

## Licenciatura en administración.

Docente: Ing. Irecta Nájera Aldo.

Materia: métodos y técnicas de ventas.

Tarea: cuadro sinóptico.

Alumno:

Ever Morales Noriega.

Modalidad: semiescolarizado.

Cuatrimestre:

6°

# OBJECIONES

Las objeciones son aquellas barreras u obstáculos que interpone el cliente para evitar la negociación.

## Tipos de Objeciones.

Al precio Es muy caro..., es más de lo que pensaba gastar..., lo ví más barato en...

Al momento Me gustaría ver otros..., lo tengo que consultar..., lo tengo que pensar

Al Producto No me gustan las uñas, no me siento cómodo con soportes, no uso atril

A la Marca Buscaba la marca X..., prefiero otra marca..., me dijeron que esta marca...

A la persona (del vendedor) el cliente no se siente cómodo con

## Proceso que debe seguir el vendedor.

Durante el contacto inicial.

En este caso, el cliente lo que pretende es no iniciar la entrevista de ventas, es decir, no verse implicado en la argumentación de un producto o servicio que cree no necesitar.

En la fase de argumentación.

En esta fase el cliente fórmula objeciones reales acerca del producto o servicio que el vendedor está argumentando. Suelen ser demostrativas de que el cliente está interesado en nuestra oferta.

En el cierre de la venta.

El cliente se ve ante la necesidad de tener que tomar una decisión y duda. Quiere tenerlo todo muy claro y antes de decidirse pone "pegas", bien para dilatar la decisión o bien porque realmente desea mayor aclaración acerca del producto.