«Кем бы вы ни были, где бы вы ни были, что бы ни делали, вы занимаетесь торговлей. Возможно, вы не осознаете, но это правда»

Джо Джирард.

Методика СПИН

- С вопросы, касающиеся Ситуации
- П вопросы, касающиеся Проблем
- И Извлекающие вопросы
- Н Наводящие вопросы

СПИН фокусируется на нуждах покупателя

СПИН Понимание потребностей

CKPLITAN HEOGXOLINMOCTL

Любое высказывание покупателя о трудностях или неудовлетворенности в нынешней

RBHAR HEOGXOLINMOCTBUN

Четкие, недвусмысленные высказывания покупателя о своих желаниях, потребностях или намерениях

СПИН Пон<mark>имание потребностей</mark>

Наиболее важным навыком торговых работников является умение найти скрытые потребности и превратить их в явную необходимость. Именно это и достигается при применении опросной методики «СПИН»

С – ситуационные вопросы, касающиеся ситуации

Вопросы о ситуации задают с целью выяснения ситуации у покупателя, чтобы получить вспомогательную информацию для заключения сделки.

Эти вопросы выгодны ВАМ!

С – ситуационные вопросы, касающиеся ситуации

- Как Вы организуете утилизацию отходов?
- Как велика степень точности в Вашей работе?
- Как часто действующая установка требует обслуживания?

П - вопрос о проблемах

Вопросы о проблемах касаются проблем, трудностей покупателя или его неудовлетворенности существующим положением дел.

Их цель - обнаружить скрытые потребности.

П - вопрос о проблемах

- Вы удовлетворены нынешним уровнем утилизации отходов?
- Вы уверены, что достигаете нужного уровня точности?
- Вас устраивает срок работы установки от одного обслуживания до другого?

И - извлекающие вопросы

извлекающие вопросы касаются воздействия существующих у покупателя проблем на разные сферы деятельности его предприятия и последствий, непосредственно или косвенно связанных с ними.

Они выявляют дополнительные скрытые потребности.

И - извлекающие вопросы

- Если секретари стоят в очереди у копировального аппарата, может ли это задержать печать важных документов?
- Были ли случаи, когда в результате этого опаздывали с отчетами?
- Каковы последствия задержки выпуска ключевых документов?

Н- наводящие вопросы

Наводящие вопросы - это зондирование явных потребностей, о которых можно спросить непосредственным образом или путем выяснения, насколько для покупателя ценно или важно решить ту или иную проблему.

Н - наводящие вопросы

- В чем будет главная выгода от устранения очередей у копировального аппарата?
- Позволит ли это снизить плату за сверхурочную работу секретарей?
- Итак, основной приоритет ускорение копировальных работ?