



پاسخگویی به مشتری وقتی که می‌گویید: می‌خواهم فکر کنم

مشتریان غیر از «بله» یا «نه» چیزهای دیگری هم می‌گویند. برای بسیاری از فروشندگان چگونگی برخورد با جمله کوتاه می‌خواهم درباره آن فکر کنم از همه دشوارتر است. این جمله در اساس مثبت است؛ اما اگر در برابر آن عقب‌نشینی کنید ممکن است هرگز دوباره با آن مشتری صحبت نکنید.

مواجهه با جمله «می‌خواهم درباره آن فکر کنم»

منظور بعضی از مشتریان که این جمله را می‌گویند «نه» است. شما باید بدانید که باید از این جمله معنی ظاهری را درک کنید یا خیر؛ بنابراین پاسخ بهتر چیست؟ غالباً بسیار مشکل است که دلیلی بیابیم که چرا مشتری نباید درباره آن فکر کند (مگر آنکه شما بتوانید دلیلی قطعی برای تصمیم‌گیری فوری ارائه کنید). بنابراین بهترین راه پذیرفتن است و نه فقط پذیرفتن بلکه تشویق مشتری به فکر کردن درباره آن است. به او بگویید که این تصمیم مهمی است، بگویید که نباید به آسانی تصمیم‌گیری و

عجله کند و اینکه باید مطمئن باشد؛ به هر صورتی که آن را بیان می‌کنید باید به روشنی نشان دهد که شما موافق فکر کردن درباره آن هستید؛ اما بعد بپرسید که چرا او هنوز هم باید فکر کند یا اینکه چه بخش‌هایی از تصمیم هنوز احتیاج به بررسی بیشتر دارند. غالباً در اینجا نکته‌ای عرضه می‌شود، گیر خاصی در کار وجود دارد، چیزی در مجموعه که به خوبی بقیه اجزا نیست یا در زمینه‌ای از کار نیاز به اطلاعات بیشتر به چشم می‌خورد. آنگاه شما می‌توانید بکوشید تا توجه را به مذاکره بیشتر معطوف سازید:

□ می‌خواهم درباره آن فکر کنم

□ البته، این تصمیم بزرگی است، شما باید مطمئن باشید

□ درست است

□ شما باید مطمئن شوید که از هر نظر درست است، آیا هیچ جنبه خاصی وجود دارد که شما می‌خواهید به ویژه درباره آن فکر کنید؟

□ خوب، فکر می‌کنم که زمان نصب بیش از همه نگران می‌کند چون حتماً بر کار جاری ما اثر می‌گذارد

□ تا حدی درست است، اما می‌توانیم مشکل را رفع کنیم، شاید من به اندازه کافی توضیح ندادم که چگونه با این موضوع برخورد خواهیم کرد؛ آیا می‌توانیم قبل از پایان گفت‌وگو یک بار دیگر آن را توضیح دهیم؟

□ بسیار خوب، من می‌خواهم تمام موضوع را به طور واضح بفهمم

کشف دغدغه‌ها و گره‌های پنهان مشتری

اکنون جلسه دوباره جریان می‌یابد و دلیلی وجود ندارد که به سمت پایین دیگری حرکت نکند (در چنین شرایطی استفاده از روش اعتراض نهایی درست خواهد بود) که بدون درخواست برای فکر کردن بیشتر به توافق برسد. این عبارت معمولاً نشانه‌ای از آن است که چیزی و شاید چند چیز، که در این حالت شما ممکن است بتوانید از

مشتری بخواهید که آن‌ها را برای شما فهرست کند و بعد پیشنهاد بحث بیشتر را مطرح کند، هنوز نا روشن و حل‌نشده باقی مانده است.

لیکن در اینجا راه دیگری هم وجود دارد. ممکن است مشتری فرصت بیشتری بخواهد که فکر کند، نه به این دلیل که برای فکر کردن زمان لازم است بلکه به دلیل دیگری که برایش مطرح است.

دو دلیل که بیش از همه محتمل هستند یکی نیاز به مشورت با شخص دیگری در سازمان (احتمالاً تصمیم‌گیرنده واقعی) است و دومی اینکه شاید رقیبی وجود دارد و جلسه‌ای به منظور مقایسه با آنان ترتیب داده شده است.

این احتمالات، یا موارد دیگر، را می‌توان با پرسش‌های دقیق فهمید. در چنین حالتی نقشه شما برای نهایی کردن کار ممکن است تغییر یابد؛ شاید اولین گام، تلاش برای تشکیل جلسه‌ای با همکار آن‌ها باشد. گاهی آنان از کمک گرفتن برای هرگونه اقناع داخل سازمانی که ممکن است لازم شود استقبال می‌کنند یا آنکه سعی شود شما هم بعد از جلسه با رقیب دوباره درباره پیشنهاد خود صحبت کنید.

باز هم مشاهده می‌شود که هرچه اطلاعاتی که در هر مرحله کسب می‌کنید بهتر باشد، موقعیت شما برای پیشبرد کار بهتر خواهد بود. چنین روش‌هایی شکست‌ناپذیر نیستند اما اگر احتمال موفقیت شما را حتی اندکی افزایش دهند، ارزش دنبال کردن را دارند.