

Raport - kompetencje sprzedażowe

PAPI 3 | Sales & Leadership

Imię, nazwisko: Jan Przykładowy
Data: 7 grudnia 2016

Informacje prezentowane w tym są poufne.

Wprowadzenie

Informacje przedstawione w tym raporcie są poufne. Przeznaczone są one do wiadomości osoby, która wypełniła kwestionariusz, jej menedżera lub osoby odpowiedzialnej za proces rekrutacji.

Raport ten ma pomóc w zrozumieniu, jakiego typu zachowania lub jakie preferencje będzie przejawiać kandydat, podczas pełnienia ról związanych ze sprzedażą.

Raport powstał w oparciu o wyniki uzyskane w kwestionariuszu PAPI 3. Do badania wykorzystano ipsatywną wersję narzędzia. Kwestionariusze ipsatywne takie jak np. PAPI 3 pomagają zrozumieć istotę i ważność poszczególnych elementów osobowości w sytuacji pracy.

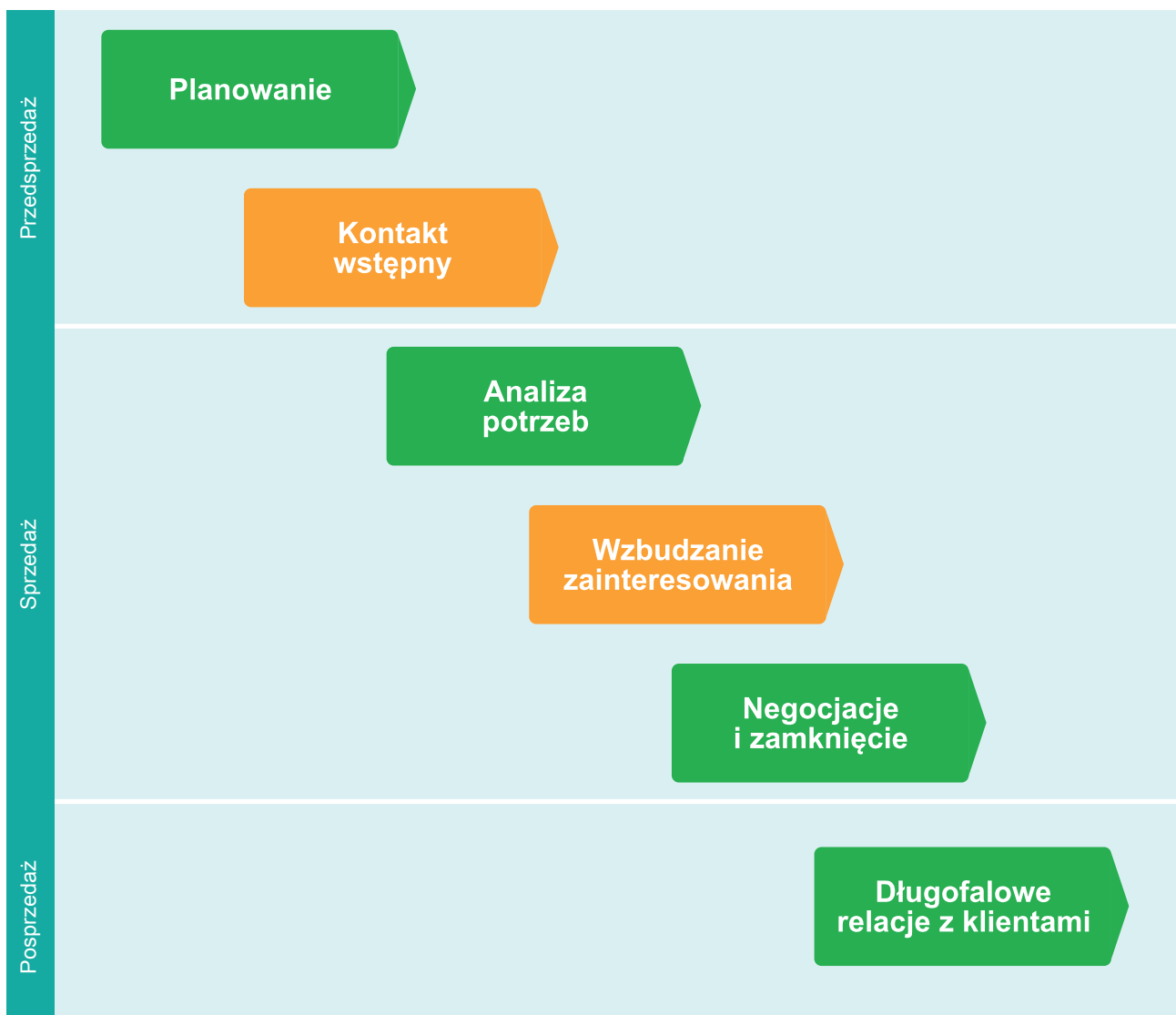
W raporcie powiązано indywidualny profil osobowości z modelem sprzedażowym. Model ten opisuje trzy fazy procesu sprzedaży: przedsprzedaż, sprzedaż i działania posprzedażowe. Każda z faz zawiera odrębne etapy, które mogą być wykorzystywane do szczegółowego opisu procesu sprzedaży:

- **Planowanie:** pozyskiwanie informacji od innych, koncentrowanie się na celach, tworzenie planów
- **Kontakt wstępny:** nawiązywanie pierwszego kontaktu, nieustępliwość, wytrwałość i wywieranie wpływu na innych
- **Analiza potrzeb:** identyfikowanie i rozumienie szczegółów, kreatywne ale zarazem praktyczne podejście, wybór najlepszego rozwiązania i uzyskanie dla niego poparcia
- **Wzbudzanie zainteresowania:** pewne prezentowanie rozwiązań, wywieranie wpływu na innych, wykazywanie pasji i wrażliwości interpersonalnej
- **Negocjacje i zamknięcie:** wywieranie wpływu i upór w dążeniu do celu z jednoczesnym uwzględnieniem potrzeb klienta
- **Długofalowe relacje z klientami:** budowanie długofalowych relacji z klientem, dostarczanie istotnych informacji i sugerowanie niezbędnych rozwiązań

Poszczególne etapy procesu sprzedaży zostały oznaczone w raporcie na czerwono, żółto lub zielono w zależności wyników uzyskanych przez kandydata przedstawiających jego względne preferencje. Dodatkowo dla każdego etapu sprzedaży zaprezentowane zostały potencjalne mocne strony i obszary wymagające rozwoju oraz dodatkowe pytania, które można wykorzystać prowadząc wywiad z kandydatem.

PAPI 3 jest kwestionariuszem samoopisowym, a zatem trafność informacji w nim zawartych jest uzależniona od szczerego podejścia do udzielania odpowiedzi, poziomu wglądu w siebie i sposobu, w jaki osoba wypełniająca do tego podeszła. Raport ten powinien być traktowany raczej jako sugestie, a prezentowane tu wyniki odbierane jako pewne hipotezy, które powinny być zweryfikowane podczas rozmowy z osobą, która wypełniła ten kwestionariusz.

Przedstawione w raporcie informacje nie powinny być wykorzystywane po upływie 12 miesięcy od daty jego wypełnienia. W sytuacji, gdy w tym czasie zaszły istotne zmiany w pełnionej przez Jan Przykładowy roli zawodowej lub w jej życiu pozazawodowym, zaleca się zaproszenie do ponownego wypełnienia kwestionariusza.



+ Kluczowe mocne strony

- Sporządzanie planów pomagających ustrukturyzowanie strategii sprzedaży
- Prezentowanie odpowiedniego poziomu pewności siebie i umiejętność wywierania wpływu pozwalająca stworzyć okazje do sprzedaży
- Koncentrowanie się na praktycznym wymiarze proponowanych rozwiązań
- Aktywne poszukiwanie możliwości, aby przekonać klienta do zaproponowanego rozwiązania lub produktu
- Wykazywanie chęci do wpływania na klienta i przekonywania go
- Wybieganie myślą w przód, aby przewidzieć przyszłe potrzeby klienta i kolejne szanse na sprzedaż

- Kluczowe obszary wymagające rozwoju

Dla tej osoby nie zidentyfikowano kluczowych obszarów wymagających rozwoju

Planowanie

Poszukiwanie informacji, koncentrowanie się na celach, planowanie.

+ Mocne strony

- Sporządzanie planów pomagających ustrukturyzowanie strategii sprzedaży
- Wykorzystywanie posiadanej sieci kontaktów do pozyskiwania istotnych informacji dotyczące klienta
- Wyznaczanie celów pomagających zwiększyć efektywność sprzedaży

- Obszary wymagające rozwoju

Dla tej osoby nie zidentyfikowano obszarów wymagających rozwoju

? Pytania

- Podaj przykład sytuacji, gdy brałeś/łaś udział w rozwijaniu strategii sprzedaży. W jaki sposób podszedłeś/łaś do tego zadania? Dlaczego ważne było posiadanie strategii? Jakie czynniki wzięłeś/wzięłaś pod uwagę? Jaki był końcowy rezultat?
- Podaj przykład sytuacji, kiedy należało wykorzystać wiele różnych źródeł i zasobów, aby wspomóc przygotowania do sprzedaży. Jakie to były zasoby i źródła? W jaki sposób uzyskane informacje pomogły ci się lepiej przygotować? Jaki był rezultat?

Kontakt wstępny

Nawiązywanie pierwszego kontaktu, okazywanie nieustępliwości, wywieranie wpływu na innych.

+ Mocne strony

- Prezentowanie odpowiedniego poziomu pewności siebie i umiejętność wywierania wpływu pozwalająca stworzyć okazje do sprzedaży
- Wykazywanie wytrwałości i uporę podczas inicjowania procesów sprzedaży
- Inicjowanie rozmów z nowymi osobami, gdy istnieje wyraźna szansa na sprzedaż

- Obszary wymagające rozwoju

- Możliwe trudności z radzeniem sobie z odmową i potrzeba znacznej ilości czasu na powrót do siebie w sytuacjach nawiązywania nowych kontaktów handlowych
- Możliwe trudności w dostrzeganiu mniej wyraźnych okazji do otwarcia sprzedaży

? Pytania

- Opowiedz o sytuacji, kiedy wytrwale i uparcie starałeś/łaś się nawiązać kontakt z jakąś osobą. Na jakie trudności natrafiłeś/łaś? Dlaczego w tym przypadku tak ważna była wytrwałość? Jaki był rezultat?
- Opowiedz o sytuacji, kiedy nawiązując nowy kontakt próbowałeś/łaś przejąć inicjatywę. Dlaczego postanowiłeś/łaś to zrobić? Na jakie trudności natrafiłeś/łaś? Jaki był rezultat?

Analiza potrzeb

Identyfikowanie i rozumienie szczegółów, kreatywne i jednocześnie praktyczne podejście, wybór najlepszego rozwiązania i uzyskanie dla niego poparcia.

+ Mocne strony

- Koncentrowanie się na praktycznym wymiarze proponowanych rozwiązań
- Rozpatrywanie za i przeciw różnych rozwiązań dla klienta i udzielanie rekomendacji we właściwym czasie
- Budowanie szerszej sieci relacji, obejmującej osoby spoza grona osób pierwszego kontaktu, aby poznać i zweryfikować potrzeby klienta
- W odpowiedzi na potrzeby klienta proponowanie kreatywnych i innowacyjnych rozwiązań
- Rozważanie pewnych kluczowych szczegółów dotyczących potrzeb klienta i potencjalnych rozwiązań

- Obszary wymagające rozwoju

- Możliwe rozpraszenie się tworzeniem różnorodnych koncepcji
- Nie dostrzeganie mniej oczywistych, ale być może krytycznych szczegółów

? Pytania

- Opowiedz o sytuacji, w której trudno było określić potrzeby klienta. Dlaczego było to trudne? Co zrobiłeś/łaś? Jaki był rezultat?
- Podaj przykład sytuacji, kiedy w odpowiedzi na potrzeby klienta przedstawiłeś/łaś kreatywne rozwiązanie. W jaki sposób doszedłeś/doszłaś do tego rozwiązania? Jakie inne opcje rozważałeś/łaś? Jaki był rezultat?

Wzbudzanie zainteresowania

Pewne prezentowanie rozwiązań, wywieranie wpływu na innych, okazywanie pasji i wrażliwości interpersonalnej.

+ Mocne strony

- Aktywne poszukiwanie możliwości, aby przekonać klienta do zaproponowanego rozwiązania lub produktu
- Pewne i zdecydowanie prowadzenie prezentacji w znanych sobie sytuacjach
- Okazywanie entuzjazmu w stosunku do pewnych aspektów swojej roli, niektórych produktów lub rozwiązań
- Przeprowadzając prezentację i wzbudzając zainteresowanie klienta okazywanie wysokiej wrażliwości i taktu; dostosowywanie do jego potrzeb sposobu i stylu komunikowania się

- Obszary wymagające rozwoju

- Prezentując ofertę możliwe okazywanie braku pewności siebie, szczególnie w sytuacji nowego produktu lub nowego klienta
- Możliwe trudności w okazywaniu entuzjazmu w odniesieniu do pewnych produktów lub rozwiązań
- Przypisywanie bardzo dużego znaczenia niewykorzystanym okazjom do sprzedaży i potencjalnym negatywnym informacjom zwrotnym od innych osób

? Pytania

- Opowiedz o sytuacji, gdy prowadziłeś/łaś prezentację, której celem było wzbudzenie zainteresowania klienta. Co wtedy zrobiłeś/łaś? W jaki sposób prezentacja została odebrana? Patrząc z perspektywy czasu, co można było jeszcze zrobić, aby prezentacja wypadła lepiej?
- Podaj przykład sytuacji, kiedy udało ci się zarazić sceptycznego klienta entuzjazmem do produktu lub rozwiązania. Dlaczego klient był sceptycznie nastawiony? Co wtedy zrobiłeś/łaś? Jaki był rezultat?

Negocjacje i zamknięcie

Wywieranie wpływu i upór w dążeniu do celu z jednoczesnym uwzględnianiem potrzeb klienta.

+ Mocne strony

- Wykazywanie chęci do wpływania na klienta i przekonywania go
- Wytwarte dążenie do zamknięcia sprzedaży
- Podczas negocjacji asertywne określanie swojej pozycji i oczekiwań

- Obszary wymagające rozwoju

- Możliwe trudności w słuchaniu i uwzględnianiu opinii wyrażanych przez klienta

? Pytania

- Opisz sytuację, w której prowadziłeś/łaś trudne negocjacje z klientem. Co sprawiło, że negocjacje były trudne? Co zrobiłeś/łaś? Jaki był rezultat?
- Opowiedz o sytuacji, w której klient miał obiekcje, co do przedstawionego przez siebie rozwiązania. Z czym związane były obiekcje klienta? W jaki sposób poradziłeś/łaś sobie z tymi obiekcjami? Jaki był rezultat?

Długofalowe relacje z klientami

Budowanie długofalowych relacji z klientem, dostarczanie istotnych informacji i wskazywanie niezbędnych rozwiązań.

+ Mocne strony

- Wybieganie myślą w przód, aby przewidzieć przyszłe potrzeby klienta i kolejne szanse na sprzedaż
- Dążenie do tego, by objąć klienta kompleksową obsługą
- Utrzymywanie pozytywnych bieżących relacji z klientami
- Wykazywanie się w innowacyjnością i znaczącą przedsiębiorczością podczas tworzenia pomysłów mających na celu wspieranie klientów

- Obszary wymagające rozwoju

- Możliwe trudności z budowaniem długofalowych i opartych na wzajemnym zaufaniu relacji z klientami
- Generowanie pomysłów, które nie zawsze są realne lub których nie da się zastosować w praktyce

? Pytania

- Opowiedz o sytuacji, kiedy po zamknięciu sprzedaży objąłeś/łaś klienta dalszą opieką i było to na wysokim poziomie. W jaki sposób upewniłeś /łaś się, że zaproponowana forma opieki posprzedażowej i realizowana obsługa była zgodna z oczekiwaniami klienta? Jaki był rezultat?
- Podaj przykład sytuacji, gdy po zakończeniu procesu wstępnej sprzedaży dostrzegłeś/łaś szansę na sprzedaż wiążaną? Co spowodowało, że dostrzegłeś/łaś te możliwości? Jaki był rezultat?