

GPT EXPRESS

SPIN Selling

BRUNO PICININI

Capítulos

0:00:01 Introdução da metodologia Spin Selling

0:00:37 Aplicação da metodologia para vendas mais complexas

0:02:08 Explicação dos quatro passos da metodologia SPIN (situação, problema, implicação, necessidade)

0:08:13 Fórmula RVB para Vendas

0:09:24 Exemplo de Uso da Fórmula RVB para Produto Slim X

0:11:08 Aplicação do Método SPIN Selling em Vendas de Alto Valor

Resumo

Nesta aula, o autor fala sobre a metodologia de vendas conhecida como Spin Selling, criada nos Estados Unidos na década de 80 para vendas mais complexas e de alto valor. Ele destaca que essa estratégia pode ser aplicada em qualquer tipo de venda, não apenas naquelas que envolvem produtos “high ticket”. A metodologia se concentra em quatro etapas: situação, problema, implicação e necessidade.

Para aplicar essa estratégia de vendas, o autor explica que é importante entender as necessidades explícitas das pessoas, ou seja, aquilo que elas dizem que é importante para elas, para poder mostrar como o produto ou serviço pode ajudá-las a resolver seus problemas. Ele ressalta que é necessário fazer boas perguntas e ser empático com a pessoa para descobrir suas necessidades explícitas.

O autor utiliza a metodologia SPIN (Situação, Problema, Implicação e Necessidade) e a fórmula RVB (Recurso, Vantagem, Benefício) para exemplificar como utilizar a técnica SPIN Selling. Ele destaca que é importante traduzir as características do produto em benefícios tangíveis para o cliente.

O autor dá exemplos de como utilizar a técnica em um produto de emagrecimento chamado SlimX, enfatizando os benefícios de ingredientes naturais. Ele também destaca que a técnica é aplicável a vendas complexas, como implantes dentários, e pode ser aprimorada com o uso do Prompt, um recurso que ajuda a direcionar as respostas de acordo com as necessidades do cliente.

O objetivo da técnica SPIN Selling é ajudar o cliente, através do entendimento de suas necessidades e expectativas, a encontrar soluções para seus problemas. O autor ressalta que entender todos esses conceitos é fundamental para ter um melhor aproveitamento da conversa com o consumidor e, conseqüentemente, obter melhores resultados em vendas.

TRANSCRIÇÃO

Introdução Da Metodologia Spin Selling

[0:01] Spin Selling, para quem não conhece, esse é um termo, na verdade uma metodologia da década de 80, que foi criada principalmente para a venda de produtos de geralmente um valor mais alto e vendas mais complexas, algo que precisa mais explicação, não é uma venda tão transacional, já vai para a casa dos 5, 10, 20, estou colocando valores em reais, mas enfim, é uma metodologia dos Estados Unidos, mas num geral ela foi desenvolvida para vendas mais complexas, que um simples processo de lidar com objeções não servia.

Aplicação Da Metodologia Para Vendas Mais Complexas

[0:37] Só que a grande vantagem dela é que ao entender o conceito geral, óbvio que ela vai se aplicar mais para uma venda de um, que a gente chama do high ticket, do ticket alto, porque exige mais, mas ela vai se aplicar muito bem quando aquele tipo de conversa que não está fluindo pessoa não está vendendo, inclusive para treinar outras pessoas.

Então, por exemplo, se não é tu que vai estar lá vendendo e tu quer treinar a tua.

[1:03] Secretária, o teu assistente, o couser que a gente chama que faz essa venda, essa é.

[1:08] Disparado uma das melhores metodologias para ensinar, porque ela é bem direta e, entre aspas, simples.

Então, eu vou explicar por cima como é que ela funciona e vou mostrar aqui já no prompt o que eu já desenvolvi para, de novo, com a mesma ideia de todos os outros prompts.

[1:22] Que eu passo, para que eu não tenha que explicar tanto, mas que boa parte do trabalho seja feito pelo próprio ChatGPT e pelo Prompt.

Então, o que que é a ideia aqui? Eu já estou com o Prompt aberto, a gente está ainda no mesmo chat, que a gente veio desenvolvendo outras coisas, perfil do cliente, anúncios, e agora nós vamos continuar a conversa, porque nós estamos fazendo e mostrando para o ChatGPT o que está acontecendo na vida real.

Então, a gente definiu o nosso cliente, a gente estudou sobre o nosso produto, a gente A gente criou as campanhas e vamos supor que a gente criou uma campanha para o WhatsApp e agora a gente está com a pessoa no WhatsApp conversando com ela.

E é isso que eu estou passando para o ChatGPT. Então, excelente, agora que a Maria está falando comigo no WhatsApp, ela não parece, – eu estou explicando para ela a situação – não parece 100% convencida por querer o produto.

Explicação Dos Quatro Passos Da Metodologia SPIN (Situação, Problema, Implicação, Necessidade)

[2:08] E eu acredito fortemente que essa é a melhor solução para os problemas dela e eu quero ajudá-la. Por isso, quero que você me ajude a convencê-la usando a metodologia SpinCelling.

Lembrando que nesse caso, quando eu falo em comprar meu produto, eu já passei aqui no chat para cima o que era o meu produto.

Tu pode passar assim no meio do texto, ou tu pode fazer assim como a pesquisa do perfil do cliente ideal, tu pode criar um modelinho do tipo produto e aí os dados desse produto para o ChatGPT usar.

[2:40] Portanto, me ajude com o brainstorming de possíveis perguntas e conselhos de como eu posso fazer o processo de SPIN listando seis perguntas para cada estágio.

[2:50] Que eu vou agora explicar rapidamente, sugestões de como transformar os problemas em necessidades explícitas, também já vou explicar, não que você precisa necessariamente entender, mas quanto mais você entender dessa metodologia melhor, quero que você seja super empático, faça perguntas específicas, explore as perguntas de diferentes ângulos da vida dela, amigos, família, trabalho, estado, sociedade, esporte, lazer e tantos outros.

Então como é que funciona? Para explicar aqui do SpinCell da maneira mais simples, porque tem um livro só sobre isso, recomendo que você leia porque vai te ensinar em muito, uma das melhores e mais famosas metodologias de vendas que a gente existe.

O SPIN é inglês, mas serve em português também, que fala da situação, problema, implicação e necessidades.

[3:34] E aí vai ficar mais claro porque isso aqui geralmente é usado para tickets mais altos.

Primeiro lugar é situação. Antes de tudo, chegou uma pessoa na nossa frente completamente fria que a gente nunca ouviu falar.

A gente quer saber que situação ela se encontra, o que ela precisa.

Então pergunta sobre situação em relação a ela e ao nosso produto.

Situação. Quantas dietas diferentes você já tentou?

Como você se sente quando olha para si mesmo no espelho? Você se sente à vontade para participar de atividades físicas ou esportes com amigos ou familiares?

É para entender a situação dela e como ela se sente em relação a tudo isso.

Disso, a gente vai descobrir problemas. Porque sim, tem N problemas que aquilo pode causar na vida dela, mas a gente quer saber principalmente quais são os que mais importam para ela.

E aí a gente vai fazer perguntas de problema, onde a gente vai mais a fundo nessas questões.

[4:25] Você se sente isolado ou excluído por causa do seu peso atual?

Talvez eu não perguntaria dessa maneira, tem que cuidar o que o ChatGPT sugere, mas a ideia por trás é muito válida.

Você se sente cansada ou sem energia frequentemente? Então nós estamos indo mais a fundo.

Depois, nós vemos para o N, do Spin, que é Implicação, e aqui que começa a fazer mais diferente, para principalmente tickets mais altos, porque muitas das pessoas que vendem um produto mais transacional básico param aqui no problema.

Só que a gente tem que entender...

Que esse problema, ele tem uma implicação maior, não é só questão de ter sobrepeso, é de não poder correr com os filhos na praia, é de não poder levar o filho para surfar ou jogar bola com o filho.

Cada um vai ter as suas motivações, porque cada vida é diferente, apesar de ter várias similaridades.

Então, é isso que a gente quer descobrir.

E no caso da metodologia SPIM, o que ele comenta é que aqui em problemas, São só necessidades implícitas, ou seja, são necessidades que assim meio que todo mundo sabe, esse é o problema.

Só que como cada pessoa é única, nós queremos descobrir o que tem única para transformar isso, e isso acontece nesse passo aqui da implicação, de necessidades explícitas, que a pessoa diz, de todos esses problemas.

[5:41] Esse aqui especificamente é o que mais me incomoda.

Entende? Então é por isso que aqui no meu prompt eu coloquei nessa questão falando de necessidades explícitas.

Tô te explicando por cima pra tu entender, mas assim, não precisa necessariamente entender, mas quanto mais tu entender, melhor vai ser o teu aproveitamento do que o chat de APT te der como resposta.

Então, aqui são perguntas de implicação, se você continuar a ganhar peso, como isso vai afetar sua saúde a longo prazo, como acha que seu peso atual afeta sua capacidade aproveitar a vida ao máximo, etc, etc, etc, trabalho, vida, família, status.

E por último, isso vai se tornar uma necessidade. Quando ela disser que eu tenho tal problema e nós vamos dizer qual a implicação disso, o nosso objetivo é, entre aspas, fazer doer o suficiente para ela se dar conta.

Eu preciso resolver isso agora, senão vai se tornar um problema gigante que vai me custar muito mais no futuro. Essa que é a ideia principal, por cima, tá?

Tem muito mais que isso, mas estou se resumindo e simplificando para facilitar aqui.

E aí vem perguntas de necessidade, onde a gente vai deixar mais claro, pra já demonstrar e deixar, se a gente resolver, o que isso significa.

Que pra quem estuda mais marketing e outros, a gente chama, é parte da técnica de futuro presumido.

Se imagine podendo x, y, z, se imagine assim, assim, assado, pra pessoa começar a se imaginar o quão melhor a vida pode ser depois de ter os problemas dela resolvido, geralmente através do nosso produto ou serviço.

Então, essa que são aqui o como é que funciona esse processo, e aqui...

[7:11] Algumas maneiras de transformar os problemas em perguntas de implicação e necessidade que vai colaborar nesse processo. Depois dá uma lida com calma, vai ter a referência desse chat aqui, mas é só pra tu entender um pouco a metodologia, mas de novo, recomendaria ler o livro, pelo menos ler um resumo ou sumário do livro que vai te ajudar a entender melhor. Mas contanto que tu entenda esses quatro passos de situação, problema, implicação, necessidade, já te ajuda bastante.

É fazer boas perguntas e ser empático com a pessoa, do que que tá acontecendo na vida dela.

Aí a gente vai pegar isso, nós vamos usar a segunda parte, que é o que ele fala também dentro dessa metodologia, que é demonstração de capacidade, que acontece nessa parte aqui de implicação.

Que depois que nós descobrimos o que a gente chama das necessidades explícitas, que é o que a pessoa diz que é importante pra ela, e não só problemas gerais que, entre aspas, todo mundo tem, a gente vai demonstrar, o nosso objetivo é agora, ah, entendi que tu sofre com tal e tal coisa, e olha como o nosso produto é perfeito para resolver esse problema.

Fórmula RVB Para Vendas

[8:13] Para isso, também tem método, que é o que a gente chama do, ou pelo menos que eu chamo, fórmula RVB, Recurso, Vantagem, Benefício.

Como é que ela funciona? Eu explico aqui, de novo, não vou ficar explicando aqui porque está já escrito certinho aqui, dá uma lida depois no prompt, mas basicamente ele tem uma estrutura de três pontos, onde diz qual é o recurso do produto, qual é a vantagem dele e qual é o benefício para o usuário.

O que o produto tem ou faz, a vantagem é como o produto é utilizado, e o benefício é específico, a necessidade explícita que a pessoa falou.

Eu sofro com isso.

[8:50] E não com todos os outros problemas, mas com esse especificamente.

Que muitas vezes é o que acontece.

Você pode ficar falando de muita coisa, porque vai pra praia, e ela está preocupada em como ela vai ser um exemplo para os filhos.

Só estou dando um exemplo para você entender.

Aqui vou dar alguns exemplos de como isso funciona, pode ver também outro prompt que tem um tamanho considerável.

Vou mostrar como funciona, agora use a fórmula para os itens 1, 3, 5 e 6.

Eu direcionei para dizer, olha, eu gostei dessas perguntas aqui, é o que parece que faz mais sentido para a Maria, entre aspas, ou para as pessoas que eu estou falando.

Exemplo De Uso Da Fórmula RVB Para Produto Slim X

[9:24] E transforme em respostas.

E ele vai fazer isso. No produto eu dei o nome de Slim X, que até foi um produto de encapsulada que vendeu bastante no mercado. O que ele vai fazer?

Entendido, vamos para as demonstrações de capacidade usando a fórmula RVB.

Ele vai pegar exatamente a metodologia que eu falei, vai colocar em cima dessas perguntas e vai me dar boas respostas usando a fórmula que eu passei.

Então como o SlimX é formulado com ingredientes naturais, isso é um recurso, porque na boa, toda vez que tu for falar de qualquer tipo de recurso que um produto tem, não importa.

[9:57] Se ele foi aprovado por X, se ele tem ingrediente natural, o que importa é como isso vai afetar a vida da pessoa.

Então, sempre traduza para ele tem ingredientes naturais, o que significa pra você, ou para que você possa.

Então, eu tô sempre traduzindo em benefícios, que nesse caso já tá embutido pra fazer automaticamente nesse prompt.

Então, ele é formulado com ingredientes naturais, isso significa que mesmo sem imbrundaças drásticas, Você verá uma diminuição gradual no seu peso, essa é a vantagem, e agora vou para o benefício.

Olha a técnica do futuro presumido.

Imagine se olhando no espelho daqui a alguns meses e percebendo que aquelas roupas apertadas agora estão soltinhas, notando os benefícios não só na balança, mas também no seu bem-estar e saúde geral.

Pode ser melhor escrito com melhores exemplos?

[10:46] Pode, mas já está bem bom, já está bastante avançado que a grande maioria não conseguia fazer.

E esse é o objetivo. aqui, vai ter diversas outras ideias, ah, não era exatamente a pergunta que eu tinha ou que alguém me mandou, volta, usa de novo, esse é o outro prompt e fala, agora use essa fórmula para responder a pergunta X, ou a pergunta Y, ou a pergunta do item tal, e assim por diante.

Aplicação Do Método SPIN Selling Em Vendas De Alto Valor

[11:08] Então tu vai num chat fazendo toda essa parte dos objetivos, aí continuando assim por diante.

Então esse é o método do SPIN Selling, é assim que ele funciona, pelo menos de maneira geral, como eu falei, não vou ter tempo aqui para explicar tudo ele totalmente em detalhes, mas com essa base e usando o Prompt, tenho certeza que já vai te adiantar muito do trabalho para tu pelo menos ter uma noção de saber como se comunicar, principalmente em vendas de alto valor.

Por exemplo, o pessoal que há um tempo eu trabalhei com clínicas de implantes dentários, implanto dentistas, aqueles implantes dentários para substituição de raízes e por consequência o dente. Uma venda complexa, uma venda cara, uma venda que envolve muitos medos.

Então a pessoa tem que entender como isso funciona, da situação, problemas, implicações, e o que isso significa para o futuro para transformar em necessidades.

Que é esse processo aqui.

Quanto mais tu usar, mais tu vai ter empatia e entender de verdade a pessoa, e por consequência tu vai conseguir não só persuadir, mas de verdade ajudar ela a mais.

Porque tu entende e sabe o que ela está passando, talvez melhor do que ela mesmo conheça.

Fechado? Então, essa era a aula de hoje, a gente já se vê na próxima aula.