

FinxS Myyntikompetenssien arviointi - Rekrytointi

VENDACON

Tämä raportti perustuu FinxS® Myyntikompetenssien arvioinnissa annettuihin vastauksiin. Raporttia ei tule käyttää ainoana kriteerinä tätä henkilöä koskevissa päätöksissä. Raportti on tarkoitettu antamaan arvioitua henkilöä koskevaa lisäinformaatiota.

Sam Salesman

Organisaatio:

Extended DISC

Päivämäärä:

06.09.2018



FinxS Myyntikompetenssien arvioinnin esittely:

FinxS Myyntikompetenssien arviointi tunnistaa nykyisen myyntivalmiutesi 18 myyntityössä onnistumisen kannalta keskeisissä myyntikompetensseissa.

On tärkeä huomioida, että FinxS Myyntikompetenssien arviointi on tarkoitettu henkilöille, joilla on jo jonkin verran kokemusta myyntityöstä. Henkilöiden, joilla ei ole lainkaan myyntitaustaa, on vaikea ottaa kantaa väittämiin.

Miten käyttää FinxS Myyntikompetenssien arviointi -raporttia:

Tämä arviointi tunnistaa henkilön vahvuudet ja kehittymisalueet myyntityössä sekä myyntityön eri osa-alueiden vastaavuusprosentit.

Huomaa, että FinxS Myyntikompetenssien arviointi kuvaa henkilön tämän hetken myyntivalmiutta. Tämä tarkoittaa, että hän voi kehittää taitojaan kaikissa 18 myyntikompetenssissa harjoittelun ja coachingin avulla.

Parhaaseen lopputulokseen pääsee tutustumalla tuloksiin ammattitaitoisen valmentajan kanssa, joka on saanut koulutuksen FinxS Myyntikompetenssien arvioinnin tulkintaan. Hänellä on taito avata tulokset, poimia keskeisimmät tiedot ja tehdä oikeat johtopäätökset niiden pohjalta. Hänellä on myös ymmärrystä mindseteistä, joista tulokset muodostuvat.



Kieliasu

Raportissa käytetään sukupuolineutraalia kieltä.

Vastuuvapauslauseke:

FinxS Myyntikompetenssien arviointi -raportin tuloksia ei tule käyttää ainoana päätöksenteon kriteerinä. Sitä ei ole suunniteltu eikä sitä tule käyttää mustavalkoisesti rekrytointipäätöksiin. Aina tulee huomioida myös muut asiaan vaikuttavat seikat kuten tiedot, taidot, asenne, älykyys, koulutus ja kokemus, joita tämä analyysi ei kuvaa.

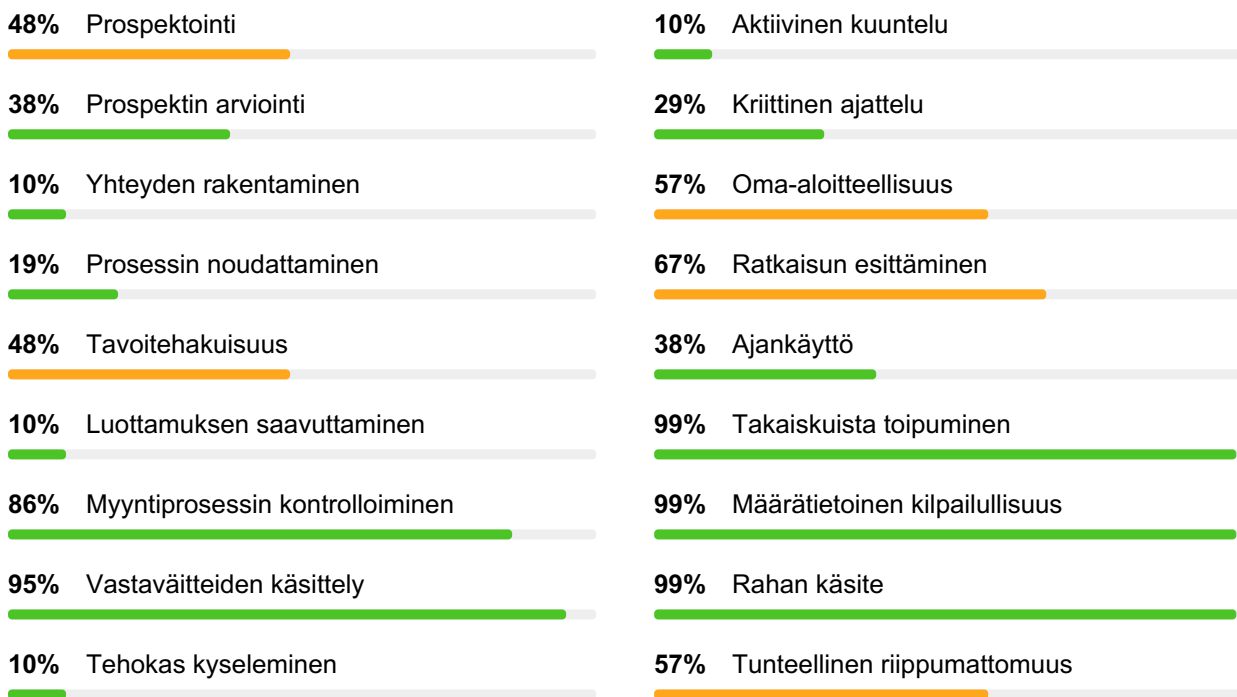
Yleiskuvaus

Alla oleva taulukko näyttää arvioidun henkilön tulokset 18 myyntikompetenssissa. Tulokset perustuvat hänen FinxS Myyntikompetenssien arvioinnissa antamiinsa vastauksiin. Tutustuessasi tuloksiin, muista, että ne kuvaavat hänen tämän hetkistä myyntivalmiuttaan. Halutessaan hän voi kehittää taitojaan kaikissa 18 myyntikompetenssissa.

Tutustuessasi tuloksiin, puunitse eri kompetenssien tärkeyttä omien työtehtäviesi ja niiden asettamien vaatimusten näkökulmasta. Olet esimerkiksi voinut saada alhaisen tuloksen kompetenssista, joka ei ole tärkeä juuri sinun myyntityösi ja siinä onnistumisen kannalta. Se ei ehkä ole kovin oleellinen ja saattaa itse asiassa olla hyödyksi, ettei keskity siihen.

On myös suositeltavaa, että tutustut luontaiseen toimintatapaasi 18 myyntikompetenssin osalta. Se antaa sinulle täydentävää lisäinformaatiota ja auttaa sinua tunnistamaan alueita, joita haluat tarkastella lähemmin.

Tulokset



MUISTIINPANOJA

Henkilökohtaiset tulokset

Haluton soittamaan uusille potentiaalisille asiakkaille - monista eri syistä; omaa "Farmarin" ajattelutavan odottaen myyntimahdollisuuksien ilmaantuvan ja toivoen olemassa olevilta asiakkailta lisää tilauksia.

PROSPEKTOINTI

48%

Tavoittelee aktiivisesti uutta liiketoimintaa, omaa "Metsästäjän" ajattelutavan ja ottaa vastuun uusien myyntimahdollisuuksien löytämisestä.

Innostunut esittämään ratkaisunsa ja jakamaan tietoa, välittämättä siitä onko prospekti siitä kiinnostunut vai ei. Yrittää päättää kaupan liian aikaisin, unohtaa usein selvittää onko prospektista todelliseksi asiakkaaksi.

PROSPEKTIN ARVIOINTI

38%

Paneutuu kyselemällä ja kuuntelemalla selvittämään onko prospekti potentiaalinen asiakas ja missä vaiheessa hän olisi valmis tekemään ostopäätöksen.

Ei keskity luottamuksen rakentamiseen, osoittaa itsekeskeisyyttä, välttelee läheistä suhdetta. Kokee vaikeaksi olla aidosti kiinnostunut prospektin tarpeista tai tyytyväisyydestä. Saattaa olla turhan ujo.

YHTEYDEN RAKENTAMINEN

10%

Luo luottamuksellisen ja toverillisen yhteyden prospekteihin nopeasti. Helpottaakseen kanssakäymistä, on kykenevä mukauttamaan omaa toimintatapaansa prospektin toimintatapaan sopivaksi.

Kärsimätön ja haluton sitoutumaan prosesseihin ja käytäntöihin. Yrittää usein oikaista ja improvisoida. Impulsiivinen, ei innostu ohjeista ja säännöistä.

PROSESSIN NOUDATTAMINEN

19%

Noudattaa kärsivällisesti ja huolellisesti järjestelmällistä prosessia. Ei yritä improvisoida. Uskoo vakaasti, että hyvin suunnitellun prosessin seuraaminen tuottaa tuloksia.

Viihtyy tilanteessa, jossa ei tarvitse jatkuvasti pyrkiä parempiin tuloksiin. Tyytyy helposti nykytilaan, kun kyse on henkilökohtaisista saavutuksista ja tulotasosta.

TAVOITEHAKUISUUS

48%

Pyrkii innokkaasti tavoitteisiin ja parempiin suorituksiin. Asettaa vaativia tavoitteita ja päättää sitten tarvittavista toimenpiteistä tavoitteiden saavuttamiseksi. On harvoin tyytyväinen omaan suoritustasoonsa.

Itsevarma, eikä kaipa tunnetasolla muiden hyväksyntää. Haluaa olla vakuuttava ja kohteliaasti vaativa. Ei välitä vaikka se johtaisi tilanteeseen, jossa muut eivät pidä hänestä.

LUOTTAMUKSEN SAAVUTTAMINEN

10%

Kunnioittaa prospekteja ja haluaa pitää heidät positiivisina koko myyntiprosessin ajan. Voi kokea vaikeana puhua sellaisista asioista, jotka haastavat prospekteja.

MYYNTIPROSESSIN KONTROLLOIMINEN

Antaa prospektin johtaa tapaamista. Luovuttaa prosessin vastuun muille, luopuu omasta suunnitelmastaan tai etenee ilman suunnitelmaa. Hänen on vaikeaa pitää myyntiprosessi oikealla polulla.

86%

Asettaa tapaamiselle reunaehdot, kuvaa prospektille etenemisen ja mahdollisen lopputuloksen. Kykenee hienovaraisesti kontrolloimaan keskustelua ja pitämään sen oikealla polulla.

VASTAVÄITTEIDEN KÄSITTELY

Haluton haastamaan prospektin vastaväitteitä. Ponneeton. Kokee vaikeaksi selvittää ovatko viivyttelyt ja vastaväitteet todellisia vai tekosyitä. Taipuu helposti prospektin vastaväitteiden edessä.

95%

Näkee viivyttelyt ja vastaväitteet mahdollisuuksina olla kohteliaan määrätietoinen ja kysyä prospektilta tarkentavia kysymyksiä saadakseen prospektin käsittelemään omia vastaväitteitään.

TEHOKAS KYSELEMINEN

Uskoo, että kysymykset ovat tunkeilevia ja ettei liian monia kysymyksiä pitäisi esittää. Ei etene järjestelmällisesti esittäessään kysymyksiä. Lankeaa helposti esittelijän rooliin.

10%

Esittää jäsenneiltyä kysymyksiä määrittääkseen prospektin tilanteen ja päättääkseen kuinka hyvin myyjän tuotteet/palvelut sopivat prospektin tarpeisiin.

AKTIIVINEN KUUNTELU

Herpaantuu helposti kuunnellessaan muita. Muodostaa mielessään omia näkemyksiään muiden puhuessa. Lakkaa helposti kuuntelemasta muita, jos ei ole kiinnostunut.

10%

Pyrkii aktiivisesti ymmärtämään mitä kanssaihminen viestittää. Menee "kuulemisen" taakse ja keskittyy puhujan kaikkiin viesteihin (sanat, äänenpaino, kehon kieli).

KRIITTINEN AJATTELU

Epäonnistuu usein soveltamaan olemassa olevaa tietoa uusien ongelmien ratkaisuihin. Jos ratkaisu ei ole ilmeinen, niin käyttää yleensä vähän aikaa ongelmien ratkaisuun. Kärsimättömyys estää loogisen ajattelun ja päättelyn sekä nykyisen käsityksen uudelleen arvioimisen ongelman ratkaisemiseksi.

29%

Soveltaa olemassa olevaa tietoa uusien ongelmien ratkaisuihin. Välttää ehdotuksen tai toiminnon tuomitsemista ennen sen tarkempaa tutkimista. Tarkastelee asiaa eri näkökulmista.

OMA-ALOITTEISUUS

Odottaa muiden tarttuvan toimeen. Haluaa, että hänelle kerrotaan mitä pitää tehdä. Saattaa toimia suunnitelmallisesti, mutta ei pyri parempiin tuloksiin. Vaatii ohjausta ja valvontaa tarttuakseen toimeen.

57%

Pyrkii jatkuvasti parempiin tuloksiin. Ei odota, että hyvät asiat tapahtuvat itsestään. Uskoo, että jokainen on oman onnensa seppä.

Aika menee hukkaan. Esitykset ovat usein tehottomia, koska ei onnistu sitouttaman kuulijoita ja menettää näin kuulijoiden mielenkiinnon. Eksyy asiasta. Keskeytykset häiritsevät esitystä. Esitys pyöri paikallaan eikä se innosta toimintaan.

RATKAISUN ESITTÄMINEN

67%

Sitouttaa kuulijat tehokkaasti ja saa pidettyä yllä heidän mielenkiintonsa hyvillä kommunikointitaidoilla, innostavilla kysymyksillä ja näyttävällä esitystekniikalla.

Ei noudata aikataulua eikä työskentele tehokkaasti. Häiriintyy helposti keskeytyksistä tai muista asioista ja kiinnittää huomionsa niihin sen sijaan, että keskittyisi käsillä olevaan tehtävään.

AJANKÄYTTÖ

38%

Keskittyy aikatauluihin ja tekemiseen saavuttaakseen parhaan lopputuloksen. Ei hukkaa aikaa välttelyyn ja kiertelyyn, ei lykkaa tärkeitä tehtäviä.

Näkee takaiskut pelkästään negatiivisina, ei näe niissä mahdollisuutta oppia tekemään asioita paremmin. Haluton ottamaan riskejä välttääkseen epäonnistumiset.

TAKAISKUISTA TOIPUMINEN

99%

Kokee takaiskut ohimenevinä ja mahdollisuuksina oppia tekemään asioita paremmin. On valmis ottamaan riskejä voittaakseen, eikä ole jumiutunut turvallisuuteen kaikissa asioissa.

Pitää tärkeänä voittamista muiden avulla tai muiden kanssa. Ei pyri saavuttamaan kilpailuetua. Ei motivoitu siitä, että on paras tai voittaa hinnalla millä hyvänsä.

MÄÄRÄTIETAINEN KILPAILULLISUUS

99%

Panostaa hellittämättä voittoon, pyrkii saavuttamaan kilpailuetua. Haluaa aina parantaa. Etsii kilpailutilanteita ja tilanteita sen hyödyntämiseksi.

Kokee syyllisyyttä "liian" suuresta myyntipalkkiosta. Ei usko itse ansaitsevansa "paljon" rahaa, kokee voimakasta myötätuntoa kun prospekti valittaa "liian korkeasta hinnasta".

RAHAN KÄSITE

99%

Näkee rahan tienämisen terveenä pyrkimyksenä. Uskoo, että rahan ansaitseminen on vain korvausta myyntiponnisteluista. Arvostaa omaa aikaansa, eikä aristele laskuttaa siitä.

Antaa tunteiden häiritä itseään myyntiprosessin aikana. Häiriintyy helposti prospektin kliseistä ja vakuutteluista. Tekee oletuksia prospektin aikeista positiivisten tunteiden tai prospektin puheiden pohjalta.

TUNTEELLINEN RIIPPUMATTOMUUS

57%

Pitäytyy tunteellisesti syrjässä myyntiprosessin aikana (mutta pystyy silti hoitamaan prospektin). Ei anna prospektin vakuutteluiden tai positiivisten kommenttien estää myyntiprosessin etenemistä ja oikeiden kysymysten esittämistä.

Myyntiroolit - Yhteenveto

FinxS Myyntikompetenssien arviointi laskee vastaajalle kuhunkin myyntirooliin vastaavuusprosentin. Roolit on järjestetty korkeimmasta matalimpaan. Kun tutkit vastaavuusprosentteja niin huomioi, että tulokset kuvaavat vastaajan tämän hetken tilannetta. Riittävällä motivaatiolla ja asiaan paneutumisella kompetensseja voidaan kehittää. Jos Sam niin haluaa, hänen on mahdollista kehittyä jokaisessa 18 myyntikompetenssissa.

Myyntiroolit - Tyypillisimmät roolit

Nämä Myyntiroolit sopivat vastaajalle ja luovat parhaat onnistumisen mahdollisuudet.

79%

Innostaja

72%

Diileri

68%

Myynnin luoja

Myyntiroolit - Potentialiset roolit

Tässä vaiheessa nämä myyntiroolit ovat vastaajalle haasteellisimmat, mutta niihin panostamalla ja jatkuvalla kehittämisellä niiden edellytykset on mahdollista saavuttaa.

61%

Edelläkävijä

Myyntiroolit - Marginaaliroolit

Nykytilanteessa nämä myyntiroolit ovat vastaajalle kaikkein hankalimpia ja niihin mukautuminen vaatisi merkittäviä parannuksia monella osa-alueella.

43%

Innovaattori

41%

Hankkija

36%

Kumppani

36%

Neuvonantaja

Myyntiroolit - Kuvaus

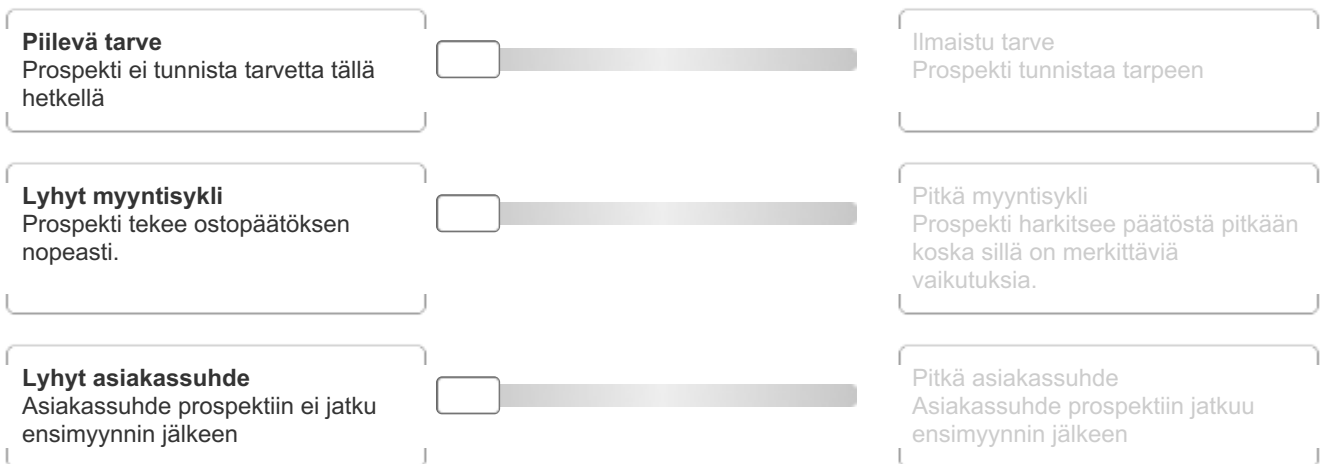
INNOSTAJA (79%)

Sellaisen helposti ymmärrettävän tuotteen/palvelun myyminen, jota prospekti ei kuitenkaan vielä tunne tai ei ole tiedostanut tarvetta siihen. Ostopäätös on melko helppo ja nopea. Myyntiprosessi sisältää usein, mutta ei aina, yhden tapaamisen. Kun kauppa on päätetty, myyjä on harvoin, jos koskaan, vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa.

Tyypillisesti:

- Lähes aina yksi myyntitapaaminen
- Yksi päätöksentekijä
- Nopea ja vähäriskinen päätös
- Yksinkertainen tarjous
- Maltillinen hinnoittelu
- Ei prospektin sitoutumista

Tämä Myyntirooli koostuu:



Osuuudet myyntikompetensseittain

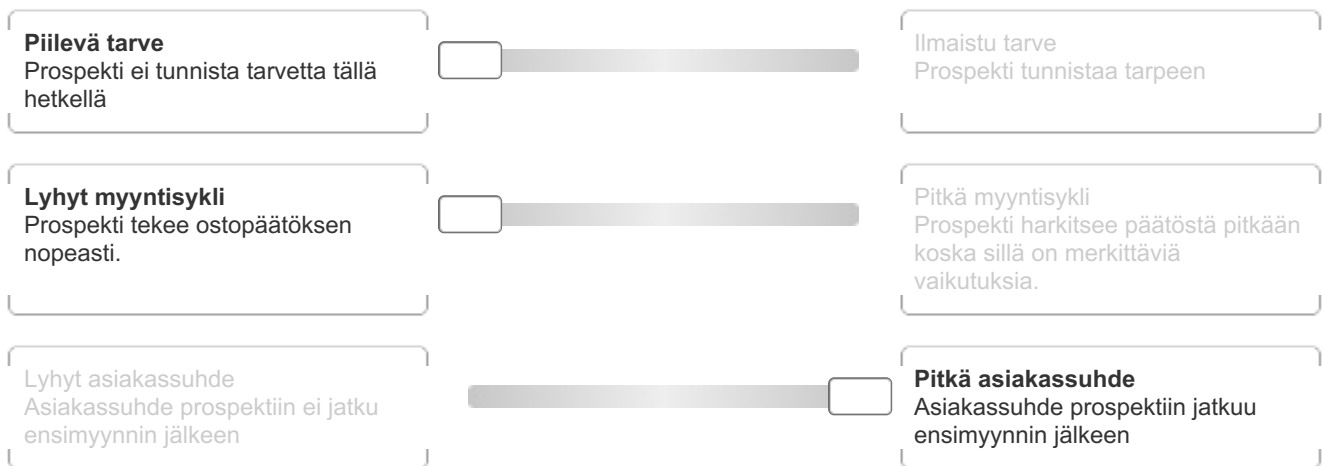
Innostaja	Sam	Innostaja	Sam
Prospektointi	Vähäinen	Aktiivinen kuuntelu	Vähäinen
Prospektin arviointi	Lähes sopiva	Kriittinen ajattelu	Sopiva
Yhteyden rakentaminen	Sopiva	Oma-aloitteellisuus	Vähäinen
Prosessin noudattaminen	Sopiva	Ratkaisun esittäminen	Lähes sopiva
Tavoitehakuisuus	Vähäinen	Ajankäyttö	Sopiva
Luottamuksen saavuttaminen	Sopiva	Takaiskuista toipuminen	Lähes sopiva
Myyntiprosessin kontrolloiminen	Sopiva	Määrätietoinen kilpailullisuus	Lähes sopiva
Vastaväitteiden käsittely	Lähes sopiva	Rahan käsite	Lähes sopiva
Tehokas kyseleminen	Heikko	Tunteellinen riippumattomuus	Vähäinen

MYYNIN LUOJA (68%)

Sellaisen yksinkertaisen tuotteen/palvelun myyminen, jonka prospekti ymmärtää tyypillisesti nopeasti. Hän ei ole kuitenkaan kuullut sitä aiemmin tai ei ole tunnistanut tarvetta siihen. Ostopäätös on helppo ja nopea. Myyntiprosessi sisältää usein, mutta ei aina, yhden tapaamisen. Myynti luo pitkäaikaisen suhteen asiakkaan ja myyjän välille, mikä johtuu yleensä tuki- ja/tai palvelutarpeista.

Tyypillisesti:

- Yksi tai kaksi myyntitapaamista
- Nopea päätös
- Alkuinvestointi alhainen tai sitä ei ole lainkaan
- Asiakkaan määräaikaiset maksut
- Myynnin jälkeinen tuki myyjältä ja/tai muilta
- Mahdollisuuksia lisämyyntiin myyntitapahtuman jälkeen

Tämä Myyntirooli koostuu:**Osuuudet myyntikompetensseittain**

Myynnin luoja	Sam	Myynnin luoja	Sam
Prospektointi	Vähäinen	Aktiivinen kuuntelu	Lähes sopiva
Prospektin arviointi	Lähes sopiva	Kriittinen ajattelu	Sopiva
Yhteyden rakentaminen	Heikko	Oma-aloitteellisuus	Vähäinen
Prosessin noudattaminen	Sopiva	Ratkaisun esittäminen	Vähäinen
Tavoitehakuisuus	Vähäinen	Ajankäyttö	Vähäinen
Luottamuksen saavuttaminen	Sopiva	Takaiskuista toipuminen	Sopiva
Myyntiprosessin kontrolloiminen	Sopiva	Määrätietoinen kilpailullisuus	Sopiva
Vastaväitteiden käsittely	Sopiva	Rahan käsite	Ylikorostunut
Tehokas kyseleminen	Heikko	Tunteellinen riippumattomuus	Ylikorostunut

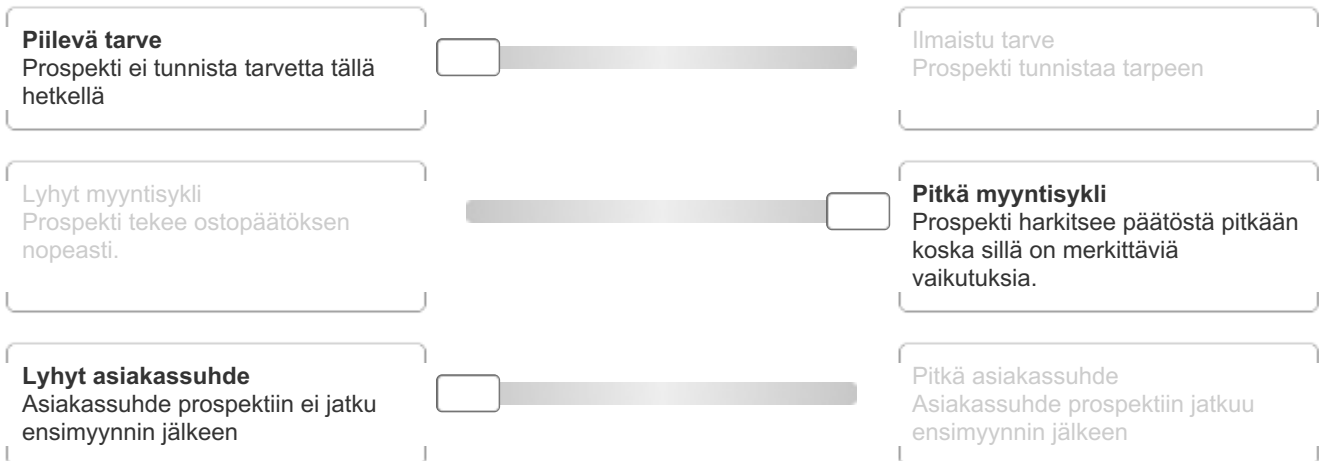
EDELLÄKÄVIJÄ (61%)

Sellaisen monimutkaisen tuotteen/palvelun myyminen, jota prospekti ei vielä tunne tai johon hän ei ole vielä tiedostanut tarvetta. Monimutkainen ja pitkä päätöksentekoprosessi, johon liittyy useita päätöksentekijöitä. Kun kauppa on päätetty, myyjä ei jatka yhteydenpitoa asiakkaaseen.

Tyypillisesti:

- Useita myyntitapaamisia
- Useita päätöksentekijöitä, joilla erilaisia tarpeita
- Pitkähkö päätöksentekoprosessi
- Monimutkainen tarjous, joka edellyttää tukimateriaalia
- Kallis tuote/palvelu
- Ei jatkuvaa palvelua

Tämä Myyntirooli koostuu:



Osuuudet myyntikompetensseittain

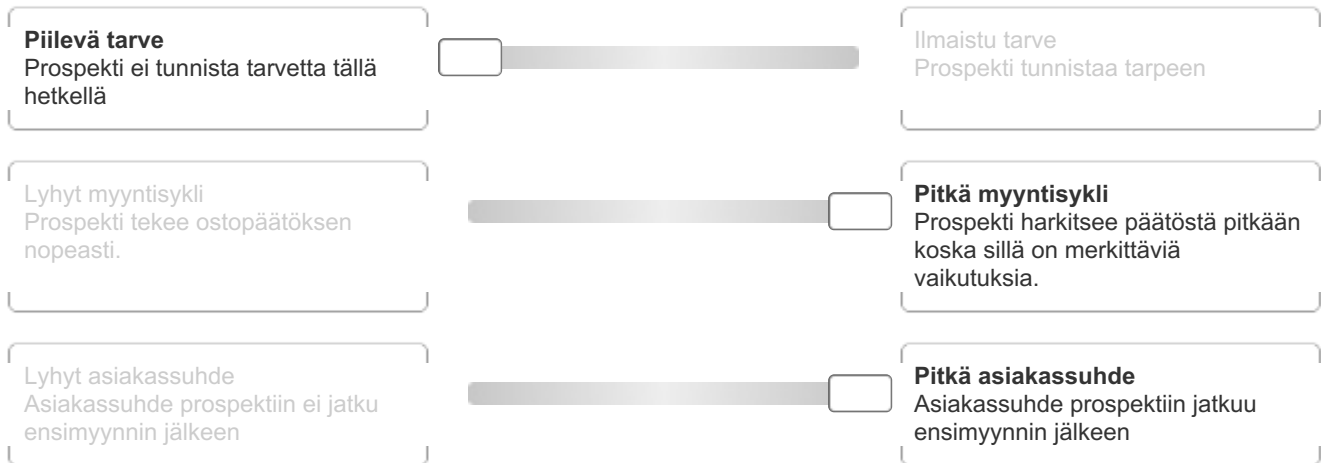
Edelläkävijä	Sam	Edelläkävijä	Sam
Prospektointi	Vähäinen	Aktiivinen kuuntelu	Heikko
Prospektin arviointi	Vähäinen	Kriittinen ajattelu	Vähäinen
Yhteyden rakentaminen	Lähes sopiva	Oma-aloitteellisuus	Lähes sopiva
Prosessin noudattaminen	Sopiva	Ratkaisun esittäminen	Lähes sopiva
Tavoitehakuisuus	Lähes sopiva	Ajankäyttö	Sopiva
Luottamuksen saavuttaminen	Lähes sopiva	Takaiskuista toipuminen	Ylikorostunut
Myyntiprosessin kontrolloiminen	Sopiva	Määrätietoinen kilpailullisuus	Ylikorostunut
Vastaväitteiden käsittely	Lähes sopiva	Rahan käsite	Ylikorostunut
Tehokas kyseleminen	Heikko	Tunteellinen riippumattomuus	Lähes sopiva

INNOVAATTORI (43%)

Sellaisen monimutkaisen tuotteen/palvelun myyminen, jota prospekti ei vielä tunne tai johon hän ei ole vielä tiedostanut tarvetta. Monimutkainen ja pitkä päätöksentekoprosessi, johon liittyy useita päätöksentekijöitä. Joskus päättäjät saattavat olla eri mieltä asiasta. Myyminen synnyttää jatkuvan asiakassuhteen, joka edellyttää, että myyjä aktiivisesti ylläpitää ja syventää asiakassuhdetta.

Tyypillisesti:

- Useita myyntitapaamisia
- Useita päätöksentekijöitä
- Vaikeasti hahmotettava tuote/palvelu
- Merkittävä investointi
- Molempien osapuolien pitkäaikainen sitoutuminen
- Asiakassuhteen vaalimista myymisen jälkeen

Tämä Myyntirooli koostuu:**Osuuudet myyntikompetensseittain**

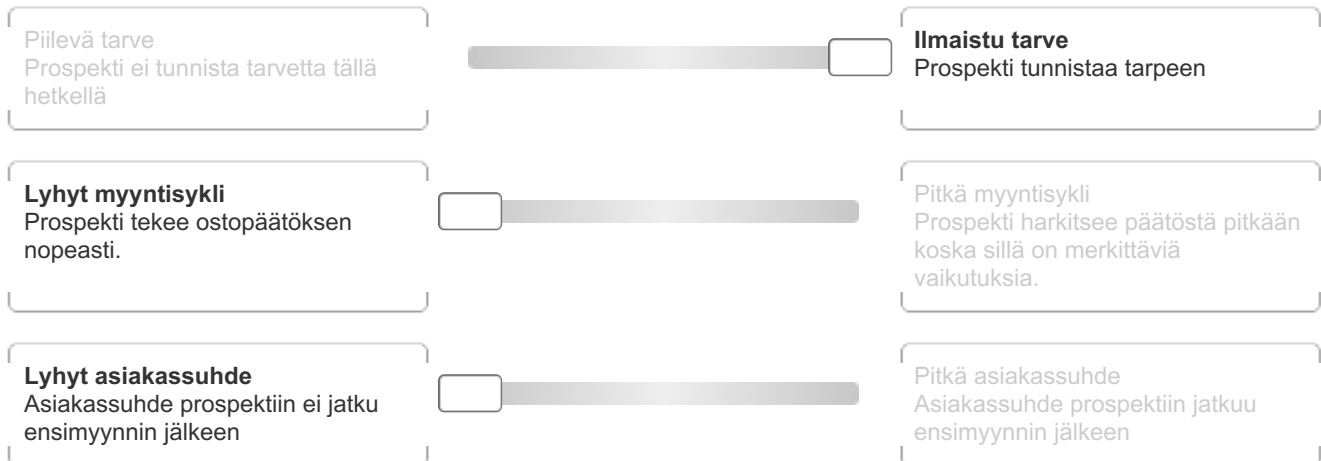
Innovaattori	Sam	Innovaattori	Sam
Prospektointi	Sopiva	Aktiivinen kuuntelu	Heikko
Prospektin arviointi	Heikko	Kriittinen ajattelu	Heikko
Yhteyden rakentaminen	Heikko	Oma-aloitteellisuus	Lähes sopiva
Prosessin noudattaminen	Lähes sopiva	Ratkaisun esittäminen	Ylikorostunut
Tavoitehakuisuus	Lähes sopiva	Ajankäyttö	Sopiva
Luottamuksen saavuttaminen	Vähäinen	Takaiskuista toipuminen	Liiallinen
Myyntiprosessin kontrolloiminen	Sopiva	Määrätietoinen kilpailullisuus	Ylikorostunut
Vastaväitteiden käsittely	Ylikorostunut	Rahan käsite	Liiallinen
Tehokas kyseleminen	Heikko	Tunteellinen riippumattomuus	Ylikorostunut

DIILERI (72%)

Sellaisen helposti ymmärrettävän tuotteen/palvelun myyminen, jonka prospekti tuntee. Hän on ostanut usein vastaavanlaisia tuotteita aiemminkin. Ostopäätös on nopea ja helppo. Myyntiprosessi sisältää yleensä vain yhden tapaamisen ja myyminen tapahtuu vain yhden kerran. Kaupan jälkeen myyjä on harvoin yhteydessä asiakkaaseen.

Tyypillisesti:

- Vain yksi myyntitapaaminen
- Yksi päätöksentekijä
- Nopea päätöksenteko
- Yksinkertainen tuote/palvelu
- Kohtuullinen hinnoittelu
- Ei lisäpalveluiden tarvetta

Tämä Myyntirooli koostuu:**Osuuudet myyntikompetensseittain**

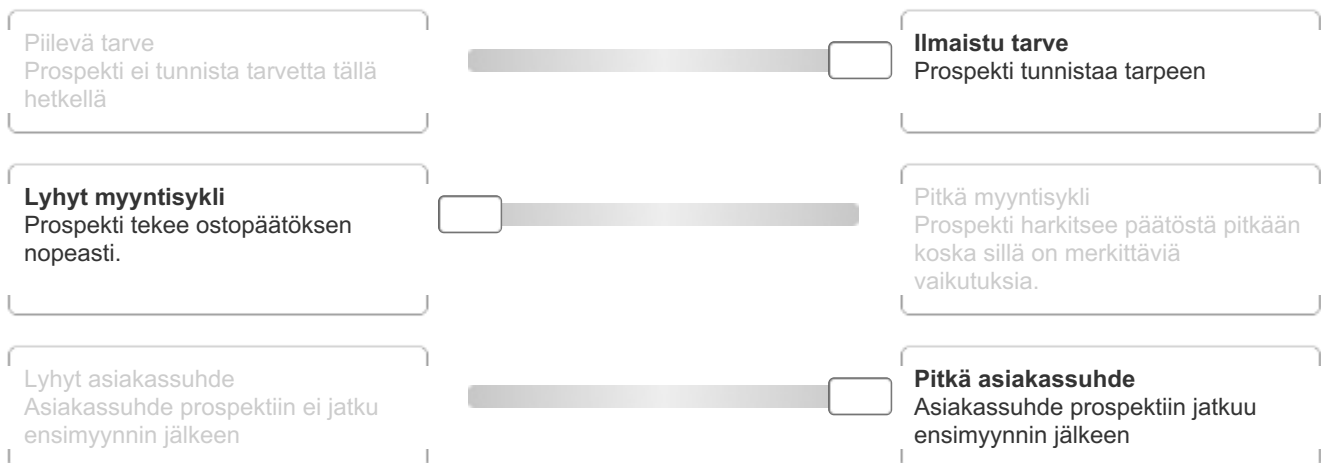
Diileri	Sam	Diileri	Sam
Prospektointi	Ylikorostunut	Aktiivinen kuuntelu	Vähäinen
Prospektin arviointi	Sopiva	Kriittinen ajattelu	Sopiva
Yhteyden rakentaminen	Sopiva	Oma-aloitteellisuus	Lähes sopiva
Prosessin noudattaminen	Vähäinen	Ratkaisun esittäminen	Sopiva
Tavoitehakuisuus	Vähäinen	Ajankäyttö	Vähäinen
Luottamuksen saavuttaminen	Lähes sopiva	Takaiskuista toipuminen	Liiallinen
Myyntiprosessin kontrolloiminen	Sopiva	Määrätietoinen kilpailullisuus	Ylikorostunut
Vastaväitteiden käsittely	Ylikorostunut	Rahan käsite	Lähes sopiva
Tehokas kyseleminen	Vähäinen	Tunteellinen riippumattomuus	Vähäinen

HANKKIJA (41%)

Sellaisen helposti ymmärrettävän tuotteen/palvelun myyminen, jonka prospekti tuntee. Hän on ostanut vastaavanlaisia tuotteita lähes aina. Ostopäätös on nopea ja helppo. Myyntiprosessi sisältää yleensä vain yhden tapaamisen. Myymisestä syntyy pitkäaikainen asiakassuhde, joka synnyttää ajoittaista tuen ja/tai huollon tarvetta.

Tyypillisesti:

- Yksi tai kaksi myyntitapaamista
- Nopea päätöksenteko
- Alkuinvestointi alhainen tai sitä ei ole lainkaan
- Asiakkaan määräaikaiset maksut
- Myynnin jälkeinen tuki myyjältä ja/tai muilta
- Mahdollisuuksia lisämyyntiin myyntitapahtuman jälkeen

Tämä Myyntirooli koostuu:**Osuuudet myyntikompetensseittain**

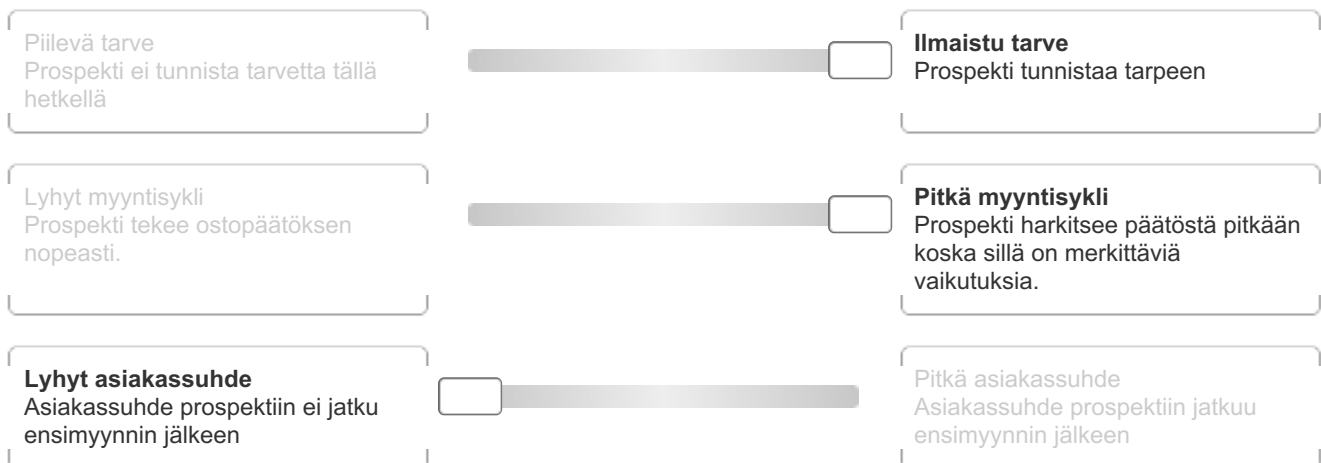
Hankkija	Sam	Hankkija	Sam
Prospektointi	Ylikorostunut	Aktiivinen kuuntelu	Heikko
Prospektin arviointi	Sopiva	Kriittinen ajattelu	Vähäinen
Yhteyden rakentaminen	Heikko	Oma-aloitteellisuus	Ylikorostunut
Prosessin noudattaminen	Heikko	Ratkaisun esittäminen	Sopiva
Tavoitehakuisuus	Sopiva	Ajankäyttö	Lähes sopiva
Luottamuksen saavuttaminen	Heikko	Takaiskuista toipuminen	Liiallinen
Myyntiprosessin kontrolloiminen	Lähes sopiva	Määrätietoinen kilpailullisuus	Ylikorostunut
Vastaväitteiden käsittely	Liiallinen	Rahan käsite	Liiallinen
Tehokas kyseleminen	Lähes sopiva	Tunteellinen riippumattomuus	Ylikorostunut

NEUVONANTAJA (36%)

Sellaisen monimutkaisen tuotteen/palvelun myyminen, jonka prospekti tuntee ja tiedostaa tarpeensa siihen. Monimutkainen ja pitkä päätöksentekoprosessi, johon liittyy useita päätöksentekijöitä. Prospekti on ostanut samankaltaisia tuotteita/palveluita aiemminkin tai se on merkittävä ostos, jonka hän tekee ensimmäistä kertaa. Myyntiprosessi edellyttää tuotteen/palvelun kokeilemista/esittelyä. Myyntiprosessi edellyttää tuotteen/palvelun kokeilemista ja perusteellista esittelyä. Ei vaadi myyjän jatkuvaa tukea kaupan päättämisen jälkeen.

Tyypillisesti:

- Useita myyntitapaamisia
- Useita päätöksentekijöitä
- Hidas ja tunteellinen päätöksenteko
- Monimutkainen tarjous
- Merkittävä investointi, saattaa edellyttää rahoitusta
- Ei yhteydenpitoa myymisen jälkeen

Tämä Myyntirooli koostuu:**Osuuudet myyntikompetensseittain**

Neuvonantaja	Sam	Neuvonantaja	Sam
Prospektointi	Ylikorostunut	Aktiivinen kuuntelu	Heikko
Prospektin arviointi	Sopiva	Kriittinen ajattelu	Vähäinen
Yhteyden rakentaminen	Heikko	Oma-aloitteellisuus	Sopiva
Prosessin noudattaminen	Heikko	Ratkaisun esittäminen	Ylikorostunut
Tavoitehakuisuus	Lähes sopiva	Ajankäyttö	Sopiva
Luottamuksen saavuttaminen	Heikko	Takaiskuista toipuminen	Liiallinen
Myyntiprosessin kontrolloiminen	Ylikorostunut	Määrätietoinen kilpailullisuus	Ylikorostunut
Vastaväitteiden käsittely	Liiallinen	Rahan käsite	Liiallinen
Tehokas kyseleminen	Heikko	Tunteellinen riippumattomuus	Lähes sopiva

KUMPPANI (36%)

Sellaisen monimutkaisen tuotteen/palvelun myyminen, jonka prospekti tuntee. Monimutkainen ja merkittävä päätöksentekoprosessi, johon liittyy useita päätöksentekijöitä ja joilla on erilaisia tarpeita. Prospekti on tavallisesti ostanut samankaltaisia tuotteita/palveluita aiemminkin tai se on merkittävä ostos, jonka hän tekee ensimmäistä kertaa. Hän on saattanut kokea saavansa huonoa palvelua edelliseltä toimittajalta. myyntiprosessi edellyttää usein tuotteen/palvelun kokeilemista/esittelyä. Myymisestä syntyy pitkäaikainen asiakassuhde, joka jonka aikana prospekti arvioi tuen ja huollon valmiuksia huolellisesti.

Tyypillisesti:

- Useita myyntitapaamisia
- Useita päätöksentekijöitä
- Riskin sisältävä ja tunnepohjainen päätös
- Monimutkainen, koko yrityksen laajuinen tarjous
- Merkittävä investointi, saattaa edellyttää rahoitusta
- Pitkäaikainen tuki- ja/tai ylläpitoyhteydenpitoa

Tämä Myyntirooli koostuu:**Osuuudet myyntikompetensseittain**

Kumppani	Sam	Kumppani	Sam
Prospektointi	Ylikorostunut	Aktiivinen kuuntelu	Heikko
Prospektin arviointi	Sopiva	Kriittinen ajattelu	Sopiva
Yhteyden rakentaminen	Heikko	Oma-aloitteellisuus	Lähes sopiva
Prosessin noudattaminen	Heikko	Ratkaisun esittäminen	Ylikorostunut
Tavoitehakuisuus	Sopiva	Ajankäyttö	Sopiva
Luottamuksen saavuttaminen	Heikko	Takaiskuista toipuminen	Liiallinen
Myyntiprosessin kontrolloiminen	Ylikorostunut	Määrätietoinen kilpailullisuus	Liiallinen
Vastaväitteiden käsittely	Ylikorostunut	Rahan käsite	Liiallinen
Tehokas kyseleminen	Vähäinen	Tunteellinen riippumattomuus	Ylikorostunut

Sales Roles Summary Table

FinxS Myyntikompetenssien arvioinnin teoreettinen rakenne koostuu myyntityön peruselementeistä. Teoreettinen rakenne on esitetty alla. Myyntikompetenssien arviointi mittaa myyntikompetensseja, myyntirooleja ja arvioitavan henkilön taipumuksia myyntityön peruselementteihin. Jokainen elementti on esitetty alla yhdessä vastaajan henkilökohtaisen tuloksen kanssa.

Sam	Innostaja	Myynnin luoja	Edelläkävijä	Innovaattori	Diileri	Hankkija	Neuvonantaja	Kumppani
Prospekointi	Vähäinen	Vähäinen	Vähäinen	Sopiva	Ylikorostunut	Ylikorostunut	Ylikorostunut	Ylikorostunut
Prospektin arviointi	Lähes sopiva	Lähes sopiva	Vähäinen	Heikko	Sopiva	Sopiva	Sopiva	Sopiva
Yhteyden rakentaminen	Sopiva	Heikko	Lähes sopiva	Heikko	Sopiva	Heikko	Heikko	Heikko
Prosessin noudattaminen	Sopiva	Sopiva	Sopiva	Lähes sopiva	Vähäinen	Heikko	Heikko	Heikko
Tavoitehakuisuus	Vähäinen	Vähäinen	Lähes sopiva	Lähes sopiva	Vähäinen	Sopiva	Lähes sopiva	Sopiva
Luottamuksen saavuttaminen	Sopiva	Sopiva	Lähes sopiva	Vähäinen	Lähes sopiva	Heikko	Heikko	Heikko
Myyntiprosessin kontrolloiminen	Sopiva	Sopiva	Sopiva	Sopiva	Sopiva	Lähes sopiva	Ylikorostunut	Ylikorostunut
Vastaväitteiden käsittely	Lähes sopiva	Sopiva	Lähes sopiva	Ylikorostunut	Ylikorostunut	Liiallinen	Liiallinen	Ylikorostunut
Tehokas kyseleminen	Heikko	Heikko	Heikko	Heikko	Vähäinen	Lähes sopiva	Heikko	Vähäinen
Aktiivinen kuuntelu	Vähäinen	Lähes sopiva	Heikko	Heikko	Vähäinen	Heikko	Heikko	Heikko
Kriittinen ajattelu	Sopiva	Sopiva	Vähäinen	Heikko	Sopiva	Vähäinen	Vähäinen	Sopiva
Oma-aloitteellisuus	Vähäinen	Vähäinen	Lähes sopiva	Lähes sopiva	Lähes sopiva	Ylikorostunut	Sopiva	Lähes sopiva
Ratkaisun esittäminen	Lähes sopiva	Vähäinen	Lähes sopiva	Ylikorostunut	Sopiva	Sopiva	Ylikorostunut	Ylikorostunut
Ajankäyttö	Sopiva	Vähäinen	Sopiva	Sopiva	Vähäinen	Lähes sopiva	Sopiva	Sopiva
Takaiskuista toipuminen	Lähes sopiva	Sopiva	Ylikorostunut	Liiallinen	Liiallinen	Liiallinen	Liiallinen	Liiallinen
Määrätietoinen kilpailullisuus	Lähes sopiva	Sopiva	Ylikorostunut	Ylikorostunut	Ylikorostunut	Ylikorostunut	Ylikorostunut	Liiallinen
Rahan käsite	Lähes sopiva	Ylikorostunut	Ylikorostunut	Liiallinen	Lähes sopiva	Liiallinen	Liiallinen	Liiallinen
Tunteellinen riippumattomuus	Vähäinen	Ylikorostunut	Lähes sopiva	Ylikorostunut	Vähäinen	Ylikorostunut	Lähes sopiva	Ylikorostunut
Yhteensä	79%	68%	61%	43%	72%	41%	36%	36%

Excuse indeksi



Excuse Index

Kaikki eivät innostu tai nauti myyntityöstä. Ne, jotka eivät motivoitu tai saa tyydytystä myyntityöstä, voivat helposti ohjata huomionsa muihin tehtäviin sen sijaan, että keskittyisivät pelkästään nykyisiin prospekteihin ja kehittäisivät myyntimahdollisuuksia. Excuse Indeksillä® on indikaattori siitä, kuinka todennäköisesti henkilö keksii tekosyitä. Mitä KORKEAMPI Excuse Indeksillä® on, sitä ENEMMÄN tekosyitä henkilö todennäköisesti keksii. Mitä ALHAISEMPI Excuse Indeksillä® on, sitä todennäköisemmin henkilö ohittaa myynnin ulkopuoliset tehtävät ja keskittyy niihin tehtäviin, jotka tuottavat myyntituloksia. Esimerkiksi henkilö, jonka Excuse Indeksillä® on 40%, viettää noin 40% ajastaan jossain MUUSSA asiassa kuin myymisessä.

Henkilöllä, jolla on ALHAINEN Excuse Indeksillä®, on todennäköisesti kovempi halu myydä. Hän ei pelkää ottaa yhteyttä ihmisiin, tavata heitä ja taivutella heitä ostopäätöksiin. Hän pitää myyntiä tärkeänä tehtävänä ja kokee usein tarpeelliseksi asettaa myyminen etusijalle muihin toimintoihin nähden.

Henkilöllä, jolla on KORKEA Excuse Indeksillä®, on vähemmän motivaatiota myydä. Hän todennäköisesti keksii tekosyitä sille, miksi priorisoida muita toimintoja myymisen sijaan. Hänen on mentaalisesti valmistauduttava myymiseen ja se yleensä uuvuttaa hänet. Hän saattaa menettää myyntimahdollisuuksia viivyttelyllään.

44%

Sam Salesman

Tällä hetkellä tämä henkilö ei todennäköisesti anna kaikkea aktiiviselle ja tavoitteelliselle myynnille. Hän haluaa tehdä tehtäviä, jotka liittyvät myyntiin, mutta ei varsinaisesti tartu uusiin myyntimahdollisuuksiin.

Kysymyksiä

Tässä osiossa on esimerkkejä 18 myyntikompetenssiin liittyvistä kysymyksistä. Kysymykset eivät ole geneerisiä, vaan perustuvat arvioidun henkilön henkilökohtaisiin tuloksiin. Kaikkia kysymyksiä ei tarvitse käyttää. Voit myös käyttää niitä apuna laatinessasi omia tilannekohtaisia kysymyksiä.

PROSPEKTOINTI

- Kuvaile millainen on sinun tapasi prospektoida.
- Kun prospektoit, miten jaat aikasi uusien ja olemassa olevien liidien välillä? Oletko päätenyt sellaiseen pisteeseen, ettei sinun mielestäsi tarvitse enää prospektoida?
- Mitkä prospektointitoimenpiteet tuottavat sinulle parhaan tuloksen? Mitkä toimenpiteet eivät tuota tulosta.

PROSPEKTIN ARVIOINTI

- Kerro tilanteesta, jolloin päätit olla tekemättä kauppaa prospektin kanssa. Miksi päätit olla etenemättä asiassa?
- Kuinka selvität prospektin tarpeet ja tilanteen?
- Jos sinun pitäisi valita yksi tapa selvittää prospektin tarpeita ja tilannetta, mikä se olisi?

YHTEYDEN RAKENTAMINEN

- Kuinka rakennat luottamusta nopeasti ja tehokkaasti?
- Kuinka prospektisi kuvailisivat sinua? Mistä he sanoisivat pitävänsä eniten sinussa, mistä vähiten?
- Kerro tilanteesta, jolloin et saanut vastakaikua prospektissa. Mitä tapahtui ja miksi?

PROSESSIN NOUDATTAMINEN

- Luuletko, että hyväksi myyjäksi synnyttään vai opitaan? Miksi?
- Kuvaille myyntiprosessiasi nykyisessä/edellisessä työssäsi.
- Mitä myyntiprosessin osioita käytät parantaaksesi menestystäsi? Mitkä osiot estävät sinua menestymästä? Miksi?

TAVOITEHAKUISUUS

- Kuinka määrittelet menestystä myyntityössä?
- Mitä sinun on pitänyt saavuttaa tunteaksesi onnistuneesi, kun lopetat työurasi? Miksi?
- Miten asetat itsellesi tavoitteet?

LUOTTAMUKSEN SAAVUTTAMINEN

- Torjutuksi tuleminen on osa myyntityötä. Kuinka säilytät myönteisen asenteen?
- Kerro tilanteesta, jolloin jouduit tunteiden valtaan myyntitilanteessa. Mitä tapahtui?
- Kuinka vastaat prospektin kohtuuttomiin pyyntöihin?

MYYNTIPROSESSIN KONTROLLOIMINEN

- Kuvaile tyypillistä myyntitapaamista prospektin kanssa.
- Kuinka saat prospektin tekemään päätöksen?
- Kuinka käsittelet dominoivia prospekteja, jotka haluavat kontrolloida myyntitapaamista?

VASTAVÄITTEIDEN KÄSITTELY

- Kuinka käsittelet prospektin vastaväitteitä?
- Kerro tilanteesta, jolloin et onnistunut kumoamaan prospektin vastaväitettä. Luuletko, että olisit voinut tehdä jotain toisin? Jos, niin mitä?
- Tunnut olevan hyvä käsittelemään vastaväitteitä. Mistä luulet sen johtuvan?

TEHOKAS KYSELEMINEN

- Miten ja milloin esität kysymyksiä myyntitapahtumissa?
- Kerro tilanteesta, jolloin prospekti on turhautunut kysymyksiisi. Mitä tapahtui?
- Minkälaisia kysymyksiä yleensä esität prospekteille?

AKTIIVINEN KUUNTELU

- Kerro tilanteesta, jolloin ymmärsit väärin prospektilta saamasi informaation. Mitä olisit voinut tehdä toisin välttääksesi tilanteen?
- Miten ilmaiset prospektille, että kuuntelet häntä aktiivisesti?
- Minkä tyyppisiä kysymyksiä esität yleensä varmistaaksesi, että olet ymmärtänyt prospektin oikein?

KRIITTINEN AJATTELU

- Kerro tilanteesta, jolloin hämmennyit prospektin ongelmasta. Olisitko itse asiassa voinut ratkaista ongelman? Miten?
- Kuvaile kriisiä, jonka kohtasit työssäsi. Kuinka ratkaisit tilanteen?
- Minkä liiketoimintaa käsittelevän kirjan luit viimeksi? Mitä opit siitä?

OMA-ALOITTEISUUS

- Kuvaile jotain erityistä saavutusta edellisessä työssäsi, joka osoittaa, että tulet menestymään tässä tehtävässä.
- Kuinka käsittelet vastoinkäymisiä?
- Kerro tilanteesta, jolloin et voinut saavuttaa tavoitteitasi, syistä joihin et voinut vaikuttaa.

RATKAISUN ESITTÄMINEN

- Minkälainen on kaikkein tehokkain myyntiesittelysi?
- Toisinaan prospektit lähettävät hyviä ostosignaaleja. Mitä teet näissä tilanteissa?
- Kuvaile kuinka mieluiten päätät myyntiesittelysi.

AJANKÄYTTÖ

- Miten priorisoi keskenään yhtä tärkeitä asioita?
- Kuvaile tyypillistä päivääsi.
- Kuinka käsittelet odottamattomia keskeytyksiä ja tapahtumia?

TAKAISKUISTA TOIPUMINEN

- Kerro tilanteesta, jolloin otit riskin ja epäonnistuit, sekä tilanteesta, jolloin otit riskin ja onnistuit. Miten nämä erosivat toisistaan?
- Miten käsittelet tilanteen, kun myyntisi notkahtaa?
- Kuvaile työtilannetta, jossa päätit, että palkkio ei ollut riskin arvoinen. Mitä opit tästä?

MÄÄRÄTIETOINEN KILPAILULLISUUS

- Jos olisin työskennellyt kanssasi aikaisemmin, olisinko pitänyt sinua kilpailullisena? Miksi?
- Kerro tärkeimmistä kilpailijoistasi. Millä tavalla he ovat parempia?
- Miten eroat sinut muista myynnin ammattilaisista?

RAHAN KÄSITE

- Kuvaille tapaasi käydä hintaneuvotteluja.
- Kerro tilanteesta, jolloin sinun olisi pitänyt alentaa hintaasi, mutta et tehnyt sitä.
- Prospektit ovat usein varautuneita ja varovaisia kertomaan budjetistaan. Kuinka saat heidät avautumaan siitä?

TUNTEELLINEN RIIPPUMATTOMUUS

- Myyntityöhön liittyy aina tunteita. Mitä sinä yleensä tunnet myyntitapaamisen aikana?
- Kerro tilanteesta, jolloin sinun oli välttämättä saatava kauppa ja tunteesi ottivat sinusta vallan.
- Kuinka pidät tunteesi kurissa myyntitapaamisessa?
