

EFFECTIEF OMGAAN MET BEZWAREN

Er zijn een heleboel redenen die door een klant gebruikt worden om nee te zeggen. Echter, de zogenaamde tegenwerpingen en bezwaren zijn veelal dooddoeners.

Je zal dus moeten zien te achterhalen wat de werkelijke reden van het bezwaar van de klant is. Een klant kan bijvoorbeeld zeggen dat iets te duur is. Maar wat betekent dat? De klant kan daar bijvoorbeeld het volgende mee bedoelen:

- Het valt boven mijn budget.
- Ik ben niet overtuigd dat het produkt / de dienst zoveel waard is.
- Ik vind het te veel geld voor zo'n kleine hoeveelheid.
- Ik weet dat een ander korting krijgt bij jullie.
- De concurrent heeft een voordeligere aanbieding.

Als je weet wat het de werkelijke reden van de klant is, geeft je dat in de meeste gevallen de noodzakelijke aanknopingspunten om effectief met de tegenwerpingen om te gaan.

TEGENWERPINGEN EN BEZWAREN

Jouw taak is de producten en diensten van jouw organisatie te verkopen. Dat lukt niet altijd even makkelijk en snel. De tegenwerpingen of bezwaren kunnen een aantal oorzaken hebben:

1. Wellicht is de dienst niet goed (maar dat is onwaarschijnlijk!!)
2. Wellicht, en dat is waarschijnlijker, heb je de klant niet goed geïnformeerd.

Hieronder wordt aangegeven wat de meest voorkomende oorzaken van de tegenwerpingen en bezwaren zijn en hoe je daarop kunt reageren.

1. Informatiebehoefte van de klant

Wat wil de klant nog meer? Blijkbaar is hij nog niet overtuigd. De klant heeft een zakelijke overtuigende verklaring of bewijsvoering nodig. Zet het een en ander nog eens voor hem om papier.

2. De onuitgesproken tegenwerpingen die de klant niet wil uitspreken

Bijvoorbeeld : 'Nee dat wil ik niet' (dan weet je dus nog niet waarom hij niet wil). Stel dan een open vraag om de echte achterliggende reden te achterhalen.

3. De mening van de klant wordt bepaald door een bepaald gevoel

Bijvoorbeeld: 'Ik vind de concurrent eigenlijk beter.' Het is heel lastig hier goed mee om te gaan. Laat de klant bij zijn mening en geef andere voordelen van jullie aan.

4. Nijdige tegenwerpingen, die gedeeltelijk op een slecht humeur kunnen berusten of bedoeld zijn om je uit je evenwicht te brengen

Bijvoorbeeld : 'Ik heb helemaal geen tijd voor al die flauwekul.' Blijf kalm, het kan best een afreageren zijn of een flauwe test. Wellicht helpt het volgende: 'Mijnheer ik begrijp dat u weinig tijd heeft, maar in vijf minuten maak ik u duidelijk welke voordelen wij u kunnen bieden.'

5. Subjectieve tegenwerpingen

Voorbeelden hiervan zijn uitspraken als: 'Jullie organisatie zal best goed zijn, maar niet voor mij'. Hier is het goed de klant een vraag te stellen, bijvoorbeeld : 'Waarom denkt u dat?' of 'Waar baseert u dat op?'

6. Uitvluchten (schijnbare tegenwerpingen)

Deze kun je het beste laten voor wat ze zijn, omdat ze geen werkelijke bezwaren inhouden. Vraag of je daar later op terug kunt komen. Wellicht zijn de voordelen die je laat zien groot genoeg om de klant alsnog te overtuigen.

OMBUIGEN VAN TEGENWERPINGEN EN BEZWAREN

Bij het nee van de klant, begint het echte (verkoop)werk. Niet iedere klant zal direct instemmen met uw voorstel. Vaak komt de klant ook in de loop van het gesprek met één of meer tegenwerpingen of bezwaren. Maar na enige oefening kan je op bijna elke tegenwerping op een goede manier reageren. Dat betekent niet dat je de klant overdondert, maar luistert naar wat hij zegt en bedoelt, meebuigt (ik kan me voorstellen dat) en vervolgens met een goede onderbouwing ingaat op de tegenwerping. Het 'overwinnen' kan geschieden met de volgende technieken:

1. De transformatiemethode of meeveren en ombuigen

Je vormt de tegenwerping om tot een open vraag.

Klant: 'Ik vind jullie te duur.'

Jij: 'Wat bedoelt u met duur?'

2. De tegenvraagmethode

Je beantwoordt de tegenwerping met een vraag die tot nadenken stemt.

Klant: 'Ik werk altijd met wisselende leveranciers.'

Jij: 'Wat zouden wij voor u moeten opleveren?'

3. De boemerangmethode

Je maakt van de tegenwerping een verkoopargument.

Klant: 'Ik ken jullie niet.'

Jij: 'Juist daarom is het goed om u kennis te laten maken met onze dienstverlening en onze voordelen.'

4. De compensatiemethode

Je geeft het nadeel toe en compenseert dit met een voordeel.

Klant: 'Alles via jullie aanschaffen is duurder dan zelf een selectie samenstellen.'

Jij: 'Dat klopt, maar indien u gebruik van ons maakt, stellen wij onze specifieke kennis ter beschikking waardoor het rendement van uw inkoop vergroot wordt.'

5. Isolatievraag stellen

Je stelt de vraag of er naast de tegenwerping van de (potentiële) klant nog andere punten zijn die een positieve beslissing in de weg staan.

Klant: 'Jullie zijn mij veel te duur!'

Jij: 'Is het tarief het belangrijkste voor u?'

6. De referentiemethode

Je vertelt de (potentiële) klant een positieve ervaring van een andere die betrekking heeft op de tegenwerping.

Jij: 'Ik heb zo'n vraag ook wel eens met een andere klant besproken en daar is toen dit uitgekomen'

7. Positief waarderen

Waardeer de (potentiële) klant om wat hij zegt. Door dat te doen, laat je hem merken dat je hem serieus neemt.

Klant: 'Jullie zijn erg duur.'

Jij: 'Ik ben blij dat u het zegt, want dat stelt me in de gelegenheid op dit punt een toelichting te geven.'

8. Negeren

Als je overtuigd bent dat de klant alleen maar tegenwerpingen uit om jou 'uit je tent te lokken', kan je ervoor kiezen om niet in te gaan op de tegenwerping.

9. De ontgiftigingsmethode

Je formuleert het bezwaar op een andere manier.

Klant: 'Bij jullie zit je vast aan het contract.'

Jij: 'Er wordt inderdaad een contract opgesteld, en dat heeft juist als voordeel dat u daarmee ook zekerheid krijgt.'

10. De verdragingsmethode / parkeren

Vertraging verzwakt.

Klant: 'Wat kost dat allemaal.'

Jij: 'Ik zal u eerst vertellen wat u ervoor krijgt, dan kom ik daarna even terug op de kosten.'

11. De verkleinmethode

Gevoelsmatig is een totaaltarief veel groter dan een stukstarief.

Klant: 'Ik vind deze logistiek erg duur.'

Jij: 'De kosten per brochure bedragen nog geen € 2,50 per stuk.'

12. Verpak de prijs

Noem niet alleen de prijs, maar vertel erbij wat de klant ervoor krijgt.

Jij: 'De investering voor dit traject is € 18.900,- maar dat is inclusief het maken van concepten, de ontwikkeling, uitvoering, drukwerk en materialen.'

TIPS BIJ TEGENWERPINGEN EN BEZWAREN

Als je tegenwerpingen en bezwaren krijgt, laat dan de volgende tips suggesties in je voordeel werken. In de praktijk zal je zien dat je eigenlijk met bijna alle tegenwerpingen en bezwaren op een goede manier om kan gaan.

Tip 1. Antwoord altijd rustig en vriendelijk.

Tip 2. Spreek iemand nooit direct tegen. Ook al heeft hij volkomen ongelijk (of volkomen gelijk). Een voorbeeld van hoe het dus niet moet:

Klant: 'Ik neem nooit deel aan beurzen.'

Jij: 'Daar geloof ik niets van, ieder bedrijf neemt deel aan beurzen.'

Tip 3. Respecteer de mening van de klant, ook als je die niet deelt.

Tip 4. Wees terughoudend met het uitspreken van een persoonlijk oordeel ('Ik zou in uw situatie...').

Tip 5. Controleer of de klant jouw antwoord heeft erkend.

Tip 6. Blijf niet langer bij een tegenwerping staan dan nodig.

Tip 7. Als je het even niet meer weet, kan je in bijna alle gevallen een heel eenvoudige vraag stellen: 'Waarom denkt u dat?' / 'Waarom vindt u dat?'

Tot slot nog enkele speciale tips om om te gaan met tegenwerpingen over het tarief.

Tip. Stel vragen op de opmerking 'te duur':

- 'Is de prijs het belangrijkste voor u?'
- 'Waarmee vergelijkt u het dan?'
- 'Waarom?'
- 'Ik begrijp uw bezorgdheid over het tarief, kunt u mij vertellen hoe groot het verschil is met uw huidige tarief?'
- 'Onze tarieven variëren afhankelijk van de condities; mag ik even met u doornemen welke de condities zijn en er dan op terug komen?'

Als de klant op alles negatief reageert, kunt u met behulp van 'eliminieren' het echte bezwaar opsporen. U kunt de volgende 'eliminatievragen' stellen:

- 'Is er iets dat u niet bevalt aan ons concept?'
- 'Is er iets dat u niet bevalt aan onze diensten?'
- 'Is er iets dat u niet bevalt aan onze service?'