

A continuación encontrarás los tipos de "NEGATIVAS" u "OBJECIONES" y la forma de afrontarlas:

Objeción	En qué consiste	Cómo afrontarla
Pretexto	Ocultan las verdaderas objeciones. Por ejemplo: "tengo muchas existencias", "es demasiado caro".	Averigua cuál es la verdadera objeción.
Prejuicio	Son ideas o juicios preconcebidos que la clientela tiene hacia la empresa o el producto.	Haz preguntas abiertas para ver cuál es la causa de esa actitud.
Duda	La clientela duda que el producto vaya a proporcionar el beneficio que la vendedora dice.	Utiliza un argumento de prueba o demostración. Centrarse en la necesidad y no en la duda.
Malentendido	Nace de una información incompleta o porque la clientela cree que el producto tiene una desventaja que en realidad no existe.	Averigua porqué opina así. Después aclárale el malentendido.
Indiferencia	La clientela ya trabaja con la competencia y no quiere referenciar nuestros productos.	Averigua que necesidades no tiene cubiertas con la competencia y ofrece tus productos que satisfagan dichas necesidades.
Desventaja real	Puede ser porque el producto no ofrece un beneficio importante para la cliente o algo en tu oferta le desagrada. Casi siempre suele ser el precio.	Pregunta para ver cuál es el alcance de la objeción. A continuación dale importancia a otros beneficios de tu producto para ella. Podrías limar las diferencias en precio.