



INSTITUTO SUPERIOR
AGENTES DE PROPAGANDA MÉDICA
CÓRDOBA



LAS OBJECIONES

Segundo año

*Siempre buscamos la **aceptación de nuestros clientes** y si bien el **rechazo** nunca es una respuesta deseada, es posible manejarlo de manera positiva.*

EL PROBLEMA NO ES EL RECHAZO, SINO LA MANERA EN QUE LO INTERPRETAMOS



- Debemos tomar el **rechazo** como una parte necesaria de la venta.
- Para mantener el liderazgo de la comunicación y lograr que nuestro cliente diga “SI”.
- Sin las **OBJECIONES**, los vendedores se quedarían sin trabajo.
- En lugar de una fuerza de ventas, las Empresas tendrían una computadora recibiendo pedidos de compradores convencidos.
- Algunas objeciones son solo **respuestas automáticas** reflejas o simplemente actitudes que los clientes han sido condicionados o programados para decir a los vendedores.



- ***Solo estoy mirando***
- ***Que descuento me puede hacer ?***
- ***Cual es su mejor precio ?(cuando todavía no han analizado el producto)***
- ***No quiero que Ud pierda su tiempo, no voy a comprar nada hoy.***

La experiencia nos demuestra que estas objeciones son simplemente **fantasmas** y no son realmente ciertas.

Son verdaderos intentos de **sacarse** a los vendedores de encima.

- **La mayoría de los clientes han sido tratados de manera desconsiderada por otros vendedores y piensan que deben *protegerse de cualquier vendedor* que se les acerque.**
- **Las objeciones no son mentiras maliciosas cuya intención sea perjudicarnos, sino *mentiras auto-defensivas* que no debemos tomarlas como algo personal. Debemos comprenderlas y desbaratarlas.**



- ***El cliente siente temor ante la alternativa de tomar una decisión inmediata .***
- ***En la mayoría de los casos si esos temores fueran eliminados, compraría en el acto***



Debemos brindar a nuestros clientes información precisa ,suficiente y relevante y que apunte a sus deseos y necesidades

- ***A menudo las objeciones que se expresan no representan realmente las dudas y temores que subyacen en la mente de los clientes.***
- ***No están seguros acerca de sus objeciones***
- ***Sienten temor de formular su verdadera objeción***

- ***Debemos contar con la certeza de que la objeción a la que estamos respondiendo sea la objeción real del cliente.***
- ***Si no descubrimos el **problema real**, cuando el cliente diga **NO**, nunca averiguaremos el porqué.***
- ***A veces el cliente nos presentará más de un objeción o inquietud.***
- ***La experiencia nos ayudará a distinguir entre la objeciones que hay que responder inmediatamente y aquellas que podemos dejar pasar.***





*Un **NO** en boca del cliente, no es una respuesta definitiva, es sólo una parte del proceso que lleva hasta un " **SI** "*

*Los clientes a menudo sienten " **miedo a tomar decisiones** ", y dicen **NO** aún cuando realmente quieren lo que le estamos vendiendo*

Enseñando al cliente a decir que **SI**

Si logramos que el cliente establezca desde el comienzo de la entrevista el hábito de decir **SI** a una serie de preguntas y conseguimos mantener esta conducta de respuestas afirmativas, el resultado será predecible con un alto grado de certeza.



Este proceso nos permitirá determinar si estamos yendo en la dirección correcta y acertando en descubrir la verdadera necesidad del cliente

TOMAR LA OBJECCIÓN COMO UNA PREGUNTA

- ***Cuando un cliente nos manifiesta una objeción, NOS ESTÁ PIDIENDO MAS INFORMACIÓN !!!!***

- ***Debemos transformar la relación **ATACANTE /DEFENSOR** a **CLIENTE / ASESOR*****

Adelantarse y desactivar las objeciones más importantes

- ***Si sentimos que el cliente tiene razones para no usar nuestro producto, que aún no ha manifestado, simplemente preguntémosle de que se trata.***

- ***Ahí podremos preguntarle si esa es la única razón por la cual no se decide a comprarnos***

ELIMINE OBJECIONES CON PREGUNTAS

- **La *fase inicial de preguntas* en el proceso de ventas se desarrolla de manera cordial y relajada, lo que nos permitirá tener un buen trato con el cliente ante de que él se ponga en una posición defensiva**
- **Si después de nuestra presentación de ventas intentamos superar objeciones con *argumentos y razonamientos*, podremos ganar en el terreno de las palabras pero aún así perder la venta !!!**
- **La estrategia no debe ser luchar contra la objeción , sino que debemos eliminar la objeción de raíz mediante preguntas en el comienzo de la presentación**

COINCIDA CON EL CLIENTE EN ALGUN PUNTO

- ***Debemos encontrar un punto de consenso con el cliente antes de empezar a responder una objeción.***
- ***Es la mejor manera de presentar nuestra respuesta como inobjetable***
- ***No discutimos, ni atacamos su punto de vista, aportamos información y mantenemos intacta su autoestima.***

Reformule la objeción con sus propias palabras antes de responder



1) Permite que cliente sepa que lo estamos escuchando

2) Evita malos entendidos y asegura que estamos respondiendo a la pregunta correcta.

3) Nos da un poco de tiempo para saber que vamos a responder

Transformar la objeción en una razón para comprar

- ***Si logramos demostrar al cliente que cualquiera sea su objeción, es en realidad una razón para comprar, podremos desactivar efectivamente la objeción.***
- ***Cuando una persona manifiesta una objeción, está expresando su principal razón para no comprar***

- ***Si somos capaces de convertir esa objeción en una razón para comprar, tendremos muchas posibilidades de lograr la venta***



Estrategias específicas para neutralizar las objeciones al PRECIO

PREGUNTEMOS

- 1) Que está dispuesto a resignar ?**
- 2) Debemos saber a que se refiere el cliente. Porque piensa que el precio es muy alto?**
- 3) Reencuadrar al cliente el problema del “costo”**



MANTENER LA ACTITUD MENTAL ADECUADA

Recordar que :

- **NO = “ *Explíqueme más*, no estoy todavía convencido para decir SI**
- **No quiere decir necesariamente NO LO QUIERO**
- **Estamos en una situación de venta intentando persuadir a nuestro cliente para que compre algo que necesita, algo que va a beneficiarlo**
- **Estamos prestándole un servicio. Si el cliente manifiesta una serie de objeciones no debemos enojarnos, porque solo conseguiríamos reforzar los temores y desconfianza, que muchas veces, son la causa de sus objeciones**

- ***Nuestro lenguaje corporal, apariencia y la manera de hablar deben expresar de manera congruente confiabilidad y seguridad***

***LA MANERA EN QUE EL CLIENTE PERCIBE
NUESTRO PRODUCTO ESTÁ ÍNTIMAMENTE
RELACIONADA CON LA MANERA QUE NOS
PERCIBE A NOSOTROS !!!!***

