Типичные возражения покупателя

- Возражения по качеству изделий
- Возражения по свойствам изделий или материалов
- Возражения по применению изделий
- Возражения по цене изделия
- Возражения относительно выбора из нескольких ассортиментных позиций



При точном рассмотрении любые возражения можно привести к одному вопросу:

Главный вопрос доктора:



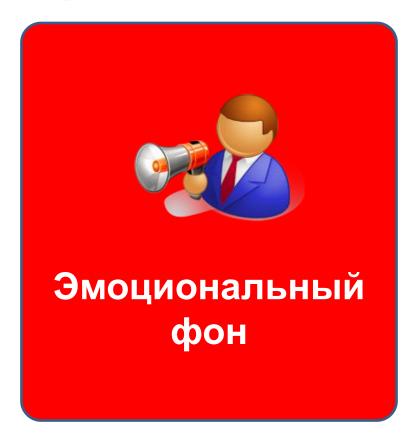
3A 4TO ЛЮДИ ОТДАЮТ СВОИ

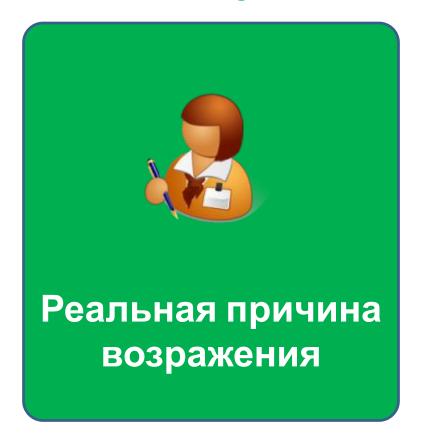
Главный вопрос доктора



Структура возражения

Возражение всегда состоит из двух частей





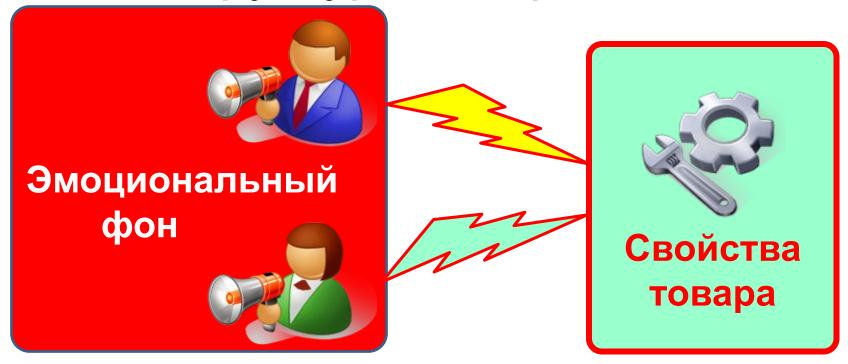
Ошибки в работе со структурой возражения





Прямое реагирование на эмоции покупателя

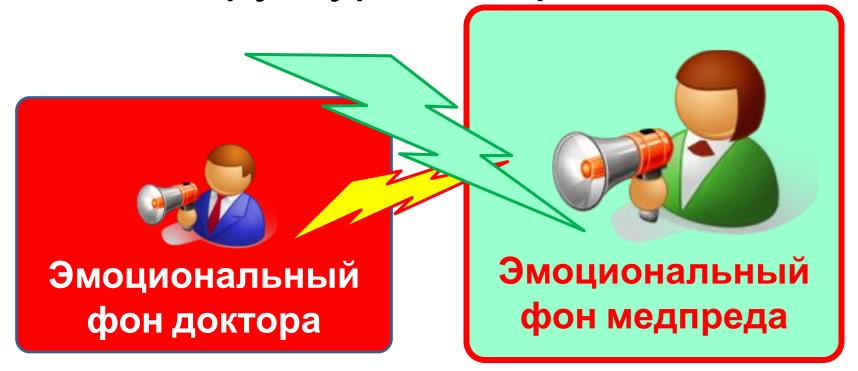
Ошибки в работе со структурой возражения





Подстройка к эмоциям покупателя

Ошибки в работе со структурой возражения

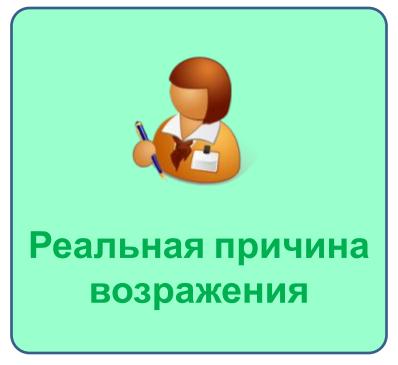




Поучающая позиция продавца в отношении покупателя

Работа со структурой возражения







Обязательное разделение эмоций и реальной ситуации

Работа со структурой возражения





Общение с позиций понимающего консультанта

Наиболее частые «причины» возражений

- Качество изделий
- Свойства изделий или материалов
- Применение изделий
- Цена изделия
- Выбор из нескольких ассортиментных позиций



Качество изделий

Рассказать о качестве отдельных составляющих конструкции изделия, о соответствии конструкции и медицинских показаний.



Важно донести до покупателя сведения об опыте применения изделий, о гарантийных обязательствах производителя и салона (читать инструкции!)

Свойства изделий и материалов

Рассказать о позитивных свойствах изделий, об особенностях материалов, влияющих на потребительские характеристики.



Важно рассказать покупателю об обилии свойств (приём «7+2») и о том, какие свойства изделий будут положительно влиять на лечение и состояние покупателя (применить «язык пользы»)

Применение изделий

Рассказать об особенностях применения изделий: правила надевания, режимы ношения, особенности ухода, увеличение срока службы.



Нужно соотнести привычки покупателя с режимами ношения изделий, обязательно подчеркнуть ЛЁГКОСТЬ И ПРОСТОТУ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ продукта, необходимо показать нужный раздел инструкции по применению изделия

Цена изделий

Рассказать об медицинских особенностях изделий, о влиянии высоких технологий на качество и лечебные эффекты, и на окончательную цену изделия



Делать упор на соответствие медицинских показаний, правильное обслуживание (подбор, инструктаж) Можно субъективно уменьшить цену изделия приемами «100 за одну цену» или «разложения цены»

Выбор из нескольких изделий

Рассказать о потребительских особенностях изделий, о показаниях для конкретной позиции с точки зрения лечебных эффектов при заболевании покупателя



Важно проводить презентацию на более дорогих моделях изделий, ограничить выбор, четко привязать свойства изделий к проблемам покупателя

Полный алгоритм работы с возражениями покупателя

- □ Работа со структурой возражения
- Разделение сути случившегося и эмоционального фона
- Взятие эмоционального фона покупателя под контроль продавца
- Работа с причиной возражения
- Вытаскивание сути случившегося на поверхность
- Разбор случившегося и решение вопроса покупателя
- □ В случае неудачи передача клиента старшему товарищу