



CARE²
CONTACT

nedasco
verzekeringen

Effectief omgaan met bezwaren

In vrijwel elk verkoopgesprek komen bezwaren voor. In meer of mindere mate. Wil je hier meer over weten? Lees dan deze informatie over de verschillende typen bezwaren en hoe hiermee om te gaan.

Effectief omgaan met bezwaren

Tijdens het verkoopgesprek word je soms geconfronteerd met tijdelijke onderbrekingen, vaak in de vorm van bezwaren. Deze bezwaren zijn echter zeer waardevol en helpen je juist op weg in het gesprek. Eigenlijk zou je dus blij moeten zijn met bezwaren, want het laat zien dat de klant je serieus neemt, erover wil praten of meer informatie wil hebben.

Aan deze bewaren liggen vaak een aantal oorzaken ten grondslag;

- Misverstand
- Interesse
- Nadeel
- Twijfel
- Uitstel
- Spel
- Macht

Hoe reageer je op een bezwaar?

1. Neem het bezwaar professioneel in ontvangst (toon begrip en geef de klant jouw volle aandacht)
2. Reageer niet direct en interpreteer het bezwaar (wat zit erachter, wat bedoelt de klant)
3. Je hoeft het niet met de klant eens te zijn, maar laat blijken dat je je kunt voorstellen dat hij een bezwaar heeft
4. Ga nooit in discussie met de klant
5. Bagatelliseer het bezwaar nooit
6. Stel je op als hulpverlener
7. Probeer ratio en emotie te scheiden
8. Categoriseer vervolgens het bezwaar in een:
 - a. klacht;
 - b. misverstand;
 - c. echt bezwaar, of;
 - d. pseudobezwaar.
9. Je hebt nu twee mogelijkheden:
 - a. Vat het bezwaar samen in je eigen woorden (dus als ik het goed begrijp...?)
 - b. Je verandert het bezwaar in een vraag.
In beide gevallen controleer je daarna of de klant het eens is met jouw interpretatie/ samenvatting van zijn bezwaar.

Aan de hand van jouw samenvatting en categorisering van het bezwaar kun je de technieken van de volgende pagina's toepassen om het bezwaar effectief te behandelen.



Klacht

Direct aan het begin of later in het gesprek kan het zijn dat de klant een klacht heeft. Deze klacht kan meerdere oorzaken hebben, maar ongeacht de oorzaak is het essentieel de klacht direct te behandelen. Als je dat niet doet komt deze klacht later in jouw gesprek 9 van de 10 keer alsnog naar voren en belemmert deze het krijgen van de opdracht.

Heeft de klant een klacht;

- Behandel deze onmiddellijk
- Laat de klant uitspreken en zijn verhaal doen (de klant moet 'stoom kunnen afblazen')
- Lever niet direct commentaar
- Vat de emotie samen
- Toon daarbij begrip
- Blijf rustig en blijf weg bij jouw eigen emotie, ook al valt de klant tegen je uit
- Blijf (overdreven) vriendelijk en beleefd
- Stel vragen
- Kwalificeer en kwantificeer de klacht
- Toon bereidheid de klacht op te lossen
- Als je de klacht niet direct kunt oplossen, bespreek wat je dan wel gaat doen
- Doe alleen toezeggingen die je na kunt komen
- Ga pas verder in het gesprek als je weet dat de klant daar klaar voor is!



Misverstand

Referentietechniek

- A. Meebuigen (judo techniek)
'Ik zou op basis van de feiten uit het verleden dit product/deze dienst ook niet onder uw aandacht durven brengen. Echter'
- B. Misverstand
Aangeven wat er inmiddels is veranderd, nieuwe versie, toevoegingen
- C. Referentie
'..... is veranderd en de voordelen behouden'
- D. Bewijs
Blijkt uit..., tonen, laat het zien, vertel de ervaringen

Boemerangtechniek

- A. Meebuigen ("dat begrijp ik....")
 - B. Boemerang (bezwaar van de klant gebruiken als argument)
- De klant zegt bijvoorbeeld dat hij geen magnetron hoeft omdat hij nooit kookt. "Dan moet u juist een magnetron hebben, want dat is ideaal voor mensen die weinig tijd hebben om te koken."

Voorwaardelijke instemming

In het algemeen heeft de klant gelijk, maar in dit geval niet.
"ik geef toe dat maar dat is hier niet van toepassing omdat" (wel met bewijs komen!)

Derde persoonstechniek

Uiteraard alleen bij een echt misverstand. Tegenspraak met derde persoon.
"ik weet dat het idee bestaat, echter is dat onterecht....."

Identificatietechniek

Alternatief voor de derde persoonstechniek:
"Zo dacht ik er aanvankelijk ook over, totdat ik"



Een echt bezwaar

In alle gevallen eerst

- A. Ontdek wat de klant precies bedoelt
- B. Vat het bezwaar samen of draai het om in een vraag
- C. Heeft de klant gelijk dan geef je hem gelijk (niet om de hete brei heen draaien)

Compensatietechniek

- A. Compenseer het bezwaar met extra voordelen
 - "Dat komt door"
 - "Overigens wel"
 - "En....wat betreft het....dat is weer een van de sterke punten van...."
- B. Bewijs laten zien of benoemen
- C. Afsluiten
 - "Wanneer zou u gebruik willen maken van...."

Verzachtende tegenspraak

Tegenspreken zonder dat de klant het merkt

"ik weet dat we op die afdeling achterstanden hebben gehad, maar gelukkig is dat inmiddels verholpen. Wat is voor u nog meer van belang?"

Explicatietechniek

Gewoon uitleggen waarom iets zo is

Als de klant bijvoorbeeld zegt: "Dit model doet ouderwets aan." Verkoper: "Dat ben ik wel met u eens. Het is namelijk uit onze vorige serie, maar daarom is de prijs ook zo interessant."



Een pseudobezwaar

Een pseudobezwaar lijkt op een echt bezwaar maar is dat niet. Je merkt dat bijvoorbeeld doordat de klant zichzelf tegenspreekt. De klant is je gewoon aan het uittesten of speelt een spelletje met je, waarbij je zelf de keuze kunt maken er daadwerkelijk op in te gaan of proberen direct door te gaan naar zaken die er wél toe doen.

Probeer als je denkt met een pseudobezwaar te maken hebt eerst het bezwaar te isoleren; 'en afgezien daarvan...., wat vindt u van het aanbod?' of 'stel dat wij het hierover eens worden, wat beslist u dan?'.

Ook kun je de transformatietechniek gebruiken; 'u bent kostenbewust hoor ik (eventueel compliment geven), wat vindt u nog meer belangrijk buiten de prijs?'

Op deze wijze krijg je de daadwerkelijke bezwaren boven tafel en kun je een gesprek voeren over de zaken waar het echt om draait. Zorg dus dat je alle echte bezwaren boven tafel krijgt! Die zaken moeten immers besproken worden om uiteindelijk een beslissing te kunnen laten nemen door de klant.





Over Care2Contact

Care2Contact is actief sinds 2013 en bestaat inmiddels uit een team van ruim 30 specialisten die bedrijven in de heden-daagse wereld van het (B2B) klantcontact ondersteunen.

Omdat wij ons als geen ander bewust zijn dat ons succes afhangt van onze medewerkers zetten we juist hier een stapje extra. Bij Care2Contact draait alles om de kernwaarden samen groeien, klantgericht, innovatief en flexibel zijn. De missie van Care2Contact is waarde toevoegen aan klantcontact, in welke vorm dan ook. Wij geloven namelijk dat een onderneming het verschil maakt in klantcontact. Goed klantcontact betekent een betere business. En juist daarom is het ons er alles aan gelegen jou hierbij te ondersteunen.

www.care2contact.nl



Over Nedasco

Nedasco is dé serviceprovider op **het gebied van schade- en** inkomensverzekeringen. Ons uitgebreide assortiment inkomens- en schadeverzekeringen kun je als **adviseur** online berekenen, vergelijken en aanvragen. Onze deskundige medewerkers denken graag met **jou** mee over de beste oplossing voor jouw klanten. Samen bereik je meer dan alleen. Zo ziet Nedasco ook de samenwerking met aangesloten adviseurs. De adviseur heeft gesprekken met klanten, kent de klantbehoefte en de lokale situatie. Als serviceprovider hebben wij elke dag veel adviseurs aan de lijn, veel *kennis* van de verzekeringsbranche en producten die je eenvoudig online aan kunt vragen. Is dat geen mooie combinatie? Beiden zijn we gebaat bij de beste oplossing en een tevreden klant. Ons credo is dan ook: *samen* klanten blij maken!

www.nedasco.nl