



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Шаблон скрипта 'Работа с возражениями' (с фреймворками)

Пошаговое руководство для построения эффективных скриптов работы с возражениями

Введение: Почему важно работать с возражениями?

Возражения — это не отказ, а скрытый вопрос или запрос дополнительной информации. Любое возражение означает, что клиент заинтересован, но ему не хватает аргументов или понимания ценности продукта. Эффективная работа с возражениями превращает потенциальный отказ в возможность для сделки и увеличивает конверсию. Помните: 80% сделок требуют 5 и более контактов (Gong).

Общие принципы работы с возражениями

Не спорьте, а слушайте

Дайте клиенту высказаться полностью. Примите его доводы, чтобы он почувствовал, что вы его услышали и поняли. Это снижает напряжение и открывает путь к диалогу.

Выявляйте истинную причину

За возражением «Нет денег» может скрываться «Муж не даст согласие» или «Я не вижу ценности». Задавайте уточняющие вопросы: «Что именно вас смущает?», «Если бы не это, вы бы приняли решение?»

Будьте готовы

Подготовьте ответы на самые популярные возражения заранее. Имейте список перед собой, чтобы чувствовать себя увереннее и не терять время на обдумывание.

Фреймворк 'Согласие – Аргумент – Призыв' (САП)

Этот фреймворк помогает структурировать ответ на возражение, показывая клиенту, что вы его понимаете, а затем мягко переводите разговор к ценности вашего предложения.

- 1. Согласие:** Выразите понимание или согласие с правом клиента на его мнение. Используйте фразы: «Я понимаю, почему это важно для вас», «Согласен, вопрос цены всегда актуален», «Действительно, это частый вопрос».
- 2. Аргумент:** Приведите контраргумент, который переводит фокус с возражения на ценность, выгоду или решение проблемы. Объясните, как ваш продукт/услуга решает проблему клиента или приносит ему пользу.
- 3. Призыв:** Завершите призывом к следующему шагу или вопросом, который подталкивает клиента к принятию решения или дальнейшему диалогу.

Пример применения САП

Возражение	'Дорого'
Согласие	«Да, я понимаю, что вопрос цены — это важный критерий выбора продукта, и вы хотите быть уверены в правильности инвестиции».
Аргумент	«Именно поэтому в стоимость нашего решения включена не только сама система, но и полная техническая поддержка 24/7, а также обучение ваших сотрудников. Это позволит вам сэкономить до 20% на возможных простоях и ошибках, которые часто возникают при работе с более дешевыми аналогами без должной поддержки».
Призыв	«Давайте я покажу, как именно наша поддержка поможет вашей команде избежать этих проблем и сэкономить время и ресурсы. Когда вам будет удобно провести короткую демонстрацию?»
Возражение	'Мне нужно подумать'
Согласие	«Конечно, я понимаю, что принятие такого решения требует времени и взвешенного подхода».
Аргумент	«Как правило, когда клиенты говорят, что им нужно подумать, это означает, что у них остались какие-то вопросы или сомнения. Могли бы вы подсказать, что именно вызывает у вас наибольшие размышления? Возможно, я смогу помочь вам разобраться прямо сейчас».
Призыв	«Что именно вы хотели бы обдумать подробнее, чтобы я мог предоставить вам дополнительную информацию?»

Фреймворк 'Три ДА'

Техника «Три ДА» основана на психологическом принципе последовательности: если человек несколько раз подряд соглашается с вами, ему будет сложнее отказать в следующем предложении. Задайте 2-3 простых, неоспоримых вопроса, на которые клиент с высокой вероятностью ответит утвердительно, а затем переходите к ключевому предложению.

Механика 'Трех ДА':

1. Вопрос 1 (очевидный факт): «Согласны ли вы, что для успешного бизнеса важна оптимизация расходов?» (Да)
2. Вопрос 2 (связь с проблемой клиента): «И вы, как руководитель, заинтересованы в решениях, которые помогут вашей команде работать эффективнее?» (Да)
3. Вопрос 3 (подтверждение ценности): «Если бы наш продукт мог гарантированно увеличить производительность ваших сотрудников на 15%, это было бы для вас интересно?» (Да)
4. Ключевое предложение: «Тогда давайте запланируем короткую встречу, где я покажу, как именно мы можем достичь этого результата в вашей компании. Когда вам будет удобно: в среду или в четверг?»

Шаблон для типовых возражений (для заполнения)

Таблица не помещается на страницу PDF — она содержит слишком много столбцов. Полная таблица доступна для скачивания в файле Excel, который прилагается к этому материалу.

Дополнительные техники

□ Отзеркаливание

Тактичное повторение жестов, интонаций или ключевых фраз клиента. Создает подсознательное ощущение 'мы на одной волне', что способствует доверию.

□ Техника бумеранга

Превращение возражения в вопрос или аргумент в пользу вашего предложения. Например, на 'Это слишком сложно' — 'Именно поэтому наша система имеет интуитивно понятный интерфейс, чтобы вы могли начать работать без долгого обучения'.

□ Сравнение с аналогами

Если клиент упоминает конкурентов, не критикуйте их. Вместо этого, мягко подчеркните уникальные преимущества вашего продукта, которые отсутствуют у аналогов, или покажите, где вы превосходите их по важным для клиента параметрам.

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу

