

Método SPIN de ventas consultivas

Contexto:

Existe una gran cantidad de técnicas de venta. Todas tienen sus fortalezas y debilidades.

El Método SPIN tiene la ventaja de que construye el discurso de venta en la boca del cliente desde la articulación de sus propias preocupaciones e intereses.

Bien empleado, este método permite al vendedor indagar junto al cliente sus intereses y preocupaciones, y concluir de qué manera una oferta del vendedor puede resolver un dolor importante al cliente en un determinado contexto.

Bien utilizado, el Método SPIN mejora dramáticamente los resultados de los vendedores(as), incluyendo a aquellos que son dueños y/o gerentes de sus propias empresas.

Objetivos:

- Generar en los participantes una apertura para entender el proceso de venta como un proceso de construcción de relaciones.
- Desarrollar en los participantes sensibilidad y foco en los clientes.
- Entregar distinciones básicas para desarrollar un proceso de venta consultiva utilizando la metodología SPIN.
- Entrenar las habilidades de los participantes para detectar necesidades, indagar efectivamente y realizar un asesoramiento comercial efectivo.

Contenidos:

- La venta como un proceso de construcción de relaciones (Venta transaccional v/s venta consultiva)
- El ciclo de venta consultiva
- Proceso decisional de los Clientes: Etapas y desafíos
- Detección de Necesidades latentes y manifiestas
- Método SPIN de Indagación
- Identificar Razones de Compra
- Asesoramiento,
- Resolución de dudas y preocupaciones de clientes

