

CURSO DE TÉCNICAS COMERCIALES



OTEC ELYON
BECAS CHILE



MÓDULO 3: TRATAMIENTO DE OBJECIONES

Objeción

Desde un punto de vista teórico una objeción es:

Razón que se propone o dificultad que se presenta en contra de una opinión o designio, o para impugnar una proposición.

Desde un punto de vista comercial la objeción es una consecuencia lógica de la venta, debe entenderse como una ayuda porque permite descubrir las dudas y las motivaciones del cliente, y adapta el resto de la conversación, encadenándola.

Lo importante de una objeción es no desorientarse, haberla previsto y contestar para poder continuar la conversación en busca de nuestro objetivo.



3.1 Tipos de objeciones

Las objeciones se pueden clasificar en:

1. **Auténticas:** Cuando la oferta no se ajusta a las necesidades del cliente o la objeción que se menciona, es real.
2. **Falsas:** Cuando el cliente no desea efectuar la operación, prefiere aplazarla y busca pretexto para salir de la situación.
3. **Objeciones ocultas:** El cliente, sin querer reconocer sus dudas, busca una aclaración o algún punto que no ha entendido bien.

3.2 Las posibles causas de las objeciones

Las objeciones más habituales realizadas por los clientes se centran en:

Objeción centrada	Basada
En el producto	En algunos de los factores que constituyen el mismo. Estas objeciones pueden estar basadas en la composición, calidad, diseño, envase o embalaje.
En el precio	Únicamente en el precio del producto.
En la empresa	En una mala experiencia previa con la misma, falta de información o por una información errónea de la misma. Normalmente se basan en el servicio de asistencia técnica, servicio postventa, servicio de atención al cliente y plazos de entrega.
Por motivos personales	En falta de tiempo del comprador, falta de confianza o falta de empatía entre comprador y vendedor.

3.3 Tratamiento de las objeciones comunes

La lista que le mostramos a continuación, es una recopilación de las objeciones que más comúnmente nos hemos encontrado en la realización de la actividad comercial. Como puede entender, las objeciones con las que se puede encontrar a lo largo de su vida comercial pueden ser infinitas, pero lo que sí es importante es que tenga planificadas las respuestas a una tipología de ellas.

Objeción	Tipo de respuesta propuesta
No es el producto / servicio que necesito	<ul style="list-style-type: none">- Lo siento, Sr. X, ¿Podría decirme por qué piensa que no es el producto/servicio que necesita?- ¿Me podría decir cuál es el tipo de producto/servicio que realmente necesita?- ¿Podríamos contrastar sus argumentos con los míos y ver dónde coinciden y dónde se separan? ¿En calidad?- ¿En precio? ¿En plazo de entrega? ¿En diseño?...
Este producto / servicio no es para mí	<ul style="list-style-type: none">- Seguro que su empresa es diferente, Sr. X, pero,- ¿podría comentarme en qué se diferencia su empresa de las demás con respecto a nuestro producto/servicio?- ¿Podríamos ofertarle algo especial para usted?- ¿Esa diferencia que usted esgrime no cree que pueda ser beneficiosa para usted?
En estos momentos no tengo tiempo de atenderles. Vuelva o llame otro día	<ul style="list-style-type: none">- Entiendo que una persona con sus responsabilidades disponga de poco tiempo, pero no me atrevería a hacérselo perder si no tuviese la seguridad de que nuestra oferta será interesante y beneficiosa para usted, ¿me permite 5 minutos de su valioso tiempo para explicársela?

		<ul style="list-style-type: none"> - ¿Le viene bien que le llame o venga en otro momento para explicarle los beneficios que le reportará que me atienda 5 minutos? - Comprendo que esté muy ocupado y más en los tiempos en los que estamos en el que el mismo es oro. Por ello, ¿podría dedicarme 5 minutos de su valioso tiempo para convertirlos en oro para usted y para mí?
Ya tuve una mala experiencia con su empresa y con su producto		<ul style="list-style-type: none"> - Lo siento, ¿me podría decir exactamente qué sucedió? - ¿Me podría decir la persona con la que trató? - ¿Me podría comentar la solución que le propusieron?
Actualmente no disponemos presupuesto de compras	no de de	<ul style="list-style-type: none"> - Entiendo, todos tenemos problemas de presupuesto. - ¿Podría decirme qué es lo que más le ha gustado de mi producto/servicio? - ¿Cuáles son los beneficios de mi oferta para usted que le parecen más interesantes? - ¿De qué forma le podemos ayudar? - ¿Puedo volver a visitarle el próximo día 27 de febrero?
No soy la persona que toma la decisión		<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué opinión le ha merecido nuestra propuesta? - ¿Cuándo podríamos mantener otra reunión con usted y con la persona que debe tomar la decisión, para presentarle nuevamente la propuesta con las modificaciones que usted nos ha propuesto? - ¿Necesita algún tipo de información adicional para presentar a su responsable?
Su producto / servicio es demasiado caro		<ul style="list-style-type: none"> - Sr. X, no podemos hablar si el precio es caro sin considerar el valor que el producto/servicio lleva aparejado. Estoy seguro que estará de acuerdo con esto. Así que repasemos, ¿le

	<p>parece conveniente que enumeremos las ventajas que conlleva mi precio?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sr. X, mi precio seguramente es más caro que el de la competencia, pero ello es debido a las ventajas que ofrece, como materiales, diseño, envase, margen que le ofrece, etc. Si considera todas las ventajas el precio carece de importancia, ¿no cree?
Esta es una decisión que ahora no puedo tomar. Déjeme un tiempo para pensarlo	<ul style="list-style-type: none"> - Sin lugar a dudas pensárselo dos veces es una sabia decisión, pero si me permite vamos a pensarlo juntos. - ¿Me podría decir que es lo que no le ha gustado de mi presentación? - ¿Me podría informar de las ventajas que obtendrá si adquiere mi producto? - ¿Existen otras personas que deban intervenir en la decisión o es exclusivamente suya?
No necesito más proveedores. Estoy contento con los que tengo	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Me permite robarle 5 minutos de su tiempo para presentarle mi empresa y mi producto/servicio? - ¿Me podría comentar brevemente qué es lo que valora en sus proveedores?
No me interesa su producto / servicio	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Me puede decir por qué no le interesa? - ¿Me puede decir por qué no lo necesita?
No me gusta su producto / servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Me podría indicar, Sr. X, ¿qué es lo que no le gusta de mi producto? - ¿Desea que le aclare algún concepto en el que haya habido algún malentendido? - ¿Qué es lo que busca en un producto/servicio para su negocio?

Las objeciones nos permiten descubrir las dudas de los clientes con respecto a las argumentaciones que le estamos comunicando.