

ВІДПРАЦЮВАННЯ ЗАПЕРЕЧЕНЬ КЛІЄНТА ПРИ ПРОДАЖІ ТОВАРУ (ПОСЛУГИ)

Колядюк А.А.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Робота з запереченнями - це одна з найскладніших комунікативних навичок, яка вимагає не тільки знання технік і практичних навичок роботи з запереченнями як такими, а й терпіння, ввічливості, спокою, доброзичливості, і, звичайно, знання переваг пропонованих послуг. Важливо розуміти, що клієнту заважає прийняти рішення лише його сумнів, і важливо визначити, в чому саме цей сумнів, розв'язати його і дати більше, ніж клієнт очікує. Не потрібно вважати, що заперечення клієнтів - це погано. Це повідомляє вам, що клієнт вас почув і всі його заперечення допоможуть вам виявити потреби клієнта і зрозуміти його емоції.

Причини заперечень у клієнтів наступні:

- Клієнта продукт / послуга зацікавила, але він не хоче, щоб співробітник зрозумів, що його так легко переконати.
- Клієнт, ймовірно, зацікавлений, але не розуміє, навіщо йому потрібний ваш продукт / послуга.
- Клієнт не зацікавлений, але може зацікавитися, якщо ви поясните більш точно і детально.

Заперечення бувають істинні та хибні. Істинні заперечення - це корінь, реальна причина, перешкода, що заважає клієнтові погодитися на вашу пропозицію. Істинні заперечення - це ті питання, вирішивши які разом з клієнтом, Ви реально прийдете до завершення угоди. При істинному запереченні розмова стає більш конкретною, оператору зрозуміло яку аргументацію застосувати.

Приклади істинних заперечень:

- Мені не потрібно страхування, оскільки у мене вже є страховка.
- Мені не потрібна картка "Універсальна", тому що я не користуюся кредитами.

Хибні заперечення - це відмовки, які клієнт використовує, щоб не підключати продукт або послугу. Це одна з форм завуальованої відмови (немає грошей, немає часу; немає можливості відкласти по 20 грн в місяць; не можу прийти у відділення, багато справ).

Етапи роботи з запереченнями:

- Вислухати заперечення клієнта (зрозуміти, що клієнту могло не сподобатися в нашій пропозиції, виявити мотив клієнта).
- Задати уточнюючі питання при необхідності (виявити корінь заперечення).
- Умовне приєднання (дати зрозуміти клієнтові, що ми його чуємо і розуміємо).
- Опрацювати корінь заперечення (намагаємося допомогти клієнту скласти або змінити вже сформовану думку про продукт або послугу, допомагаємо подолати коливання і сумніви, що заважають йому прийняти остаточне рішення).
- Заклик до дії (викликати прихильність у клієнта, залучити до діалогу, налаштувати клієнта на згоду).

Закликаючи до дії, співробітник підштовхує клієнта до конкретного рішення, яке необхідно прийняти саме зараз. На даному етапі співробітник підводить клієнта до покупки послуги або призначення зустрічі. Цей етап – досягнення Вашої мети - продажу.