

# Las 60 Mejores Preguntas Abiertas para Vender

El profesor **Neil Rackham**, autor de SPIN Selling identificó cuatro tipos de preguntas a desarrollar en una secuencia que bautizó con el acrónimo **SPIN**.

- **Situación.** Son preguntas que recogen hechos, información y datos de referencia sobre la situación existente del cliente o prospecto
- **Problemas.** Exploran los problemas, dificultades e insatisfacciones en las áreas donde el producto del vendedor puede ayudar
- **Implicación.** Este tipo de preguntas hacen aflorar las consecuencias de los problemas anteriores, lo que ayuda al cliente a entender la gravedad del asunto
- **Necesidades/Beneficios.** Buscan que el cliente exprese en sus propios términos cuáles son los beneficios que tu solución podría ofrecerle

A continuación **60 preguntas abiertas** que deberías realizar a tus **prospectos** o **clientes**.

## Preguntas Abiertas de Situación

1. ¿Cuánto tiempo llevan operando en este mercado?
2. ¿Cuántos empleados tiene la empresa?
3. ¿Cómo están organizados?
4. ¿La empresa está creciendo o estable?
5. ¿Qué\_\_\_\_\_ (*producto/servicio/solución*) están usando actualmente?
6. ¿Cuál cree que es su mayor fortaleza? ¿Debilidades?
7. ¿Qué es lo que buscan en una relación con un proveedor?
8. ¿Cuáles son sus expectativas o requerimientos para un *producto/servicio* como este?
9. ¿Cuál es su principal prioridad este año? ¿Por qué?
10. ¿En qué están afectando las nuevas tendencias como \_\_\_\_\_ a su empresa?
11. ¿Qué es lo que sus clientes valoran más de su empresa?
12. ¿Cómo miden el éxito para este tipo de *producto/servicio*?
13. ¿Dónde tienen una ventaja competitiva?
14. ¿Qué le gustaría conocer sobre nosotros?

15. ¿Cómo está su empresa reaccionando a \_\_\_\_\_ (*nueva tendencia, iniciativa, legislación, etc.*)?
16. ¿Dónde ve las principales oportunidades de crecimiento en los próximos años?
17. ¿Hay algún competidor suyo que admire especialmente? ¿Por qué?
18. ¿Cuál cree que son los motivos por los que sus mejores clientes hacen negocio con su empresa?
19. ¿Cuáles son las reclamaciones más frecuentes de sus clientes?
20. ¿Cree que su crecimiento en los próximos años vendrá de los clientes actuales o de nuevos clientes/mercados? ¿De cuáles en concreto?

### **Preguntas Abiertas de Problemas**

21. ¿Están alcanzando sus objetivos?
22. ¿A cuántas personas de su organización impacta este problema? ¿Cuántas personas usan actualmente \_\_\_\_\_ (*tu producto/servicio*)?
23. ¿Cuáles son las mayores desventajas de \_\_\_\_\_ (*producto/servicio*) que usan actualmente?
24. ¿Cuál es su mayor obstáculo en cuanto a \_\_\_\_\_?
25. ¿Ha tratado de solucionar este problema antes?
26. ¿Qué es lo que más le gusta de su proveedor actual? ¿Qué es lo que menos?
27. ¿Bajo qué circunstancias se plantearía un cambio de proveedor?
28. Muchos clientes nos dicen que tienen problemas en las áreas A, B y C. ¿Ustedes también?
29. ¿Qué es lo más frustrante respecto a \_\_\_\_\_?
30. ¿Qué es lo que está impidiendo que alcancen sus objetivos de (ventas/rentabilidad/retención de personal, etc.)?
31. ¿Cuál es el motivo por el que me citó hoy aquí? (*si la reunión es a iniciativa del prospecto/cliente*). ¿En qué podemos ayudarle?
32. Me gustaría compartir con usted varias ideas que han ayudado enormemente en las áreas A, B y C a nuestros clientes. ¿Son también áreas de preocupación en su caso? ¿Qué otras áreas le preocupan?
33. Si tuviera que escoger solo una iniciativa que mejoraría notablemente su negocio, ¿cuál sería?
34. ¿Puede contarme más sobre este problema?
35. ¿En qué le gustaría mejorar?

36. ¿Cuáles son sus mayores desafíos en cuanto a este tipo de solución/producto/servicio?
37. ¿Qué están haciendo sus competidores que usted también debería estar haciendo ahora mismo?
38. ¿Cómo priorizaría sus necesidades actuales?
39. Los clientes que dejan de comprarles, ¿les explican cuál es el motivo?

### **Preguntas Abiertas de Implicación**

40. Si este problema no es resuelto, ¿cuáles son las consecuencias?
41. ¿Cómo está tratando de resolver este problema hoy?
42. Si pudiera resolver estos problemas, ¿cómo afectaría a los resultados de su empresa?
43. Si esta alternativa tiene éxito, ¿qué significaría para su empresa y para usted personalmente?
44. ¿Cómo afectarían estos cambios a la posición de su empresa ante sus competidores?
45. ¿Cómo cree que el\_\_\_\_ *Director General /Consejo/ Propietario* de la empresa evaluará el éxito de esta iniciativa?
46. ¿Cómo le impactaría personalmente si estos problemas continuasen?
47. ¿Tiene cuantificado cómo le impactará financieramente a su empresa si la situación continúa igual?
48. ¿Cuál es su estimación de lo que este problema le está costando actualmente?
49. Si no afrontan este problema/oportunidad ahora, ¿cómo cree que podría verse impactado su negocio?

### **Preguntas Abiertas de Necesidades/Beneficios**

50. Si tuviera una varita mágica, ¿qué resultados le gustaría alcanzar después de implantar nuestra solución/producto/servicio?
51. ¿Dónde ve una ventaja en trabajar con nosotros?
52. ¿Cuál sería el resultado final de implementar esta solución?
53. ¿Qué beneficios supondría para ustedes el poder solucionar este problema?
54. Teniendo en cuenta todo lo que hemos hablado, ¿qué es lo que ve diferente si seguimos adelante?
55. ¿Cómo definiría el éxito si llegamos a trabajar juntos?
56. ¿Qué le gustaría lograr?

57. ¿Cuánto cree que supondría solucionar esto?

### **Las 3 Preguntas Abiertas Que Debes Hacerte A Ti Mismo**

58. ¿El prospecto tiene un problema u oportunidad significativa que tu producto/servicio soluciona?

59. ¿El problema está bajo la responsabilidad del prospecto?

60. ¿El prospecto confía en ti como opción?

Puedes leer el post completo en

<http://developingthebusiness.com/las-60-mejores-preguntas-abiertas-para-vender>



**Eficiencia Comercial B2B**

**Formación Business Development**

**Headhunting Comercial**