

异议处理

一、什么叫顾客异议？

顾客异议是指在销售和沟通过程中，对你的不赞同、提出质疑或拒绝。

我们多数的营销伙伴，对异议抱有负面的看法，对太多的异议感到挫折和恐惧。从中一定要学会发掘：

- 从对方提出的异议，让你能判断对方是否有需求。
- 从对方提出的异议，让你能了解对方对你接受的程度，而能让你迅速的修正沟通方式。
- 从对方提出的异议，让你能获得更多的信息。

“异议”的这层意义，是“销售是从顾客的拒绝开始”的最好印证

二、异议分几种？应如何对待？

1、真实的异议

对方表达目前不需要或对你的产品不满意或对你的产品抱有成见。面对真实的异议，应如何处理：立刻处理和延后处理

2、假的异议

指对方用借口、敷衍的方式应付营销伙伴，目的是不想诚意地和营销伙伴会谈，不想真心介入销售的活动。对于假面的异议应分析产生的原因并尽快结束交流。

3、隐藏的异议

隐藏的异议是对方并不把真正的异议提出，而是提出各种真的异议或假的异议，目的是要借此假象达成隐藏异议解决的有利环境。例如对方希望降价，但却提出其他如品质、外观、颜色等异议，以降低产品的价值，已达到降价的目的。

三、如何正确认识异议？

- 1、异议是宣泄对方内心想法的最好指标。
- 2、异议经由处理能缩短订单的距离，如果争论会扩大订单的距离。
- 3、没有异议的人才是最难处理的。
- 4、异议表示你给他的利益目前仍然不能满足他的需求。
- 5、注意聆听对方说的话，区分真的异议、假的异议及隐藏的异议。
- 6、不可用夸大不实的话来处理异议，当你不知道对方问题的答案时,坦诚地告诉他，你不知道;告诉他，你会尽快找出答案，并确实做到。
- 7、将异议视为向对方希望获得更多的讯息。
- 8、异议表示对方仍有求于你。

四、产生异议的原因有哪些？

1、原因，大致有以下七种：

- ◆ **拒绝改变**：大多数的人对改变都会产生抵抗，营销伙伴的工作，具有带给顾客改变的含义。
- ◆ **情绪处于低潮**：当对方情绪正处于低潮时，没有心情进行商谈，容易提出异议。
- ◆ **没有意愿**：对方的意愿没有被激发出来，没有能引起他的注意及兴趣。
- ◆ **无法满足对方的需求**：客户的需求不能充分被满足，因而无法认同你提供的商品。
- ◆ **预算不足**：对方预算不足会产生价格上的异议。
- ◆ **借口、推托**：对方不想花时间会谈。
- ◆ **抱有隐藏的异议**：有隐藏异议时，会提出各式各样的异议。

异议产生的原因：

- 1、顾客没有得到足够的信息
- 2、顾客没有理解
- 3、顾客感到没有被理解
- 4、用对某些事情不能确信
- 5、顾客有不同见解
- 6、顾客喜欢挑刺



2、营销伙伴的原因，大致分以下七种：

- ◆ **无法赢得对方的好感**：举止态度让客户产生反感。
- ◆ **做了夸大不实的陈述**：为了说服对方，往往以不实的说辞哄骗顾客，结果带来更多的异议。
- ◆ **使用过多的专门术语**：引用不正确的资料，引起客户的异议。
- ◆ **不当的沟通**：说得太多或听得太少都无法确实把握住对方的问题点，而产生许多的异议。
- ◆ **展示失败**：展示失败会立刻遭到对方的质疑。
- ◆ **姿态过高，处处让对方词穷**：处处说赢对方，让对方感觉不愉快，而提出许多主观的异议。例如不喜欢这种营销模式、不喜欢这个味道。

五、异议处理应遵循哪些原则：

- 1、事前做好准备
- 2、选择恰当的时机
- 3、争辩是沟通和销售第一大忌
- 4、营销伙伴要给客户留面子

六、异议处理技巧：

- 1、忽视法
- 2、补偿法
- 3、太极法
- 4、询问法
- 5、是的.... ...如果

正面反驳时，会对对方恼羞成怒，就算你都说的对，也没有恶意，还是会引起对方的反感。是的同意对方部分的意见，在如果表达在另外一种状况是否是这样比较好。

6、直接反驳法

对方对你的服务、诚信有所怀疑时。对方引用的资料不正确时

心理态度：

- 1、保持用户利益至上的立场
- 2、把异议看作一种积极的信号
- 3、保持积极的态度面对异议



处理异议的心理技巧：

第一步：理解定律（接受异议）

第二步：转移（异议最小化）

第三步：争论的依据
（事实、事实还是事实）



方法和技巧：

1、反问

获得更加精准的信息，赢得时间的途径，判断异议

2、说“是”的技巧

简单的说是并不能解决问题，“是的...但是...”通常是一种无理的打断

3、缓冲方法

用户不会接受一个对立的观点；对用户的观点进行延伸和补充

4、化不利为有利

利用负面的异议，转变为销售顾问正面的观点

5、预期异议

预防可能出现的异议

6、认同

承认自己产品的劣势或竞争对手的优势，积极的用自己产品的优势来补偿

7、转换

陈述第三者的评价和观点；利用用户的从众心理。

8、主动出击

为了发现问题故意激起用户异议，主动提出用户肯定会提出的异议。

9、延缓处理

延缓太早或不便于回答的异议，给出延缓的理由，向用户表示已经注意到了他的异议。

10、三要素说明法（专家、证据、数据）

典型的错误：

1、直接的反驳

“不” “那是不正确的” “我闻所未闻” “让我来告诉你事实是怎样的”

2、指责

“你应该更仔细的了解清楚” “哦你如果你是内行，你就应该知道”

3、自我狡辩

“我已经尽力了” “你必须信任他” “对此我无能为力” “您已经得到了便宜，再给您优惠我们就亏了”

4、当用户完全错误也表示同意

“完全正确” “非常正确” “非常同意” “您是对的”

5、轻视

“在您的位置上，您不得不这么说，是吗”

“我不知道您从哪里听来这些” “究竟是谁告诉您的”

谢 谢

THANKS