

SPIN Selling

Assim como em qualquer modelo padrão, não acredite que simplesmente aplicar o SPIN vai resolver sua vida. No entanto, você precisa entender o conceito dessa metodologia porque ela realmente funciona e é muito útil:



Primeiro, você precisa compreender a **situação** do seu cliente. Você faz isso por meio de perguntas abertas. Você só terá esse chance, sendo um lead novo, caso você o aborde sem tentar fazer uma venda - faça perguntas que busquem estabelecer uma relação duradoura com essa pessoa, criar um laço. Não faça uma venda inicialmente.

Segundo, você precisa tentar identificar potenciais **problemas** na situação do seu cliente. Ao identificá-los, você precisa alertar sobre esses potenciais problemas ao seu potencial cliente.

Terceiro, a partir do momento em que você levantou esses problemas, você deve fazer o lead refletir sobre os **impactos** e reflexos desses problemas. Essa etapa é chamada de **implicação**. Os impactos dos problemas identificados podem ter consequências negativas no negócio dele.

Por fim, ao conduzir o seu lead por estas etapas você gerou a necessidade de uma **solução**. Neste momento é que você traz uma potencial solução para a necessidade que ele passou a ter, pois vocês descobriram um problema juntos.

Essa metodologia pode ser praticada em uma conversa ou na produção de conteúdos dentro das estratégias de **inbound marketing**. [Ver texto "Inbound Marketing"].