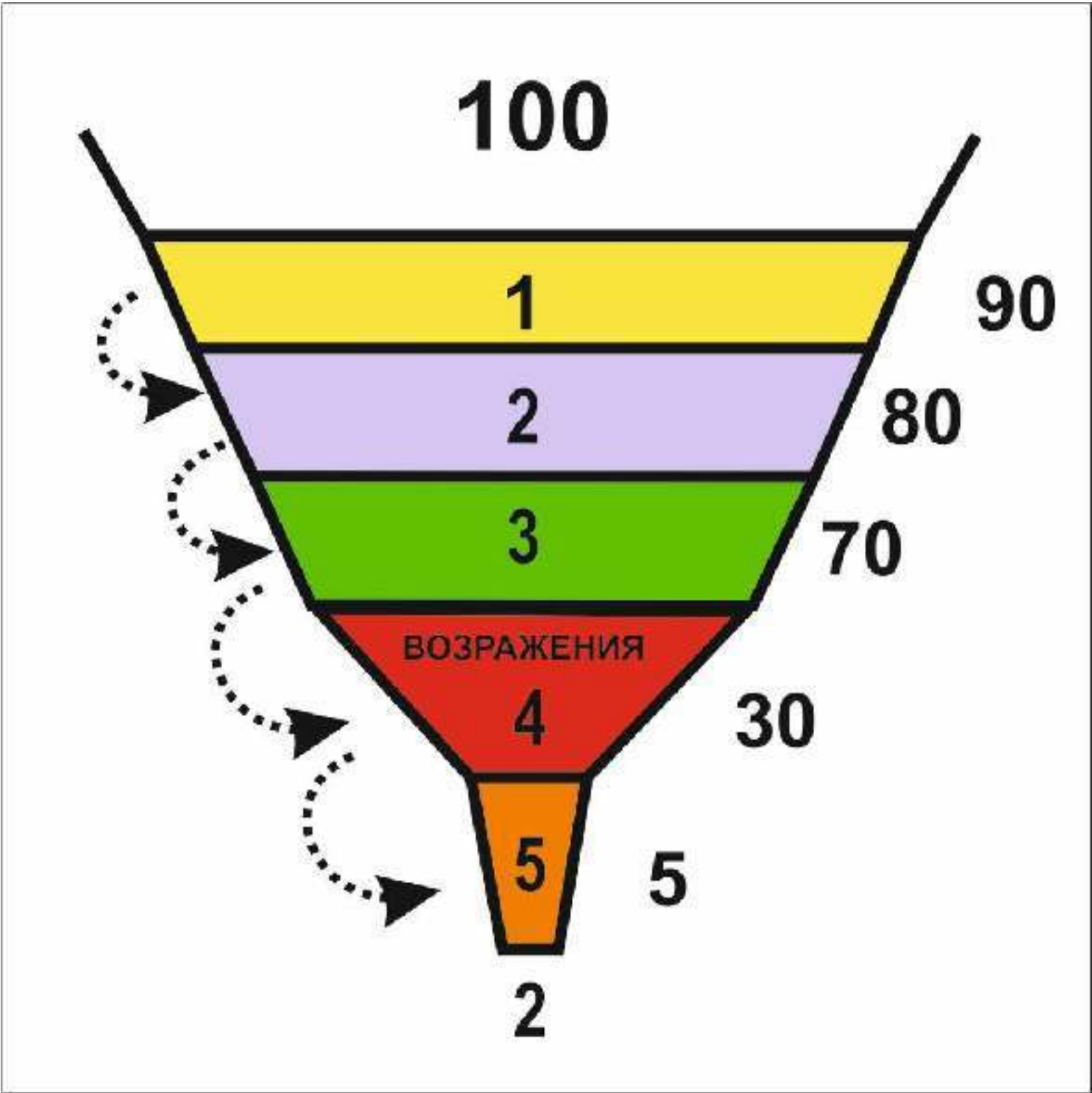
А какой бюджет заложен?

Как все равно продать дорогой продукт? Техника для зубров



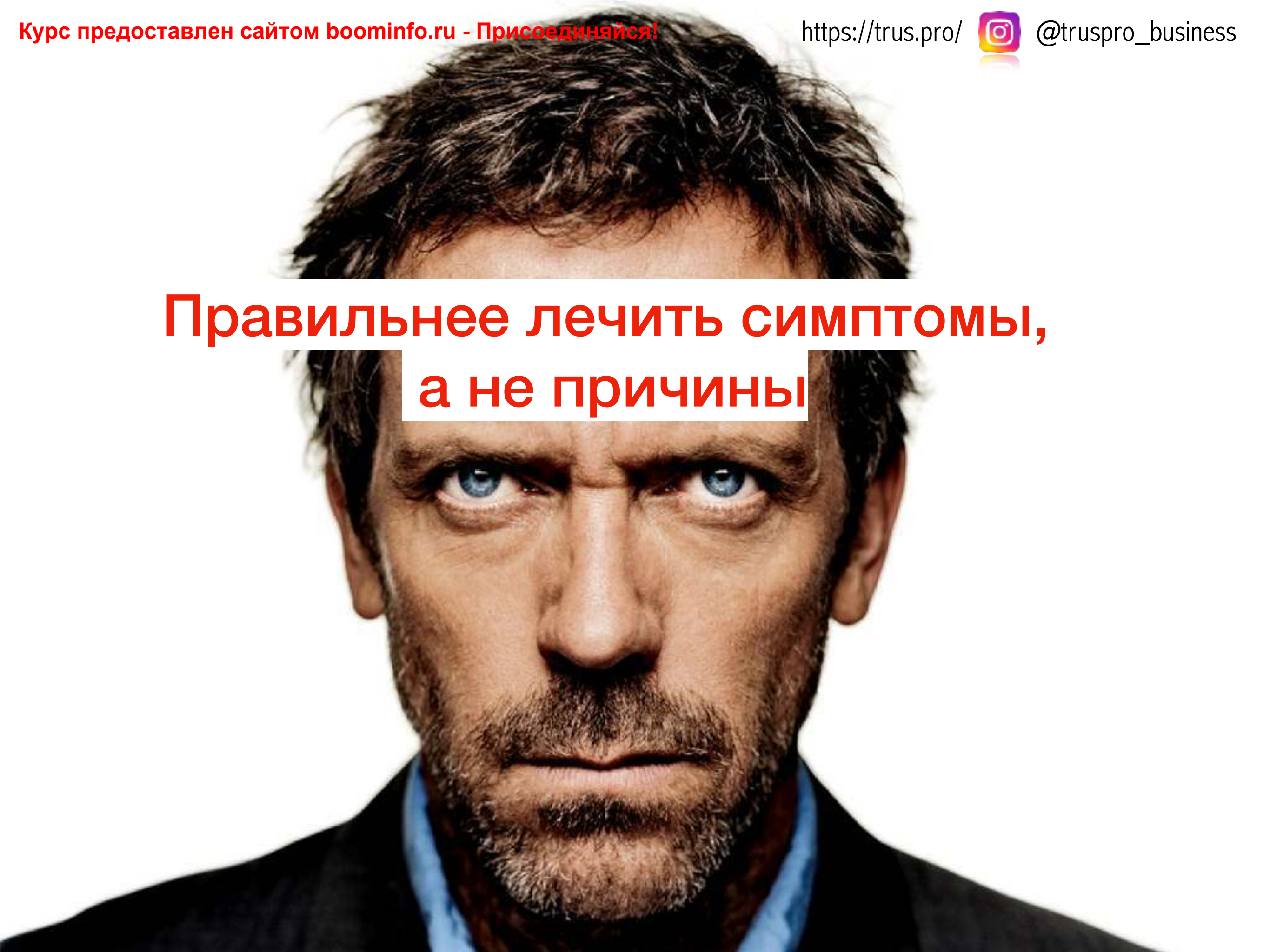
Рассрочка

ТОЛЬКО В САМОМ КОНЦЕ





**Правильнее лечить СИМПТОМЫ,
а не причины**



Чем сложнее продукт, тем меньше
должно идти речи о характеристиках
и больше выявление потребности,
не фантазии, а их задачи



Формирование ценности вашего решения



Контакт и доверие

- ☒ Доверие к продавцу
- ☒ Доверие к компании
- ☒ Доверие к продукту

Это задачи маркетинга

Системный маркетинг

- 1.цена
- 2.продукт
- 3.целевая аудитория
- 4.каналы продаж
- 5.позиционирование
- 6.продвижение

Вопросы