

## 20. Jak se vyrovnat s námitkami

*Námitky jsou forma zjišťování informací. Nejde o to, jak je volanému vyvrátit, ale jak od něho získat a předat mu informace, které ani vy, ani on nemá. První námitka je pouhá reakce na váš nečekaný návrh a prakticky žádá další neznámená, že nemůžete pokračovat ve zjišťování situace, v které se volaný nachází.*

### Námitky jsou přirozená reakce

Jen málo z reakcí volaných, kterým říkáme námitky, jsou skutečné námitky. Ve většině případů se jedná o přirozené reakce na nečekaný telefonát a na žádost o změnu v životě volaného, kterou představuje schůzka a s ní spojená další změna, potenciálně zasahující do jeho peněženky, tedy uzavření obchodu.

Volání na tyto změny nebývají připravení ani mentálně, pokud váš telefonát předem neočekávali, ani fyzicky (z hlediska toho, co právě dělali, když jim zazvonil telefon). **Proto první námitka je ve většině případů jakési minimum, na které se volaný zmůže poté, co jste svůj patnáctivteřinový monolog zakončili návrhem na schůzku nebo objednávku.**

**V první reakci očekávejte nesouhlas**

Když se to tak vezme, tak by dokonce bylo divné, kdyby volaný s vaším návrhem souhlasil. Vždyť nemůže mít představu, s čím souhlasí. Pokud voláte podle dnešní šablony, kterou už jsem rozebíral v úvodních kapitolách, tak vás v úvodu neslyšel, s největší pravděpodobností ani neporozuměl vašemu jménu a pokud nevoláte z opravdu velké a známé firmy, tak ani neví, odkud a s čím voláte.

Čím více se nad tím zamyslíme, tím více musíme pochybovat nad tím, že ten, kdo by souhlasil „napoprvé“, by vlastně věděl, s čím souhlasí. Pravděpodobně to dělá typ lidí, kterým je nepříjemné říct vám ne. Takový člověk dnes už ví, že se zase nezavazuje a že dohodu vůbec nemusí dodržet. Souhlas je pro něho cesta, jak tento překvapivý telefonát s minimem odporu a námahy ukončit.

**Souhlas bez námitek je podezřelý**

**Shrnuto a podtrženo, první reakci volaného chápejte tak, že jinak než „námítkou“ reagovat nemůže. Z toho plyne, že tato reakce nezbytně nutně neznamená konec telefonátu, ale volaný jednoduše nemá dostatek informací, aby s vaší žádostí o schůzku v této fázi telefonátu souhlasil.**

Bohužel, někteří obchodníci se vzdávají hned po první odpovědi volaného. A někteří (ti, kteří mají z telefonování strach) se na ni dokonce těší, protože budou moci telefonát ukončit. Pařil mezi ně i ten, který mi kdysi volal se skriptem, který jsem už uvedl v původní verzi v kapitole 1 a v přepracované verzi v kapitole 2:

**První reakce zahajuje konverzaci**

*„Dobrý den, já vám volám, abych vám nabídl výhodné ceny tisku a reprografických prací.“*



Odpověděl jsem takto:

*„Bohužel, já netisknu. Zakázky zadává naše centrála.“*



Už jsem se nadechoval k vysvětlení, kde najde na centrálu kontakt, ale obchodník mě předběhl a rezignovaně se rozloučil:

*„Tak děkuji. Na shledanou.“*



K čemu takový telefonát byl? Absolutně k ničemu! Volající byl zjevně rád, že mohl telefonát ukončit – místo toho, aby se zeptal

na správný kontakt. Kolik asi takových zbytečných telefonátů udělal? Kolik jste jich dodnes absolvovali vy?

## Bez námitek není konverzace

Obchodníci za mnou přicházejí s tím, že potřebují správné fráze, jimiž mohou námitky volaných „vyvrátit“. Proto hledají ty „nejlepší argumenty“, které by k tomu mohli použít. Takové chápání reakce volaného vás ale hned zpočátku staví do pozice konfrontace místo konverzace.

Námítka  
jsou otázky  
bez otazníku

**Konfrontace, připravenost vyvrátit názory volaného vás totiž ochromuje. Ztrácíte flexibilitu, kterou potřebujete pro konverzaci, při níž můžete volanému předat více informací a odpovědět na otázky, které sice nevyslovuje s otazníkem na konci, ale jsou skryté za jeho „námitkami“.**

Jiné, pro vás mnohem produktivnější vnímání námitek je založeno na tom, že jde o otázky, žádosti o vysvětlení, jak to, s čím voláte, zapadá do situace volaného, když on už podobné služby využívá u někoho jiného nebo využívá jiné, které je nahrazují, nebo je vůbec nepovažuje vzhledem ke své situaci za přínosné.

Jako příklad, který můžete převést do svého vlastního oboru, mohu uvést reakci, s níž se setkává ne jeden finanční poradce:



*„S vámi se roztrhl pytel. Tento týden už jste pátý finanční poradce.“*

Snaha  
„přesvědčit“  
vás ochromí

Nejednoho volajícího takový začátek telefonátu rozhodí, zejména soustředí-li se na jediný možný cíl a výsledek telefonátu, kterým je domluvit si schůzku. Je-li hodně překvapený, asi se nezmůže na víc než na:

„Ach, tak promiňte. Na shledanou.“



Ten více odhodlaný se může pustit do argumentace, i když chabě:

„Rozumím, ale naše schůzka bude jen informativní a nezávazná, nezabere víc než třicet minut.“



Neviděl jsem ale nikdy, že by volaní s takovou argumentací schůzky skutečně domlouvali.

Budete-li volat s cílem rozvinout konverzaci a zjistit, v jaké situaci se volaný nachází a jaké postoje vůči vám zaujímá, reagujte takto:

**Snaha konverzovat vás uvolní**

„Tak to je dost. Čekal jsem, že nebudu první, ale že jsem už pátý... Jen pro zajímavost, kvůli čemu všichni volali?“



**Když nebudete zaslepení vidinou schůzky a nebudete s ní spěchat, můžete takto položit dvě, tři otázky, abyste zjistili, jestli je volaný ochotný s vámi hovořit, nebo jestli je tak iritovaný, že bude chtít telefonát co nejrychleji ukončit.** Když bude ochotný hovořit, sám vám po pár větách začne popisovat svou situaci a zkušenosti a vy se budete moci zeptat:

„Pane Nováku, jak vás tak poslouchám, povězte mi, za jakých podmínek nebo z jakého důvodu byste se dnes s nějakým poradcem setkal?“



Pak už bude stačit, abyste jen vysvětlili, proč právě vy jeho podmínky splňujete, a můžete navrhnout schůzku. Když podmínky nebudou splnitelné, můžete navrhnout cíl B, což je, jak už víte z kapitoly 3, zápis do vaší databáze pro budování vztahu a potvrzení, že pracujete jinak než těch pět, kteří volali před vámi.

## Námítky jsou nové informace

**Námítky jsou  
příležitost  
dozvědět se  
o volaném více**

Jestliže první pohled na námítky je ten, že vás volaný žádá o více informací, druhý pohled spočívá v tom, že v jejich obsahu vám sděluje informace, které jste o něm dosud nevěděli. Ať už vám odpoví obecně, že už s někým spolupracuje anebo doplní i konkrétní jméno, vždy budete vědět více, než když jste řekli „Dobrý den,“ – což vás posunuje o kousek dál.

Příkladem může být odpověď:

**☎** „Už máme dodavatele, je to Malá firma.“

Namísto obvyklého:

**☎** „Ale my jsme jiní. Naše výrobky/služby jsou lepší/levnější. S námi ušetříte víc,“

můžete svou odpověď přizpůsobit situaci:

**☎** „To je dobře, že spolupracujete právě s touto firmou. Několik našich zákazníků ji také využívalo nebo stále ještě využívá. Já znám dobře jejich práci a zjistil jsem, že někteří zákazníci se rozhodli doplnit jejich služby o některé z našich.“

V této chvíli (já to nepovažuji za efektivní) můžete jít přímo za schůzkou a pokračovat:

**☎** „Teď nedokážu posoudit, jestli to může být i váš případ, ale při osobním jednání zjistíme více. Bude vám vyhovovat příští týden úterý nebo čtvrtek?“

**Tuto variantu nepovažuji za efektivní proto, že jste zatím ještě neuvedli důvod, proč by se s vámi měl volaný setkat, co mu schůzka nebo případná spolupráce přinese.**

## **Námítky rozkrývejte, nevyvracejte**

Jako vhodnější variantu doporučuji pokračovat ve zjišťování a nalezení oblasti, na níž můžete předvést potenciál zlepšení situace volaného a vaší přidané hodnoty. Využít můžete koncept sdílení zkušeností:

*„Například se zákazník jako vy obvykle řeším \_\_\_\_\_, protože \_\_\_\_\_ . Jak tuto oblast dnes řešíte vy?“*

Samozřejmě ideální je, pokud narazíte opravdu na konkurenta, o kterém víte, že vaše řešení je právě v této oblasti lepší. Ale i kdyby se o konkrétního konkurenta nejednalo, zkušenosti s řešením určitých problémových oblastí s jinými zákazníky nebo klienty můžete použít stejně efektivně.

**Výhodou konverzačního a zjišťovacího přístupu k reakcím na námítky je, že se budete dozvídat více informací o lidech, které oslovujete, a tyto informace budete následně zapracovávat do svých sdělení.** Říkám tomu shromažďování munice k tomu, aby vaše zdůvodnění a žádosti o schůzku byly úderné. Jinak to budou jen prázdné bezzubé fráze, jako v první variantě, kterou jsem uvedl výše, jež se ani nedají označit jako argumenty.

Přestože se v několika kapitolách věnuji skriptům a tomu, co říkat, považuji za důležité zdůraznit, že váš způsob vedení telefonátu vycházející z vašeho postoje a přístupu je důležitější než slova, která volíte. Způsob vedení telefonátu je pro vás příležitost ukázat



**Argumenty si nevymyslíte, dozvíte se je od volaného**

**Je důležitější, jak reagujete, než čím argumentujete**

volanému, jak pracujete, a pro volaného je to zase příležitost udělat si úsudek, jak bude probíhat schůzka s vámi. **Pokud v telefonátu argumentujete a vyvracíte jeho názory, co má potom čekat od osobního jednání?** Proto při rozkrývání a diskutování námitek dodržujte určitou strukturu.

**Námítky jsou příležitostí pro volaného, aby vás více poznal**

**Poslouchám vás.** Prvními slovy, jimiž na námitku reagujete, volanému potvrďte, že jste jeho sdělení zaznamenali a že ho nehodláte zpochybňovat. Rozhodně nezačínajte slovy jako „ale,“ „ne, ne, tak to není,“ nebo „ono to není úplně pravda“. Použijte raději slova jako:



„Rozumím. / Chápu.“

„To je dobře. / To je v pořádku.“

„To je zajímavé.“

Většina lidí bude díky zkušenostem s jinými telemarketingovými a obchodními telefonáty vaší reakcí překvapena, protože od vás očekávali argumentaci a protitlak. To je trochu vyvede z rovnováhy a zároveň vám zajistí jejich pozornost.

**Volaný zpozorní, když budete postupovat jinak než ostatní**

Když za slova pochopení ještě vložíte půlsekundovou odmlku, získáte chvíli navíc, jež vám umožní srovnat si myšlenky a zpracovat informace, které vám volaný právě sdělil nejen slovy, ale i svou intonací, z níž můžete usuzovat na jeho postoj a náladu. Podle těchto informací potom můžete zvolit další postup, který bude pro danou situaci nejvhodnější.

**Vaše zkušenosti s ostatními.** Ve druhé větě chcete volanému naznačit, že to, co vám sdělil, je běžný stav, s nímž se při své práci (ideálně s jemu podobnými zákazníky nebo klienty) setkáváte.

To znamená, že jeho námitka není dostatečný důvod k ukončení telefonátu, že byste měli pokračovat v konverzaci a ve zjišťování, jaká konkrétně je jeho situace. Použijte tyto fráze:

*„To (v dnešní době) slyším často.“*

*„Nic jiného jsem nečekal. / To jsem předpokládal.“*

*„Toto zas tak často neslyším.“*

V tomto duchu je strukturován i příklad z úvodu kapitoly:

*„To je dobře, že spolupracujete právě s touto firmou. Několik našich zákazníků ji také využívalo nebo stále ještě využívá. Já znám dobře jejich práci a zjistil jsem, že někteří zákazníci se rozhodli doplnit jejich služby o některé z našich.“*

Jestli přidáte jednu větu navíc (jako je třetí věta v tomto příkladu), nebo budete pokračovat dál, nechám na vás. Důležité je, abyste zejména v případě první námitky nespěchali k navržení schůzky, ale postoupili jste k porozumění situaci volaného. Jak jinak než otázkou.

**Otázka.** V této chvíli máte na výběr ze dvou směrů, kterými se můžete ubírat. Buď sami navrhněte oblast nebo problém, s jehož řešením máte zkušenosti a o kterém předpokládáte, že se týká i volaného (což je případ otázky, kterou jsem uvedl výše), anebo se zaměřte na téma, které volaný zvolil pro svou námitku a pokuste se o něm získat více informací, konkretizovat ho. Většina námitek jsou jen vágní prohlášení typu: „Už máme dodavatele.“ V tomto případě se pokuste zjistit, o jakého dodavatele se jedná, abyste si udělali úsudek, existuje-li vedle něho prostor i pro vás:





*„Povězte mi, jak využíváte svého dodavatele, jako exkluzivního pro všechny oblasti z (vašeho) oboru, nebo jako jednoho z více specializovaných dodavatelů?“*

**Zjistěte,  
co konkrétně  
námitka  
znamená**

Z odpovědi na takovou otázku zjistíte, máte-li se zaměřit na možnost „vtěsnat“ se jako specialista, nebo se snažit nahradit exkluzivního dodavatele, je-li to možné z hlediska rozhodovacích procesů na straně volaného, anebo jestli se máte zaměřovat na odlišení se od specialistů buď komplexností a šíří svého záběru, nebo odlišností své specializace.

**Volaný rozezná  
váš přístup  
a ocení ho**

Tímto postupem vyšlete volanému signál o svém přístupu. **Vytvoříte u něho dojem, že mu chcete porozumět, že respektujete jeho názor a právo na reakci. Odlišíte se od ostatních, kteří se nemohou dočkat, až volaný domluví, aby mu oponovali, přesvědčovali ho a vyvraceli jeho „námitky“, aniž by cokoli věděli o jeho situaci.**

Přirozený obranný mechanismus volaného se částečně uvolní a on začne pozorněji vnímat, co při telefonátu vlastně děláte, jak ho vedete a co říkáte.

## **Zakončení konverzace**

Aby se váš telefonát nepodobal výslechu a zároveň netrval desítky minut namísto dvou nebo tří, navrhnete další krok logicky plynoucí z dosavadní konverzace. Pokud se vám podařilo zjistit oblasti a situace, kde na straně volaného opravdu může existovat prostor pro zlepšení, budete mít příležitost k ideálnímu ukončení:



*„Pane Nováku, podle toho, o čem jsme prozatím mluvili, mi dává největší smysl sejít se a promluvit si o tom podrobněji. Máte z toho také takový pocit?“*

Samozřejmě, život je málokdy ideální.

Ze dvou, tří svých otázek a odpovědí volaného byste v této chvíli měli být schopni buď zopakovat vaši zájmovou větu z úvodu telefonátu, anebo zformulovat novou vysvětlující potenciál přínosu vašich produktů nebo služeb pro volaného vzhledem k tomu, o čem jste hovořili.

*„Pane Nováku, podle toho, co říkáte a vzhledem k tomu, že ostatním klientům v podobné situaci pomáhám dosáhnout \_\_\_\_\_, mi dává největší smysl sejt se a promluvit si o tom podrobněji. V této chvíli nejsem schopen posoudit, jestli mé služby můžete využít nebo ne, ale zjistil jsem, že obvykle 6 lidí z 10 se k tomu dříve nebo později rozhodne poté, co se s nimi blíže seznámí. Jak to cítíte vy?“*

Zjistil jsem, že v této situaci je vysoce efektivní věta: **„Nejsem schopen posoudit, jestli mé služby můžete využít nebo ne.“** Lidé totiž chápou, že ve většině případů opravdu nemůžete vědět, co potřebují. Jenže obchodníci, kteří jim volají, se chovají, jako by to věděli. Říkají, že jim garantují úspory, že to, co dnes mají, je určitě špatně, anebo že co ještě nemají, mít musí. Přiznáním skutečnosti, že to nevíte a že první schůzka bude sloužit k tomu, abyste se něco dozvěděli, získáte důvěru volaného. Ten vás začne vnímat více jako partnera než obchodníka a začne se cítit v souvislosti s možnou schůzkou s vámi mnohem bezpečněji.

**Zformulujte  
závěr plynoucí  
z konverzace**

