

Objeciones en la venta

Objeción es una barrera, consciente o inconsciente, que el cliente pone para no llegar a un acuerdo

Una objeción es una oportunidad para desarrollar un argumento. El cliente, con la objeción, está señalando una posible fuente de interés

La objeción precio

El precio suele ser un **elemento negativo** en la venta. Por ello, no debe dar hasta que se haya desarrollado suficientemente los argumentos de venta, ventajas, servicios, beneficios, etc.

La objeción precio

- Dejar que el cliente hable primero del precio
- No hay que darle importancia, lo importante son las ventajas
- No hacer una pausa después de decirlo, continuar con las ventajas, no dejar tiempo para la reflexión
- Nunca excusar el precio, “este es excelente, pero cuesta...”

Cómo tratar las objeciones

No discutir

Una cosa es no dar la razón al cliente y otra muy distinta discutir

Escucha activa

El cliente que se siente no escuchado, se molesta

Repetir la objeción

Así indicaremos que la hemos entendido

Responder lo más brevemente posible

Esto ayuda a quitar importancia a la objeción

Demostrar que la objeción no es válida

Pero con cariño, "entiendo su punto de vista, permítame que se lo explique desde otro ángulo..."

Cómo tratar las objeciones

No discutir

Una cosa es no dar la razón al cliente y otra muy distinta discutir

Escucha activa

El cliente que se siente no escuchado se molesta

Repetir la objeción

Así indicaremos que la hemos entendido

Responder lo más brevemente posible

Esto ayuda a quitar importancia a la objeción

Demostrar que la objeción no es válida

Pero con cariño, “entiendo su punto de vista, permítame que se lo explique desde otro ángulo...”