

Евгений Францев

100 возражений

[с Евгением Францевым]

бизнес и продажи

"В этой книге собраны 100
самых популярных возражений
из контекста бизнеса и продаж..."

99%

примеров

Евгений Францев 100 возражений. бизнес и продажи

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=12196926

ISBN 9785447427863

Аннотация

Приятно иметь дело с книгами, написанными по существу. Эта книга не только покажет Вам возражения, с которыми можно столкнуться в бизнесе и в продажах, но и варианты их обработки. Прочитав ее, Вы сможете контролировать переговоры, а значит, получать удовольствие от этого процесса и достигать заявленных целей. На 99% книга состоит из примеров, прочитав и пережив которые, Вы станете воспринимать возражения в контексте бизнеса и в продажах, как приятный этап переговоров.

Содержание

Введение	6
Возражение и его структура	7
Обработка возражения	8
Способы обработки возражений	9
Намерение	10
Переопределение	11
Последствия	12
Разделение	13
Объединение	14
Аналогия	15
Изменение размера фрейма	16
Другой критерий	17
Модель мира	18
Стратегия реальности	19
Противоположный пример	20
Иерархия критериев	21
Применение к себе	22
Метафрейм	23
Бизнес и продажи	24
1. Я не приду на встречу, т. к. не встречаюсь с незнакомыми людьми	24
2. Я не буду встречаться т. к. мне не интересно	26

3. Я не пойду на встречу т. к. нет времени	28
4. Я не могу запланировать встречу т. к. у меня много дел	30
5. Я не приду на встречу т. к. не уверен, что мне это нужно	32
6. Я не вложу в это деньги т. к. это рискованно	34
Конец ознакомительного фрагмента.	35

100 возражений бизнес и продажи Евгений Францев

© Евгений Францев, 2015

Создано в интеллектуальной издательской системе
Ridero.ru

Введение

В этой книге собраны 100 самых популярных возражений из контекста бизнеса и продаж. Это превосходная область для оттачивания своих коммуникативных навыков. Эти возражения перенесут Вас в сто разных ситуаций, которые теперь Вы легко преодолеете.

Вначале теория и ответы на вопросы:

что такое возражение?

что значит обработать возражение?

способы обработки возражений.

И самая большая часть книги – это примеры.

Возражение и его структура

Возражение или убеждение – это, как правило, причинно-следственная связь или комплексный эквивалент.

А равно В или А значит В

Если такой структуры в речи партнера не замечено, мы приводим возражение к этой формуле либо вопросами, либо предположением.

Пример:

– *Пошли на улицу.*

– *Я не пойду.*

Далее мы можем предположить, почему партнер не хочет идти, например, плохая погода, или спросить напрямую, почему.

– *Почему?*

– *Там плохая погода.*

В любом случае, у нас появляются 2 части.

Обработка возражения

Обработка возражения – это смещение фокуса внимания партнера.

Пример:

Человек, который берет автокредит, думает о:

статусе

комфорте

возможностях по передвижению

внимании противоположного пола и т. д.

Человек, который может, но не берет автокредит, думает о:

переплате за кредит

тратах за обслуживание машины

пробках

проблемах с парковкой и т. д.

Человек, который не знает, брать или не брать автокредит, думает о:

статусе

переплате за кредит

комфорте

тратах на обслуживание и т. д.

Все эти условия присутствуют одновременно. Но фокус внимания направлен, как правило, в одну из сторон.

Способы обработки возражений

Целью обработки возражений является смещение фокуса внимания партнера в нужную для Вас сторону. Возражение обработано тогда, когда фокус внимания смещен. Для этого в нашем распоряжении 14 лингвистических паттернов (моделей).

Намерение

Смещение фокуса внимания на намерение, показываемое этим убеждением.

Вопросы:

Чего ты хочешь?

Для чего ты это сказал?

Что ты имеешь в виду?

Утверждение:

Тебе надо, чтобы...

Ты хочешь, чтобы...

Если ты действительно хочешь...

Переопределение

Смещение фокуса внимания на неоднозначность критерия, обозначаемого словом или словосочетанием, путем замены слов на похожие, но с другим окрасом.

Вопросы:

Давай скажем по-другому?

Как это еще можно обозначить?

Утверждение:

Можно сказать, что...

Другими словами...

Мягко говоря...

Последствия

Смещение фокуса внимания на последствия данного убеждения.

Вопросы:

Что будет потом?

К чему это может привести?

Утверждение:

И тогда потом...

Это приведет к...

Разделение

Смещение фокуса внимания на детали, из которых состоит процесс, предполагаемый убеждением.

Вопросы:

С чего это начинается?

Давай разберем по частям?

Утверждение:

Обрати внимание на...

Объединение

Смещение фокуса внимания на более высокий уровень обобщения.

Вопросы:

А если посмотреть шире?

К чему большему можно это отнести?

Утверждение:

Все...

Вообще...

Всегда...

Аналогия

Смещение фокуса внимания на результат взаимосвязи, аналогичной данной.

Вопросы:

Что это напоминает?

На что это похоже?

Утверждение:

Это все равно, что...

Это тоже самое, что...

Это как...

Изменение размера фрейма

Смещение фокуса внимания в контекст другого временного фрейма, в более широкий или узкий ракурс.

Вопросы:

Как было раньше?

А как сейчас?

Как думает большинство?

Утверждение:

В большей перспективе...

Для большинства...

Вообще – да, но в этот раз...

Другой критерий

Смещение фокуса внимания на другие критерии.

Вопросы:

А с другой стороны?

В чем еще может быть дело?

Утверждение:

Дело не в ..., а в...

С другой стороны...

Модель мира

Смещение фокуса внимания на оценку данного убеждения с точки зрения другой модели мира.

Вопросы:

Чья точка зрения подразумевает другой взгляд?

Утверждение:

Для...

С точки зрения...

Стратегия реальности

Смещение фокуса внимания на неоднозначность обстоятельств при которых сформировалось убеждение.

Вопросы:

С чего ты взял?

Где ты это услышал/увидел?

На чем это основано?

Утверждение:

Объективно говоря...

На самом деле...

Противоположный пример

Смещение фокуса внимания на исключения из правила, подразумеваемого этим убеждением.

Вопросы:

Так было всегда?

А как еще бывает?

Утверждение:

Иногда бывает по-другому...

А еще может быть и так...

Иерархия критериев

Смещение фокуса внимания на другой критерий, относящийся к данному убеждению и превосходящий его по значимости.

Вопросы:

Что является более важным?

Утверждение:

Главное, чтобы...

Важнее всего...

Применение к себе

Смещение фокуса внимания на неоднозначную оценку самого убеждения, или применение этих критериев к партнеру.

Вопросы:

Тебе самому комфортно жить с этим убеждением?

Что ты хочешь сказать этими словами?

Утверждение:

Говоря так...

Этими словами ты...

Метафрейм

Смещение фокуса внимания на контекст, в котором данное утверждение было бы уместно, и противопоставление этого контекста данному.

Вопросы:

Где это было бы уместно?

Где это могло бы быть необходимым?

Утверждение:

В другое время (место, обстоятельства и т. д.) это было бы верно, но...

Бизнес и продажи

1. Я не приду на встречу, т. к. не встречаюсь с незнакомыми людьми

Намерение: действительно важно хорошо узнать друг друга, прежде чем говорить о делах. Поэтому...

Переопределение: обсуждать дела с малознакомыми не всегда приемлемо. Давайте...

Разделение: давайте я сначала расскажу, что будет на встрече, потом сможем назначить время.

Объединение: люди встречаются по разным причинам. Я расскажу суть встречи...

Аналогия: люди ходят в магазины и покупают продукты, не зная продавщиц лично.

Изменение размера фрейма: потом, если встретимся, Вы сможете убедиться, что...

Метафрейм: если бы мы встречались только с теми, кого знали – пропускали бы мимо массу возможностей.

Применение к себе: эти слова, как повод познакомиться. Я предлагаю...

Другой результат: дело не в том, знакомы ли мы, а чем мы будем полезны друг другу.

Противоположный пример: бывает, незнакомые люди могут оказаться полезны...

Иерархия критериев: гораздо важнее, что есть возможность встретиться!

Стратегия реальности: откровенно говоря, встреча будет полезна вот почему...

Последствия: встреча приведет нас к полезным договоренностям...

Модель мира: мы с Вами деловые люди, и нам важно иметь полезные контакты.

2. Я не буду встречаться т. к. мне не интересно

Намерение: наверное, не совсем понятна цель встречи. Сейчас расскажу.

Переопределение: для личной встречи я недостаточно заинтересовал Вас? Еще 2 минуты.

Разделение: на встрече обсудим именно то, что может быть интересно.

Объединение: все наши предложения не могут быть неинтересными.

Аналогия: аппетит приходит во время еды.

Изменение размера фрейма: потом вы убедитесь, что не зря согласились. Давайте...

Метафрейм: если б это было неинтересно, я бы и не предлагал...

Применение к себе: а Вы сами можете сказать, что для Вас было бы интересно? Может...

Другой результат: посмотрим не с точки зрения интереса, а на перспективу...

Противоположный пример: бывает, интерес приходит во время обсуждения деталей....

Иерархия критериев: есть вещи важнее. Например, выгода.

Стратегия реальности: Вам кто-то сказал, что это не интересно?

Последствия: упуская такие шансы обсудить сотрудничество, можете потерять выгоды в будущем...

Модель мира: для дельного человека встреча будет полезна...

3. Я не пойду на встречу т. к. нет времени

Намерение: Вы хотите сказать, что встречу нужно запланировать заранее?

Переопределение: времени не всегда достаточно. Давайте запланируем.

Разделение: нет на этой неделе. Может, на следующей?

Объединение: времени всегда мало. Давайте на следующей неделе...

Аналогия: самолеты в аэропорту летают по расписанию, но мы с Вами сами можем скорректировать время...

Изменение размера фрейма: когда у Вас появится время, предложение может потерять актуальность. Давайте...

Метафрейм: если бы не Вы планировали свое время, я бы и не предлагал...

Применение к себе: Вы же сами планируете свое время?

Другой результат: давайте посмотрим, что нам даст эта встреча....

Противоположный пример: бывает, и при плотном графике можно найти 30 минут...

Иерархия критериев: что важнее: пол часа времени или новые и выгодные предложения?

Стратегия реальности: давайте честно, и 20 минут нет?

Последствия: если откладывать встречу, она может потерять актуальность...

Модель мира: мы с Вами хозяева своего времени и можем...

4. Я не могу запланировать встречу т. к. у меня много дел

Намерение: мне перезвонить позднее для назначения времени встречи?

Переопределение: Вам не понятно, как найти время т. к. не совсем ясен распорядок на завтра?

Разделение: давайте я сначала расскажу, насколько полезна будет встреча потом...

Объединение: дела – это важно. Я говорю о 30 минутах на завтра...

Аналогия: если мы пришли в лес за грибами, мы же можем обратить внимание на ягоды...

Изменение размера фрейма: Вы останетесь довольны нашей встречей. Может, завтра...

Метафрейм: если бы встреча была неважной, я бы и не настаивал, но все же...

Применение к себе: из-за того, что Вы занятой человек,

Вы мне и интересны. Давайте...

Другой результат: дело не в том, что Вы заняты, а в нашем плодотворном сотрудничестве...

Противоположный пример: иногда и очень занятые люди могут найти пол часа...

Иерархия критериев: важнее при всех делах не упускать возможностей!

Стратегия реальности: как Вы определяете, что встреча возможна? Как мне вписаться в Ваш график?

Последствия: если отложим на потом, я не смогу найти время. Может...

Модель мира: у президента тоже много дел, и он все же продолжает планировать и проводить встречи...

5. Я не приду на встречу т. к. не уверен, что мне это нужно

Намерение: может, мне прислать Вам информацию о нашей компании, а потом договоримся о встрече...

Переопределение: сейчас не совсем удобно назначить встречу, потому что не понятна цель встречи...

Разделение: не понятно, о чем пойдет разговор или чем это важно именно для Вас?

Объединение: уверенность – это важно. Давайте по пунктам...

Аналогия: пчелы садятся на цветок, не зная, есть ли там пыльца...

Изменение размера фрейма: я не всем предлагаю встретиться, в Вашем случае это...

Метафрейм: если бы возможно было это обсудить по телефону, я так и сделал бы, но...

Применение к себе: Вы уверены, что отказ от встречи Вам

нужен?

Другой результат: дело не в том, насколько Вы уверены сейчас, а в том, насколько это будет полезно...

Противоположный пример: бывает, с виду не актуальное предложение оказывается выгодным...

Иерархия критериев: важнее, что Вы узнаете о новых для Вас предложениях и сможете оценить...

Стратегия реальности: как Вы определяете то, что Вам нужно? Что может помешать встрече?

Последствия: потом могут измениться условия предложений, и даже если Вы захотите встретиться, будет не так выгодно...

Модель мира: мы живем в динамичном мире, и важно быть в курсе...

6. Я не вложу в это деньги т. к. это рискованно

Намерение: Вам не совсем понятно, сколько можно на этом заработать?

Переопределение: риск действительно присутствует, именно поэтому...

Разделение: давайте еще раз посмотрим на доходность, на риск, на сроки, на вероятность, а потом...

Объединение: все вложения – это риск. Поэтому...

Аналогия: кто не рискует – тот не пьет шампанского.

Изменение размера фрейма: не все видят в этом риск. Кто-то видит возможности...

Метафрейм: если мы смотрели бы менее рискованные вложения, они не были бы так прибыльны. Но нам нужно...

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.