

چطور بهانه‌های مشتری را خنثی کنیم؟ (راهنمای مدیریت اعتراضات در فروش)

چقدر پیش آمده که نیم ساعت با ذوق برای مشتری صحبت کنید و در آخر بگویید "خیلی گرونه" یا "حالا برم فکرامو بکنم"؟ این لحظه برای هر فروشنده‌ای مثل ریختن یک سطل آب یخ روی سر است! در این مقاله می‌خواهیم خیلی خودمانی یاد بگیریم چطور با کمک تکنیک‌های مربی‌گری، این بهانه‌ها را مدیریت کنیم و در لحظه آخر قرارداد را ببندیم.

اصلاً چرا مشتری اعتراض می‌کند و بهانه می‌آورد؟

خیلی از فروشنده‌ها وقتی مشتری اعتراض می‌کند، ناراحت می‌شوند و فکر می‌کنند مشتری قصد خرید ندارد. اما واقعیت این است که "اعتراض مشتری" به معنی "نه" گفتن قطعی نیست. مشتری فقط ترسیده است! ترس از اینکه پولش را دور بریزد یا سرش کلاه برود.

وقتی مشتری می‌گوید "گرونه"، در واقع دارد به زبان بی‌زبانی به شما می‌گوید: "هنوز نتوانستی من را قانع کنی که این محصول یا خدمت، ارزش این‌همه پول را دارد. لطفاً بیشتر برایم توضیح بده."

بنابراین، شما نباید در مقابل مشتری گارد بگیرید. کسی که سوال می‌پرسد و بهانه می‌آورد، اتفاقاً به محصول شما علاقه‌مند است؛ وگرنه بدون هیچ حرفی خداحافظی می‌کرد و می‌رفت!

تکنیک‌های جادویی برای خنثی کردن بهانه‌ها

وقتی مشتری بهانه‌ای می‌آورد، اولین کاری که احسان جعفری در جلسات آموزش فروش روی آن تاکید می‌کند، "سکوت و گوش دادن فعال" است. هرگز وسط حرف مشتری نپرید تا ثابت کنید اشتباه می‌کند.

ابتدا با او همدلی کنید. مثلاً بگویید: "کاملاً به شما حق می‌دهم، در این اوضاع اقتصادی قیمت خیلی مهم است." این جمله مثل یک آبی روی آتش است و گارد دفاعی مشتری را پایین می‌آورد.

سپس از "تکنیک ایزوله کردن" استفاده کنید. بپرسید: "جناب مشتری، به جز بحث قیمت، آیا مسئله دیگری هم هست که مانع شروع همکاری ما بشود؟" اینطوری متوجه می‌شوید آیا واقعاً مشکلش پول است یا دارد بهانه می‌آورد. برای یادگیری ترفندهای گرفتن پول در لحظه آخر، حتماً مقاله [تکنیک‌های پیشرفته قطعی کردن فروش \(Closing\)](#) را مطالعه کنید.

جواب‌های آماده برای بهانه‌های روی اعصاب! ("گرونه" و "خبر میدم")

وقتی مشتری می‌گوید "باید فکر کنم"، یعنی یک جای کار می‌لنگد! شما باید با لیخنه بگویید: "حق دارید، تصمیم مهمی است. اما معمولاً وقتی افراد می‌گویند باید فکر کنم، یعنی یک جای کار هنوز برایشان مبهم است. می‌شود خیلی راحت به من بگویید دغدغه اصلی‌تان چیست؟"

وقتی می‌گوید "محصول شما خیلی گران است"، بدترین کار این است که بلافاصله تخفیف بدهید! به جای این کار بپرسید: "نسبت به چه چیزی گران است؟" یا بگویید "اگر بحث قیمت را کنار بگذاریم، آیا خود محصول دقیقاً همان چیزی است که مشکل شما را حل می‌کند؟"

شما باید به عنوان یک فروشنده حرفه‌ای بدانید که **مدیریت اعتراضات مشتری؛ پاسخ‌های قطعی به "گرونه" و "خبر میدم"** یک مهارت حیاتی است که مرز بین یک فروشنده معمولی و یک فروشنده میلیاردی را مشخص می‌کند.

اشتباهات مهلك فروشنده‌ها در لحظه شنیدن "نه"

يکي از بزرگ‌ترين تله‌هايي که فروشنده‌ها در آن مي‌افتند، "بحث کردن و دعوا با مشتري" است. وقتي مشتري مي‌گويد محصول شما فلان ايراد را دارد، فروشنده شروع مي‌کند به اثبات اينکه "شما اصلاً متوجه نمي‌شويد محصول من چقدر عاليست!". حتي اگر در اين بحث برنده شويد، فروش را باخته‌ايد!

اشتباه دوم، پرحرفي کردن بعد از اعلام قيمت است. وقتي قيمت نهايي را اعلام مي‌کنيد يا پيشنهاد آخر را مي‌دهيد، بايد کاملاً سکوت کنيد. اجازه بدهيد مشتري فکر کند. اگر از استرس سکوت، دوباره شروع به حرف زدن کنيد، فشار تصميم‌گيري را از روي دوش مشتري برمي‌داريد.

همچنين، فروشنده‌گاني که از قبل براي بهانه‌هاي احتمالي مشتري آماده نشده‌اند، در لحظه هول مي‌شوند و جواب‌هاي غيرمنطقي مي‌دهند که باعث بي‌اعتمادی مشتري مي‌شود.

حرف آخر (نتيجه‌گيري)

اعتراض مشتري نقطه پايان فروش نيست، بلکه دقيقاً همان جايي است که فروش واقعي تازه شروع مي‌شود! اگر بتوانيد ترس‌هاي پنهان مشتري را درک کنيد و بدون قضاوت و با همدلي کامل به آن‌ها پاسخ دهيد، او با خيال راحت دست در جيبش مي‌کند و با کمال ميل از شما خريد خواهد کرد.

📞 آيا تيم فروش شما در مواجهه با بهانه‌هاي مشتريان کم مي‌آورد و فروش‌ها روي هوا مي‌ماند؟

👉 [درخواست مشاوره رایگان ۲۰ دقيقه‌ای با احسان جعفري]

? پرسش‌هاي متداول (FAQ)

۱. اگر مشتري فقط دنبال ارزان‌ترين قيمت بود چه کار کنيم؟ بگذاريد برود! مشتري که فقط و فقط قيمت براي‌ش مهم است و به کيفيت، خدمات پس از فروش و اعتبار شما اهميتي نمي‌دهد، هميشه يک مشتري دردسرساز خواهد بود. شما بايد به دنبال مشترياني باشيد که ارزش کار شما را درک کنند.

۲. فرق بين "بهانه" و "اعتراض واقعي" چيست؟ بهانه يک دروغ محترمانه براي فرار از خريد است (مثل: "حالا مي‌رم با شريکم صحبت مي‌کنم خبر مي‌دم"). اما اعتراض واقعي يک نگراني منطقي و فني است (مثل اينکه بگويد: "آيا نرم‌افزار شما با سيستم حسابداري ما همگام‌سازي مي‌شود؟").

۳. آيا هميشه بايد جواب اعتراض مشتري را همان لحظه بدهيم؟ بله، در ۹۰ درصد مواقع اگر جواب ندهيد، او فکر مي‌کند شما جوابي نداريد و محصولاتان ضعيف است. به همين دليل بايد ليستي از پرتکرارترين بهانه‌هاي مشتريان خود تهيه کنيد و جواب‌هاي آن‌ها را از قبل آماده و تمرين کرده باشيد.