

SZABLON

Metoda zbijania obiekcji **S.Z.T.U.R.M.E.M**

Jednym z największych wyzwań każdego sprzedawcy jest skuteczne zbijanie obiekcji klientów. Mistrzowskie opanowanie tej sztuki jest jednym z kluczy do ogromnych sukcesów w świecie sprzedaży.

Metoda zbijania obiekcji S.Z.T.U.R.M.E.M., którą za chwilę poznasz **umożliwi Ci ustalenie prawdziwych powodów wahania Twojego klienta**. Naucz się jej na pamięć i zacznij ją stosować, a szybko zwiększysz ilość zawieranych transakcji!

Karol Froń



Wprowadzenie do metody

W procesie sprzedaży normalną kwestią jest to, że klienci mają wątpliwości zakupowe, które wyrażają w postaci obiekcji np. nie potrzebuję, nie jestem zainteresowany czy chcę się jeszcze zastanowić.

Wszystkie **obiekcje** mają **swe źródło** w **niedokładnie zbadanych potrzebach** i **nieodpowiednio ustalonych motywach zakupowych**. Powoduje to, że w trakcie prezentowania oferty, która nie jest idealnie dopasowana do oczekiwań klienta, ma on obawy dotyczące zakupu.

Obiekcje klientów dzielimy na:

- **obiekcje jawne** - artykułowane wprost, dobrze brzmiące np. to jest za drogie,
- **obiekcje ukryte** - prawdziwe powody wahania, o których klient nie mówi z jakiegoś powodu np. obawiam się, że dokonam jak dokonam teraz zakupu, to nie starczy mi na zapłacenia rachunków.

Dzięki **metodzie zbijania obiekcji S.Z.T.U.R.M.E.M.** jesteśmy w stanie ustalić prawdziwe powody wahania klienta. Metoda ta w praktyce polega na przeprowadzeniu klienta przez serię pytań w celu upewnienia się, że artykułowane obiekcje są jedy-nymi, które go blokują przed zakupem i ustalenia czy są też inne - ukryte - o których nie wspomniał. **Tylko dotarcie do ukrytych obiekcji może dać szansę na pozytywne zakończenie i sprzedaż.** Na następnych stronach znajdziesz poszczególne kroki tej metody:



S jak **Słuchaj**

Uważnie słuchaj w jaki sposób klient wyraża swoje wątpliwości, obserwuj jego ton głosu, mowę ciała, patrz czy pochyla się w Twoim kierunku, czy krzyżuje ręce na piersi, czy drży mu głos, w którym kierunku spogląda, czy patrzy Ci w oczy.

Z jak Zgódź się

Zgódź się z klientem i staraj się dokładnie zrozumieć co ma na myśli, aby pokazać mu, że jest dla Ciebie ważne to, na czym mu zależy.

Nigdy nie neguj na starcie tego, co klient mówi, bo pokażesz tym samym, że w ogóle nie interesują Cię jego potrzeby i zantagonizujesz go przeciwko sobie.

Powiedz np. "rozumiem, że jakość jest dla pana ważna. Co jeszcze jest dla Pana ważne?,"





T jak Traktuj

Traktuj obiekcję jako jedyny powód wahania, zapytaj klienta czy są jakiekolwiek inne powody, problemy o których nie powiedział do tej pory, a one także sprawiają, że boi się podjąć decyzję np. "czy to jedyny powód dla którego nie chce Pan kupić?,"

U jak Upewnij się

Musisz mieć 100% pewności, że klient jest z Tobą szczery i nie ukrywa żadnej obiekcji, która go blokuje.

Na tym etapie prosisz o szczerość, bo w kolejnym kroku zajmiesz się rozwiązaniem problemu, a więc musisz wiedzieć jakie dokładnie problemy chcesz rozwiązać.

Zapytaj o to samo co w poprzednim kroku, przeformułując pytanie. Powiedz np. "innymi słowy gdyby miał Pan pewność, że to najwyższa jakość, to kupiłby Pan mój produkt?„





R jak Rozwiąż

W tym miejscu proponujesz rozbrojenie obiekcji, używając tego co powiedział Ci wcześniej klient, czyli zarzucasz hak na klienta, sugerując rozwiązanie problemu w pytaniu.

Powiedz np. „więc jeśli dam Panu dowód, że ten produkt jest bardzo wysokiej jakości, to zdecyduje się Pan na zakup?”

M jak Mocna Odpowiedź

W tym miejscu wykorzystaj argumenty, którymi dysponujesz, by odpowiedzieć na obiekcje, wykorzystaj wszystkie swoje atuty i zalety produktu i ponownie się upewnij czy obiekcja została rozwiana.

Powiedz np. „nasz produkt ma certyfikat jakość ISO 9001, poza tym po raz trzeci z rzędu zwyciężyliśmy w konkursie „Gazele Biznesu”, otrzymując wyróżnienie w kategorii „Innowacja”, a na dodatek obsługujemy takie firmy jak BRW, Agata Meble czy Ikea, co potwierdza naszą najwyższą jakość”.





E jak Efektywne Zamknięcie

Gdy udzielisz klientowi wyczerpujących informacji, które neutralizują obiekcje, szybko przejdź do zamknięcia sprzedaży, zadając pytanie:

„Zatem jak Pan widzi, nasze produkty cechują się najwyższą jakością, a więc czy ma Pan jakieś ostatnie pytanie czy możemy działać?”

M jak Miłe Potwierdzenie

Gdy klient zgodzi się z Twoimi argumentami i przestanie obawiać się zakupu, tylko wyrazi chęć do działania, pogratuluj mu i przejdź do kwestii formalnych, czyli podpisania umowy, wybierania towaru, ustalania warunków współpracy.

Powiedz wtedy np. „świetna decyzja, będzie Pan naprawdę zadowolony, zatem przejdźmy teraz do ustalenia terminu dostawy”





ZAPROSZENIE NA BEZPŁATNY WEBINAR

Jak dzięki **modelowi rozmowy handlowej**
O.K.S.P.R.Z.E.D.A.Ż. przynajmniej 2-krotnie zwiększyć
swoje wyniki sprzedażowe?

ZAREZERWUJ SWOJE MIEJSCE!

Link do rejestracji: <http://karolfron.pl/webinar>

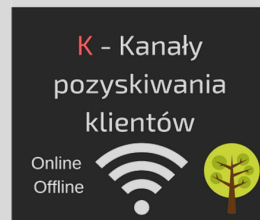
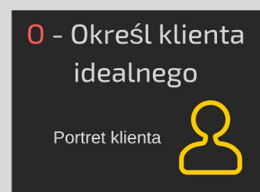
Czym jest **model rozmowy handlowej O.K.S.P.R.Z.E.D.A.Ż.**?

Ostatnie kilka lat swojego życia poświęciłem na próbach uporządkowania swojej wiedzy oraz nadania jej odpowiedniej struktury.

Zależało mi na tym, aby moi handlowcy jak i osoby przeze mnie szkolone mogły z łatwością wdrażać ją w życie i obserwować gwałtowny wzrost swojej efektywności sprzedażowej.

W ten sposób, po licznych próbach i popełnianych po drodze błędach powstał jeden z najbardziej rozbudowanych na polskim rynku systemów prowadzenia rozmowy handlowej, który nazwałem modelem O.K.S.P.R.Z.E.D.A.Ż.

Model ten rozkłada proces sprzedaży na części pierwsze i każdemu jej elementowi przypisuje zestaw konkretnych strategii, metod i technik mających na celu poprowadzić rozmowę w kierunku finalizacji transakcji.



Model rozmowy handlowej O.K.S.P.R.Z.E.D.A.Ż. to przede wszystkim:



Uporządkowany, prowadzący Cię krok po kroku proces, dzięki któremu na każdym etapie rozmowy wiesz dokładnie jak się zachować, aby znacząco zwiększyć swoje szansę na finalizację transakcji.



Wyłącznie najsukuteczniejsze i sprawdzone techniki sprzedaży, które doskonale się spisują w każdej branży i oferty.



Gotowe, autorskie schematy, skrypty i instrukcje, dzięki którym nigdy nie będziesz miał problemu, aby zdobytą wiedzę zastosować w praktyce (m.in. autorski skrypt umawiania spotkań Z.A.P.R.O.Ś, schemat rozbijania obiekcji S.Z.T.U.R.M.E.M. czy instrukcja prezentacji usługi P.2.U.R.K.O.)



ZAPROSZENIE NA BEZPŁATNY WEBINAR
Jak dzięki modelowi rozmowy handlowej
O.K.S.P.R.Z.E.D.A.Ż. przynajmniej 2-krotnie
zwiększyć swoje wyniki sprzedażowe?

ZAREZERWUJ SWOJE MIEJSCE!

Link do rejestracji: <http://karolfron.pl/webinar>

