

SPIN SELLING INMOBILIARIO

LA GUÍA DEFINITIVA PAR CAPTAR, AJUSTAR Y CERRAR CON PSICOLOGÍA DE ÉLITE

Cómo aplicar el modelo SPIN para
captar propiedades, ajustar precios
y cerrar acuerdos sin presionar

MICHELE DI SEI
COACH INMOBILIARIO

Neil Rackham es un **consultor, investigador y autor británico** reconocido mundialmente por su trabajo en el campo de las ventas profesionales. Es el creador del modelo **SPIN Selling**, uno de los métodos más influyentes en la historia de las ventas complejas.

¿Quién es Neil Rackham?

- Fundador de **Huthwaite International**, una empresa que realizó uno de los estudios más extensos jamás hechos sobre ventas: analizaron más de **35.000 llamadas de ventas en 20 países**.
 - A partir de ese análisis, Rackham desarrolló el modelo **SPIN**, que revolucionó la forma de vender productos y servicios de alto valor.
 - Autor del best-seller:
 **“SPIN Selling”** (1988), considerado lectura obligatoria para equipos de venta consultiva o compleja.
-

¿Qué es el modelo SPIN?

SPIN es un acrónimo que describe **cuatro tipos de preguntas** que un vendedor debe hacer durante una conversación con un cliente potencial para aumentar las probabilidades de cerrar una venta, sobre todo en entornos B2B o de venta consultiva.

♦ S –

Situación

Preguntas para comprender el contexto del cliente.

Ejemplos:

- ¿Qué sistema usas actualmente?
- ¿Cuántas personas trabajan en este proceso?

 **Objetivo:** obtener información sin abrumar.

♦ P –

Problema

Preguntas que sacan a la luz los problemas, frustraciones o desafíos.

Ejemplos:

- ¿Te resulta complicado hacer seguimiento a los leads?
- ¿Tienes problemas con propiedades que no se venden?

💡 *Objetivo: que el cliente vea que **hay un problema real que debe resolver**.*

♦ I –

Implicación

Aquí está la joya de SPIN. Estas preguntas **profundizan en las consecuencias** del problema.

Ejemplos:

- ¿Qué impacto tiene ese problema en tus ingresos?
- ¿Qué pasa si este inmueble sigue sin venderse otros 3 meses?

💡 *Objetivo: **aumentar el dolor** de no resolver el problema. Aquí se dispara la urgencia.*

♦ N –

Necesidad de solución

Aquí se enfocan las preguntas en los **beneficios de resolver el problema**, sin presentar aún la solución.

Ejemplos:

- ¿Cómo te ayudaría tener un sistema que automatice este proceso?
- ¿Qué supondría para ti poder enfocarte solo en cerrar ventas?

💡 *Objetivo: que el cliente **visualice el cambio** y lo **desee antes de venderle nada**.*

¿Por qué SPIN funciona?

Porque **respetar el proceso mental del comprador**:

- No empuja, **guía**.
- No vende, **hace que el cliente quiera comprar**.
- No recita beneficios, **construye necesidad real**.

Modelo SPIN para Profundizar en la Motivación del Vendedor

Subtítulo: Pregunta mejor, vende más. Versión aplicada a captación.

1. ¿Qué es SPIN?

SPIN es un modelo de preguntas consultivas creado por Neil Rackham para descubrir necesidades y mover al cliente a la acción. Se divide en 4 bloques:

- **Situación:** Entender el contexto actual. Datos, hechos, historia.
- **Problema:** Detectar molestias, fricciones, obstáculos.
- **Implicación:** Ampliar el impacto de esos problemas si no se resuelven. (Dolor futuro)
- **Necesidad-Solución:** Hacer que el propietario verbalice lo que necesita y cómo tu solución encaja. (Deseo futuro)

Clave: No corras a la “solución” hasta haber hecho sentir el peso del problema.

2. SPIN en una cita de captación: Flujo sugerido

1. **Abrir y crear contexto (S)**
 2. **Identificar fricciones reales (P)**
 3. **Profundizar consecuencias y urgencia (I)**
 4. **Guiar al propietario a expresar necesidades y criterios de decisión (N)**
 5. **Presentar tu plan como respuesta directa a lo que verbalizó**
-

3. Banco de Preguntas SPIN (adaptadas a inmobiliario)

S — Situación

- “¿Cómo llegaste a la decisión de vender ahora?”
- “¿Has publicado ya el inmueble? ¿Con quién? ¿A qué precio?”
- “¿Qué tiempo lleváis viviendo aquí y qué planes tenéis después de vender?”
- “¿Qué información del mercado manejas hasta ahora?”

P — Problema

- “¿Qué es lo que más te preocupa de este proceso?”
- “¿Qué dificultades encontraste la última vez que intentaste vender?”
- “¿Qué te impediría avanzar hoy mismo?”
- “¿Qué te haría decir: ‘esto se está volviendo un dolor de cabeza’?”

I — Implicación

- “Si dentro de 6 meses no has vendido, ¿qué pasa con tu plan (mudanza/deuda/herencia)?”
- “¿Cómo impacta en tu vida seguir pagando esta hipoteca / gastos / impuestos sin haber vendido?”
- “¿Qué podría costarte en dinero y tiempo mantener el precio por encima de mercado?”
- “Si la venta se retrasa, ¿qué otras oportunidades pierdes?”

N — Necesidad-Solución

- “Entonces, para que esto funcione para ti, ¿qué tendría que suceder exactamente?”
 - “¿Qué esperas de la persona que te represente para que estés tranquilo?”
 - “¿Qué valoraría más: vender rápido, vender al máximo precio o maximizar lo que te llevas neto?”
 - “Si te muestro un plan que cumpla con (X, Y, Z que mencionaste), ¿estarías listo para empezar?”
-

4. Ejemplo completo: Diálogo SPIN en acción

Contexto: Propietario (Juan) quiere vender su piso en Málaga. Ha tenido el anuncio en un portal 3 meses sin éxito. Quiere comprar otra vivienda más grande.

Tú (Agente): “Juan, gracias por recibirme. Antes de nada quiero entender bien tu situación para ver si soy la persona adecuada para ayudarte.”

S — Situación

Tú: “¿Cómo empezó todo esto de querer vender el piso?”

Juan: “Nos hemos quedado pequeños. Llevamos meses buscando algo más grande y queremos mudarnos antes de que empiece el cole en septiembre.”

Tú: “¿Habéis intentado vender ya por vuestra cuenta o con alguien?”

Juan: “Sí, lo publicamos en Idealista a 350.000 €, pero pocas visitas y ninguna oferta seria.”

P — Problema

Tú: “¿Qué ha sido lo más frustrante de estos tres meses?”

Juan: “Que nadie hace ofertas. La gente viene, mira, y luego silencio.”

Tú: “¿Qué consecuencias está teniendo esto en vuestra búsqueda de casa nueva?”

Juan: “Estamos parados. No podemos comprometer la compra sin vender primero.”

I — Implicación

Tú: “Imagina que en septiembre seguís igual, sin vender. ¿Qué pasa con el colegio y el cambio de vivienda?”

Juan: “Pues tendríamos que esperar un año más, y los niños ya están apretados en las habitaciones.”

Tú: “Además del espacio, ¿qué impacto económico tiene seguir manteniendo este piso otros 6–12 meses?”

Juan: “Hipoteca, comunidad... se nos van 900 € al mes, y eso nos resta para la entrada de la nueva.”

Tú: “Entonces, mantener el precio alto y esperar ‘a ver si suena la flauta’ ¿podría costaros más de 10.000 € en un año?”

Juan: “Visto así, sí...”

N — Necesidad-Solución

Tú: “Para que esto funcione para vosotros, ¿qué tendría que pasar en las próximas 4–6 semanas?”

Juan: “Tener visitas de verdad y ofertas serias, aunque ajustemos algo el precio.”

Tú: “¿Qué necesitas de mí para sentirte seguro tomando esa decisión?”

Juan: “Que me digas un precio realista y que muevas el piso en serio, con marketing.”

Tú: “Entonces, si te muestro un plan para lanzar el piso con un precio estratégico, acciones de marketing potentes y un calendario para recibir ofertas antes de septiembre, ¿te gustaría que lo hagamos juntos?”

Juan: “Sí, eso es justo lo que necesito.”

Nota: Observa cómo **él** verbaliza la urgencia y las condiciones del éxito. Tú solo conectas los puntos.

5. Microhabilidades que potencian SPIN

- **Escucha activa + notas visibles:** escribir palabras clave delante del cliente aumenta compromiso.
 - **Silencio incómodo:** después de una pregunta de implicación, cállate. Deja que el peso caiga.
 - **Parafrasear con emoción:** “Suenas a que estás cansado de perder tiempo y dinero sin resultados, ¿correcto?”
 - **Preguntas de contraste:** “¿Prefieres ganar 5.000 € más o llegar a tiempo a tu nueva casa?”
-

6. Indicadores de que vas bien (y mal) con SPIN

Vas bien si:

- El propietario habla más que tú.
- Usa frases como “necesito”, “me preocupa”, “lo ideal sería...”.
- Empieza a preguntar “¿Cómo hacemos...?”

Vas mal si:

- Respondes tus propias preguntas.
 - Saltas a hablar de tu marketing antes de conocer su problema.
 - El propietario sigue en respuestas superficiales (“no sé”, “da igual”).
-

7. SPIN + Escala 0–10 (combo letal)

1. Formula preguntas SPIN hasta entender bien el contexto.
 2. Lanza: “En una escala 0–10, ¿qué tan urgente es vender ahora?”
 3. Si <7, usa **Implication Questions** para subir el dolor latente.
 4. Repite la escala: “¿Y ahora?”
-

8. Practica con tu equipo (Role Plays SPIN)

Dinámica rápida (15 min):

1. Reparte tarjetas con “Situación + Problema latente” para el propietario.

2. El agente debe sacar **Implications** y conseguir una **Necesidad explícita**.
3. Cambiad roles. Feedback específico: ¿Qué pregunta abrió la caja?

Plantilla de feedback:

- Preguntas S usadas: ____
 - Preguntas P usadas: ____
 - Preguntas I usadas: ____
 - Preguntas N usadas: ____
 - ¿El cliente verbalizó su necesidad? ¿Cuál?
-

9. Prompts de IA para entrenar SPIN

- “Actúa como un propietario con baja motivación (4/10), precio irreal y plazo abierto. Yo practicaré SPIN; responde según mis preguntas.”
 - “Dame 10 preguntas de implicación para un propietario que debe vender por divorcio y teme bajar el precio.”
 - “Genera 3 escenarios distintos (historia + problema + consecuencias) para role plays de captación.”
-

10. Acción inmediata

1. Elige **3 preguntas de Implicación** y memorízalas hoy.
2. Integra en tu CRM un campo “Problema” y otro “Implicación” (no solo ‘Motivo’).
3. Haz al menos **1 role play SPIN por semana** con tu equipo.

Reunión de Ajuste de Precio con Propietario — SPIN Adaptado

Subtítulo: Del “esperemos a ver” al “ajustemos hoy y vendamos”. Versión Michele / InmoÉxito

0. Objetivo de la reunión

- **Alinear expectativas de precio con la realidad del mercado.**
- **Elevar la urgencia y el compromiso del propietario hacia el ajuste.**
- **Salir con un acuerdo escrito:** nuevo precio / rango / plan de acción y fecha de revisión.

Regla de oro: No es bajar por bajar, es **proteger el neto y el plazo del cliente.**

1. Preparación previa (no llegues “a ciegas”)

Checklist antes de sentarte con el propietario

2. Estructura de la reunión (SPIN aplicado al ajuste)

1. **Apertura y marco** (2–3 min) — Reset emocional.
 2. **S: Situación actual** — Qué ha pasado desde que listamos.
 3. **P: Problema** — Dónde está el cuello de botella (tráfico, ofertas, percepción).
 4. **I: Implicación** — Coste de seguir igual (tiempo, dinero, estrés, oportunidades perdidas).
 5. **N: Necesidad-Solución** — Que el propietario verbalice qué necesita para lograr su objetivo → tu propuesta de ajuste.
 6. **Cierre y acuerdo** — Fijar nuevo precio y próximos pasos.
-

3. Scripts y preguntas SPIN específicas para ajuste de precio

3.1 Apertura / Marco

- “Gracias por tu tiempo, Michele. Hoy quiero revisar lo que el mercado nos está diciendo y decidir juntos el mejor movimiento para alcanzar tu objetivo inicial: (repite su meta).”
- “No vengo a proponerte ‘regalar’ tu casa. Vengo a proteger lo que de verdad te importa: (plazo / neto / tranquilidad).”

3.2 S — Situación

- “Llevamos ____ días en el mercado, con ____ visitas online y ____ visitas presenciales. ¿Cómo te estás sintiendo con el proceso hasta ahora?”
- “¿Has recibido comentarios directos de amigos/familia sobre el anuncio o el precio?”
- “¿Qué ha cambiado en tu situación desde que decidimos este precio?”

3.3 P — Problema

- “Lo que observo es que tenemos tráfico pero no ofertas / pocas visitas / ofertas muy bajas. ¿Qué parte de eso te preocupa más?”
- “El feedback recurrente es ‘(ej.: caro frente a otros similares / necesita reformas)’. ¿Cómo lo ves tú?”
- “¿Qué te impide tomar una decisión de ajuste hoy?”

3.4 I — Implicación (donde sube la urgencia)

- “Si dentro de 30 días seguimos igual, ¿qué impacto tiene en (tu mudanza / tu compra / tu deuda)?”
- “Mantener el precio actual nos ha costado ya ____€ en X meses (hipoteca, comunidad, impuestos). Cada mes extra suma ____€. ¿Hasta cuánto estás dispuesto a asumir?”
- “Esperar a ‘que llegue el comprador que pague esto’ puede significar perder compradores cualificados que ya han pasado. ¿Qué pasaría si el mejor comprador nos vio caro y ni siquiera pidió visita?”
- “Si retrasamos la venta, ¿qué oportunidad de compra podrías perder o encarecer por la subida de tipos / precios?”

3.5 N — Necesidad-Solución

- “Entonces, para que tu plan de (mudarte antes de septiembre / liquidar la deuda / repartir la herencia) se cumpla, ¿qué tendría que pasar ahora mismo?”
 - “¿Qué nivel de actividad/visitas/ofertas te haría sentir que vamos por el camino correcto?”
 - “Si ajustamos a ____€ (precio basado en datos) y relanzamos con (X acciones), ¿te sentirías cómodo avanzando hoy?”
 - “¿Prefieres ajustar una sola vez con contundencia o hacer pequeños descensos cada dos semanas?”
-

4. Ejemplo de diálogo completo (caso realista)

Contexto: Propietaria (Laura) listó su ático hace 60 días a 420.000 €. 15 visitas, 0 ofertas. Quiere mudarse a Madrid antes de diciembre por trabajo. Hipoteca: 750 €/mes.

Agente: “Laura, gracias por recibirme. Hoy quiero que revisemos lo que el mercado nos está diciendo para asegurarnos de que llegas a Madrid en diciembre sin sobresaltos.”

S — Situación

Agente: “En estos 60 días hemos tenido 3.200 visualizaciones online, 15 visitas presenciales y ningún comprador ha formalizado oferta. ¿Cómo lo estás viviendo?”

Laura: “Me frustra, pensé que sería más rápido.”

Agente: “Tiene sentido. ¿Ha cambiado algo en tus planes desde que fijamos el precio?”

Laura: “No, sigo con la fecha de diciembre. Me urge cerrar antes de noviembre.”

P — Problema

Agente: “El comentario repetido de los compradores es que hay alternativas similares entre 390 y 405 mil con terraza. ¿Qué te genera escuchar eso?”

Laura: “Me molesta, porque mi terraza es mejor...”

Agente: “Es cierto que tu terraza es top. Aun así, el mercado compara por precio y metros antes de ver detalles. Si seguimos sin ofertas, ¿qué te preocupa que ocurra?”

Laura: “Que no llegue a Madrid a tiempo o tenga que alquilar algo provisional.”

I — Implicación

Agente: “Al ritmo actual, podríamos pasar otros 60 días sin ofertas. Eso son 1.500 € más entre hipoteca y comunidad, y quizá tengas que pagar doble vivienda unos meses. Además, la vivienda que te gusta en Madrid puede subir o venderse. ¿Qué impacto tendría eso en tu bolsillo y en tu tranquilidad?”

Laura: “Sería un desastre, me tocaría pedir un préstamo puente.”

Agente: “Entonces, mantenernos en 420.000 € a la espera ‘del comprador ideal’ puede salir bastante más caro que ajustar ahora. ¿Lo ves?”

Laura: “Sí, no lo había hecho números así.”

N — Necesidad-Solución

Agente: “Para que estés firmando en Madrid en noviembre, necesitamos ofertas en 3–4 semanas. Eso significa estar donde los compradores ya están comprando: 399.000 € y relanzar con campaña nueva y un Open House el próximo sábado. ¿Eso te daría la tranquilidad de avanzar?”

Laura: “Si a ese precio se mueve, lo hago.”

Agente: “Perfecto. Te preparo la adenda de precio ahora mismo y te detallo el plan de

relanzamiento. ¿Firmamos hoy para no perder tiempo?”

Laura: “Sí, firmemos.”

Nota: Ella verbaliza la necesidad (“ofertas en 3–4 semanas”) y acepta tu solución.

5. Mini-scripts de reencuadre (cuando “no quiero regalar mi casa”)

- “No te propongo regalarla. Te propongo **colocarla en el punto donde el mercado paga más rápido**. Esperar por un precio emocional suele restar más de lo que suma.”
 - “El primer precio es el que más poder tiene. Cada día fuera de mercado baja el interés y sube tu coste. ¿Prefieres un ajuste controlado ahora o varios forzados después?”
 - “Nuestro objetivo no es el precio más alto en el portal, es **el mayor neto en tu bolsillo** y a tiempo para tu plan.”
-

6. Señales de resistencia y cómo abordarlas

Señal	Qué significa	Respuesta sugerida
“Esperemos un mes más”	Miedo a decidir / falta de datos	“¿Qué esperamos que cambie en 30 días? Hoy tenemos X datos que ya nos hablan.”
“Bajemos solo 5.000 €”	Ajuste simbólico, no estratégico	“Ese ajuste no cambia tu rango de búsqueda para los compradores. Pasamos de caros a... caros.”
“Otro agente dice que aguante”	Búsqueda de validación	“¿Te mostré datos y plan o solo una opinión? Yo prefiero darte números y un camino claro.”
“No puedo bajar, necesito X netos”	Problema financiero real	“Trabajemos el neto: gastos, impuestos, negociación. A veces bajar 15k hoy evita perder 30k en 6 meses.”

7. Cierre y acuerdo escrito

Checklist al cerrar:

Script de cierre:

“Entonces acordamos ajustar a ____€, relanzar con ____ y revisar resultados el ____.
Voy a enviar la adenda ahora mismo para firmarla y activar el plan. ¿Algo más que necesites para sentirte 100% cómodo?”

8. Post-reunión: seguimiento y control

- Actualiza CRM con: nuevo precio, fecha revisión, coste oportunidad mensual.
 - Envía resumen por email/WhatsApp con **datos + decisión + próximos pasos**.
 - Agenda recordatorio para revisar métricas a los 21 días (visitas, feedback, ofertas).
-

9. Role play para tu equipo (15–20 min)

1. **Escenario:** Propietario con 60 días sin ofertas, necesita vender para comprar.
2. **Agente:** Debe usar SPIN y cerrar ajuste hoy.
3. **Observador:** Anota S, P, I, N usadas y en qué momento logró el “sí”.

Plantilla de feedback:

- Preguntas S: ____
 - Preguntas P: ____
 - Preguntas I: ____
 - Preguntas N: ____
 - ¿Hubo acuerdo claro? ¿Cuál?
-

10. Prompts de IA para practicar ajustes de precio

- “Simula ser un propietario que no quiere bajar de 420k por orgullo. Yo practicaré SPIN de ajuste de precio, responde en consecuencia.”
- “Dame 8 preguntas de implicación sobre el coste de esperar 3 meses más para vender.”

- “Genera 3 diálogos donde el propietario diga ‘no quiero regalar mi casa’ y el agente reencuadre con datos.”
-

11. Acción inmediata

1. Elige **2 preguntas de Implicación** y **1 de Necesidad** para memorizar hoy.
 2. Calcula el **coste mensual de espera** de tus 3 captaciones más frías y llévalo a la próxima reunión.
 3. Programa un **role play semanal de ajuste de precio** en tu equipo.
-