

thalento[®] 



SALES

Sales Capability Indicator

Client Logo

Maes Jan

Sales Representative

Normová skupina: **Czech Republic - general**

Profil SALES: **Sales Representative**

Tato zpráva byla vytvořena dne 23-05-2024.
Zprávu vygeneroval Kalenda Vratislav ze společnosti Brainwave Ltd.. Podkladové údaje byly získány dne 02-08-2022.

CO JE SALES CAPABILITY INDICATOR

Thalento[®] SALES poskytuje objektivní, podrobný a podložený přehled o dovednostech, postojích a rozvojovém potenciálu respondenta ve vztahu k obecně uznávaným aktivitám prodeje.

SALES byl vyvinut tak, aby poskytl komplexní porozumění tomu, jaký vliv budou mít jednotlivé složky respondentovy osobnosti, jeho chování a zejména pak jeho prodejní postoje a motivace na jeho prodejní aktivity a výkon.

ZÁKLAD

Thalento[®] SALES je založen na výsledcích získaných z odpovědí respondenta v osobnostním dotazníku Thalento[®] Performance Questionnaire (TH-PQ).

TH-PQ je nástroj ve formě on-line assessmentu, který zjišťuje spolehlivé a detailní informace o třiceti osobnostních a motivačních indikátorech, které jsou předpokladem k výkonnosti (indikátory pracovního výkonu, chování, postojů a motivace). Tyto mají prokázaný vliv na chování a výkon respondenta v pracovním prostředí.

Výsledné údaje jsou obzvláště vhodné k určení a pochopení profesního profilu respondenta, jeho prodejních dovedností, silných a slabých stránek a oblastí rozvoje.

SALES je výsledkem dlouholetého a detailního výzkumu uskutečněného společností Thalento[®]. Cílem výzkumu bylo určit vliv dovedností jedince na jeho potenciál a výkon v konkrétní prodejní roli. Zahrnoval testování a analyzování velké skupiny osob z celé řady různých prodejních pozic v rámci širokého spektra průmyslových odvětví a pokrýval několik geografických oblastí.

STRUKTURA ZPRÁVY

SALES je podrobná zpráva složená z následujících tří komplementárních, zároveň však nezávislých částí.

1. Aktivity prodejního cyklu
2. Prodejní motivy a potřeby
3. Prodejní dovednosti

Každá z těchto částí poskytuje detailní vhled do specifické oblasti celkového prodejního výkonu jedince.

Všechny skóre v SALES jsou znázorněny na škále od 1 do 5.

Thalento[®] prohlášení

Tento SALES je vytvořen přímo z výsledků on-line verze TH-PQ. Při interpretaci výsledků je proto nutné brát v potaz obecně subjektivní povahu posudků založených na dotaznících.

Thalento[®] NV nenese žádnou odpovědnost, pokud jde o rozdíly v interpretaci a posuzování těchto výsledků ani za následky užívání této zprávy a rozhodnutí formulovaných na základě této zprávy.

Aktivity prodejního cyklu

Tato část informuje o efektivitě respondenta v celkovém prodejním cyklu a je rozčleněna do sedmi různých prodejních aktivit. Každá z nich je považována za nedílnou součást celkového prodejního cyklu.

Ve vztahu ke specifické prodejní pozici, příslušnému prodejnímu procesu či specifickému odvětví nebo činnosti může jedna nebo více konkrétních aktivit hrát důležitější roli v chování, výkonu a úspěšnosti jedince.

Jednotlivé hodnoty uvádějí respondentovy silné a slabé stránky ve vztahu ke konkrétní prodejní aktivitě a umožní vám určit, ve které části prodejního procesu bude respondent nejefektivnější.

Prodejní motivy a potřeby

Tato část SALES poukazuje na situace a potřeby respondenta, které na něho působí motivačně. Je nutné je posuzovat v rámci dané prodejní pozice či role. Informace o motivech a potřebách umožňují lepší porozumění indikátorům, které mají potenciální vliv na prodejní výkon jedince.

Hodnoty pomáhají odpovědět na otázku, do jaké míry se potkávají motivy a potřeby respondenta na jedné straně a podmínky a kontext dané prodejní pozice, role nebo pracovního prostředí na straně druhé.

Prodejní dovednosti

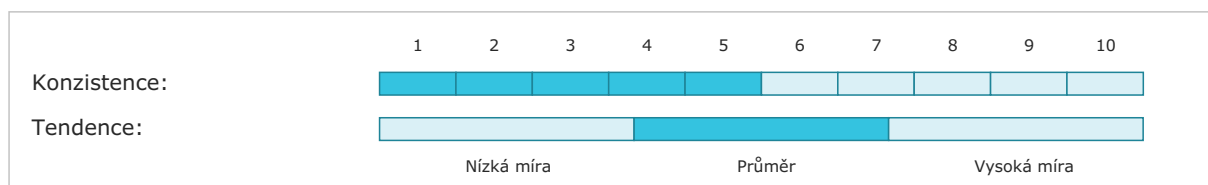
Tato část SALES nabízí podrobné informace o dovednostech jedince, které určují jeho výkon ve specifické prodejní roli.

Tyto dovednosti jsou rozděleny do tří oblastí:

- I. Postup a plánování
- II. Osobní přístup
- III. Komunikace a interpersonální dovednosti

Každá oblast obsahuje několik konkrétních a specifických dovedností, které jsou samostatně ohodnoceny. Tyto hodnoty poskytují spolehlivé informace o dovednostech jedince, silných stránkách a oblastech k rozvoji. Do jaké míry bude daná dovednost zásadní pro efektivitu prodeje, bude záviset na konkrétní prodejní roli a činnosti dané společnosti.

1. SKÓR



KONZISTENCE

Jedná se o orientační měřítko svědčící o tom, do jaké míry odpovídal respondent konzistentně na položky stejného indikátoru v rámci dotazníku TH-PQ. Konzistence odpovědí je měřena pomocí stenů (1-10). Hodnota ukazuje, do jaké míry se vzorec odpovědí respondenta odlišuje od typického vzorce odpovědí, která je pro danou oblast normou.

STEN 1 - 3	nízká konzistence	náhodná volba odpovědí
STEN 4 - 7	normální konzistence	konzistentní odpovědi
STEN 8 - 10	vysoká konzistence	tendence hodnotit vysoko nebo nízko

TENDENCE

Tato škála je údajem o možném nadhodnocení nebo podhodnocení výsledků respondenta. Tendence odpovědí uvádí, do jaké míry se vzorec odpovědí respondenta liší od běžného vzorce odpovědí vybrané normové skupiny.

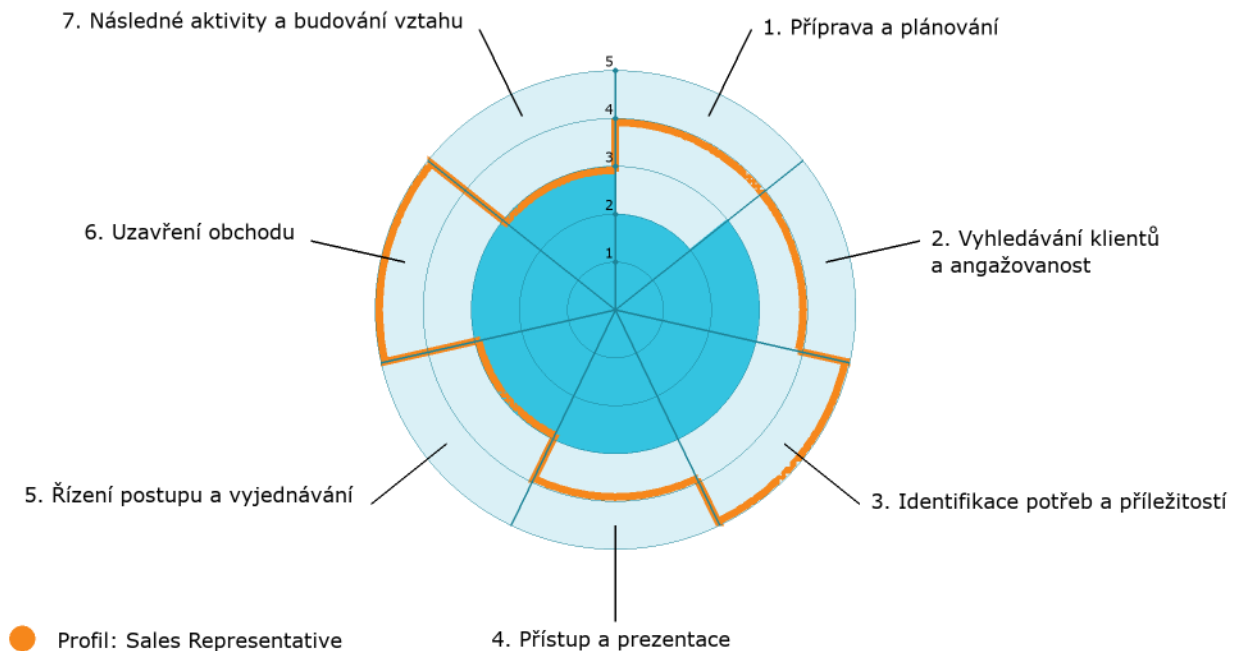
Může mít jednu ze tří hodnot:

nízká míra	podhodnocování
Průměr	vyvážený vzorec odpovědí
Vysoká míra	nadhodnocování

2. TESTOVACÍ DATA

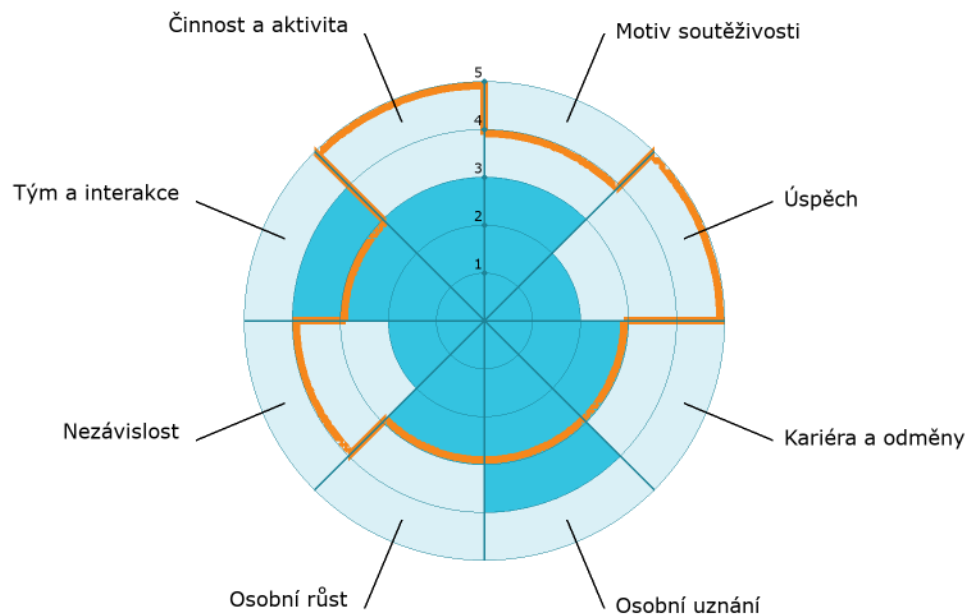
Test byl dokončen: 02-08-2022 v 16h56
 Strávený čas: 29 min

1. AKTIVITY PRODEJNÍHO CYKLU



Aktivity prodejního cyklu	Skór	Popis
1. Příprava a plánování	2	Analýza trhu a příležitostí. Identifikace a posouzení možností. Rozhodnutí o nejvhodnějším prodejním přístupu. Plánování, organizace a včasná realizace vhodné aktivity.
2. Vyhledávání klientů a angažovanost	3	Iniciování a navázání kontaktu. Stanovuje základ pro budování a vývoj obchodních vztahů. Systematické pokračování v úsilí. Vytrvalost při setkání s překážkami.
3. Identifikace potřeb a příležitostí	3	Rozpoznání a posouzení vyřčených a nevyřčených potřeb. Prozkoumání příležitostí. Vyjasnění obchodní situace, potřeb a řešení. Ovlivňování kupní motivace.
4. Přístup a prezentace	3	Důvěryhodné prezentování návrhů. Poskytování řešení/služeb/produktů v souladu s potřebami zákazníka. Získávání si věrnosti zákazníka.
5. Řízení postupu a vyjednávání	3	Identifikace, zvládnutí a překonání námitek prostřednictvím argumentace. Vyjednávání a získávání dohody konstruktivním a na výsledek zaměřeným způsobem.
6. Uzavření obchodu	3	Dokončení obchodního případu a domluva na podmínkách (doručení, načasování, cena, atd.)
7. Následné aktivity a budování vztahu	3	Vyvíjení následných aktivit (follow-up) zaměřených na klienta. Ujistění se o úspěšné realizaci zakázky. Následné budování vztahu se zákazníkem, jakožto základu pro další obchodní příležitosti.

2. PRODEJNÍ MOTIVY A POTŘEBY

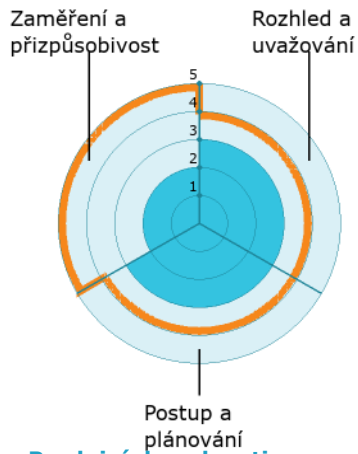


● Profil: Sales Representative

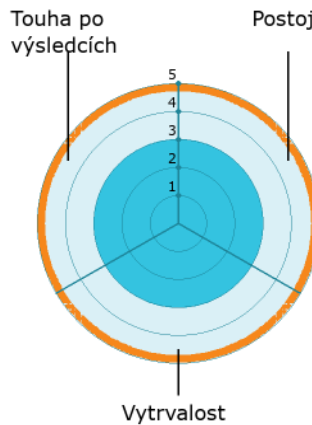
Prodejní motivy a potřeby	Skór	Popis
Motiv soutěživosti	3	Touha soutěžit a vyhrávat. Preference úspěchu získaného na základě soutěže.
Úspěch	2	Potřeba být úspěšný. Stanovování si ambiciózních cílů. Úspěšnost na základě vlastního úsilí.
Kariéra a odměny	3	Potřeba finančních a materiálních odměn. Důležitost kariérního růstu a osobního statusu.
Osobní uznání	4	Potřeba uznání a konstruktivní zpětné vazby. Zájem o pochvalu a neformální ocenění.
Osobní růst	3	Potřeba podnětného a podporujícího prostředí. Vyhledávání kontinuálního rozvoje.
Nezávislost	2	Potřeba autonomie v aktivitách a rozhodování. Potřeba pocitu nezávislosti na formálních procesech a hierarchii.
Tým a interakce	4	Touha komunikovat a být v interakci s ostatními. Potřeba být součástí týmu.
Činnost a aktivita	3	Energický a motivován činností. Potřeba neustále vyvíjet úsilí a zapojovat se do aktivit.

3. PRODEJNÍ DOVEDNOSTI

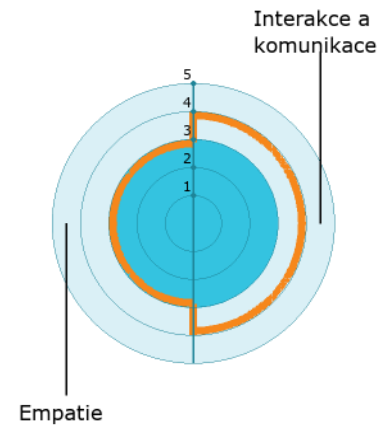
I. POSTUP A PLÁNOVÁNÍ



II. OSOBNÍ PŘÍSTUP



III. KOMUNIKACE A INTERPERSONÁLNÍ DOVEDNOSTI



Prodejní dovednosti	Skór	Popis
I. Postup a plánování		
Rozhled a uvažování	3	Rychlé a správné posuzování situací. Přehled, analytická důkladnost a intelektuální flexibilita.
Postup a plánování	3	Včasná a efektivní plánování a provedení aktivit. Schopnost vzít do úvahy všechny parametry a situace.
Zaměření a přizpůsobivost	2	Udržování zaměření na cíl a zajištění dosažení úspěchu. Schopnost přizpůsobit tomu výběr nevhodnějšího stylu jednání.
II. Osobní přístup		
Postoj	3	Sebevědomý a sebejistý v interakci. Nenechá se jen tak zastrašit a je schopen udržet klid a zaměření i ve stresu.
Vytrvalost	3	Nezdolnost při zvládání potíží, nezdarů či námitek. Schopnost udržet odhodlání a jasné zaměření.
Touha po výsledcích	3	Odhodlání dosáhnout cílů. Motivace výzvou a cíli. Dychtivost prodat.
III. Komunikace a interpersonální dovednosti		
Interakce a komunikace	3	Schopnost snadno navázat kontakt s druhými lidmi. Využití silných a přesvědčivých komunikačních dovedností.
Empatie	3	Aktivní naslouchání. Pozorné sledování názorů a reakcí druhých. Schopnost přiblížit se druhým a interpretovat jejich chování a činy.

● Profil: Sales Representative