

GESTIONE OBIEZIONI DI VENDITA CON AI CHAT GPT

Richiesta a Chat GPT:

Quali sono le principali obiezioni nella proposta di un'assicurazione sui rischi in una telefonata di lead generation, su Clienti di una Banca Partner o nominativi referral (raccomandazioni)

Risposta:

Durante una telefonata di lead generation per la proposta di un'assicurazione sui rischi, è comune affrontare diverse obiezioni, soprattutto quando si parla con clienti di una banca partner o con nominativi referral. Ecco alcune delle principali obiezioni che potresti incontrare:

1. **Prezzo:** "Le polizze assicurative sono troppo costose." I clienti possono essere preoccupati per il costo e chiedere se ci sono opzioni più economiche o se il prezzo è giustificato.
2. **Necessità:** "Non credo di averne bisogno." Alcuni clienti potrebbero non percepire immediatamente il valore dell'assicurazione sui rischi, specialmente se non hanno mai avuto un'esperienza negativa.
3. **Fiducia:** "Non sono sicuro della compagnia assicurativa." Anche se sono clienti di una banca partner, i clienti possono avere dubbi sulla reputazione o sull'affidabilità della compagnia di assicurazioni.
4. **Complessità del prodotto:** "Non capisco come funziona." La terminologia tecnica o le condizioni contrattuali possono confondere i clienti, portandoli a esitare nell'accettare l'offerta.
5. **Soddisfazione con l'attuale copertura:** "Ho già un'assicurazione." I clienti potrebbero sentirsi già coperti e non vedere la necessità di una nuova polizza.
6. **Tempi di decisione:** "Ho bisogno di tempo per pensarci." Alcuni clienti potrebbero non essere pronti a prendere una decisione immediata e richiedere più tempo per valutare l'offerta.
7. **Esperienze passate negative:** "Ho avuto brutte esperienze con le assicurazioni in passato." Queste esperienze possono influenzare la loro apertura verso nuove proposte.
8. **Implicazioni fiscali:** "Non sono sicuro delle implicazioni fiscali." Alcuni clienti potrebbero essere preoccupati su come una nuova polizza potrebbe influenzare la loro situazione fiscale.

Affrontare queste obiezioni con empatia, fornendo informazioni chiare e rispondendo ai dubbi in modo efficace, può aiutare a costruire fiducia e aumentare le possibilità di successo nella vendita.