

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.

Ouça 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.