



Робота із запереченнями партнерів

Менеджер з розвитку
персоналу

Гриценко П.В.

Очікування від тренінгу

- Як до мене звертатися
- Які знання та вміння я хочу отримати на цьому тренінгу
- Побаження учасникам тренінгу



Цілі тренінгу

Навчитися

- Чути заперечення партнерів
- Розуміти причини їх виникнення
- Вірно визначати тип заперечення
- Працювати з емоційною стороною заперечення
- Працювати з раціональною стороною заперечення
- Професійно працювати із запереченнями партнерів
- Уникати появи заперечень в подальшому



Pharmasco[®]

Бар'єри продажу



Представити себе та компанію
Задекларувати ціль візиту

Прояснити попередні угоди
Атуалізувати запланований портрет
Виявити/сформуванати потреби

Презентувати за методикою ХПВ під заплановану потребу
Озвучити ключове повідомлення

Розпізнати заперечення
Працювати із запереченнями за технікою 5П

Озвучити домовленості (велике закриття)

Pharmasco[®]

Що таке Заперечення?

90% всіх заперечень
це ритуал продажу.

Більш ніж половини
заперечень не було у
партнера до початку
візиту



Pharmasco[®]

Що таке заперечення з точки зору партнерів?

Заперечення партнера – це сумнів в доцільності покупки, навіть в тому випадку, якщо партнер дійсно зацікавлений в тому щоб купити.

Нормальна реакція покупця на необхідність прийняття рішення (особливо в випадку з цінною покупкою).

Це також перевірка продавця на експертність.



Все одно НЕ ХОЧУ!

Pharmasco[®]

Рольова гра

- Почуйте заперечення



Pharmasco[®]



Резюме 1. Ми не чуємо багатьох заперечень
2. Як правило працюємо тільки з адресними

Заперечення

- Що з цим робити?
- Як зрозуміти інших людей та зробити так, щоб вони зрозуміли нас?
- Як запевнити інших в наших ідеях?
- Як вчасно знайти необхідну відповідь на заперечення?



Що з цим робити?

Для того щоб зрозуміти що робити із запереченнями потрібно спочатку з'ясувати

ЧОМУ ВОНИ ВИНИКАЮТЬ?



Pharmasco[®]

Собачка

Pharmasco[®]

Фільтри сприйняття

1. Узагальнення
2. Недогляд
3. Викривлення

Фільтри сприйняття

Узагальнення

1. Навчання
2. Логічне мислення
3. Особистий досвід



Фільтри сприйняття

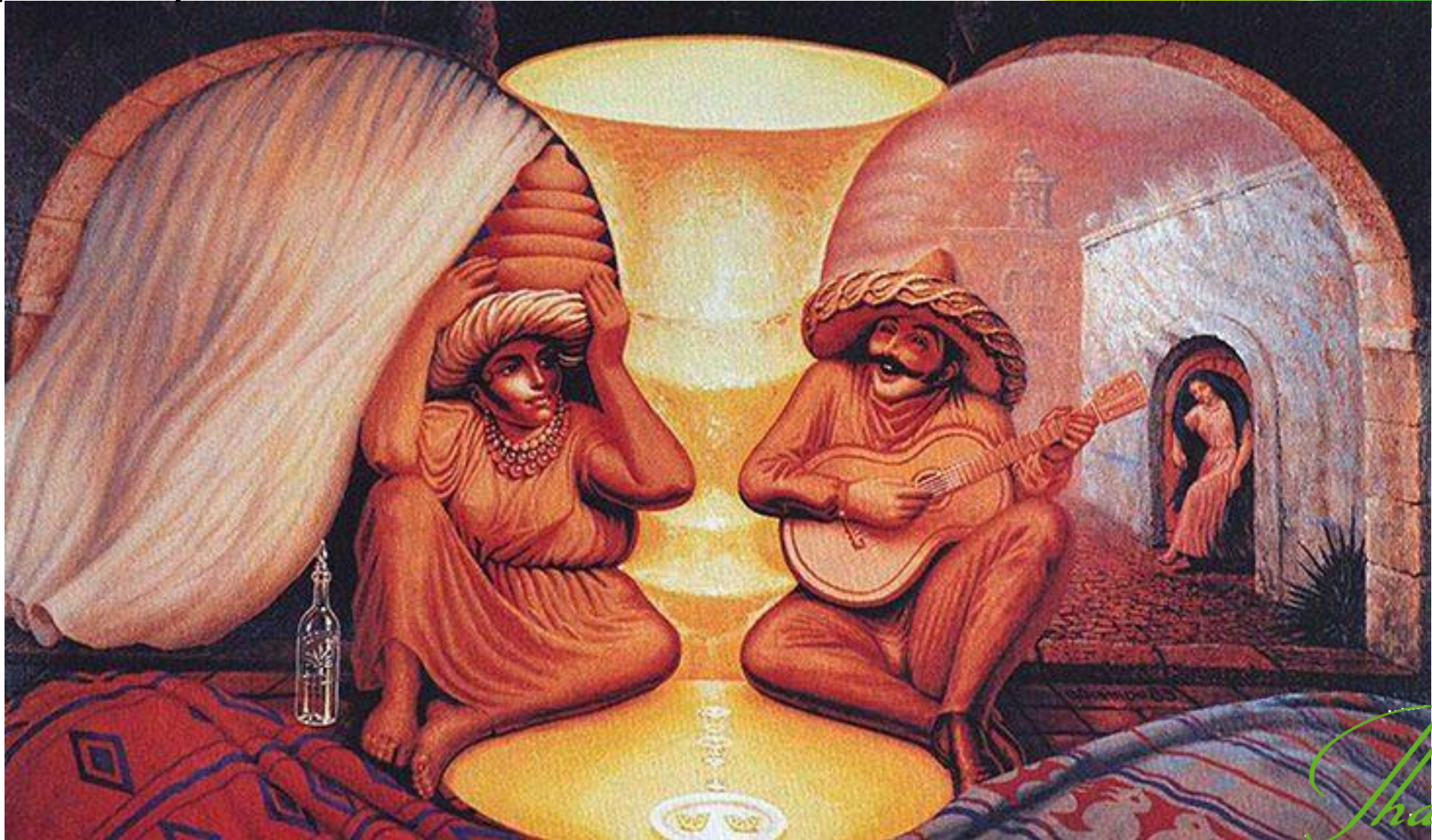
Нехтування

1. Не сприймати частину інформації «шум»
2. Запам'ятовувати лише необхідне
3. Відокремлювати важливе від другорядного



Pharmasco[®]

Фільтри сприйняття



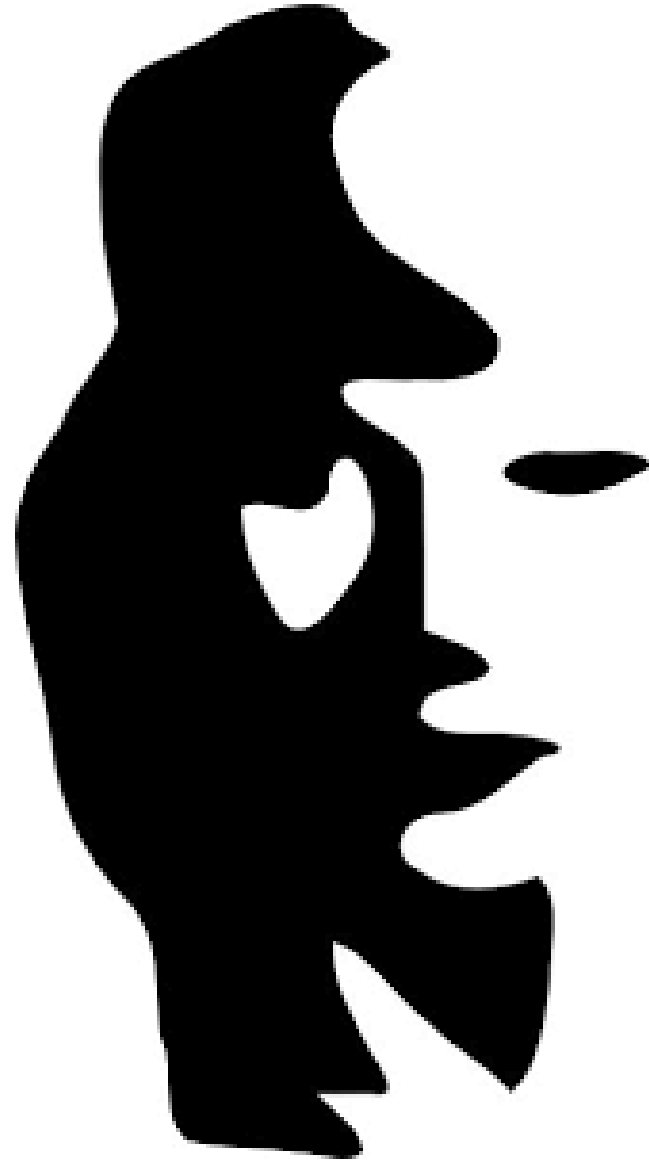
Pharmascope®

Фільтри сприйняття



Pharmasco®

Фільтри сприйняття



Pharmasco[®]



Фільтри сприйняття

Викривлення

1. Творчість
2. Інновації
3. Прогрес
4. Розвиток



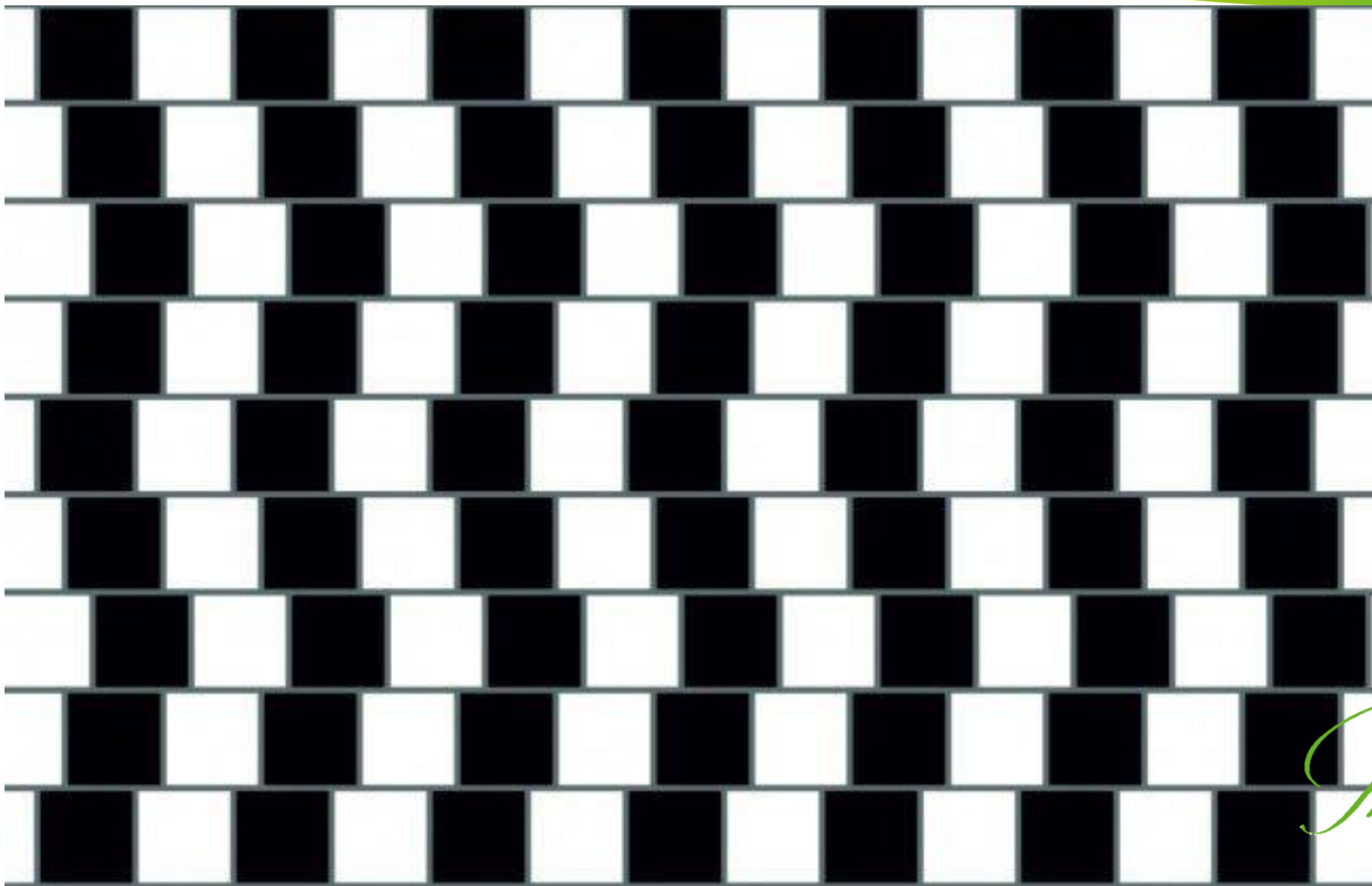
Фільтри сприйняття

Викривлення

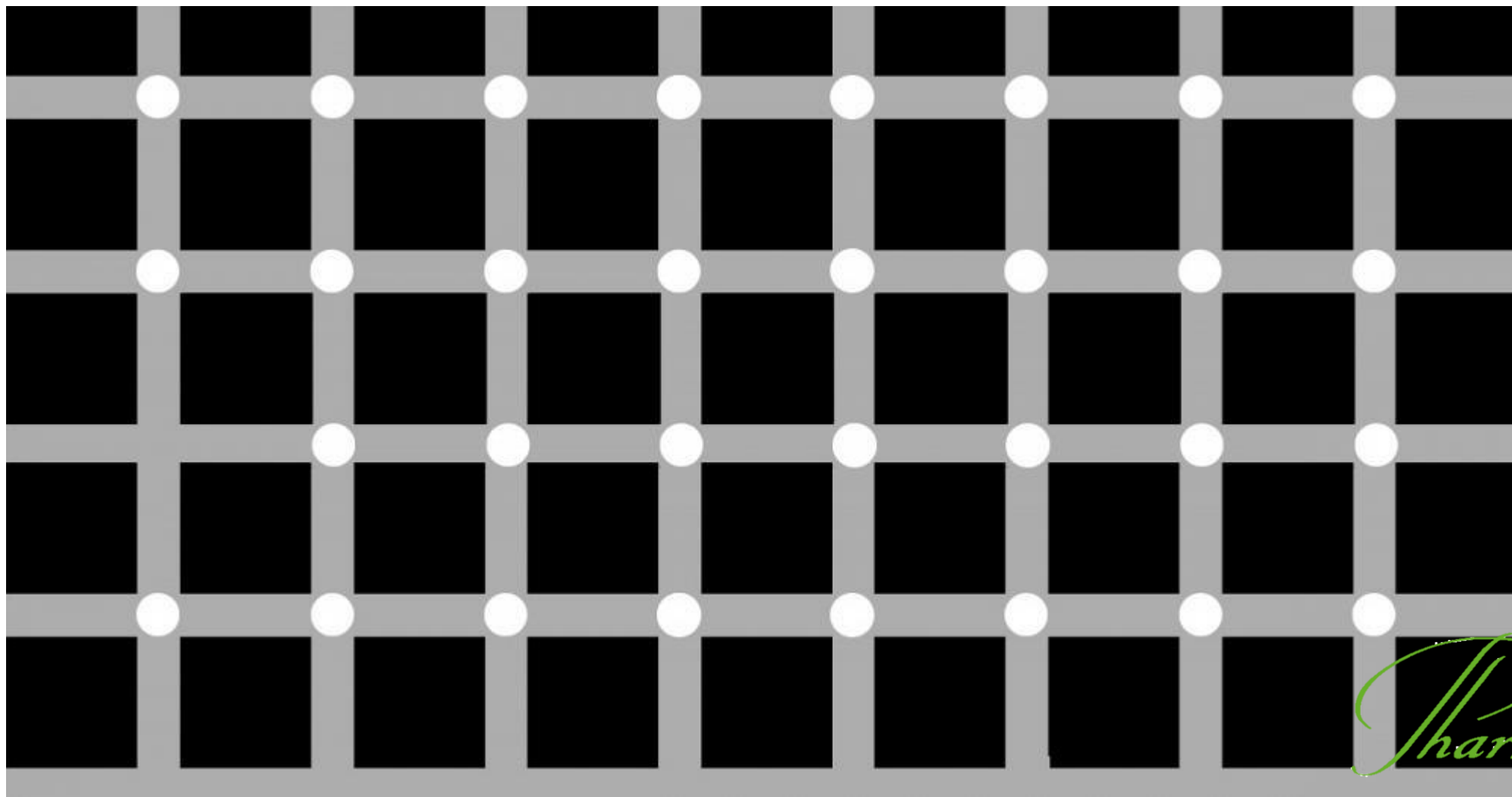
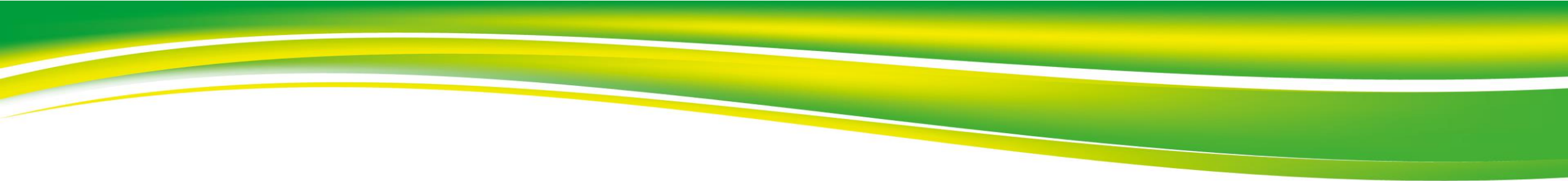
Різне сприйняття однакових предметів, понять, подій слів



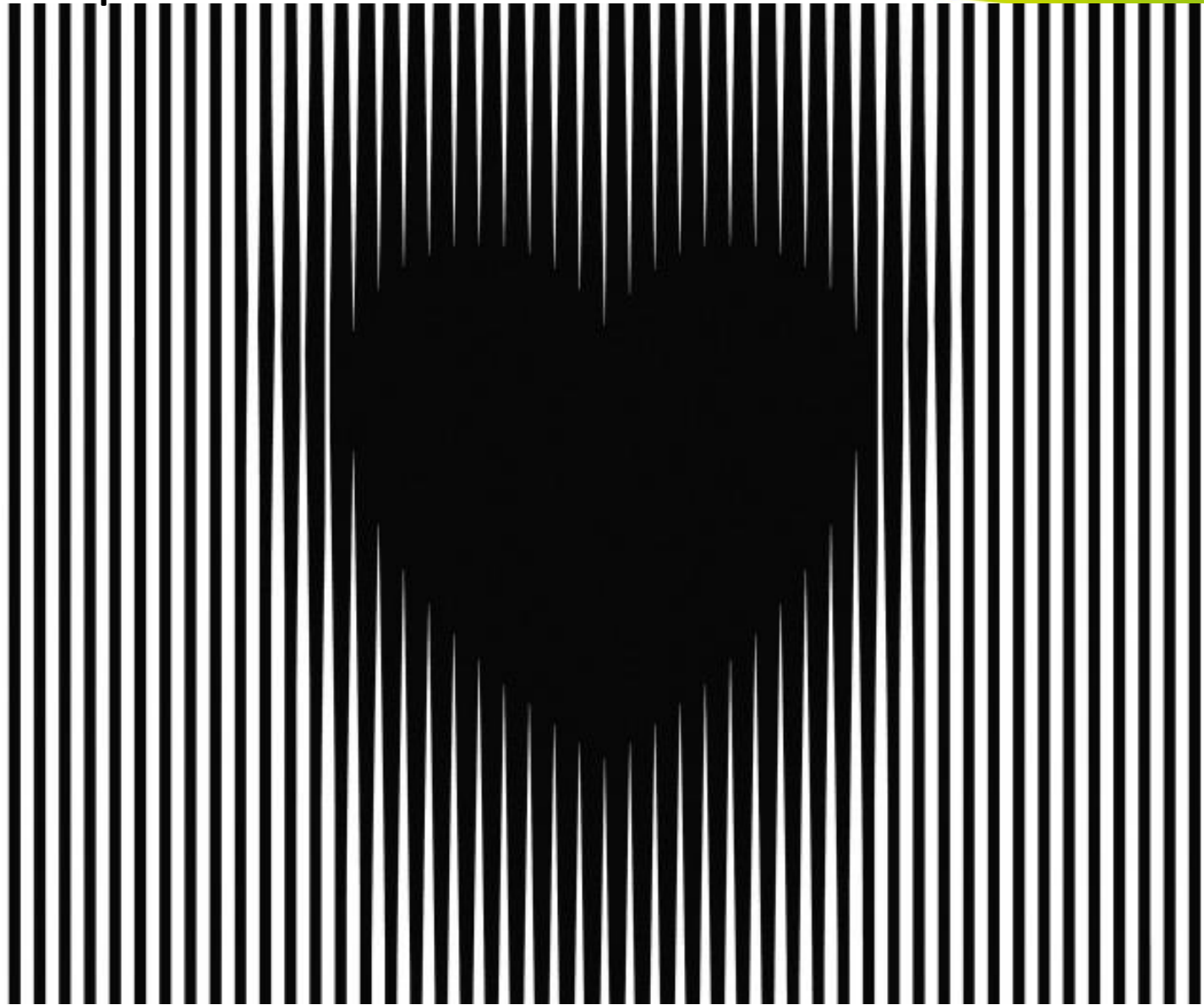
Фільтри сприйняття



Pharmasco®

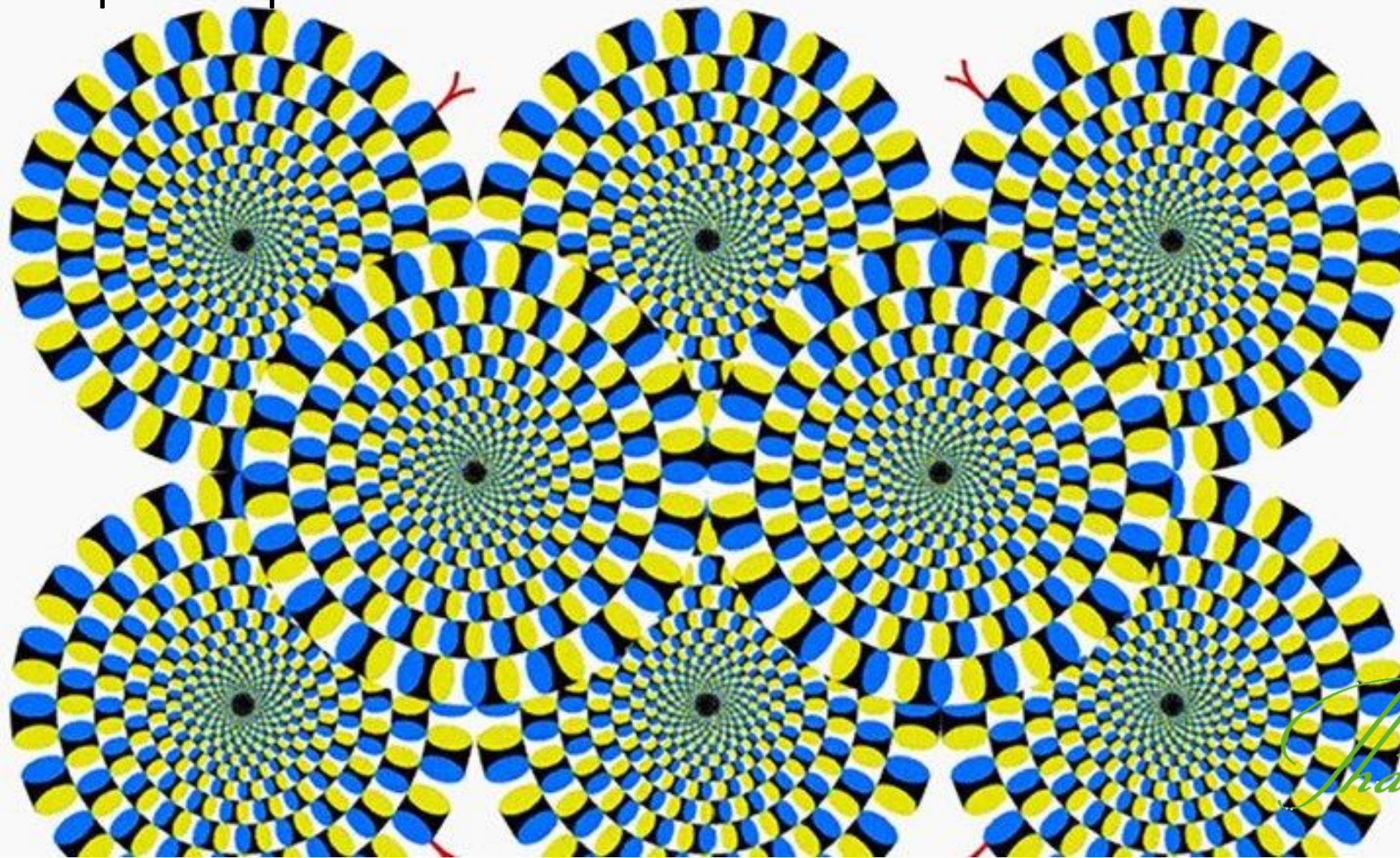


Фільтри сприйняття



Pharmasco®

Фільтри сприйняття



Pharmasco[®]

Фільтри сприйняття

94НН03 С006ЩЗННЗ ПОК4ЗЫ8437,
К4КНЗ У9N8N7ЗЛЬНЫЗ 83ЩN МОЖЗ7 9ЗЛ47Ь Н4Ш Р4ЗУМ!
8ПЗЧ47ЛЯЮЩNЗ 83ЩN!

СН4Ч4Л4 Э70 БЫЛО 7РУ9НО,
НО СЗЙЧ4С Н4 Э70Й С7Р0КЗ
84Ш Р4ЗУМ ЧN7437 Э70 4870М47NЧЗСКН,
НЗ 349УМЫ84ЯСЬ 06 Э70М.

ГОР9НСЬ.

ЛНШЬ ОПРЗ9ЗЛЗННЫЗ ЛЮ9N МОГУ7 ПРОЧN747Ь Э70.

Pharmasco[®]

Помилки комунікації

- Люди часто думають, що інші люди думають точно так, як і вони.
- Люди часто впевнені, що в будь якій ситуації може бути тільки одне сприйняття і тільки одне тлумачення подій — їх тлумачення.

Люди часто вважають, що при вимові слова, наприклад «собачка», інші люди розуміють і бачать те саме, що й вони



Pharmasco®

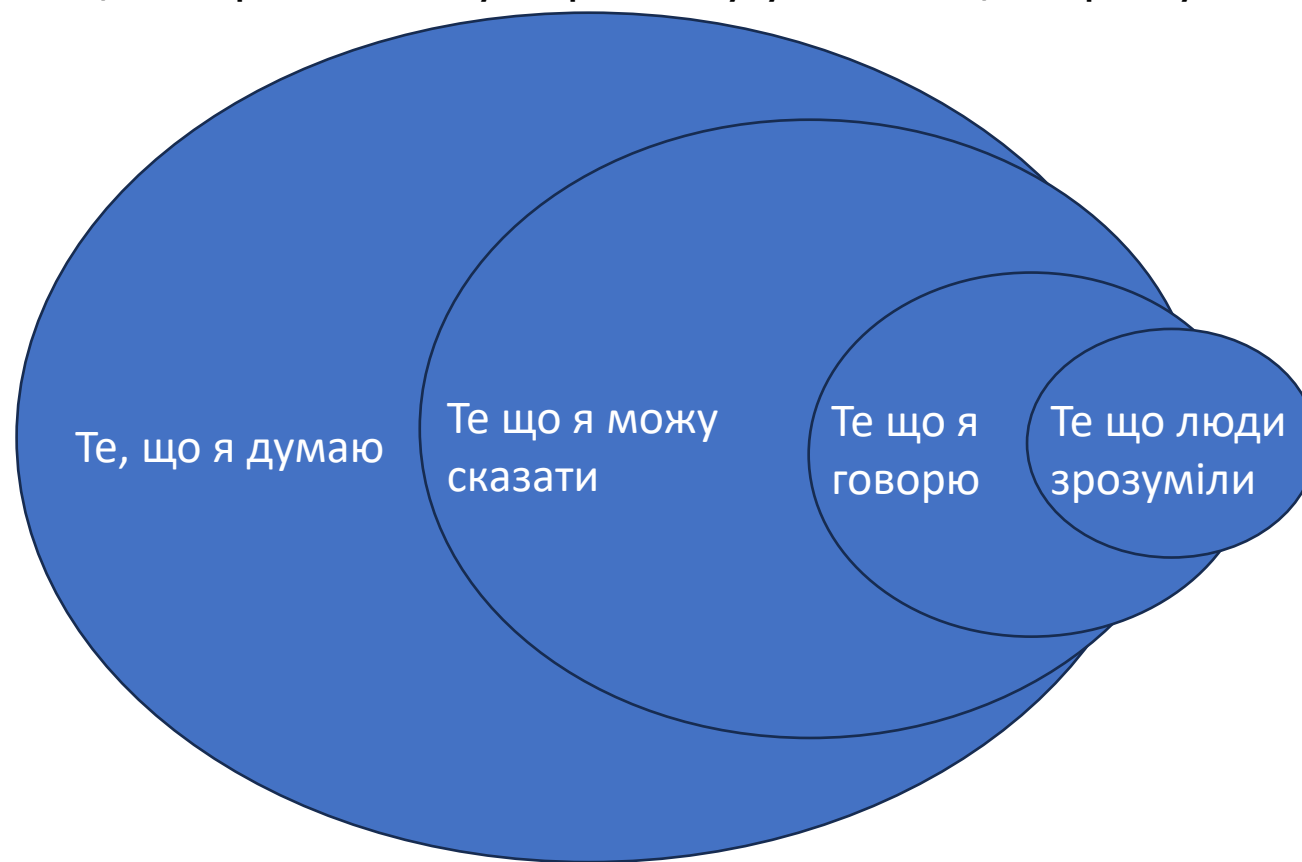
Як передається інформація?



Помилки комунікації

- Найбільш головне в роботі із запереченнями — розуміти, що те, що ми уявляємо, коли чуємо заперечення від опонента, не є рівним тому образному уявленню, котре було в його голові коли він це казав.

Кола Ейлера



Рольова гра

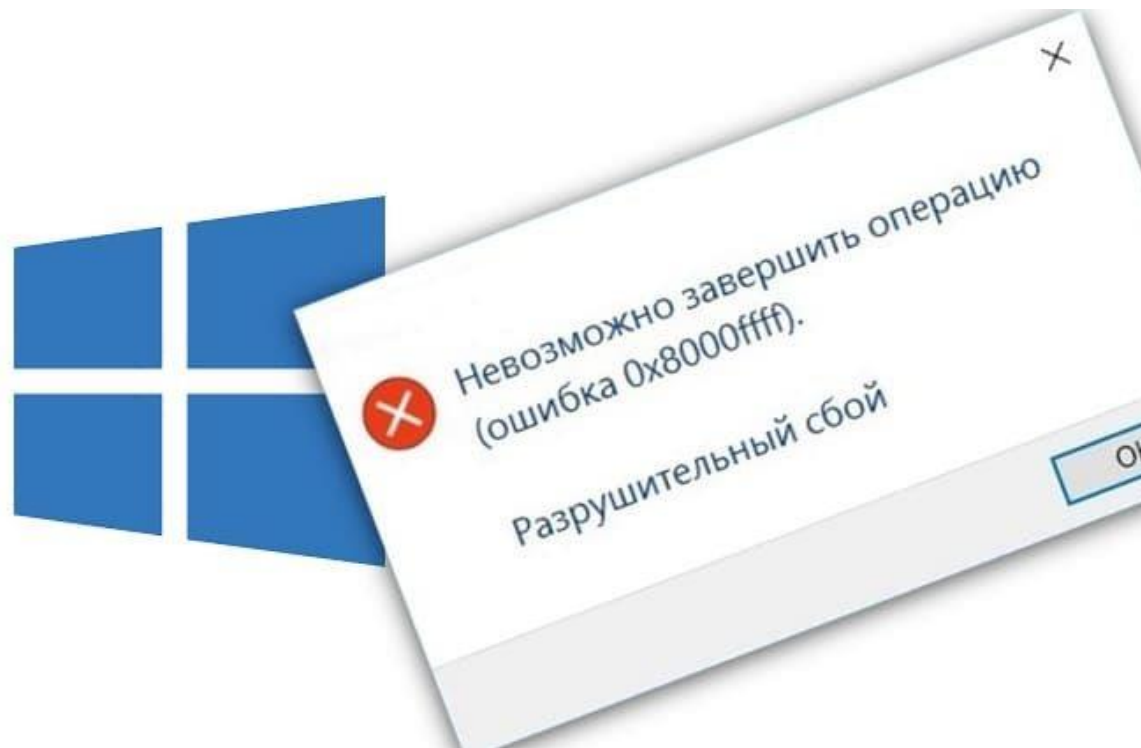
- Перелік заперечень



Pharmasco[®]

Відповіді на заперечення

Будь – який продавець, що недооцінює емоціональну реакцію партнера в роботі із запереченнями, робить велику помилку!



Pharmasco®

Правила роботи із запереченнями

Якщо перед Вами людина, котра
заперечує— у Вас є **дві задачі!**



Pharmasco®

Діалектика переконання



Правила роботи із запереченнями

- Ніколи не сперечайтесь з партнером.
- Ніколи не нападайте на партнера.
- Кожна людина має право на свою думку.



Pharmasco[®]

Правила роботи із запереченнями

Неефективні способи

Агресия у відповідь

-в словах та

-без слів

(вираз обличчя, поза, жесты і т.д.)



Правила роботи із запереченнями

Неефективні способи

Звинувачувати партнера

в тому, що він невірно
використовував прилад,
не дотримувався
інструкцій чи умов
використання і т.п.



Правила роботи із запереченнями

Неефективні способи

Неможна говорити «ні», «проте»,
«але».....

використовувати наказовий
спосіб



Pharmasco®

Правила роботи із запереченнями

Неефективні способи

Обман - це тимчасовий успіх, за який потім прийдеться розрахуватись втратою довіри



Pharmasco®

Правила роботи із запереченнями

Неефективні способи

Вийти з ситуації, або “перевести стрілки” — розповсюджена, проте помилкова думка, що це може охолонути партнера. Звалюючи вину на інших Ви компроментуєте роботу компанії.



Визнати свою помилку



Звалити провину на іншого

Pharmasco[®]

Правила роботи із запереченнями

Неефективні способи

Виправдовуватися - така позиція сприймається як слабкість, та лише провокує подальший конфлікт.

“Якщо виправдовується, означає - винний!”



Правила роботи із запереченнями

Недооцінювати **емоційну реакцію** партнера в рішенні конфліктних питань – **Велика помилка!**



Pharmasco[®]

Правила роботи із запереченнями

Перше та основне завдання

- «погасити» негативну емоційну хвилю покупця.

*В **накрученому** стані, партнер не може вирішувати питання конструктивно та раціонально.*



Пом'якшення ситуації

- Підтримуємо **позицію**, що займає партнер, **не** погоджуючись на пряму з його запереченням



Pharmasco[®]

Правила роботи із запереченнями

Способи зниження напруження

Разділити почуття, котрі відчуває в цьому Ваш партнер.

“Я розумію ваші почуття. Якщо би я потрапив в подібну ситуацію, я відчував би те саме.”

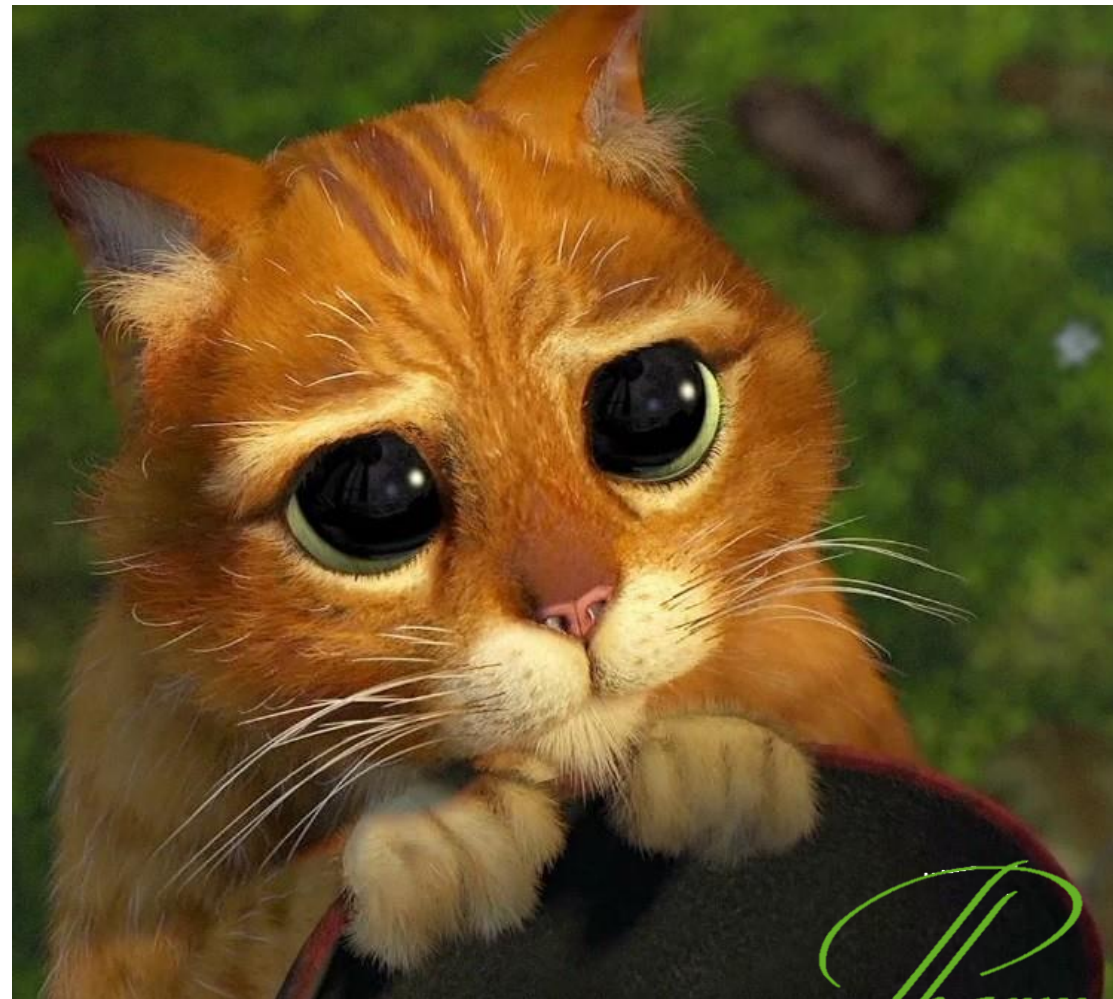


Pharmasco®

Правила роботи із запереченнями

Способи зниження напруження

Вибачитися у випадку, коли Вами допущена помилка котра стала причиною незадоволення покупця.



Pharmasco[®]

Правила роботи із запереченнями

Способи зниження напруження

Відмовитися від суперечок

“Приєднатися” до думки партнера



Pharmasco[®]

Типі приєднань (пом'якшень)

- Приєднатися до слів (частини факту)
- Узагальнити
- Приєднатися до емоції
- Комплімент
- Приєднатися до ідеї



Рольова гра

- Приєднання, пом'якшення



Pharmasco[®]

Про що говорить нам те чи інше заперечення?



Pharmasco[®]

Прояснення заперечення

- Намагаємось зрозуміти конкретні причини незадоволення
- Задаємо уточнюючі питання



Правила роботи із запереченнями

Способи зниження напруження

Розпитати

“Розкажіть, що у Вас трапилося?”

- тому що навіть лише проговорювання того, що незадовільняє партнера може його заспокоїти



Pharmasco®

На яких етапах візиту зустрічаються
заперечення. Категоризація СНОБ.



Категоризація СНОБ

Сумнів — Тип заперечення, який виникає як правило на останніх етапах візиту (велике закриття). Свідчить про те що партнер не готовий до прийняття остаточного рішення. Такі заперечення часто також називають скритими чи неправдивими (ложними). Це відбувається через те що за цими запереченнями люди як правило скривають (маскують) правдиві причини своєї відмови.



Pharmasco[®]

Категоризація СНОБ

Нестача інформації - Тип заперечення, який виникає як правило на етапі презентації продуктів. Свідчить про те що партнеру не достатньо інформації, чи він має хибну уяву про те що Ви йому розповідаєте. Такі заперечення часто можна замінити фразою «не хочу», або «мені це не треба». Наявність такого заперечення може свідчити про те що партнер не користується продукцією компанії.



Pharmasco[®]

Категоризація СНОБ

Обмеження - Тип заперечення, який виникає як правило після етапу презентації продуктів, або при роботі з конкурентами. Свідчить про те що партнер не має можливості розширити сферу використання продукції компанії. Такі заперечення часто можна замінити фразою «щось пішло не так». Наявність такого заперечення може свідчити про те що партнер має негативний досвід, пов'язаний з продукцією компанії.

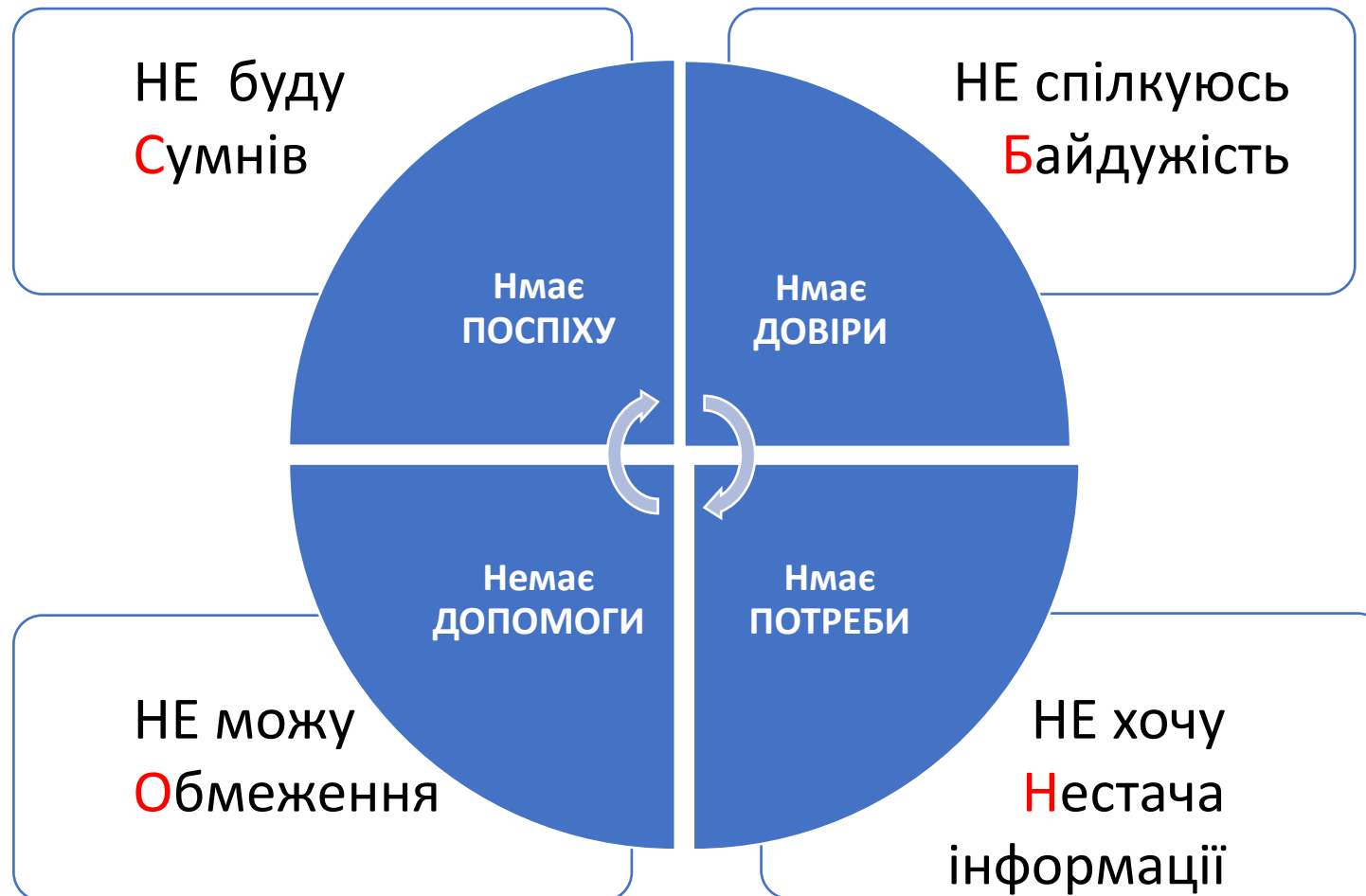


Категоризація СНОБ

Байдужість - Тип заперечення, який виникає як правило на початку зустрічі, хоча не обов'язково. Свідчить про те що партнер не має бажання проводити чи продовжувати зустріч. Такі заперечення часто можна замінити фразою «я не хочу зараз спілкуватись». Наявність такого заперечення може свідчити про те що партнер має негативне ставлення до представника компанії, чи до безпосередньої зустрічі з ним.



На яких етапах візиту зустрічаються
заперечення. Категоризація СНОБ.



Рольова гра

- Надайте категорію за методикою СНОБ



Pharmasco[®]

Прояснення заперечення

- В залежності від категорії заперечення для прояснення використовуються різні запитання.
- С – скажіть, а що саме вам заважає
- Н – скажіть, а чи є у Вас випадки коли..., або а що ще для Вас важливо при...
- О – розкажіть будь ласка що саме відбулося (сталосся)
- Б – Small talk з прояснення причини заперечення

Рольова гра

- Прояснення заперечення



Pharmasco[®]

Правила роботи із запереченнями

Способи зняття напруження

Мовчки вислухати партнера - при цьому вираз обличчя має бути доброзичливим та співчуваючим.



Pharmasco®

Почути

- Допомагаємо партнеру «випустити пару».
Ще раз аналізуємо характер та причини його незадоволеності.



Pharmasco[®]

Правила роботи із запереченнями

Друга задача: тільки після вирішення першої задачі можна переходити безпосередньо до вирішення питання, тобто - аргументувати, - шукати рішення



Правила роботи із запереченнями

Способи реалізації цінностей

**Об'єднуватися в розмові, використовуючі
займенник “МИ”, та не опозиційне “Я” та
“ВИ”**



Pharmasco[®]

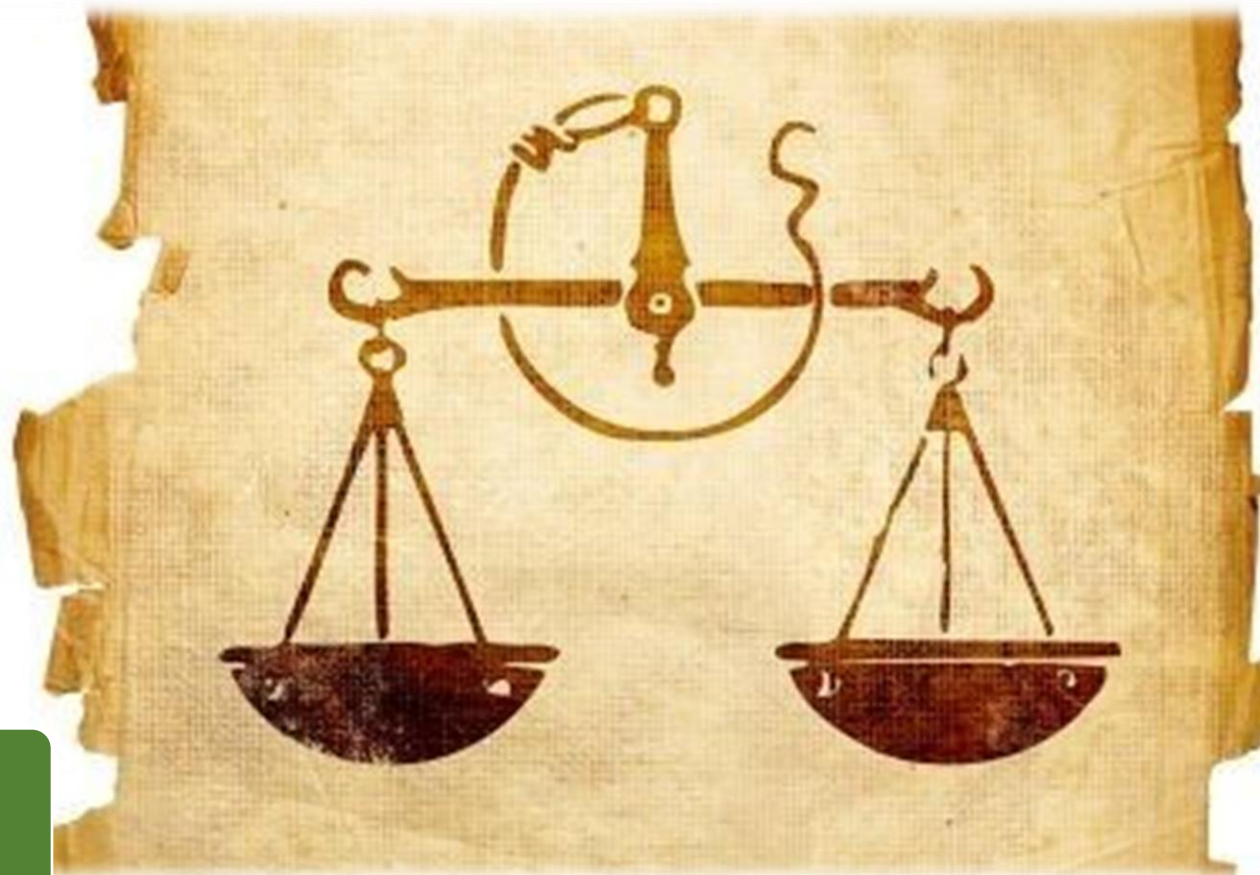
Презентація рішення (Аргументція)

Аргументовано вказуємо на реалізацію цінностей, до яких прагне партнер.

Даємо відповіді на запитання що виникли в ході прояснення.

Використовуємо модель ХПВ для аргументації.

Не забуваємо про особисті вигоди.



Pharmasco[®]

Рольова гра

Робота із запереченнями



Pharmasco[®]

Альтернативні методи роботи із зіпереченнями

1. Заїла пластинка
2. Мрія про майбутнє
3. Перефразування (перевертень)
4. Зміна часового діапазону
5. Розділення різниці
6. Техніка «рожевого брюшка»
7. Забивання придорожних стовпів



Фінальні рольові ігри



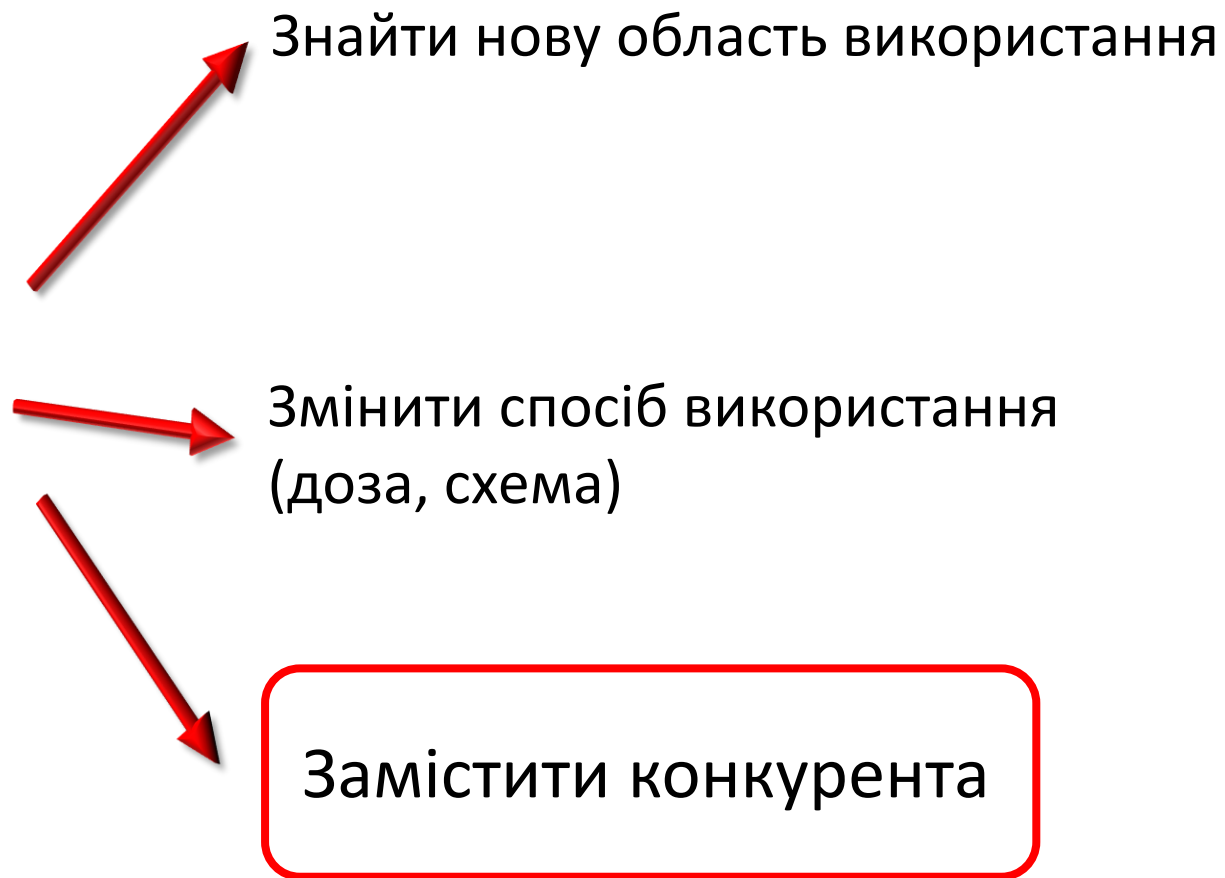
Pharmasco[®]

Робота з конкурентами



Pharmasco[®]

За рахунок чого можна збільшити продажі?



Як досягти збільшення продажів?

Змінити поведінку партнера – збільшити рекомендації наших препаратів – за рахунок переконання в перевагах перед конкурентами пацієнтам, для котрих це буде обґрунтовано

Pharmasco[®]

Конкурента треба бити
знати в обличчя



Pharmasco[®]

Виявлення конкурента

З'ясувати основного конкурента для
портрета пацієнта, що просувається.
За необхідності використовувати
підкладки



Pharmasco[®]

Хто такий конкурент?

Конкурент – препарат або метод, який використовується для пацієнтів, для яких можна використовувати наш продукт



Pharmasco®

- Занадто багато поганого у них занадто, багато хорошого у нас - викликає недовіру і насторожує тих, хто слухає.
- Лаючи конкурентів, ви робите їм безкоштовну рекламу.



Pharmasco®

Робота з конкурентами

1. Виявлення конкурента в конкретному профілі згідно мети візиту
2. Уточнення кількості пацієнтів у сегменті відйому
3. Актуалізація нової потреби
4. Аргументація (ХПВ)



Pharmasco[®]

Конкуренти

Виявлення

Які пропозиції
розглядаєте в
випадку...(SMART)

Пошук сегменту відйому

А як часто в Вас
трапляються такі
ситуації?

Актуалізація нової потреби

Хочу звернути увагу,
що в таких випадках
важливо

Аргументація

Тому в данній
ситуації пропоную
скористатися ... тому
що...(ХПВ)



Pharmasco[®]

Сегмент відйому

Визначаємо кількість випадків, в яких наш продукт має переваги і де використовується (розглядається можливість використання) конкурент.



Pharmasco®

Актуалізація нової потреби

Акцентуємо увагу партнера на важливих особливостях ситуацій з сегменту відйому:

- В таких випадках дуже важливо....!



Аргументация

При цьому в таких
ситуаціях ... у нас є
ПЕРЕВАГИ! (ХПВ)



Pharmasco[®]

Рольова гра

Боротьба з конкурентом



Pharmasco[®]

Дякую за увагу

Pharmasco®