

顾客异议处理

推销要素

- **推销要素是指使商品推销活动得以实现的必要因素，即推销人员、推销品和顾客（有人把推销信息归纳为推销的第四大要素）。**
- **其中，推销人员和顾客是推销活动的主体，推销品是推销活动的客体，三要素相互联系、相互制约。**

目录

- **第一节 正确对待顾客异议**
- **第二节 顾客异议处理原则**
- **第三节 顾客异议处理方法**

• 第一节 正确对待顾客异议

• 一、顾客异议的含义

• 二、顾客异议产生的原因

• 三、顾客异议的类型

• 四、顾客异议的积极意义



一、顾客异议的含义

- **顾客异议**是指顾客对推销人员或其推销的产品、推销活动所做出的一种形式上表现怀疑、否定或反面意见的反应。
- 顾客在购买活动中有异议是绝对的，而没有异议是相对的。从接近客户、调查、产品介绍、示范操作、提出建议书到签约的每个步骤都可能提出异议。

二、顾客异议产生的原因

- 顾客对推销品、推销条件或推销行为的异议往往有深层次的原因，顾客总是处于自身有限的支付能力和无限的消费欲望的矛盾之中。
- (一) 来自推销方面的异议
- (二) 来自潜在顾客方面的异议

（一）来自推销方面的异议

- 1. 推销品不能满足需求。
- 2. 信息传递不充分。
- 3. 推销工作缺乏热情。
 - （1）缺乏对顾客的热情。
 - （2）缺乏对推销品的信心。
 - （3）缺乏对推销工作的热爱。
 - （4）形象欠佳。
 - （5）信誉不好。

（二）来自潜在顾客方面的异议

- 1. 顾客的消费偏见和习惯。
- 2. 顾客未发现对产品的需求。
- 3. 要求更好的销售条件。
- 4. 顾客无支付能力。
- 5. 顾客的偶然因素。

三、顾客异议的类型

- (一) 按发出异议的客观性分
- (二) 按发出异议的形式分
- (三) 按发出异议的原因分

（一）按发出异议的客观性分

- **1. 真实的意见**——顾客有意接受推销，出于自己的利益考虑对推销品或推销条件提出质疑和探讨。推销员对此回避则会断送成交希望。
- **2. 借口或偏见**——顾客并非真正对推销品或推销条件不满意，而是处于其他不便说出口的原因提出异议，主要原因是缺乏购买意向。

（二）按发出异议的形式分

- **1. 直陈式**——顾客直接将心中疑虑坦率地表达出来，推销员可以准确判断顾客态度。
- **2. 隐形式**——顾客不愿意说出拒绝成交或不满意的真正原因，属于一种搪塞性的异议。

处理隐形异议的几种方式

- **提问** 提问是查明隐形异议的有效方法。推销员应鼓励顾客对产品发表意见、畅谈感想。
- **倾听** 推销员认真倾听隐形异议，可以推敲出顾客发生异议的真正原因。
- **注意非言语表达行动** 顾客的非言语表达通常能成为寻找隐形异议的线索，如皱眉、摇头，或出现一副迷惑神情。
- **主动提出异议** 推销员主动提出可能异议，如果顾客表示认同，即显示问题所在之处。

（三）按发出异议的原因分

- 1. 需求异议。
- 2. 产品异议。
- 3. 货源异议。
- 4. 支付手段异议。
- 5. 价格异议。
- 6. 购买时空异议。
- 7. 服务异议。
- 8. 人员异议。

四、顾客异议的积极意义

- 顾客发出异议并非“完全拒绝”。相反，能提出异议的顾客，正是对推销品和推销条件有了了解并且产生兴趣的顾客。顾客异议具有两个方面的积极意义。
 - 首先，顾客异议是交易得以进行的信号。
 - 其次，顾客异议为交易成功提供推销努力的机会。

积极看待顾客异议的若干观念

- 1. 异议是推销过程中高频率发生的事情，是推销活动不可缺少的一部分。
- 2. 发出异议是顾客的习惯之一。
- 3. 顾客发出异议不等于永远不接受成交。
- 4. 顾客有对推销员说“不”的权利。
- 5. 如果推销品确非顾客所需，不要忘记请他帮助口碑宣传产品，并向其可能作出的贡献致谢。

目录

- **第一节 正确对待顾客异议**
- **第二节 顾客异议处理原则**
- **第三节 顾客异议处理方法**

第二节 顾客异议处理原则

- 在推销过程中，顾客异议是顾客对推销行为、推销品以及推销员的不同看法。认真听取和处理顾客的异议，是改进推销工作、提高企业信誉、改进产品质量、改善企业经营的有效途径。处理好顾客异议，必须遵循以下原则。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/135343100020011131>