

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:



**ЗА ЧТО
ЛЮДИ
ОТДАЮТ
СВОИ
ДЕНЬГИ?**

Главный вопрос доктора



**Что пациент
получает за
СВОИ
ДЕНЬГИ?**

Структура возражения

Возражение всегда состоит из двух частей

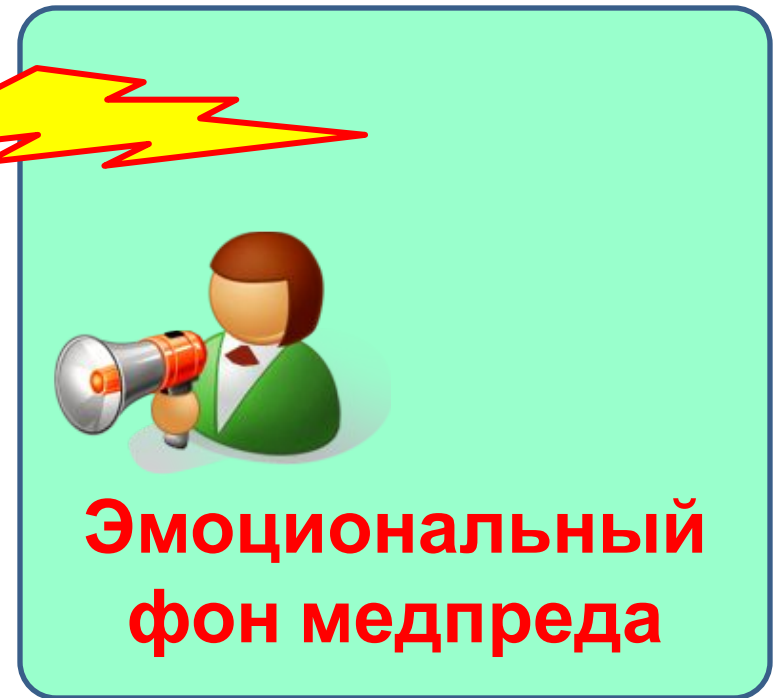
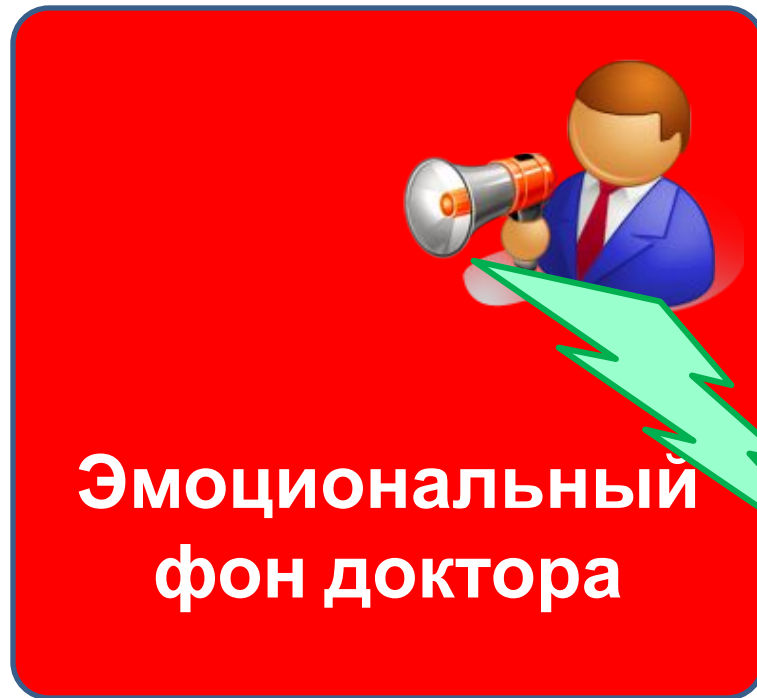


**Эмоциональный
фон**



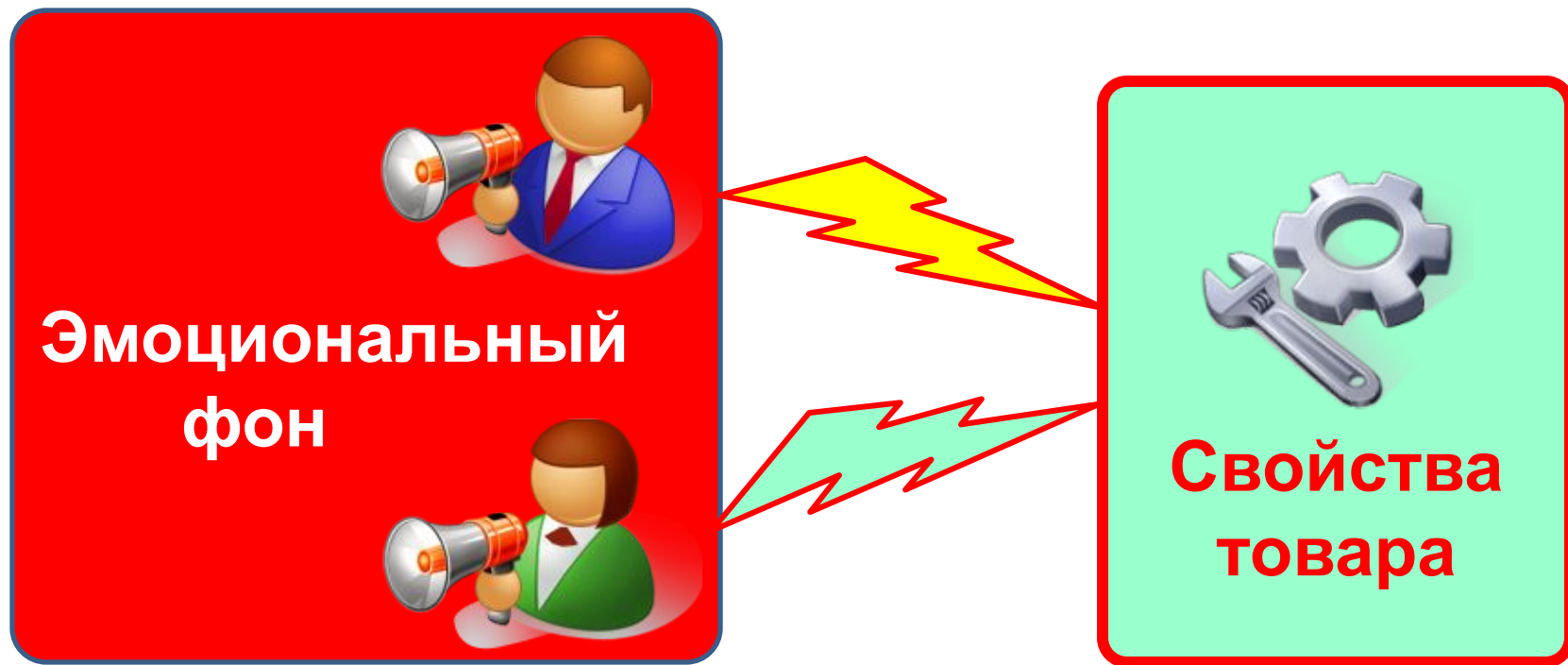
**Реальная причина
возражения**

Ошибки в работе со структурой возражения



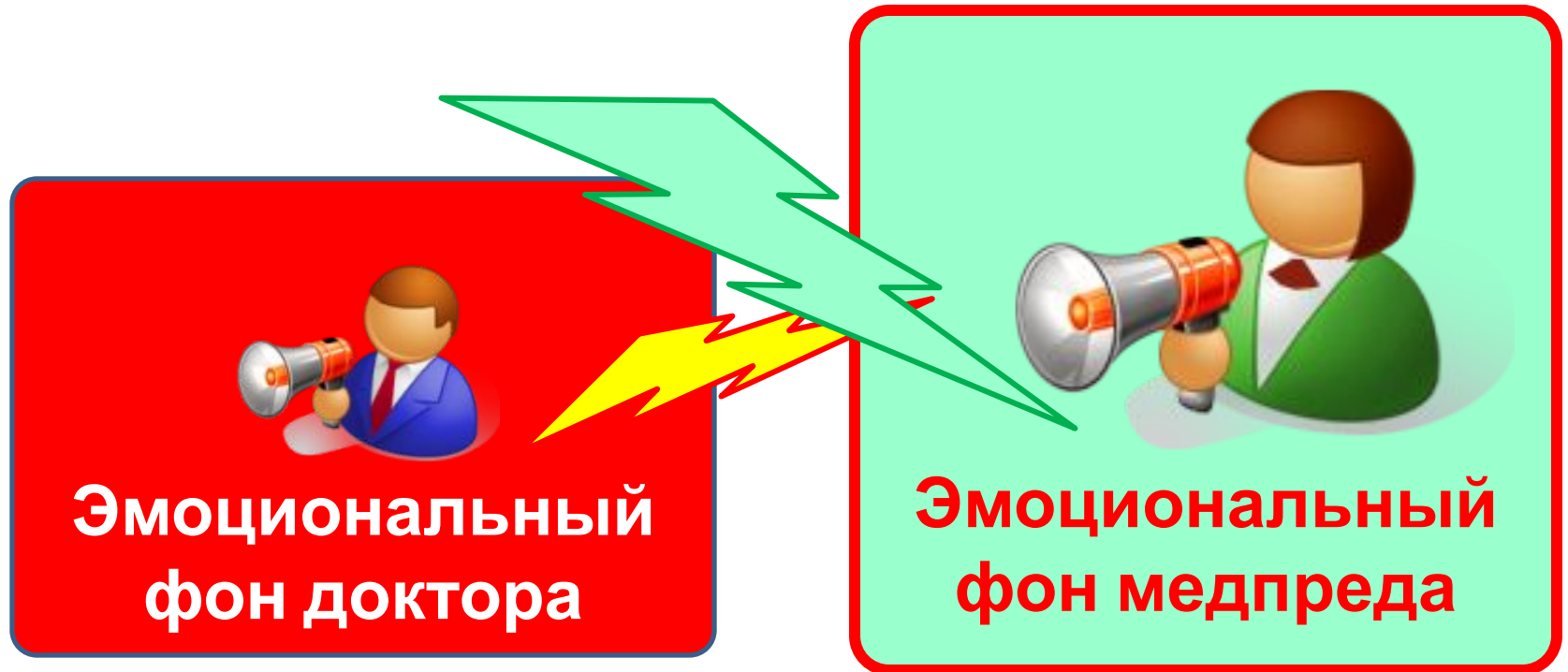
**Прямое реагирование на
эмоции покупателя**

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



**Эмоциональный
фон**



**Реальная причина
возражения**



**Обязательное разделение
эмоций и реальной ситуации**

Работа со структурой возражения



**Эмоциональный
фон доктора**



**Эмоциональный
фон медпреда**



**Общение с позиций
понимающего консультанта**

Наиболее частые «причины» возражений

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



Работа с причиной возражения

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!)

Работа с причиной возражения

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»)

Работа с причиной возражения

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



Работа с причиной возражения

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»**

Работа с причиной возражения

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