۸ روش برای پاسخگویی به اعتراض «اجازه بدهید درباره‌اش فکر کنم»

شما زمان، پول و انرژی قابل توجهی را روی یک فرصت سرمایه گذاری کرده‌اید. سپس خریدار می‌گوید که می‌خواهد "در مورد آن فکر کند". باید چه کار کنید؟ شاید شروع کردن با کاری که **نباید انجام دهید** آسان‌تر باشد. اغلب اوقات، فروشندگان به سادگی با تأخیر در تصمیم‌گیری و به تعویق انداختن بررسی به زمان دیگری موافقت می‌کنند. اگر کمی احساس شجاعت هم بکنیم، ممکن است حتی تاریخ و زمانی را برای تماس بعدی پیشنهاد دهیم. این رویکرد معمولاً منجر به چرخه‌ای از تأخیر، سوءتفاهم و به طور بالقوه فرار از

سوی مشتری می‌شود. هیچ یک از طرفین از این موضوع سود نمی‌برند. اینکه تعیین کنید دقیقاً کجا ایستاده‌اید بسیار موثرتر خواهد بود.

در این مقاله از مجله راه مدیران به ۸ روش می‌پردازیم که در شرایطی که مشتری می‌گوید اجازه بدهید درباره‌اش فکر کنم، به کارتان می‌آید. با ما همراه باشید.

روش هایی برای پاسخ به اعتراض «اجازه بدهید درباره‌اش فکر کنم»

۱. سه مانع احتمالی را شناسایی کنید و از مشتری بخواهید یکی را انتخاب کند

> کاملا قابل درک است. اکثر مشتریان ما برای فکر کردن به این موضوع نیاز به زمان دارند. آیا ممکن است نگران هزینه، پیاده سازی، یا صحت حرف‌های ما باشید؟

بعد از گفتن این جمله صحبت را متوقف کنید. منتظر بمانید تا مشتری نگرانی خود را از بین سه مورد ذکر شده یا دلیل دیگری که مانع پیشبرد معامله با او می‌شود را بیان کند.

۲. برای صحبت صریحانه اجازه بگیرید

> "اممم... اگر من نظرم این باشد که شما دارید تصمیم اشتباهی می‌گیرید، چگونه بدون ایجاد سوتفاهم، این موضوع را به شما بگویم؟"

فرد مقابل همیشه بعد از این جمله از شما می‌خواهد که بدون پرده حرف خود را بزنید. بر روی بزرگترین درد عاطفی در دنیای این فرد که شناسایی کرده‌اید و می‌توانید حل کنید، تمرکز کنید و پیامدهای مالی نادیده گرفتن آن مشکل را بررسی کنید.

۳. برای درک واقعیت تلاش کنید

> "بیشتر اوقات، وقتی می‌شنوم 'اجازه بدهید در مورد آن فکر کنم'، در واقع منظور مشتریان 'نه متشکرم' است. آیا شما هم همین منظور را دارید؟"

بسیاری از فروشندگان از پرسیدن این سوال می‌ترسند زیرا فکر می‌کنند به نحوی "فکری منفی" را در ذهن مشتری می‌کارند. دیوید

سندلر، بنیانگذار سندلر تراینینگ، می‌گفت: "شما چیزی را که ندارید نمی‌توانید از دست بدهید." اگر به دانستن واقعیت نیاز دارید، آن را درخواست کنید.

به طرز عجیبی، پرسیدن این سوال معمولاً اطلاعات مورد نیاز برای نجات فروش را به شما می‌دهد. شما خواهید فهمید که آیا امکان همکاری وجود دارد یا خیر. اگر نه، بهتر است زودتر بدانید تا وقت بیشتری را هدر ندهید.

۴. درخواست گام بعدی کنید

> "خب، این درخواست شما منطقی است. فکر می‌کنم من هم همین را به شما می‌گفتم. برای اینکه به طور کامل متوجه شوم که آیا باید پرونده شما را پیگیری کنم و چه زمانی تماس بگیرم یا اینکه آن را رها کنم، چه کاری باید انجام دهیم؟"

زیبایی این رویکرد این است که شما با مشتری موافق هستید - و از آن توافق برای روشن کردن اتفاقات بعدی استفاده می‌کنید. شاید فرصتی برای برنامه ریزی یک تماس تلفنی برای هفته آینده داشته باشید، که در آن زمان مشتری متعهد می‌شود تصمیم نهایی خود را به شما اعلام کند. این بهتر از نداشتن هیچ ایده‌ای در مورد اتفاقات

بعدی است.

۵. یک بازه زمانی تعیین کنید

> "حتماً. فقط به من بگویید، اگر تا [تاریخ] از شما خبری نشد، باید چه کار کنم؟"

این سوال احتمالاً ساده‌ترین و مستقیم‌ترین گزینه در این لیست است، و بنابراین ممکن است بخواهید ابتدا آن را امتحان کنید. به خاطر سپردن و پرسیدن آن آسان است و مشتری را تشویق می‌کند تا

آنچه در جریان است را به اشتراک بگذارد. این راه‌حل را امتحان کنید. ممکن است از میزان اطلاعات خوبی که کشف می‌کنید و مسیرهای جدیدی که ظاهر می‌شوند شگفت‌زده شوید.

۶. بپرسید چه چیزی تغییر خواهد کرد

> "جالب است. آیا می‌توانم بپرسم به طور مشخص به چه چیزی فکر می‌کنید؟ چگونه می‌توانم همین الان به شما کمک کنم تا در مورد آن نکات فکر کنید؟"

اغلب اوقات، هنگامی که مشتری می‌خواهد "در مورد آن فکر کند"، می‌خواهد اطلاعاتی را که از قبل دارند در نظر بگیرد. بهتر است که این کار را به تنهایی انجام ندهند. به آنها کمک کنید تا با تسهیل تصمیم‌گیری، "در مورد این موضوع در همان مکالمه تلفنی فکر کنند".

۷. ذینفعان کلیدی را بررسی کنید

> "می‌دانم. همانطور که شما و تیمتان تصمیم نهایی خود را در نظر می‌گیرید، آیا کسی هست که باید با او صحبت کنم؟ آیا

> نکات کلیدی وجود دارد که بتوانم در این گفتگوها به شما ارائه دهم؟"

در مرحله نهایی فرآیند تصمیم گیری، مشتری احتمالا با سایر ذینفعان دیگری جلسه خواهد داشت تا تصمیم نهایی را بگیرد.

این آخرین فرصت شماست تا به مشتریان نکات مهم مورد نیاز برای حمایت از شما در این جلسه را ارائه دهید. بپرسید آیا فرد دیگری هست که باید با او صحبت کنید و آماده باشید هرگونه پشتیبانی لحظه آخری که مشتری شما نیاز دارد را ارائه کنید.

۸. به آنها بگویید که پیگیری خواهید کرد

> "عالی. من روز دوشنبه با شما تماس خواهم گرفت. نظرتان چیست؟"

مشتری ممکن است آنقدر "در مورد موضوع فکر کند" تا زمانی که فرصت از دست برود. برای جلوگیری از این اتفاق، یک بازه زمانی مشخص برای خود تعیین کنید و همزمان انتظارات را برای مشتری

خود مشخص نمایید. آنها می‌دانند که انتظار دارید تا زمانی که دوباره با آنها تماس می‌گیرید به جمع بندی برسند. بنابراین، به آنها یک فرصت پنج تا هفت روزه بدهید که زمان کافی برای صحبت با سایر ذینفعان را در اختیار آنها قرار دهد.

https://rahemodiran.com/%d۸%a۷%d۸%b۹%d۸%aa%d۸%b۱%d۸%a۷%d۸%b۶-%d۸%b۲%d۹%۸۵%d۸%a۷%d۹%۸۶-%d۸%ae%d۸%b۱%db%۸c%d۸%af/

شاید وقت آن رسیده باشد برای پایان دادن به اعتراضهای مشتریان با روش های علمی و عملی و ری استارت کسب و کار برای ارتباط بیشتر با راه مدیران در تماس باشید.

[box type="info" align="" class="" width=""]این مطلب دارای فایل مقاله صوتی و PDF در بخش عضویت الماسی است. بعد از خرید اشتراک الماسی راه مدیران به ده ها مقاله صوتی و PDF دیگر دسترسی خواهید داشت.[box/]

[box type="shadow" align="aligncenter" class="" width=""]

لطفا برای دسترسی به این بخش از محتوا، ابتدا عضویت الماسی خود را تکمیل نمایید.

خرید عضویت الماسی

[box/]