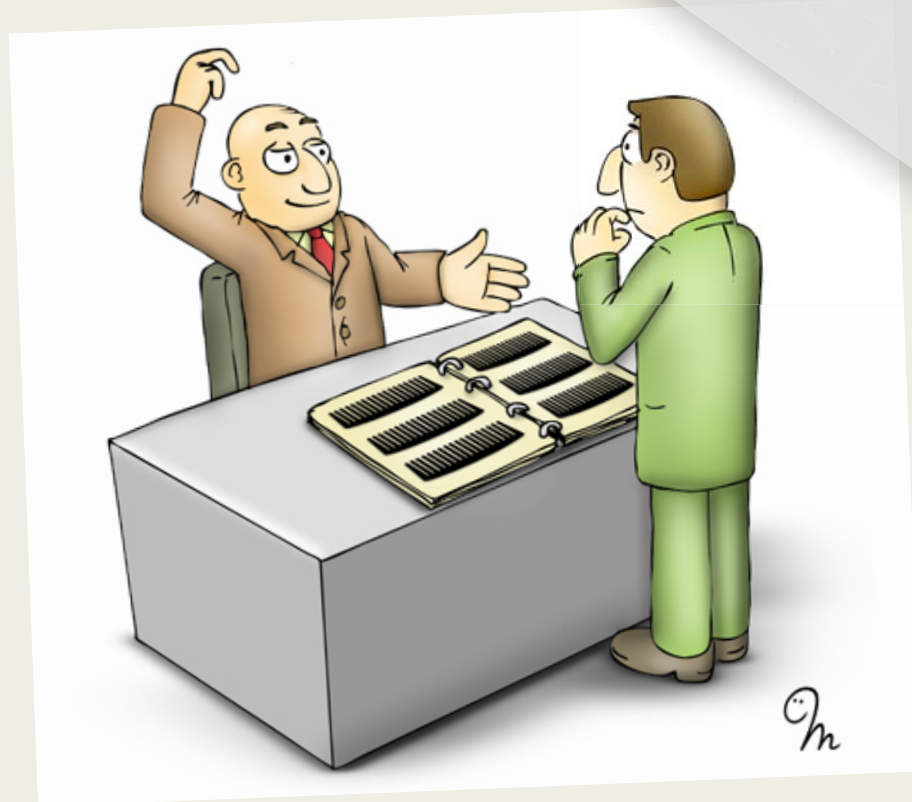




**Apprendere con un sorriso**

Aiuto! Suggerimenti...!?!

**Tecniche di vendita:  
superare le obiezioni**

*"Ci troviamo continuamente di fronte a una serie di grandi opportunità brillantemente travestite da problemi insolubili."*

**J. W. GARDNER**

## DEFINIZIONE

Prima di **acquistare** un prodotto, spesso, il **cliente** ritiene di non avere sufficienti elementi per **prendere una decisione**. Questa necessità di ulteriori informazioni la manifesta attraverso l'espressione di **obiezioni**. L'obiezione è, quindi, una **richiesta di informazioni** aggiuntive espressa in forma negativa, una modalità che il cliente adotta per avere ulteriori **rassicurazioni**. In altri casi il cliente formula una obiezione più semplicemente perché non è riuscito a capire le **finalità** del venditore e, ritenendo inutile la prosecuzione della trattativa, intende **chiuderla**.

## OBIETTIVO

In questa fase del processo di vendita ti porrai l'obiettivo di **rimuovere** gli ultimi **dubbi** che impediscono al tuo cliente di prendere la **decisione** d'acquisto. L'obiezione può arrivare in qualsiasi **momento** della trattativa, quindi dovrai di volta in volta decidere se rispondere **subito** o se **rimandare** la risposta ad un momento diverso. Dovrai, inoltre, capire se l'obiezione è effettivamente un'ulteriore richiesta di **informazioni** o se, invece, non sia una scusa per **chiudere** la trattativa. Per poter superare agevolmente le obiezioni dovrai usare **valide argomentazioni** supportate da **reali benefici** per il cliente.

## DISTINGUI OBIEZIONI VERE DA OBIEZIONI FALSE

Il tuo cliente farà delle obiezioni quando c'è qualcosa che gli impedisce di accettare immediatamente la tua proposta. Egli potrebbe:

- \* esprimere chiaramente la sua **preoccupazione**, per **confrontarsi** con te in modo diretto;
- \* formulare delle **obiezioni false**, dietro cui nasconde quella vera;
- \* o ancora può proporre **obiezioni generiche** e non ben definite per evitare di dover decidere.

In ogni caso, dovrai spingere il tuo interlocutore a **chiarire** la sua posizione, in modo da focalizzare il colloquio sui **temi realmente rilevanti**. C'è un ultimo motivo per cui a volte il cliente pone obiezioni, e sono le più difficili da interpretare, quando vuole **misurare** la tua **abilità** e la tua **competenza**, ebbene in questi casi **dimostragli** di essere un **professionista**!



## GESTISCI LE OBIEZIONI

Di fronte ad un'obiezione mantieni la **calma**. Per scoprire di che **tipo** di obiezione si tratta e quindi rispondere in maniera coerente, utilizza lo **schema della ricerca delle informazioni**:

- \* fa **parlare** il cliente;
- \* fagli precisare il suo **punto di vista**;
- \* **condividi** con lui esigenze e soluzioni.

Evita di **rispondere immediatamente**. Lascia spazio alle sue **preoccupazioni** attraverso le fasi "far parlare" e "far precisare"; in questo modo emergerà l'**obiezione reale**, che in qualche caso si svuoterà di significato. Dovrai farti carico delle sue preoccupazioni, attraverso la fase "condividere", che servirà a **tranquillizzare** il cliente sul tuo impegno ad **aiutarlo**.

**Rispondi**, senza **esasperare** le differenze di vedute, ricorda sempre che la vendita non è una **battaglia** ed il cliente ha tutto il **diritto** di formulare le obiezioni che vuole. Assicura, quindi, un colloquio non conflittuale ma **collaborativo**, il cliente ti riconoscerà un **ruolo produttivo di idee e stimoli**, ma anche **stima e simpatia**.



## SUPERA LE OBIEZIONI INIZIALI!

Il cliente nelle **fasi iniziali** - dopo la vostra conoscenza - potrebbe formulare delle obiezioni con lo scopo di **bloccare** od **impedire** il prosieguo della visita. Ad esempio, potrebbe dirti: "questa volta non acquisto nulla" oppure "ripetiamo esattamente lo stesso ordine della volta scorsa". Sai benissimo che sono obiezioni di sbarramento, probabilmente non hai ancora dichiarato il motivo della visita, ma ciononostante dimostra **sicurezza** e, mantenendo la calma, rafforzerai la tua posizione. **Non contraddirlo**, lascialo **parlare**, concedigli tutto lo **spazio** per precisare le sue **idee** e puntualizzare la sua posizione, utilizza lo schema per la **ricerca delle informazioni**. Trova **elementi** utili per **risolvere** l'**obiezione** proprio nella risposta o nelle **risposte del cliente**.

## SUPERA LE OBIEZIONI DI CONTENUTO!

Sono obiezioni che si riferiscono alla **proposta** e vogliono approfondirne i **contenuti**. Considera queste obiezioni **utili** perché indicano che il cliente sta seguendo la **trattativa** e vuole alcuni **chiarimenti** per rafforzare la sua **convinzione** all'acquisto.

Il cliente esprimerà le obiezioni in **tre** modalità principali, quelle che riguardano:

- \* **utilizzo** del prodotto;
- \* **efficacia** del prodotto;
- \* **convenienza** della soluzione proposta.

Normalmente il cliente le esprimerà nei seguenti modi: *"non utilizzo il prodotto che mi propone"*; *"i prodotti che mi propone non sono efficaci"*; *"preferisco acquistare dalla concorrenza"*. A queste obiezioni risponderai **argomentando i benefici** della tua offerta ed i suoi **punti di forza** rispetto alla concorrenza.

## SUPERA LE OBIEZIONI DI RIMANDO!

Prendere le **decisioni** è sempre **difficile**: se decido di acquistare qualcosa soddisferò un mio desiderio, ma dovrò rinunciare a del denaro, che mi avrebbe consentito di soddisfare un altro desiderio ed allora, cosa fare? Un buon sistema è quello di **rimandare la decisione** o di chiedere un **aiuto** a decidere. Alcuni chiedono, in modo non esplicito, un **consiglio** o una **spinta** alla decisione.

Anche il tuo cliente a volte avrà paura di agire e cercherà di rimandare la decisione, opponendo frasi del tipo: *"vorrei pensare ancora un po'"*; *"preferirei parlarne prima con il mio socio o con mia moglie"*.

Anche in questo caso, utilizza lo schema di comunicazione della **ricerca delle informazioni** per puntualizzare l'obiezione e fornire la tua **collaborazione** per ottenere il miglior risultato. Dichiarati disponibile a chiarire tutti i **dubbi** che il cliente ha e su cui vuole ancora riflettere e ad intervenire personalmente quando il tuo cliente sottoporrà la proposta al suo socio o a sua moglie.

## CONCLUSIONI

Le **obiezioni** non sono, come si crede normalmente, un ulteriore **ostacolo** da superare per giungere alla meta. I **venditori più abili** quasi le **cercano** e le **provocano**, perché sanno che una volta **argomentate e superate** possono passare alla **chiusura**. Diffida dei clienti che non fanno obiezioni, probabilmente non ti stanno seguendo e quando avrai terminato di argomentare ti diranno di non essere interessati alla tua proposta!





## 1 Non procurarti le obiezioni iniziali.

Utilizzando frasi di cortesia o di circostanza offrirai su un piatto d'argento al cliente l'opportunità di formulare una obiezione di sbarramento! Mostrati deciso, sicuro ed evita frasi del tipo: "Posso rubarle qualche minuto?", "La disturbo?", "Posso interrompere il suo lavoro?".



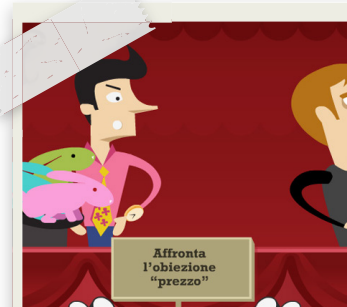
## 2 Non rispondere alle obiezioni iniziali

Alle obiezioni, rassicura il cliente sul fatto che potrai rispondere più compiutamente quando gli avrai spiegato meglio i motivi della visita. Non cercare di dargli una risposta immediata, cadresti solo nella sua trappola, perché il tuo cliente in quel momento non è interessato ad alcuna risposta.



## 3 Affronta l'obiezione "concorrenza"

Parlare male della concorrenza significa, indirettamente, farlo anche di coloro che dalla concorrenza hanno acquistato. E chi hai di fronte potrebbe essere uno di questi. Affronta queste obiezioni esponendo i punti di forza del tuo prodotto, i maggiori benefici che il cliente otterrà se acquista da te!



## 4 Affronta l'obiezione "prezzo"

In questo modo il cliente sta dicendo che non ha sufficienti risorse economiche oppure vuol sapere se i benefici che otterrà dall'acquisto valgono l'investimento. Nel primo caso riduci la fornitura o concedi il massimo della dilazione nei pagamenti, nel secondo chiarisci o aggiungi benefici all'offerta.

## Preparati a gestire le obiezioni sulla concorrenza!

Sai **rispondere** efficacemente all'**obiezione sulla concorrenza**?

Per farlo devi conoscere i punti di **forza** e di **debolezza** del tuo prodotto/servizio e di quello della concorrenza.

**RICORDA** che è su quelli di forza del **TUO PRODOTTO/SERVIZIO** che devi focalizzare le tue risposte alle obiezioni!

Utilizza il seguente **schema**, inserisci un **+** per i punti di forza ed un **-** per i punti di debolezza, e preparati così sulle possibili **obiezioni** che potrebbe muoverti il tuo cliente!



|                     | Il tuo prodotto | Il prodotto concorrente |
|---------------------|-----------------|-------------------------|
| PREZZO              |                 |                         |
| QUALITÀ             |                 |                         |
| ASSORTIMENTO        |                 |                         |
| INNOVAZIONE         |                 |                         |
| IMMAGINE            |                 |                         |
| LIVELLO DI SERVIZIO |                 |                         |