

**Método SPIN +  
embudo potente  
para Assure for Life**



# SPIN

Situación Problema Implicación Necesidad

- **(PREGUNTA, ESCUCHA, FILTRA, ENFOCA, RESUELVE, ACUERDA)**
- Este modelo combina lo mejor del **SPIN Selling** con un **embudo de conversión** que maximiza la efectividad de cada interacción y **cierra ventas más rápido**.



## **FASE 1:** **INICIO DEL EMBUDO** **Conexión y descubrimiento**

### **Pregunta:** (Situación & Problema)

El objetivo aquí es identificar si el prospecto **califica y abrir la conversación con empatía.**

### **Ejemplos:**

- ¿Tienes algún plan en caso de una emergencia o fallecimiento inesperado?
- ¿Sabías que los funerales en EE.UU. pueden superar los \$8,000?
- ¿Cómo crees que afectaría a tu familia si tuvieran que buscar ese dinero de emergencia?

### **Clave:**

Haz preguntas abiertas para que el prospecto hable más.

## FASE 1: INICIO DEL EMBUDO

### Conexión y descubrimiento

#### Escucha:

Aquí es donde la mayoría de los vendedores fallan.  
**Escuchar activa y estratégicamente te ayuda a identificar señales de compra.**

#### Ejemplo de señales clave:

- “No lo había pensado, pero sí me preocupa” (**Prospecto interesado**).
- “No creo que sea necesario” (**Puede que desconozca los costos reales**).
- “Yo ya tengo un seguro” (**Puede tener una falsa percepción de cobertura**).

#### Clave:

No interrumpas, deja que el prospecto se exprese completamente.

## FASE 1: INICIO DEL EMBUDO

### Conexión y descubrimiento

#### Filtrá:

Aquí descartamos objeciones falsas y detectamos **dolores reales**.

#### Ejemplo de filtro:

- “Si en este momento algo sucediera, ¿cómo manejaría su familia los gastos?”
- “¿Estás seguro de que el plan que tienes ahora cubre todos los gastos funerarios?”
- “Si este servicio te garantizara que tu familia no tenga que pagar nada de su bolsillo, ¿te interesaría?”

#### Clave:

Si el prospecto **realmente no tiene interés o no califica**, lo descartamos para **no perder tiempo**.

## **FASE 2: CONDUCCIÓN AL CIERRE**

### **Impacto y decisión**

**Enfoca:** (Implicación)

Aquí es donde creamos **urgencia y emoción**.

Mostramos el impacto real de **NO tener Assure for Life**.

**Ejemplos:**

- “Imagínate que tu familia tuviera que enfrentar ese gasto sin un plan. ¿Cómo se sentirían?”
- “¿Sabías que muchas personas terminan recurriendo a préstamos o GoFundMe porque no tenían un plan?”
- “¿Cómo afectaría a tus seres queridos el tener que tomar decisiones difíciles en un momento de duelo?”

**Clave:**

**Haz que el prospecto visualice el problema de forma personal.**

## **FASE 2: CONDUCCIÓN AL CIERRE**

**Impacto y decisión**

**Resuelve:** (Necesidad de solución)

Aquí presentamos Assure for Life **como la mejor solución** con un mensaje claro y directo.

**Ejemplos de presentación  
breve y poderosa:**

- “Con este plan, una sola llamada se encarga de todo. No tienes que preocuparte por trámites, costos ni estrés. Tu familia estará protegida al 100% en cualquier parte de EE.UU. y Latinoamérica. Y lo mejor es que es accesible para cualquier persona.”

**Clave:**

**Usa palabras simples y beneficios claros.**

## **FASE 2: CONDUCCIÓN AL CIERRE**

**Impacto y decisión**

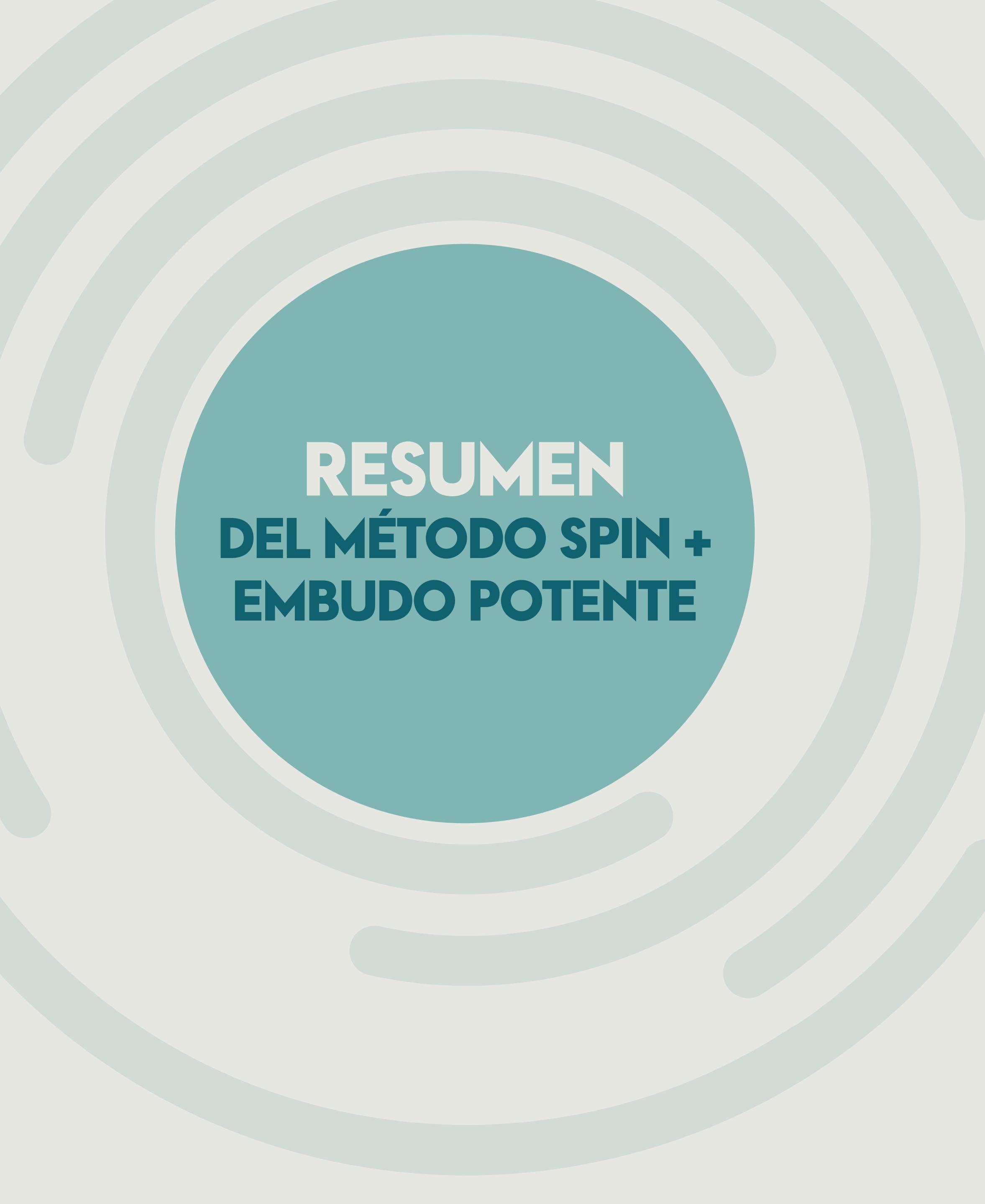
**Acuerda:** (Cierre)

### **Ejemplos de cierre efectivo:**

- **1. Cierre de elección:** “¿Prefieres iniciar con un plan individual o familiar?”
- **2. Cierre de seguridad:** “Solo con tu nombre y fecha de nacimiento podemos activar tu cobertura hoy mismo.”
- **3. Cierre con urgencia:** “Si tomas la decisión hoy, puedes aprovechar la promoción actual de 2 meses gratis. ¿Te gustaría dejar todo organizado por tu familia desde ahora?”

**Clave:**

**Nunca preguntes ‘¿quieres comprar?’, en su lugar supón el cierre y ofrece opciones.**



# **RESUMEN DEL MÉTODO SPIN + EMBUDO POTENTE**

- 
- 1. Pregunta:** Descubre su situación y haz que hable.
  - 2. Escucha:** Identifica señales de compra y objeciones reales.
  - 3. Filtra:** Descarta prospectos débiles y enfócate en los calificados.
  - 4. Enfoca:** Haz que sienta la urgencia del problema.
  - 5. Resuelve:** Presenta Assure for Life de forma clara y convincente.
  - 6. Acuerda:** Cierra con una pregunta de acción directa.



¡Convierte este  
método en un  
script de ventas  
potente y un  
entrenamiento  
para tu equipo!