

---

# ОРQ 32

## Отчет о стилях продаж

---

**Имя:**

**Тестовый Навигатор Пятидесятый**

**Дата тестирования:**

**24-02-2015**



## ВВЕДЕНИЕ

Отчет о стилях продаж SHL поможет Вам понять, насколько господин Тестовый Навигатор Пятидесятый потенциально пригоден для работы в сфере продаж, а также оценить его потенциальную эффективность в этой сфере. Этот отчет основан на результатах Профессионального личностного опросника (OPQ32) и Мотивационного опросника (MQ). Представленная в отчете информация также подходит для определения как сильных сторон, так и возможностей для развития кандидата в областях, связанных с эффективностью продаж.

Компания SHL провела исследования с участием десятков тысяч людей, работающих в сфере продаж в различных отраслях экономики по всему миру, чтобы выделить факторы, которые являются важными для успешности продаж. Несмотря на то, что каждый из этих факторов оказывает существенное влияние на эффективность продаж, Вам необходимо определить, какие из них наиболее значимы в конкретной ситуации. Информация, приведенная в данном отчете, может быть использована для решения конкретных задач и не требует специальных знаний, опыта или образования.

Однако, если настоящий отчет используется для целей отбора, необходимы соответствующие знания о методах и техниках эффективного отбора, а также о деталях работы на данной должности. Применение данного отчета предполагает, что пользователь обладает достаточными знаниями о работе и требованиях, предъявляемых к кандидату. В этом случае информация, содержащаяся в отчете, поможет принять соответствующие решения. Чтобы достоверно оценить соответствие кандидата должности, в ходе процесса отбора необходимо собирать и использовать дополнительную информацию, основанную на результатах интервью и других релевантных мероприятий оценки.

Если же настоящий отчет используется для целей развития, необходимо глубокое знание и опыт использования методов и техник развития персонала.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДАННОГО ОТЧЕТА

Данный отчет состоит из трех основных разделов: **«Базовые компетенции»**, **«Мотивация»** и **«Цикл продаж»**. В конце отчета Вы найдете раздел **«Профиль продаж»**, в котором представлен общий обзор.

Раздел **«Базовые компетенции»** посвящен факторам, которые являются ключевыми для эффективного достижения результата в большинстве ситуаций продаж. Несмотря на то, что их значимость может изменяться от задачи к задаче и в зависимости от конкретных условий, они применимы для большинства задач в сфере продаж.

Раздел **«Мотивация»** посвящен факторам мотивации, которые могут повлиять на эффективность продаж. Мотивация является той силой, которая заставляет человека выполнять определенные действия. Мотивация определяет то, как много энергии человек направит на работу, а также объясняет, что может помочь ему сохранять эту энергию. Мотивация может значительно влиять на конечный результат и достижение успеха.

Раздел **«Цикл продаж»** посвящен факторам, которые играют важную роль в типичном процессе продаж. В нем описывается вероятная эффективность кандидата на восьми критически важных этапах процесса продаж. Понимание присущих кандидату сильных сторон с точки зрения цикла продаж может помочь определить, в каких условиях он может быть наиболее результативным и эффективным, достигать наибольшего успеха как продавец. Также можно определить области, развитие или тренировка которых может повысить общую эффективность.

Последний раздел этого отчета – **«Профиль продаж»** – представляет все данные («Базовые компетенции», «Мотивация» и «Цикл продаж») на одной странице. Этот раздел позволяет сопоставить профиль данного кандидата с факторами, необходимыми для конкретных ситуаций, задач или должностей в сфере продаж.

## БАЗОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

Базовые компетенции представляют собой факторы, которые являются ключевыми для эффективного достижения результата в большинстве ситуаций продаж. Гистограмма отражает уровень сильных сторон, которые господин Тестовый Навигатор Пятидесятый демонстрирует в каждой области. Определение каждого фактора приводится под соответствующей гистограммой. Под каждым определением также даны описания высоких и низких баллов.

Известно, что каждый из этих факторов оказывает влияние на успешность продаж в самых разных ситуациях продаж. В качестве главного правила предлагается следующее: высокий уровень проявления какого-либо фактора является предпочтительным для большинства ролей в сфере продаж. Однако в различных ситуациях продаж некоторые факторы могут быть более или менее значимыми. Вы должны определить, какие факторы являются релевантными и приоритетными в конкретной ситуации.

Эти оценки позволяют выделить сильные стороны, которые могут быть использованы для повышения эффективности продаж. Также можно определить ключевые области, в которых целенаправленное развитие и/или тренировки могут улучшить результаты в сфере продаж.



*Производит впечатление уверенного в себе человека, демонстрирует выдающиеся личные способности и таланты.*

- Люди с высокими баллами склонны быть очень уверенными, даже в сложных и стрессовых ситуациях.
- Люди с низкими баллами могут быть стеснительными и замкнутыми. В некоторых ситуациях они могут показаться испуганными или неуверенными.



*Демонстрирует энергию и энтузиазм, проявляет стремление к успеху, ставит перед собой сложные цели и подталкивает себя к их достижению.*

- Люди с высокими баллами полны энергии, решительно берутся за любую задачу и готовы бороться с любым конкурентом.
- Люди с низкими баллами проявляют меньше энергии, решительности и стремления к успеху.



*Полон оптимизма и жизнелюбия, стойко держится в тяжелых ситуациях, ищет новые возможности.*

- Люди с высокими баллами оптимистичны и не поддаются панике, даже когда сталкиваются со значительными трудностями.
- Люди с низкими баллами могут прийти в уныние, когда дела идут не так хорошо, как хотелось бы.



*Определяет и подбирает наиболее подходящий стиль для достижения максимального успеха в ситуациях продаж. Умеет устанавливать контакт с клиентами или предполагаемыми покупателями.*

- Люди с высокими баллами чувствительны к другим, очень гибки, тонко подстраиваются и тщательно выбирают стиль общения с клиентами.
- Люди с низкими баллами не так охотно изменяют свой стиль или подход к конкретным людям и ситуациям.



*Благожелательно, с интересом выслушивает других, внимательно наблюдает за поведением людей и интерпретирует его.*

- Люди с высокими баллами внимательно слушают и хорошо выстраивают отношения с другими людьми.
- Люди с низкими баллами могут казаться невнимательными и плохими слушателями.



*Может быстро адаптироваться к резким и продолжительным изменениям рабочих условий, обстановки или к изменениям в рабочих процессах.*

- Люди с высокими баллами без напряжения воспринимают изменения политик и рабочих процессов, способны быстро приспособиться к новым условиям работы.
- Люди с низкими баллами менее эффективно и менее позитивно реагируют на ситуационные или организационные изменения.

## МОТИВАЦИЯ

Условия работы, которые управляют мотивацией человека, называются факторами мотивации. Факторы мотивации влияют на драйв, стремление к успеху, решимость человека достигать цели. Гистограммы, расположенные ниже, показывают, насколько эффективен может быть каждый из факторов мотивации для данного кандидата. Также на этой странице приведены определения каждого фактора мотивации.

Этот отчет позволяет определить конкретные мотивы, которыми руководствуется дин Тестовый Навигатор Пятидесятый, и оценить силу соответствующих факторов мотивации. В то же время приведенные ниже данные не указывают на общий уровень мотивации. (Лучшим индикатором мотивации продаж в целом является значение показателя «Драйв продавца», приведенное в разделе «Базовые компетенции»).

Определение эффективных для кандидата факторов мотивации дает возможность понять, что с наибольшей вероятностью приведет к повышению его результативности в сфере продаж. Например, зная, что данный человек очень заинтересован в деньгах, можно поддерживать фокус на видах работы, задачах и ситуациях продаж, обеспечивающих высокий потенциал для заработка. Тот, кто чрезвычайно мотивирован к развитию, хорошо подходит для задач и должностей, которые обеспечивают возможность непрерывного развития и обучения.

<b>Деньги</b> <i>Денежные или материальные поощрения.</i>	Не мотивирует		Очень сильно мотивирует
<b>Конкуренция</b> <i>Возможности превзойти коллег и конкурентов</i>	Не мотивирует		Очень сильно мотивирует
<b>Достижение</b> <i>Наличие ясных целей и ситуаций, где личные достижения и результаты играют ключевую роль</i>	Не мотивирует		Очень сильно мотивирует
<b>Темп</b> <i>Работа в условиях бурной активности, с напряженным расписанием</i>	Не мотивирует		Очень сильно мотивирует
<b>Общение</b> <i>Наличие необходимости контактировать с другими людьми в течение рабочего дня</i>	Не мотивирует		Очень сильно мотивирует
<b>Признание</b> <i>Атмосфера, в которой можно получить похвалу, одобрение, признание хорошей работы</i>	Не мотивирует		Очень сильно мотивирует
<b>Развитие</b> <i>Наличие возможностей для развития и обучения новым навыкам</i>	Не мотивирует		Очень сильно мотивирует
<b>Независимость</b> <i>Отсутствие жесткого контроля со стороны руководства, возможность свободно планировать и организовывать свою работу</i>	Не мотивирует		Очень сильно мотивирует

### ЦИКЛ ПРОДАЖ

Цикл продаж показывает вероятную эффективность кандидата на восьми критически важных стадиях процесса продаж и помогает определить, на каких этапах типичного цикла продаж он будет достигать наивысших результатов. Выделенная линия внутри диаграммы цикла продаж представляет собой профиль кандидата по циклу продаж. Чем ближе отметка к внешнему периметру диаграммы, тем выше балл по данному показателю; чем ближе отметка к центру, тем ниже балл. В целом, для каждой области, критически важной для достижения успеха на конкретной должности или в конкретной ситуации продаж, более предпочтительны результаты, близкие к внешнему периметру. Баллы, расположенные ближе к центру цикла, указывают на области для развития и/или обучения.

Определения каждого фактора в цикле продаж и гистограммы приведены под диаграммой цикла продаж.



<b>Разработка стратегии</b>	Низкий	Высокий
<i>Проведение глубокого анализа рынка, работа над позиционированием продукта/услуги и повышением эффективности продаж.</i>		
<b>Осуществление контакта</b>	Низкий	Высокий
<i>Осуществление контактов с потенциальными покупателями, «преодоление барьера» при первом контакте и умение расположить к себе людей, проявление инициативы по установлению новых взаимоотношений.</i>		
<b>Формирование эмоциональной потребности</b>	Низкий	Высокий
<i>Эмоциональное вовлечение клиента, формирование предпочтений и позитивных эмоций по отношению к продукту или услуге, а также желания сделать покупку.</i>		
<b>Разработка альтернатив</b>	Низкий	Высокий
<i>Понимание нужд клиента и предложение инновационных решений.</i>		
<b>Презентация</b>	Низкий	Высокий
<i>Увлекательная и уверенная презентация продукции и/или решений отдельным клиентам или группам клиентов, без ощущения стресса или беспокойства.</i>		
<b>Завершение продажи</b>	Низкий	Высокий
<i>Закрытие сделки, контроль за своевременным принятием решений клиентом, работа с возражениями, ведение переговоров об окончательной цене и условиях продажи.</i>		
<b>Удовлетворение запросов клиента</b>	Низкий	Высокий
<i>Постоянное предоставление послепродажной поддержки, поддержание связи с клиентом и осуществление всех действий, необходимых для удовлетворения нужд и потребностей клиента.</i>		
<b>Поддержка и развитие клиента</b>	Низкий	Высокий
<i>Сохранение связи с клиентом после завершения продажи, непрерывный поиск новых потребностей и возможностей для дополнительных или последующих продаж.</i>		

## ПРОФИЛЬ ПРОДАЖ

В этом разделе приводится резюме результатов, которые показал господин Тестовый Навигатор Пятидесятый.

Если информация используется для сопоставления с идеальным профилем для конкретной должности или ситуации продаж, важно определить, какие факторы критически важны для успешного выполнения задач и достижения результата. Как правило, перед сравнением полученного профиля с идеальным проводится анализ работы, чтобы отделить критически важные факторы от существенных и желательных, но не обязательных. (Полученные сведения можно записать в колонке «Важно для достижения успеха» в таблице ниже).

Поскольку действие факторов мотивации индивидуально, их не следует сравнивать с идеальным профилем, разработанным для конкретной должности или ситуации продаж. Вместо этого необходимо сопоставить эти данные с информацией о факторах мотивации, которые могут быть доступны на данной должности и в организации в целом.

В настоящем отчете представлена точная оценка факторов эффективности кандидата в ситуациях продаж, а также его факторов мотивации. Однако вся содержащаяся здесь информация опирается на результаты опросников самоотчета. Существует множество других факторов, которые также могут влиять на эффективность работы в сфере продаж. Чтобы принять обоснованное решение о пригодности кандидата и его соответствии конкретной должности, важно учесть не только информацию из настоящего отчета и результаты сравнения кандидата с идеальным профилем для данной должности, но и дополнительную информацию об опыте, знаниях и способностях кандидата.

		1	2	3	4	5	Важно для достижения успеха? (Ранг или галочки)
<b>БАЗОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>							
	Уверенность в себе	■	■	■	■	■	
	Драйв продавца	■	■	■	■	■	
	Стрессоустойчивость	■	■	■	■	■	
	Гибкость в общении	■	■	■	■	■	
	Умение слушать	■	■	■	■	■	
	Готовность к изменениям	■	■	■	■	■	
<b>МОТИВАЦИЯ</b>							
	Деньги	■	■	■	■	■	
	Конкуренция	■	■	■	■	■	
	Достижение	■	■	■	■	■	
	Темп	■	■	■	■	■	
	Общение	■	■	■	■	■	
	Признание	■	■	■	■	■	
	Развитие	■	■	■	■	■	
	Независимость	■	■	■	■	■	
<b>ЦИКЛ ПРОДАЖ</b>							
	Разработка стратегии	■	■	■	■	■	
	Осуществление контакта	■	■	■	■	■	
	Формирование эмоциональной потребности	■	■	■	■	■	
	Разработка альтернатив	■	■	■	■	■	
	Презентация	■	■	■	■	■	
	Завершение продажи	■	■	■	■	■	
	Удовлетворение запросов клиента	■	■	■	■	■	
	Поддержка и развитие клиента	■	■	■	■	■	

\* ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЗНАЧИМОСТИ ЭТИХ ШКАЛ ДЛЯ КОНКРЕТНОЙ РАБОТЫ НЕСЕТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ ЭТОГО ОТЧЕТА.

## МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНКИ

При составлении данного отчета использовались следующие источники информации:

Опросник	Дата	Нормативная группа
Профессиональный Личностный Опросник OPQ32i RUS	24-02-2015	Менеджеры и специалисты 2013
Мотивационный Опросник MQ5 RUS	24-02-2015	Менеджеры и специалисты крупных российских и мультинациональных компаний 2013

## РЕЗУЛЬТАТЫ ОЦЕНКИ

<b>Имя</b>	Тестовый Навигатор Пятидесятый
<b>Данные о кандидате</b>	RP1=8, RP2=4, RP3=7, RP4=3, RP5=9, RP6=7, RP7=5, RP8=4, RP9=5, RP10=3, TS1=4, TS2=1, TS3=6, TS4=8, TS5=9, TS6=6, TS7=4, TS8=6, TS9=2, TS10=7, TS11=3, TS12=6, FE1=9, FE2=6, FE3=8, FE4=3, FE5=7, FE6=8, FE7=3, FE8=4, FE9=4, FE10=6, CNS=1, E1=3, E2=6, E3=1, S1=6, S2=2, S5=3, I3=7, X1=2
<b>Отчет</b>	Отчет о стилях продаж v1.0 <sup>RR</sup>

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОТЧЕТЕ

Данный отчет создан с помощью электронной интернет-системы SHLTOOLS<sup>®</sup> v.3. Он включает информацию из Профессионального Личностного Опросника OPQ32<sup>™</sup> и Мотивационного Опросника MQ<sup>™</sup>. Использовать эти опросники должны только специалисты, прошедшие соответствующие тренинги по их применению и интерпретации.

Вышеприведенный отчет выполнен на основе ответов респондента, и в значительной мере отражает содержание этих ответов. При интерпретации результатов следует уделить особое внимание субъективной природе ответов респондента на вопросы опросников.

Данный отчет получен электронными средствами, и пользователь может внести в него необходимые дополнения и изменения.

SHL Group Limited и ассоциированные с ней компании не могут гарантировать, что содержание этого отчета не подвергалось каким-либо изменениям после его создания системой. Мы не несем ответственности какого-либо типа за последствия использования этого отчета, включая ответственность за халатное или небрежное использование.

[www.shl.ru](http://www.shl.ru)

© Business Psychologists Ltd. | SHL Russia & CIS, 2014 г.

Этот отчет подготовлен компанией Business Psychologists Ltd. для своих клиентов и представляет собой интеллектуальную собственность Business Psychologists Ltd. Business Psychologists Ltd. разрешает своим клиентам копировать, распространять и хранить этот отчет только для своих внутренних и некоммерческих целей.

**SHL Russia&CIS -  
Business Psychologists Ltd.**  
127486, Россия, Москва  
Коровинское шоссе, д. 10, строение 2  
Тел.: +7 495 646 75 16  
E-mail: shl@shl.ru

**Филиал в Санкт-Петербурге**  
197022, Россия, Санкт-Петербург,  
ул. Профессора Попова,  
дом 37, литер А  
Тел.: +7 812 332 1728  
E-mail: shl\_spb@shl.ru

**Филиал в Казахстане**  
050009, Казахстан, Алматы  
ул.Абая, 151/115  
тел. +7 727 334-1006  
E-mail: shl@shl.kz

**Филиал в Украине**  
03680, Украина, Киев  
ул. Н. Гринченко 4  
тел. +380 44 391 3950  
E-mail: ukraine@shl.ru