

TẠI SAO KHÁCH HÀNG LẠI PHẢN ĐỐI

Tại sao khách hàng phản đối?

- Chưa có nhu cầu: do khách hàng chưa có nhu cầu hoặc do người bán thiếu sót khi giới thiệu sản phẩm.
- Muốn có thêm thông tin: muốn củng cố lại những lý do chính đáng để mua sản phẩm hoặc muốn có thời gian tính toán hiệu quả của quyết định mua.
- Chưa nắm được lợi ích: thường xảy ra đối với hàng hóa có kỹ thuật cao, đối tượng khách hàng chọn lọc
- Không thích: đặc trưng sản phẩm không phù hợp hoặc không đáp ứng với nhu cầu (kiểu thiết kế, bảo trì, thời gian sửa chữa,...)
- Cân nhắc giá cả và giá trị: người mua muốn giá trị sử dụng cao hơn giá cả còn người bán lại muốn ngược lại.
- Không thiện cảm với công ty: người mua sợ khi người bán phá sản sẽ không cung cấp vật tư, thực hiện dịch vụ hậu mãi;...
- Không thích người bán hàng: khách hàng không ưa thích cá nhân hoặc không tin tưởng người bán hàng; khách hàng thường hỏi về tình trạng sản xuất, kết quả bán hàng thời gian qua.
- Đã có nhà cung cấp khác: khách hàng trung thành với nguồn cung cấp hiện tại

Khách hàng đưa ra ý kiến phản đối lúc nào?

Khi bắt đầu cuộc hẹn đầu tiên

Khách hàng không quen thuộc với sản phẩm, dịch vụ hay các khái niệm mà người bán đề cập: bảo hiểm nhân thọ

Khi giới thiệu và dẫn chứng sản phẩm hay dịch vụ

- Người bán đề cập đến những vấn đề nhạy cảm: tiền, chi phí
- Khách hàng không biểu lộ thái độ

Khi gút lại bán hàng

- Kỹ năng bán hàng còn kém:
- Chưa chuẩn bị tốt các công cụ hỗ trợ thuyết minh tính vượt trội của sản phẩm;
- Chưa khám phá nhu cầu khách hàng.

Sau bán hàng

- Những phàn nàn về dịch vụ chăm sóc khách hàng: thời gian lắp đặt máy, chất lượng sản phẩm hay dịch vụ, thái độ nhân viên chăm sóc khách hàng.
- Ý kiến phản đối của khách hàng là điều thường xảy ra trong các cuộc chào hàng và là cơ sở tìm hiểu khách hàng để lựa chọn phương pháp thương lượng có hiệu quả.