A man in a dark blue suit and striped tie is adjusting his jacket buttons. He is wearing a white shirt and a blue and white striped tie. He is also wearing a watch on his left wrist. The background is a modern office with a staircase and glass railings.

РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

ДОГОВОРЕННОСТИ



ПРЕДЛАГАЕМ НА «ТЫ»



ПРОБУЕМ ЗДЕСЬ И СЕЙЧА



ЗАДАВАЙТЕ ВОПРОСВ

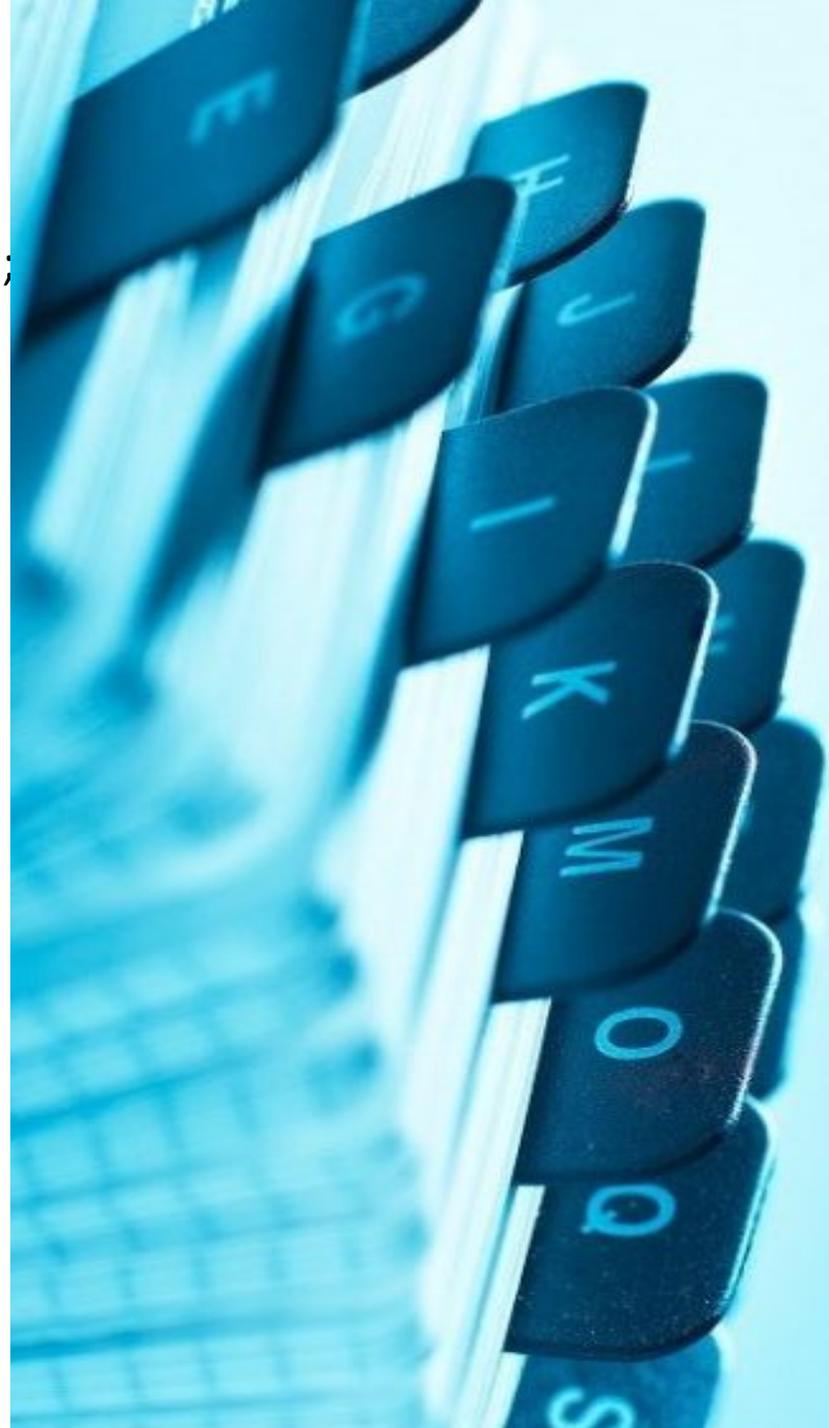


С ЗАБОТОЙ ДРУГ О ДРУГЕ

ПРОГРАММА ВСТРЕЧИ

1. Алгоритм и техники работы с возражениями;
2. Методы работы с возражениями;
3. Сбор самых ярких возражений;
4. Отработка инструментов.

На все у нас 60 минут ;)



**КАК ВЫ ДУМАЕТЕ, ПОЧЕМУ
У КЛИЕНТА ВОЗНИКАЮТ
ВОЗРАЖЕНИЯ?**

**А ЕСЛИ КЛИЕНТ ВООБЩЕ
НЕ ВОЗРАЖАЕТ, ЧТО ЭТО МОЖЕТ
ЗНАЧИТЬ?**



РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ. АЛГОРИТМ ДЕЙСТВИЙ

1	Выслушать	Не перебивать. Дать возможность клиенту высказаться
2	Принять, задать уточняющий вопрос	<i>Условно согласиться</i> <i>Прояснить причину/суть сомнения</i> Задать уточняющие вопросы: «Что Вы имеете в виду?» «Правильно, ли я Вас понимаю...»
3	Ответить по существу	<i>Используя приемы аргументации</i>
4	Убедиться, что ответ принят	<i>Вопрос</i>

ВЫСЛУШАТЬ

A top-down view of a wooden desk. On the left, a silver laptop is open. In the center, a white ceramic mug sits on the desk. To the right of the mug, a black pen lies on a white notebook with handwritten notes. The desk surface is a light-colored wood.

- Возражают не вам.
- Это запрос на дополнительную информацию.
- Не впадайте в состояние спорщика.

ПРИНЯТЬ. УСЛОВНО СОГЛАСИТЬСЯ

Как “принять”

- «Да, понимаю Вас...»
- «Согласен, это действительно существенный момент...»
- «Хорошо, что Вы заговорили об этом...»
- «Да, такой вопрос часто возникает...»

Как “задать уточняющий вопрос”

- «Вопрос цены, всегда важен. С чем сравниваете?»
- «Тут с Вами не поспоришь. Думать нужно всегда в подобных случаях. Скажите, а что вызывает необходимость взять паузу?»
- «Что останавливает принять решение?»
- «Нет “НО” - есть “И”»



Метод №1. СРАВНЕНИЯ

1. МЕТОД СРАВНЕНИЯ

Соотнесите цену с пользой услуги, с возможностями, которые она дает, с иными расходами Клиента...

ПРИМЕР:

«Хотя процентная ставка на X больше, чем в банке, который Вы привели в пример, при этом в данном предложении предоставляются удобные условия по..., значит, Вы получаете дополнительные возможности в....., удовольствие от....., выгоду в....., преимущества в....»

(пример: услуга “А” в банке “красном” стоит 2000 руб., у нас на стоит 2300 руб. Давайте посмотрим, что вы получаете за 300 рублей дополнительно. И продаете выгоду, преимущества услуги за 300 руб).



Метод №2. ДЕЛЕНИЯ

2. МЕТОД ДЕЛЕНИЯ (хорошо работает, когда “дорого”)

«Расшифруйте» цену. Разложите ее на более мелкие составляющие, поделите затраты на купленный продукт на количество лет, в течение которых он будет использоваться. Затем рассчитайте затраты на месяц его эксплуатации. Уменьшите цену или разницу цен при помощи деления.

ПРИМЕР:

«1000 рублей в год. В перерасчете на каждый день этого года это составляет всего лишь 2.5 рубля в день. Именно столько будет стоить Ваше удобство и комфорт, а также безопасность и спокойствие от использования данного пакета услуг».

(сравнить цену с другими объектами “это всего лишь чашка кофе” или “это меньше чем сумма на проезд на автобусе за месяц”)

Метод №3. КАРТИНА БУДУЩЕГО

3. КАРТИНА БУДУЩЕГО (страховые продукты, КК, КН)

Использование данного приема требует четкого определения внутреннего мотива Клиента. Нам следует точно ответить на вопрос: «Зачем Клиенту нужна данная услуга?»

Только в этом случае мы сможем «раскинуть» перед ним «картину счастливого пользования услугой».

ПРИМЕР:

Задайте вопрос вслух: «Давайте вместе посмотрим, что же Вы получите, последовав нашему предложению?»

Не делая паузы, отвечайте на свой вопрос.

«Использование данного пакета услуг позволит Вам в путешествии наслаждаться комфортом. Выгодные тарифы за рубежом позволят Вам и Вашим близким получить от поездки всё, что Вам захочется, и даже немного больше».

«Стопроцентная уверенность, что выход из любой неприятной ситуации, связанной с необходимостью быстрого получения наличных, Вам гарантирован! Стопроцентное спокойствие и комфорт!»

Проверяйте реакцию Клиента:

«Вы со мной согласны?», «Это похоже на то, что Вам нужно?» или «Это не совсем то, что Вы бы хотели?»

Метод №4. По трем причинам

4. По трем причинам

На этапе аргументации использовать фразу “при этом хочу сказать, что данной услугой (продукт) нравится нашим клиентам по 3-м причинам: 1 причина 2 причина ... 3 причина...”

(причины - это преимущества и выгоды, которые дает это продукт (услуга).

ПРИМЕР:

: ИИ, я понимаю, что КК - может показаться дорогим продуктом на первый взгляд, при этом наши клиенты его выбирают по 3-м причинам:

1 причина: у вас есть запасной кошелек на все покупки, что позволит вам приобрести необходимую вещь в любой момент, не занимая денег или ожидая ЗП.

2 причина: вы пользуетесь банковскими деньгами, при этом не платите проценты 110 дней, что дает вам дополнительную выгоду.

3 причина: с КК вы формируете положительную кредитную историю в Банке, что дает вам возможность взять кредит на более выгодных условиях (сумма и %), что позволит вам сэкономить средства и совершать желаемые покупки.

Оформляем?

УПРАЖНЕНИЕ «ОТРАБОТКА ВОЗРАЖЕНИЙ»

Инструкция:

1. Продумаете сейчас 4-и самых частых возражений.
2. Внутри команды вам необходимо подготовить скрипт отработки по 1 возражения, используя методы работы с возражениями.

В результате у вас получится заготовки для работы с клиентами.

Выберите представителя от команды, который озвучит ваш результат.

Время выполнения - 10 минут в 4 мини группах.

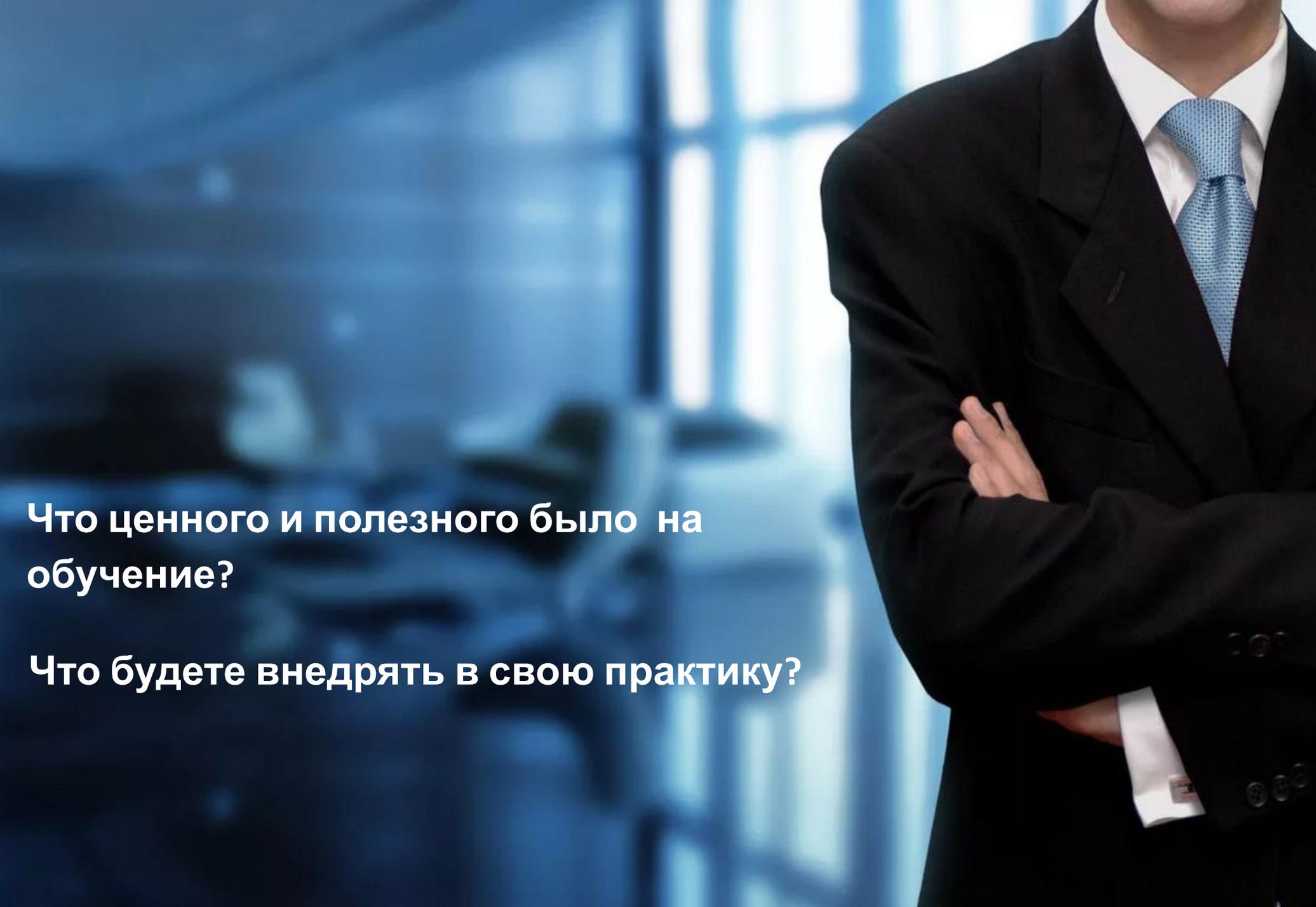




Обязательно использовать алгоритм работы с возражениями

Переходить к следующему вопросу или возражению, только отработав предыдущее





Что ценного и полезного было на обучение?

Что будете внедрять в свою практику?