

Demitrios Mentor orgulhosamente apresenta:

10 respostas para a objeção

TÁ CARO

1

Tá caro? Comparado a o que, exatamente?

- Quando pensamos nessa resposta, que é a mais óbvia e mais ensinada, tem um motivo: Entendermos o ponto de vista do cliente!

Então nunca fique bravo se ele te achou caro, simplesmente comece a entendê-lo.



2

Você achou caro? Estou surpreso. Por que você acha isso?

- Mesmo se ele não tiver um comparativo claro, é importante você ouvir a explicação dele. Serve pra você saber se ele está MENTINDO para conseguir um desconto ou não.



Além do preço, você ficou com alguma dúvida?

- Aqui o problema é PERCEPÇÃO DE VALOR. Muitas vezes explicamos demais as características do nosso programa de coaching ou mentoria (horas, ferramentas, técnicas, cronograma), e esquecemos dos **benefícios** (soluções, novas estratégias, novos mindsets, resultados tangíveis, ROI), e assim, o cliente não consegue entender se vale a pena pagar o preço.



4

É verdade, esse programa é caro. Os melhores produtos e serviços são sempre mais caros, é uma questão de qualidade e confiança na entrega e nos resultados.

- Confiança. Só cuidado para não confundir com SOBERBA! Mostre pro cliente que ter esse tipo de serviço high ticket o coloca como diferenciado no mercado, além de exaltar seu bom gosto e sua atitude proativa de investir em seu conhecimento.



Descontos não posso dar. Interessaria falar em opções de pagamento?

- Facilite o pagamento. Parcele no PagSeguro, use o PIX, use boletos, use a forma recorrente...

Adeque seu preço ao fluxo de caixa do seu cliente.



6

Vamos deixar de lado por um instante essa questão do preço. Este produto/serviço é exatamente o que estava procurando?

- Transforme seu cliente em seu aliado. Faça ele mesmo exaltar os benefícios do seu programa, e ele começará a pensar diferente sobre se vale a pena ou não o investimento.



7

Se resolvermos a questão do preço, você fecha agora? Qual é exatamente sua proposta?

- Eu não sou fã de descontos pra serviços, mas se você estiver disposto, pelo menos tenha a certeza de que ele irá FECHAR contigo na hora, quando a questão preço for alcançada.

Senão ele está apenas fazendo LEILÃO, buscando o preço de vários coaches até encontrar o mais baratinho...



Você não é o primeiro a me dizer que achou caro. Estes dias estava conversando com dois clientes que começaram achando caro também, e ontem me contaram que... (lista de benefícios, uso de testemunhais/depoimentos).

- Isso é uma variante da dica 3, onde falo de exaltar benefícios, mas com um “twist” bem mais forte: Prova Social!

Mostre pra ele que os benefícios são superiores ao investimento...



Quando o cliente diz um “não” definitivo e você perdeu a venda, apenas responda:

“Você realmente precisa dar um não definitivo agora? Que tal pensar nisso mais um pouco e voltamos a conversar na semana que vem?”

- Isso acontece muito quando a pessoa não é a única decisora da compra (normalmente o cônjuge), então **NÃO FORCE A VENDA!**



Esse fica mais como um alerta:

NUNCA FORCE A VENDA DE UM SERVIÇO HIGH TICKET!

- Quando compramos um IPHONE de 12 mil, é bem provável que já estejamos namorando ele há semanas, ou até meses. Isso vale também para serviços.

Então se a pessoa nunca conversou contigo antes e seu programa de coaching/mentoria custa 3k pra cima, por que você acha que ele tem que comprar no susto? Apenas por que você usou os gatilhos de escassez e urgência que aprendeu? Isso é apelativo e desesperado.



Espero ter ajudado.

E se quiser mais uma ajudinha, já sabe, passa lá
no site e se cadastra pra uma mentoria gratuita

www.demitrios.com.br

