



**FIA**

**BUSINESS  
SCHOOL**

Quem sabe lidera.

**Venda Inteligente:  
SPIN + Challenger em Ação**

 **ourofino**  
saúde animal

Saber para agir. Agir para impactar

- O novo cenário de vendas
- A Era da Experiência
- A Gestão do Ciclo de Vendas | 6 Fases
- Venda de Valor na Ourofino Saúde Animal: OPC, SPIN e EPA na Venda de Valor
- Compromissos | Plano de Ação

É TUDO NOVO!



Um novo **CENÁRIO**

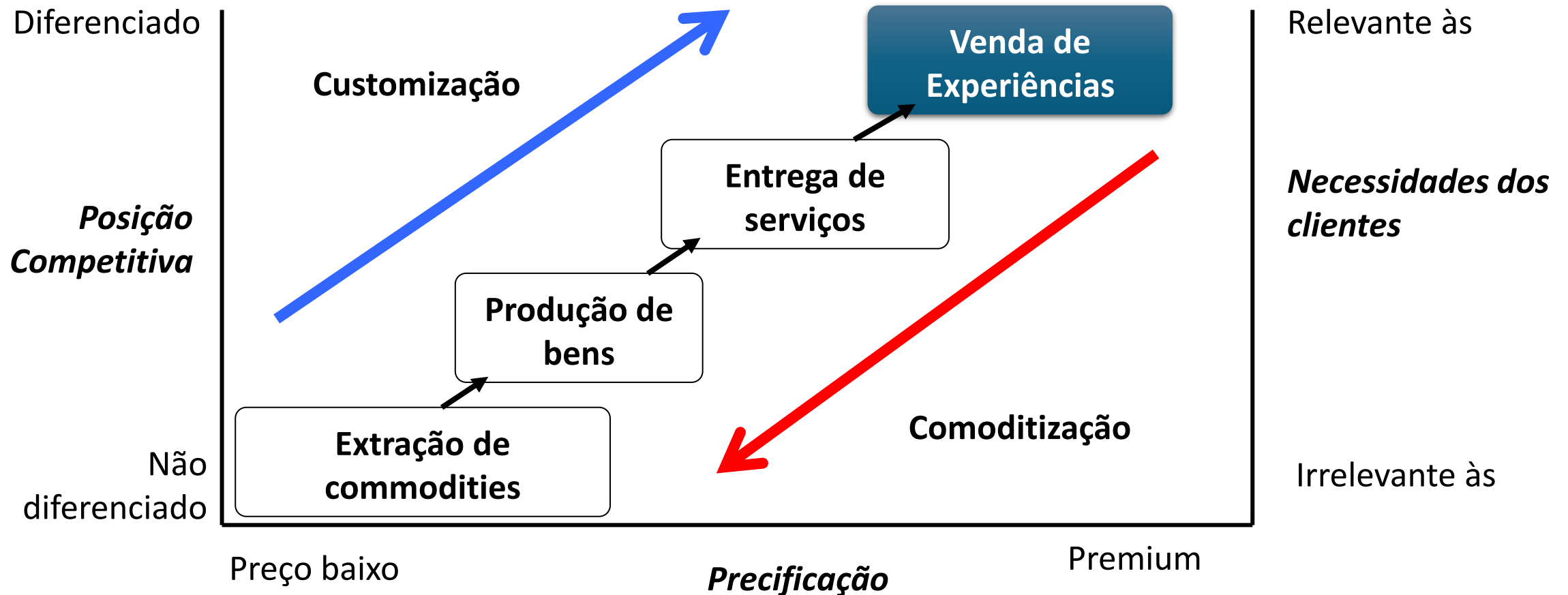
Um novo **CLIENTE**

Um novo **PROFISSIONAL**

Uma nova **ERA**



# A ERA DA EXPERIÊNCIA



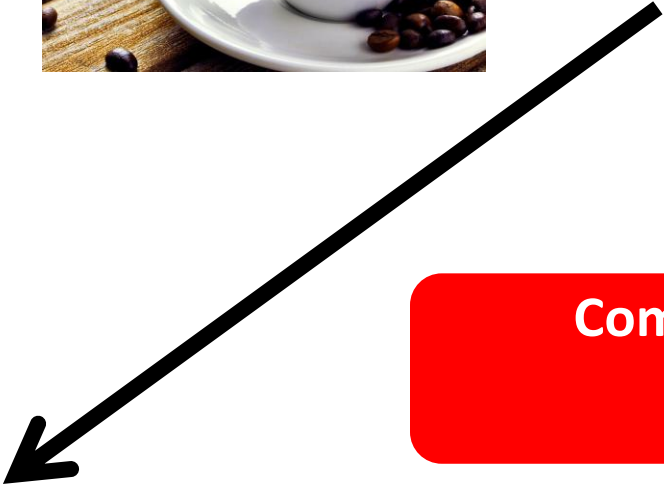
Fonte: B Josep Pine and James Gilmore: The Experience Economy Figure 1-5. p. 22.

# A EXPERIÊNCIA NA PRÁTICA

**Customização  
(Valor)**



**Comoditização  
(Preço)**



# A DISNEY E SEUS 4 “SEGREDOS”

Convidados

Show

Membros do Elenco

Linha Amarela



# O CICLO DE VENDAS



# OPC: A ESTRUTURA CHAVE PARA VENDER VALOR

O

## OBJETIVOS



Entender onde está a perda de resultado

- Bovinos/Equinos: ganho de peso, prenhez, parasitas
- Pet: recorrência (pele, ouvido, etc.)
- Produção (Aves/Suínos): mortalidade, conversão, sanidade
- Biológicos: falhas no protocolo vacinal

💬 “Onde você está perdendo resultado hoje?”

→ Mapear o cenário real do cliente

P

## PROCESSO



Conectar sanidade → produtividade → resultado

- Escute antes de recomendar
- Personalize por sistema e desafio
- Mostre impacto técnico e econômico
- Use dados reais do cliente

💬 “Não é só tratar. É melhorar o ciclo.”

→ Gerar valor antes do produto

C

## COMPROMISSO



Sair com próximo passo claro

- Teste em pequena escala
- Ajuste de protocolo
- Acompanhamento técnico
- Medir resultado e escalar

💬 “Testa, mede e escala.”

→ Fechar com ação, não com “fico à disposição”

# SPIN SELLING: ENTENDA PARA ATENDER



Perguntas de Situação

Para estabelecer um contexto que leve a

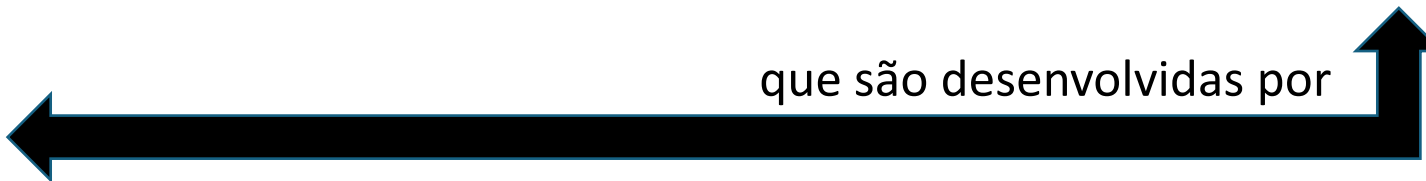
Perguntas de Problema



de modo que o comprador revele

Necessidades implícitas

Perguntas de Implicação



que são desenvolvidas por

que fazem o comprador sentir o problema levando a

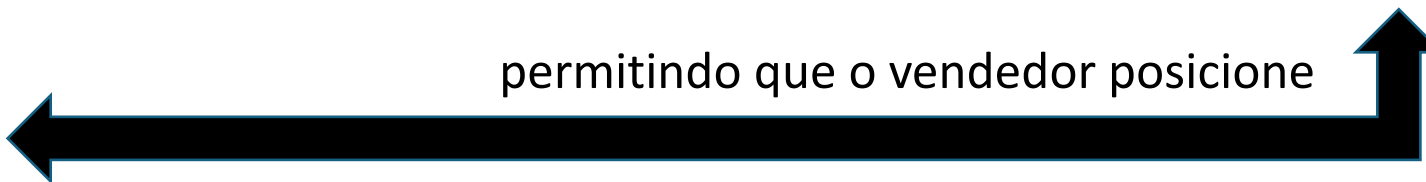
Perguntas de Necessidades de Solução



de modo que o comprador declare

Necessidades explícitas

Benefícios



permitindo que o vendedor posicione

Que estão bastante relacionados ao sucesso em vendas!!

## S Situação

### Captura e entende o cenário

#### **Bovinos/Equinos:**

- Manejo, sanidade, reprodução

#### **Pet:**

- Histórico clínico e recorrência

*“Como está hoje a sanidade e o manejo do seu sistema?”*

*“Como você define se o manejo sanitário está funcionando?”*

## P Problema

### Entende a dor e o desafio

- Parasitas, doenças, falhas sanitárias
- Recorrência de problemas (pet)
- Queda de desempenho / mortalidade

*“O que mais está impactando seu resultado hoje?”*

*“Onde você sente que está perdendo mais desempenho: sanidade, manejo ou nutrição?”*

## I Implicação

### Mostra o impacto do não agir

- Perda de peso / produtividade
- Baixa taxa de prenhez
- Mortalidade / recorrência
- Perda financeira invisível

*“Se isso continuar, quanto você perde no ciclo?”*

*“Se isso continuar por mais um ciclo, o que muda no resultado final?”*

## N Necessidade

### Busca o OK do cliente para seguir

- Ajuste de protocolo sanitário
- Uso correto de soluções
- Teste + acompanhamento

*“Faz sentido testar em pequena escala e medir o resultado?”*

*“Se melhorar esse ponto, já justificaria um teste na sua operação?”*



## **PASSO 2: DIFERENCIAÇÃO**

**Conversas de vendas diferenciadoras!**

**Vale ingresso uma conversa com você?**

# OS 5 PERFIS



**Empenhado**



**Desafiador**



**Construtor de Relacionamentos**



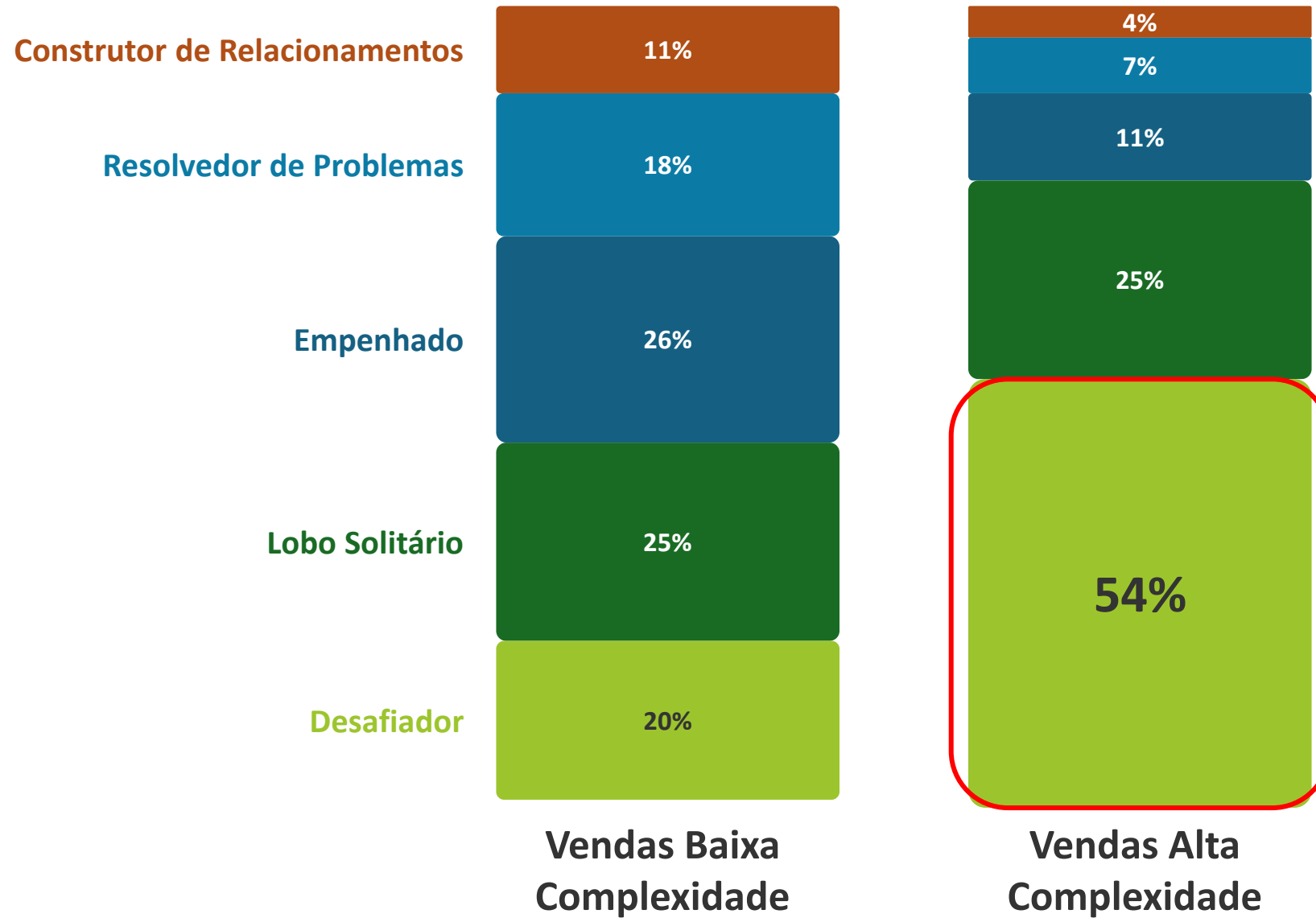
**Lobo Solitário**



**Solucionador Reativo de Problemas**

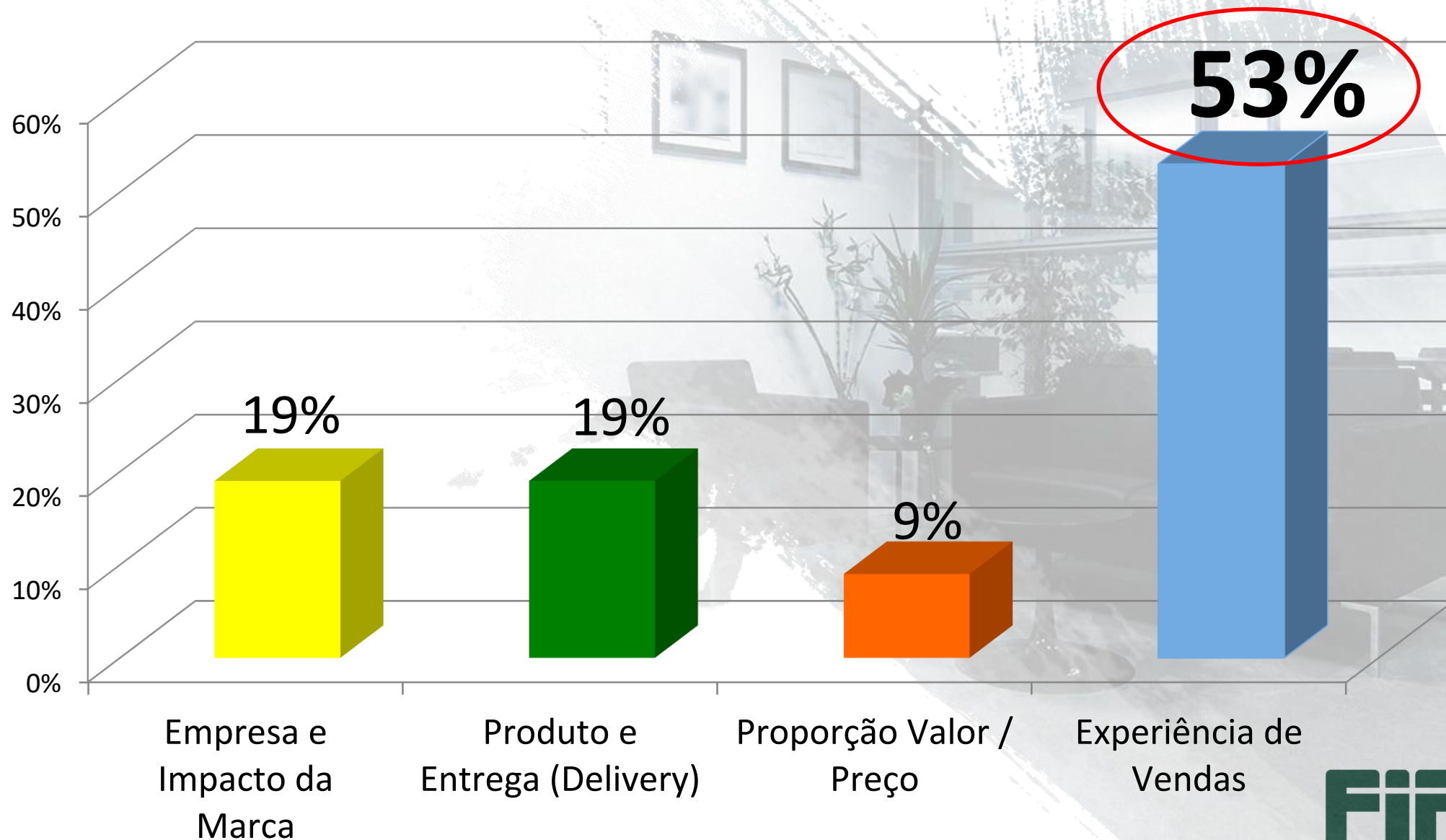


# DADOS NÃO MENTEM

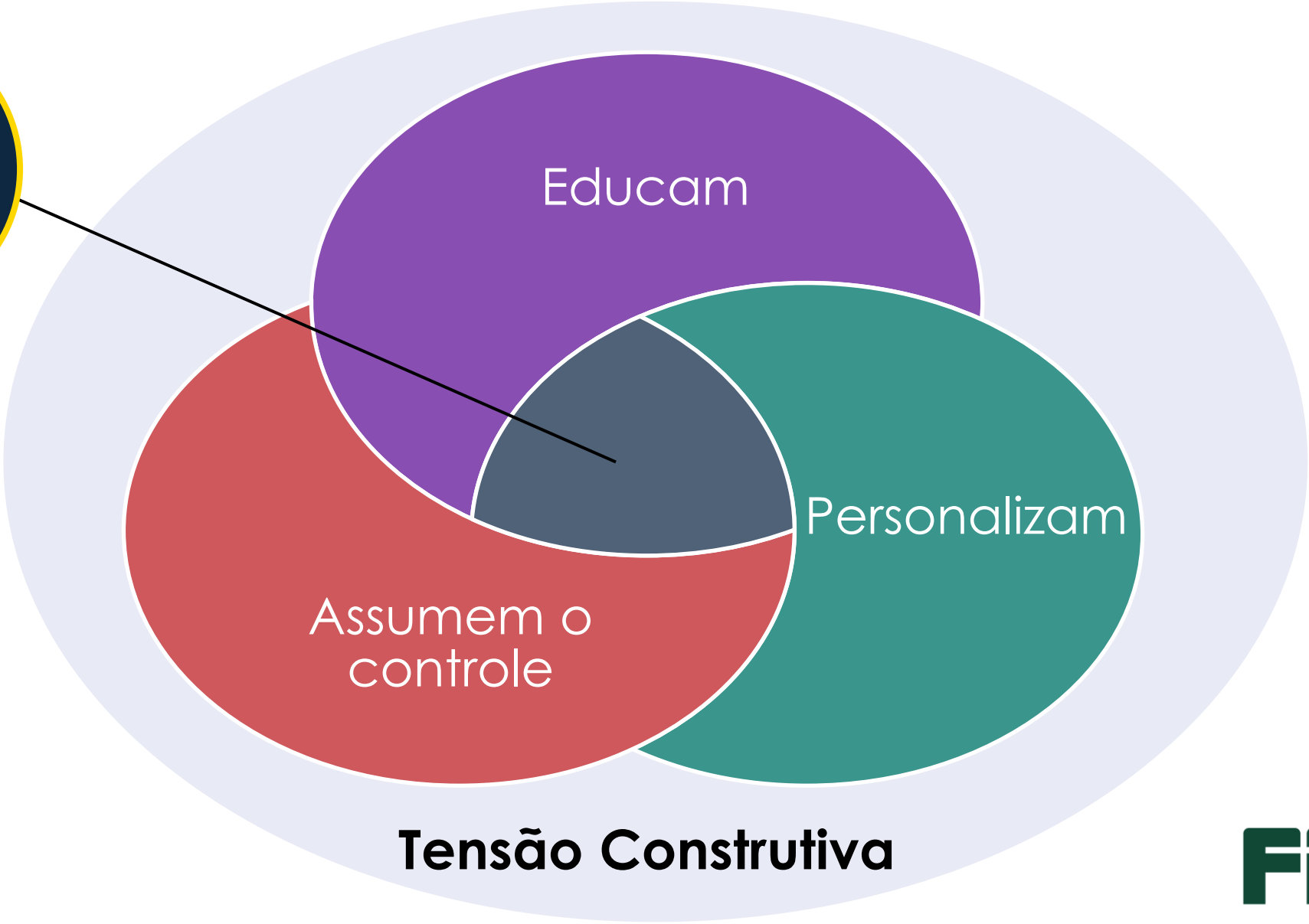


O Desafiador domina vendas complexas!

# NÃO É O “QUE” E SIM O “COMO” VOCÊ VENDE



# OS 3 PILARES CRUCIAIS





## EDUCAR

E

Não é falar do produto. É **abrir a cabeça do cliente para um problema que ele ainda não vê.**

### Na prática:

- Mostrar risco sanitário subestimado
- Evidenciar impacto produtivo (arroba, leite, ganho, mortalidade)
- Expor o custo invisível da decisão errada

💬 “Você já calculou quanto está perdendo sem perceber?”

💬 “O problema não é só o carrapato... é a performance do lote.”

→ Criar desconforto inteligente



## PERSONALIZAR

P

O jogo vira: não é mais sobre o mercado... é sobre **aquele cliente específico.**

### Na prática:

- Conectar com histórico real do cliente
- Trazer a última safra / ciclo / caso
- Falar do impacto direto no bolso
- Mostrar que conhece a realidade dele

💬 “No seu cenário, isso resolve antes de virar problema maior.”

💬 “O ganho aqui é evitar perda e retrabalho.”

💬 “Já vi isso acontecer em fazenda parecida.”

→ Sair do genérico e gerar relevância



## ASSUMIR CONTROLE

A

Aqui separa vendedor de tirador de pedido. Não é “fico à disposição”... É **recomendar com segurança.**

### Na prática:

- Guiar a decisão
- Sair da comparação por preço
- Indicar o melhor caminho

💬 “Pelo que você trouxe, esse é o melhor caminho.”

💬 “Se fosse meu negócio, eu faria isso.”

💬 “Vamos decidir com base em resultado, não em preço.”

→ Liderar a conversa

UMA SUPER "RECEITA" PARA O SEU SUCESSO

**SPIN**  
**(Conexão)**

**+**

**EPA**  
**(Diferenciação)**



# CHEGOU A HORA DO “SHOW”



## GRUPOS

- 5-6 pessoas por grupo
- Metade Vendedores, metade Clientes



## DESAFIO (20 MIN)

- Usem OPC, SPIN (Perguntas Inteligentes) e EPA
- Provoquem valor — não empurrem produto



## CLIENTES

- Tragam problemas reais do dia a dia
- Questionem, pressionem e desafiem



## TROCA DE PAPÉIS (20 MIN)

- Invertam os papéis no grupo
- Corrijam, ajustem e incrementem a abordagem



## WRAP-UP

- O que funcionou? O que travou?
- Virou preço? Como saíram disso?



## FINAL

- 1 grupo vai ao palco
- Simulação ao vivo para toda a turma

# É PRECISO “DESAFIAR” O CLIENTE



# O CICLO DE VENDAS



# E AS 6 COMPETÊNCIAS ESSENCIAIS



# A “ESCADA DO ZÉ”



*Tenha fãs, porque quem tem cliente  
é o seu **concorrente!***

# RESUMÃO DO ZÉ

**Vende mais quem se prepara para dar show!**

*OPC*

**Vende mais quem entende antes de atender!**

*SPIN Selling*

**Vende mais quem desafia positivamente!**

*EPA (Challenger)*



**Vende mais quem domina o Ciclo de Vendas!**

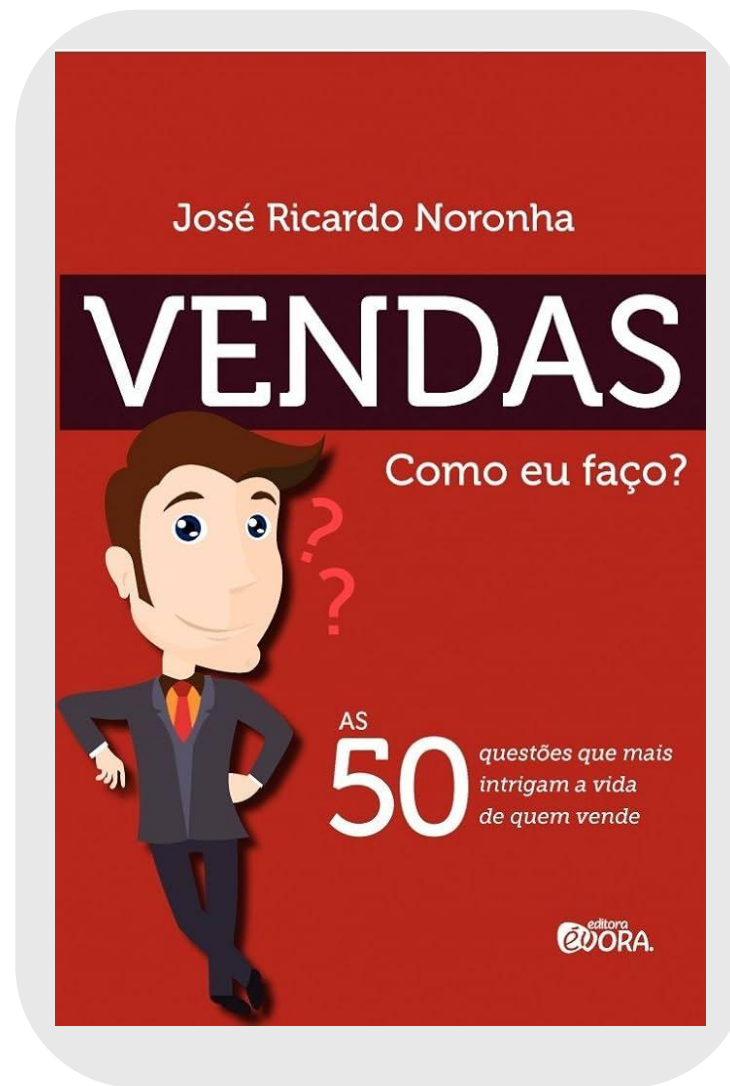
*6 etapas*

**Vende mais quem vende Experiências!**

*Não commodities*

**Vende mais quem transforma Clientes em Fãs!**

*Encantamento*



AGORA O "SHOW" É COM VOCÊS!

Sonhem!  
Realizem!!  
Encantem!!!



**FIA** BUSINESS  
SCHOOL

AGRO

# Obrigado!



Site: [fia.com.br](http://fia.com.br) | LinkedIn: FIA Business School

Instagram FIA Business School

