



Obchodnické
Impulzy



Námitka ?



KLADIVO NA NÁMITKY

praktická příručka pro zvládnání nejčastějších nepříjemných vět klienta

autoři Peter Urbanec, Martin Padalík

Jak jsou námítky klienta vnímány?

Bohužel jako negativní signály.



Postoj obchodníka:

Strach, obavy, negativní představy, "klient MNE odmítá."



Když klient říká:

Nemám čas. Nemám peníze. Nemám zájem.

My už výrobek/službu máme, jsme spokojeni.

Nechci, mám špatné zkušenosti. O tom nerozhduji já...

**...dává nám tímto klient najevo,
že nikdy nic od nás nekoupí?**

NE!

**Klient s námi pouze pokračuje v dialogu,
dokonce nám "nahrává".**

Jak se tomu postavit?



6 nejčastějších námitek

1. Nemám čas.
2. Nemám peníze.
3. Nemám zájem.
4. My už výrobek / službu máme, jsme spokojeni.
5. Nechci, mám špatné zkušenosti.
6. O tom nerozhodují já.



Na každou z těchto námitek můžeme reagovat 4 nejčastějšími způsoby:

- B**umerang = námitku vrátíme klientovi jako náš argument.
- A**lytická = rozebereme situaci, hledáme příčiny a další informace.
- S**ebevědomá = odpovídáme hrdě a s plnou skromností.
- C**ouvačka = spíše defenzivní (obránná) až pasivní odpověď.

1. “Nemám čas.”

Možná reakce obchodníka:

- B:** “Právě proto, že čas je drahý, tak mi dejte pouze krátkých 10 minut – během tohoto setkání si řekneme vše podstatné. Kdy tento týden můžete? ...”
- A:** “...”z Vaší strany to bude investice jen 10 minut, abyste přesně poznal, co konkrétně Vám ta služba (produkt) přinese a v čem konkrétně se Vám vyplatí. Kdy tento týden můžete?..”
- S:** “Dobře, domluvme se, že mi dáte maximálně 10 minut, a pokud Vás během této doby nezaujmu, můžete mne vyhodit hned po první minutě. Kdy tento týden tedy můžete?”
- C:** “Chápu, kdy bude tedy vhodnější čas?” (Zavolat, sejít se....)



2. “Je to drahé, nemám peníze.”

Možná reakce obchodníka:

B: “Právě proto se pojďme sejít, abychom si ukázali, jak Vám tento produkt (služba) peníze ušetří. Kdy tento týden můžete?..”

A1 (telefon): To je dobře, že mluvíte o finančních, samozřejmě je důležité investovat rozvážlivě. Na naší schůzce se přesně podíváme, co Vám výrobek (služba) přinese, co tím můžete získat. Kdy tento týden můžete?..”

A2 (na schůzce): “Zajímalo by Vás, jaké záruky získáte, pokud tento produkt koupíte? Co vše je součástí ceny, jak je možné tuhle cenu rozložit do delšího období?”

S1: “Opravdu, to myslíte vážně? V porovnání s ČÍM se Vám to zdá drahé?”

S2: ..mlčení...(napijte se vody :-))



C1: “Zajímalo by Vás, za jakých podmínek se můžeme dostat k nižší ceně?” (Pak navrhneme možnosti slev množstevních, nebo při snížení kvality, nebo pro případ spolupráce.)

C2: “Aha. A jaký na to máte budget?”

3. “Nemám zájem”

Možná reakce obchodníka:

B: “Právě proto se pojďme sejit, abyste se mohl zodpovědně rozhodnout, zda se Vám to vyplatí nebo ne. Kdy tento týden můžete?”

S: “To je nedorozumění, neprodáváme. Chci se s Vámi jen pobavit o možné spolupráci. Kdy tento týden můžete?”

A: “Nerozumím, o co konkrétně nemáte zájem?”

C: “A v jakém případě byste zájem měl? Co konkrétně byste rád v té službě (produktu) našel, aby Vás to oslovilo?”



4. “My už dodavatele (partnera) máme.”

Možná reakce obchodníka:

- B:** “To je dobře (to jsem rád-a), alespoň se můžeme bavit konkrétně! Kdy se tento týden můžeme sejít?”
- A:** “Chápu. Jak jste s ním spokojeni? Stalo se v minulosti – ruku na srdce – případně něco, kdy jste nebyli úplně na 100% spokojeni? [Jaké má Váš dodavatel někdy rezervy?]”
- S:** “Rozumím, naši klienti měli v minulosti také svého dodavatele, než nás poznali. Kdy se tento týden můžeme sejít?”
- C:** “Aha, kdy bude vhodnější doba se pobavit o možné spolupráci? [Kdy budete vypisovat nové výběrové řízení?] Dobře, zavolám za půl roku, abychom zůstali v kontaktu, kdyby se něco změnilo...”



5. “Nechci, mám špatné zkušenosti.”

Možná reakce obchodníka:

- B:** “Právě proto Vám volám, abychom se mohli sejít a všechny Vaše požadavky probrat. Kdy tento týden můžete?”
- A:** “Co tím myslíte konkrétně? Co by Vás přesvědčilo? (Co by Vám pomohlo ten obrázek o nás si změnit?)”
- S:** “Aha, v tom případě Vám rád předám dobrou zkušenost. Rád se s Vámi podělím o dobré zkušenosti našich věrných zákazníků. Kdy tento týden můžete?..”
- C:** “To mne mrzí. Když mi ale dáte šanci, rád Vám ukážu, že jsme se jako společnost již posunuli.”



6. "O tom nerozhoduji já."

Možná reakce obchodníka:

- A:** "Aha, Vy nejste tedy zodpovědný za...? Kdo u Vás ve firmě o tom rozhoduje? Dejte mi, prosím, na něj kontakt..."
- S:** "Víte co? Pojdme se sejit a na tu naši schůzku přivěte i osobu, která za to zodpovídá, abychom vše vyřešili společně. Nebo jak to vidíte, měl bych se sejit pouze přímo s ním?"
- B:** "Právě proto k Vám volám, abychom si tyto věci vyjasnili, jak to tedy máte ve firmě nastaveno."
- C:** "Aha, děkuji. Zavolám tedy odpovědné osobě. Dejte mi, prosím, na něj kontakt..."



Závěrem:

1. Těšte se na námitky klienta

- dává Vám tím šanci ho přesvědčit
- umíte na ně reagovat, znáte na ně dopředu přeci odpověď!

2. Všechny argumenty se naučte tak, abyste je mohli **použít** “2x2” (automaticky, plynule, bez přemýšlení či zakoktání).

3. Zvláště při telefonování vždy zodpovězte zákazníkovi jeho i nevyřčenou otázku: “Co z toho budu mít? Proč bych do toho měl jít, proč se scházet? **K čemu mi to bude?**”

4. Pokud jste klientovou námitkou zaskočeni, a nevzpomenete si ani na B, A, S, ani C - získejte čas (i další informace) tím, že použijete univerzální protiotázku: “**Jak to myslíte?**” (“Co tím myslíte konkrétně?”)



Hodně radosti s námitkami klientů,
Přeje tým Impulzů