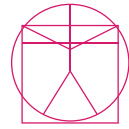


FinxS



extended
tools



FinxS Sales Assessment

Dla efektywności i jakości sprzedaży

— Poznajmy naszych sprzedawców



Jola
60%



Marek
45%



Kasia
69%



Wojtek
105%



Adrian
72%



Ania
101%

— Najczęstsze strategie w przypadku braku wyników:



Szkolenie z technik sprzedaży



Rozmowa motywująca



Coaching, obserwacje w miejscu pracy



Modyfikacja systemu prowizyjnego



Specjalne akcje promocyjne

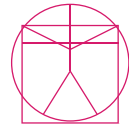


Konkurs, Program nagród i wyróżnień



Zwolnić?

FinxS



extended
tools



A gdybyśmy mieli taki „sprzedażowy rentgen”?

Poznajmy naszych bohaterów trochę lepiej

— 18 kluczowych kompetencji sprzedażowych



Prospecting



Kwalifikowanie kontaktów



Budowanie relacji



Działanie zgodnie z procesem



Orientacja na osiągnięcia



Zdobywanie zaufania



Kontrolowanie procesu sprzedaży



Radzenie sobie z obiekcjami



Skuteczne zadawanie pytań



Aktywne słuchanie



Myślenie krytyczne



Inicjatywa



Prezentowanie rozwiązań



Efektywne wykorzystanie czasu



Radzenie sobie z niepowodzeniami



Nastawienie na rywalizację



Postrzeganie pieniędzy



Dystans emocjonalny

— Wynik na tle 18 kluczowych kompetencji sprzedażowych



Całkowita punktacja

57% Prospecting



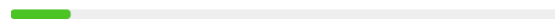
48% Kwalifikowanie kontaktów



67% Budowanie relacji



11% Działanie zgodnie z procesem



57% Orientacja na osiągnięcia



86% Zdobywanie zaufania



95% Kontrolowanie procesu sprzedaży



48% Radzenie sobie z obiekcjami



48% Skuteczne zadawanie pytań



86% Aktywne słuchanie



76% Myślenie krytyczne



67% Inicjatywa



76% Prezentowanie rozwiązań



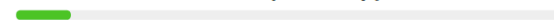
57% Efektywne wykorzystanie czasu



86% Radzenie sobie z niepowodzeniami



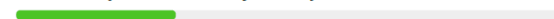
10% Nastawienie na rywalizację



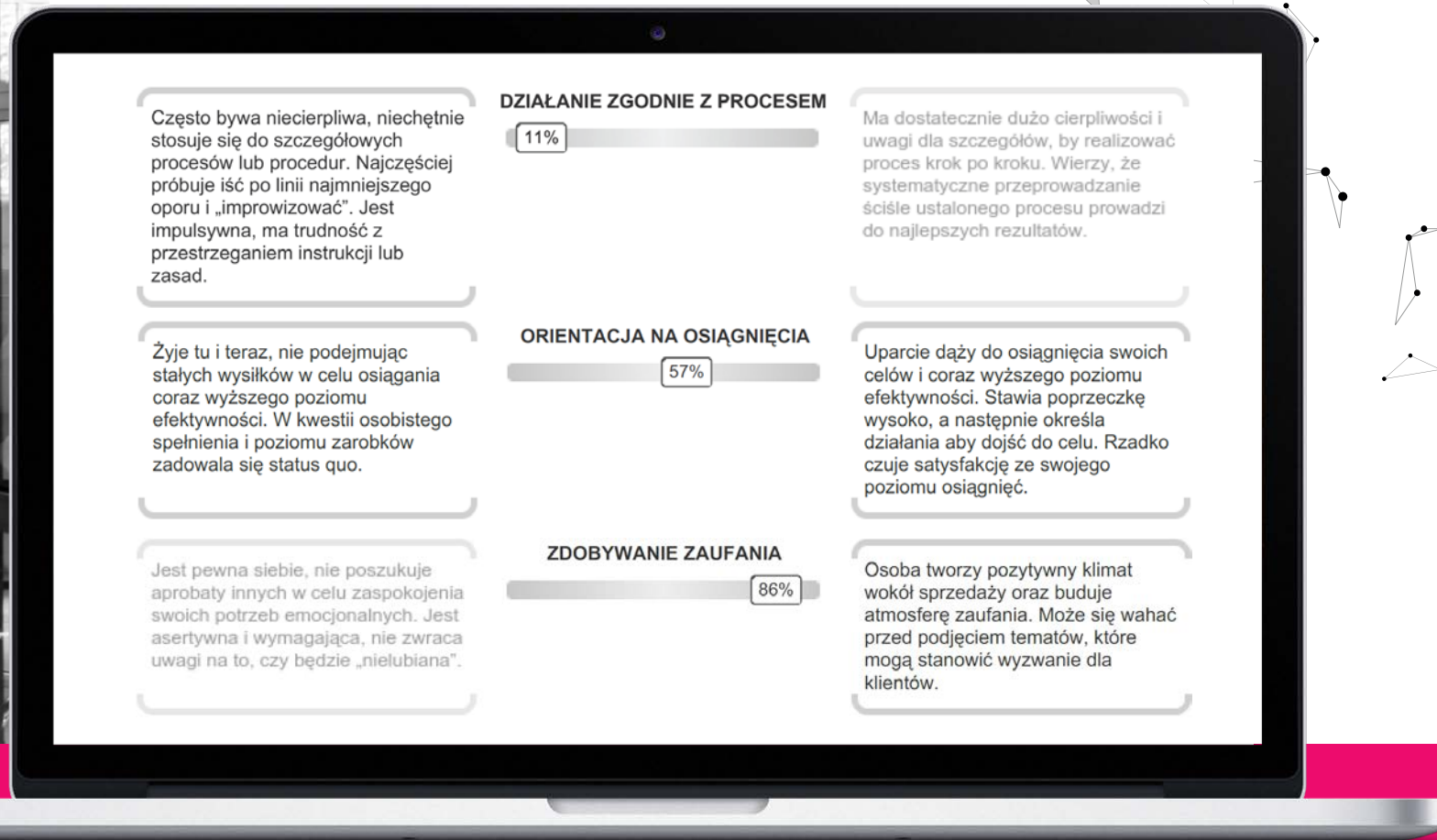
67% Postrzeganie pieniędzy



29% Dystans emocjonalny

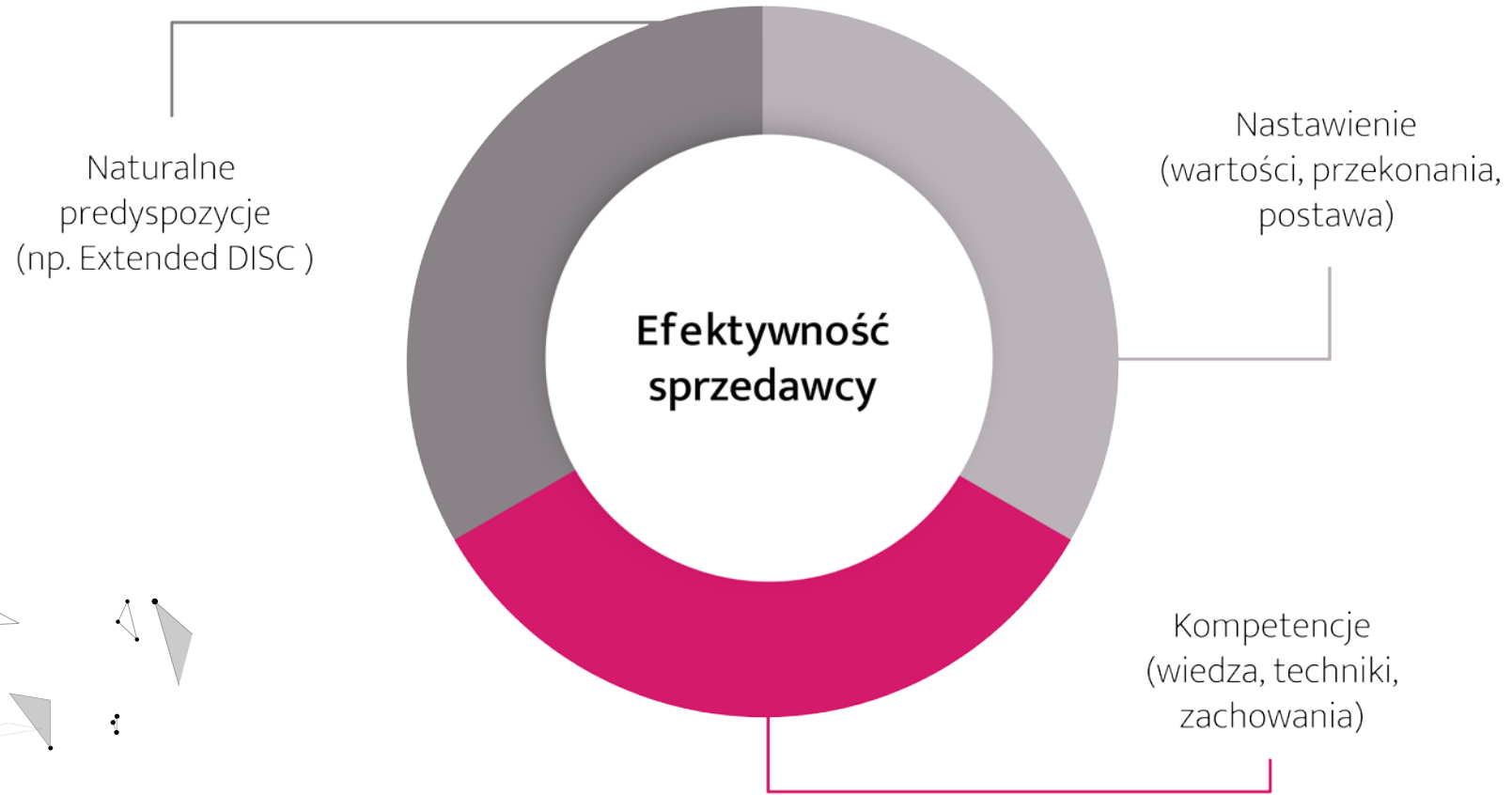


— Wynik na tle 18 kluczowych kompetencji sprzedażowych oraz definicje wysokich i niskich wyników



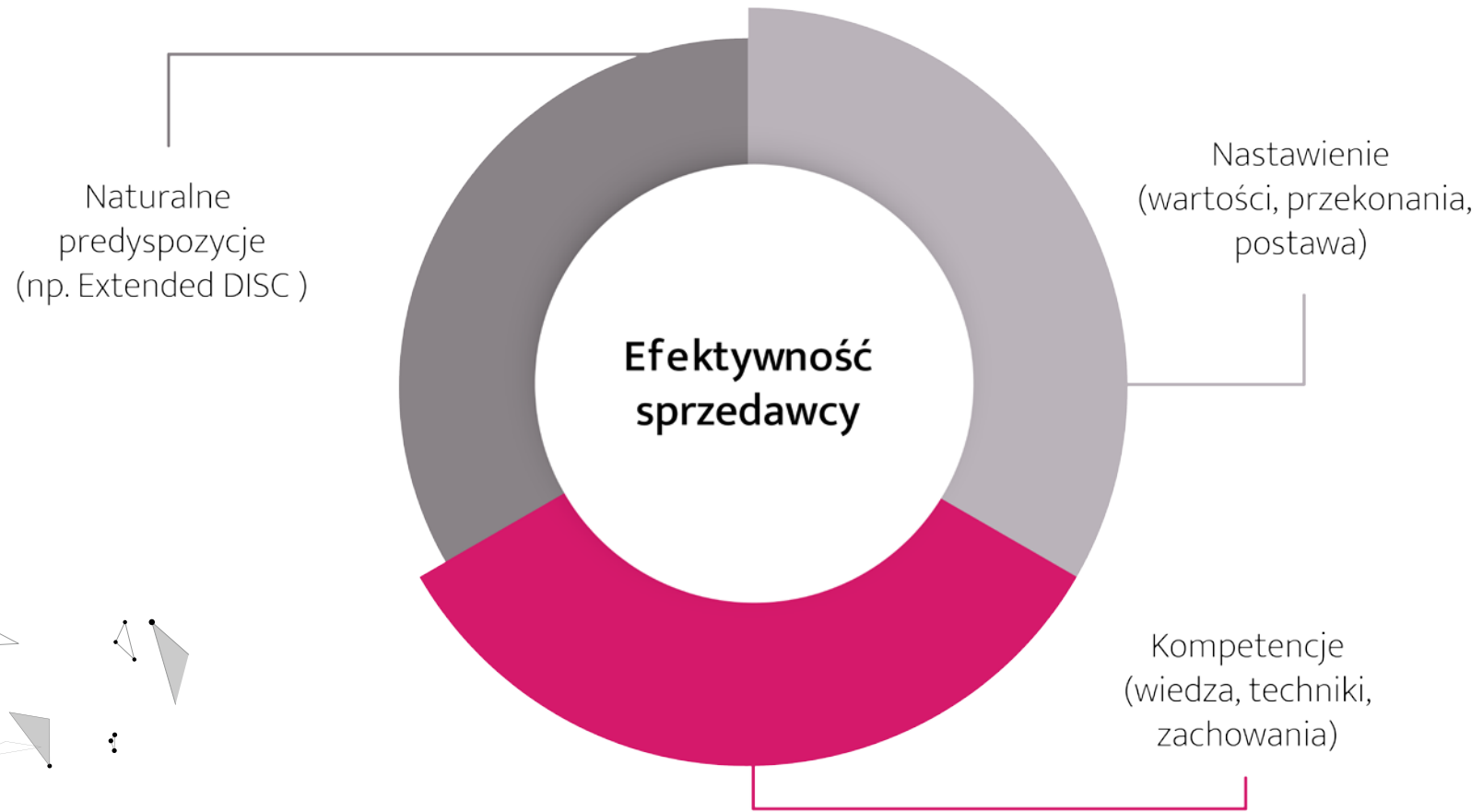
Sukces w sprzedaży

Oprócz świetnego produktu w dobrej cenie, sukces w sprzedaży w dużej mierze zależy od efektywności sprzedawcy...

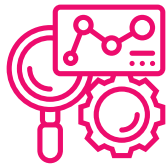


— Sukces w sprzedaży

Oprócz świetnego produktu w dobrej cenie, sukces w sprzedaży w dużej mierze zależy od efektywności sprzedawcy...



— Co to jest FinxS Sales Assessment (FSA)?



narzędzie diagnostyczne



kwestionariusz
wymuszonego wyboru



wsparcie rozwoju
sprzedawców



model 18 kluczowych
kompetencji



mocne strony i obszary
do rozwoju sprzedawców

— Co mierzy FSA?



Nastawienie
sprzedawców



Dotychczasowe
doświadczenia



Percepcję własnych
kompetencji

— Czego nie mierzy FSA?



FSA nie mierzy wiedzy profesjonalnej na temat sprzedaży, branży, czy produktów.



Nie mierzy inteligencji.
Nie jest testem osobowości.



Nie ocenia czy ktoś jest dobry czy zły, nie ma idealnych wyników...



... może jedynie wskazywać na dopasowanie do wybranego typu procesu sprzedażowego

— Prospecting



Definicja:

Aktywne poszukiwanie nowych potencjalnych klientów, by stale mieć możliwość nowej sprzedaży. Działania w zakresie prospectingu obejmują min. telefonowanie „na zimno”, zdobywanie referencji, umiejętne wykorzystanie bazy kontaktów oraz networking.

Ma opór przed kontaktowaniem się nowymi, nieznanymi sobie klientami. Ma nastawienie „FARMERA” biernie czekającego na okazje i „pokładającego nadzieję” w dalszym wykorzystaniu istniejących relacji z klientem.

PROSPECTING



Osoba ta aktywnie poszukuje nowych okazji biznesowych, ma nastawienie „ŁOWCY”, bierze odpowiedzialność za szukanie nowych możliwości sprzedaży.

— Działanie zgodnie z procesem



Definicja:

Sumienna i rzetelna realizacja usystematyzowanego procesu sprzedaży w celu podniesienia skuteczności wysiłków sprzedażowych.

Często bywa niecierpliwa, niechętnie stosuje się do szczegółowych procesów lub procedur. Najczęściej próbuje iść po linii najmniejszego oporu i „improvizować”. Jest impulsywna, ma trudność z przestrzeganiem instrukcji lub zasad.

DZIAŁANIE ZGODNIE Z PROCESEM

11%

Ma dostatecznie dużo cierpliwości i uwagi dla szczegółów, by realizować proces krok po kroku. Wierzy, że systematyczne przeprowadzenie ściśle ustalonego procesu prowadzi do najlepszych rezultatów.

— 18 kluczowych kompetencji sprzedażowych

- Nie da się mieć wysokich wyników we wszystkich kategoriach.
- Mechanizm „krótkiej kołdry”.
- „Niski wynik” to nie zawsze źle.
- „Wysoki wynik” to nie zawsze dobrze.

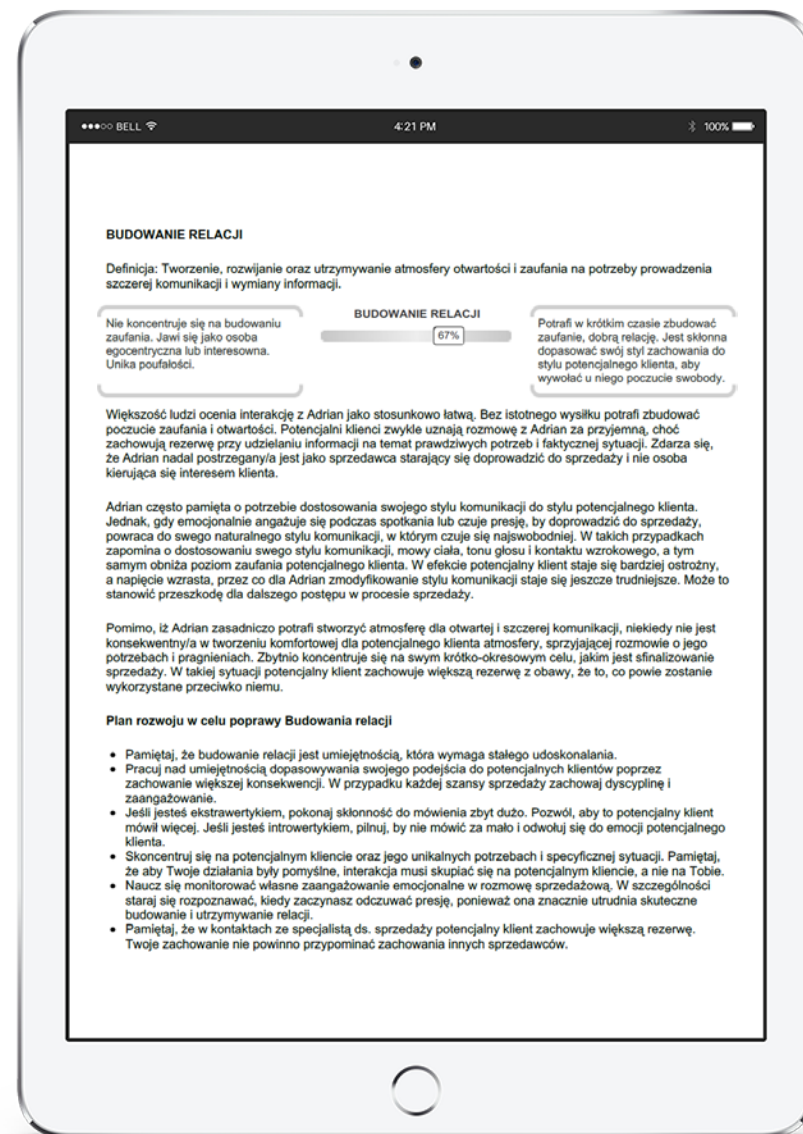


— Co zawiera Raport – Rozwój

Szczegółowy opis wyniku respondenta dla każdej kompetencji oraz zindywidualizowane wskazówki rozwojowe

Opis

Wskazówki rozwojowe



— Kompetencje a nastawienia w sprzedaży

Na każdą z 18 kompetencji wpływają nastawienia (od 1 do 3)

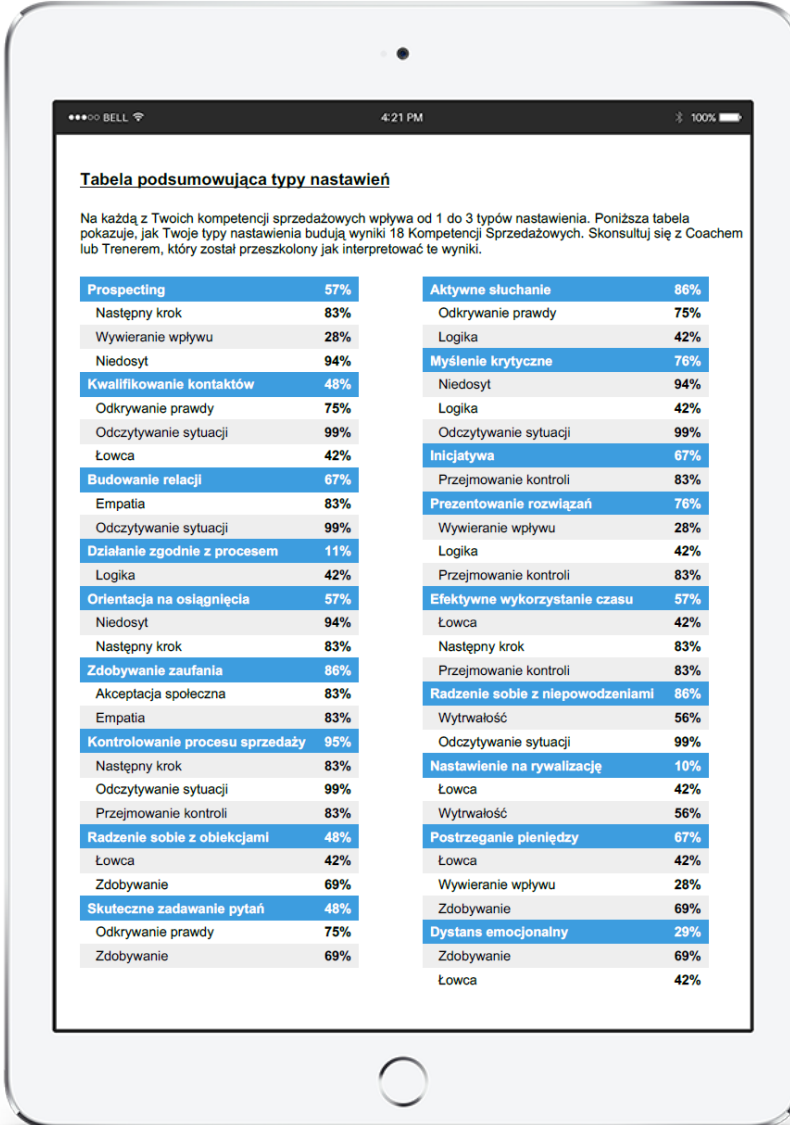


Tabela podsumowująca typy nastawień

Na każdą z Twoich kompetencji sprzedażowych wpływa od 1 do 3 typów nastawienia. Poniższa tabela pokazuje, jak Twoje typy nastawienia budują wyniki 18 Kompetencji Sprzedażowych. Skonsultuj się z Coachem lub Trenerem, który został przeszkolony jak interpretować te wyniki.

Prospecting	57%	Aktywne słuchanie	86%
Następny krok	83%	Odkrywanie prawdy	75%
Wywieranie wpływu	28%	Logika	42%
Niedosyt	94%	Myslenie krytyczne	76%
Kwalifikowanie kontaktów	48%	Niedosyt	94%
Odkrywanie prawdy	75%	Logika	42%
Odczytywanie sytuacji	99%	Odczytywanie sytuacji	99%
Łowca	42%	Inicjatywa	67%
Budowanie relacji	67%	Przejmowanie kontroli	83%
Empatia	83%	Prezentowanie rozwiązań	76%
Odczytywanie sytuacji	99%	Wywieranie wpływu	28%
Działanie zgodnie z procesem	11%	Logika	42%
Logika	42%	Przejmowanie kontroli	83%
Orientacja na osiągnięcia	57%	Efektywne wykorzystanie czasu	57%
Niedosyt	94%	Łowca	42%
Następny krok	83%	Następny krok	83%
Zdobywanie zaufania	86%	Przejmowanie kontroli	83%
Akceptacja społeczna	83%	Radzenie sobie z niepowodzeniami	86%
Empatia	83%	Wytwarłość	56%
Kontrolowanie procesu sprzedaży	95%	Odczytywanie sytuacji	99%
Następny krok	83%	Nastawienie na rywalizację	10%
Odczytywanie sytuacji	99%	Łowca	42%
Przejmowanie kontroli	83%	Wytwarłość	56%
Radzenie sobie z obiekcjami	48%	Postrzeganie pieniędzy	67%
Łowca	42%	Łowca	42%
Zdobywanie	69%	Wywieranie wpływu	28%
Skuteczne zadawanie pytań	48%	Zdobywanie	69%
Odkrywanie prawdy	75%	Dystans emocjonalny	29%
Zdobywanie	69%	Zdobywanie	69%
		Łowca	42%

— Kompetencje a nastawienia w sprzedaży

1. Poziom kompetencji wyższy niż poziomy Typów nastawienia. **Wykorzystuj w razie potrzeby**

Radzenie sobie z obiekcjami	99%
Łowca	94%
Zdobywanie	76%

2. Poziom kompetencji niższy niż poziomy Typów nastawienia. **Rozwijaj – jest potencjał**

Kwalifikowanie kontaktów	38%
Odkrywanie prawdy	67%
Odczytywanie sytuacji	67%
Łowca	83%

— Kompetencje a nastawienia w sprzedaży

3. Poziom kompetencji oraz poziomy Typów nastawienia są wysokie. **Wykorzystuj często**

Orientacja na osiągnięcia	99%
Niedosyt	94%
Zdobywanie	99%

4. Poziom kompetencji oraz poziomy Typów nastawieni są niskie. **Nie skupiaj się na tym obszarze**

Nastawienie na rywalizację	10%
Łowca	36%
Wytrwałość	28%

— Kompetencje a nastawienia w sprzedaży

5. Poziom kompetencji wysoki, a poziomy Typów nastawienia wysokie i niskie. **Wykorzystuj uważnie.**

Aktywne słuchanie	78%
Odkrywanie prawdy	67%
Logika	42%

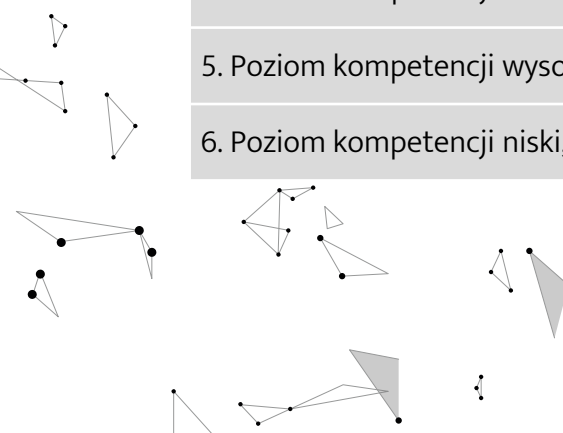
6. Poziom kompetencji niski, a poziomy Typów nastawienia wysokie i niskie. **Ograniczony potencjał do rozwoju**

Myślenie krytyczne	38%
Niedosyt	94%
Logika	42%
Odczytywanie sytuacji	67%

— Relacja: kompetencje a typy nastawienia w sprzedaży

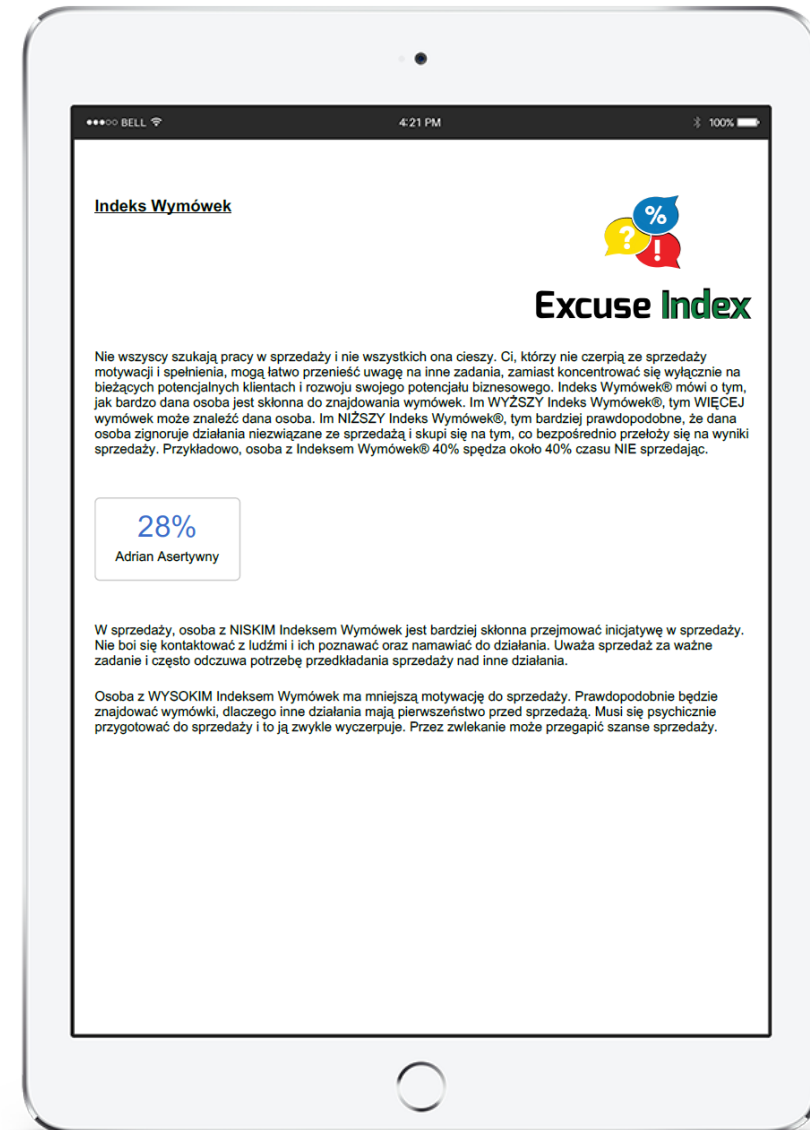


Sytuacja	Rekomendowane działanie	6 scenariuszy rozwoju
1. Poziom kompetencji wyższy niż poziomy Typów nastawienia	Wykorzystuj w razie potrzeby	
2. Poziom kompetencji niższy niż poziomy Typów nastawienia	Rozwijaj – jest potencjał	Dźwignia rozwojowa
3. Poziom kompetencji oraz poziomy Typów nastawienia są wysokie	Wykorzystuj często	Mocna strona
4. Poziom kompetencji oraz poziomy Typów nastawienia są niskie	Nie skupiaj się na tym obszarze	
5. Poziom kompetencji wysoki, a poziomy Typów nastawienia wysokie i niskie	Wykorzystuj uważnie	
6. Poziom kompetencji niski, a poziomy Typów nastawienia wysokie i niskie	Ograniczony potencjał do rozwoju	



— Kompetencje a nastawienia w sprzedaży

- FSA wprost pokazuje poziom skłonności do „sprzedażowych” wymówek – podejmowania działań niezwiązanych ze sprzedażą
- Indeks Wymówek – mierzy 0-100%
- Im niższy indeks – tym większa umiejętność ignorowania czynności niezwiązanych ze sprzedażą
- Im wyższy indeks – tym bardziej człowiek SZUKA WYMÓWEK





Jola

2 lata w firmie, jeszcze nigdy nie „zrobiła targetu”.



Ma opór przed kontaktowaniem się nowymi, nieznanymi sobie klientami. Ma nastawienie „FARMERA” biernie czekającego na okazje i „pokładającego nadzieję” w dalszym wykorzystawaniu istniejących relacji z klientem.

PROSPECTING

10%

Osoba ta aktywnie poszukuje nowych okazji biznesowych, ma nastawienie „ŁOWCY”, bierze odpowiedzialność za szukanie nowych możliwości sprzedaży.



Adrian

Kiedyś miał dobre wyniki, w ostatnim roku, coś zaczęło iść słabiej...

Osoba ta nie koncentruje się na budowaniu zaufania. Jawi się jako osoba egocentryczna lub interesowna. Unika poufałości.

BUDOWANIE RELACJI

38%

Osoba ta potrafi w krótkim czasie zbudować zaufanie, dobrą relację. Jest skłonna dopasować swój styl zachowania do stylu potencjalnego klienta, aby wywołać u niego poczucie swobody.



Marek

Marek, przeszedł z Działu obsługi klienta, Klienci go bardzo lubią, wyniki sprzedaży są słabe...

Indeks wymówek

47%



Kasia

W poprzedniej firmie miała super wyniki,
u nas jej jakoś nie idzie...

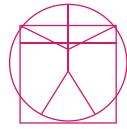
Czuje się winna, pobierając „zbyt wysoką” prowizję za sprzedaż, nie uważa, że zasługuje na zarabianie „dużych” pieniędzy. Odczuwa dużo empatii wobec klienta, gdy ten narzeka na „zbyt wysoką cenę”.

POSTRZEGANIE PIENIĘDZY

29%

Osoba ta postrzega pieniądze jako zdrowy cel dążeń. Uważa, że pieniądze są po prostu wynagrodzeniem za działania sprzedażowe. Ceni swój czas i nie boi się oczekiwać za niego zapłaty.

FinxS



extended
tools



A co z Anią i Wojtkiem?

Jak pomóc się rozwijać
najlepiej?

— Co się dalej dzieło z naszymi bohaterami?



Jola

Zmiana stanowiska
- Sprzedaż do stałych klientów



Marek

Postanowił wrócić
do Obsługi Klienta



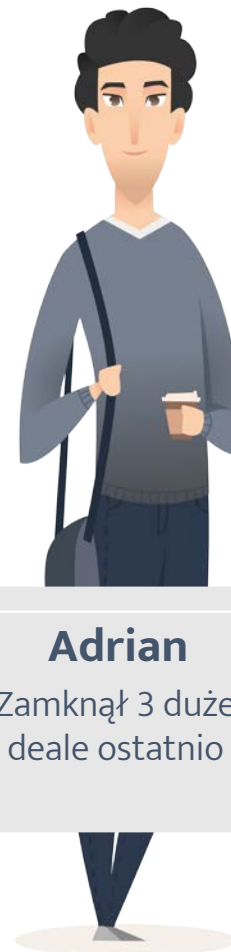
Wojtek

Doskonali swój
Prospecting, by mieć
więcej nowych
klientów



Kasia

Zmieniła nastawienie
- Pipeline się wypełnia



Adrian

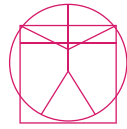
Zamknął 3 duże
deale ostatnio



Ania

Ćwiczy zadawanie
pytań, by być jeszcze
bardziej skuteczną

FinxS



extended
tools



FSA – dla rekrutacji, reorganizacji, zmiany modelu sprzedaży

Jak dopasować ludzi do
głównych zadań
sprzedażowych?

— Typy modeli sprzedaży

Nie ma jednego idealnego profilu sprzedawcy

POTRZEBA

Ukryta potrzeba:

Potencjalny klient nie jest świadomy potrzeby lub chęci

Wyrażona potrzeba:

Potencjalny klient jest świadomy potrzeby lub chęci

CYKL SPRZEDAŻY

Krótki cykl sprzedaży:

Potencjalny klient szybko podejmuje decyzję o zakupie

Długi cykl sprzedaży:

Potencjalny klient potrzebuje czasu aby podjąć decyzję, gdyż ma ona istotne konsekwencje.

RELACJE

Krótkotrwała relacja:

Relacja z klientem nie jest kontynuowana po pierwszej sprzedaży

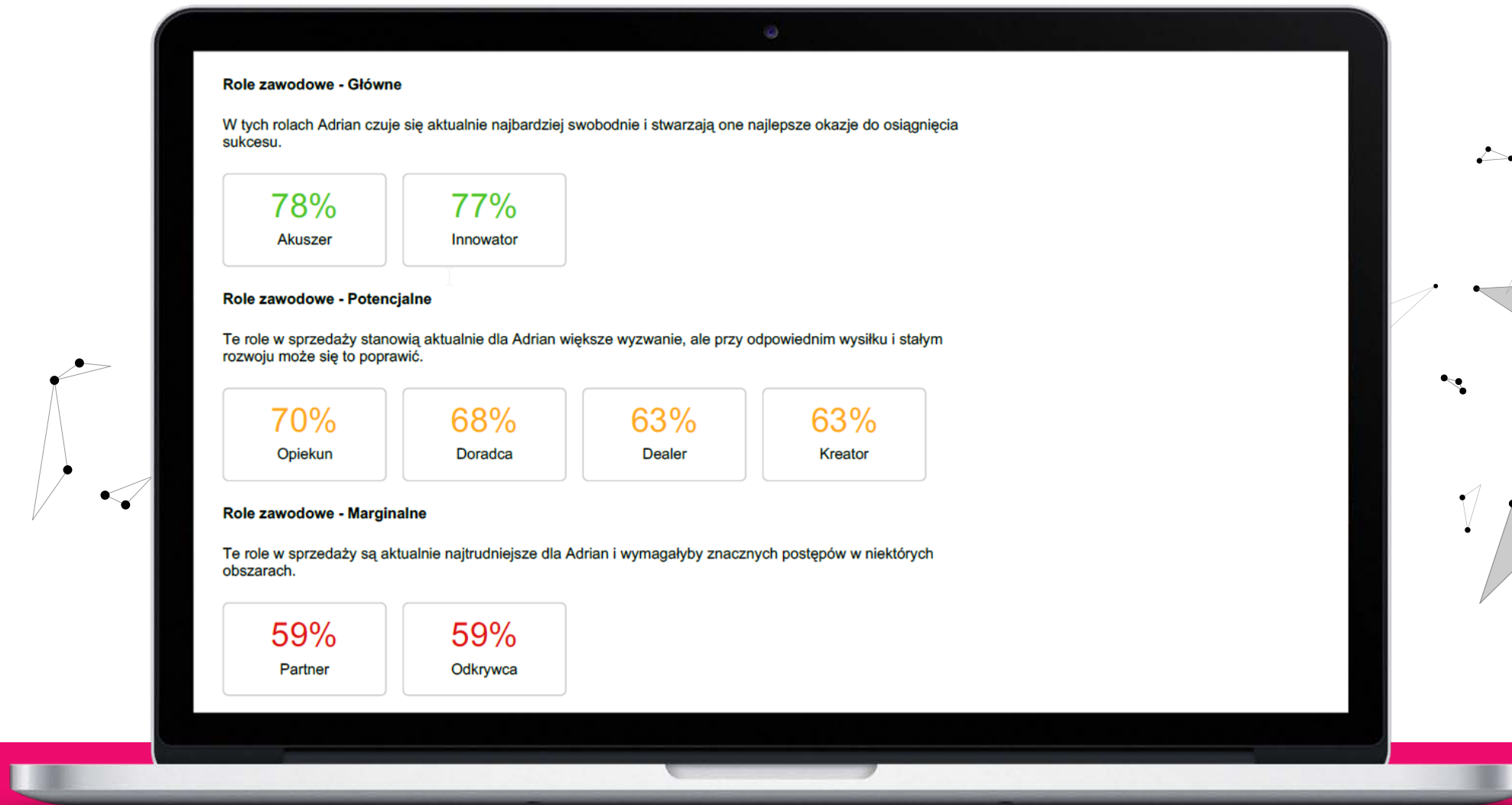
Długotrwała relacja:

Relacja z klientem jest długotrwale kontynuowana po pierwszej sprzedaży

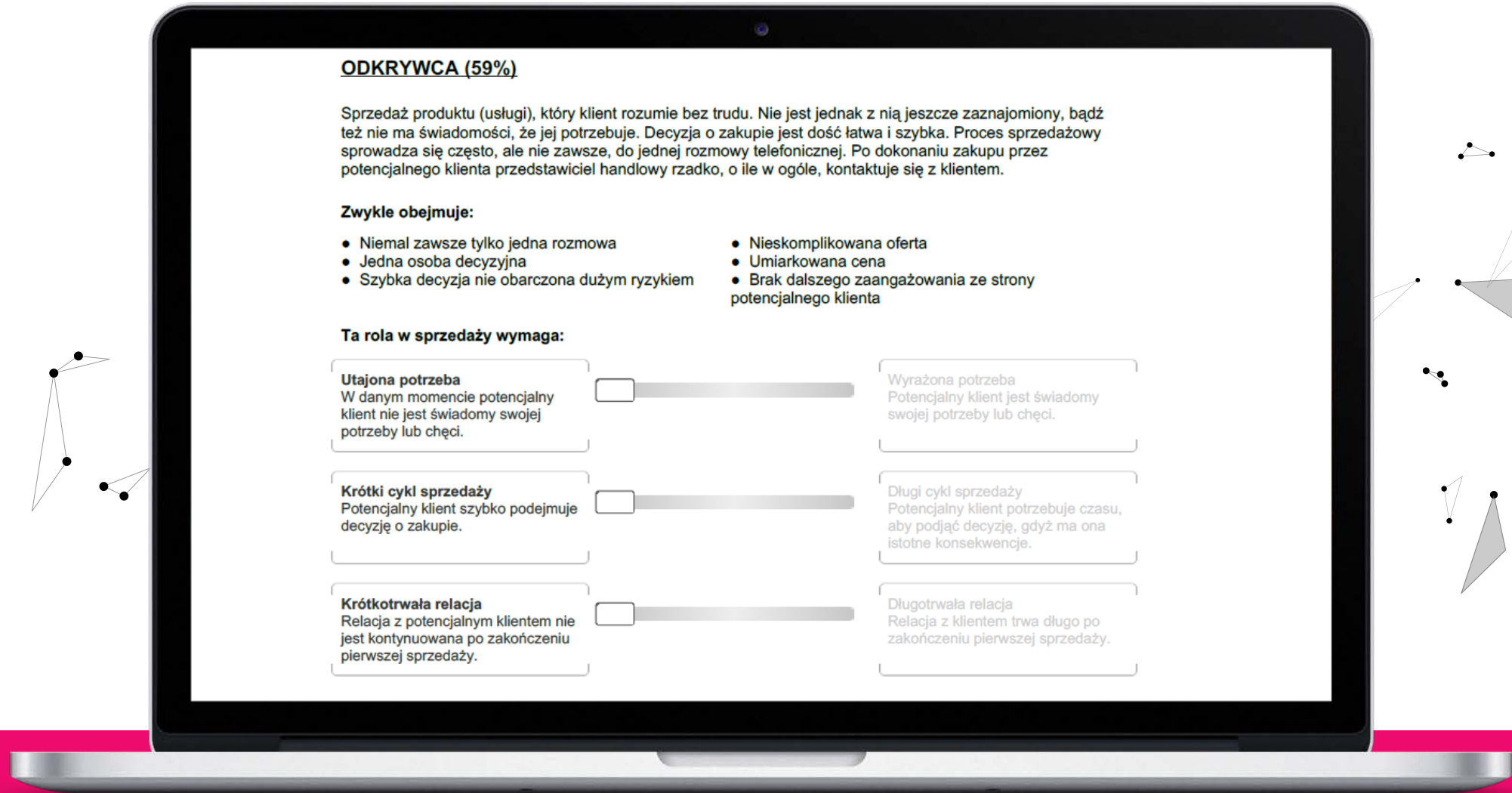
— Dopasowanie do roli - raport

Rola sprzedażowa	Potrzeba	Cykl sprzedaży	Relacja
ODKRYWCA	Ukryta potrzeba	Krótki cykl	Krótką relacją
KREATOR	Ukryta potrzeba	Krótki cykl	Długa relacja
AKUSZER	Ukryta potrzeba	Długi cykl	Krótką relacją
INNOWATOR	Ukryta potrzeba	Długi cykl	Długa relacja
DEALER	Wyrażona potrzeba	Krótki cykl	Krótką relacją
OPIEKUN	Wyrażona potrzeba	Krótki cykl	Długa relacja
DORADCA	Wyrażona potrzeba	Długi cykl	Krótką relacją
PARTNER	Wyrażona potrzeba	Długi cykl	Długa relacja

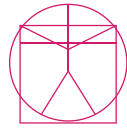
— Dopasowanie do roli – raport



— Dopasowanie do roli – raport



FinxS



extended
tools



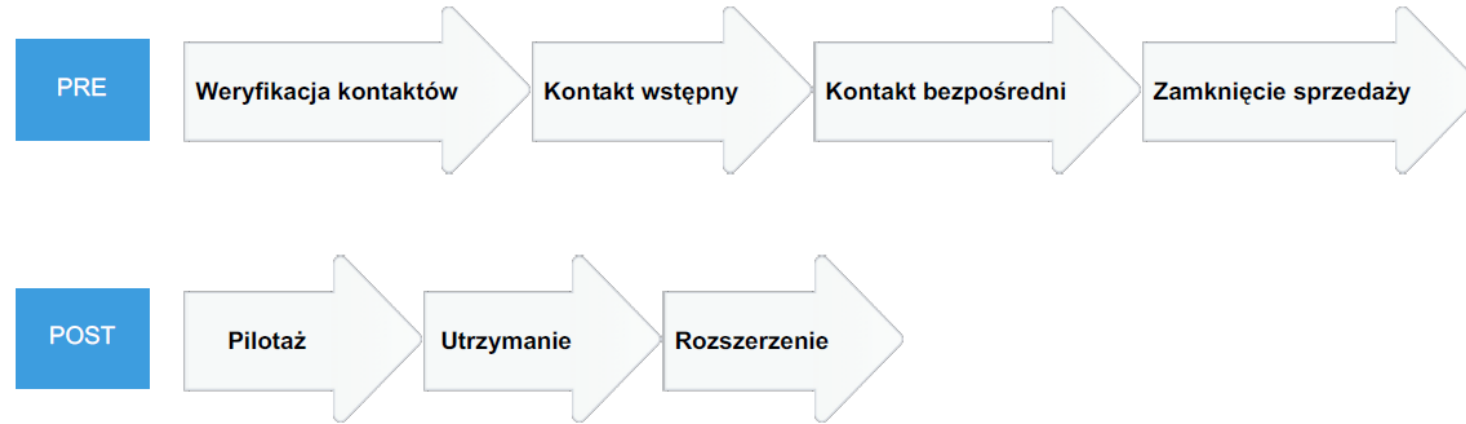
FINXS SALES ASSESSMENT

**Raporty dla zarządzających:
MANAGER i TEAM**

— Etapy procesu sprzedaży

Etapy PRE i POST

Kroki w procesie sprzedaży dzielimy na etapy PRE (przed zamknięciem pierwszej transakcji) i POST (po zamknięciu pierwszej transakcji). Do tego raportu wybraliśmy cztery kroki PRE: ocena potencjalnych klientów, kontakt wstępny, kontakt bezpośredni i zamknięcie sprzedaży. Wybrane kroki POST to pilotaż, utrzymanie i rozwinięcie. Każdy z etapów jest opisany na osobnej stronie.



Proces sprzedaży / Podsumowanie dopasowania kompetencji

Poniższa tabela zawiera podsumowanie dopasowania kompetencji tej osoby na różnych etapach procesu sprzedaży.

++: Wynik kompetencji wskazuje na wyraźne atuty na tym etapie procesu sprzedaży

+: Wynik kompetencji wskazuje na korzystne cechy, choć nie tylko one mogą uczynić tę osobę doskonałą na tym etapie procesu sprzedaży

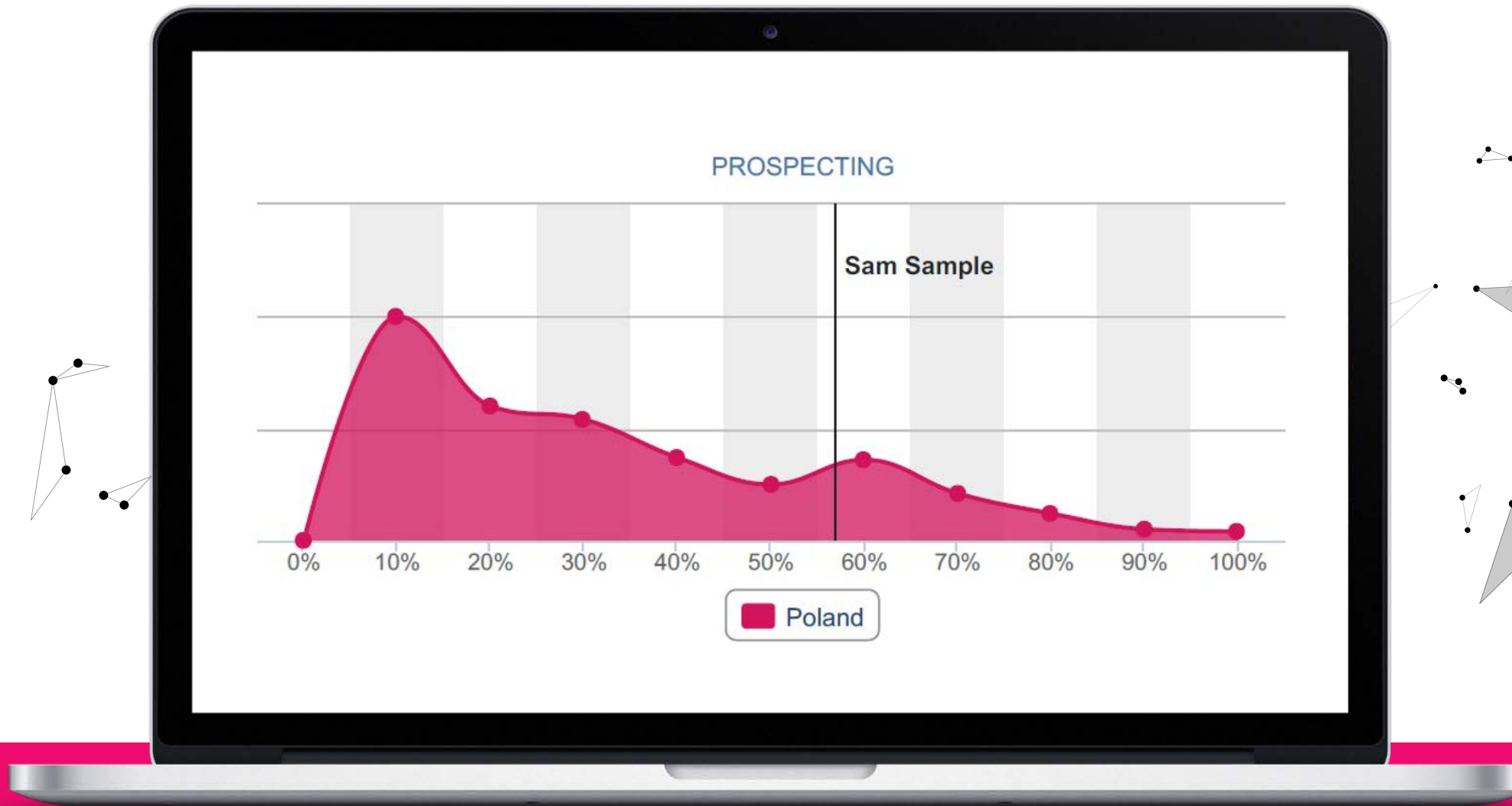
+/-: Kompetencja ta nie odgrywa żadnej ważnej roli na tym etapie procesu sprzedaży.

-: Wynik kompetencji wskazuje na pewne wyzwania na tym etapie procesu sprzedaży.

--: Kompetencja ta może stać się istotnym wyzwaniem w osiągnięciu sukcesu na tym etapie. Należy dokładnie przeanalizować, jak uniknąć potencjalnego ryzyka, by nie stało się ono realne.

	++	+	+/-	-	--	Wynik
PRE						
Weryfikacja kontaktów	6	4	1	4	3	6
Kontakt wstępny	9	5	1	3	0	20
Kontakt bezpośredni	6	2	2	6	2	4
Zamknięcie sprzedaży	8	3	5	2	0	17
POST						
Pilotaż	3	3	3	6	3	-3
Utrzymanie	0	1	5	5	7	-18
Rozszerzenie	7	5	3	3	0	16

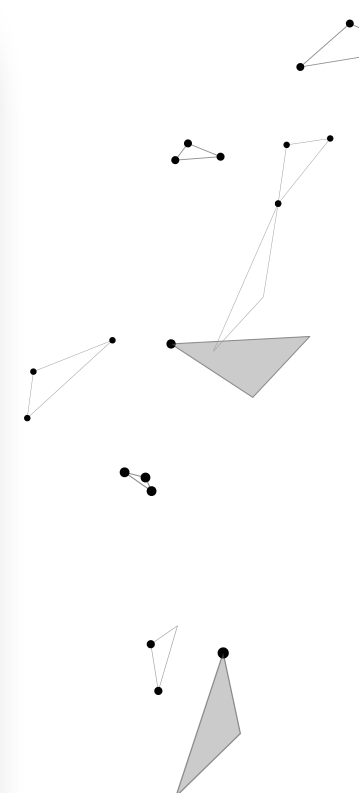
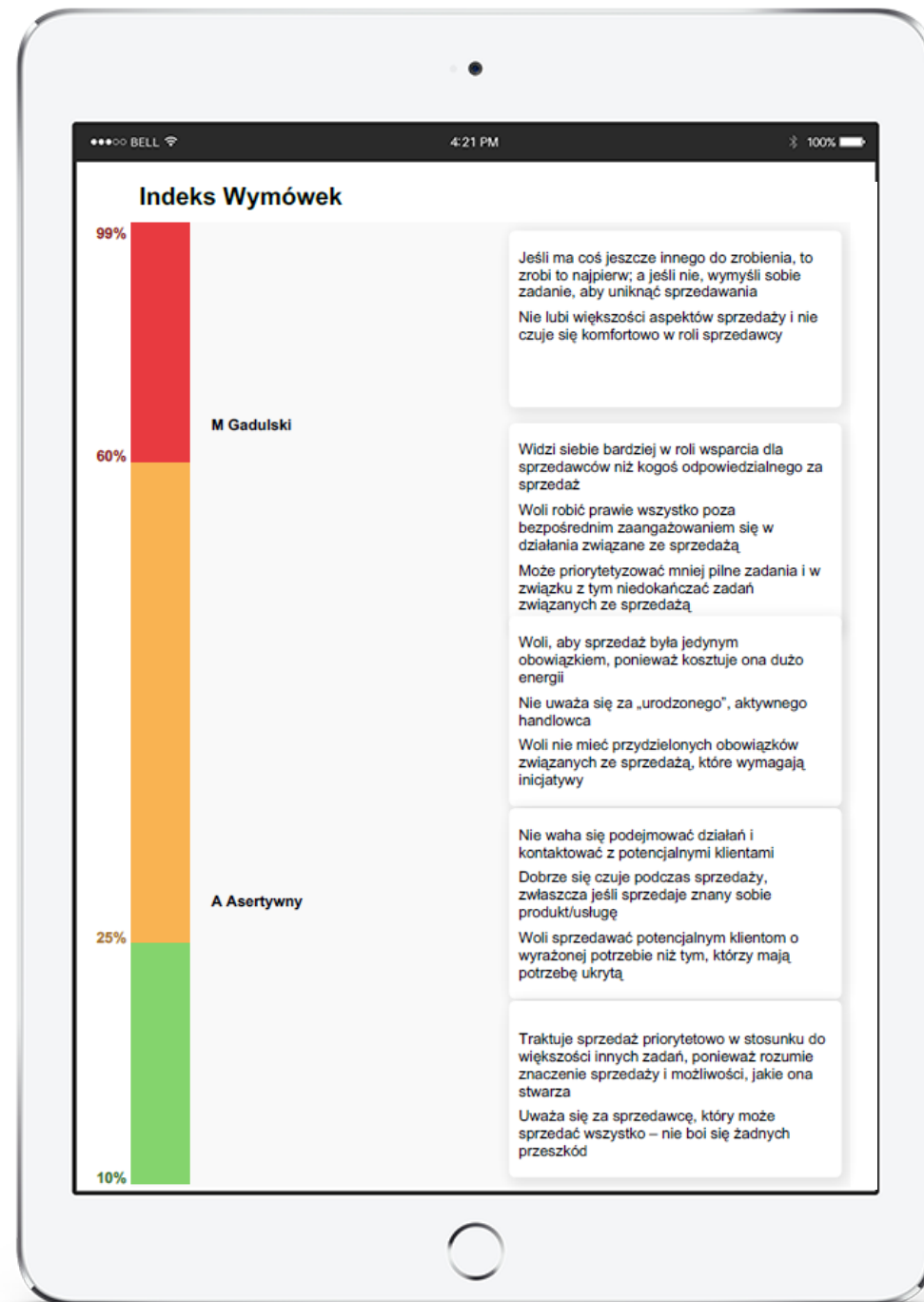
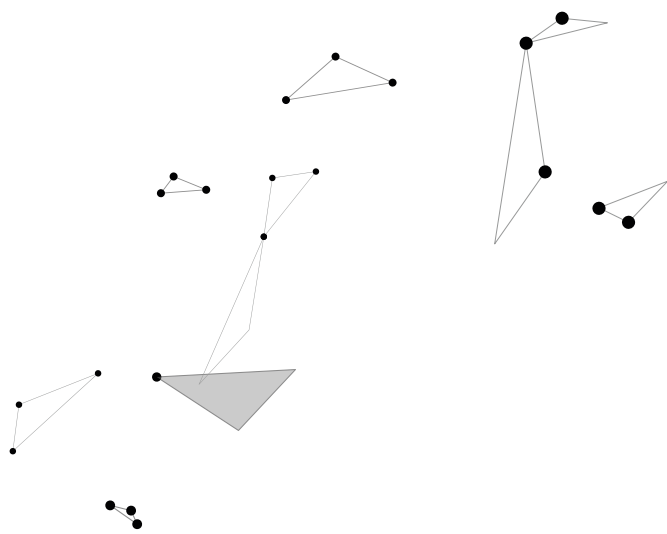
— Raport Manager – z benchmarkiem



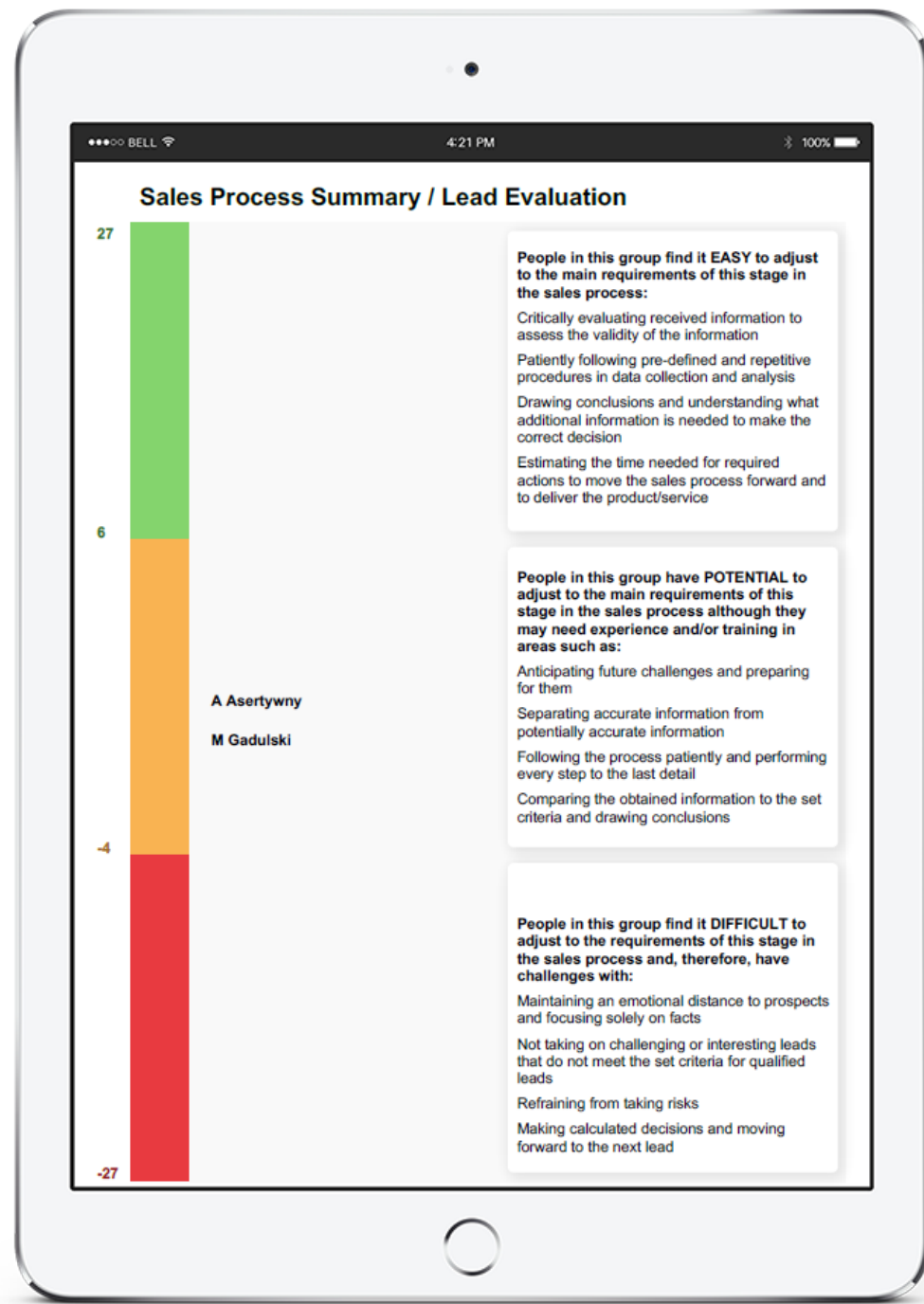
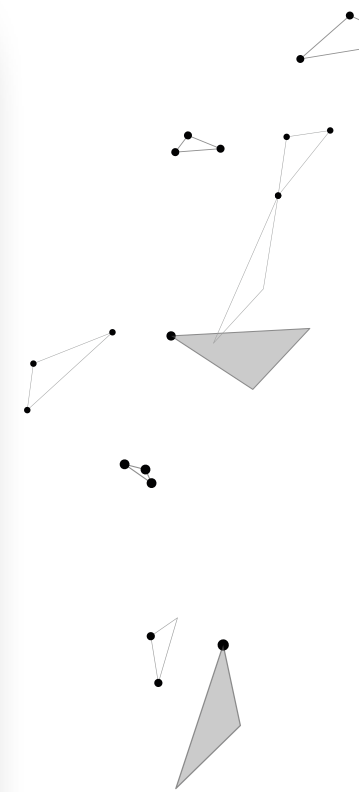
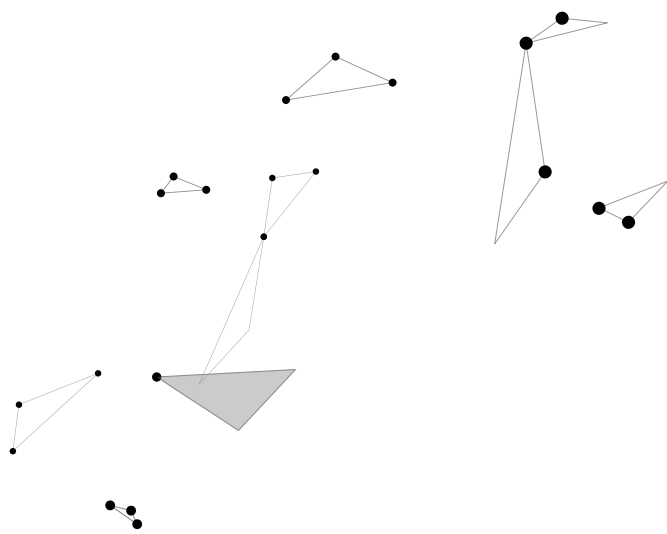
Raport Team – Kompetencje zestawienie

	10%			39%		76%		99%	
Prospecting	4				1				
Kwalifikowanie kontaktów				2		1	1		1
Budowanie relacji			1			1	2	1	
Działanie zgodnie z procesem	3	2							
Orientacja na osiągnięcia	1	1	1		1	1			
Zdobywanie zaufania	1					1		2	1
Kontrolowanie procesu sprzedaży	1					2			2
Radzenie sobie z obiekcjami	1			3	1				
Skuteczne zadawanie pytań				1			1		3
Aktywne słuchanie					1			3	1
Myślenie krytyczne							2	1	2
Inicjatywa					1	2			2
Prezentowanie rozwiązań	2				1	1	1		
Efektywne wykorzystanie czasu	3				2				
Radzenie sobie z niepowodzeniami	2	1			1			1	
Nastawienie na rywalizację	3		1	1					
Postrzeganie pieniędzy		1			2	1			1
Dystans emocjonalny	2	1	1			1			

Raport Team – Indeks wymówek



— Raport Team – Proces sprzedaży



— Podsumowanie – FSA jako narzędzie do badania kompetencji sprzedażowych

- 99 pytań
- Wypełnienie zajmuje 20-30 minut
- Zaprojektowany dla handlowców
- Zakłada doświadczenie w sprzedaży i aktualne realizowanie działań sprzedażowych
- Dostępny w kilkunastu językach, w tym: polskim, angielskim, niemieckim, hiszpańskim, szwedzkim, portugalskim, włoskim, greckim, hindi, chińskim.

Jeden wynik – różne raporty:

1.

FinxS Sales Assessment®

Rozwój

(kompetencje, nastawienia +/-
indeks wymówek)

2.

FinxS Sales Assessment®

Dopasowanie do roli

(dopasowanie do 8 ról
sprzedażowych +/- indeks
wymówek)

3.

FinxS Sales Assessment®

Manager

(indywidualny wynik osoby
w wersji dla managera)

Jeden wynik – różne raporty:

4.

FinxS Sales Assessment® - Team (wynik zespołowy dla managera)

- Kompetencje zespołu – zestawienie (tabela)
- Kompetencje zespołu – podsumowanie
- Indeks wymówek
- Tabela zespołu
- Podsumowanie procesu
- Streszczenie wyników (tylko poziomy kompetencji osób w zespole)



Dziękuję za zainteresowanie FinxS Sales Assessment

Bądźmy w kontakcie!