

Работа с возражениями.

Выявить истинное возражение. Техника: Вывести на открытый разговор.

1. «Нам не интересно/ не надо»

2. «Уже сотрудничаем»

Условия: - Не критиковать

- Возможность выбора альтернативы

- От нашей встречи вы можете получить выгоду. Встреча не обязывает вас завершать сотрудничество.

- Полезная информация

3. «Коммерческое предложение»

Всю информацию не передает, было бы полезнее если наш специалист подъедет к вам и все подробно расскажет. Встреча ни к чему не обязывает.

4. «Нет денег» - а если были бы деньги?

5. «Расскажите по телефону/О чем пойдет речь?»

6. «Позвоните мне через полгода»

1. «Нам не интересно»

Схема преодоления возражения 1

Суть обработки возражения:

Обойти возражение клиента, таким образом, чтобы он осознал для себя, что ознакомительная встреча и к чему не обязывала и вместе с тем имеет для него ощутимое преимущество в виде полезной информации и идеи, которые он сможет использовать в своей деятельности. А время затраченное на беседу и встречу не будет потеряно зря.

Истинное возражение: Не видим ценности вашего предложения, не хотим тратить на него время.

Фразы:

- Возможно Вам в будущем будет интересно привлекать клиентов через интернет?
- А чтобы Вас могло заинтересовать? Возможно у Вас есть какие-нибудь пожелания или мысли, либо идеи, которые вы бы хотели реализовать.
- Мы предлагаем вам пока только познакомиться, чтобы на будущее определить варианты выгодного сотрудничества.
- Мы предлагаем пока только познакомиться, рассказать о технологиях в будущем.
- Скажите возможно у Вас недостаточно информации, вам было бы интересно получить исследование вашей сферы деятельности в интернете, по его итогам у вас будет более полная картина перед глазами.
- И.И., многие наши клиенты так же как и вы, изначально относились настороженно к тому, что мы предлагаем, но они довольно успешно работают с нами уже больше года.
- И.И., для этого я и предлагаю встретиться, для того чтобы пообщаться и понять, чем мы друг другу можем быть полезны. Встреча ни к чему не обязывает. Давайте познакомимся, а там уже будем делать выводы, стоит нам далее строить какое-то партнерство или нет.

Схема преодоления возражения 2

1)Суть обработки возражения:

Показать, что продвижение в интернете очевидный эффективный способ привлечения клиентов.

Фразы:

- На сколько я знаю у вас есть сайт, для чего то вы его делали. Если бы у вас увеличилась посещаемость в 5 раз, для вас это было бы выгодно и полезно?
- На сколько я знаю у вас есть сайт, было бы вам интересно узнать как повысить посещаемость сайта в 5-10 раз (повысить количество звонков и посещаемость сайта.)?
- Вы же в любом случаи будете разрабатывать сайт и заниматься продвижением? В ходе встречи от нас вы получите полезную информацию, для разработки сайта.
- Согласитесь сегодня интернетом пользуются практически все, в том числе для того чтобы находить и заказывать продукцию. Скажите, вам было бы интересно узнать о тех инструментах с помощью, которых можно организовать продажи через интернет?

2)Суть обработки возражения:

Сфокусировать внимание человека на отсутствие (наличие) его личного опыта в области интернет-маркетинга. И таким образом подвести его к тому, что его мнение это его отражение негативного опыта или отсутствие опыта, а на деле все может быть иначе.

Фразы:

- Скажите, а до этого сталкивались с созданием или продвижением сайта?
 - **Если ДА:** Ну по всей видимости заказывали не в той компании, не учли какие, то нюансы. Давайте наш специалист подъедет к вам в офис, обменяемся опытом. Уверен, что эта встреча будет полезна для вас.
 - Если НЕТ:** По нашему опыту интернет-маркетинг очень эффективен в плане привлечения клиентов, поэтому я предлагаю встретиться с нашим специалистом, который в живую покажет возможности и преимущества интернет-маркетинга, и вы сами оцените на сколько они будут вам полезны.

3)Суть обработки возражения:

Узнать у клиента, каким образом он привлекает клиентов и сравнить эффективность этих инструментов с эффективностью инструментов интернет-маркетинга.

Фразы:

- Правильно вас понимаю, вы используете другие способы привлечения клиентов?
 - Если ДА:** - А какие способы используете?
 -(ответ)
 - По нашему опыту эффективность интернет-рекламы достаточно высокая. Предлагаю встретиться с нашим специалистом, который сможет продемонстрировать свои возможности и сравнить эффективности инструментов интернет-маркетинга. Уверены, что эта встреча будет для вас полезна.

1.2. «Не надо»

Суть обработки возражения:

Донести до клиента мысль, что приток новых клиентов никогда не будет лишним, тем более у него все хорошо и есть возможность для привлечения новых клиентов.

Фразы:

- Очень рады что у вас дела идут хорошо, но согласитесь круг постоянных клиентов тоже нужно пополнять, и по нашему опыту для этого подходят инструменты интернет-маркетинга они более гибкие и не требуют больших финансовых вложений.

2. «Уже сотрудничаем»

Истинное возражение: Бояться что-то менять. Боимся потерять партнеров и результаты. Личные отношения, с той компанией с которой сотрудничаем, выше результата который они представляют. Нас устраивает результат, не охота тратить время и силы.

Схема обработки возражения:

1. Полностью отказаться от критики.
2. Постараться уйти от явного и прямого соперничества (мы лучше и т.д.)
3. Не соперничать с компанией в лобовую.
4. Не выгонять сходу с их полянки. Не требовать разрывать отношения с той компанией, которая предоставляет услуги.
5. Нужно найти такие форматы сотрудничества, которые были бы полезны даже при сотрудничестве со своей компанией.
6. Понять отношение клиента с той компанией, с которой сотрудничают.
7. Нужно нащупать те аспекты, которые важны клиенту, но не удовлетворены нынешним поставщиком услуг.

Спросить: При удачном моменте спросить при каких бы условиях он мог бы сменить партнера.

8. Нужно донести мысль клиенту, что переговоры и альтернативное предложение услуг было бы выгодно самому клиенту.
9. Можно найти варианты параллельного оказания услуг. Те сегменты , где мы можем оказать услуги вместе с той компанией, которая сейчас оказывает услуги. Донести преимущества именно сотрудничества с несколькими компаниями.
10. Показать выгоду встреч для клиента, как возможность получения информации от важного лица:
 - Новые продукты, услуги.
 - Качество оказанных услуг.
 - Рекомендации.

Смысл - назначить ознакомительную встречу. Какую выгоду могут получить.

Фразы:

- - А что в работе с вашим партнером хотели бы улучшить? Может какие-то моменты, которые еще не реализованы.
 - Все устраивает.
 - Скажите, а хотелось бы узнать о новых технологиях в сфере интернет-маркетинга. Мы могли бы предложить новые инструменты, которые вы еще не использовали. А вы уже в дальнейшем определитесь с кем будете их реализовывать.

Выгоды: - получить информацию (что нового и т.д.)

- могут оценить качество продвижения со стороны.
- соотнести уровень цен.

- Мы предлагаем только познакомиться, чтобы в дальнейшем у вас был выбор. Может в ходе встречи возникнут какие-либо вопросы о качестве вашего продвижения.
- Не хотелось бы получить бесплатный аудит сайта и рекомендации по улучшению качества продвижения.
- - Давайте мы посмотрим (проанализируем) ваш сайт и составим, перечень рекомендаций для повышения позиций и улучшения сайта. Все это оформим в виде отчета.
- Высылайте предложение на почту.
- Отчет мы можем подготовить только на бумажном носителе, в котором будут показаны не только цифры, но и комментарии специалистов.
- Чтобы вам было проще с ним познакомиться, наш специалист может прокомментировать все цифры, которые будут в отчете. Поэтому предлагаю вам встретиться с нашим специалистом, удобно будет завтра в 11 часов?
- И.И., я вас понимаю. Дело в том, что мы не пытаемся заменить ваших партнеров. Моя цель — предложить вам альтернативу, которая позволит не зависеть от политики одной компании. У нас есть собственные инструменты привлечения клиентов, которые позволят вам получать дополнительный доход для вашей компании по средствам интернет-маркетинга

2.1. Есть компания оказывает «одну» услугу:

Донести мысль, что мы можем предложить дополнительные услуги.

Фразы:

- - а какие именно услуги вам оказывают?
 - (продвигают в поисковиках, и т.д.)
 - Интернет-маркетинг достаточно обширная сфера и сейчас достаточно много инструментов для реализации продвижения. Мы рекомендуем не останавливаться на одном из способах и предлагаем вам встретиться, чтобы вы узнали о новых технологиях интернет-маркетинга.
 - Что именно можете предложить?
 - Для того чтобы сделать качественное предложение, нужно проанализировать ваш сайт и сферу деятельности, а так же уточнить ваши пожелания относительно бюджета, количества продаж и узнать другую информацию регионального охвата. Давайте мы проведем анализ вашего сайта и вашей деятельности, а конкретные инструменты определим уже на встрече.
- - Это очень даже хорошо, ведь в этом случае вам гораздо легче оценить как наше предложение, так и работу вашего партнера. Вы просто сравните условия и выберете дальнейшую работу.
(Мы можем предложить те инструменты, которые вы еще не используете.)
-- А какие услуги вам оказывают?
 -ответ
 - Скажите, а вы позиции сайта отслеживаете?
 - да....
 - Давайте мы проведем анализ видимости сайта в поисковых системах, и вы получите независимый отчет о видимости сайта.
- - Если не секрет какой бюджет поискового продвижения?
 - ...примерно 15 т.р.

- У нас есть услуга комплексного продвижения, которая включает в себя: поддержку сайта, изменение и обновление на сайте, привлечение посетителей из поисковых систем, организация контекстной рекламы. Базовый тариф у нас стоит 9900 рублей в месяц. За эти деньги мы привлекаем в месяц от 600 человек на ваш сайт, обновляем на нем информацию, дорабатываем сайт, чтобы была выше конверсия и было больше звонков с сайта, управлением контекстной рекламой с помощью специализированного сервиса, который позволяет снизить стоимость клика в 2 раза. Вы сможете сами сравнить наши условия с тем результатом, который есть у вас сейчас. Наш специалист может к вам подъехать и предложить наши услуги.

3. «Коммерческое предложение»

Схема обработки возражения:

Необходимо согласиться с желание клиента, а именно согласиться, что вы вышлите КП. Уточнить электронную почту куда вы её вышлите, после этого необходимо донести до собеседника ключевую мысль, что КП не несёт информационную нагрузку и если он действительно заинтересован в наших услугах, ему намного полезнее встретиться со специалистом, который не только квалифицированно расскажет о наших услугах, но и самое главное проконсультирует потому как эффективно использовать технологии интернет-маркетинга с учетом специфики и особенностей его бизнеса. В конце разговора необходимо подчеркнуть, что информация от этой встречи ему будет полезна не только в рамках заказа нашей услуги, но и для бизнеса в целом.

Фразы:

- Вышлите КП
- на какой электронный ящик и на чье имя?
- говорит ФИО и e-mail :
- - Хорошо я отправлю на вашу электронную почту сегодня КП, но для того чтобы я его смог грамотно подготовить, скажите на что будете обращать внимание и что для вас важно?
 - (цена) и т.д.
 - Чтобы я смог донести до вас объективную информацию по поводу ...(цены) , нам было бы целесообразнее встретиться, я вам вживую все продемонстрирую и вы уже сами сделаете выводы.
- - Хорошо я вышлю КП, на вашу электронную почту, однако в КП содержится только общая информация и без грамотной консультации нашего специалиста, вам будет сложно сделать выводы. Предлагаю вам встретиться с нашим специалистом, он вживую продемонстрирует весь спектр наших услуг, которые подходят для вашего бизнеса.
- - Знаете у нас к сожалению нет КП в электронном виде, есть только на печатном (бумажном) носителе, я предлагаю чтобы наш специалист к вам подъехал и привез КП (всю информацию) к вам в офис. Вы во сколько завтра будете в офисе?
- (Если звоним по разработке) – Знаете у нас нет так такового КП, все наши продукты мы как правило презентуем наглядно, наш специалист может завтра к вам подъехать и провести презентацию наших продуктов у вас в офисе. Во сколько будете в офисе?
- Хорошо И.И., и вместе с тем, инструменты подбираются индивидуально для каждого клиента. Чтобы сделать конкретное предложение, которое будет интересно и выгодно именно Вам я и предлагаю встретиться...

4. «Не денег»

Суть возражения:

Человек не видит ценности в нашем предложении и не готов платить за него деньги.

Схема обработки возражения:

Наша задача либо:

- Раскрыть ценность клиенту и сделать так, чтобы он захотел заплатить за продукт и увидел себе за него пользу.
- Дать понять человеку, что мы хотим пока только познакомиться и для этого от него не требуется денег.
- Донести до человека, что в будущем у него все равно появится потребность в разработке либо в продвижении.

Фразы:

- Согласитесь рано или поздно перед вами встанет вопрос привлечения клиентов через интернет и собственно вам в будущем будет намного проще, если вы будете владеть информацией и знать какие инструменты вам подходят и какой бюджет для них выделить. Для этого предлагаю встретиться со специалистом, который вас сможет проконсультировать, а именно : определить схему привлечения покупателей через интернет, определить инструменты и требуемый бюджет.
Так же сможем дать рекомендации относительно вашего сайта, что в нем улучшить, что нет.
Эта встреча ни к чему не будет вас обязывать, решение вы будете принимать самостоятельно.
Завтра в 11 на сколько будет удобно встретиться?
- - Скажите, а вообще какую-либо рекламу используете?
 - - наружная реклама.
- Согласитесь, что реклама может иметь разную эффективность. Советуем вам рассмотреть интернет-рекламу, чтобы иметь возможность сравнить эффективность с той рекламой, которую используете. (назначаем встречу)
 - -.....не используем. Нет.
- А вам было бы интересно узнать, как с помощью рекламы осуществлять большие продажи.
- - У нас достаточно гибкая ценовая политика, и мы можем предложить подобрать инструменты под любой рекламный бюджет. Скажите, какая стоимость для вас была бы приемлемой и вы были бы готовы вложить сумму чтобы попробовать и оценить эффективность рекламы.
В нашей практике не редкость такие случаи, в которых человек вкладывает порядка 5 тыс., а получает на порядок больше. (Назначаем встречу)
- (Узнать, сезон или нет. Пожалеть).Я понимаю, что ситуации бывают разные, возможно у вас не сезон.
- И.И., я согласна, что тратить деньги на мало изученное предложение не целесообразно, для этого я предлагаю вам встретиться,, чтобы вы могли сами оценить все выгоды и преимущества наших инструментов.

5. Расскажите по телефону/ О чем идет речь?»

Фразы:

- И.И., я уверена, что встреча будет для Вас более информативной и полезной, чем телефонный разговор, так как специалист может использовать наглядные материалы, и будет готов сделать Вам конкретное и выгодное предложение.

6. «Перезвоните через полгода»

Фразы:

- И.И., конечно же, я перезвоню Вам через полгода. Однако, если мы встретимся с вами сейчас, у вас останется подробная информация о наших услугах, оставим коммерческое, визиточки. Встреча ни к чему не обязывает, но зато будет над чем подумать на перспективу