



# 汽车营销实务

- 何宝文

# 情境十

## 车辆介绍与异议处理





# 目 录

一、分辨真假——找出真正的异议

二、自有主张——处理异议的原则

三、化险为夷——处理异议的方法

四、寸土寸金——价格异议的处理技巧

五、我自岿然——竞争车型异议的处理技巧



# 一、分辨真假——找出真正的异议



# 一、分辨真假——找出真正的异议

## 异议的种类

### 1、真实的异议

当客户提出真实的异议时，就意味着当他的产品所带来的客户利益还不够充分，或者客户根本就不感兴趣。或者你的服务让客户感到不满意，这时很容易产生抱怨。比如，我的朋友最近买了一辆奥迪，他告诉我，这辆车出了故障，根本就无法为客户带来的利益，并积极的为客户的油耗很高，现在市场上的油价又一路上涨。客户提供更优秀的服务。



# 一、分辨真假——找出真正的异议

## 异议的种类

### 2、虚假的异议

客户虽然提出很多异议，但这些异议并不是他们真正想要的异议。这些异议只是客户为了达到自己的真实目的。比如，当客户想要你降低价格，客户对你的产品有需求，但在价格、售后服务、产品质量等方面，客户觉得不满意。客户觉得你的产品不够大气，内饰还停留在几年前的水平。客户觉得你的产品不够好，我们购买。这是客户为了增加自己手中的砝码，寻找不存在的缺陷或扩大产品中微小的不足之处来进行策略性的试探，以寻求价格上的减让或在谈判中提高自己的位势。



## 一、分辨真假——找出真正的异议

辨别真假异议的方式有以下几种：

有些时候，你判断出客户所提出的异议是假异议，但又无法知道他内心的真实想法，这时你也可以大胆地直接发问，比如：“刘先生，我相信这部车很适合您，并且您对这部车也很有趣，但是我觉得您好像有什么顾虑又不肯说出口，您能告诉我真正的原因吗？”记住，提问是你了解真相的一个好办法。



## 二、自有主张——处理异议的原则





## 二、自有主张——处理异议的原则

### 1

### 不打无准备之战

#### 编制标准应答语的程序：

- 步骤1：把大家每天遇到的客户异议写下来。
- 步骤2：进行分类统计，依照每一异议出现次数的多少排列出顺序，出现频率最高的异议排在最前面。
- 步骤3：以集体讨论的方式编制适当的应答语，并编写整理。
- 步骤4：由老销售员扮演客户，大家轮流练习标准应答语。
- 步骤5：对练习过程中发现的不足，通过讨论进行修改完善。
- 步骤6：对修改过的应答语进行再练习，并最后定稿备用，最好是印成小册子发给大家，以供随时翻阅，达到运用自如、脱口而出的程度。



## 二、自有主张——处理异议的原则

2

### 选择恰当的答复时机

汽车销售代表对客户异议的答复可以选择以下四种时机：

#### (1) 在客户异议尚未提出时解答

把客户的异议扼杀在萌芽状态，是处理异议最高明的做法。



## 二、自有主张——处理异议的原则

### 2

### 选择恰当的答复时机

汽车销售代表对客户异议的答复可以选择以下四种时机：

#### (2) 异议提出后立即回答

对于绝大多数异议，销售代表必须立即回答，这样既可以促使客户购买，又是对客户的尊重。对于以下情况，你最好立刻处理：

- 客户提出的异议是属于他关心的重要事项时。
- 你必须先处理完这些异议才能继续进行销售说明时。
- 处理完这些异议后，客户能立刻决定购买时。



## 二、自有主张——处理异议的原则

### 2

### 选择恰当的答复时机

汽车销售代表对客户异议的答复可以选择以下四种时机：

#### (3) 过一段时间再回答

对有些客户异议若急于回答反倒是不明智的。经验表明：与其仓促错答十题，不如从容答对一题。因此，对于以下异议，你最好暂时保持沉默：

- 当客户在还没有完全了解产品的特性及利益前提出价格问题时，你最好将这个异议延后处理。你可以告诉他，要是产品不合适，价钱再便宜也没用，等了解了产品我们再来谈价钱。
- 对你权限之外或你确实不能确定的事，你要承认你无法立刻回答，但你保证你会迅速找到答案告诉他。
- 当客户提出的一些异议，在后面能够更清楚地证明时。
- 客户的异议模棱两可、含糊其辞、让人费解。
- 客户的异议显然站不住脚、不攻自破。
- 异议不是三言两语可以辩解得了的。
- 异议涉及较深的专业知识，解释不易为客户马上理解。



## 二、自有主张——处理异议的原则

2

### 选择恰当的答复时机

汽车销售代表对客户异议的答复可以选择以下四种时机：

#### (4) 不回答

许多异议是不需要回答的，你可以采取如下技巧：

- 无法回答的奇谈怪论。
- 沉默。
- 容易造成争论的话题。
- 对方没听见，按自己的思路说下去。
- 一笑置之的戏言。
- 答非所问，悄悄扭转对方的话题。
- 异议具有不可辩驳的正确性。
- 插科打诨幽默一番，最后不了了之。
- 明知故问的发难。



## 二、自有主张——处理异议的原则

### 3

### 与客户争辩是销售的第一大忌

不管客户如何批评我们，你都不要与客户争辩，因为，争辩不是说服客户的好方法，正如一位哲人所说：“你无法凭争辩去说服一个人喜欢啤酒。”

与客户争辩，失败的永远是销售人员，有一句销售行话说得好：“占争论的便宜越多，吃销售的亏越大。”



## 二、自有主张——处理异议的原则

4

### 给客户留“面子”

产品交易中，经常出现磕磕碰碰的情况。有时确实是客户过于挑剔，但是如果这时候汽车销售代表也是脾气暴躁，心胸狭窄，势必会影响到双方的交易。聪明的汽车销售代表往往善于给客户一个“台阶”，让对方恢复心理平衡，这样既能赢得客户，也能平息双方的矛盾，使客户在购买产品时保持愉悦的心情。

有一句话说：“客户永远是对的；如果客户错了，请参照第一句。”



### 三、化险为夷——处理异议的方法





### 三、化险为夷——处理异议的方法

#### 忽视法

所谓“忽视法”，顾名思义，就是当客户提出的一些反对意见，并不是真的想要获得解决时，这些意见和眼前的交易扯不上直接关系，你只要面带笑容地同意他就好了。

对于一些敏感的私人话题，包括有关车行内部或同行、竞争对手、你个人的私人问题，你也不必回答。在客户面前评论你的企业、同行或是提及你的个人隐私，只会最终损害你自己的利益。



### 三、化险为夷——处理异议的方法

#### 忽视法

先生，您说得没错。

我肯定买啦！





### 三、化险为夷——处理异议的方法

#### 直接反驳法

所谓“直接反驳法”，是指客户一提出异议，汽车销售代表就直截了当地予以否定和纠正。按照常理，在销售过程中，直截了当的反驳容易让客户感到不尊重和羞辱，并且往往是不自觉而无法控制的，事后才懊恼不已，却已经难以挽回。但有些情况下，你必须直接反驳以纠正客户不正确的观点。例如：客户对你的描述、业务而诚信有所怀疑或客户声明你的资料不正确等情况。出现上面两种情况时，你必须直接反驳，因为客户若对你以及企业的服务、诚信有所怀疑，你拿到订单的机会几乎可以说是零。



### 三、化险为夷——处理异议的方法

#### 直接反驳法

我相信您所说的一定是个案，有这种情况发生，我们感到非常遗憾。我们企业的经营理念就是服务第一。





### 三、化险为夷——处理异议的方法

#### 间接否认法

所谓“间接否认法”，也叫“迂回否定法”，就是指在客户提出异议后，先给予肯定，然后再说出自己的观点或意见，以避免和客户发生正面冲突。

人有一个通性，就是不管有理没理，当自己的意见被别人直接反驳时，内心总是不痛快的，甚至会被激怒，尤其是遭到一位素昧平生的销售人员当面反驳的时候。所以，屡次正面反驳客户，就算你说得都对，也没有恶意，还是会引起客户的反感。因此，要学会用“是的……如果……”法。



### 三、化险为夷——处理异议的方法

#### 补偿法

所谓“补偿法”，就是指当客户提出的异议有事实依据时，你应该承认并欣然接受，强行否认事实是不明智的举动。但要记得，你要给客户一些补偿，如艾维士有一句有名的广告词：“我们是第二位，因此我们更努力！”产品的优势方种种考虑问题，让他取得心理的平衡，也就是让他产生两种感觉：

1. 产品的价值等于价格。
2. 产品的优点对客户是重要的，产品没有的优点对客户而言是不重要的。



### 三、化险为夷——处理异议的方法

#### 补偿法

马力是比较小，但对于您呐，我知道只在市区使用，这种已经足够了。而且，如果马力太大，油耗就会高，你也知道现在的油价在不断的上涨，买高油耗的车实在是不划算。





### 三、化险为夷——处理异议的方法

#### 询问法

所谓“询问法”，就是指在客户提出异议后，先通过询问的方式，以把捉客户的真正异议，然后再化解客户的异议。

客户经常会提出一些诸如“我再考虑一下”、“我得和家人商量一下”之类的异议。对于这些异议，也可以运用询问法有效地去解决。





### 三、化险为夷——处理异议的方法

#### 询问法

陈先生，我十分理解您的心情，毕竟每个人都希望买到物美价廉的产品，谁也不想做‘冤大头’。

如果没有询问，销售员肯定就不知道客户要考虑的是价格方面的问题。





## 四、寸土寸金——价格异议的处理技巧



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/686101154105010111>