

Resumo – SPIN[®] Selling

Objectivos

No final do programa cada participante será capaz de:

- Analisar as forças e fraquezas do seu actual estilo de venda
- Descrever a psicologia das necessidades do cliente
- Descrever os comportamentos chave, ou competências utilizados pelos comerciais eficazes nas suas interações com os clientes
- Ter um enquadramento para o planeamento da visita comercial em termos destes comportamentos
- Ter praticado com frequência utilizado as competências para desenvolver as necessidades do cliente de uma forma que reduz significativamente a probabilidade de objecções
- Ter uma estratégia para lidar com clientes difíceis que levantam objecções ou têm baixos níveis de reacção
- Ter medido objectivamente o seu desempenho comparado com o modelo de competências e criado um Plano de Acção para desenvolvimento contínuo das competências após o programa.

População alvo

Qualquer colaboradores envolvido na venda de bens ou serviços, que são vistos como decisões importantes e de elevado valor. Adicionalmente, ao alvo óbvio de comerciais, e gestores de comerciais, este programa pode ser muito benéfico, para engenheiros, especialistas técnicos ou pessoal de apoio comercial que estão envolvidos no processo de venda ou que podem estar expostos a oportunidades de venda no decurso do seu trabalho com clientes.

Conteúdo do programa

- Princípios básicos da Análise Comportamental – como são usados na pesquisa e desenvolvimento de competências.
- Compreender o seu estilo de venda actual – é um ‘pusher’ ou puller’ natural.
- A psicologia das necessidades do cliente – Necessidades Implícitas e Explícitas definidas – o que elas dizem sobre o pensamento do cliente – que necessidades prevêm o sucesso na venda.
- Iniciar a visita – evitar uma abordagem de ‘caixa’ – estabelecer o direito a colocar questões.
- O modelo SPIN[®] para desenvolver necessidades:
 - Perguntas de Situação
 - Perguntas de Problema
 - Perguntas de Implicação
 - Perguntas de Necessidade-Utilidade.
- Demonstrar a sua capacidade – a verdadeira definição de benefício – perigos das Características e Vantagens.
- Objecções – a explosão do mito; elas não indicam interesse ou oportunidade – como preveni-las – como lidar com elas.
- Baixos reactivos – como identificá-los – porque são perigosos – como lidar com eles.
- Fechar – porquê cedo, o fecho frequente é perigoso – uma forma simples de obter compromisso.

Formadores e dimensão do grupo

O programa é entregue por um consultor experiente da Huthwaite, sempre que possível no sector de actividade do cliente. Para assegurar que cada participante recebe atenção individual, a dimensão do grupo de formação é limitado a um máximo de doze pessoas.