

## סילוק התנגדויות מכירה



בני ישראלי

[www.loveyoursuccess.net](http://www.loveyoursuccess.net)

אתה בפגישת מכירה חשובה מול לקוח פוטנציאלי גדול, עסקה גדולה. שאלת את השאלות הנכונות ונתת הצגת מכירה מלהיבה, מצוינת. כסף רב תלוי ועומד בתשובתו של לקוח זה. פעימות לבך מגבירות קצב. **הגיע הזמן לבקש את המכירה. אתה נושם עמוק ומבקש את ההזמנה.**

ברם, הלקוח נעצר ומשיב: "זה לא בתקציב שלי. אני צריך לחשוב על כך. תתקשר אלי בעוד שישה חודשים".

סוף הדרך? לא.

מכירה בעוד שישה חודשים? לא.

**קרוב לודאי שהלקוח מוכן לקנות, רק שהוא מפחד לקבל החלטה עכשיו. אם תעלים את פחדיו, הוא יקנה עכשיו.**

אם כך, מדוע כל כך הרבה אנשי מכירות עוזבים בלי לסגור מכירה? הם לא למדו איך לטפל ולסלק התנגדויות, להיצמד בעקשנות ובהתמדה, עד להשגת המכירה. זה מדהים, איך שומעים כל הזמן אותן התנגדויות ולא יודעים איך לטפל בהן. אין שום סיבה להגיע לא מוכן. אחרי מספר חודשים, אנשי מכירות שמעו את רוב ההתנגדויות, שישמעו פעם אחר פעם, במשך השנים הבאות.

**מהם הצעדים שיש לנקוט כדי להיות מוכן וכיצד יש לטפל בהתנגדויות?**

הסוד טמון ביכולת לשאול את השאלות הנכונות. לא רק שאלות שמגלות את הדרך אלא שאלות שמסלקות את ההתנגדויות ומביאות את הלקוח למחויבות לקנות. הצד ששואל את השאלות הוא זה שבשליטה. להיות בשליטה זה המפתח להשגת המכירה.

אל נא תחשוש מהתנגדויות . באמצעותן הלקוח מביע את צרכיו ואת רצונותיו , למה הוא מתנגד ומה גורם לו לפחד . **הדרך היחידה למכור היא ע"י גילוי ההתנגדויות של הלקוח , לטפל בהן מידית, אחרת הן יחזרו אליך שוב .** אין דרך למכור למישהו בלי להבין את ההתנגדויות האמיתיות .

אם אינך מגלה את ההתנגדות האמיתית , מאוחר יותר , כשהלקוח יאמר : "לא" , אתה לא תדע מה הסיבה לכך . צמצם את ההתנגדויות והעלם אותן עד שלא תישאר אף אחת מהן , ואז אתה בדרך הקלה לסגירת המכירה . אתה צריך לחסל את כל ההתנגדויות , או לצמצם אותן עד שתישאר אחת בלבד ואז להתחיל בהצגת המכירה . אם תעשה זאת , הלקוח לא יוכל להעלות התנגדויות אחרות .

**אם אתה יודע לטפל כהלכה בהתנגדויות , לא תבזבז זמן רב בטיפול בהתנגדויות שווא . אתה צריך להביא למצב של התנגדות אמיתית מדויקת .**

מה מונע בעדך להמשיך ללחוץ ?

אתה לא צריך לנטוש את המכירה כשהלקוח מעלה התנגדויות , או כשהוא נותן איתותי קניה . כשאתה מקבל שפת גוף שלילית , או שאתה צריך לשאול יותר שאלות , או שאין ברירה וצריך לקבוע פגישה במועד חדש .

התנגדויות מופיעות כשאתה מתחיל למכור , או בשלב הסגירה . הן תמרונים שהלקוח יכול לעשות על מנת לדחות את ההחלטה .

הלקוח המתגונן

בדרך כלל כשאתה מתחיל לדבר על החברה שלך , הלקוח נכנס להתגוננות ומתחיל לחשוב על סיבות שהוא לא צריך את המוצר , שירות שלך . לעומת זאת , **אם בתחילת השיחה אתה מדבר על העסק שלו במקום על עסקך , הוא לא יחשוש ויספר לך דברים שלא היה מגלה לך ,** אם היית מתחיל מיד בהצגת המכירה . זכור , אנשים אוהבים לדבר על עצמם .

**אסטרטגיה 1 : ראה את ההתנגדות כשאלה .**

כאיש מכירות , תפקידך לתת ללקוח עובדות , יתרונות ותועלות שבמוצר שאתה מוכר . כשהלקוח מעלה התנגדות , ההנחה שלך צריכה להיות , שהוא לא השמיע התנגדות , אלא ביקש מידע נוסף .

נניח שהלקוח שלך אומר : " המחיר שלך גבוה מדי " . אתה יכול להסיק מכך שהוא שואל : " מדוע מחירך גבוהים משל המתחרים ? " . בהלך מחשבה כזה אתה יכול להסביר מדוע , מבלי להישמע מתגונן . לתת ערך , תועלת שווה לשלם את המחיר .

הלקוח : " התקציב שלי נגמר " .

איש המכירות : " אני מבין שאתה תוהה האם כדאי לך לשנות את התקציב , זאת השאלה , נכון ? "

הלקוח : " אני קונה רק מהמתחרה " .

איש המכירות : " מה שאתה בעצם אומר הוא , האם החברה שלנו תעשה עבורך שרות טוב יותר , נכון ? " .

### אסטרטגיה 2 : הפוך את ההתנגדות לסיבה לקניה .

לא משנה מה אומרת ההתנגדות , אתה יכול להתחיל ולומר : " משה , זו בדיוק הסיבה לקנות " . כשהלקוח מעלה התנגדות , הוא חושף את הסיבה העיקרית לאי קניה . אם איש המכירות יכול להפוך את ההתנגדות לסיבה לקניה , יש לו הזדמנות נהדרת להשיג את המכירה . ( זו בדיוק הנישה שחסרה לך , זו בדיוק האוכלוסייה שחסרה לך , דווקא בגלל שיש לנו קבוצת גיל זו שחסרה לך , זו הסיבה לקנות את השרות שלנו ) .

זה גם מקשה על הלקוח להעלות התנגדות זו שוב , כי היא הפכה עכשיו לסיבת הקניה . הוצאת מההתנגדות את כל הכוח שלה .

הלקוח : " קהל היעד שלך צעיר מדי ( או מבוגר מדי ) .  
איש המכירות : " זו בדיוק הסיבה שאתה צריך לקנות . זו הנישה שחסרה לך . מאחר והם לא הגיעו אליך , לא עשית מאמצים להביאם לעשות עסקים אתך " .

### אסטרטגיה 3 : גלה את ההתנגדות האמיתית .

אם אתה מרגיש שללקוח יש סיבה כלשהי לאי קניה והוא לא אומר אותה , שאל אותו מהי הסיבה .

איש המכירות : " מה הסיבה שאתה לא קונה ? "

הלקוח : ( מציין את ההתנגדות )

איש המכירות : " האם זו הסיבה היחידה " .

הלקוח : " כן " .

איש המכירות : " אם לא הייתה הסיבה הזו היית קונה , נכון ? "

הלקוח : " כן " .

חשוב להביא את הלקוח שיומר " כן " לשאלה האחרונה , כי היא מביעה התחייבות לקנות . אם הלקוח לא ענה כן , אלא ענה לא , שאל אותו כדלהלן :

איש המכירות : " אם כך חייבת להיות סיבה אחרת , מה הסיבה ? " .

הלקוח : " אין לי תקציב " .

איש המכירות : " אם היה לך תקציב , היית קונה מאיתנו , נכון ? " .

הלקוח : " לא " .

איש המכירות : " חייבת להיות סיבה אחרת , מהי ? " .

הלקוח : " אין סיבה אחרת " .

איש המכירות : " ובכן , אתה אומר שאינך קונה כי אין לך תקציב , מצד שני , גם אם היה לך תקציב , לא היית קונה , חייבת להיות סיבה אחרת , אלמלא כן היית קונה , מהי הסיבה ? " .

הלקוח : " אני חייב לקבל את אישורו של בעל הבית " .

שים לב , אם היית מטפל ב" התנגדות התקציב " , לא היית מגיע לאף מקום , כי הוא לא מקבל ההחלטות . רק ע"י צמצום התנגדויות עד להתנגדות יחידה , ואז לבקש מהלקוח התחייבות לקנות , אתה יכול להעלות על פני השטח את הבעיה האמיתית . אחרת מבזבזים זמן , ולא מבינים מדוע לא מכרנו לו .

#### אסטרטגיה 4 : סלק את ההתנגדויות בשאלות .

אם תנסה אחרי הצגת המכירה להתגבר על התנגדות בויכוחים , יתכן שתנצח בויכוח , אך תפסיד את המכירה . אתה לא מתגבר על התנגדות , אלא אתה מסלק התנגדויות בתחילת ההצגה . הנה דוגמא ממכירות של מועדון בריאות .

1. התנגדות : " אין לי זמן " .

תשובה שתחסל זאת מהתחלה :

" יש לך 30 דקות , שלוש פעמים בשבוע , על מנת שתיראה טוב במפגש של בוגרי התיכון ? "

2. התנגדות " אני גר רחוק מדי " שאלה שתסלק זאת מההתחלה :

"בחרת במועדון זה , כי אתה גר קרוב לכאן, או שזה קרוב למקום עבודתך?"

3. התנגדות : " אני אחשוב על כך " .

שאלה שתסלק זאת מההתחלה .  
" אם ימצאו חן בעיניך הרעיונות שאציג , תוכל לקבל החלטה היום ?".

### אסטרטגיה 5 : הסכם עם הלקוח על משהו.

מצא נקודת הסכמה עם הלקוח לפני שאתה מתחיל לענות להתנגדותו . זו הדרך הטובה ביותר לרפד תשובתך ולהגישה בצורה שלא תעורר התנגדות . הלקוח לא יתנגד בעוצמה , כשידע שאתה מבין את הבעיה שלו . אתה לא מתווכח או מזלזל בהערה שלו , אלא רק מוסיף מידע תוך שמירה לא לפגוע באגו שלו .

הלקוח : " המחיר שלך גבוה מדי " .

איש המכירות : " אני מבין איך אתה מרגיש , גם אני הרגשתי כך בעבר , אבל אם נסתכל היטב ... "

### אסטרטגיה 6 : להודות שההתנגדות נכונה .

אינך מוכר משהו שהוא מושלם בכל המובנים , וכאשר הלקוח מעלה התנגדות למגבלה אמיתית , עדיף להודות שהוא צודק . עשית זאת , המשך בהצגה והתמקד ביתרונות של המוצר . אם תנסה לשכנע את הלקוח שהדבר נכון , כשלמעשה אין זה נכון , קרוב לוודאי שתפסיד את המכירה . לקוחות קונים , לא בגלל שאתה עונה להתנגדויות שלהם , אלא משום שהם רוצים זאת .

הלקוח : " האיש שדיבר אתי ממשרדך היה גס רוח " .

איש המכירות : " אני מאוד מצטער על כך . מעתה אני אטפל בחשבונך . לא תהיה לך בעיה כזו יותר " .

לקוחות מעלים בעיות שהיו בעבר כי הם זקוקים לאמפטיה והבנה . לכן הודה שקרתה טעות והמשך מכירה .

### אסטרטגיה 7 : הזם את ההתנגדות .

אם ברור לך שההתנגדות אינה דבר אמת, אתה יכול לחייך ולומר: "כמובן אינני מאמין" או: "אתה וודאי לא מתכוון לכך". אל תיתן ללקוח לעשות ממך צחוק.

הלקוח: "חברה אחרת נותנת לי 50% הנחה".

איש המכירות: "כמובן, אינך מתכוון לכך".  
אסטרטגיה 8: תן ללקוח לענות בעצמו על התנגדותו

אם הלקוח לא יכול לענות לשאלה שלך, אזי הוא הפריך אותה בעצמו. הלקוח ילך סחור סחור ולבסוף יודה שההתנגדות שלו אינה חשובה באמת.

כך אחד משני דברים יקרו: הלקוח לא יכול לתת תשובה מספקת, לכן הוא מפריך את התנגדותו בעצמו. או שהוא נותן תשובה מצוינת, שנותנת בצורה מאוד ספציפית סיבה אמיתית שאפשר לטפל בה. במילים אחרות, זה מביא אותך לדרך הנכונה לסגירה.

אסטרטגיה 9: חזור על התנגדות הלקוח במילים שלך לפני מתן תשובתך.

חזרה על ההתנגדות משרתת שלוש מטרות:

1. היא נותנת ללקוח להבין שאתה מקשיב לו.
2. זה עוזר למנוע אי הבנות ומבטיח מענה לשאלה האמיתית.
3. זה נותן לך זמן לחשוב איך ומה לענות.

הלקוח: "אני לא קונה ללא הנחה".

איש המכירות: "אני מבין שאתה רוצה הנחה, אך אתה מבין שהורדת המחיר תביא לירידה באיכות של המוצר שלנו..."

לעיתים כאשר ההתנגדות היא טיפשית, שערורייתית וחוזרת על עצמה, הלקוח יודה שהיא לא אמיתית או לא חשובה. כמו כן, זה יכול להעלות את הדאגה האמיתית שלו.

אסטרטגיה 10: פנצ'ר את ההתנגדויות על ידי כך שתעלה אותן בעצמך.

לדוגמא ברדיו אתה יודע שמשיגים מעט תגובות, לכן אתה אומר ללקוח:

" אתה רוצה לקבל שמונה אנשים שקונים בחנותך או מאה שלא קונים ? "

אין סיבה להיות לא מוכן . אם אתה מוכר לפחות שלושה חודשים , שמעת כבר 99% מכל ההתנגדויות בענף שלך .

הלקוח יודע איך להיפטר ממך בתשובותיו , לכן עליך לדעת איך לטפל בכל התנגדות .

זה הגיוני , לצפות מראש את ההתנגדויות ששומעים פעם אחר פעם , לא להיבהל מהן , ולהיות מוכנים עם תשובה להן . אם תעשה כך תגדל האפקטיביות שלך ואתה תמכור יותר .