

ПРИЕМ ПЕРЕВОДА ВОЗРАЖЕНИЯ В ВОПРОС

Взаимодействие с клиентом, как известно, - достаточно тонкий психологический процесс, предполагающий применение определенных навыков поведения со стороны продавца от момента первого контакта до момента его завершения. Тем не менее, многие авторы пособий и исследований по искусству продаж считают, что искусство продавать начинается в тот момент, когда клиент говорит «НЕТ». Действительно, по статистике абсолютное большинство продавцов понимает смысл этого слова и, поспорив немного, разводит руками, сожалея о потерянной продаже. Оставшееся абсолютное меньшинство принимает возражение, признает право клиента так считать и приводит ряд аргументов, позволяющих покупателю самому изменить свое решение. Такое отношение продавца во много раз увеличивает его эффективность в бизнесе.

Почему все же в этот момент, когда прозвучало возражение, начинается именно искусство продажи, а не что-либо иное, достойное более «спокойной» формулировки? Чтобы это осмыслить, давайте заглянем в сознание клиента, говорящего «НЕТ». Суть большинства возражений сводится к сопротивлению, то есть несет некую негативную энергетику, вызывающую эмоциональное напряжение и разрушающую контакт. В этот момент внимание Вашего собеседника направлено на отражение словесных атак с Вашей стороны, поскольку его опыт подсказывает, что сейчас его будут переубеждать, уговаривать, спорить с ним. Кроме того, человек, сделавший любое утверждение, никогда не откажется от него по своей воле, а тем более – по Вашей, поскольку иначе будет чувствовать себя побежденным. «НЕТ», - говорит клиент, готовясь сражаться с Вашими аргументами изо всех сил, так как в его сознании в этот момент всплывает установка: «Если я теперь скажу «ДА», то признаю свою слабость, буду выглядеть смешно, несерьезно, глупо и т.п.»

Хотите пример? Доводилось ли Вам хоть раз в жизни в каком-нибудь магазине, где Вас плохо обслужили, заявить вслух: «Ноги моей здесь больше не будет»? Скажите, пожалуйста, что может после этого заставить Вас еще раз зайти в этот магазин? Вы уверены, что Вас в лучшем случае там поднимут на смех. Вы ставите себя в полную зависимость от произнесенной Вами фразы.

Точно так же и Ваш клиент попадает в зависимость от выдвинутого им возражения, после чего сказать «ДА» для него равносильно поражению. Вот в чем основная трудность этого этапа продажи. Стратегия продавца здесь может определяться двумя следующими задачами.

1. Нейтрализовать негативную энергию сопротивления Вашим доводам и погасить эмоциональное напряжение.
2. Склонить покупателя к завершению сделки, не ущемляя его самолюбия.

Предлагаемая стратегия решает сразу обе задачи и позволяет без давления с Вашей стороны вести клиента к реализации Вашей цели. Для этого нужно изменить некоторые представления в его сознании, в частности, дать ему ощущение, что он не выдвигает возражение, а всего лишь задает вопрос. **Переформулирование возражения в вопрос** нейтрализует негативную энергию и снимает напряжение, возникающее в данный момент. В сознании Вашего клиента вместо «Я сказал НЕТ» остается «Я задал вопрос и хочу услышать на него ответ», то есть он, а не Вы, является инициатором продолжения диалога и оставляет за собой право сказать «ДА». Для использования этого приема Вам необходим простой навык – услышать в возражении скрытый вопрос. Вместо «это слишком дорого» можно услышать «а это не слишком дорого?» Вместо «у меня не получится этот бизнес» можно услышать «получится ли у меня этот бизнес?» Как это может работать, давайте рассмотрим на примере.

◆ **КЛИЕНТ:** - Нет, я не готов покупать это, потому что нет никаких гарантий, что...

◆ **ВЫ:** - Очень хорошо, что Вы заговорили о гарантиях. Осторожность в наше время весьма ценное качество. Верно ли я Вас понял, Вас интересует, какие гарантии на этот продукт Вы можете получить?

Вы приветствуете его возражение, давая понять, что не собираетесь спорить. Вы хвалите его осторожность. Вы интерпретируете его возражение как вопрос, говоря «Вас интересует». Подумайте, раз он считает, что гарантий нет, значит, они его действительно интересуют! Так удовлетворите же его интерес!

◆ **КЛИЕНТ:** - Да, меня интересуют именно гарантии.

Итак, он принимает Вашу интерпретацию, соглашаясь с тем, что не возражает, а просто спрашивает. Он говорит «ДА», то есть принимает позитивное продолжение беседы. Теперь Вам остается выяснить, что для него есть гарантии, и ответить на его **вопрос**, приведя веский аргумент в пользу гарантий с его точки зрения. В Вашем ответе при этом должна содержаться некая дополнительная информация, которая позволит клиенту согласиться на сделку без принуждения или уговоров с Вашей стороны. Он как бы скажет сам себе: «Ну, это другое дело. Говоря «НЕТ», я этого не знал, а теперь можно сказать «ДА». Ответив на его **возражение-вопрос**, лучше всего сразу же поставить завершающую точку в этом алгоритме:

◆ **ВЫ:** - Я ответил на Ваш вопрос?

Таким образом, Вы закрепляете в сознании клиента ощущение того, что он не возражал, а спрашивал. Если Ваш аргумент был для него убедителен, вот что Вы услышите в ответ на свой последний вопрос.

◆ **КЛИЕНТ:** - Да! (уверенным тоном).

Если произойдет именно так, моментально предлагайте завершить сделку. Если же произойдет иначе, тогда появятся другие возражения, а может быть, повторится то же самое (если он получил не исчерпывающий ответ). В этом случае Вы просто повторяете с клиентом весь алгоритм движения по этому кругу и еще раз предлагаете заключение сделки.

Помните, что «НЕТ» – это не отказ, и что в любом возражении клиента есть скрытый вопрос, на который он ждет ответа. Вам гораздо выгоднее услышать этот вопрос самому и помочь услышать его клиенту, чем втягивать его в спор и переубеждать.