

「魔法の反論処理スクリプト」

反論処理のゴール: 反論を切り返し方を知って成約まで導くこと

ステップ1: 顧客がどう感じているか知る

ステップ2: 解決策の提案

※ご自身の商品の場合、どう言い換えられるかを
考えることが受注率アップのコツです。

□ お金がないパターン

- 顧客の感情/心理

□ 本当にお金がありません(貯金0円/ローンや借金の支払いに追われています)

【解決策】

購入意思を確認した後に経済状況を聞く事で、お客様自身が気づいていない節約可能金額を見つけていけます。最後に、毎月支払い可能額を聞くと、お客様は自然と「お金をどう捻出できるか？」を想像します。

①購入意思の確認:

「もし経済的に余裕があれば購入したいですか？」

②今の経済状況の確認:

「差し支えない範囲で大丈夫ですので今の経済状況をおしえていただけますでしょうか？お給料、ローン、家賃、ガス、電気代」

③毎月支払い可能金額を質問する:

「毎月おいくらくらいですとお支払いできそうでしょうか。」

- 顧客の感情/心理

□ 商品を良いなと思うけれど、同業他社のものを購入済。同じ分野にお金を投資できる余裕がないです。

※特に、先にあなたの商品に出会いたかったと言われる程、商品の魅力は伝わっている状態です

【解決策】

同業他社の何の商品を使用しているのかを聞きくと、価格帯、期間、商品の強み
その中で何が得られる商品かを質問できます。何かしらの「得たい結果」を得る為
に商品を購入しているので、同じ種類の商品をその為に人は加えて投資する可能性
が高いです。最後に自社の強みを強調することで、現在の使用している商品と相乗
効果で得たい結果がより確実に早く実現できるなら・・と想像します。

①今使用中の同業他社の商品について質問

「既に色々とされていて素晴らしいですね。差支えなければ今学ばれている会社さんのお名前を教えてくださいませんか？」

②その会社の商品を購入しようと思ったきっかけを質問

「それだけのお金と労力をかけて購入しようと思った一番のきっかけは何だったのですか？」

③同業他社を購入した同じ理由で今回も購入します

「そうだったのですね。実は弊社も〇〇がとても強みでして、Aさんが描いている理想に大変役に立つと思います。具体的には・・・(強みを提示)

● 顧客の感情/心理

□ 費用対効果を感じられていません(値段が高い)

【解決策】

値段が高いと感じるのは、“何かと比べて高い”と言っているという前提条件ありきなので業界相場を提案します。高いという反論の場合、実は、値段以外の所に不満があるケースが多いです。自社にしかない強みをお伝えし、そこからお客さんが得られるメリットを数値化していただきましょう。すると大体1か月あたりで換算した時にそれほど高くないことがわかります。ここで再クロージングし、経済状況に合わせた契約をしましょう。

①あなたとの時間を確保している時点で少し商品に興味を持っています

“高い”ということに共感する

「どういう所が高いと感じましたか？」

②業界相場を知らない可能性があるので、市場価格を見せましょう

A社のサービス、B社のサービス、C社のサービス

特に業界世界一のサービスと値段を比べましょう

例)A社はオンライン講座3日間で〇〇円、B社は〇〇円、C社は〇〇円

③自社の強みを伝えましょう

例)弊社はオンライン講座3日間で〇〇円です。

同業他社と比べて何が違うかというと...

④商品を採用することで得られる付加価値を伝えましょう

「もしこの商品を使う事で〇〇が得られたら、それって数字に換算したらどれくらいの価値がありますか？」※お客さんは商品を買うのではなく購入後得られるメリットに値段をつけて購入します。

⑤再クロージング

それが本当に得られるとしたら、毎月いくらぐらいご自身に投資出来ますか？

A:10万円、B: 7万円、C:5万円、D: 1万円

⑥A～Dのどれか選んだものでご契約しましょう(分割決済)

□ 時間がないパターン

- 顧客の感情/心理

□ 仕事がブラック企業で講座の参加が難しいです

【解決策】

時間を本当に確保したいと思っているのかの確認します。他顧客も忙しい方々が多い旨をお伝えすると、自分だけでなく皆忙しいんだと並列に思えます。そして今日から始められる特典をプレゼントすることで、すぐに時間の使い方が変えられることを想像してもらいましょう。

①購入意思の確認:

「もし時間が確保できれば購入したいですか？」

②お忙しい方こそ、学ばれる事をお伝えします

実は弊社の商品は経営者・起業家さんといったお忙しい人が多く、多くの方が購入後、すぐにスタートできる方は少数です。

9割の方はスタート時期は6ヶ月後が大半です。

③今日決めると良いメリット/特典を打ち出しましょう

「今日決めて頂くと、本来〇〇の方にしかお渡ししていない〇〇円相当の商品を特典でプレゼントします。」ですので講座開始を待たなくても今すぐスタートでき、今日から時間の有効活用ができます。

- 顧客の感情/心理

□ 結果を出せるか不安です

【解決策】

商品購入して失敗しないのか自信がない状態です。実際に成果が上がらない人、成果が上がる人の特徴を伝え、こういったセミナーに参加している時点で当てはまらないので大丈夫ですよと肯定しましょう。

その上で成果事例をあげて、希望をもていただきましょう。

①成果が上がらない人の特徴、過去購入者についての成果事例をお伝えしましょう

「実は多くの方にこの商品を購入頂いているのですが、実際に結果が出ない方 ももちろんいます。例えば、お金を支払っても講座に参加しない方、自分に諦 めている方は少し難しいと思います」

②実際に成果を出している方の特徴を伝えよう

「実際に成果を出されているにも共通点がありまして、例えば講座にしっかり参 加をする。ワークに真剣に取り組む。得たい結果が明確。このような方は真剣に受講して下さるのでとても成果が出やすいです」

③成果事例)

「このような方が講座を受けて3ヶ月で20件連続でご成約でき、売上が ○○円上 がったという成果報告も頂いてます。」

● 顧客の感情/心理

☐ 家族がいて自分の為だけの時間が取れないです

【解決策】

時間確保をすることで得られるメリットを描いてもらい、お客さんの参加形態で臨機応変に対応できることを知っていただきましょう。

① 時間捻出したことによる良い変化を描いていただきましょう

「この商品を採用して上手く行ったらどのようなメリットがありますか？」

②購入意思の確認:

「時間に余裕があれば購入したいですか？」

③臨機応変に対応しましょう

「どのような形ですと○○さんのお力になれるでしょうか？」

例えば、週末の夕方以降は難しいけどその前は参加可能とか、
参加出来たとしても1日のうち、4時間程等

○○さんの思いを尊重したく最善の方法を一緒に考えていけたらと思います」

☐ **今じゃないパターン**

● 顧客の感情/心理

☐ またタイミングがあれば...(お金/時間の心配)

【解決策】

またタイミングがあれば・・というのは先延ばして決断しない状態。

お客さんが貴重な時間を投資してセミナーに参加した理由を聞き、その上で本当に達成したい願望を掘り下げ、達成の方に意識を向けてもらう。

①お客さんが今日参加理由 & 期待することを質問します

「○○さん、ちょっとお聞きしたいのですがお忙しいにもかかわらず、どうして今日参加しようと思ったんですか？」

②お客さんの夢/目標に対して問題意識を与えましょう(時間軸)

「通常多くの方の目標設定ですと、2年以内に達成したい目標だと多くの場合4年はかかります。5年以内ですと10年。大体2倍はかかるんですね。多くの場合この商品を購入すると今やっていることがまず上手く行き出し、さらに本当に実現したい夢に向けて引き寄せが次々と起こります。夢実現に必要な人脈、環境、チャンスがどんどんやってきます。」

③お金/時間が割けるのかが心配なのかを見極めましょう

「ちなみにお金/時間以外のことで気になることはありますか？」

④上記返答に対して臨機応変に対応しましょう

お金の場合:「毎月おいくらくらいですとお支払い可能でしょうか？」

時間の場合:「もちろん100%講座に参加できると良いのですが、弊社のお客様はお忙しい経営者/主婦の方も多いので、参加出来る時に参加できれば大丈夫ですよ。」

⑤成果が出せるか不安の方向けの特典をつけましょう

例) 見返せる動画、フォローアップ等

● 顧客の感情/心理

☐ 費用対効果が感じられない(What is it for me?)

この商品を購入したら私にとってどんなメリットあるか教えてほしいです

【解決策】

既に商品を購入している方の生の声をお伝えすることで、同じ体験ができると認識していただきましょう。その上で無料だったらやりたい場合はお金の課題だけです。柔軟に対応していきましょう。

①商品を実際に使った愛用者の声をできるだけ多くお伝えしましょう

※特に見込み客と同じ職業だと効果的です

②お金軸、時間軸、人脈軸の切口でのメリットを伝えましょう

※この商品を使う前(ビフォー)、使った後(アフター)の変化

③反論の深掘りをしましょう。本当の反論は何か？を質問しましょう。

「もし無料だとしたらやりたいですか？」

→やりたい: お金について心配されているので、分割支払い等柔軟に対応しましょう。

→やりたくない: ニーズがない場合はプレゼンテーション終了です。

