

마법의 반론 제기

읽기 전에 ① 후기 작성 선물 안내

이 책은 후기 작성 혜택으로 열리는 보너스 전자책입니다.

「고가상품 세일즈 화법 완전정복」을 구매하고 후기를 남겨 주신 분께 감사의 마음을 담아 드립니다.

이 책이 도움이 되셨다면 후기를 남겨 주세요. 아래 네 가지를 담아 구체적으로 적어 주시면 가장 큰 힘이 됩니다.

1. 이 책을 어디서 알게 되었는지
2. 읽고 어떤 점이 도움이 되었는지
3. 실제 상담에서 써 본 내용과 그 결과, 앞으로의 목표
4. 그 밖에 하고 싶은 이야기

성의 있게 남겨 주신 후기는 이 자료를 더 좋게 만드는 데 쓰겠습니다.

선물	내용
 선물 ① 보너스 전자책	「마법의 반론 제기」 — 지금 보고 계신 이 책입니다.

선물	내용
 선물 ② 상담 문자·카톡 템플 릿 12선	첫 연락부터 계약 후 관리·소개 요청까지, 복사해서 바로 쓰는 문자 모음 (PDF)
 선물 ③ 1·2 차 미팅 한 장 요 약 + 체크리스트	상담 전에 훑어보고 상담하며 체크하는 인쇄용 요약 (PDF)
 선물 ④ 업데 이트 평생 열람 권	새 화법·사례가 추가되면 무료로 제공해 드립니다.
 한정 선물 · 화법 첨삭 1회	내가 쓰는 상담 멘트나 상황 1건을 카카오톡으로 보내 주시면, 카카오톡으로 첨삭해 드립니다. 매월 선착순 5명
 스토어 할인	결제 금액에 따라 10만 원 이상 5%, 20만 원 이상 7%, 30만 원 이상 10%, 40만 원 이상 15%, 50만 원 이상 20% 할인이 적용됩니다. 결제 화면에 뜨는 할인 버튼을 직접 눌러서 받으세요. (첫 구매는 10% 할인, 둘 중 더 큰 금액 하나만 적용)

읽기 전에 ② 후기 혜택 받는 방법

- 후기 작성** — [아우라세일즈 사이트](#)에 로그인한 뒤, 구매하신 상품 페이지에서 후기를 남겨 주세요. 후기는 구매하신 분만 작성할 수 있습니다.
- 선물 받기** — 후기를 등록하면 그 자리에서 보너스 전자책 「마법의 반론 제기」와 선물 PDF(문자·카톡 템플릿, 1·2차 미팅 한 장 요약)를 바로 내려받을 수 있습니다.

니다. 이미 후기를 남기셨다면 상품 페이지의 후기 영역에서 다시 받으실 수 있습니다.

3. **화법 침삭 신청 (선택)** — 같은 화면의 「화법 침삭 신청」 버튼을 눌러 카카오톡 채널에 「화법 침삭 신청」과 후기를 남긴 상품을 보내 주세요. 안내에 따라 침삭 받고 싶은 멘트나 상황 1건을 카카오톡으로 보내 주시면, 영업일 기준 5일 이내에 카카오톡으로 침삭을 보내 드립니다. 침삭은 매월 선착순 5명이며, 마감되면 다음 달에 다시 안내드립니다.

후기는 선택 사항이지만, 정성껏 남겨 주시는 분들 덕분에 더 좋은 자료가 만들어집니다. 감사합니다.

읽기 전에 ③ 함께 보면 좋은 자료

자료	바로가기
아우라세일즈 전체 자료 (고가상품 세일즈 화법 · 보험영업 개인편/법인편 등)	스토어 보러 가기
1:1 컨설팅 프로그램	자세히 보기

읽기 전에 ④ 저작권 안내

이 자료의 모든 내용은 대한민국 저작권법의 보호를 받습니다. 구매하신 본인의 학습과 업무를 위해서만 사용할 수 있으며, 무단 복제·배포·공유·재판매·재편집은 금지됩니다. 자세한 안내는 책 끝에 있습니다.

마법의 반론 제기

고객이 "생각해볼게요", "돈이 없어요", "다른 데가 더 싸다던데요"라고 말하는 순간, 대부분의 세일즈는 여기서 무너집니다. 하지만 20년간 현장에서 검증한 사실이 하나 있습니다. **고객의 거절은 절대 6가지를 넘지 않는다.** 그리고 그 6가지 각각에는 이미 정답이 있습니다.

이 책에는 40가지가 넘는 반론 상황에서 현장에서 실제로 쓰이는 대사를 그대로 담았습니다. 가격, 경제적 여유, 필요성, 경쟁사, 지인, 자산 규모, 상품 자체, 결정 지연까지 모두 다룹니다. 같은 상황에 여러 개의 화법이 함께 실려 있는 경우가 많은데, 이는 중복이 아니라 고객의 성향과 그날의 분위기에 따라 골라 쓸 수 있는 여러 장의 카드입니다. 순서대로 읽으셔도 좋고, 지금 마주한 반론과 똑같은 제목을 찾아 그 페이지를 바로 펼치셔도 좋습니다.

1장. 반론 처리의 기본 철학

반론은 선(先)거절을 하지 못했을 때 나옵니다. 이것이 이 책 전체를 관통하는 **가장 중요한 사실**입니다. 고객이 할 만한 질문을 미리 정리해 두고, 대본 안에서 그 질문을 **먼저 던져 선수를 치세요.** 이 철학은 2차 미팅용 대본 7장 "거절이 나오기 전 선수치기"에서 다룬 원리와 뿌리가 같습니다. 그쪽이 상담 중 여섯 가지 반론을 먼저 꺼내는 예방이라면, 이 책은 그 예방을 놓쳤을 때 실제로 반론이 나온 뒤 되돌리는 40여 가지 카드입니다.

그리고 한 가지 더, **내가 유독 자주 듣는 특정 반론이 있다면 그건 나만의 예방 목록에 반드시 추가해야 합니다.** 여섯 가지는 누구에게나 공통된 기본값일 뿐, 내 상품·내 화법에서 반복적으로 걸리는 말이 따로 있다면 그것부터 사전 거절 처리 단계에서 먼저 꺼내 차단하세요.

1-1. 고객이 망설이는 진짜 이유

고객이 망설인다면 이유는 **다섯 가지 중 하나**입니다.

고객이 아직 완전히 이해하지 못했기 때문이다. 고객이 뭔가 잘못 이해하고 있기 때문이다. 고객이 아직 확신이 없기 때문이다. 고객이 쉽게 계약에 응할 마음이 없기 때문이다. 고객이 결정을 회피하려 하기 때문이다.

고객의 입장에서 보면 **그 밑바닥에는 두려움이 있습니다.**

되돌릴 수 없는 결정을 내리는 것에 대한 두려움, 돈을 써야 하는 두려움, 상품이 기대에 못 미칠 수도 있다는 두려움, 구매 이후에 문제가 생겨도 담당자와 연락이 닿지 않을지 모른다는 두려움.

1-2. 반론에서 반드시 이겨내야 하는 이유

계약을 한다면? "저 사람 보통이 아니군. 일 좀 하겠는데?"

계약을 안 하면? "휴, 살았다. 그 사람 너무 끈질기네!" "여보, 저 사람 너무 매너가 없는 거 아니에요?!"라고 할 수도 있습니다.

고객이 거부반응을 보인다고 해서 관심이 없는 것은 아닙니다. 오히려 **거부반응은 관심으로 해석해야 합니다.** 전혀 관심이 없다면 굳이 이유를 대며 망설일 필요도 없기 때문입니다.

판매에서 성공하려면 거부반응을 잘 다룰 줄 알아야 합니다. 사실 영업 담당자들의 실적 상당수는 **적어도 한 번은 거부반응을 겪은 뒤에 나온 계약**입니다. 고객이

사고 싶지 않다는 반응을 보일 때마다 그냥 포기했다면, 대부분은 진작에 이 일을 그만뒀을 겁니다.

고객이 하는 말을 곧이곧대로 받아들이지 마세요. 겉으로 나오는 말은 다양해 보여도 정리해 보면 **고객의 거절은 절대 6가지를 넘지 않습니다.** 그래서 미리 준비해 두면 어떤 거절이 나와도 당황하지 않고 대응할 수 있습니다.

1-3. 반론이 해소되고 고객이 듣고 싶어 하는 말

반론이 풀리고 고객이 마음을 정한 바로 그 순간, 고객은 속으로 "내가 잘한 선택이 맞나?" 하고 한 번 더 확인받고 싶어 합니다. 이때 **침묵하지 말고 곧바로 축하와 인정의 말을 건네는 게 좋습니다.** 그러면 고객은 방금 내린 결정에 대한 불안을 떨치고 계약 쪽으로 마음이 확실히 기웁니다.

이제부터 우리 고객님은 스스로 이런 결정을 내리신 것을 자랑스럽게 생각하실 겁니다. 드디어 자신을 위한 일을 하셨다고, 스스로 만족감이 드실 겁니다. 고객님, 이 결정은 **살면서 아주 잘하신 결정 중 하나**가 될 것입니다. 짹짹, 축하드립니다
~

2장. "당연히 하셔야죠" — 선(先)최면 화법

반론이 나오기도 전에 "이건 당연히 하시는 거고~" 하고 **먼저 못을 박아 버리면**, 고객은 반박할 틈을 찾지 못합니다. 상품이든 카드든 펀드든 원리는 같습니다.

2-1. 바로 써먹는 '당연 처방' 예시들

신용카드: "여행을 그렇게 좋아하시는데, **항공 마일리지 적립 카드는 당연히 쓰시는 거고~**"

여행지: "광주에 처음 오셨다고 하니, 다른 건 몰라도 육전은 무조건 드셔 보셔야 하는 거고요."

2-2. [적립식 펀드] 목적에 맞는 '당연히' 화법 (여행 테마)

영업담당자: "여행을 워낙 좋아하시니, 1년 만기로 월 20만 원씩 적립식 펀드는 **당연히 가입하시는 겁니다.**"

고객: "펀드는 변동성이 있어서 좀 위험하지 않나요?"

영업담당자: "네, 맞습니다. 펀드는 변동성이 있어서 위험할 수도 있지만, 반대로 수익이 높을 수도 있거든요. 하지만 저는 '여행' 같은 **취미 생활이 목적이라면 펀드를 권합니다.** 원래 제주도에 갈 생각으로 가입하셨는데 운이 좋아 수익이 많이 나면 괄이나 하와이로 여행을 가실 수도 있는 거고요. 반대로 조금 손해를 보면 강릉이나 부산으로 목적지를 바꿔 가셔도 삶에 큰 문제가 생기는 건 아니니까요. 그러니 즐거운 마음으로 **시작하실 수 있는 겁니다.**"

고객이 어떤 상황을 이야기하든 응용할 수 있는 만능 문장이 있습니다. 고객이 이미 말한 목적이나 상황을 앞에 넣고, 그 목적에 이 상품이 당연한 선택이라는 뜻으로 마무리하면 됩니다.

"고객님, ~~를 위해서 이걸 하셔야 하는 겁니다. / 하시는 겁니다."

3장. 고객의 마음 읽어주기 & 절대 단어 공략

논리로 이기려 하지 말고, 먼저 고객의 마음을 정확히 읽어 주세요. 고객은 자신이 **이해받았다고 느끼는 순간** 방어를 풀기 시작합니다.

3-1. 마음읽기 — "부모의 마음이 보이는가" 예시

고객이 직접 말하지 않은 속마음을 먼저 짚어 주면, 고객은 "이 사람이 나를 이해하는구나" 하고 방어를 풀니다. 예를 들어 자녀 이야기가 나왔다면 이렇게 부모의 마음을 먼저 대신 말해 주시면 좋아요.

한 푼이라도 절약하고 모아야 하는데 자녀분이 덜컥 상품부터 가입한다고 해서 속상하셨죠? 취업도 했으니 재무관리도 제대로 해야 한다고 생각하고 계실 겁니다. 지금 열심히 저축해서 결혼도 하고 집이며 차며 장만해야 하는데 그걸 모르는 듯 해서 답답하셨을 것 같아요.

3-2. 침묵과 질문의 힘

고객의 질문에 **곧바로 답을 채워 주려 하면 안 됩니다**. 침묵도, 되묻는 질문도 그 자체로 강력한 답이 됩니다.

때로는 질문에 답하지 않고 침묵하는 것도 강력한 답입니다. 고객의 질문에 질문으로 답해 보세요. 결국 **질문하는 사람이 이깁니다**.

막상 할 말이 떠오르지 않을 때 가장 쉬운 방법은, 고객이 방금 한 말을 그대로 따라 하며 되묻는 것입니다. 이것만으로도 고객은 자기 말을 스스로 다시 듣게 되고, 한발 물러서는 경우가 많습니다.

"말도 안 되는 가격입니다!" → "말도 안 되는 가격이라고요?!"

3-3. 공통 대답으로 쓸 수 있는 문장들

고객이 어떤 고민을 털어놓든 "나만 이런 게 아니구나" 하고 **느끼게 해 주면 방어가 풀립니다.** 구체적인 반론이 무엇이든 아래 문장으로 먼저 맞장구치고 시작하는 게 좋습니다.

맞습니다. **다른 분들도 다 그렇게 말씀하셨습니다~**

맞습니다. 고객님, 그 고민은 흔한 고민이더라고요~

3-4. "이 상품은 투자로는 별로예요!"라는 고객에게

"맞습니다. 이 상품은 **투자로만 보면 별로일지도 모릅니다.** 나쁜 선택일지도 모릅니다. 우리 고객님은 이 상품이 주는 안정감과 편안함을 느끼지 못하실지도 모릅니다. 뜻밖의 사고를 만났을 때 도움을 받지 못할 수도 있습니다. 그 부분은 아쉬울 수 있습니다." 이 상품은 몇 가지 중요한 용도를 가지고 있습니다. (상품의 용도를 설명한다.) 그런 후에도 고객이 "이 상품은 투자로는 별로입니다"라고 말한다면 **다시 한번 동의합니다.** 그리고 다시 이 상품이 지닌 훌륭한 용도를 알려 줍니다.

반대나 핑계에 부딪혔을 때는 맞서 싸우려고 곧장 달려들지 말고 **고객의 생각과 느낌을 다시 짚어 주는 겁니다.** 고객은 자신이 한 말을 나를 통해 다시 듣게 됩니다. 영업 담당자가 고객의 반대 의견을 되짚어 말하면, 고객은 "아, 그건 별로 중요한 게 아니에요" 하고 스스로 물러서기도 합니다. 공식은 이렇습니다.

1. 맞아요. (고객의 말에 동의한다)
2. ○○이 주는 혜택들을 누리지 못하실지도 모릅니다. ○○도 못 하고, ○○도 못 합니다.
3. 그 부분은 아쉬울 수 있습니다.
4. ○○은 고객님께 몇 가지 중요한 이점을 주고 있습니다~

3-5. "절대", "항상" — 절대 단어를 공략하라

"저는 이런 상품은 절대로 가입하지 않아요!" — 눈을 크게 뜨고 살짝 웃으면서 고객의 눈을 똑바로 들여다본다. "절대로요?"

"저는 이 회사 물건은 절대로 안 삽니다." — "절대로요?"

"저는 어떤 물건도 제값 다 주고 사지는 않아요." — "절대로요?"

"저는 항상 할인을 받아 왔어요." — "항상이요?"

"저는 성능이 검증되지 않은 신제품은 절대로 안 사요." — "절대로요?"

그러면 고객은 "항상은 아니지만 거의 대부분이요" 하고 꼬리를 내립니다. **절대로, 항상, 전혀 같은 절대 단어를 들으면 그 원칙에 예외가 있었던 때가 언제였는지 물어보세요. 그리고 그 예외를 찾아내는 겁니다.**

4장. 가격 관련 반론

가격 반론에는 하나의 핵심 원리가 있습니다. **가격보다 먼저 가치를 각인시키고, 그 가치와 지금 이 가격을 비교하게 만드는 것.** 아래 화법들은 표현은 조금씩 달라도 모

두 이 원리 위에서 움직입니다. 같은 상황에서도 여러 버전이 등장하는데, 고객의 태도와 분위기에 맞춰 골라 쓰시면 됩니다.

4-1. "검토해보겠습니다 / 생각해볼게요" ★ — 영원히 안녕이 되는 순간

고객에게 생각할 시간과 기회를 주면, 고객은 처음에 그 상품에 **끌렸던 이유를 점점 잊게 됩니다**. 더욱이 그 고객은 더 단호하게 파고드는 다른 영업 담당자에게 달려가 계약을 해 버립니다. 그래서 "생각해보겠다"는 반론은 **반드시 그 자리에서 풀고 가야 합니다**.

영업담당자: 우리 고객님, 물론이죠, 충분히 고민해 보시고 생각해보셔도 됩니다. 꼼꼼하게 다른 곳의 제안과 비교해 보셔도 됩니다.

고객: (살짝 망설이며) 음... 그래야 할 것 같긴 한데, 사실 좀 더 알아보고 싶은 마음도 있어서요.

영업담당자: 고객님은 지금 ○○ 문제를 해결하고 싶고, ○○ 목표를 이루고 싶다고 하셨잖아요? 이 비용으로 그 모든 것을 함께 챙기면서 **목표에 닿을 때까지 끝까지 관리해 주는 곳은 찾기 어려울 겁니다**. 제가 명확하게 확신해요.

고객: 그렇긴 한데... 그래도 아직 확신이 딱 서질 않네요.

영업담당자: 우리 고객님, 앞으로 열심히 하셔서 원하시는 성과를 충분히 내실 분인데, 지금 이 문제를 미뤄 두면 **그동안 쌓아 온 시간과 기회를 놓치실 수 있습니다**. 그렇지 않나요?

고객: 음... 듣고 보니 그런 것 같기도 하고요. 근데 아직은 조금...

영업담당자: 한 달에 고작 ○○만 원이니 **하루로 나누면 단돈 몇천 원**(혹은 1~2만원)입니다. 그 정도로 고객님의 목표를 든든하게 받쳐 줄 기반을 만드시는 거죠. 그렇지 않나요~?

고객: ...그렇게 들으니 진짜 부담이 크진 않네요.

부가 설명 — 이 대화가 통하는 이유

고객은 한 번에 "네, 할게요"라고 말하지 않습니다. 망설임과 수궁 사이를 오가며 조금씩 마음이 움직입니다. 그래서 이 대화는 한 번에 밀어붙이지 않고, 멘트마다 한 걸음씩 문을 열어 두는 밀당 구조로 짜여 있습니다. 첫 멘트로 여유를 주고, 둘째 멘트로 신뢰를 쌓고, 셋째 멘트로 놓치는 것을 짚고, 마지막 멘트로 부담을 낮춥니다. 고객이 곧바로 "네"라고 하지 않아도 괜찮습니다. 저항이 조금씩 떨어지는 것 자체가 신호입니다.

고객이 속으로는 하고 싶어 한다는 걸 눈치챘을 때

고객: "음... 그 금액이라면 그냥 그만둘래요."

영업담당자: (고객이 속으로는 정말 하고 싶어 한다는 걸 눈치로 알아채고) **"아니다 싶으시면 분명히 거절하셔도 됩니다."**

고객: "네?! 아, 아니에요! 아니에요. 이게 필요하다는 것에 대해서는 저도 충분히 알고 있어요."

영업담당자: "만약 정말로 하고 싶은 생각이 드신다면, **미루지 말고 지금 당장 시작하시는 게 어떨까요?**"

고객: "네, 그래야겠어요."

고객이 이렇게 답을 듣고도 계속 미루려 한다면, 부드럽지만 분명하게 기준을 알려 줄 수도 있습니다. 혹시 빠르고 저렴한 쪽을 더 원하신다면 다른 곳도 좋은 선택이 될 수 있습니다. **그쪽으로 도와드릴까요?**

백화점 원피스 이야기 — "생각해보겠다"의 진짜 이유 캐묻기

이건 2차 미팅용 대본 1-2 "사전 거절처리"를 놓쳤을 때 쓰는 되돌리기 버전입니다. 미리 진짜 이유를 캐묻지 못했다면, 여기서라도 캐물어야 합니다.

고객님께서 "생각해보겠다"라고 말씀해 주셨는데요. 혹시 이런 경험 있으신가요? 백화점에서 정말 갖고 싶었던 원피스를 할인까지 하는 걸 발견하면, 다른 사람이 사 가기 전에 바로 구매하시고 집에 와서 남편분께 "자기야, 나 오늘 너무 갖고 싶던 옷 발견해서 샀어. 잘 어울리지?" 하고 자랑스럽게 말씀하실 거잖아요. 그런데 마음에 안 드시면 판매자에게 "생각해볼게요~"라고 하시잖아요.

제가 설명드렸을 때도 흡족해하셨는데요, 그런데도 **생각해보시겠다**는 진짜 이유가 무엇인지 솔직하게 말씀해 주실 수 있을까요? 구매 여부와 상관없이, 다음에 다른 고객님을 만날 때 큰 도움이 될 것 같습니다.

미루면 낭패를 본다는 실제 사례

이런 경우가 종종 있습니다. 고객님과 비슷한 상황의 한 분도 내용을 다 들으시고 생각해보신다고 하셔서, 그렇게 하시라고 했어요. 그런데 몇 주 뒤 다시 연락을 드렸더니, 그사이 좋은 조건이 마감되고 가격도 올라서 처음 안내드린 구성으로는 더 진행해 드릴 수가 없었습니다. 원하셔도 **안타깝게 같은 조건으로는 해 드릴 수 없었어요**. 그러니 오늘 궁금한 점을 모두 확인하시고, 좋은 조건일 때 진행하시는 게 좋습니다. (실제 사례와 사실인 조건으로만 준비해서 말하세요.)

다른 버전의 "생각해보겠다" 대응 카드

생각해 볼 것도 없어요~ **좋은 조건은 지금밖에 드릴 수 없습니다**. 이 제안은 고객님께 꼭 맞습니다. 고민할 필요가 있을까요?

4-2. "전단지를 보고 결정하겠습니다 / 자료 주면 보고 결정할게요"

고객님, 전단지가 할 수 있는 일이라면 회사가 저를 고용할 이유가 없는데요~ 사실 처음 고객님 정보를 살펴봤을 때 이미 잘 가입되어 있는 부분도 있었습니다. 다만 ○○ 부분이 부족해서, 그 부분을 채워 말씀드린 거였고요. 그래서 저는 기쁜 마음으로 보여드렸는데, 어떤 부분 때문에 망설여지실까요?

4-3. "미안합니다만 확인 전화는 걸지 않습니다" — 정면 돌파

고객이 "나중에 확인해 보고 연락 드릴게요"라며 자리를 뜨려 할 때, 마지막에 쓰는 정면 돌파 화법입니다.

고객님은 이미 결정을 내리는 데 필요한 모든 것을 알고 계십니다. 이 제안은 지금 시작하셔도 제값 이상을 하는 좋은 선택입니다. 지금 시작하시지요.

(고객이 다시 미루려 하면) 확인해야 할 게 남았다면 지금 함께 확인해 보겠습니다. 어떤 부분이지요?

고객님, 가격 이외에 걸리는 것이 하나라도 남아 있습니까? 없다면 오늘 진행하시는 것이 가장 좋은 선택이라고 생각합니다. 지금 바로 시작하시죠.

4-4. 고객이 가격을 언급할 때 ★★ — 핵심 포인트, 가치 입증

고객이 매출을 올리고 비용을 줄여 이익을 늘릴 수 있는 방법을 함께 찾아 주세요. 고객이 처음 지불하는 비용보다 훨씬 많은 금액을 회수할 수 있다는 것을 보여 주면, 내 상품이나 서비스가 사실상 무료나 다름없다는 사실이 입증됩니다. 이것이 고급 세일즈 전략의 핵심입니다. 특징을 전달하고, 이점을 제시하고, 가치를 강조하셔야 해요.

문제를 해결하려고 조치를 취하는 것보다 아무 조치도 취하지 않는 쪽이 **오히려 돈이 더 많이 든다는 것**을 고객이 이해할 때, 세일즈는 성공합니다.

지금 ○○을 선택하지 않는 것이 ○○을 선택하는 것보다 더 큰 손해입니다.

현장에서 보면, 가격을 두고 까다롭게 협상하고 오랫동안 이의를 제기했던 고객들조차 막상 최종 구매 결정을 내릴 때는 가격 외의 요인이 결정적이었던 경우가 많습니다. 실제로 구매 결정에 더 큰 영향을 미치는 것은 영업 담당자, 상품의 적합성과 편리성, 기업 평판, 서비스 품질, 디자인, 고객 상황과의 부합성인 경우가 대부분입니다.

고객이 가격을 언급했다고 해서 곧바로 가격을 깎을 필요는 없습니다. 먼저 **진짜 가격이 문제인지부터** 알아보는 게 좋습니다. 가격 뒤에 다른 걱정이 숨어 있는 경우가 많기 때문입니다.

(예) 오직 가격 때문인가요?

(예) 그것보다 가격 이외에 어떤 게 망설여지세요??

(예) 돈 값어치 반드시 합니다.

판매 화법의 흐름은 이렇습니다. 먼저 **고객의 말에 동의합니다.** 그리고 **"어떤 부분 때문에 망설이시는지 말씀해 주실 수 있을까요?"** 하고 묻습니다.

4-5. "비싸다" ★

이 책 전체에서 반복되는 **"OO 이외엔?" 공식**이 여기서 처음 등장합니다. 겉으로 말한 이유 뒤에 다른 진짜 이유가 숨어 있는지 먼저 걸러내는 질문입니다.

먼저 이렇게 물어보세요. "고객님, **가격 이외에는 어떤 문제가 있나요?**" 고객은 처음에는 비싸다는 것 외의 문제를 이야기하지 않을 것입니다. 그러면 이어서 "고객님~ 정말 괜찮으니 말씀해 주세요. 비싸다는 것 외에 어떤 게 고민되세요~ 안전한 자리니까 편하게 말씀하셔도 괜찮습니다"라고 말해 보세요. **그러면 고객이 속마음을 이야기합니다.** 그 이야기를 듣고 **고객이 원하는 것을 캐치하시면 됩니다.**

품질·서비스·최저가격, 셋 중 하나는 포기해야 한다

정말 그럴지도 모릅니다. 요즘 같은 때에 돈을 아끼고 싶은 마음, 저도 충분히 이해합니다. 그런데 현장에서 오래 지켜본 진실이 하나 있습니다. **가장 저렴한 가격이 항상 우리가 원하는 결과는 아니라는 것입니다.** 물건을 고를 때 결국 보는 건 세 가지, **품질과 서비스, 그리고 가격**입니다. 이 셋을 전부 최고 수준으로, 그것도 최저가에 주는 곳은 없습니다. 삼성만 봐도 그렇습니다. 품질도 서비스도 1등이지만 **가격이 제일 저렴하지는 않잖아요?** 정말 최저가가 되려면 결국 중국산이어야 하는데, 중국산은 그만큼 위험 부담이 따르죠. 저는 가격보다 **고객님이 오래 만족하실 수 있는지**를 먼저 봅니다. 우리 고객님도 그러시지 않을까요?

가성비 좋은 것을 찾으시나요?

고객이 정말 '저렴함' 자체를 원하는 건지, 아니면 다른 걱정이 숨어 있는 건지부터 간파해야 합니다. 길게 설명하기보다 짧게 되물어 보세요.

영업담당자: "가성비 좋은 걸 찾으시나요?"

고객: "네."

영업담당자: "그러시면 혹시 어떤 부분 때문에 가성비 좋은 걸 찾으시는지 여쭙봐도 될까요? 거기에 맞는 걸 추천해 드리려고요."

저렴한 가전제품 비유

고객이 더 저렴한 다른 곳과 가격을 비교하며 부담을 이야기할 때 쓰는 비유입니다.

저렴한 가전제품은 오히려 나중에 큰 수리비가 들어 배보다 배꼽이 더 큰 경우가 많습니다. 이왕이면 처음부터 좋은 가전제품을 구입하시는 게 낫겠죠. 지금 이 제안도 마찬가지입니다. **저렴하다고 다 좋은 건 아니고, 비싼 데는 그만큼 이유가 있습니다.** 처음에 저렴하게 시작했다가 부족해서 나중에 하나씩 추가하면 오히려 비용이 더 늘어나는 경우가 훨씬 많습니다. 한 번 시작하실 때 제대로 된 구성으로 시작해 두시면 든든하실 겁니다.

가격은 한 번, 품질은 계속

"○○님, 어떤 점에서 비싸다고 느끼시는지 여쭙봐도 될까요? 사실 고객님의 정말 마음에 드는 상품이라면 가격이 문제가 되지는 않을 겁니다. 다만 고객님의 처음에는 가격을 고민하시는 분들이 많았습니다. 그런데 막상 사용해 보신 후에는 '아, 이 정도 가격이라면 충분히 값어치를 한다'며 대부분 만족해하십니다. 사실 **가격은 구매하는 그 순간 단 한 번만 고민하면 됩니다.** 하지만 품질은 ○○을 사용하는 내내 고민거리가 될 수 있지요. 품질이 부족하면 투자한 돈 전부를 잃게 됩니다. 그래서 저렴한 걸 택하면 결국 더 많은 돈이 들어가게 되는 경우가 많습니다. 그러니 고객님의, 지금 이 기회에 현명하게 선택하셔야 하는 거지요. 그렇지 않습니까?"

오른팔을 찾는 일 — 130만 원 수술비 의사 비유

고객님께서 큰 수술을 받으셔야 하는데, 수술비가 유독 저렴해서 130만 원만 받는 의사에게 중요한 수술을 맡기고 싶지는 않으실 겁니다. 그렇죠~? 이 ○○은 일반

적인 물건이 아니라 **고객님의 오른팔을 찾는 일**입니다. 지금 아끼는 비용이 나중에 더 큰 비용과 아쉬움으로 돌아올 수 있습니다.

모래주머니 비유 — 지금이 가장 부담이 적을 때

○○씨, 만약 제가 ○○씨 주머니에 모래 한 알을 넣어 드리고 어딜 가든 항상 가지고 다니시게 한다면, 모래가 있는지조차 잘 느끼지 못하시겠죠? 그럼 모래 한 줌을 주머니에 넣고 다니시게 한다면 불룩 튀어나온 주머니가 신경 쓰이시겠지요. 자, 그럼 한 걸음 더 나아가서 제가 커다란 모래주머니를 드리고 항상 가지고 다니시게 한다면, 온종일 그걸 질질 끌고 다니셔야 해서 꽤 부담스럽겠지요.

지금은 이 정도의 시작이 부담이 별로 되지 않을 겁니다. 하지만 **미루면 미룰수록 준비해야 할 것은 늘어나고 부담도 커집니다**. 아시겠습니까, ○○씨? 부담이 가장 작은 **오늘이야말로 시작하기에 가장 적당한 때**입니다.

4-6. "내 예상보다 비싸요" ★

포인트는 이렇습니다. 가격이 127만 원인데 고객이 생각하고 있던 가격이 100만 원이라면, **극복해야 할 것은 27만 원의 차이뿐입니다**.

영업담당자: 우리 ○○ 고객님은 얼마나 예상하셨어요~??

고객: 음... 한 100만 원 정도 생각했었어요.

영업담당자: 보세요~ 27만 원 때문에 망설이시는데, 27만 원을 3개월, 그러니까 90일로 나눠 보면 **하루에 3000원** 끝입니다. 하루 3000원을 투자해서 고객님의 문제를 모두 해결할 수 있다면 그게 더 이익이죠? 그렇지 않나요~??

비타민제 비유

우리 ○○ 고객님은 얼마나 예상하셨는데요? 고객님이 약국에 가서 "종합 비타민 제 1만 원에 주세요" 하시면 약사님이 놀라실 거예요. 그런 영양제는 없거든요. 이것도 마찬가지입니다. **저렴하면서 좋은 건 없어요.** 사실 어디 가서 고객님을 든든히 지켜 주는 보디가드를 15만 원에 고용하시겠습니까?

고객이 정말 가격 때문에 망설인다면 그 가격이 얼마인지 물어보세요. 그리고 내가 제시한 가격과의 **차액을 이야기하시면 됩니다**(가치 입증). 그 후에도 가격을 이야기하면 걱정선으로 낮추고 추가 혜택을 이야기해 보세요(서비스).

4-7. "제가 지금 바쁘고 시간이 없어요"

고객님도 바쁘고, 저도 바쁘고, 모든 사람이 다 바쁩니다. 여기엔 두 갈래 대응이 있습니다.

1. **이유 캐묻기**: "바쁜 것 외에 어떤 게 망설여지세요?" 하고 물어봅니다. 진짜 바빠서인지, 아니면 "바쁘다"는 말로 다른 진짜 이유를 일반화해서 감추고 있는 건지부터 가려내는 질문입니다. (4-5의 **"OO 이외엔?" 공식**과 같은 틀입니다.)
2. **거꾸로 뒤집기**: "바쁘시니까 오히려 지금 정리하고 가셔야 하는 겁니다." 이유 캐묻기로 확인한 결과 정말 바쁜 게 맞을 때 쓰는 멘트입니다. 진짜 이유를 먼저 확인한 다음에 이어서 써야 효과가 있습니다.

5장. 경제적 여유 관련 반론

"돈이 없다", "여유가 없다", "빚이 많다." 이 말은 **정말 사실일 수도, 핑계일 수도** 있습니다. 화법을 쓰기 전에 먼저 두 가지를 살펴야 합니다.

첫째, 정말 돈이 없어서 못 하는 것인지, 핑계인지부터 봅니다. 둘째, 핑계라면 그 뒤에 숨은 진짜 이유를 봐야 합니다. 대부분은 '지금 이 지출의 우선순위를 못 느껴서'지만, 종종 내가 니즈 파악을 제대로 못 한 탓이기도 합니다. 상품이 정말 필요한 게 아니었다면, 고객은 "저한테 안 맞는 것 같아요"라고 말하는 대신 훨씬 꺼내기 편한 "돈이 없어서요"로 돌려 말하는 경우가 많기 때문입니다.

이 진단은 4-5-4-7에서 쓴 "OO 이외엔?" 공식과 같은 틀입니다. 겉으로 말한 이유가 진짜인지, 다른 걸 가리는 핑계인지 먼저 걸러내는 것이죠.

그래서 이 장의 화법을 쓰기 전에 스스로 먼저 물어보세요. 니즈 파악은 제대로 되었는가? 그렇다면 이 장의 방향은 하나입니다. 돈이 없다는 사실 자체를 부정하지 말고, 그럼에도 지금이 최적의 타이밍인 이유로 방향을 돌리는 것입니다. 니즈 파악 자체가 부족했다면, 화법을 밀어붙이기 전에 니즈부터 다시 짚어야 합니다.

5-1. "돈이 없습니다 / 여유가 없습니다 / 상황이 어렵다" ★

"고객님, 돈은 원래 항상 부족한 법입니다. 지금 월 30만 원이 없다고 해서 고객님의 인생이 무너지지는 않습니다. 하지만 이 30만 원의 우선순위를 정하지 못하면 1년 뒤, 3년 뒤에도 같은 자리에서 같은 말씀을 하고 계실 수 있습니다. 지금이 가장 부담이 적을 때입니다."

진짜 이유가 돈인지 나인지 확인하기

이 질문도 앞서 나온 "OO 이외엔?" 공식과 같은 틀입니다.

"고객님, 정말 돈이 없으신 건가요, 아니면 제가 마음에 안 드시는 걸까요? 진짜 이유가 뭘까요? 돈 이외의 부분만 본다면 사실 이걸 시작해 보고 싶은 마음은 있

으실까요?"

고객이 선뜻 답하지 못하고 방어적으로 나올 때는, 캐묻는 대신 **잠시 침묵으로 마음을 열어주는** 방법도 있습니다.

"괜찮습니다, ○○님. 현금이 없는데도 마음에 드는 게 있으면 조바심 나는 경험, 다들 있으시잖아요."

(이렇게 말한 뒤 잠시 말을 멈추고 기다리면, **고객은 방어가 풀리며 마음이 편안해지는** 기색이 역력합니다.)

"그런데 많은 분들이 착각하시는 게 있습니다. **준비는 여유가 생겨서 하는 게 아니라, 여유가 없어 보일 때 오히려 더 필요한 겁니다.** 사실 **여유가 있어서 시작하는 사람은 거의 없습니다.** 그래서 오히려 지금 같은 때에 더 준비해야 하는 겁니다. 저는 ○○님께서 이 정도 실행력은 충분히 갖추고 계신다고 생각하는데, 제 판단이 틀렸나요? 충분히 해내실 수 있는 분이십니다."

허 찌르기 화법 (고객이 방어할 틈 없이 정곡을 바로 찌르는 기법입니다)

이거 하고 싶지 않으시죠~? 이왕이면 피하고, 그냥 안 하고도 잘 살았으면 좋겠지요. 사실 저도 같은 마음입니다. 그런데 이런 준비라는 게 희한하게도 돈이 있고 없고를 떠나서, 돈이 많다고 할 수 있는 것도 아니고 돈이 없다고 못 하는 것도 아니라는 거예요. 실제로 준비를 미루고 피하고 있다가 필요한 순간이 닥쳐서 **훨씬 큰 비용을 치르게 되는 경우**가 너~무 많아요~

그래서 이런 준비는 사실 하고 싶지 않을 때 **억지로라도 해 두어야 하는 겁니다.**

미루다가 정말 필요한 순간이 닥치면, 그때는 이미 늦습니다. 그렇지요??

계약 직후 추가 제안에서 "돈이 없다"고 할 때

먼저 진짜 이유부터 확인하세요. "혹시 이 부분이 필요 없다고 느끼시는 걸까요, 아니면 추가되는 비용이 부담스러우신 걸까요?" 이렇게 물으면 고객이 스스로 답을 고르게 되고, 그다음 대응이 완전히 달라집니다.

비용 때문이라면 이렇게 이어가세요.

그러시군요. 사실 이미 시작하신 부분이 있어서, 여기에 더하는 비용은 생각하시는 것만큼 크지 않습니다. (실제 추가 금액을 구체적으로 보여 드리며) 이 정도면 부담이 좀 덜하지 않으실까요? 결정은 고객님의게 있습니다. 편하게 말씀해 주세요.

필요 없다고 하신다면 억지로 권하지 말고, 원래 계약하신 부분에 집중해서 마무리하세요.

5-2. "바로 사고 싶으나 당장은 돈이 없는 고객" — 지금일로 약속 받아내기

고객이 "지금은 현금이 별로 없어요. 이번 주말이면 돈이 생기는데요"라고 말한다면, 실제 지급일에 맞춰 구체적인 날짜로 약속을 받아내는 것이 핵심입니다.

"맞아요, 그런 경우 많습니다. 살다 보면 누구나 뜻하지 않은 일을 겪을 수 있어요. 그러니 너무 염려하지 마세요. 하지만 **돈이 없을 때 예상치 못한 일이 생기면** 대처하기 어렵습니다. 그래서 미리 준비가 꼭 필요한 겁니다. 사실 '돈이 없어서 못한다'고 하시던 한 고객님의도 어떻게든 마련해서 시작하신 경우가 있습니다. 결국 그

분은 **마음의 평안 속에서 일에 집중해서 큰 성과를** 내셨습니다. 고객님의 월급일이 15일이라고 하셨죠? 그럼 15일에 계약 진행하는 걸로 할게요. 괜찮으시겠죠?"

그런 다음, 여기에 한마디를 더해 고객님의 저를 **결코 실망시키지 않으시리란 걸 안다고 말합니다.** 이런 말을 들은 고객이 그 기대를 저버리는 경우는 거의 없습니다. 사람은 누군가 자기를 좋은 사람이라고 믿어 주면, **그 믿음이 옳다는 것을 증명하고 싶어 하기 때문입니다.**

5-3. "빛이 많습니다" ★

빛이 있다는 것은 **부끄러운 일이 아니라 대부분의 사람이 겪는 상황**이라는 점을 먼저 짚어 주면 고객의 방어가 풀립니다. 그런 다음 **"빛을 갚는 동안에도 앞으로 나아가는 준비는 멈추면 안 된다"**로 연결하시면 좋아요.

"자, 고객님의. 요즘 빛 없는 분이 어디 있겠습니까? 우리 고객님의보다 빛 많은 분들, 생각보다 정말 많으세요~ 사람은 다 빛을 안고 살아갑니다. 그런데 빛을 갚느라 지금 필요한 준비를 계속 뒤로 미루면, 빛을 다 갚았을 때 고객님의 다시 **처음 자리에서 시작**하셔야 합니다. 빛을 갚는 일과 앞으로 나아갈 준비는 **동시에 해야 하는 일**이에요. 그리고 이 제안은 바로 그 부분, ○○(시간·비용·성과)에 도움이 되도록 구성했습니다. 그렇지 않나요~?"

5-4. "○○월 이후에나 생각해 보겠다 / 나중에 하겠다" ★

"나중에 하겠다"는 반론은 여러 각도에서 접근할 수 있습니다. 아래는 상황에 따라 골라 쓸 수 있는 카드들입니다.

① 조건이 바뀔 수 있다는 점으로 재연락 약속 받아내기

지금 당장 결정을 받아내려 하지 말고, 대신 "다음에 하실 때는 먼저 연락 달라"는 약속을 받아내는 것이 핵심입니다.

"네, 좋습니다. 지금 당장 결정하지 않으셔도 괜찮습니다. 다만 이런 제안은 참 희한해서, **좋은 조건이 아무 때나 계속되지는 않습니다.** 시간이 지나면 조건이 바뀌거나 자리가 마감되는 경우가 실제로 있거든요. 그러니 다음 달에 진행하실 생각이 있으시다면, 그 전에 저에게 먼저 꼭 한 번만 연락 주세요. **그때도 지금과 같은 조건으로 도와드릴 수 있는지 먼저 확인해 드리겠습니다.**"

이 말을 강하게 박아 두면, 고객이 미루고 돌아갔다가도 시기가 다가올 때 문득 조급함이 들어 "저 다음 달에 시작하려는데, 그 전에 조건 좀 다시 알려 주세요" 하고 먼저 연락하게 되어 있습니다.

실전 예시 — "내년까지 기다리겠다"는 고객

위 ①의 원칙이 실전에서 어떻게 쓰이는지 보여주는 예시 대화입니다. 고객이 미루는 진짜 이유(매달 고정 지출 부담)를 먼저 확인한 뒤, 실제로 가능한 조건(다음 달부터 결제)으로 풀어냅니다.

고객: "내년까지 기다리겠습니다. 지출 목록에 새로운 항목을 더 추가하고 싶지 않네요."

영업담당자: "그렇군요. 매달 고정 지출이 하나 더 늘어나는 것 같아 부담스러우신 걸까요?"

고객: "네."

영업담당자: "만약 지금 시작하시는 것이 오히려 앞으로의 비용을 줄여 주고, 내년부터 오르는 비용 부담을 피할 수 있는 길이라면 어떻게 하시겠습니까? 마침 이

번 달 말이라, 오늘 접수하셔도 **첫 결제는 다음 달부터** 되도록 지정할 수 있습니다. 그렇다면 부담 없이 시작해 보실 수 있겠지요?" (실제로 가능한 조건일 때만 제안하세요.)

고객: "네, 그렇다면 괜찮네요."

영업담당자: "그렇다면 더 미루실 이유가 없습니다. **하루라도 빨리 시작할수록** 가장 부담 없이 시작하실 수 있습니다. 분명히 만족하실 겁니다. 여기에 성함 적으시고 오케이 해주시면 됩니다."

② 다른 진짜 이유가 있는지 확인하기 — 다음번에 구매하겠다는 반론

이것도 뭔가 마음에 안 드시는 부분이 있으셨을까요? 죄송합니다. 제 설명이나 제안에 문제가 있었나요? **정확히 어떤 부분이 망설여지세요?** (4-1의 "백화점 원피스 이야기"를 "다음번에 구매하겠다" 버전으로 바꿔서 그대로 이어가면 됩니다.)

③ "나중에 언제요?" — 미루는 시간 자체가 손해라는 각도

①이 "조건이 바뀔 수 있다"는 점을 짚는다면, 이건 "미루는 시간 자체가 되돌릴 수 없는 손해"라는 각도입니다.

고객님~ 나중에 언제요? 나중에는 지금보다 더 좋은 조건일까요? 준비가 필요한 일은 **미루는 만큼 시간이 지나가고 그 시간은 되돌릴 수 없습니다**. 지금 당장은 필요성을 못 느끼셔도, 정말 필요한 순간이 오면 그때는 이미 늦습니다. 고객님의, 지금입니다. **지금 가장 유리합니다**.

④ 미루지 말아야 하는 이유를 분명히 하기 — ③의 긴 버전

③이 짧고 강한 한마디라면, 이걸 신중한 고객에게 시간을 들여 여러 각도(후회 없음·비용 적음·"다음번"의 모호함)로 차분히 설득하는 건 버전입니다.

"고객님, 이걸 정말 필요합니다. 지금은 여유가 있으니 미루실 수 있지만, **필요한 순간에는 준비할 시간이 남아 있지 않을 수 있습니다.** ○월까지 아무 변수가 없다고 확신하실 수 있습니까? 신중하게 결정하고 싶은 마음은 충분히 이해합니다. 다만 이 결정을 하신 고객님들 중 후회하신 분은 찾아보기 어렵습니다. 시작할 때는 누구나 부담스럽지만, 막상 효과를 보시면 '정말 잘했다'고 말씀하십니다. 처음 한 두 달은 비용이 신경 쓰일 수 있지만, 서너 달 지나면 생활 속에서 잊히게 됩니다. 많은 분들이 '다음번에 해도 된다'고 말씀하시지만, 그 '다음번'이란 게 언제입니까? 그러니 고객님, **지금 바로 준비하셔야 합니다.**"

5-5. "그냥 얼마인지 알려 주시면 관심 있는지 이야기하겠습니다" (부정적인 고객)

아, 네. 고객님 궁금하시죠? 저도 바로 알려 드리면 좋은데, 고객님의 상황과 필요를 모른 채 가격부터 말씀드리기가 어려운 부분이 있습니다. **우리 고객님은 어떤 부분이 필요하신 걸까요?**

6장. "아직 확신이 없다" 계열 반론

"필요 없다"는 말은 상품에 대한 최종 판단이 아니라, 대부분 **아직 확신이 서지 않았다는 신호**입니다. 마음의 준비가 안 됐거나, 도움이 될지 의심스럽거나, 아직 자신에게는 남의 일처럼 느껴지기 때문입니다. 이 장의 화법들은 모두 **"정말 필요 없는 게 맞는지, 확신이 없는 것뿐인지"** 되짚어 보게 만드는 데 초점이 맞춰져 있습니다.

6-1. "아직 마음의 준비가 안 되었습니다" ★

지금 마음의 준비가 안 됐다고 하셨는데, 금전적으로 준비가 안 된 것인지, 아니면 이 상품이 마음에 들지 않아서 준비가 안 된 것인지 **둘 중에 어느 쪽일까요?**

"아직 신경 쓰이는 부분이 있는데요 / 이 시기에 정말 괜찮을까 싶어서요"

좀 더 이야기해 주시겠습니까? 편하게 말씀해 주세요~ **어떤 부분이 신경 쓰이실까요??**

6-2. "도움이 될지 의문입니다"

3-2에서 다룬 **에코 기법**처럼, 고객이 한 말을 그대로 되짚어 주는 것만으로 충분합니다.

어떤 부분이 의문이실까요?

더 자신 있게 풀어주는 버전

"맞습니다, ○○님. 사실 어떤 부분은 전혀 도움이 안 될 수도 있습니다. 하지만 오늘 제가 말씀드린 이 제안은 고객님께 꼭 필요한 부분이 이점으로 작용하는 제안입니다. 혹시 어떤 점이 의문이실까요? 실제로 도움을 받았다는 분들이 적지 않아서, '정말 도움이 될까?'라는 질문에는 **자신 있게 말씀드릴 수 있습니다**. 당장은 쓸 일이 없어 아깝다고 느껴질 수 있지만, 막상 필요한 순간이 닥쳤을 때는 오늘 결정한 것에 대해 '정말 잘했다'며 **스스로 칭찬하시게 될 겁니다**. 그리고 오히려

저에게 '그때 꼭 필요하다며 강력히 권해 줘서 정말 고맙다'고 말씀하시게 될 거라고 저는 확신합니다."

6-3. "그건 필요 없어요, 좀 더 신중하게 생각해 볼게요" ★

고객이 스스로 "네"라고 답하게 만드는 질문을 연속으로 던지면, 마지막의 "구매하세요"라는 말에 **저항하기 어려워집니다.**

영업담당자: 맞아요~ **필요하지 않은 건 살 필요가 없습니다.** 저도 필요하지 않은 건 사지 않습니다.

영업담당자: 만약 **충분한 돈을 가지고 있었다면 이 상품을 구매하셨을까요?**

고객: 네

영업담당자: 이 상품이 ○○님이 말씀하신 문제를 해결해 주고 고객님의 꿈을 이루는 데 도움이 된다는 걸 알고 계시죠?

고객: 네

영업담당자: **효과가 확실한 이 상품을 구매하세요.** 분명히 만족하실 겁니다. **현금으로 하시겠어요? 카드로 하시겠어요?**

위 질문에 고객이 "아니요"라고 답했다면, 그때는 고객이 원하는 방향으로 도와드리겠다고 말하시면 됩니다.

6-4. "아직 이르다, 지금은 필요 없다 / 나는 아직 자신 있다" ★

지금이 제일 좋은 조건일 때

"고객님, 지금처럼 상황이 좋을 때 준비해두시는 게 제일 유리합니다. 나중에 상황이 안 좋아지고 나서 준비하려고 하면 그때는 조건 자체가 더 나빠져 있는 경우가 많거든요. 지금이 제일 여유 있고, 제일 좋은 조건으로 시작하실 수 있는 시점입니다."

세 가지 질문 던지기

"고객님, 안 하셔도 괜찮습니다. 다만 제가 드리는 이 세 가지 질문에 모두 '예'라고 답하실 수 있는지 확인해 보세요.

1. 지금 하시는 방식이 앞으로 5년, 10년 뒤에도 그대로 통할 자신이 있으신가요?
2. 환경이 바뀌거나 예상치 못한 변수가 생겨도 지금의 성과를 지킬 준비가 되어 있으신가요?
3. 만약 오늘 당장 큰 변수가 생긴다면, 대안을 이미 갖춰 두셨나요? 이 세 가지 중 하나라도 해당하지 않는다면, 지금이 바로 **준비를 시작해야 할 때**입니다."

청구서 비유 — 매출이 멈춰도 고정비는 멈추지 않는다

고객님께서서는 필요성을 못 느끼신다고 하셨는데, 혹시 일이 잠시 멈추게 되면 **가족과 팀은 어떻게 될까요? 매출이 멈춰도 청구서는 멈추지 않는다는 말**, 들어 보셨나요? 임대료, 인건비, 전기료, 통신요금, 대출 이자, 가족 생활비 같은 것들이 그대로 나갑니다. 그런 상황에서도 버틸 수 있는 준비를 지금 해두시는 게 좋지요. 그렇지 않습니까?

7장. 대안·경쟁 관련 반론

"다른 상품이 더 좋다던데요", "다른 데서 하기로 했어요." 이미 마음이 다른 곳으로 기운 것처럼 보이는 반론입니다. 하지만 이 단계에서 포기해서는 안 됩니다. **비교를 두려워하지 않는 태도 자체가 가장 강력한 반박**이 됩니다.

7-1. "이거 비교 좀 해보고 결정할게요. 다른 상품이 더 좋다던데요" ★

유통사 관점의 객관적 비교 제안

"네, ○○님. 지금 보고 계신 상품이 어떤 건지 말씀해 주시겠습니까? 저는 **모든 상품을 객관적으로 비교해 드릴 수 있습니다.** 상품마다 장단점이 있는 만큼, 오늘 제가 소개해 드린 상품과 ○○님이 관심 있으신 상품을 꼼꼼히 분석해서 비교해 드리겠습니다. 만약 다른 회사 상품이 더 유리하다면 **그 상품으로 진행하실 수 있게 제가 직접 도와드리겠습니다.** 어떠십니까? 혹시 비교가 아니라 다른 부분에서 마음에 걸리시는 게 있다면, 그건 어떤 부분일까요?"

경쟁사에 대한 소문에는 자신 있게 검증을 권한다

"네, 고객님, 알겠습니다. 들으신 이야기는 **아직 '카더라'일 뿐**이잖아요. 경쟁 상품을 얼마든지 확인해 보십시오. 시간을 충분히 들여 꼼꼼히 살펴보시기 바랍니다. 그리고 더 오래, 더 많이 알아보실수록 저희 상품을 선택하실 가능성은 오히려 더 높아질 것입니다."

이것이 영업 담당자가 보여줄 수 있는 **엄청난 자신감**입니다. 상품에 확신이 있으니 비교를 막을 이유가 없고, 오히려 비교해 보시라고 권할 수 있는 것입니다. 이 제안 앞에서 고객이 저항할 수 있는 방법이 있다면, 경쟁 상품을 확인해 보지 않는 것뿐입니다.

7-2. "저는 더 이상 들을 필요가 없다고 결정했습니다. 저는 사지 않겠습니다"

그렇게 결정하실 때 **가장 중요하게 고려하신 점이 무엇이었을까요?**

더 정중하게 풀어주는 버전

"맞습니다, ○○님. 그 결정을 존중합니다. 제가 설명을 충분히 못 드렸거나 상품의 가치를 제대로 전하지 못했다면, 그건 제 잘못일 것입니다. 대신 한 가지만 부탁드립니다. **오늘 제 설명에서 어떤 점이 부족했는지** 잠깐만 말씀해 주십시오. 다른 분들께 소개할 때 고치겠습니다."

7-3. "저 다른 제품 사기로 결정했어요"

그런 결정을 내리실 때 **가장 중요하게 고려하신 점은 무엇이었습니까?**

100% 확정이십니까?

7-4. "다른 업체가 더 저렴한 가격을 제시했어요"

7-1이 아직 비교 단계인 고객을 다룬다면, 이건 이미 **구체적인 경쟁사 견적을 손에 들고 있는** B2B 상담에 쓰는 체크리스트입니다. 아래로 되물어 **프레임을 가격에서 조건으로 옮겨 보세요.**

원료는 품질과 명세 사항이 일치합니까? 사용 허가를 받았습니까? 공급업체는 그만한 양을 제공할 수 있습니까? 가격 안정성 또는 고정 가격 기간이 있습니까?

"가격은 아주 중요한 문제이고 충분한 논의가 필요한 부분입니다. 괜찮으시다면 관련된 모든 문제와 저희에게 요구하시는 사항을 **먼저 검토하고 싶은데요**. 그것이 해결되면 원하시는 만큼 가격에 대해 논의할 수 있습니다. 괜찮으시죠?"

8장. 관계·신뢰 관련 반론

"지인이 같은 일을 하고 있어요", "아내(남편)한테 물어봐야 해요." 상품 자체가 아니라 사람과 관계가 얽힌 반론입니다. 이럴 때는 상대의 관계를 부정하지 말고, **그 관계를 존중하면서** 나 자신을 그 위에 자연스럽게 올려놓는 것이 핵심입니다.

8-1. "우리 아내(남편)에게 물어봐야 한다. 남편이 알면 화납니다" ★★

직접 설명해드리겠다고 제안하기

"당연히 상의하셔야죠. 이런 결정은 두 분이 같이 아셔야 하는 게 맞습니다. 혹시 오늘 설명드린 내용을 배우자분께 그대로 전달하기 번거로우시면, 제가 직접 짧게 설명해드려도 될까요? 그러면 상의하실 때 훨씬 수월하실 거예요."

진짜 이유를 확인하기

"지금 결정을 미루시는 게 배우자분과 상의가 필요해서인지, 아니면 다른 부분이 마음에 걸리셔서인지 여쭙봐도 될까요? 상의가 필요하신 거라면 오늘 내용을 정리해서 보내드리겠습니다."

8-2. "친구가 같은 일을 하고 있어요, 거래하는 곳이 있어요, 관리해주는 친한 담당자가 있어요" ★

① 가벼운 맞장구로 시작하기

"네, 맞아요. 요즘은 지인이 관련 일을 하는 분들이 대부분이에요. 그분도 선생님의 요청을 분명히 잘 들어주실 거예요. 그런데 이건 그것과는 별개로 ○○ 혜택을 드리는 거라, **안 받으실 이유가 없지 않을까요?**"

② 병원 크로스체크 비유 — 무료 점검으로 진입장벽 낮추기

"아, 관리해 주시는 분이 곁에 계시다니 정말 다행이네요! 담당자는 당연히 있어야죠. 그런데 고객님, 병원에 가실 때도 한 군데만 가시기보다는, 큰 병이 의심되면 **여러 병원에서 한 번 더 확인해 보시잖아요?** 담당자마다 경력도, 분석하는 눈도, 생각하는 방향도 완전히 다릅니다. 제가 봐 드린다고 돈이 드는 것도 아니고 계약하라는 것도 아니니, 지금 쓰고 계신 것이 정말 객관적으로 잘 짜여 있는지 **무료로 이중 점검을 받아 본다고 생각하십시오.** 가벼운 마음으로 점검만 한 번 받아 보시는 건 절대 나쁜 일이 아닙니다."

③ A·B·C 비교를 안 해봤다는 점을 짚는다

"○○님을 생각해서 잘해 주셨을 거라고 저도 믿습니다. 다만 대부분의 고객님이 지인에게 맡기실 때는 **묻지도 따지지도 않고 결정하신 경우가 많습니다.** 그런데 **비용은 친구분이 아니라 ○○님이 내시는 거잖아요.** 결정하실 때 A, B, C를 비교해서 같은 구성인데 비용은 왜 다른지, 이런 부분까지 충분히 설명을 들으셨을까요? 30분, 1시간 이상 제대로 설명을 들은 적이 없다면 그게 현실입니다. 아는 사람일수록 믿고 넘어가다 보니 오히려 제대로 보지 않고 결정하는 경우가 많거든요. 이번 기회에 **제가 한번 객관적으로 비교해 드리겠습니다.** 지금 것이 정말 완벽

하다면 저도 더 드릴 말씀이 없습니다. 하지만 더 합리적인 선택지가 있다면 그때는 ○○님이 판단하시면 됩니다. 어차피 비용은 ○○님 몫이니깐요."

④ 지인일수록 오히려 조심스럽다는 점을 짚는다

②③이 "지금 거래가 정말 좋은 조건인지"를 묻는다면, 이건 "나중에 편하게 물어볼 수 있는지"를 묻는 다른 각도입니다.

"요즘은 지인이 관련 일을 하는 경우가 정말 많죠. 선생님께서 지인분께 맡기신 것도 그만큼 믿을 만한 분이었기 때문이라고 생각합니다. 다만 지인에게 맡기면 나중에 변경이나 상담이 필요할 때 **괜히 조심스러워서 편하게 묻기 어려운 경우가 생기더라고요.** 그래서 일부러 인맥이 없는 담당자를 찾는 분들도 많습니다."

⑤ 신뢰가 쌓인 뒤, 오히려 양보하는 역발상 — 두 번 물러나기

고객이 지인 대신 나에게 문의한다는 것 자체가, 마음 한편에 지인에게 미안한 감정을 갖고 있다는 신호인 경우가 많습니다. 이 기법은 **한 번이 아니라 두 번 물러나는 것**이 핵심입니다. 한 번만 물러나면 고객은 그냥 받아들이고 끝나지만, 두 번 물러나면 고객은 '이 사람은 정말 아쉬운 게 없구나' 하고 오히려 그 진정성에서 신뢰를 느낍니다.

(신뢰 관계가 형성되어 분위기가 긍정적일 때) "친구분이 이 일을 하시는데 저한테 문의를 주신 데는 이유가 있으실 것 같아요. **웬만하면 친구분께 하십시오. 제가 이 건을 가져가는 건 상도위에 어긋납니다.**" (제안하던 것을 잠시 멈춘다)

고객: "아니에요, 그래도 좀 봐주세요."

(곧바로 받지 말고, 한 번 더 물러나 보세요.) "정말 괜찮으시겠어요? 저는 친구분께 하시는 게 맞다고 생각하는데요."

여기서 고객이 한 번 더 요청한다면, 그때가 진짜 신뢰가 만들어지는 순간입니다. 진짜 아쉬운 쪽이 내가 아니라는 게 전달되기 때문입니다.

이렇게 양보할 수 있는 것은 지인 영업의 한계를 알고 있기 때문입니다. 지인을 상대로 영업한 경우에는 계약해 주는 친구가 상대의 체면을 살려 주려는 마음이 앞서다 보니, **막상 구성은 허술하게 받게 될 가능성이 큼니다.** "나도 하나 들어주라"는 부탁에 못 이겨 결정하는 경우가 대부분이고, 큰 금액은 부담스러워서 작은 금액만 들어주기도 합니다. 그래서 **지인 영업에서는 나중에 문제가 생기기 쉽습니다.**

"정 마음에 부담이 되시면, 부담이 적은 작은 것 하나만 지인분께 맡겨 주십시오. 그리고 조금 냉정하게 말씀드리면, 오히려 그분의 사회생활을 더 어렵게 만들고 계실 수도 있습니다. ○○님께서 해 주신 계약이 그분께 잠깐은 도움이 되겠지만, 그것은 **순간적인 도움일 뿐입니다. 1년 이상 지인 영업만으로 버티는 것은 어렵다**는 게 이 업계의 특징입니다. ○○님은 프로이십니다. 저를 믿으신다면 제 고객이 되어 주시고, 아니라고 판단하시면 그분께 좋은 선물을 해 주시기 바랍니다."

8-3. "저는 현재 쓰고 있는 것도 만족하고 있습니다, 바꿀 생각 없습니다"

(완강한 경우) "고객님, **안 바꾸셔도 됩니다.** 그러면 제가 다른 걸 봐 드릴게요~"

"네, 고객님, 당연하죠. **우리 고객님께서서는 당연히 좋은 걸로 선택하셨을 겁니다.** 제가 봐도 좋습니다. 제가 안내드리는 건 그것과는 별개로, ○○, ○○, ○○처럼 **고객님께 이득이 되는 부분**을 말씀드리는 겁니다. 그렇지 않습니까?"

"고객님, **바꿀 생각이 없으신 게 당연합니다!** 지금 제가 새로 계약을 하시라고 연락드린 게 절대 아니에요. 다만 바꿀 생각이 없으시더라도, 매달 고정적으로 꼬박 꼬박 비용이 나가고 있는 지금 서비스에 정확히 어떤 내용이 들어 있는지는 본인이 알고 계셔야 하지 않을까요? 그래야 필요할 때 어디에 어떻게 요청해야 제대로 받을 수 있는지 아실 수 있으니까요. **지금 상태를 알고 계시는 건 필수입니다.** 일단 분석된 사실부터 보시고 나서 이야기하시죠. **점검만 해 드리겠습니다.**"

"현재 거래하고 계신 곳이 있으리라는 건 짐작하고 있었습니다. 그래서 **제가 소개 드리는 제품과 비교해 보시라는 겁니다.** 예산이 한정되어 있으니 이 제품을 한번 검토해 보시라는 것이고요. 이 제품을 사용하시면 **운영 비용을 10~15% 절감**하실 수 있습니다." (실제 근거가 있는 수치일 때만 사용하세요.)

지금 쓰는 것도 청소가 필요한 자산이다

"네, 맞습니다. ○○님이 지금 쓰시는 것은 당시 기준으로는 정말 잘 선택하신 게 맞습니다. 다만 **시간이 지나 환경이 바뀌면 정리와 업데이트가 필요한 자산**입니다. 집도 주기적으로 청소하듯이요. 처음에는 '이 정도면 충분한데 굳이 더 필요할까?' 하는 생각이 드는 게 너무나 정상입니다. 하지만 문제는 **정말 필요해졌을 때는 이미 늦을 수 있다**는 것입니다. 그래서 필요 없어 보일 때 미리 점검해 두셔야 앞으로의 계획에 걸림돌이 되지 않습니다."

"지금 거래하시는 곳을 **전부 저희 쪽으로 바꾸시라는 말씀이 아닙니다.** 요즘 소비자들이 얼마나 판단력이 뛰어난지는 잘 알고 계시죠? 그러니 다른 대안과 가능성을 알아보고 비교하는 일이 중요하다는 데 동의하실 겁니다. 저는 바로 그 점을 이야기하려는 겁니다. 저를 만나신 후에도 지금 거래처를 바꾸지 않으실 수 있습니다. 다만 결정을 내리는 데 **필요한 정보는 훨씬 더 많이 얻으시게 될 겁니다.**"

8-4. "신용이 없다, 처음과 영 다르다"

"아, 사모님. 이전에 그런 안 좋은 경험이 있으셨다면, 제가 업계에 있는 사람으로서 **대신 사과의 말씀부터 드립니다.** 정말 죄송합니다. 예전에는 영업에 대한 태도나 서비스 마인드가 제대로 갖춰지지 않은 경우가 많았습니다. **일단 계약만 바라보고 사후 관리는 소홀히 하는 일**이 정말 흔했죠.

하지만 사모님, 한번 생각해 보십시오. 제가 계약만 시켜 놓고 관리를 제대로 해드리지 않는다면, 그건 사모님께도 손해지만 **저에게도 똑같이 큰 손해입니다.** 제가 지금 사모님께 하나를 제안드리고 있지만, 사모님께서 저를 마음에 들어하시면 나중에 남편분 것도 저한테 맡겨 주실 것이고, 더 나아가 동생분이나 자녀분들, 주변 친구분들 것까지 당연히 맡겨 주시지 않겠습니까? **좋은 게 있으면 주변에 소문내고 추천하는 건 당연한 일**이니까요. 반대로 제가 해 드린 서비스가 마음에 들지 않으신다면 **절대 소개를 시켜 주지 않으실 겁니다.**

같은 맥락에서, 제가 사후 관리에 미숙하다면 사모님께서 과연 저를 누구에게 소개해 주고 싶으시겠습니까? 그렇기 때문에 저는 계약하실 때뿐 아니라 그 이후에도 **프로답게 사후 관리를 해 드릴 것입니다.** 맞춤 제안과 관리는 기본이고, 그 이후에 궁금한 점이 생기시거나 지인분들 것까지 저를 믿고 맡겨 주신다면 그 부분까지 훨씬 더 열심히 챙겨 드리겠습니다. **처음과 끝이 한결같은 모습**을 보이는 것이 저에게도 사모님께도 가장 좋은 방향이기 때문에, 저는 예전의 그 미숙했던 담당자들처럼 절대 행동하지 않습니다."

"속은 적이 있다"

"그런 일이 있으셨습니까? 있어서는 안 되는 일입니다. 제 사과로 사장님의 마음이 다 풀리지는 않겠지만, **제가 대신 사과드리겠습니다.** 혹시 회사에 속으셨습니

까, 아니면 담당자에게 속으셨습니까? 어떤 일이 있으셨는지 여쭙봐도 되겠습니까?"

8-5. "왜 이렇게 땡기세요~!" — 실적 때문이냐는 의심

그렇게 느껴지셨다면 죄송합니다. 저는 실적 때문이라면 절대 안 땡깁니다. 땡길 필요가 없습니다. **고객님, 저를 위해서 하시는 거라면 절대 하지 마세요. 고객님을 위해서 제가 강력하게 말씀드리는 것뿐**이지, 절대 다른 의도가 없습니다. 이건 순전히 고객님께 정말로 꼭 필요한 상품이기 때문입니다. 그렇지 않겠습니까?

9장. 자산 규모별 반론

자산이 많은 고객과 적은 고객은 **반론의 결이 완전히 다릅니다**. 자산가는 "이미 충분하다"는 반론을, 일반 고객은 "은행이 낮다"는 반론을 던집니다. 이 장에서는 **자산 규모에 따라 화법의 방향을 어떻게 바꿔야 하는지** 살펴봅니다.

9-1. "재산이 많다, 자산이 충분하다, 이미 여유가 있다"

"재산이 많으시다니 정말 좋으시겠습니다. 축하드립니다. 정말 좋은 일이지만, 저는 **가진 것이 많을수록 지켜야 할 것도 많다**고 생각합니다. **오히려 자산이 많기 때문에 준비가 더 필요합니다**. 그 자산을 지키면서 앞으로도 키워 가야 하니까요."

"재산이 많으시니 한 달에 10만 원, 20만 원 나가는 것쯤은 아무렇지 않으시겠지요. 하지만 진짜 재벌 수준이 아닌 이상, **한 번에 몇천만 원에서 몇억 원이 빠져나**

가는 일이 아무렇지 않을 리는 없습니다. 그래서 **지킬 것이 많은 분일수록 준비가 더 필요하다**고 생각합니다."

자산가에게 더 큰 그림을 보여 주기

"사장님께서서는 지금까지 모든 것을 바쳐 지금의 부와 지위를 이루셨습니다. 아무도 도와주지 않았지만 이 모든 것을 스스로 일구셨습니다. 그런데 그 자산을 다음 단계로 어떻게 이어 갈지는 또 다른 문제입니다. 적절한 계획이 없다면 애써 모은 재산의 상당 부분이 **예상치 못한 곳에서 새어 나갈 수도 있습니다**. 세무·법률 전문가와 함께 그 부분까지 점검해 보시겠습니까?"

"나는 이미 재산을 많이 모아 놓았습니다. 따로 준비할 필요가 없습니다"

"그러면 회장님, 한 가지만 여쭙고 돌아가겠습니다. 외람된 질문이지만, 자산이 많은 분일수록 오히려 **체계적인 준비를 더 꼼꼼히 하신다**는 것을 아십니까? **재산이 많을수록 지킬 것도 많아서**, 웬만한 자산가들도 전문가와 함께 정기적으로 점검하십니다. 회장님은 어떻게 하시겠습니까? 회장님도 그렇게 하셔야 하지 않겠습니까?"

9-2. "이미 기본적으로 제공되는 것이 있다 / 지금 것으로 충분하다"

"지금 제공되는 것을 믿고 계신데, **그것이 기대만큼 제구실을 못 한다면 어떻게 하시겠습니까?**"

"기본으로 제공되는 것은 말 그대로 **최소한의 기준**입니다. 그것만으로 충분하다면 저도 좋겠습니다. 하지만 원하시는 수준까지 채우려면 추가로 준비하셔야 할

부분이 반드시 있습니다. 주위 분들을 한번 만나 보십시오. **기본 제공되는 것만으로 충분하다고 하시는 분이 얼마나 되겠습니까?** 부족한 부분은 미리 채워 두셔야 하지 않겠습니까?"

9-3. "이미 저축을 많이 하고 있다, 지금 방식이 낫다, 이건 불편하다" ★

"맞습니다~ 준비를 탄탄히 잘해 두셨네요~ (공감) 그런데 물가는 계속 오릅니다. 몇십 년 전과 지금의 생필품 가격을 비교해보면 몇 배씩 오른 경우가 많죠. 돈을 모으는 것만큼 **그 돈의 가치를 지키고 키우는 방법**도 필요합니다. **모으기만 하는 돈은 시간이 지나면 가치가 줄어들 수 있으니까요.**"

"아, 고객님께서서는 돈을 모으는 측면에서 말씀하시는 걸까요? 차곡차곡 돈을 모으는 측면에서는 그럴 수 있습니다. 하지만 **쉽게 꺼내 쓸 수 있는 구조로는 목표한 목돈을 모으는 데 한계가 있습니다.** 마치 내비게이션 없이 부산에서 서울로 가는 격이죠. 목적이 분명한 준비는 중간에 쉽게 손대지 못하도록 **구조를 만들어 두는 것**이 중요하고, 그 덕분에 목적지까지 잘 갈 수 있습니다."

저축은 모으는 것, 이 제안은 지키고 키우는 것

"맞습니다, 고객님. 저축을 많이 해 두신 건 정말 잘하신 겁니다. 하지만 저축은 어디까지나 돈을 '모으는 것'이고, 이 제안은 그 자산이 예상치 못한 상황에서도 목표를 향해 갈 수 있도록 **'지켜 주고 키워 주는 것'**입니다. 예를 들어 1억 원을 모아 두셨더라도 큰 지출이 한꺼번에 생기면 **순식간에 그 돈이 빠져나갈 수 있습니다.** 저축을 많이 하시는 분들일수록 그런 상황에 대비한 장치를 함께 갖추십시오."

9-4. "아직 규모가 작아서 / 아직 혼자라서 필요 없다"

"○○님, **작을 때 시작할수록 유리합니다**. 규모가 커진 뒤에 시작하면 시행착오 비용도 커지지만, 지금은 **작게 시작해서 크게 배울 수 있는 때**이기 때문입니다. 나중에 커졌을 때 나를 도와줄 **가장 든든한 기반은 지금 시작하는 ○○님 자신의 습관**입니다. 저는 이 제안을 아무에게나 권하지 않습니다. 꼭 필요한 분, 실행력이 있는 분, 지금 시작할 의지가 있는 분에게만 권합니다. 혹시 ○○님도 여기에 해당 되신다면, 지금이 바로 시작하기 좋은 때입니다."

9-5. "저는 자금이 다 묶여 있어요. 갚아야 할 것도 많습니다"

5-3의 "빛이 많다"가 **빛 상황과 준비를 동시에 해야 한다**는 이야기라면, 이건 **자산은 많지만 현금화가 어려운 자산**가를 향한 유동성 이야기입니다.

"자금이 다 들어가 있으시다니 정말 대단하시고, 남들보다 앞서가고 계시네요! 그런데 고객님의 모든 소득을 상황에 쏟아부으시면, 정작 살다가 급하게 큰돈이 필요하거나 예기치 못한 일이 생겼을 때 **당장 쓸 수 있는 현금이 없습니다**. 집이든 사업 자산이든, 팔고 싶다고 **오늘 당장 현금으로 바꿀 수 있는 게 아니잖아요**. 갚는 것도 좋지만, **현금으로 바꾸기 쉬운 자산을 분산해서 갖고 계셔야 안전합니다**."

10장. 상품 자체에 대한 반론

"중간에 그만두면 손해다", "이미 많이 갖고 있다", "찝찝하다" 같은 말은 상품 그 자체, 혹은 그 종류의 제안 자체에 대한 거부감입니다. 이런 반론은 논리보다 **통념과 미신에 가까운 경우**가 많습니다. 그래서 정면으로 반박하기보다는 **비유와 통계를 들어 부드럽게 관점을 바꿔 드리는 편**이 효과적입니다.

10-1. "중간에 그만두면 손해가 너무 많아 싫다" ★

"고객님, 중간에 그만두실 계획이세요? 안 하실 거라면 굳이 걱정하실 필요가 없기는 한데요... 당연히 그만두려고 시작하시는 건 아닐 테고, **중도 포기가 목적이 아니라 끝까지 가서 결과를 얻는 것이 목적**이잖아요. 그러니 끝까지 하실 분께는 중도 이탈 시의 손해는 사실 생각하실 필요도 없습니다."

10-2. "기간이 너무 길어 지루하다, 끝까지 할 수 있을까 걱정이다"

길게 느껴지실 수 있어요. 그래도 결제는 자동으로 진행되니까 **크게 신경 쓰이지 않으실 거예요**. 처음에는 부담스러워도 한두 달 지나면 생활 속에 자리를 잡습니다. **시간은 생각보다 빨리 지나갑니다**. 10년 전 일도 엇그제 같잖아요.

전기세·통신비 비유

○○님, 전기세, 휴대폰 요금, 주차비, 공과금도 처음에는 내기 부담스럽지만 한두 달 지나면 익숙해지잖아요. 이 제안도 마찬가지입니다. **삶에 꼭 필요한 비용들은 꾸준히 내야 하는 돈**입니다. 도중에 사정이 생기면 조정할 방법도 있으니 미리 걱정하지 않으셔도 됩니다. 더구나 고객님처럼 책임감 있고 열심히 사시는 분들은 지금 수입의 일부를 충분히 감당하실 수 있습니다.

10-3. "결과가 늦게 나오는 것 같다 / 효과가 더디다"

"고객님, 기대하셨던 만큼 빨리 나타나지 않아서 답답하셨군요. 충분히 그러실 수 있습니다. 다만 **결과가 나타나는 속도는 상황과 실행 정도에 따라 다릅니다**. 지금

까지의 진행 상황을 함께 점검해 보고, 속도를 높일 수 있는 부분이 있는지 찾아보겠습니다. 어떤 부분이 가장 아쉬우셨는지 말씀해 주시겠어요?"

10-4. "이미 비슷한 걸 갖고 있어요 / 지금은 필요 없어요 / 이미 대비하고 있어요" ★

이 세 가지 반론은 표현만 다를 뿐 본질은 같습니다. "이미 있다"는 인식을 점점으로 자연스럽게 유도하는 것이 핵심입니다.

왜 그렇게 생각하시는지 여쭙봐도 될까요? 우리 고객님은 몇 개 가지고 계세요?

○○고객님, 요즘 많은 분들이 담당자가 권유할까 봐 "이미 많아요~", "이미 있어요~ 필요 없어요~" 하시면서 이야기도 못 꺼내게 하시는 경우가 많아요. 그런데 열어 보면 오래돼서 지금 상황에는 쓰기 어렵거나, 예전 기준으로 맞춰져 있어서 부족한 경우가 많습니다. 그래서 이미 있으시더라도 **수시로 점검하고 부족한 부분을 보완**하려고 저를 찾으시는 분들이 많습니다. 새로 하시라는 게 아니고 정말 점검입니다. **둘다리도 두드려 본다는 마음으로** 점검 한 번 받아 보시는 게 어떠세요?

고객님, **많이 갖고 있다고 해서 잘 갖춰진 게 아닙니다. 개수가 많은 게 능사가 아닙니다. 제대로 된 알짜 하나를 갖고 있는 게 제일 좋습니다.**

위기 대비 프레이밍

"맞아요, ○○님. 지금은 상황이 좋으니까 '필요 없다'고 느끼실 수 있어요. 누구나 잘될 때는 그런 생각이 들거든요. 그런데 위기는 미리 신호를 주지 않는 경우가 많고, 잘될 때는 아무 이상이 없어도 예상치 못한 순간에 찾아올 수 있습니다. 그때 준비가 없다면 부담이 한꺼번에 몰리게 되죠. **그래서 준비는 미리 해 두는 안전장**

치입니다. 지금 준비하면 **여유 있을 때라 부담도 적고 구성도 탄탄합니다.** 지금은 필요 없다고 느껴져도, 정작 위급한 순간에 **준비가 있느냐 없느냐는 큰 차이**입니다."

10-5. "이런 건 찝찝하다 / 웬지 재수 없는 느낌이다"

찝찝하시다고요? 사장님, 주변 잘 되는 분들께 한번 여쭙보세요. 미리 준비해 두지 않은 분이 얼마나 되는지요. 세상에 다 준비 없이 잘되는 사람만 있는 건 아니잖아요.

진짜 안 좋은 상황이 닥쳤을 때 그 피해를 최소화하기 위해 갖춰 두는 것이라고 생각하시면, 찝찝할 게 전혀 없습니다. 준비하는 것과 그 일이 생기는 것은 별개입니다.

10-6. "나중에 알아서 해결될 거예요 / 자녀들이 알아서 해 줄 거예요" ★

"맞습니다, 고객님. 훌륭한 자녀분들이 분명히 도와주실 거예요. 그런데 부모 마음이라는 게 자식들에게까지 부담을 주고 싶진 않으시잖아요. 그래서 많은 분들이 미리 준비해 두시는 겁니다. 이제는 자녀에게만 기대는 시대가 아닙니다. 지금은 여유가 있으시니 부담 없이 준비하실 수 있어요. 훗날 '그때 준비하길 정말 잘했다'고 하실 겁니다."

그러면 고객님, 자녀분들께도 한번 여쭙보세요. 자녀분들이 그 부담을 기꺼이 지겠다고 하시는지요. 저는 오히려 고객님께서 미리 준비해 두시는 것이 **자녀분들께 드리는 가장 큰 선물**이라고 생각합니다.

10-7. "1회 비용을 대신 내달라 / 선물을 달라"는 요구 ★★

고객님, 저도 정말 드리고 싶은데 회사 규정상 정해진 금액 이상의 금품은 드릴 수 없습니다. 그래서 고객님께서 저를 믿고 진행해 주시니, 가족분들과 좋은 추억 만드시라고 제가 할 수 있는 범위에서 성심껏 감사의 마음을 전하겠습니다.

고객님, 이 서비스는 오래 이어 가는 거잖아요. 담당자를 잘 만나야 나중에 필요한 일이 있을 때도 문의하실 수 있고, 중간중간 급한 일이 생겨도 물어보실 수 있습니다. 비용을 대신 내 드리는 것은 규정상 어렵지만, 대신 **제가 성심성의껏 관리해 드리겠습니다.** 이렇게 진행하는 건 괜찮으시죠?

고객이 비용을 대신 내 달라는 이야기를 꺼낼 때는 당황하거나 서둘러 대답하지 말고 말없이 지긋이 웃어 보세요. 그러면 고객이 "그냥 해 본 소리예요"라고 말할 것입니다.

10-8. "요즘에 저축하기가 어려워요~"

영업담당자: 왜 저축하기가 어려운지 아시나요?

고객: 버는 게 시원치 않아서 못 하는 거 아니가요?

영업담당자: 보통 그렇게들 생각하십니다. 그런데 사실은 그게 아니에요. 먼저 쓰고 남은 것을 저축하려다 보니 못 하는 겁니다. 어떻게 생각하세요? 그게 사실이 아닐까요? 저축부터 먼저 하려고 하면 돈이 없으니 생활비를 줄일 방법을 찾게 되는데, 일단 급한 대로 쓰고 나서 저축하려니 못 하게 되는 것입니다. 돈을 많이 모은 분들은 하나같이 짠돌이, 짠순이잖아요. 그렇지 않나요?

10-9. "이제 와서 뭘 해요, 다 무슨 소용이야~" ★

"맞습니다, 고객님. 마음을 내려놓고 지금을 즐기시는 것도 정말 중요합니다. 그렇지만 지금까지 쌓아 오신 것을 **편안하게 이어 가고 마무리하는 것도** 소중한 일

아니겠습니까? 아주 일부만 미리 정리해 두시면, 앞으로는 걱정 없이 지금을 즐기실 수 있습니다."

그렇게 말씀하시는 분 중에 막상 상황이 닥쳤을 때도 그 말씀을 그대로 하시는 분은 거의 없습니다. 실제로 필요한 순간이 오면 누구나 준비해 둔 것을 찾게 되기 때문입니다.

10-10. "나는 아직 써 본 적이 없어 / 효과를 못 봤어"

고객님, 아직 쓸 일이 없으셨다는 건 행운이십니다. 그리고 한 번도 못 써 보신 건 당연한 게, 아직 필요한 때가 안 된 것뿐이에요. 그런데 문제는 이제부터예요. **필요해지는 때는 미리 알려 주지 않습니다.** 그래서 준비를 해 두는 겁니다. 안 쓰고 지나가는 게 제일 좋죠. 그래도 갖고 있으면 마음이 든든합니다. 그리고 정말 필요한 순간이 오면 **고민 없이 바로 쓰실 수 있습니다.**

11장. 결정 지연·거래 무산 시 마지막 대처

여기까지 왔는데도 고객이 끝내 결정을 못 하고 있거나 이미 거래가 무산된 순간이라면, 포기하지 말고 **마지막 카드**를 꺼내 보세요. 무소유, 감자 심기 같은 비유부터 거래가 끝난 뒤 피드백을 요청해 오히려 반전을 만드는 화법까지, 세일즈의 가장 마지막 순간에 쓰는 대사들입니다.

11-1. "무소유인 사람입니다, 돈은 필요 없어요"

돈이 필요해서 준비하는 게 아니라 **꼭 필요한 곳에 쓸 돈을 미리 마련해 두는 것이** 좋아요. 사장님의 무소유 정신은 정말 훌륭합니다. 그런데 세상은 필요한 곳에 비

용을 요구하지요. 그런데 어떻게 준비가 필요 없을까요?

"훌륭하십니다. 선생님의 여유로움을 저도 배우고 싶습니다. 지금은 아무것도 필요 없다고 말씀하시지만, 결국 가족과 자녀분들이 계시지 않습니까? ○○님께 무슨 일이 생겼을 때 자녀분들이 가만히 계실까요? 어떻게든 도우려고 알아보고 다닐 것이고, 그렇게 되면 시간과 비용도 많이 들겠지요. 그런데 말씀하신 대로 '나는 무소유이기 때문에 아무것도 안 하겠다' 하신다면, **그 무거운 짐은 결국 자녀분들이 지게 됩니다**. 제가 보기에 ○○님께서서는 자녀분들을 누구보다 사랑하시니까, 오늘 이 제안을 선택하셔서 혹시 모를 상황에서도 **자녀분들의 부담**을 덜어주셨으면 좋겠습니다."

11-2. "모든 질문에 답을 척척 잘 하시는군요"

고객님, 그렇게 말씀해 주시니 감사합니다. **칭찬으로 들겠습니다**. 하지만 저도 아직 답을 모르는 질문이 많습니다. 그래서 고객님의 고민에 해답을 드릴 수 있는 **이 ○○상품을 소개해 드리는 일이 저는 참 기쁩니다**. 그것이 고객님께서 원하시는 것이기도 하고요. 그렇지 않습니까?

11-3. 그럼에도 불구하고 고객이 하지 않을 때 대처법

세일즈는 여기서 끝이 아닙니다. 거래를 놓친 순간에도 **다음 고객을 위한 자산**은 챙겨서 나와야 합니다.

고객님, 이런 부탁을 드리기가 좀 쑥스럽습시다만, **저를 도와주신다고 생각하시고** 한 가지만 말씀해 주시면 제 일에 큰 도움이 되겠습니다. 물론 고객님께서 오늘 저와 아무런 거래도 하지 않으셨고, 그건 괜찮습니다. 매번 세일즈에 성공할 수는 없으니까요. 저는 저희 상품이 고객님의 필요에 꼭 맞는다고 생각했기 때문에 꼭 이

용해 보셨으면 했습니다. 그런데 고객님께서 하지 않기로 하셔서 마음이 편치 않습니다. 고객님께서 상품의 혜택을 분명히 이해하실 만큼 제가 충분히 설명해 드리지 못한 것 같아서입니다. **제가 어떤 부분에서 실수를 했는지 알려주신다면**, 다른 고객님을 만날 때 큰 도움이 되겠습니다.

다른 버전 — "한 수 지도해 달라"는 표현

구매 여부를 떠나 제가 고쳐야 할 점이나 개선할 부분이 있으면, 사회생활하는 친동생이라고 생각하시고 **한 수 지도해 주시면** 감사하겠습니다. **결정을 망설이시는 진짜 이유**가 무엇인지요? (고객이 답하면) 고객님, **그건 제 잘못입니다**. 제가 그 부분을 충분히 설명드리지 못했습니다. 몇 분만 시간을 주신다면 명확하게 알려드리겠습니다.

"그쪽 잘못이 절대 아니에요"라는 답이 돌아온다면

이때는 무릎을 탁 치거나 손뼉을 째 치면서 이렇게 말합니다. "세상에, 제가 그런 실수를 하다니요! 고객님께서 지금까지 망설이신 것도 당연합니다! 제가 고객님 입장이었더라도 똑같이 했을 겁니다. 제가 어떻게 그런 실수를 했을까요?"

이렇게 해서 성공하는 경우가 가끔 있습니다. 다만 이때 지켜야 할 원칙이 있습니다. 길게 늘어놓으면 오히려 분위기가 흐트러지므로 아주 간략하게 말해야 하고, 즉시 주문을 얻어내지 못하면 **깔끔하게 물러나야 합니다**.

그래도 반전이 안 되면 — 정중하게 마무리하고 물러나기

"○○님, 실례지만 떠나기 전에 제가 오늘 제 역할을 다하지 못한 점에 대해 사과 드려도 되겠습니까? 제가 서툴지 않았다면 상품의 가치를 충분히 납득시켜 드릴 수 있었을 텐데, 그러지 못해서 ○○님께서 우리 상품의 혜택을 누리실 수 없게 되었습니다. 진심으로 죄송합니다. 같은 실수를 다시는 하지 않겠습니다. 제가 어떤 잘못을 했는지 말씀해 주시겠습니까?"

11-4. "저는 효과가 이보다 더 빨리 나타나길 기대했어요"

감자 심기에 비유해서 설명해 보세요. 감자를 수확하기까지 수개월 동안 햇빛과 비와 사람의 손길이 필요하듯, **몸을 키우는 데에도 많은 시간이 들기 마련**이라고 말씀드리는 겁니다.

여기까지가 20년간 현장에서 실제로 써 온 반론처리 화법의 전부입니다. 정답은 하나가 아닙니다. 같은 반론이라도 그날의 고객, 그날의 분위기에 따라 어떤 카드를 꺼낼지는 여러분의 몫입니다. 다만 한 가지는 분명합니다. **거절은 대화의 끝이 아니라 시작**이라는 것입니다. 이 책에 실린 화법들을 자신의 것으로 만드셔서, 앞으로의 상담에서 더 이상 반론 앞에 흔들리지 않으시길 바랍니다.

반론 처리 한눈에 정리

반론은 거절이 아니라 아직 결정하지 못한 이유를 알려 주는 신호입니다. 11개 장에서 본 내용을 반론별로 다시 정리했으니, 상담 중에 막힐 때 이 표로 돌아오세요.

고객의 반론	먼저 할 일	자세한 대응
"생각해볼게요" (핵심)	그 자리에서 "어떤 부분이 마음에 걸리시는지" 진짜 이유를 묻습니다	4-1
"비싸요"	"가격 이외에는 어떤 문제가 있나요?"로 다른 고민이 있는지 먼저 확인합니다	4-5
"돈이 없어요"	"정말 돈이 없으신 건가요, 아니면 제가 마음에 안 드시는 걸까요?"로 진짜 이유가 돈인지 확인합니다	5-1
"나중에 할게요"	지금 안 해도 괜찮다고 인정하되, 미루다 낭패를 본 실제 사례로 미룰 수 없는 이유를 알려 줍니다	5-4
"필요 없어요"	"필요하지 않은 건 살 필요가 없다"고 인정한 뒤, 고객이 스스로 "네"라고 답하게 만드는 질문을 이어 갑니다	6-3
"비교해 볼게요"	막지 않고 "모든 상품을 객관적으로 비교해 드리겠다"고 제안하며, 소문에는 검증을 권합니다	7-1
"아내(남편)에게 물어봐야 해요"	백화점 옷 비유로 "마음에 들면 먼저 사 와서 말하게 된다"는 점을 짚어 진짜 망설임을 확인합니다	8-1
"재산이 많아요"	"재산이 많은 것과 상품이 있는 것은 별개"라고 짚습니다	9-1
"중간에 그만두면 손해예요"	"중도 포기가 목적이 아니라 결과가 목적"임을 짚어 줍니다	10-1

꼭 지킬 원칙 다섯 가지

1. 거부반응은 관심의 신호로 받아들입니다.

2. 고객이 할 만한 질문을 미리 정리해 두고, 먼저 던져 선수를 칩니다.
 3. 겉으로 나온 말을 곧이곧대로 받지 말고 진짜 이유를 묻습니다.
 4. **"OO 이외엔?" 공식** — 가격이든 시간이든 돈이든, 겉으로 말한 이유 뒤에 다른 진짜 이유가 없는지 먼저 확인합니다.
 5. 반론이 풀리면 침묵하지 말고 바로 축하와 인정의 말을 건넵니다.
-

부록. 더 깊이 있는 1:1 컨설팅이 필요하시다면

이 책에 담긴 화법들은 제가 20년간 현장에서 1,000회 이상의 상담과 강의를 통해 검증한 것들의 일부입니다. 하지만 실전에서는 교과서적인 화법만으로는 풀리지 않는, 나만의 상황과 나만의 고객이 항상 존재합니다. 내 상품과 내 고객에 맞게 화법을 어떻게 바꿔야 할지 막막하신 분, 이 책의 화법을 실제로 써 보았는데 원하는 만큼 성과가 나지 않는 분, 처음부터 끝까지 나만의 세일즈 시스템을 함께 설계받고 싶으신 분이 계실 것입니다.

이런 분들을 위해 1:1 컨설팅 프로그램을 별도로 운영하고 있습니다. 아래 링크에서 프로그램 소개와 신청 방법을 확인하실 수 있습니다.

👉 1:1 컨설팅 프로그램 자세히 보기: <https://webinar1-mocha.vercel.app/>

여러분의 다음 계약이 이 책과 함께 시작되기를 바랍니다.

아우라세일즈 평생교육원 대표 이지나 드림

마치며 ① 후기 혜택, 다시 한 번 안내드립니다

끝까지 읽어 주셔서 감사합니다. 후기를 남겨 주시면 다음 선물을 드립니다. (보너스 전자책 · 상담 문자·카톡 템플릿 12선 · 1·2차 미팅 한 장 요약 + 체크리스트 · 업데이트 평생 열람권, 한정: 화법 침삭 1회 · 매월 선착순 5명)

1. [아우라세일즈 사이트](#)에서 로그인합니다.
2. 구매하신 상품 페이지에 **이 책을 어디서 알게 되었는지 · 도움이 된 점 · 실제로 써 본 결과와 목표**를 담아 후기를 남깁니다.
3. 후기를 등록하면 나타나는 화면에서 선물을 바로 내려받습니다.

마치며 ② 지은이 · 문의

항목	내용
지은이	이지나
펴낸곳	아우라세일즈
홈페이지 (스토어)	https://salesscript-mauve.vercel.app/store.html
문의	아우라세일즈 카카오톡 채널
1:1 컨설팅	https://webinar1-mocha.vercel.app/

마치며 ③ 저작권 안내

이 자료는 대한민국 저작권법의 보호를 받습니다. 작성된 모든 내용의 권리는 지은이에게 있으며, 지은이의 동의 없는 사용은 금지됩니다.

- 이 자료의 일부 또는 전체를 무단으로 복제·배포하거나 2차적 저작물로 재편집하는 경우, 저작권법 제136조에 따라 5년 이하의 징역 또는 5천만 원 이하의 벌금에 처해질 수 있으며, 민법 제750조(불법행위)에 따른 손해배상 책임도 지게 됩니다.
- 구매하신 분 본인이 학습·업무에 활용하는 것은 자유롭게 하실 수 있으나, 제3자에게 전달하거나 온라인에 올리는 것은 허용되지 않습니다.
- 이 자료는 영리 목적의 강의, 교육, 재판매에 사용할 수 없습니다. 활용이 필요하시면 위 카카오톡 채널로 먼저 문의해 주세요.
- **AI 활용 안내** 이 책의 내용을 정리하고 다듬는 과정에서 AI(생성형 인공지능)가 부분적으로 활용되었습니다. (「AI 기본법」에 따른 고지)