



세일즈 효과성: 반대 극복 가이드

eBook

세일즈 효과성: 반대 극복 가이드

어느 판매 상황에서나 판매자는 구매자가 구매결정을 내리기 전에 구매자의 장애물들을 극복할 필요가 있을 것이다. 종종 우리가 구매자의 반대의사를 다루는 방법은 구매자를 지루하게 만든다. 구매자의 반대의사를 효과적으로 해결하는 것은 주의 깊고 민감하게 경청하고, 구매자의 관심에 긍정적이고 사실적인 반응을 보이는 프로세스이다.

구매자의 반대의사는 항상 합리적이지는 않다. 구매자의 반대의사는 자주 전적으로 감정적이다. 만일 고객과의 장기적인 거래관계를 유지하고 싶다면, 고객의 감정적인 니즈와 구매를 가로막는 장애요인들에 대응해야 한다.



1 반대의사를 경청한다는 것은 쉽지 않은 일일 수 있다. 대부분의 영업인들은 일련의 동일한 반대의사에 직면하게 되고, 우리는 그 이야기를 항상 듣는 경향이 있다. 우리는 일반적으로 구매자가 말하려고 하는 것을 알고 있다고 생각하고, 우리는 자주 우리가 어떻게 반응할 것이라는 것을 자주 알고 있다. 당신은 공통적인 장애물들을 알고 있기 때문에 중간에 듣고 답변을 할 수도 있다. 대신, 세일즈 프로세스를 서두르지 않도록 이 시간을 활용하고, 구매자에 대한 이해증진을 위해 잘 경청하며, 구매자의 입장에서 장애물을 바라보려 노력하라.

2 고객이 반대의사를 보이면 당신은 네 가지 방법으로 그것을 인지할 수 있다.

- 고객이 말하는 것
- 당신이 듣는 것
- 당신이 해석하는 것
- 고객이 실제로 의도하는 것

고객의 관심사에 응답하기 전에 당신과 고객 모두 그 관심사가 진정 무엇인지 명백히 이해하는 것은 정말 중요하다. 고객의 반대의사를 해석하려 하지 마라. 왜냐하면 그 해석이 정확하지 못하면 당신의 답변은 핵심에서 벗어날 수 있기 때문이다.

3 쿠션은 당신이 고객의 말을 들었고, 고객의 반대의사를 들었으며, 그 반대의사의 중요성을 인식했다는 사실을 인정하는 진술이다. 구매자가 반대의사를 진술할 때, 당신의 첫 번째 행동은 쿠션이어야 한다. 쿠션은 동의도, 비 동의도 하지 않고, 반대의사에 답변도 하지 않는다.

쿠션의 예:

반대의사: 귀사의 제품은 내가 기대한 것 보다 상당히 비쌉니다.

쿠션: 먼저, 그 상품에 관심을 가져주셔서 감사합니다.

반대의사: 나는 현재 공급업자에 만족합니다.

쿠션: 고객님의 현재 공급업자가 만족스럽다는 것을 저도 확신합니다.

반대의사: 현재 저의 직원들은 그들이 사용하고 있는 프로세스에 만족하고 있습니다.

쿠션: 틀림없이 고객님의 그 직원 분들이 지속적 으로만족해하길원하합니다.

반대의사: 지금 우리는 바꿀 준비가 되어 있지 않다고 생각해요.

쿠션: 저는 고객님의 제 때에 올바른 결정을 하시길 원하신다는 것을 알고 있습니다.

4 당신의 반응은 구매자와 관계, 관련된 관심사, 그리고 구매관점과 같은 많은 요인들에 의해 결정된다. 그러나 반대의사에 반응하는 가장 좋은 방법중의 하나는 증거이다. 증거는 의심을 타파한다. (Evidence DEFEATS doubts)

D	Demonstration	(시범)
E	Example	(예)
F	Fact	(사실)
E	Exhibit	(전시)
A	Analogy	(비유)
T	Testimonial	(증언)
S	Statistics	(통계)

5 당신은 구매자의 반대의사를 해결하는 멋진 일을 수행하였다고 생각할 수도 있다. 그러나, 중요한 것은 구매자가 느끼는 것이다. 앞으로 나아가기 전에, 구매자가 구매약속을 할 준비가 되어 있는지 여부를 평가할 시간을 가져보자.

예):

“그리스료가 더 괜찮으신지요?”

“어떠신지요? (어떻게 생각하시는지요)?”

“고객님의 관심사를 다루고 있습니까?”