

A close-up photograph of a person's hand and forearm. The person is wearing a dark, textured suit jacket over a light-colored shirt with a fine plaid pattern. A silver ring with an intricate design is worn on the ring finger. The hand is resting on a smooth, light-brown wooden surface. The background is dark and out of focus.

COME SUPERARE AGEVOLMENTE LE OBIEZIONI DEI CLIENTI

Alessandro Ferrari



Alessandro Ferrari

Imprenditore | Consulente Aziendale | Formatore | Autore

Ha già formato oltre 130.000 persone in aula o direttamente in azienda. Autore di numerosi eBook, Video corsi, DVD e del Libro sulla Comunicazione Assertiva.

Ritenuto uno dei maggiori esperti italiani sulle Tecniche di Comunicazione off line e on line. Pioniere dell'Inbound Marketing in Italia e creatore dei Workshop sulle Tecniche di Vendita e sull'Inbound Marketing (From Zero To Inbound) già seguiti da migliaia di Imprenditori, Manager e Liberi Professionisti.

Il suo Roadshow sulla Comunicazione Assertiva è già stato seguito da oltre 25.000 persone e ora prosegue con la sua Nuova Evoluzione.

Dopo la fine degli studi in discipline scientifiche e tecniche, è iniziata la mia esperienza professionale. A soli 17 anni, per mantenere gli studi, ho iniziato la mia carriera di venditore. Al mattino andavo a scuola, al pomeriggio studiavo e alla sera vendevo assicurazioni sulla vita porta a porta.

Finiti gli studi, dopo aver rifiutato l'offerta di diventare Ispettore per il mio datore di lavoro Alleanza Assicurazioni (Gruppo Generali), **sono stato scelto da Barilla.**

Dopo 3 anni come agente presso Barilla, sono stato promosso District

Manager e da quel momento c'è stata una svolta, ho iniziato un percorso di crescita professionale molto importante durato 7 anni, in cui ho ricoperto incarichi in tutte le divisioni aziendali.

Conclusa questa importante esperienza in Barilla, ho deciso di ampliare ulteriormente la mia esperienza lavorando per altre importanti aziende Italiane assumendo incarichi via via crescenti; da Direttore vendite e Direttore Marketing e Commerciale.

Nel 2007 ho fondato "AFC Consulting" che in pochi anni è diventata un punto di riferimento per la formazione in Italia, con **oltre 130.000 persone iscritte ai miei corsi.**

Nel 2015 ho ideato "ASSO DELLA VENDITA" sito e percorso di formazione Professionale su Marketing e Tecniche di Vendita. **UNICO METODO DI VENDITA IN ITALIA** basato su oltre 30 anni di esperienza diretta sul campo.

INDICE DEI CONTENUTI

INTRODUZIONE	5
CAPITOLO 1	6
Superare con Successo le Obiezioni nella Vendita	6
Perché Nascono le Obiezioni nella Vendita?	6
Come superare qualsiasi obiezione e diventare un Asso della Vendita	8
Superare le vere obiezioni del cliente	10
Quante volte hai sentito queste 6 obiezioni?	10
4 Esempi Pratici per Superare ogni Tipo di Obiezione	14
CAPITOLO 2	17
8 Tecniche Pratiche per Gestire le Obiezioni dei Clienti	17
1. Utilizza l'obiezione	18

2. L'Empatia aiuta	18
3. Dimostrati interessato alle sue esigenze	18
4. Usa le parole del cliente	19
5. Racconta storie	19
6. Chiedi al cliente in quali condizioni effettuerebbe l'acquisto	19
7. Impedisci al cliente il rinvio	20
8. Se il cliente oppone resistenza, fallo anche tu!	20
CAPITOLO 3	20
5 Modi Infallibili per mettere KO qualunque Obiezione!	20
1. Identifica subito la Tipologia di Obiezione	22
2. Accogli l'Obiezione e Confermala con Parole Diverse	22
3. Rispondi Deciso e Perseverante: "Disco Rotto" e Aikido Mentale!	23

4. Poni la Domanda Conclusiva dando per scontato il Buon Esito	24
---	-----------

5. Conferma la Risposta e la Vendita Nero su Bianco	24
--	-----------

CAPITOLO 4	25
-------------------	-----------

10 Errori da Evitare nella Gestione delle Obiezioni	25
--	-----------

INTRODUZIONE

*In questo Nuovo eBook, affronterò la tematica molto attuale di come gestire al meglio le **obiezioni dei clienti** durante la trattativa di vendita.*

Se anche tu sei un venditore come me, sai benissimo che uno degli scogli più difficili da superare, quando cerchiamo di vendere il nostro prodotto o servizio, è proprio quello delle possibili obiezioni che il cliente potrebbe sollevare.

Conoscere le modalità più ottimali per fronteggiare il cliente, o meglio ancora per rassicurarlo su eventuali dubbi o perplessità, è il modo migliore per assicurarsi una negoziazione efficace e proficua.

Posso assicurarti che se ti prepari al meglio e seguirai i consigli che troverai in questo prezioso ebook, riuscirai a concludere con successo le tue trattative commerciali, migliorando sensibilmente le tue performance di vendita.

In fin dei conti nulla è impossibile se ci credi davvero, è un'obiezione non è altro che un bisogno di rassicurazione da parte del cliente che abbiamo di fronte.

Ciò che leggerai nelle prossime pagine è frutto diretto della mia esperienza di oltre 30 anni come venditore, e spero che i miei consigli possano tornarti davvero utili nel tuo lavoro quotidiano.

Buona lettura e buon business!

Alessandro

CAPITOLO 1

Superare con Successo le Obiezioni nella Vendita

Perché Nascono le Obiezioni nella Vendita?

Io ho scoperto da solo, e con tanta fatica come chiudere facilmente qualsiasi trattativa di vendita. Pensi che abbia la bacchetta magica?

Non proprio, sono caduto tante volte, ho fatto anch'io i miei errori, ma in tanti anni di esperienza ho imparato come affrontare al meglio la difficile questione di **come superare al meglio le obiezioni dei clienti**.

La maggior parte dei venditori si trova a dover presentare il proprio prodotto a potenziali clienti che ignorano molte delle caratteristiche principali, come prezzo e vantaggi.

Ecco una prima grande verità:

Le obiezioni nascono fondamentalmente per ignoranza da parte del cliente.

Pensaci! Quando vai a prendere un prodotto che consumi abitualmente non hai necessità di avere informazioni aggiuntive. **Le obiezioni nascono nel momento che un venditore ti propone qualcosa di nuovo**, qualcosa che non conosci a fondo, qualcosa che merita un'attenta valutazione, qualcosa che non stavi cercando o ancora qualcosa che costa molto e ti impone un'analisi ulteriore.

Mi occupo di vendite da oltre 30 anni e non mi è mai capitato di concludere un buon affare senza almeno ricevere alcune obiezioni da parte del cliente. **Posso dirti che attraverso le obiezioni puoi realmente capire se il cliente è interessato al tuo prodotto e lo sta valutando.**

Concorderai che le obiezioni sono l'ultimo ostacolo prima della stretta di mano con il cliente e sappiamo tutti quanto delicata e importante sia questa fase di vendita.

Per questo motivo ho deciso di realizzare questa ***super guida alla gestione delle obiezioni.***

Ma torniamo a noi...

Come anticipato precedentemente, le obiezioni nascono quando il cliente non ha ancora deciso di acquistare il tuo prodotto/servizio. Nessuno acquista un prodotto nuovo senza essere passato attraverso questa fase. Puoi essere sedotto dall'idea che nella vendita online il cliente abbia eseguito l'acquisto senza essere passato per la fase della gestione delle obiezioni, ma non è così. Il cliente si è posto delle domande e ha cercato in rete le sue risposte. Il che comporta anche un ulteriore vantaggio per il venditore: quello di trasformarsi da venditore di prodotti a raccogli-tore di ordini.

Come superare qualsiasi obiezione e diventare un Asso della Vendita

Come superare agevolmente le obiezioni dei Clienti

Nella vendita online, più concretamente, la gestione delle obiezioni è sviluppata attraverso una serie di sistemi che vanno dagli articoli di vendita ai forum di supporto, dai feedback degli utenti, alle testimonianze fino al numero verde di assistenza telefonica oppure alla chat istantanea. Vedremo più avanti che, per la vendita offline e durante la gestione delle obiezioni, ciò richiede l'utilizzo delle tecniche di “pre-frame e post-frame”.

Nella **vendita offline**, il venditore che fa visita ai clienti, si trova necessariamente di fronte a obiezioni concrete e dirette del cliente.

In questa “modalità” il venditore deve **agire da artista**. Soppesare non solo i termini, ma anche il tono, il volume e il colore della voce. Tratto

ampiamente questo aspetto anche nel mio road show: “**Il Linguaggio del Corpo per Avere Successo**”

Il *cosa* e il *come* si dice, hanno quindi una grande importanza agli occhi del cliente. **Il cliente che non ti conosce si crea una sua opinione in base a come parli e come ti atteggi**

Ecco quindi che le tecniche di persuasione possono aiutarti a vendere di più.

Un'altra delle competenze necessarie per essere un vero **ASSO DELLA VENDITA** è la **capacità di fare le giuste domande**. Le obiezioni possono nascere per 2 diversi motivi:

MANCANZA DI INTERESSE ➤ obiezione volta a chiudere la trattativa;

INDECISIONE ➤ obiezione volta a ottenere più tempo o più informazioni.

Attraverso le domande il venditore può qualificare il **prospect**, capire le reali necessità, motivazioni e problematiche del cliente e infine suggerire le opportune soluzioni.

Ti è mai capitato di sentire frasi del tipo: *“Devo pensarci”*, *“Adesso non ho tempo per decidere”*, *“Devo parlarne con mia moglie/marito”*.

Certamente avrai sentito molteplici varianti... e ancora ti ripeto che:

Superare le obiezioni non è una scienza. È un'arte!

Devi far comprendere al cliente che accetti e comprendi le sue esitazioni per poi sondare con domande qualificanti la reale natura delle sue esitazioni:

“La capisco/ Ti capisco, è una decisione importante...”

“...forse è l'impegno economico a preoccuparla maggiormente oppure sono alcuni dei termini contrattuali che non le sembrano chiari? ”

Non è sempre facile svelare le reali obiezioni del cliente. Spesso il cliente fugge al confronto perché rivelando le vere intenzioni corre il rischio di doversi impegnare nella vendita.

Superare le vere obiezioni del cliente

Nel corso di questo ebook, ti guiderò e aiuterò a superare le reali obiezioni del cliente.

Quante volte hai sentito queste 6 obiezioni?

COSTA TROPPO; NON HO TEMPO; NON CI CREDO; IL VOSTRO PRODOTTO NON FUNZIONA CON ME; NON NE HO BISOGNO; IN QUESTO MOMENTO NON MI SERVE;

Certo possono essere riformulate in modi differenti ma indicano sempre una resistenza all'azione del tuo cliente.

Le sei obiezioni più comuni qui sopra elencate evidenziano sostanzialmente una o più resistenze.

Ecco quali:

- a) MANCANZA DI DENARO
- b) MANCANZA DI TEMPO
- c) MANCANZA DI FIDUCIA
- d) MANCANZA DI URGENZA

Facciamo qualche esempio...

Come superare agevolmente le obiezioni dei Clienti

Se qualcuno ti dice che il tuo prodotto costa troppo puoi arrivare a diverse conclusioni:

▷ Il cliente sta comparando il tuo prodotto/servizio con quello di un concorrente che è meno costoso;

▷ Il cliente tenta di ottenere uno sconto; ▷ Il cliente ha un budget prefissato;

▷ Il cliente ha delle proprie ragioni su quanto dovrebbe realmente costare il tuo prodotto;

Nota che nell'ultima opzione ti ho parlato di **credenze personali del cliente**.

Questo perché ognuno di noi ha opinioni e visioni differenti su tutto ciò che ci circonda. Se ad esempio ti chiedo di pensare alla parola fuoco, tu puoi associarla ai falò che facevi da giovane sulla spiaggia, alle belle compagnie e all'amore.

Se però hai avuto un'esperienza negativa legata al fuoco, ti sei scottato, o qualcuno a te caro si è scottato o peggio ancora è stato vittima di un incendio, beh allora, la parola fuoco assume un significato diverso.

Capisci che a fare la differenza non è tanto il concetto di fuoco, ma la cornice che usiamo per identificarlo.

È evidente che scoprire la reale resistenza e le credenze del cliente ti porta ad uno stato successivo nella fase di gestione delle obiezioni e può aiutarti a riformulare la tua presentazione per “mostrarla” in un’ottica più congeniale per il tuo cliente.

Stiamo parlando del **REFRAMING**. Vendere una stufa a pellet a qualcuno che ha perso la casa per colpa di un incen-

dio richiede uno sforzo di reframing straordinario. Fortunatamente, quando si inizia una conversazione con qualcuno si ha la possibi-

lità di **definire il punto di osservazione** (Pre-Frame o pre-modellamento). Uno dei più straordinari esempi di pre-frame è riportato nel libro *Le armi della Per-*

suasione, di Robert Cialdini che riporto di seguito:

Cari papà e mamma, da quando sono partita per il collegio ho trascurato di scrivervi e mi dispiace della mia negligenza per non aver scritto prima d'ora. Adesso voglio informarvi di tutto, ma prima di leggere, per piacere mettetevi a sedere. Non leggete più avanti se non siete seduti, d'accordo? Bene, allora, sto abbastanza bene ormai. La frattura del cranio con commozione cerebrale che mi sono fatta saltando dalla finestra del dormitorio quando è andato a fuoco, poco dopo il mio arrivo, ora è guarita discretamente. All'ospedale sono rimasta appena due setti- mane e ora ci vedo quasi normalmente; ho solo mal di testa una volta al giorno. Per fortuna, all'incendio del dormitorio e al mio salto dalla finestra assisté un benzinaio che lavora qui accanto: è stato lui a chiamare i pompieri e l'ambulanza. È venuto anche a trovarmi all'ospedale e siccome non sapevo dove andare per via dell'incendio, è stato tanto carino da invitarmi a dividere con lui il suo appartamento. A dire la verità è una stanza nello scantinato, ma è piuttosto graziosa. È un gran bel ragazzo e ci siamo innamorati alla follia e abbiamo intenzione di sposarci. Non abbiamo ancora deciso il giorno esatto, ma sarà prima che si cominci a vedere la mia

gravidanza. Ebbene sì, mamma e papà, sono incinta. Lo so che non vedete l'ora di diventare nonni e so che avrete per il bambino lo stesso affetto e la stessa tenerezza che avete avuto per me quando ero piccola. La ragione del ritardo del nostro matrimonio è che il mio ragazzo ha una piccola infezione che ci impedisce di fare gli esami del sangue prematrimoniali; per disattenzione l'ha attaccata anche a me. Sa che lo accoglierete in famiglia a braccia aperte. È gentile e, benché non sia tanto istruito, ha una grande ambizione. Anche se è di razza e religione diverse dalle nostre, so che la tolleranza che avete manifestato così spesso non vi permetterà di prendervela per questo. Ora che vi ho aggiornati, voglio dirvi che non c'è stato nessun incendio, non ho avuto fratture del cranio o commozioni cerebrali, non sono stata all'ospedale, non sono incinta, non sono fidanzata, non ho preso nessuna infezione e non ho nemmeno il ragazzo. Però, ho avuto appena la sufficienza in storia e sono stata bocciata in chimica, ma voglio che questi voti li vediate nella prospettiva giusta.

Con tanto affetto, vostra figlia Maria

Tratto da Le armi della persuasione, Robert B. Cialdini, Giunti Editore Non male come pre-frame vero?

4 Esempi Pratici per Superare ogni Tipo di Obiezione

Caso Zero: Pre-Modellamento temporale Punto di vista dell'Asso della

Vendita: Voglio prevenire obiezioni sul costo.

Pre-modellamento: *“Signor Rossi, so bene che quello che desidera di più è pagare tutte le bollette, il mutuo della banca e le tredicesime degli operai, ecco perché deve partecipare al mio corso di vendita. Così non se ne dovrà più preoccupare, e*

riuscirà a generare i profitti che ripagheranno ampiamente sia il corso sia di far fronte a tutte le altre sue necessità, compresi i gioielli e le vacanze di sua moglie”.

Caso 1: Rimodellamento attraverso il contenuto Obiezione: *“Non posso comprare il tuo corso di vendita perché non posso permettermelo*

Analisi: Il cliente ritiene (CREDENZA) di non poter sostenere il costo del corso.

Punto di vista dell’Asso della Vendita: Non è un problema di denaro ma di insicurezza del cliente. È necessario fornire al cliente il punto di vista per rivalutare l’investimento.

Rimodellamento: *“Signor Rossi, non è una questione sul partecipare o meno al mio corso di vendita. Stiamo parlando di migliorare rapidamente le sue capacità senza dover imparare dai suoi errori che le costerebbe tempo e molto più denaro”.*

Caso 2: Rimodellamento con schiacciata Obiezione: *“Non posso comprare il tuo corso di vendita perché non posso permettermelo*

Analisi: Il cliente ritiene (CREDENZA) di non poter sostenere il costo del corso.

Punto di vista dell'Asso della Vendita: Il cliente non ha una reale visione sul futuro a

lungo termine e gli effetti della sua strategia, va educato.

Rimodellamento: *“Signor Rossi, può permettersi di perdere i suoi clienti per degli errori di vendita? È forse questo il prezzo che intende pagare?”.*

Caso 3: Rimodellamento con giochi di parole a presupposto inverso

Obiezione: *“Non posso comprare il tuo corso di vendita perché non posso permet-*

termelo”.

Analisi: Il cliente ritiene (CREDENZA) di non poter sostenere il costo del corso.

Punto di vista dell'Asso della Vendita: Il cliente è confuso e indeciso.

Rimodellamento: *“Signor Rossi, come è possibile che gli “effetti negativi” dovuti al non partecipare al mio corso la portino a pensare che non può permettersi il mio corso?”*

Caso 4: modellamento post temporale (post-frame) Punto di vista dell'Asso

della Vendita: Porto il cliente a immaginare il futuro senza il mio servizio

Rimodellamento: *“Signor Rossi, dove pensa che sarà da qui a un paio d'anni se non migliorerà il suo sistema di vendita?”*

CAPITOLO 2

8 Tecniche Pratiche per Gestire le Obiezioni dei Clienti

Obiezioni? Le 8 Tecniche per Neutralizzarle

Durante i miei workshop sulle vendite molto spesso mi viene chiesto **come fare per gestire con efficacia le obiezioni del cliente** durante la trattativa commerciale.

In effetti non sempre è cosa facile perché davanti a noi possiamo avere molte tipologie diverse di persone. Quello che conta però è non farsi mai cogliere impreparati e cercare di anticipare il più possibile le eventuali difficoltà che potrebbero presentarsi.

Anticipare le difficoltà però non è sufficiente, infatti come dice il famoso detto **Uomo avvisato, mezzo salvato**, se siamo in grado di prevenire l'ostacolo siamo solo a metà dell'opera.

Una volta che la difficoltà si manifesta dobbiamo essere abili per **gestire efficacemente le obiezioni** che possono presentarsi, in modo da annullarle completamente e spianare la strada verso la conclusione della vendita.

Devi sempre ricordarti che **ogni cliente ha una propria personalità**, per questo motivo l'abilità del venditore è quella di modellare queste tecniche a seconda della personalità del cliente che abbiamo di fronte.

Tutte queste tecniche inoltre, devono essere accompagnate da domande apposite che servono a capire cosa desidera il cliente davvero e cosa invece gli impedisce di acquistare il nostro prodotto.

Eccoti la descrizione di queste "8 preziose tecniche":

1. Utilizza l'obiezione

Può sembrarti molto strano, ma puoi utilizzare l'obiezione a tuo vantaggio, facendo capire che con il tuo prodotto il problema non esiste o è ridotto. Ad esempio se il tuo prodotto è troppo costoso, puoi comunque dire al tuo cliente che rispetto ad altri prodotti dello stesso tipo offre molte funzionalità in più che possono tornargli utili.

2. L'Empatia aiuta

Quando il tuo cliente esprime determinate sensazioni che lo ostacolano nell'acquisto del tuo prodotto, puoi fargli capire che comprendi i suoi stati d'animo e che il tuo prodotto cerca di risolvere le sue esigenze.

Questo può aiutarti molto per ottenere la fiducia del cliente e anche se in un primo momento non riuscirà ad acquistare il tuo prodotto, tenderà a ricordarsi in futuro della comprensione che hai avuto per lui.

3. Dimostrati interessato alle sue esigenze

Quando ti mostri realmente interessato ai dubbi del cliente e lo porti a elaborare la sua obiezione, potresti ottenere molti vantaggi.

Se saprai argomentare bene, il tuo cliente può modificare la sua obiezione o addirittura annullarla nel caso in cui non esistano più motivazioni valide per dire di no all'acquisto.

4. Usa le parole del cliente

Ogni cliente ha il suo personale modo di esprimersi e quando si trova a contatto con un venditore che ha un modo totalmente differente dal suo di parlare potrebbe non percepire il rapporto come di comprensione reciproca.

Per questo motivo è molto importante apparire come persone esattamente come lui, quindi se dovete vendere ad una persona che cerca solo prodotti di alto livello, dimostrate di essere interessati anche a voi a certi tipi di prodotti.

5. Racconta storie

Questa tecnica potrà sembrarvi molto strana, invece è molto efficace, infatti raccontare una storia di una persona che ha acquistato i tuoi prodotti e che ha avuto ottimi benefici dall'acquisto potrebbe diminuire la resistenza del cliente a livello conscio.

Nel momento in cui racconti una storia, è la mente inconscia del cliente a lavorare. La mente tenderà a fare tutti i collegamenti necessari per capire quanto il prodotto può essere davvero molto utile.

6. Chiedi al cliente in quali condizioni effettuerebbe l'acquisto

Molto spesso il cliente ti può suggerire cosa devi fare per portarlo ad acquistare il tuo prodotto. Anche in questo caso l'uso delle domande è fondamentale, per questo motivo devono essere pianificate in anticipo in modo da essere realmente efficaci.

7. Impedisci al cliente il rinvio

Molti clienti, senza nessuna ragione, decidono di rinviare l'acquisto in futuro, però molte volte la vendita si conclude con un nulla di fatto.

Per questo motivo devi essere in grado di convincere il cliente che quel determinato prodotto gli serve in questo momento per risolvere i suoi problemi.

8. Se il cliente oppone resistenza, fallo anche tu!

Se al primo tentativo non funziona la vendita, continua ad insistere cambiando le tue argomentazioni, altrimenti ti troverai una sequenza di No, con tanto di scocciatura da parte del cliente. Mediamente le persone tendono a desistere dopo 5 tentativi, per questo motivo se non funziona al primo colpo non perderti d'animo e riprovaci di nuovo!

CAPITOLO 3

5 Modi Infallibili per mettere KO qualunque Obiezione!

5 Modi Infallibili per Gestire le Obiezioni

È un film che si ripete spesso, siete lì che cercate di dare il meglio di voi per convincere il cliente potenziale sui punti di forza del vostro prodotto/servizio sperando che finalmente si convinca e lo acquisti, e poi, come di consueto, arriva il momento più temuto da tutti i venditori: la fase delle **Obiezioni!**

Capite subito quando sta arrivando, lo leggete negli occhi del vostro cliente che inizia ad inarcare il sopracciglio, muta drasticamente espressione ed è pronto per mettere tutti i "puntini sulle i":

"Voglio pensarci su." "Abbiamo già speso tutto il budget." "Devo prima consultarmi con Tizio e Caio." "Non sono abituato ad acquistare di impulso..." "Prima mi devo informare bene!"

Sono certo che si potrebbe scrivere un libro intero solo elencando tutte le migliaia di obiezioni che noi commerciali siamo abituati a sentire!

Eppure è proprio in questi momenti che si vede **la vera bravura ed abilità di un venditore, nel saper gestire con successo ed efficacia qualsiasi tipologia di obiezione e riportare il punto di vista del cliente sulla "diritta via" dell'acquisto.**

Come si fa? Esistono delle tecniche per imparare a parare con ingegno e fare costruttivo le possibili obiezioni sollevate dai nostri clienti?

Esistono eccome, e in questo ebook ho deciso di svelarvi i miei segreti per affrontare in modo infallibile tutti i "se" e tutti i "ma" dei vostri clienti dubbiosi.

Ecco le **5 modalità vincenti** da imparare e mettere subito in pratica:

1. Identifica subito la Tipologia di Obiezione

Questo è in assoluto il primo passo da compiere per gestire nel modo migliore le obiezioni dei vostri clienti. Il più delle volte infatti, le obiezioni vere e proprie non vengono dette palesemente ma restano latenti o camuffate da altre scuse più immediate e meno complesse da spiegare. **Solo una volta che avrete individuato il vero motivo per cui il cliente dimostra titubanza all'acquisto, solo allora potrete mettere in atto la vostra strategia di difesa.**

Tra le obiezioni vere troviamo:

Non aver abbastanza soldi o non volerli spendere
Non avere abbastanza potere decisionale
Saper di poter concludere un affare migliore con un vostro concorrente
Avere altre idee in mente o non voler cambiare il fornitore attuale
Avere troppi impegni al momento e non avere tempo di considerarvi

2. Accogli l'Obiezione e Confermala con Parole Diverse

Che il vostro prodotto non piace, che non soddisfa, che i prezzi sono troppo alti...

Occorre tenere bene a mente che nessuno ama essere contraddetto. E' quindi fondamentale accogliere e confermare l'obiezione sollevata dal cliente e reagire utilizzando delle "carezze psicologiche", riproponendo quindi la stessa domanda dubbiosa sollevata, con parole diverse ma con senso medesimo. Questo metodo è molto utile perché **rigirate l'obiezione direttamente sul cliente**. Ad esempio *"In altre parole...se non fosse per...lei acquisterebbe il mio prodotto, giusto?"*. In questo

modo proponendo un invito all'azione attraverso un'altra domanda, il cliente magari vi dirà qualcosa di più in merito ai suoi dubbi e voi avrete delle motivazioni ulteriori da considerare e valutare per la vostra strategia di difesa e...attacco!

3. Rispondi Deciso e Perseverante: "Disco Rotto" e Aikido Mentale!

Il vostro obiettivo è fare in modo che il cliente risponda SI.

Se necessario, non abbiate timore di utilizzare la tecnica del "**Disco rotto**" ovvero di ripetere continuamente al cliente che è il momento giusto di acquistare nonostante le resistenze che pone (in genere la maggior parte dei clienti desiste dopo 5 tentativi di riluttanza). Per farlo dovete tirare fuori tutte i vostri assi nella manica: conoscenza approfondita del prodotto, creatività, autostima, le vostre migliori doti comunicative. **Dovete combinare tecnica e sicurezza, sincerità e convinzione così da portare il cliente a concordare con voi su tutto.** (Leggi anche: **L'importanza della Leadership nelle Vendite**)

Un'altra tecnica molto efficace è quella dell'**Aikido Mentale**. L'Aikido è un'arte mar- ziale giapponese che mira a difendersi senza ferire l'avversario, allineandosi con lui e utilizzando la sua energia per sventare l'attacco. Rapportata alla trattativa com- merciale significa non cercare di fronteggiare il cliente ma piuttosto fare in modo di vincere insieme, trovando un punto di incontro comune che possa generare valore per entrambi.

4. Poni la Domanda Conclusiva dando per scontato il Buon Esito

Ricordate sempre che in una conversazione domina chi fa le domande e non chi invece fornisce risposte. Dovete quindi essere abili nel porre una domanda finale efficace che vi assicuri la vendita. E se voi vi dimostrate convinti del buon esito, in automatico anche il cliente tenderà ad essere d'accordo, o per lo meno si avvicinerà alla vostra linea di pensiero. Quindi frasi del tipo “*Ok, allora direi che l'affare è concluso!*” oppure “*Se io...allora lei..?*” sono tranelli di parole molto efficaci.

L'obiettivo è non dare al cliente il tempo di ripensarci ulteriormente!

5. Conferma la Risposta e la Vendita Nero su Bianco

Non c'è tempo da perdere, appena il cliente darà cenno di consenso, lo dovete incalzare subito con domande del tipo “*Benissimo, dove lo facciamo recapitare?*” oppure “*In che giorno facciamo la consegna? Quando iniziamo?*”Ecc. In questo modo date segno di prendere subito in mano la situazione e di essere decisi e competenti. **E un venditore sicuro di sé e determinato rassicurerà il cliente sull'acquisto appena effettuato. (10 Cose Fondamentali che il tuo Cliente Desidera).**

CAPITOLO 4

10 Errori da Evitare nella Gestione delle Obiezioni

Regola Aurea: Rifuggi dagli Errori più Comuni!

Ogni obiezione mette a rischio il profitto della tua vendita.

Saper gestire le obiezioni è quindi di vitale importanza per il benessere tuo e della tua azienda. Purtroppo come hai visto si tratta di un'attività complessa e piena di insidie.

In questo nuovo post ti svelerò i **10 tranelli più insidiosi che ti possono capitare durante la gestione delle obiezioni.**

Non sarebbe tutto più semplice se il cliente avesse già le idee chiare e fosse già convinto a comperare il tuo prodotto così come avviene per la maggior parte dei business online?

Sarebbe bello se fosse possibile non è vero?

Come superare agevolmente le obiezioni dei Clienti

L'ideale sarebbe quello di costruire un sistema di vendita che implementa la gestione delle obiezioni automaticamente. Avresti più tempo per studiare offerte commerciali e dedicarti ad altre attività risparmiando il tempo che dedichi normalmente nella gestione delle obiezioni.

Inoltre otterrai un aumento del numero delle conversioni, perché i clienti che si rivolgono a te, hanno già deciso che vogliono il tuo prodotto.

Risultati? Aumento delle vendite e meno stress.

MA ORA FAI ATTENZIONE!

Prima di congedarmi dandoti gli ultimi consigli pratici sulla gestione delle obiezioni, spiegandoti i 10 errori da evitare, **voglio darti un'ultima buona novella.**

La buona notizia è che è possibile implementare un sistema di vendita che ti permetterà di ottenere più prospect qualificati e diminuire il processo della gestione delle obiezioni fino QUASI ad eliminarlo completamente.

Ed ecco finalmente i famosi 10 errori che non dovrai mai commettere di fronte alle obiezioni dei tuoi clienti!

I 10 Errori da Evitare nella Gestione delle Obiezioni

Quelli che leggi qui sotto, sono 10 errori che non devi mai e poi mai commettere e che possono compromettere seriamente le tue vendite, la tua reputazione di venditore e persino la reputazione della tua azienda.

Come superare agevolmente le obiezioni dei Clienti

Di norma ci sono SOLO 2 TIPI DI VENDITORI che commettono questi errori:

quelli ine- sperti, motivati dalla passione ma che non hanno ancora acquisito le *tecniche di vendita da manuale* e quelli che ammiro di meno: **quelli che hanno gettato la spu- gna**. Se stai leggendo questo blog tu fai sicuramente parte della prima o della **TERZA** categoria di venditori. Quelli che continuano a investire sulla forma- zione.

ECCO QUINDI COSA EVITARE NELLA GESTIONE DELLE OBIEZIONI:

Obiezioni durante la Vendita

 **10 Errori da Evitare** 

- 1
Discutere con il Cliente
- 2
Attaccare il Cliente
- 3
Contraddire il Cliente
- 4
Offendere il Cliente
- 5
Sviare un'Obiezione
- 6
Sorvolare sui Problemi del Cliente
- 7
Scaricare Responsabilità su altri
- 8
Mettersi Qualcuno Contro
- 9
Stare troppo tempo su un'Obiezione
- 10
Dare Informazioni Sbagliate

 **ASSO**
DELLA VENDITA

www.assodellavendita.it

#1 - Discutere con il cliente

Non discutere mai con il cliente. Può portarlo a essere più critico e maggiormente sulle difensive. Chiedere la vendita diventa molto più difficile.

#2 - Attaccare il cliente

Mai, e poi mai, attaccare il cliente o accusarlo per qualsiasi cosa. Anche se ti ha fatto perdere tempo o si è approfittato di te sfilandoti da sotto al naso una “consulenza” gratuita, la prossima volta ti farai più furbo.

#3 - Contraddire il cliente

Contraddire il cliente significa offenderlo nell'orgoglio. Leggi sotto...

#4 - Offendere il cliente

Se attaccare il cliente è un gesto folle, cosa puoi aspettarti dopo averlo offeso? L'unica cosa che puoi ottenere sarà la sua rabbia e un meritato calcio nel sedere...

#5 - Sviare un'obiezione

Sviare un'obiezione è il modo più semplice per far credere (forse giustamente) al tuo cliente che le sue impressioni sono fondate. Meglio affrontare a viso aperto l'argomento.

#6 - Sorvolare sui problemi del cliente

Se il cliente ti fa capire di avere avuto dei problemi con l'azienda precedentemente, sorvolare significa dire al cliente che non ti sta a cuore il suo problema, indica mancanza di **empatia**. Con buona possibilità non riuscirai a chiudere la vendita...

#7 - Scaricare le responsabilità su altri

Purtroppo in troppi tendono a commettere questo errore. Al cliente non interessa chi ha responsabilità all'interno della vostra azienda. A lui interessano le soluzioni. Valgono le stesse considerazioni viste al punto precedente.

#8 - Mettersi qualcuno contro (anche la semplice segretaria)

Crearsi antipatie all'interno dell'azienda cliente significa avere un nemico che farà di tutto per fare in modo che la tua offerta sia cestinata. Non puoi sapere come siano strutturate le relazioni tra le persone quindi anche quella che consideri una semplice telefonista, può rivelarsi un alleato vincente.

#9 - Passare troppo tempo su un'obiezione

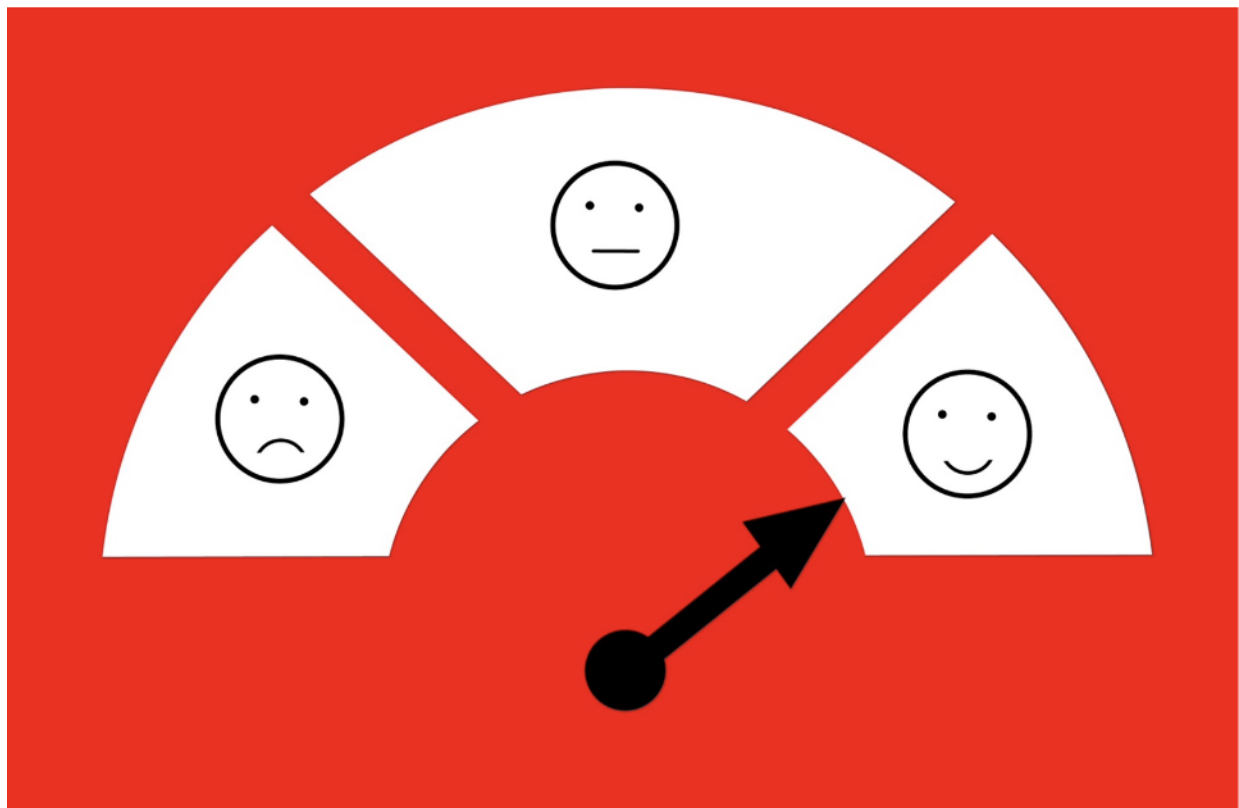
Se passi troppo tempo a cercare di ribattere un'obiezione comunicherai importanza sull'argomento. Il mio consiglio è trovare un approccio analitico per far ragionare il cliente e poi concludere con una frase che focalizzi l'attenzione del cliente sugli aspetti positivi ad esempio:

“Per il resto/a parte questo... il resto va bene?”

#10 - Dare un'informazione sbagliata

Capisco che solo pochissimi venditori di esperienza e con una lunga storia all'interno di un gruppo aziendale possano conoscere tutti gli aspetti tecnici, *commerciali* e legali della propria azienda mandante.

Tuttavia, fingere di conoscere informazioni o peggio dare informazioni errate è un altro modo per fare una pessima figura con il cliente.



Spero ti sia utile questa guida su Come Vincere le Obiezioni del Cliente!

Alessandro Ferrari

Author: Alessandro Ferrari Autore, Imprenditore e Formatore esperto in Comunicazione, Tecniche di Vendita e Inbound Marketing.

SERVE AIUTO?

Io e il mio team siamo disponibili ad aiutarti per ideare e sviluppare la tua nuova strategia di marketing

CONTATTACI



Alessandro Ferrari