

40 tuyệt chiêu xử lý từ chối

Dành cho sales B2B & B2C



Mỗi khách hàng tiềm năng mà bạn nói chuyện họ đều có thể từ chối, hoặc lý do họ ngần ngại mua sản phẩm của bạn. Tại sao từ chối mua hàng là điều không thể tránh khỏi ?

Để bán hàng thành công, người bán hàng cần học cách giải quyết những từ chối này một cách sắc bén và thấu đáo nhất.

Xử lý từ chối là gì?

Xử lý từ chối là khi khách hàng tiềm năng đưa ra mối quan tâm/lo ngại về sản phẩm/dịch vụ và người bán hàng trả lời để làm giảm bớt những lo lắng đó. Nhờ đó cho phép thỏa thuận đi lên theo hướng tích cực.

Sự từ chối thường xoay quanh các vấn đề như giá cả, tính hữu dụng, sự lỗi thời về tính năng sản phẩm hay so sánh với đối thủ cạnh tranh.

Xử lý từ chối có nghĩa là đưa ra những lý lẽ thuyết phục khiến người mua thay đổi suy nghĩ hoặc làm giảm bớt mối lo lắng của họ. Từ đó giúp người mua ra quyết định nhanh chóng hơn.

Một số người bán hàng thường tranh luận với khách hàng tiềm năng hoặc gây áp lực để họ lùi lại nhưng điều đó thật sự không phải là cách xử lý từ chối hiệu quả. Khách hàng tiềm năng thường bị thuyết phục hơn khi bạn đồng cảm với tình huống của họ. Và tệ hơn, người bán hàng đánh mất niềm tin và mối quan hệ mà họ đã xây dựng.

Thay vì nói khách hàng tiềm năng của bạn rằng họ sai, hãy giúp họ đi đến một kết luận khác theo ý của họ. Và nếu bạn không thể thuyết phục họ, *đây là dấu hiệu tốt cho thấy họ không phù hợp.*

Tại sao xử lý từ chối lại quan trọng ?

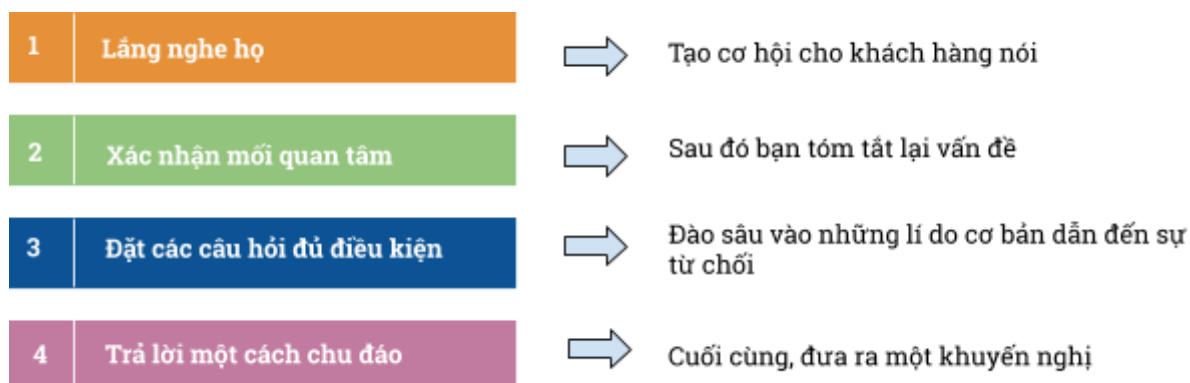
Không có gì nguy hiểm hơn cho một thỏa thuận là để cho sự từ chối bán hàng không được giải quyết đến giai đoạn cuối cùng. Người mua hàng càng giữ ý kiến đó lâu thì ý kiến đó càng trở nên mạnh mẽ và bạn sẽ khó khăn hơn khi phải chiến đấu với nó.

Với suy nghĩ này, *chào đón sự phản đối hơn là lảng tránh*. Bạn có thể chủ động xác định vấn đề bằng cách thường xuyên đặt câu hỏi như:

- "Bạn có thực sự quan tâm đến sản phẩm X không?"
- "Có trở ngại nào đang ngăn cản bạn mua hàng?"
- *Bạn có vẻ hơi lo lắng về vấn đề X. Liệu tôi có thể giúp bạn giải quyết?*

Vượt qua sự phản đối trong bán hàng

Vượt qua sự phản đối trong bán hàng bằng cách *tích cực lắng nghe*, lặp lại những gì bạn đã nghe, *đặt câu hỏi tiếp theo* và *trả lời* thích hợp. Tránh phản ứng bốc đồng với khách hàng tiềm năng. Thay vào đó, hãy (1) *lắng nghe* họ, (2) *xác nhận* mối quan tâm của họ, (3) *đặt các câu hỏi* đủ điều kiện và (4) *trả lời* một cách chu đáo



4 bước xử lý từ chối mua hàng

Tạo cho khách hàng tiềm năng của bạn một cơ hội để nói, sau đó tóm tắt lại vấn đề. Tiếp theo, cố gắng đào sâu vào những lí do cơ bản dẫn đến sự phản đối.

Cuối cùng, đưa ra một khuyến nghị. Bởi vì, khi bạn đã lắng nghe khách hàng và biết được lí do từ chối của họ thay vì phản ứng bốc đồng, khách hàng thường sẽ sẵn sàng nghe bạn hơn.

Theo dõi các từ chối bạn nhận được thường xuyên cũng rất hữu ích. Một khi bạn biết những gì mong đợi, bạn có thể dành thêm thời gian để thực hành và tinh chỉnh các câu trả lời của bạn.

Đội ngũ bán hàng nên cùng nhau thảo luận và tự đặt ra các câu từ chối mua hàng (ngoài 40 câu trên) sau đó trả lời cho nhau, điều này sẽ giúp các bạn tăng khả năng xử lý từ chối của khách hàng hơn.

Bây giờ bạn đã biết, phản đối là gì, tại sao nó quan trọng và cách cải thiện ra sao. Hãy cùng đi sâu vào 40 phản đối bán hàng phổ biến nhất dưới đây nhé !


Phản đối bán hàng về giá cả và ngân sách	6
1. Nó quá đắt	6
2. Tôi không có tiền	7
3. Chúng tôi không còn bất kỳ nguồn ngân sách nào nữa	8
4. Tôi cần sử dụng ngân sách này cho việc khác	8
5. Tôi không muốn bị ràng buộc bởi các điều khoản trong hợp đồng	9
6. Chúng tôi đang làm việc với một nhà cung cấp khác	9
7. Tôi đã trót ký hợp đồng với công ty khác	10
8. Tôi có thể có được mức giá rẻ hơn ở một công ty khác	11
9. Tôi thích đối thủ cạnh tranh của bạn hơn	12
10. Công ty X [đối thủ cạnh tranh] nói... [tuyên bố sai về sản phẩm của bạn]	12
Từ chối liên quan đến thẩm quyền hoặc ngân sách mua	13
11. Tôi không đủ thẩm quyền để ký hợp đồng này	13
12. Tôi không thể bán cái này trong nội bộ công ty.	13
13. Người ra quyết định cuối cùng không bị thuyết phục	14

14. "Chúng tôi đang thu hẹp quy mô/ sáp nhập"	14
15. Hiện tại có quá nhiều vấn đề cần giải quyết ngay bây giờ	14
Từ chối bán hàng về nhu cầu và sự phù hợp	15
17. Tôi chưa bao giờ nghe nói về công ty của bạn.	15
18. Chúng tôi đang làm rất tốt trong lĩnh vực X.	16
19. "Chúng tôi không gặp vấn đề gì cả"	16
20. "Vấn đề này không quan trọng ngay bây giờ"	16
21. Sản phẩm của bạn không lợi ích gì cho tôi.	17
22. Tôi không hiểu sản phẩm của bạn.	17
23. Tôi đã nghe những lời phàn nàn về bạn từ [công ty khác].	18
24. Chúng tôi không có khả năng triển khai sản phẩm.	19
25. Sản phẩm của bạn quá phức tạp.	19
26. Bạn không hiểu vấn đề của tôi. Tôi cần giải quyết Y, không phải X.	19
27. Bạn không hiểu doanh nghiệp của tôi.	20
28. Sản phẩm của bạn không có tính năng X và chúng tôi cần nó.	20
29. Chúng tôi đang hài lòng với những gì đang có	21
31. X chỉ là xu hướng nhất thời.	21
32. Sản phẩm của bạn không phù hợp với [công cụ, thiết lập] hiện tại của chúng tôi.	22
33. Sản phẩm của bạn nghe có vẻ hay, nhưng tôi chưa thấy cần thiết để triển khai bây giờ	22
Những từ chối mua hàng trước khi được giới thiệu	23
34. Dập máy	23
35. Hiện tại tôi đang bận.	23
36. Tôi không quan tâm.	24
37. Chỉ cần gửi cho tôi một số thông tin.	24
38. Gọi lại cho tôi vào quý tới.	24
39. Làm thế nào bạn có được thông tin của tôi?	24
40. Tôi ghét bạn.	25

Phản đối bán hàng về giá cả và ngân sách

1. Nó quá đắt

Phản đối về giá là loại phản đối phổ biến nhất, và thậm chí còn được kêu ca bởi những khách hàng thực sự có ý định mua hàng. Hãy nhớ, nếu bạn tập trung vào giá cả như một lợi thế bán hàng, khi đó sản phẩm có thể bị đánh giá thấp. Thay vì đề cập đến giá cả, bạn hãy tập trung vào lợi ích cụ thể mà sản phẩm sẽ mang lại.

 **Gợi ý phản hồi:** Khi họ từ chối vì cho rằng giá quá đắt, bạn có thể phản hồi như sau để vừa ghi nhận mối quan tâm của họ mà lại không phải giảm giá ngay lập tức, thậm chí không khiến họ từ bỏ ý định mua.

- *Rẻ hay đắt phải dựa trên dòng tiền và lợi ích thu về*
- *Anh/chị thấy đắt so với cái gì? (có thể khách hàng đang so sánh với đối thủ cạnh tranh của bạn chẳng?)*
- *Có phải anh/chị thấy [giá] là quá cao so với [liệt kê các lợi ích khách hàng nhận được] ?*
- *Anh/chị có thể cân nhắc bớt đi một vài tính năng trong này không ?*
- *Em hiểu. Trên thực tế, em đã có hai khách hàng khác có thắc mắc về giá cả giống như anh. Nhưng cuối cùng, những gì họ trải nghiệm là ...*
- *Thực ra em không biết ngân sách phù hợp với công ty mình là bao nhiêu. Nhưng nếu anh cho phép em hỏi anh thêm một vài câu nữa thôi, thì anh sẽ thấy sản phẩm của công ty em đáng giá từng đồng.*
- *Đơn giản là "Im lặng"*

2. Tôi không có tiền

Có thể khách hàng tiềm năng của bạn quy mô quá nhỏ hoặc chưa có ngân sách ngay bây giờ để mua sản phẩm của bạn. Hãy theo dõi họ phát triển và xem bạn có thể giúp khách hàng tiềm năng đến lúc mà dịch vụ của bạn phù hợp với doanh nghiệp của họ.



Gợi ý phản hồi:

- *Em biết giá cả rất quan trọng, nhưng em xin phép đề cập tới sau được không, em có điều này muốn chia sẻ trước là...*
- Khi thực sự không có tiền thật ⇒ *Vâng, em nghĩ đó chỉ là vấn đề ngắn hạn vì với tiềm năng của công ty mình, em tin sẽ rất phát triển trong tương lai. Vậy em xin phép lưu thông tin của anh/chị và sẽ tiếp tục giữ liên lạc với anh ạ.*

3. Chúng tôi không còn bất kỳ nguồn ngân sách nào nữa

Đây là một "biến thể" từ chối của không có tiền. Điều mà khách hàng tiềm năng nói với bạn ở đây là họ đang gặp vấn đề về dòng tiền. Nhưng nếu có một vấn đề cấp bách, cuối cùng họ cũng sẽ giải quyết.

Trong tình huống này, bạn có thể giúp khách hàng tiềm năng có thêm ngân sách từ CEO để mua ngay bây giờ, hoặc sắp xếp một cuộc gọi tiếp theo khi họ có nguồn kinh phí khác.



Gợi ý phản hồi:

- *Vâng ạ. Em chưa đề xuất anh mua bất cứ thứ gì ngay bây giờ. Em chỉ muốn chia sẻ những lợi ích mà sản phẩm của công ty em có thể mang lại ngay lập tức. Điều này có thể sẽ rất quan trọng với sự phát triển của công ty trong tương lai.*

4. Tôi cần sử dụng ngân sách này cho việc khác

Khách hàng tiềm năng đôi khi cố gắng dành ngân sách cho một việc khác. Việc của bạn là làm sao biến sản phẩm/dịch vụ của bạn được ưu tiên và xứng đáng phân bổ ngân sách ngay bây giờ.

Bạn có thể chia sẻ với họ về một vài trường hợp từ các khách hàng khác đã tiết kiệm tiền, tăng hiệu quả hoặc có tỷ suất hoàn vốn như thế nào khi sử dụng sản phẩm, dịch vụ của bạn.



Gợi ý phản hồi:

- *“Em có thể biết anh đang ưu tiên ngân sách cho việc gì được không ạ.”*

5. Tôi không muốn bị ràng buộc bởi các điều khoản trong hợp đồng

Một khách hàng tiềm năng có nhu cầu và quan tâm thực sự nhưng lại e ngại vì sợ các điều khoản trong hợp đồng như thời gian thanh toán, lý do về ngân sách. May mắn là, bạn có thể giải quyết được mối lo ngại này của khách hàng bằng cách đưa ra các hình thức thanh toán theo tháng, theo quý thay vì yêu cầu thanh toán tổng chi phí cho một năm hoặc nhiều năm như ban đầu.



Gợi ý phản hồi:

- *Để phù hợp nhất với nhu cầu hiện tại của anh, anh có thể đăng ký dùng thử phần mềm 3 tháng với 30 người dùng thay vì ký 6 tháng và cố định 20 người dùng theo nguyên tắc hợp đồng.*
- *Mong anh chớ thông cảm các điều khoản thanh toán là quy định chung của công ty em, nhưng với khách hàng đặc biệt như anh, em có thể xin ý kiến của lãnh đạo để có sự điều chỉnh phù hợp cho bên mình.*

Từ chối mua hàng vì đối thủ cạnh tranh

6. Chúng tôi đang làm việc với một nhà cung cấp khác

Khách hàng tiềm năng đang làm việc với đối thủ cạnh tranh là một tín hiệu có lợi cho bạn. Lúc này khách hàng đã nhận ra nhu cầu và biết được mình cần giải pháp gì. Điều này đã được đối thủ cạnh tranh giải thích và thuyết phục thay cho bạn. Nếu không, bạn sẽ mất nhiều thời gian để theo đuổi khách hàng tiềm năng này khi mà họ chưa nhận ra vấn đề đang gặp phải. Còn bây giờ việc của bạn đơn giản chỉ là nói về sản phẩm của mình.

Dù khách hàng tiềm năng đang làm việc với đối thủ cạnh tranh nhưng điều đó không có nghĩa là họ hài lòng với đơn vị đó. Bạn nên tìm hiểu thêm thông tin bằng cách thăm dò khéo léo về mối quan hệ hiện tại của họ: Tại sao họ chọn dịch vụ này? Tính năng nào tốt nhất? Chưa tốt? Đặc biệt chú ý đến các khía cạnh mà sản phẩm đối thủ cạnh tranh chưa thể đáp ứng.



Gợi ý phản hồi:

Thật tốt nếu như anh đã tìm được một sản phẩm ưng ý nhưng sẽ tốt hơn nếu anh có thêm một lựa chọn. Em tin rằng **[tên sản phẩm]** có những điểm khác biệt mà chắc chắn sẽ khiến anh ấn tượng. Hy vọng anh có thể sắp xếp thời gian ngay trong ngày mai để em có thể chia sẻ cách **[tên sản phẩm]** sẽ giải quyết những vấn đề của anh một cách sắc bén như thế nào.

7. Tôi đã trót ký hợp đồng với công ty khác

Có lẽ, sự từ chối liên quan đến đối thủ cạnh tranh là dễ xử lý nhất, cụm từ này cho thấy sự tiếc nuối của khách hàng tiềm năng. Hãy xem xét bạn có thể đưa ra một mức chiết khấu hợp lý để bù đắp cho chi phí phá vỡ hợp đồng sớm hay không hoặc chứng minh rằng tỷ suất hoàn vốn sẽ bù đắp được khoản chi phí này.

Tất nhiên, khách hàng tiềm năng của bạn có thể chỉ đơn giản là đang cường điệu nó lên. Bạn có thể thực hiện một vài câu hỏi để kiểm tra xem họ thực sự đang có “vấn đề” hay thực sự hài lòng với nhà cung cấp đó hay không.



Gợi ý phản hồi:

- Có một tin vui em muốn thông báo là quản lý của em đã đồng ý với mức chiết khấu hấp dẫn hơn, liệu anh có thể xem xét ký hợp đồng trong tuần này được không? ...

8. Tôi có thể có được mức giá rẻ hơn ở một công ty khác

Với lời từ chối này, bạn đang ở trong tình huống khách hàng tiềm năng so sánh bạn với đối thủ cạnh tranh, để xem bạn có thể giảm giá sâu cho họ hay không. Hoặc là khách hàng tiềm năng của bạn ấn tượng về một sản phẩm tương tự, rẻ hơn có thể làm mọi thứ họ cần?

Tình huống đầu tiên, hãy đưa ra mức giảm giá sâu nhất bạn thấy hợp lý và nhấn mạnh các tính năng sản phẩm của bạn vượt trội hơn. Bỏ qua nếu họ yêu cầu mức giá thấp hơn nữa. Trong kịch bản thứ hai, hãy tận dụng sự so sánh. Các điểm khác biệt giá trị nhất mà bạn cung cấp cho khách hàng tiềm năng là gì? So sánh chúng và nhấn mạnh giá trị tổng thể, không nói đến giá cả.



Gợi ý phản hồi:

-
- *Anh có thể có được mức giá tốt hơn nhưng em chắc rằng anh sẽ cần đến tính năng X mà hiện tại [Sản phẩm đối thủ cạnh tranh] không có.*
 - *Đắt hay rẻ phụ thuộc vào dòng tiền và lợi ích thu về. Em nghĩ anh nên cân nhắc những gì [sản phẩm của bạn] có thể nhanh chóng mang lại cho doanh nghiệp.*

9. Tôi thích đối thủ cạnh tranh của bạn hơn

Nếu khách hàng tiềm năng của bạn thích đối thủ cạnh tranh của bạn hơn thì sao? Chiến lược tương tự vẫn được áp dụng - tìm hiểu lý do tại sao họ tin rằng mối quan hệ của họ với đối thủ cạnh tranh của bạn là có lợi và xác định những điểm yếu trong mối quan hệ đó mà sản phẩm của bạn có thể làm tốt hơn.



Gợi ý phản hồi:


- *Nhiều khách hàng của em cũng từng nói như anh, nhưng sau khi trải nghiệm sản phẩm/dịch vụ bên em thì họ đã thay đổi quyết định.*
- *Em tin rằng điều thực sự cần thiết với công ty anh bây giờ là cần một hệ thống tinh gọn đem lại hiệu quả ngay chứ không phải là một hệ thống nhiều tính năng nhưng không thực sự hữu dụng ngay bây giờ.*

10. Công ty X [đối thủ cạnh tranh] nói... [tuyên bố sai về sản phẩm của bạn]

Theo chuyên gia bán hàng Jeff Hoffman, người bán hàng lúc này nên nói "Điều đó không đúng sự thật" và dừng lại.

Hoffman cho biết 90% câu trả lời này sẽ làm hài lòng người mua và họ sẽ tiếp tục lắng nghe bạn. Bạn sẽ bình tĩnh và tự tin hơn, trong khi đó, đối thủ cạnh tranh của bạn sẽ cảm thấy bất an.

Nếu khách hàng tiềm năng của bạn vẫn không chắc chắn, họ sẽ hỏi một câu hỏi khác. Tại thời điểm đó, bạn có thể cung cấp thêm thông tin như:

 **Gợi ý phản hồi:**

- *Điều đó không đúng sự thật... [Lần lượt đưa ra các bằng chứng]*

Từ chối liên quan đến thẩm quyền hoặc ngân sách mua

11. Tôi không đủ thẩm quyền để ký hợp đồng này

Không vấn đề gì. Hãy hỏi khách hàng tiềm năng của bạn để biết tên của người phù hợp để nói chuyện, và sau đó chuyển hướng cuộc gọi đến họ.

 **Gợi ý phản hồi:**

- *Dạ cảm ơn anh, vậy anh có thể vui lòng cho biết ai là người có đủ thẩm quyền để phê duyệt hợp đồng này không ạ? Sẽ thật tuyệt nếu anh cho em xin thông tin liên hệ của người đó.*

12. Tôi không thể bán cái này trong nội bộ công ty.

Không vấn đề gì, khách hàng tiềm năng của bạn không thể, nhưng bạn thì có thể. Hãy hỏi khách hàng tiềm năng của bạn về những tình huống dự đoán từ chối mua hàng có thể gặp phải và giúp họ chuẩn bị các câu trả lời phù hợp nhất. Kiểm tra với bộ phận marketing để xem họ có thể đại diện cho khách hàng tiềm năng của mình không.

13. Người ra quyết định cuối cùng không bị thuyết phục

Nếu bạn đã giải quyết từ chối số 12 bằng cách cung cấp lời khuyên và tư vấn bán hàng nội bộ nhưng người ra quyết định cuối cùng vẫn không bị thuyết phục. Có lẽ đã đến lúc bạn nên dừng việc tư vấn và thuyết phục khách hàng. Mặc dù rất không muốn bỏ lỡ một khách hàng tiềm năng đã tin tưởng vào sản phẩm của công ty nhưng cũng thật lãng phí thời gian khi làm việc với một người không bao giờ nhìn thấy giá trị sản phẩm của bạn.

14. "Chúng tôi đang thu hẹp quy mô/ sáp nhập"

Điều này hiếm khi xảy ra, nhưng khi nó xuất hiện thì đồng nghĩa là bạn không thể làm gì tiếp theo. Kết thúc mối quan hệ một cách chuyên nghiệp để khi công ty khách hàng tiềm năng có tình hình kinh doanh ổn định hơn họ sẽ bắt đầu lại cuộc trò chuyện.



Gợi ý phản hồi:

- *Dạ vâng, em biết thời gian này có thể đang rất khó khăn với bên anh. Việc ứng dụng X vào kinh doanh sẽ rất có lợi cho anh, nhưng chắc là em xin phép được gọi lại vào một dịp khác khi mà anh đã sẵn sàng. Chúc anh và công ty sẽ phục hồi và phát triển nhanh chóng.*

15. Hiện tại có quá nhiều vấn đề cần giải quyết ngay bây giờ

Hỏi khách hàng tiềm năng để xác định các vấn đề ưu tiên là gì. Nếu họ không thể chỉ ra , nghĩa là họ đang tìm cách từ chối bạn. Bạn nên tiếp tục tìm hiểu lý do thực sự họ không muốn hợp tác với bạn.

Nếu họ có thể cung cấp câu trả lời cụ thể, đừng lo lắng. Thiết lập thời gian cho cuộc gặp tiếp theo và tiếp tục gửi các thông tin hữu ích cho họ .

16. Tôi là một phần của một nhóm mua.

Các nhóm mua cho phép các công ty độc lập hợp tác và mua hàng chung từ các nhà cung cấp - thường nhận được mức giá tốt hơn nhiều so với khả năng họ có thể tự bảo đảm.

Tuy nhiên, nếu công ty của bạn không nằm trong danh sách các nhà cung cấp được chấp thuận của họ, thì khách hàng tiềm năng của bạn có thể sẽ không quan tâm. Vì thế, bạn không thể cung cấp cho họ cùng một mức giảm giá khi mua số lượng lớn.

Đáp lại sự phản đối này bằng cách đi sâu vào chi tiết về tư cách thành viên của họ. Những giới hạn nào xuất phát từ nhà cung cấp cho công ty họ? Giá hiện tại họ đang nhận được là bao nhiêu? Những công ty thuộc liên minh mua hàng của họ?

Khi bạn đã học được nhiều hơn, bạn có thể quyết định liệu nó có ý nghĩa kinh tế để khách hàng tiềm năng này hợp tác với bạn hay không - và liệu có cơ hội trở thành một trong những nhà cung cấp cho nhóm mua hàng của họ hay không.

Từ chối bán hàng về nhu cầu và sự phù hợp

17. Tôi chưa bao giờ nghe nói về công ty của bạn.

Hãy coi sự phản đối này như một yêu cầu thông tin. Đừng nên nói dài dòng mà hãy cung cấp cho họ một bản tóm tắt ngắn gọn nhất về những giá trị then chốt trong đề xuất của bạn.



Gợi ý phản hồi:

- *Bên em là hệ sinh thái phần mềm SlimSoft - tập hợp các phần mềm giúp doanh nghiệp tăng trưởng bằng công nghệ. Em rất vui nếu có thể chia sẻ trực tiếp với anh về những gì mà SlimCRM có thể ứng dụng và mang lại hiệu quả ngay lập tức cho doanh nghiệp mình.*

18. Chúng tôi đang làm rất tốt trong lĩnh vực X.

Nếu bạn gặp phải sự từ chối này, hãy thực hiện thêm một vài đánh giá. Mục tiêu của khách hàng tiềm năng của bạn là gì? Họ đã tăng trưởng bao nhiêu?

19. "Chúng tôi không gặp vấn đề gì cả"

Điều này thường được đưa ra như một sự từ chối. Có thể là khách hàng tiềm năng chưa nhận ra những vấn đề họ đang hoặc sẽ gặp phải. Và cho dù cuối cùng bạn phát hiện ra họ thực sự không cần sản phẩm của mình nhưng đừng để cập điều này một cách trực tiếp.



Gợi ý phản hồi:

Anh có chắc rằng doanh nghiệp mình không cần tới một công cụ có thể rút ngắn thời gian bán hàng, tăng hiệu suất làm việc cá nhân,...?

20. “Vấn đề này không quan trọng ngay bây giờ”

Đôi khi, một từ đơn giản là “thật vậy ư”? Sẽ đủ để khách hàng tiềm năng của bạn bắt đầu cuộc nói chuyện. Hãy lắng nghe thật kỹ vì sao họ lại có mức độ ưu tiên thấp như vậy.

Hãy nhớ rằng những lời bào chữa có thể là dấu hiệu cho thấy khách hàng tiềm năng biết rằng họ có vấn đề nhưng đang cố gắng hợp lý hóa sự thờ ơ. Hãy giúp họ nhận ra vấn đề và hậu quả có thể gặp phải.



Gợi ý phản hồi:

- *Rất nhiều công ty cùng lĩnh vực với anh đều đã sử dụng và đạt được nhiều kết quả tốt. Em tin rằng đã đến lúc anh cân nhắc việc áp dụng **[tên sản phẩm]** để giải quyết triệt để vấn đề X, Y...*
- *Điều này cũng giống như việc tập thể dục hàng ngày. Nó không quan trọng ngay bây giờ nhưng theo thời gian anh sẽ gặp những vấn đề nghiêm trọng hơn về sức khỏe và rất có thể anh không còn cơ hội để sửa chữa. Thì cũng tương tự như tình hình kinh doanh hiện tại, cá nhân em tin rằng đây là thời điểm phù hợp nhất để anh áp dụng **[tên sản phẩm]** vào doanh nghiệp.*

21. Sản phẩm của bạn không lợi ích gì cho tôi.

Đây là một cách khác để từ chối. Hãy nhắc lại các mục tiêu hoặc vấn đề bạn đã thảo luận và giải thích một cách dễ hiểu, cô đọng cách sản phẩm của bạn hoạt động.



Gợi ý phản hồi:

- *Anh hãy tương tượng xem, mỗi ngày nhân viên mất X lần thao tác khi làm việc thủ công, nếu sử dụng CRM họ chỉ phải thực hiện Y lần mà thôi*

22. Tôi không hiểu sản phẩm của bạn.

Nếu khách hàng tiềm năng của bạn thực sự không thể hiểu về sản phẩm của bạn, đây là một tín hiệu xấu.

Đừng bỏ cuộc ngay lập tức. Hãy hỏi khách hàng tiềm năng của bạn về những khía cạnh của sản phẩm mà họ không rõ ràng, sau đó thử giải thích nó theo một cách khác. Ngoài ra, bạn có thể mang theo một kỹ thuật viên hoặc kỹ sư sản phẩm để trả lời các câu hỏi từ phía khách hàng.



Gợi ý phản hồi:

- *Anh/chị thấy khó sử dụng ở tính năng nào ạ ? Em có xin lịch hẹn để hướng dẫn cho anh chị trực tiếp trong vòng 15 phút được không ạ?*

23. Tôi đã nghe những lời phàn nàn về bạn từ [công ty khác].

Lời nói truyền miệng vừa là điều tốt nhưng cũng có thể là tín hiệu xấu. Đừng phản ứng ngay lập tức vì điều này sẽ như là sự xác nhận rằng những lời chỉ trích trên là đúng.

Sau đó, hãy đưa ra một đề xuất có giá trị, chẳng hạn như, *“Em mời anh chị trải nghiệm thực tế để xem những phản hồi có thực sự chính xác hay không ạ?”*

Điều này cung cấp cho bạn một cơ hội để tăng uy tín và gây dựng niềm tin với khách hàng tiềm năng. Khi bạn đã cho họ trải nghiệm tích cực, tự nhiên họ sẽ hình thành ý kiến đúng đắn về bạn.



Gợi ý phản hồi:

- *Em mời Anh chị trải nghiệm thực tế để xem những phản hồi có thực sự chính xác hay không?*
- *[Trường hợp lời nói xấu là đúng] "Cảm ơn anh / chị đã phản hồi, em xin ghi nhận và chuyển nó đến bộ phận liên quan để xử lý ạ"*

24. Chúng tôi không có khả năng triển khai sản phẩm.

Sự từ chối này có thể là một rào cản khó để đi đến thỏa thuận. Tùy thuộc vào sản phẩm bạn bán, có thể khách hàng tiềm năng của bạn sẽ phải thêm số người sử dụng hoặc chuyển hướng để tận dụng tối đa ưu đãi và nếu họ thực sự không thể, bạn nên đóng cơ hội này.

25. Sản phẩm của bạn quá phức tạp.

Tìm hiểu xem khách hàng tiềm năng của bạn có nhầm lẫn về các tính năng cụ thể hoặc sản phẩm có thực sự phức tạp. Nếu đó là đúng, bạn nên dừng việc tiếp cận khách hàng này và yêu cầu bộ phận phát triển sản phẩm tìm cách tối ưu hơn. Nhưng nếu đó chỉ là sự hiểu lầm, hãy nhắc nhở khách hàng tiềm năng rằng bộ phận hỗ trợ khách hàng luôn sẵn sàng trả lời bất kỳ câu hỏi nào của họ.



Gợi ý phản hồi:

- *Em xin phép hỏi anh chị thấy tính năng nào phức tạp ạ?*

-
- *Trong quá trình sử dụng, nếu có bất kỳ thắc mắc hay cần hỗ trợ nào anh có thể liên lạc trực tiếp với em qua số này hoặc tốt nhất là liên hệ trực tiếp với bộ phận hỗ trợ.*

26. Bạn không hiểu những vấn đề của tôi. Tôi cần giải quyết vấn đề Y, không phải X.

Điều quan trọng là làm cho khách hàng tiềm năng của bạn cảm thấy được lắng nghe. Trình bày lại vấn đề của khách hàng tiềm năng và yêu cầu họ xác nhận

Đôi khi điều này có thể giải quyết rất đơn giản chỉ là nhắc lại những gì khách hàng tiềm năng đã nói.



Gợi ý phản hồi:

- Em xin phép được trình bày lại vấn đề theo em được hiểu để anh xác nhận lại được không ạ?
- Theo ghi chép của em vào ngày XXX anh đã nói / gửi email với nội dung XXX

27. Bạn không hiểu doanh nghiệp của tôi.

Nếu bạn bán cho một ngành cụ thể, rất có thể bạn sẽ biết một chút về hoạt động kinh doanh của khách hàng tiềm năng. Hãy cho họ biết rằng bạn có kinh nghiệm làm việc với các công ty giống như họ và đã giải quyết tốt các vấn đề tương tự trong quá khứ.

Nếu bạn chỉ đơn giản đưa ra một giả định không chính xác về công ty hoặc lĩnh vực của khách hàng tiềm năng, đừng ngại thừa nhận điều đó. Khách hàng tiềm năng của bạn sẽ đánh giá cao sự thẳng thắn của bạn.



Gợi ý phản hồi

- Anh / chị có thể yên tâm, bên em đã có X năm kinh nghiệm trong lĩnh vực Y và được nhiều khách hàng ABC tin tưởng
- Xin lỗi em có chút nhầm lẫn, thực tế diễn ra đúng như những gì anh nói.

28. Sản phẩm của bạn không có tính năng X và chúng tôi cần nó.

Hãy thử đề xuất một sản phẩm bổ sung có thể kết hợp với sản phẩm của bạn. Nhưng nếu nhu cầu đó là bắt buộc và sản phẩm của bạn không thể giải quyết được thì khách hàng tiềm năng có thể không phù hợp. Nên đóng cơ hội này để tập trung vào một cơ hội phù hợp hơn.



Gợi ý phản hồi:

- *SlimCRM đã có sẵn tính năng gửi email hàng loạt, tuy nhiên để đáp ứng nhu cầu của anh thì em nghĩ anh nên kết hợp sử dụng với Slimemail sẽ đạt được kết quả cao hơn.*

29. Chúng tôi đang hài lòng với những gì đang có

Mọi thứ thực sự đang diễn ra tốt đẹp nhưng nhiều khả năng, khách hàng tiềm năng của bạn đang gặp một số thách thức. Thực hiện một số khảo sát nhỏ để xác định xem họ có đang đối mặt với bất kỳ vấn đề nào bạn có thể giải quyết hay không. Tùy theo câu trả lời, bạn có thể quyết định chuyển sang bước tiếp theo hoặc đóng cơ hội.



Gợi ý phản hồi:

- Theo thống kê, có đến 91% doanh nghiệp sử dụng CRM, rất khó để các doanh nghiệp nhỏ có thể cạnh tranh nếu không thể cải tiến hiệu suất làm việc nhóm và dịch vụ CSKH.
- 64,2 % các doanh nghiệp áp dụng CRM đánh giá rằng phần mềm này “ảnh hưởng lớn” tới kết quả công việc và doanh số

30. Không thấy tiềm năng lợi nhuận thu về

Đây là một dấu hiệu cho thấy bạn sẽ phải đưa ra các bằng chứng thuyết phục hơn với khách hàng tiềm năng hoặc thuyết phục người quản lý của cô ấy, bằng cách sử dụng các số liệu thống kê nội bộ



Gợi ý phản hồi:

- *Có thể anh chưa biết, khách hàng X đã tăng doanh thu 40% khi sử dụng [tên sản phẩm] bên em*

31. X chỉ là xu hướng nhất thời.

Bạn có thể nghe thấy sự từ chối này nếu sản phẩm của bạn tiên phong cho một xu thế mới trong lĩnh vực kinh doanh của khách hàng tiềm năng. Bây giờ là lúc đưa ra những bằng chứng thực hoặc nghiên cứu để chứng minh tỷ lệ hoàn vốn (ROI) cho sản phẩm của mình.



Gợi ý phản hồi:

- *Điều này có thể khá mới mẻ đối với anh/ chị nhưng trên thực tế, 91% doanh nghiệp tại các nước phát triển đang sử dụng CRM, rất khó để các doanh nghiệp nhỏ có thể cạnh tranh nếu không thể cải tiến hiệu suất làm việc nhóm và dịch vụ CSKH*

32. Sản phẩm của bạn không phù hợp với [công cụ, thiết lập] hiện tại của chúng tôi.

Sự từ chối này có thể là một rào cản sự phá vỡ thỏa thuận nếu người mua chắc chắn với các giải pháp hiện có của họ. Tuy nhiên, đôi khi sản phẩm của bạn sẽ thay thế các công cụ này hoặc khiến chúng bị loại bỏ. Bằng cách đưa ra các câu hỏi sau:

- Bạn đang sử dụng công cụ nào?
- Làm thế nào tích hợp những công cụ cho [chiến lược cho X, bộ phận, trách nhiệm cá nhân] của bạn?
- Những sản phẩm đó giúp bạn đạt được điều gì?

33. Sản phẩm của bạn nghe có vẻ hay, nhưng tôi chưa thấy cần thiết để triển khai

Khách hàng tiềm năng thường bị trì hoãn và không có những nỗ lực cần thiết để áp dụng sản phẩm, ngay cả khi ROI là đáng kể.

Để đồng cảm với họ, hãy chứng minh rằng bạn đáng tin cậy và đảm bảo họ có đủ điều kiện để triển khai ngay

Ví dụ: "Tôi hiểu. Thông thường, khách hàng của chúng tôi phải mất [X ngày] để ứng dụng thành công với [sản phẩm]."

Tiếp theo, để thuyết phục khách hàng tiềm năng, bạn nên tập trung vào mong muốn hoặc vấn đề hiện tại họ đang gặp phải.

Có thể hỏi: "Bạn dành bao nhiêu phút mỗi ngày [cho nhiệm vụ X]?"

Sau đó tính toán những gì họ sẽ đạt được - về thời gian, hiệu quả, tiền bạc hoặc tất cả những điều trên.

Những từ chối mua hàng trước khi được giới thiệu

34. Dập máy

Nếu khách hàng tiềm năng của bạn cúp máy ngay, đừng buồn, điều đó xảy ra với tất cả mọi người. Hãy để một người khác trong công ty bạn tiếp cận họ theo một cách khác.

Hoặc bạn có thể chủ động hơn, đợi vài giây, sau đó gọi lại và nói, "*Xin lỗi, có vẻ như đường truyền không ổn định nên bị ngắt. Anh có thể cho em xin vài phút để trao đổi không?*"

Bạn chọn cách tiếp cận nào hoàn toàn phụ thuộc vào nội dung trao đổi trước khi khách hàng tiềm năng gác máy.

35. Hiện tại tôi đang bận.

Tất nhiên khách hàng tiềm năng của bạn đang bận rộn - hầu như mọi chuyên gia ngày nay đều như vậy. Đơn giản chỉ cần giải thích đây là một trò chuyện nhanh để tìm hiểu xem sản phẩm của bạn có phù hợp với tổ chức của họ hay không.



Gợi ý phản hồi:

- *Em hiểu mọi người luôn có việc phải làm nhưng em tin rằng nếu anh dành ra 1 phút, em có thể giới thiệu giải pháp giúp anh cải thiện hiệu suất làm việc cho mình và toàn bộ doanh nghiệp.*

36. Tôi không quan tâm.

Trong một cuộc gọi lần đầu tiên, vẫn còn quá sớm để một khách hàng tiềm năng có thể nói dứt khoát rằng họ có hoặc không quan tâm đến sản phẩm của

bạn. Bạn nên tiếp tục gửi thêm các thông tin hữu ích khác và lên lịch cuộc gọi tiếp theo.

37. Chỉ cần gửi cho tôi một số thông tin.

Đây là một cơ hội tuyệt vời để đánh giá tiềm năng của cơ hội. Bạn có thể nói:

- *"Tôi rất vui khi gửi cho bạn một số tài liệu, nhưng tôi muốn chắc chắn rằng chúng thực sự hữu ích cho bạn. Bạn có hứng thú gì khi tìm hiểu về...?"*
- *Để tiết kiệm thời gian, em sẽ hỏi anh một vài câu ngay bây giờ để làm rõ hơn về nhu cầu của anh, sau đó em lên đề xuất tốt nhất và gửi email cho anh.*

38. Gọi lại cho tôi vào quý tới.

Khách hàng tiềm năng thường nói điều này để ngăn cản bạn theo đuổi một cuộc trò chuyện. Nhưng đừng từ bỏ dễ dàng như vậy - đó là một sự từ chối khéo với hy vọng bạn sẽ bỏ cuộc và biến mất. Hãy hỏi: *"Anh có thể cho em biết mục tiêu/ kế hoạch của công ty mình trong quý tới được không?"* để xác định lý do thực sự họ muốn từ chối bạn.

39. Làm thế nào bạn có được thông tin của tôi?

Không cần quá lo lắng, chỉ cần nói với khách hàng tiềm năng rằng họ đã điền vào biểu mẫu trên trang web của bạn hoặc đăng ký để biết thêm thông tin tại triển lãm thương mại hoặc bạn chỉ cần xem qua trang web của họ và muốn liên hệ để xem bạn có thể giúp đỡ họ.

40. Tôi ghét bạn.

Nói chung, khách hàng tiềm năng sẽ ít khi nói thẳng ra điều này. Và rõ ràng không cần thiết phải trở thành bạn thân với ai đó để có thể bán hàng cho họ. Nhưng nếu bạn và khách hàng tiềm năng thực sự không hợp nhau, hãy cân nhắc chuyển cơ hội này cho đồng nghiệp nếu đó thực sự là một cơ hội tốt. Hãy

chắc rằng sự từ chối này không liên quan gì đến sản phẩm của bạn và những lợi ích nó mang lại.

Từ chối là một phần không thể tránh khỏi trong bán hàng. Một số thì có lý do chính đáng để từ bỏ, trong khi những người khác chỉ đơn giản là chưa hiểu những giá trị sản phẩm của bạn có thể mang lại cho họ. Nhưng miễn là bạn quen thuộc với những lời từ chối thông thường và sẵn sàng vượt qua chúng, bạn dễ dàng phân biệt giữa những khách hàng tiềm năng có khả năng trở thành khách hàng tốt và khách hàng tiềm năng mà bạn cần từ bỏ.

