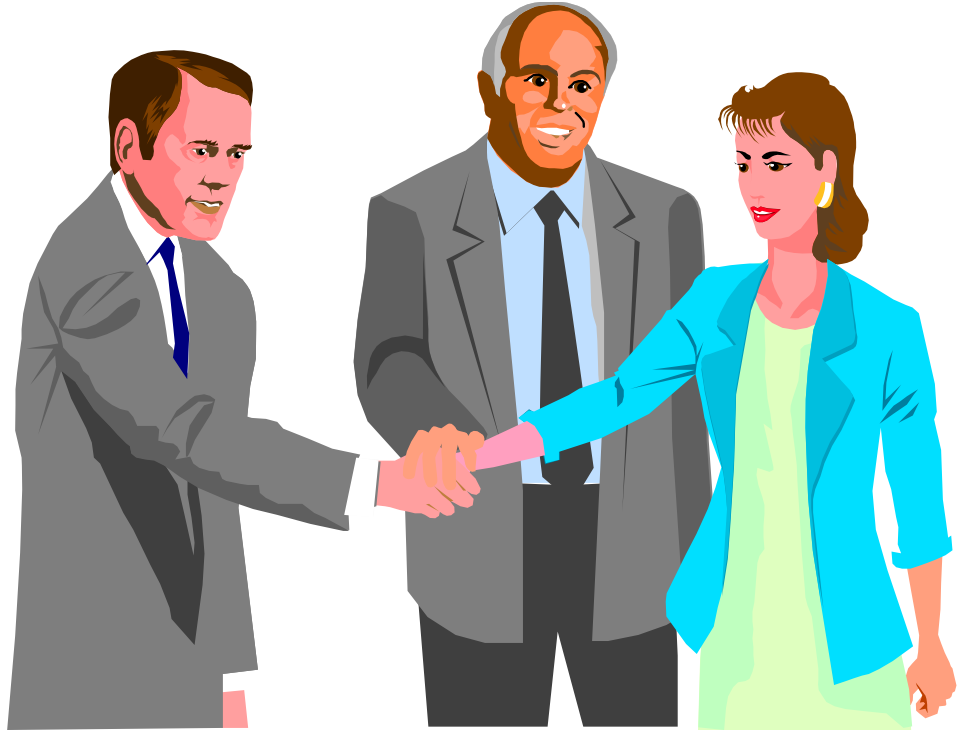


מענה להתנגדות :
" אני צריך לחשוב ... "



מאת : בני ישראלי

אנשי מכירות לא אוהבים את ההתנגדות " אני צריך לחשוב ... ". הם מקבלים אותה כאמיתית ונותנים ללקוח זמן לחשוב . למעשה התנגדות זו באה מהלקוח רק לאחר שנתת את ההצגה וזה הזמן הטוב ביותר לנצל הזדמנות מצוינת זו לסגירת העסקה . אם אתה מרפה בשלב זה וחושב שתסגור מכירה בפגישה מאוחר יותר , דע לך שסיכויי הסגירה מאוחר יותר שואפים לאפס .

זהו רגע האמת :

עכשיו או לעולם לא ! (אלוויס פרסלי -- IT'S NOW OR NEVER)
כך אתה צריך לחשוב ולפעול בהתאם .

לדוגמא , מוכר טלפונים עם מסר השהייה , כשלקוח אומר שהוא רוצה לחשוב ... , משיב לו :

“משה , האם אתה אומר שאתה רוצה לחשוב , כי אתה רוצה לחשוב מה להקליט במסר ההשהייה , או שאתה בעצם אומר שהמחיר גבוה ?

בדרך כלל ההתנגדות האמיתית המסתתרת היא המחיר . כולנו רוצים מחיר טוב יותר . רוב האנשים יענו שהמחיר גבוה והתשובה להתנגדות זו היא :

משה , חוץ מהמחיר , יש משהו אחר שיכול למנוע בעדך להתקדם עם התכנית ?

רוב האנשים יענו בשלילה .

עכשיו שבודדת והגעת לבעיה האמיתית היחידה , טפל במחיר , תן פתרון וסגור את המכירה .

איך להפוך התנגדות של מחיר להזדמנות עסקית ?

הלקוח אומר שהבעיה האמיתית והיחידה היא שהמחיר גבוה ואם תציע מחיר טוב יותר נוכל לסגור עסקה . (בשאלות הבאת אותו לאשר זאת) . רוב אנשי המכירות מטפלים בהתנגדות כזו בהורדת מחיר כדי לסגור עסקה . הבעיה שבדרך זו הלקוח מרוויח ואתה מפסיד . מעבר לכך , ייתכן שתוריד מחיר והלקוח לא יסגור עסקה , כי יחשוב שאם כבר הורדת , אפשר להוריד יותר וחוזר חלילה .

הטכניקה להתגברות על התנגדות המחיר היא כזו שבטווח הארוך מביאה הכנסות גדולות יותר וסגירת עסקות טובות במצב WIN-WIN . חשוב שאם אתה מוריד מחיר , הלקוח ייתן משהו בתמורה כגודל ההורדה . הסבר ללקוח שתוכל לעזור לו , אם הוא יעזור לך . למשל : הוא ישתמש במוצר שלך ואחרי תקופה מסוימת, כאשר יהיה מרוצה ממנו, ייתן לך המלצות והפניות לאנשים שהוא חושב שירצו מידע על המוצר שלך . בכך אתה משיג שני דברים : אתה סוגר עסקה **בו במקום** , כאשר אתה נותן ללקוח מחיר נוח יותר , אם אתה יכול . בנוסף ההמלצות וההפניות שתקבל יכולות להפוך לעסקה . ברגע שהלקוח אומר “כן” , מיד אתה כותב את ההזמנה . כך יש לך עסקה ששני הצדדים מנצחים .

טכניקות אלה יכולות להתאים לכל מוצר .

דוגמאות נוספות לטכניקת בידוד של בעיית המחיר:

האם אתה אומר שאתה צריך לחשוב , כי אתה רוצה לחשוב באיזה אזורים לפרסם , או שאתה אומר זאת , כי המחיר נראה לך גבוה ?

האם אתה אומר זאת כי אתה רוצה לחשוב אם לקחת לתקופה של חצי שנה , או לתקופה של שלושה חודשים , או שאתה חושב שהמחיר גבוה ?

זה עצום לגלות שהטכניקה הזו עובדת ביעילות . אחרי ששאלת שאלה כזו , אתה יודע בדיוק היכן אתה עומד . זיהית את ההתנגדות האמיתית שבדרך כלל היא המחיר . לא נתת ללקוח לדחות אותך עם "שתי ציפורים על העץ - אחר כך", שמשמעותו כמעט תמיד "אף פעם" . עדיף " צפור אחת ביד - עכשיו " וזה מה שהשגת בטכניקה זו : ראית בבעיה את ההזדמנות וסגרת מכירה .

במקרה שהלקוח משיב שהוא רוצה לחשוב אם לקחת חצי שנה או שנה , אז זו התנגדות שודאי תדע לטפל בה ולסגור מכירה .

צריך להיות ברור , שלפני שתוכל להשיב להתנגדות , עליך לשאול ולמצוא את הסיבה להתנגדות -- את ההתנגדות האמיתית . חבל לבזבז אנרגיה על התנגדות סתומה , לא אמיתית , שמסתירה את ההתנגדות האמיתית ו"מנפנפת " אותך .

אינך יכול סתם לתת תגובה כמו :

" על מה אתה רוצה לחשוב ? " , או :

" אני מקור המידע הטוב ביותר בשבילך . מה אתה צריך לדעת ? "

טכניקות כאלה לא יובילו אותך לשום מקום . כולנו מבינים שההתנגדות העיקרית היא כסף . הלקוח לא יגלה לך שזו ההתנגדות האמיתית , אם תשתמש בטכניקות מיושנות כאלה .

שים את ההתנגדות של הכסף "על השולחן", טפל בה כהלכה
בהקדם האפשרי. - כך אתה תסגור הרבה יותר מכירות.

בהצלחה !

בואו נדון בזה בפורום באתר .