



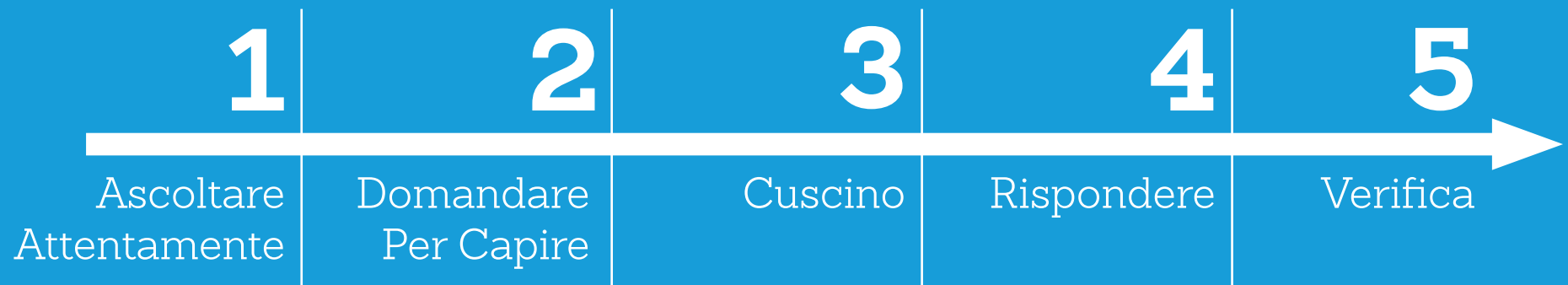
Vendere: Come Superare Le Obiezioni Dei Clienti

eBook

Vendere: Come Superare Le Obiezioni Dei

Per avvicinarsi più velocemente alla chiusura della vendita e fare sì che la decisione di acquisto sia presa è fondamentale superare qualsiasi ostacolo ed obiezione. I venditori commettono molto spesso l'errore di "avere fretta" e di gestire le obiezioni quando il cliente non presta la giusta attenzione, non riuscendo così a centrare il punto. Risolvere le obiezioni è un processo che richiede un ascolto attento e attivo nonché risposte concrete ai dubbi e alle problematiche sollevate dal cliente.

È fondamentale comprendere che le obiezioni dei clienti non sono sempre razionali. Le obiezioni sono spesso di natura totalmente emotiva. Per costruire relazioni proficue e durature e garantire il repeat business, i venditori devono saper rispondere ai bisogni di natura emotiva dei clienti e rimuovere ogni ostacolo all'acquisto.



1 Prestare ascolto alle obiezioni dei nostri clienti può essere veramente sfidante. La maggior parte dei venditori si trova infatti a dover sentire e risolvere le stesse obiezioni ad ogni appuntamento. Molto spesso i venditori sanno già cosa il cliente sta per dire ed hanno già la risposta pronta. Tuttavia, a causa della familiarità con le obiezioni più comuni, tendono a distrarsi, ad ascoltare a metà, saltando troppo spesso alla conclusione e rispondendo in modo poco pertinente. Al contrario, per superare le obiezioni è necessario rallentare il processo di vendita, ascoltare attivamente e mettersi nei panni del cliente per cogliere il suo punto di vista.

2 L'obiezione del cliente può essere recepita da quattro diversi punti di vista:

- Ciò che dice
- Ciò che sentiamo
- Come interpretiamo le sue parole
- Ciò che il cliente intende realmente

Prima di rispondere alle preoccupazioni e risolvere l'obiezione del cliente, è essenziale che il venditore abbia ben chiari tutti i dubbi e le problematiche sollevate. Attenetevi ai fatti e non cercate di interpretare l'obiezione perché un'interpretazione scorretta può portarvi fuori strada e determinare una risposta non pertinente.

3 Un Cuscino è un'affermazione che dimostra che abbiamo ascoltato il nostro potenziale cliente, abbiamo colto la sua obiezione e ne abbiamo riconosciuto l'importanza. Quando il cliente esprime un'obiezione, il venditore dovrebbe utilizzare un Cuscino per attenuarla. Un Cuscino non è un modo per esprimere accordo o disaccordo né una risposta all'obiezione.

Esempi di Cuscino:

Obiezione: Il suo prezzo è considerevolmente più elevato di quanto mi aspettassi.

Cuscino: Apprezzo la sua attenzione all'aspetto economico di questo investimento.

Obiezione: Sono soddisfatto del mio fornitore attuale.

Cuscino: Sono certo che il suo attuale fornitore sia soddisfacente.

Obiezione: I miei collaboratori sono soddisfatti delle procedure attualmente in uso.

Cuscino: Certamente lei desidera che i suoi collaboratori continuino ad essere soddisfatti.

Obiezione: Non credo che in questo momento siamo pronti ad affrontare un cambiamento.

Cuscino: So che saprà prendere la decisione giusta al momento giusto.

4 La risposta include un numero di fattori molto ampio, tra i quali la vostra relazione con il cliente, gli interessi di ciascuno e la prospettiva di acquisto. Tuttavia, il modo migliore per rispondere e superare un'obiezione, resta quello di fornire delle prove concrete: le prove sconfiggono i dubbi.

D	Dimostrazioni
E	Esempi
F	Fatti
E	Esibizione/Prova
A	Analogie
T	Testimonianze
S	Statistiche

5 Possiamo anche pensare di aver fatto un lavoro eccellente nel risolvere le obiezioni del cliente. In realtà, la cosa più importante è la percezione del cliente stesso. Prima di procedere, prendetevi un momento per valutare se il cliente è pronto oppure no a passare alla fase successiva della trattativa ed a prendere un impegno.

Esempi:

Questo l'ha rassicurata rispetto alle prospettive di costo?

Cosa ne pensa?

Questo discorso chiarisce le sue preoccupazioni?