

MODUL 7

Menjawab Keberatan (PROPAYBACK)



Objection is not Rejection,
Setelah penyampaian **Benefit** ada
kemungkinan kita akan menghadapi
Objection calon pelanggan

Menangani Keberatan

Alasan Umum Keberatan

Tidak paham

Tidak percaya

Biaya melebihi kemungkinan manfaat yang ditawarkan

Penanganan Awal terhadap Keberatan

“Tetapi sepertinya kami tidak pernah mendengar produk ini”

Penanganan Awal terhadap Keberatan:

*“1 tahun diluncurkan, lini produk kami memang terhitung baru dipasaran. Tetapi dalam jangka waktu 1 tahun, kami telah menyelesaikan pesanan untuk lebih dari **10 retailer besar**, 2 diantaranya adalah retailer terbesar di Indonesia. Retailer partner kami juga mendapatkan hasil yang memuaskan dari produk ini, yang mana 80% dari mereka sudah meminta restock bahkan sebelum produk ini terjual habis.”*

Hindari...

“Saya tahu yang akan Anda katakan, “produk kami baru”, tapi yang bisa saya katakan kami sangat berpengalaman di industri ini.”

5 Kesalahan Utama

Terlalu dilatih

Memotong/Interupsi

Argumentasi

Mengabaikan

Meremehkan

3 Tipe Keberatan

Mencari informasi

Utama

Artifisial

“Saya tidak bisa melihat bagaimana produk ini akan bisa membantu meningkatkan profit di toko kami”

(mencari informasi)

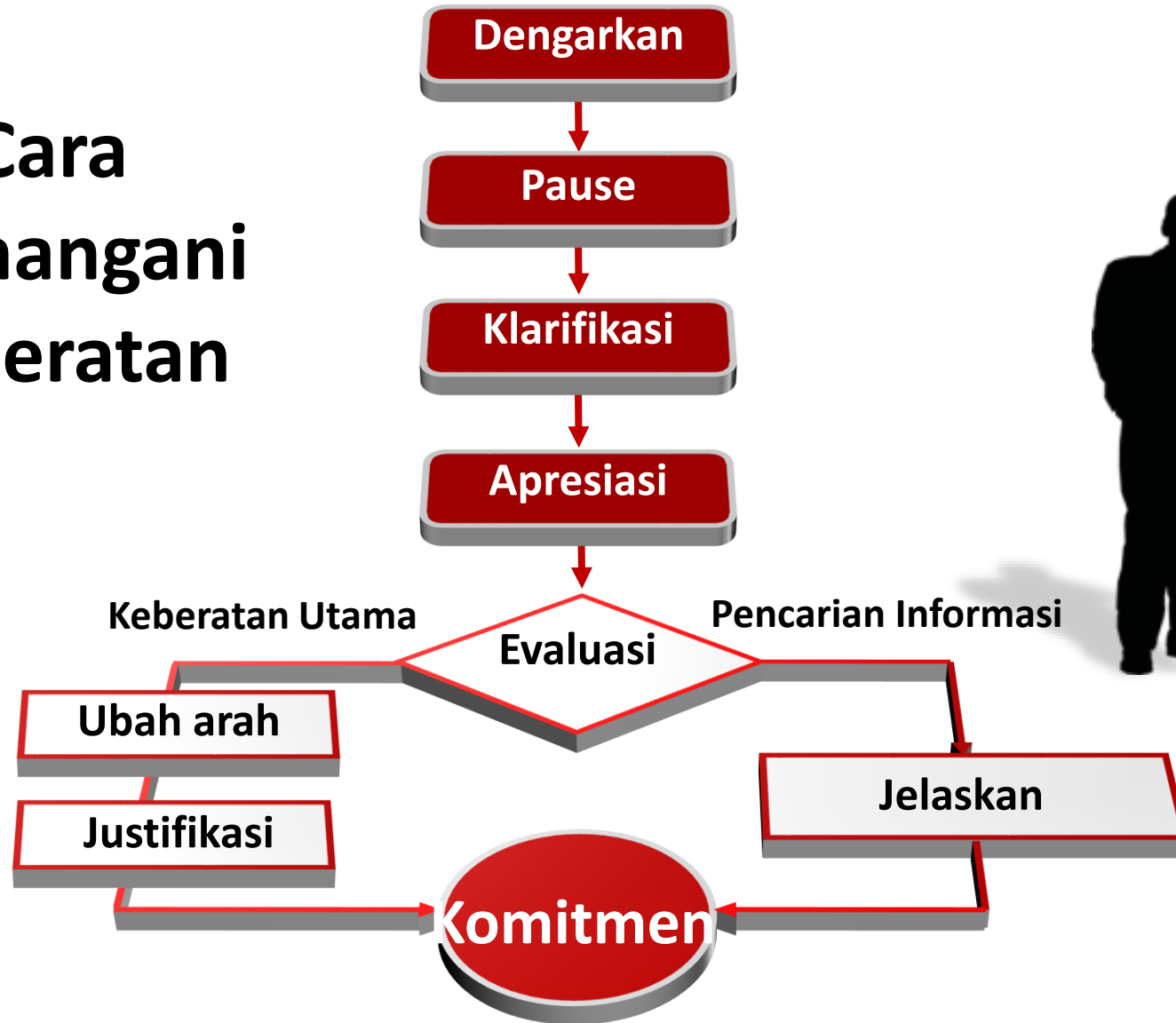
“Maaf, Saya tidak akan bisa bekerja sama dengan Anda. Kami senang mengetahui rangkaian produk baru dari Anda, tapi sayangnya produk ini tidak cocok dengan profil pelanggan kami.”

(utama)

“Saya tidak terlalu terkesan mendengar presentasi Anda. Tidak tahu ya, saya tidak yakin dengan penawaran Anda.

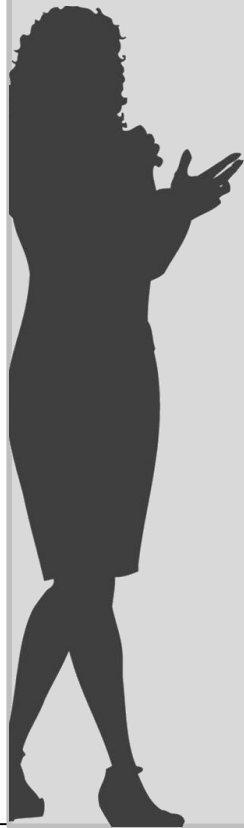
(artifisial)

Cara Menangani Keberatan



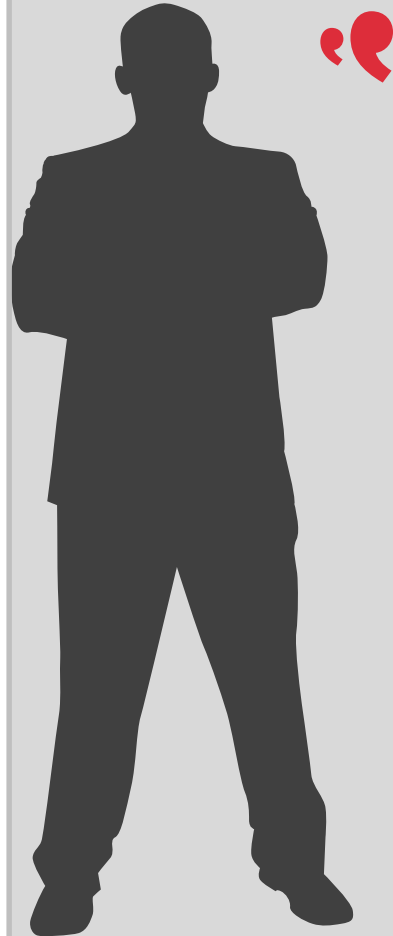


*Saya tidak akan pernah menjual varian produk
Anda.*



*“Bisnis kami menyasar konsumen yang berbeda
dengan target konsumen Anda. Lagipula, saya
pernah mendengar isu mengenai beberapa parts
yang sulit dan lama dipesan dari merek sepeda
Anda*



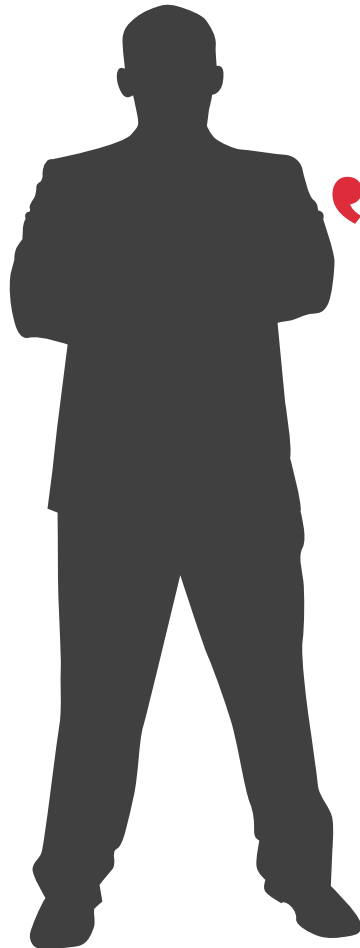


Ibu Sally, dengan melihat berdasarkan sudut pandang Ibu, saya dapat memahami mengapa semua hal tersebut adalah sumber kekhawatiran Ibu.

Ibu benar – ketepatan target pasar adalah hal yang sangat penting.

Juga, tidak ada keraguan bahwa isu ketersediaan parts sangatlah penting bagi konsumen Ibu.





(Ubah Arah)

Akan tetapi...

(Justify)

...belakangan ini kami sudah menyelesaikan permasalahan terkait stok di semua lini produk kami, supaya kami dapat menjamin bahwa semua parts yang dibutuhkan aman dan tersedia di pasaran. Ibu dapat melihat data distribusi pengiriman parts kami yang sekarang sudah lebih luas dan cepat. Lebih lanjut, dengan membeli produk kami, Ibu bisa memperluas target pasar Ibu. Sebuah langkah bisnis yang tidak akan diduga oleh kompetitor Ibu dan dapat membuat perbedaan dalam proses penjualan Ibu. Lihatlah proyeksi penyerapan produk kami di target pasar Anda di dokumen ini...



“Anda mahal sekali.”

“Jauh diatas anggaran saya.”

“Saya mendapat penawaran lebih murah.”



Sandwich Manfaat: “investasi” ditempatkan diantara dua manfaat.

Pecahan Terendah: harga dipecah kedalam satuan terkecil

Penjabaran tagihan: menjabarkan semua aspek dalam struktur harga Anda.

Sandwich Manfaat:

Sungguh sebuah langkah yang tepat. Untuk menambah market baru investasi Anda hanya sebesar 200 juta, dan itu belum termasuk proyeksi kenaikan penjualan Anda sebesar 40% di 6 bulan pertama.

Pecahan Terendah:

Jadi biaya yang Anda keluarkan sekitar termasuk

Penjabaran tagihan:

Jadi untuk meningkatkan revenue Anda sebesar 20%, investasi Anda adalah 500 juta, investasi ini sudah termasuk biaya x00 juta,x0 juta,seharga x juta, kebebasan untuk menentukan pilihan reward, dan akses ke customer service kami yang Anda bisa hubungi kapan saja.

Perilaku dalam Menjawab Penolakan

Ciri-ciri	Pasif	Agresif	Asertif
Kontak mata	Menghindari dan tidak mampu menatap	Tegas dan melotot	Wajar dan tenang
Postur tubuh	Menunduk, bungkuk, terlihat lemah/lemas	Membusungkan dada, tegang, menunjuk-nunjuk	Tegap, tenang, rileks
Berbicara	Pelan dan nyaris tidak terdengar	Intonasi tinggi, sering memotong, berapi-api	Intonasi sedang, volume suara cukup