

GESTIÓN DE LAS OBJECIONES



WWW.YOLANDAROSADO.COM



GESTIÓN DE OBJECIONES

Cuando tienes un negocio, las ventas son imprescindibles , hacer prospección, reunirte con clientes son tareas necesarias e importantes.

Conseguir una reunión en la agenda de tu cliente , las preguntas que tenemos que hacer para tener resultados y agendar, cómo gestionar las objeciones que el cliente nos plantea, son situaciones que nos afectan y traen miedos que nos bloquean y no nos permiten avanzar.

Independientemente del momento, de las necesidades percibidas, de los problemas del precio , los clientes siempre pueden encontrar un motivo para rechazar la oferta.

¿Qué es lo bueno? Los vendedores que logran defender su producto y gestionan las objeciones de sus potenciales clientes, aumentan su tasa de cierre en más de un 70%.

Tu forma de actuar cuando un cliente pierde el interés puede ser definitiva para que se acepte o rompa el trato definitivamente. Tu habilidad para superar las objeciones y rechazos con calma, sin perder la amabilidad y aportando datos a través de anécdotas apropiadas te ayudarán a diferenciarte de los demás en este momento en la venta online.

TRANSFORMA LAS OBJECIONES EN OPORTUNIDADES

Las objeciones tienen lugar cuando los clientes rechazan lo que estamos ofreciendo. Gestionarlo es el camino para avanzar hacia un mutuo acuerdo. Aprovecha cada momento en el que tu cliente muestre dudas para fortalecer las bases de tu credibilidad. Cuanto antes consigas transmitir credibilidad, más cerca estarás de cerrar la venta.

Generalmente los clientes potenciales objetan por estos motivos:

Aún no están convencidos y lo tienen que pensar.



No les hemos explicado el valor del servicio lo suficientemente bien.

No toman la decisión ellos.

E incluso están sentando las bases de las próximas negociaciones.

Cada una de estas opciones supone una oportunidad para hacer que la conversación avance . En todas las llamadas comerciales, el cliente potencial pone a prueba al vendedor para que este le ofrezca una solución que se adapte a sus necesidades y esta prueba se presenta en forma de objeciones a la venta.

ESTRATEGIAS QUE DAN RESULTADO

Tómate descansos.

Cuando un cliente te pone una excusa, no tengas miedo a tomarte un momento para respirar y pensar exactamente lo que quieres decir.

Baja la velocidad.

Habla más despacio cuando trates las objeciones. Habla a un ritmo lento, calmado y seguro para transmitir credibilidad cuando respondas a las excusas.

Habla menos.

No utilices una retahíla de motivos para convencer de lo contrario. Escucha y habla menos.

Contraargumenta con preguntas.

Los vendedores con mayor éxito contraargumentan las objeciones con preguntas con mucha más frecuencia de lo que piensas.

**La duda es normal.**

Transmite a tu cliente que le comprendes y que la duda es razonable.

Tiene que verte como su aliado.

Usa la técnica del espejo.

Repite la frase para comprobar que lo que has entendido es lo que ha querido transmitir.

“La técnica simplemente consiste en repetir las últimas 3 palabras o frases de lo que dice alguien. Al inicio te parecerá súper raro no importa si en inglés o español, pero te garantizo que es altamente efectivo”

Mantén tu lista actualizada con las objeciones recibidas.

Seguramente serán similares y practica el diálogo con tu cliente. Visualiza. Escribe varias respuestas.

OBJECIONES POPULARES

1- FALTA DE INTERÉS

Qué NO hacer: Decir “de acuerdo” y enviar información genérica, enlace pagina de ventas o explica detalladamente los beneficios de tu oferta.

Qué hacer: Haz preguntas para descubrir intereses y dificultades para que descubras cuales son las emociones reales por las que compraría.

2- PRECIO

Qué NO hacer: Admitir que el precio es elevado sin dejar constancia del valor que aporta el servicio.

Qué hacer: Céntrate en el valor de tu servicio y lo que ha aportado a otros clientes. Dirige tu atención hacia los beneficios y no tanto hacia el precio.



3- COMPETENCIA

Qué NO hacer: Ponerse a la defensiva e incluso hablar mal de la competencia.

Qué hacer: Conocer a la competencia para preparar tus argumentos diferenciadores.

4- LO TIENE QUE CONSULTAR

Qué NO hacer: Invitar a que lo hable y te llame.

Qué hacer: Preguntar qué diría si estuviera aquí, si es un SI invitar a cerrar y si es un NO, invitar ayudarla a venderlo y fechar seguimiento.

5- ANALIZA

Cuando acabes una sesión de ventas, SIEMPRE analiza cómo fué, qué se puede mejorar y qué ha fallado si no cerraste.

AHORA TE TOCA A TI:

Escribe tu lista de objeciones y actualízala con frecuencia .
