



Steve Carrell in "The Office"

Un metodo per gestire le obiezioni dei clienti per consulenti e aziende di servizi

Francesco di Bitonto



Come possiamo trasformare le lamentele dei clienti in occasioni per promuovere e rinnovare con efficacia i nostri servizi, senza perdere le staffe e rischiare di perdere anche il cliente? Ebbene, chi è in grado di riconoscere prima e gestire poi le obiezioni dei clienti, di solito chiude ogni trattativa con successo e soddisfazione di entrambi. Anche in caso di conflitti, contrasti e diversità di punti di vista, apparentemente insanabili, gestire con efficacia le obiezioni è l'unico modo per soddisfare il cliente mantenendo l'assertività (cioè la capacità di essere autorevoli) senza uscirne sconfitti, sotto l'aspetto relazionale.

Come trattare i clienti brontoloni

➔ MA COSA SONO LE OBIEZIONI?

di Francesco Di Bitonto

Le obiezioni nascondono la volontà del cliente di valutare e di capire quanto siamo affidabili e quanto il servizio che offriamo è adatto alle sue esigenze. Per questo a volte le obiezioni sono vere e proprie provocazioni. Gestirle, come descritto più avanti, porta il cliente ad abbattere tutti i muri di diffidenza e a orientarsi verso di noi, verso ciò che proponiamo, mentre non saperle gestire, e magari sfidare il cliente, porta solamente ad aumentare il contrasto con lui, lasciandoci a volte solo l'amara e inutile soddisfazione di avergli dimostrato che ha torto.

Vale la pena sottolineare che secondo le statistiche il 96% dei clienti insoddisfatti non reclamano. Essi, infatti, ritengono che reclamare non porti mai a niente di buono. Poi però, quasi sicuramente, li perdiamo come clienti o, nella migliore delle ipotesi non parleranno bene di noi ad amici, colleghi e conoscenti.

Quindi, per gestire bene le obiezioni, la

prima cosa da fare è rivalutare le lamentele. Vi assicuro che per lamentarsi ci vuole coraggio, impegno, forza d'animo ed energia mentale e fisica.

Pensiamoci un attimo. Quando vogliamo protestare o lamentarci per qualcosa che non è andata come volevamo, manifestiamo sempre in modo diretto la nostra lamentele al destinatario? Se in un ristorante si mangia male, andiamo in cucina dal cuoco a protestare e ci lamentiamo apertamente con il titolare? O semplicemente non ci andiamo più? Dipende dalle situazioni, certo.

Se a quel posto ci tenevamo particolarmente, con ogni probabilità andremo a lamentarci ed è quasi sicuro che sentiremo il bisogno di manifestare la nostra insoddisfazione. Pertanto l'equivalenza che ne esce è: mi lamento = ci tengo. Chi si lamenta in realtà sta manifestando l'interesse a continuare a darci fiducia, a patto che le cose vengano fatte come egli vorrebbe.

La seconda cosa da fare è non negare l'obiezione. Per chi fa un'obiezione, se la dice, è vera. In quel momento la cosa migliore da fare è ascoltare senza interrompere, e dimostrare comunque comprensione. La comprensione è l'ingrediente principale dell'empatia. Comprendere non significa condividere o dare ragione, ma solo assumere il punto di vista dell'interlocutore. E non solo comprendere per finta, ma comprendere davvero il suo stato d'animo. Solo dopo che egli ha espresso l'obiezione e io gli ho dimostrato di averla compresa posso portare le mie argomentazioni cercando di far sì che lui capisca il mio punto di vista. Chi, nella vendita, sa gestire al meglio le obiezioni, non vede l'ora che il cliente le faccia, perché gestendole e soddisfacendole il cliente si orienterà sempre di più verso l'acquisto. Applica subito questi concetti ed esercitati a gestire le obiezioni nel modo descritto e ti troverai ad essere rispettato e apprezzato da tutti i clienti, non solo quelli buoni, ma anche da quelli brontoloni! **www**

Guarda il video "Come gestire le obiezioni" dal sito



www.francescodibitonto.it

