

SPIN في المبيعات

المقدمة

الدورة وتسمى (SPIN) هي نموذج مبيعات تم تطويره في عام 1988 بواسطة نيل راكم و شركته هاثويت التي أجرت بحثًا متعمقًا حول ما يفعله مندوبو المبيعات الناجحون لجذب المبيعات. وفي بحثهم، اكتشفوا أن البائعين الفعالين يجب أن يركزوا على دورة شراء العميل. وبالتالي، فإن الهدف من هذه الاستراتيجية هو تقديم حلول شخصية للعملاء من خلال طرح أسئلة جيدة بالترتيب الصحيح باستخدام الاستماع النشط، وبهذه الطريقة، سيعرف البائعون مكان العملاء في دورة الشراء مما سيؤدي بعد ذلك إلى بيع ناجح.

التعريف

الدورة (SPIN) هي منهجية مبيعات تركز على العملاء وتقدم حلولاً مخصصة لمشاكل العملاء من خلال طرح أسئلة التحقيق، ويشير الاختصار SPIN إلى أنواع مختلفة من الأسئلة: الوضع والمشكلة والتضمنين والحاجة إلى المردود.

متى تستخدم

- عندما تريد توصيل قيمة منتجاتك وخدماتك بالطريقة الصحيحة.
- عندما تريد فهم احتياجات العملاء.
- عندما تريد بناء علاقات عملاء أقوى ودائمة.

التفاصيل

وفقًا لراكام، هناك أربع مراحل أساسية لكل عملية بيع يشار إليها أيضًا باسم المراحل الأربع لبيع الدورة:



1. **الافتتاح** - هذا هو المكان الذي يجب أن تبني فيه علاقة صادقة مع آفاقك، لذا اجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات دون دفع منتجك أو خدمتك بعيدًا جدًا.
 2. **التحقيق** - التحقيق في قلب الدورة في البيع. هذه هي المرحلة التي يطرح فيها مندوبو المبيعات سلسلة من أسئلة SPIN للكشف عن احتياجات الآفاق، حيث يجب أن تفهم المشاكل التي عالجتها آفاقك في الماضي وطمأنهم إلى أن مصالحهم الفضلى هي ما تفكر فيه.
 3. **إظهار القدرة** - ابذل قصارى جهدك لربط حلك بمشكلة الاحتمال من خلال السماح له بالاستماع إلى كيفية حل منتجاتك أو خدماتك لمشاكلهم.
 4. **الحصول على الالتزام** - لحسن الحظ، هذه هي المرحلة التي حولت فيها احتمالك إلى عمل. تأكد من التعامل مع عميلك بعناية، واشكره واحتفل بنجاحك.
- لاحظ أنه بموجب منهجية SPIN في البيع، فإن هدفنا هو تلبية احتياجات المشتري من خلال طرح أسئلة SPIN. فيما يلي أمثلة على الأسئلة التي قد يطرحها مندوب المبيعات تحت كل فئة.

أسئلة الموقف - هذه حقائق واضحة حول الوضع الحالي للمشتري.
أمثلة:

1. من هم الدائنون الكبار لبنكك؟
2. هل عانيت من عطل في الآلات في منطقة الإنتاج الخاصة بك؟

أسئلة المشكلة - يساعد طرح أسئلة المشكلات العملاء على فهم احتياجاتهم، وفي النهاية يمهّد الطريق لك لاقتراح حل يبدو مفيدًا لعملائك.
أمثلة:

1. ما هي المشاكل التي واجهتها حتى الآن مع الدائنين الكبار لديك؟
2. هل أنت راضٍ عن إنتاجية ووظائف آلاتك في منطقة الإنتاج؟

الأسئلة الضمنية - الأسئلة الضمنية تكشف عن آثار أو عواقب مشاكل الاحتمال.
أمثلة:

1. إذا فشل دائن كبير في سداد قروضه، فماذا سيفعل مدير بنكك؟
2. ما مقدار الأموال التي ستخصصها لإصلاح آلات الإنتاج الخاصة بك في حالة حدوث أعطال؟

BUSINESS VITAMINS

أسئلة تسديد الحاجة - كما يوحي الاسم، ستساعد هذه الأسئلة الاحتمالية في اكتشاف مخرج من خلال السؤال عن كيفية حل مشكلته.
أمثلة:

1. هل سيسهل عليك نظام الدائن الآلي للذكاء الاصطناعي إدارة الدائنين الكبار؟
2. ما مقدار المال أو الموارد التي ستوفرها إذا كان بإمكانني مساعدتك في إيجاد طريقة لخفض تكاليف الصيانة الخاصة بك لآلاتك؟

المراجع

<https://2012books.lardbucket.org/books/powerful-selling/s13-04-how-to-use-spin-selling-in-you.html>

[SPIN Selling Guide: Stages, Questions & Examples | Zendesk India](#)

[SPIN Selling: A Complete Guide to Sales Success \(huthwaiteinternational.com\)](#)

