

PERGUNTAS

(SPIN SELLING)

1.

As perguntas são ferramentas para você entender como é a empresa que você está atendendo, quais são as dores dela e quais são as soluções que você pode oferecer. Não se esqueça de comunicar que a reunião será gravada.

2.

Uma dica de leitura: "Alcançando excelência em vendas - SPIN selling", escrito por Neil Rackham. O SPIN é um acrônimo para: Situation, Problems, Implication, Need-Payoff (situações, problemas, implicação, necessidade).

3.

As **perguntas de situação** são as essenciais, mas precisam ser usadas com cuidado. Exemplos: qual é o seu papel na empresa hoje? Você já anuncia online? Tem resultado? Quanto você investe? Como você atrai leads?

4.

Nunca faça perguntas de situação desnecessárias. Em seguida, faça as **perguntas de problema**: você está satisfeito com os seus resultados? Instigue a insatisfação do cliente para entender onde o calo aperta.

5.

Ouçá atentamente as respostas e apresente as **perguntas de implicação** para mostrar ao cliente o efeito negativo dos problemas e das insatisfações dele. Cite o problema e pergunte: que efeito ele causa no seu dia a dia de trabalho?

6.

As **perguntas de necessidade** mostram as maneiras positivas de resolver os problemas: é importante resolver esse problema? Isso poderia te ajudar de alguma maneira? Que benefícios você vê nessa solução?

7.

Nessas perguntas tire o foco do problema, leve para a solução e deixe o cliente dizer o que vai funcionar melhor para o negócio dele. Não tire o cliente do papel de expert.

8.

Baixe o bloco de notas desta aula na aba "materiais" dentro do portal de conteúdo. Neste documento você vai encontrar todas as perguntas usadas neste método.