



O QUE É SPIN SELLING?

O foco da metodologia SPIN Selling é fazer perguntas ao cliente que o ajudem em sua decisão de compra.

Vendedor sem método é o mesmo que um pássaro sem asas!

PAULO ARAÚJO

SPIN SELLING

A maioria dos processos de vendas envolve **perguntas**.

O principal desafio dos vendedores é justamente este: descobrir como fazer as perguntas certas aos seus clientes.

É aí que entra o **SPIN Selling**.

Por esta metodologia, é possível conduzir sua abordagem de vendas por meio de uma série de perguntas que ajudam a identificar a real necessidade do cliente, e, claro, **fechar negócios**.



O QUE É O SPIN SELLING?

SPIN Selling é uma metodologia de vendas desenvolvida nos anos 1980 pelo psicólogo, consultor empresarial e escritor **Neil Rackham**.

Após vários anos de pesquisas, Rackham conseguiu entender como se dava o sucesso de negociação por parte de grandes empresas, principalmente em relação a **vendas complexas**.

Para entendermos o que é a metodologia **SPIN Selling**, vamos ver o significado das siglas que a formam.



O QUE É O SPIN SELLING?

- S: Situation (situação)
- P: Problem (problema)
- I: Implication (implicação)
- N: Need (necessidade de solução)

O foco da **metodologia** é fazer perguntas ao cliente com base nesses quatro grupos de investigação.

Assim fica mais fácil desenvolver uma conversa onde o cliente percebe “sozinho” que precisa adquirir o produto ou serviço da empresa.



COMO USAR O SPIN SELLING NA PRÁTICA?

Já vimos que o SPIN Selling é baseado em perguntas que devem ser feitas durante o processo de abordagem e negociação.

Vamos ver como cada dessas etapas funciona na prática?

Situation (Situação)

O primeiro grupo de perguntas que você faz tem por objetivo entender em qual **situação a pessoa ou empresa se encontra naquele momento**.

É preciso deixar claro a importância de fazer uma pesquisa prévia sobre a empresa.

Lembre-se que a pesquisa inicial ajuda em muito a ganhar tempo e amadurecer sua abordagem.

COMO USAR O SPIN SELLING NA PRÁTICA?

Durante a conversa, faça perguntas e crie um clima de **empatia** para conseguir coletar dados importantes para as próximas etapas.

Na pesquisa sobre o seu alvo, descubra quem é ou são os responsáveis pela compra, faça um telefonema ou email e, se for caso, tente agendar uma reunião para fazer as primeiras perguntas sobre a situação atual.

É o começo do namoro!

Busque **pré-qualificar** bem o seu cliente.



COMO USAR O SPIN SELLING NA PRÁTICA?

Problem (problema)

Lá nas perguntas de situação, você já consegue entender o cenário do cliente.

Ele já vai apontar alguns problemas.

Agora é o momento de você focar na **dor e se envolver na solução**.

É preciso ouvir o cliente, sem interrupções, encorajando-o a descrever o que incomoda ou deseja. Aliás, mesmo que ele nem saiba que tem um problema específico, o simples processo de fala ajuda muito nesse processo de identificação.

E dentre todos os problemas descritos você focará no mais impactante, para, então, fazer as suas perguntas, como:

- **Por que esse problema surgiu?**
- **O que a empresa perde com isso?**

COMO USAR O SPIN SELLING NA PRÁTICA?

Implication (implicação)

No terceiro grupo de perguntas do **SPIN Selling** é hora de ajudar o cliente a identificar quais são os impactos negativos que os problemas causam ao seu negócio.

Aqui é fundamental que ele entenda a seriedade do problema para que ele comece a considerar adquirir uma solução.

Uma dica: cite casos semelhantes pelos quais seus clientes já passaram e quais **impactos trouxeram**.

Tente trazer **métricas**, como por exemplo:

- A rotatividade da sua empresa é 30% maior do que a média do mercado.
- Sua empresa perde em torno de \$XX.000,00 por ano com isso!

Dados e fatos sempre ajudam!

COMO USAR O SPIN SELLING NA PRÁTICA?

Need (necessidade de solução)

Depois das dores e problemas identificados o último grupo de perguntas do **SPIN Selling** precisa trazer emoções positivas ao cliente.

Afinal, agora é hora da solução!

É importante que ele entenda o quanto precisa dessa solução e que isso realmente resolve suas demandas.

Faça sentir e visualizar esse cenário positivo!

As perguntas precisam ser direcionadas para que ele imagine a diferença que faz ter esse problema ou necessidade resolvidos.



COMO USAR O SPIN SELLING NA PRÁTICA?

Por meio das perguntas e **diálogo** você conduz o cliente a chegar à conclusão de que não dá mais para **conviver com esse problema ou necessidade** – e, claro, ajudá-lo a resolver isso de uma vez por todas.

Em seguida, você estará na fase de negociação e apresentando a **proposta de valor junto com os preços**.

Dica de leitura - [Venda Valor!](#)

Lá tem um e-book bem legal sobre o assunto.



CONCLUSÃO

A metodologia SPIN Selling é um ótimo exemplo de como o processo de vendas precisa passar pelas etapas de rapport, relacionamento e empatia com qualquer cliente.

Pessoas compram de pessoas!

Todo processo de vendas necessita da construção de um relacionamento empático.
Demonstre interesse genuíno em ajudar.

Prefere assistir esse conteúdo em vídeo?
Clique na imagem abaixo.



E AÍ?
GOSTOU DESSE CONTEÚDO?

Conheça nosso
Software de CRM

AGENDE UMA CALL DE
APRESENTAÇÃO



Sistema de gestão da
carteira de clientes.



clientarcrm.com.br

CONHEÇA O AUTOR

Paulo Araújo

Fundador da Clientar CRM
Palestrante e Consultor de Vendas



Autor dos livros

