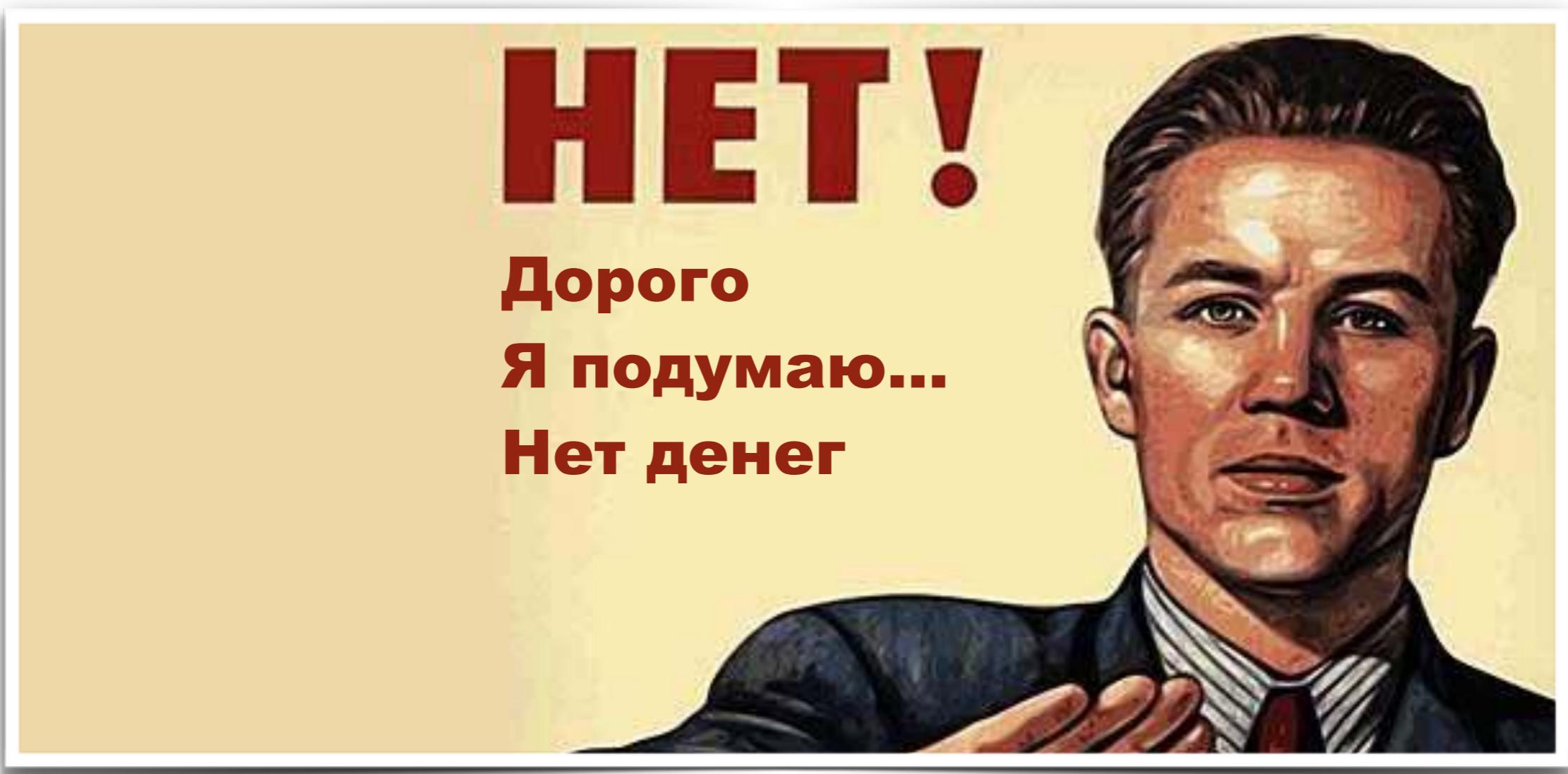


"Работа с возражениями в продажах и переговорах"



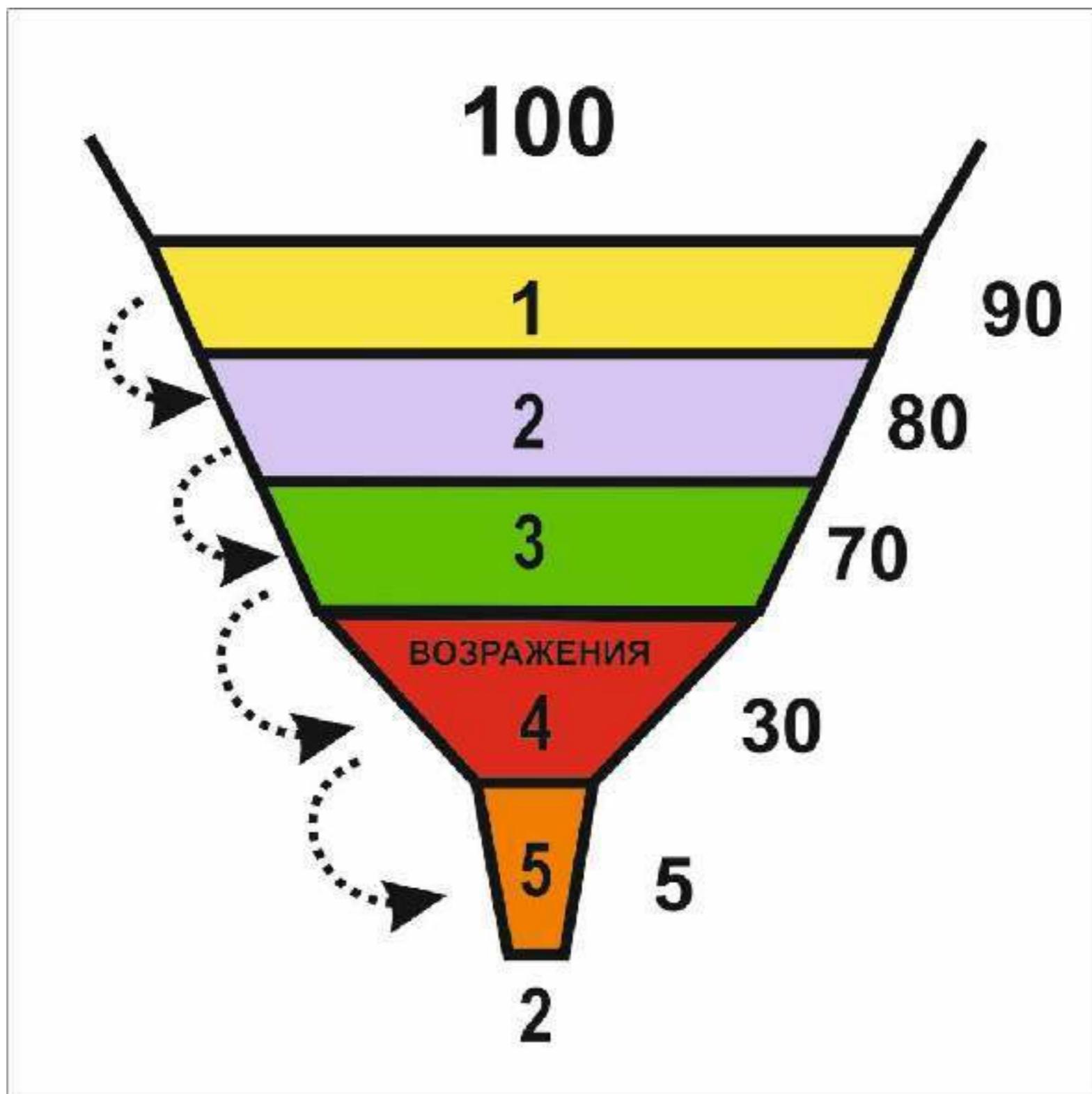


Зачем мы все здесь?

Что самое страшное в продажах?

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





Причины возникновения взражений?

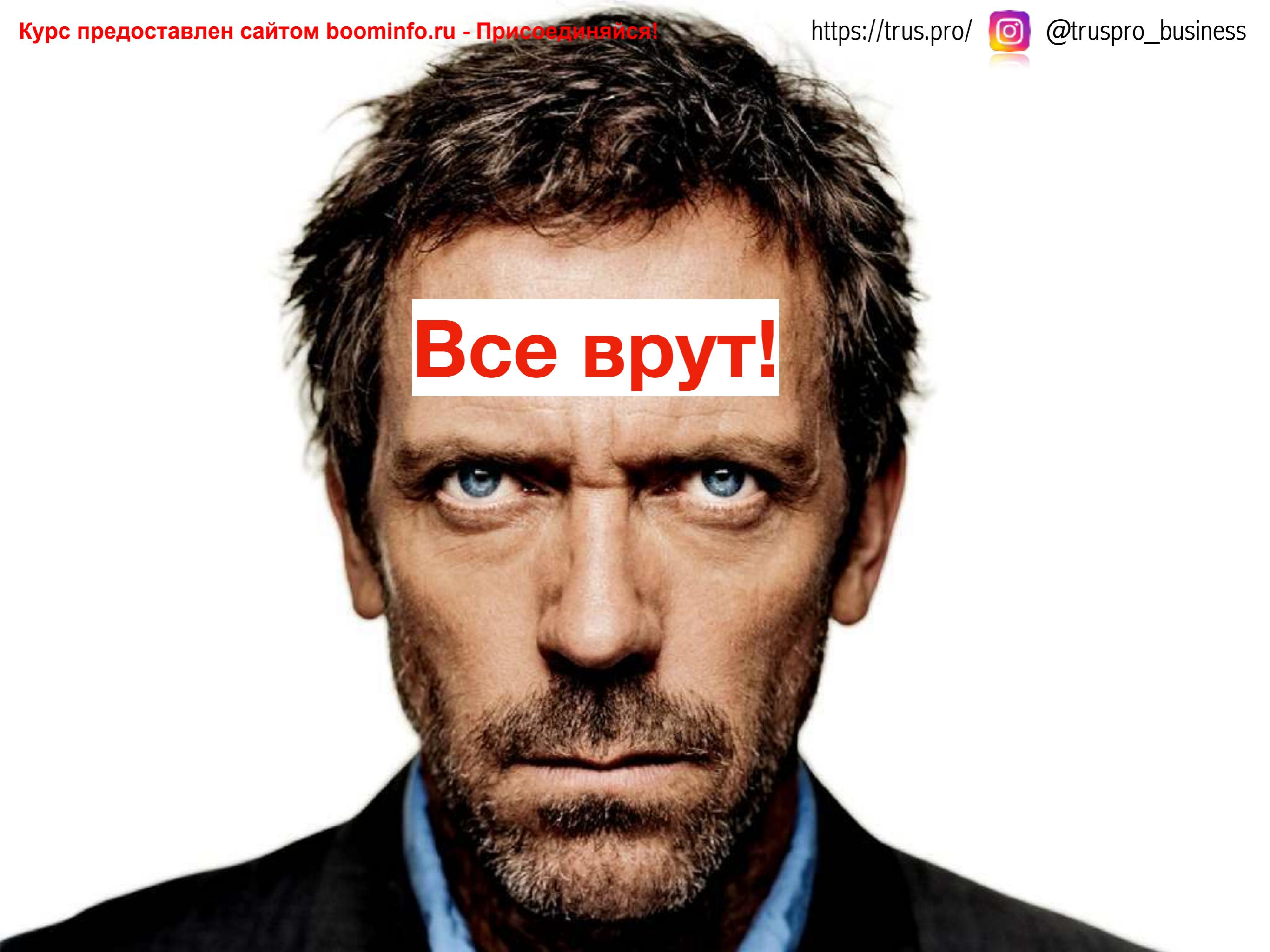
Почему покупают?

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





A close-up portrait of Hugh Laurie as Dr. Gregory House. He has dark brown hair, blue eyes, and a well-groomed, light-colored beard and mustache. He is looking directly at the camera with a serious, intense expression. A white rectangular box is overlaid on the upper portion of his forehead and bridge of his nose, containing the text "Все врут!" in large, bold, red capital letters.

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?

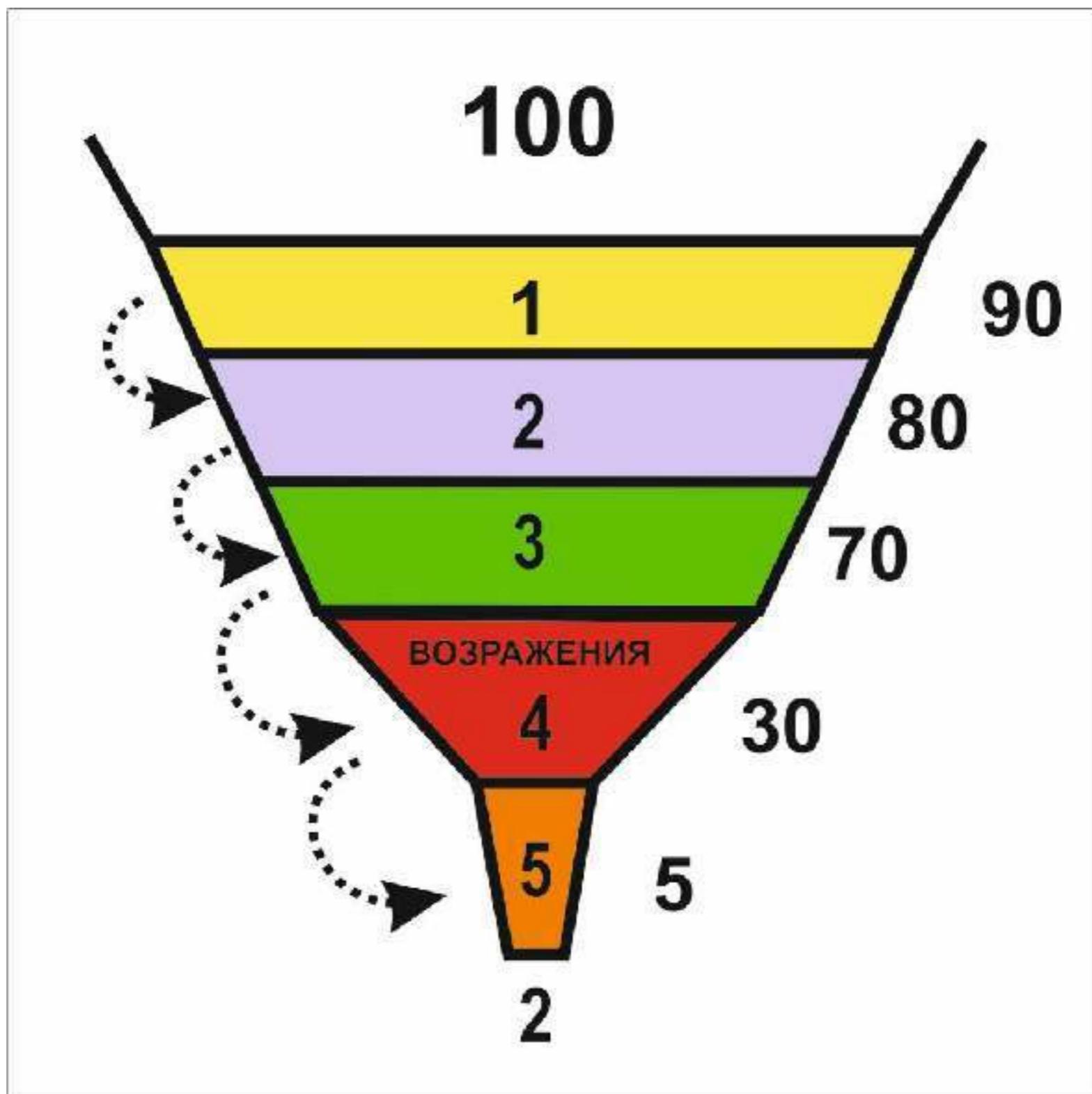
А какая цена была бы комфортной?

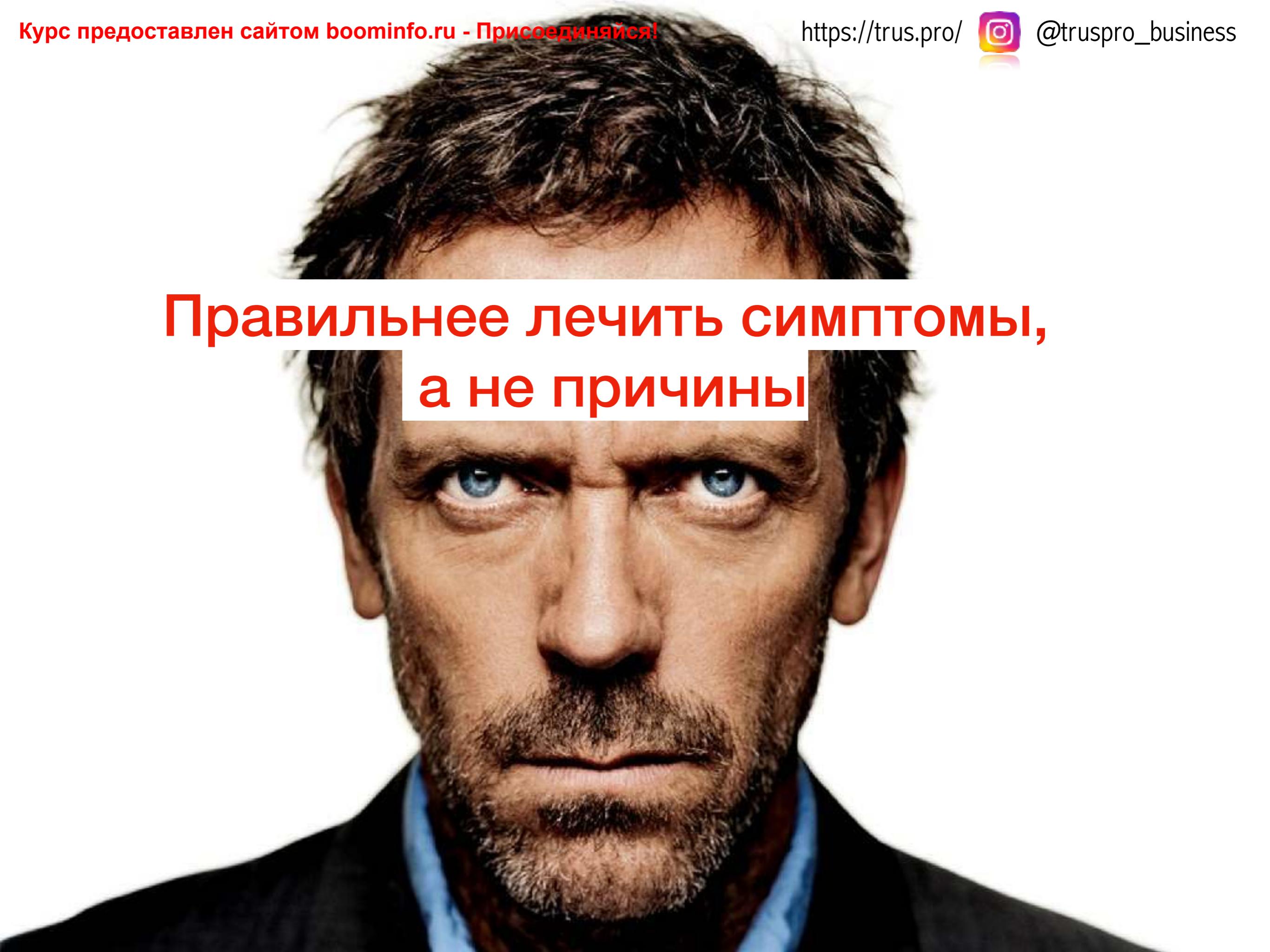
А какой бюджет заложен?

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

