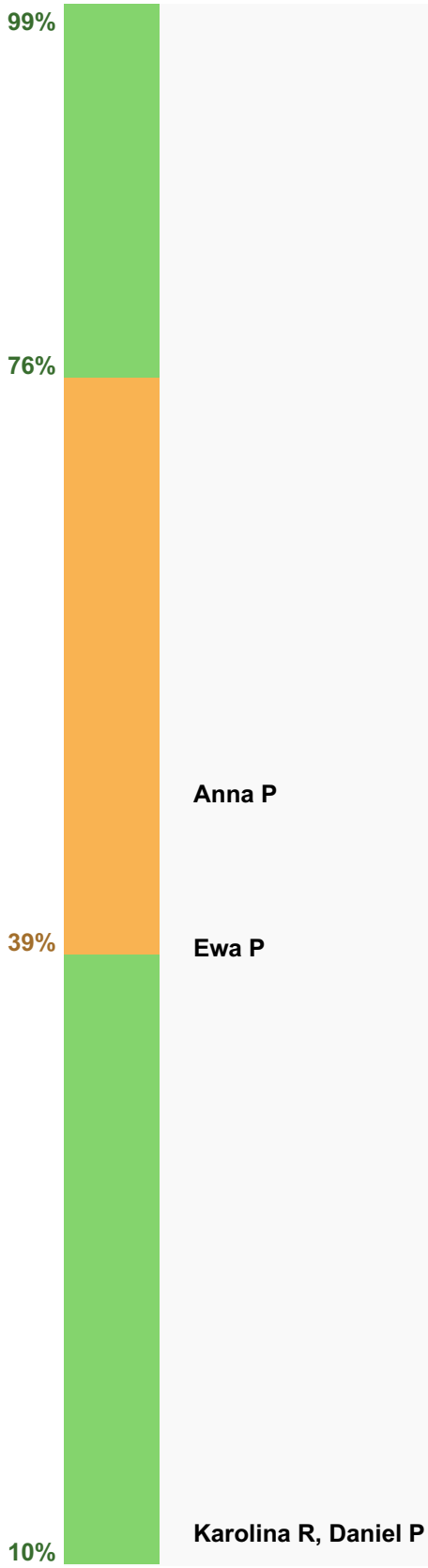
Kompetencje zespołu / Prospecting



Uwielbia prospecting i stale uzupełnia swój pipeline o nowe kontakty

Generuje szanse, ale nie kontynuuje kontaktu lub zapomina o nim, chyba że klienci są gotowi do działania

Realizuje prospecting z własnej inicatywy, gdyż rozumie, że jest to konieczne dla powodzenia

Regularnie dba o prospecting, jeśli może równoczesnie realizować inne zadania

Prosi o referencje, nim zdobędzie zaufanie klientów lub w nieodpowiednim momencie

Dba o prospecting, wtedy gdy ostatnio był/a w tym skuteczny

Zaczyna prospecting, ale często rezygnuje po niepowodzeniach, gdyż traci zapał i zniechęca się

Odkłada prospecting, znajdując inne zadania i wypełniacze czasu

Poszukuje nowych klientów, gdy nie ma innych zadań

Klienci wyczuwają jej niepewność, co sprawia, że czują się niekomfortowo i są ostrożni

Nie lubi prospectingu i jest tego świadomy/a; może próbować usprawiedliwiać unikanie go

Przedkłada rozszerzanie współpracy z obecnymi klientami, nad poszukiwanie nowych

Unika prospectingu uzasadniając, iż nie jest to efektywne wykorzystanie czasu i wysiłków

Copyright: 2011-2024 FinxS Ltd

Kompetencje zespołu / Kwalifikowanie kontaktów

Ewa P

Kwalifikuje skutecznie i nie posuwa się naprzód, póki nie stwierdzi, iż klienci są chętni i zdolni do zakupu

Za szybko odrzuca klientów lub opiera się na swoich uprzedzeniach i za szybko rezygnuje ze sprzedaży

Zadaje pytania dotyczące obecnych wyzwań i środków finansowych na ich rozwiązanie

Pyta i słucha, aby zweryfikować potencjał biznesowy, ale czasami jest zbyt optymistyczna i zbyt wcześnie idzie do przodu

Stosuje techniki kwalifikacji, ale czasem nie potrafi ocenić potencjału biznesowego; idzie naprzód w nieodpowiednim momencie

Karolina R

Często kwalifikuje skutecznie; jest skłonna iść dalej, gdy wyczuje chęć klienta, niezależnie od jego zdolności do zakupu

Wie, jak ważne jest skuteczne kwalifikowanie, ale praktykuje je tylko gdy ma braki w pipeline

Próbuje kwalifikować potencjał biznesowy, ale rezygnuje, gdyż obawia się, że pytania zdenerwują klientów

Anna P

Kwalifikuje kontakty, gdy jest z tego rozliczany/a

Pytania kwalifikujące mogą być odbierane jako uciążliwe lub nieistotne

Ma obawy przed kwalifikowaniem, gdyż boi się utraty możliwości sprzedaży

Daniel P

Dzieli się informacjami o produkcie/usłudze; może to skutkować otrzymaniem poleceń

Chętnie rozpoczyna proces sprzedaży, nie oceniając sytuacji, jeśli czuje, że klient jest chętny do współpracy

Copyright: 2011-2024 FinxS Ltd

Kompetencje zespołu / Budowanie relacji

99%

76%

39%

10%

Anna P

Buduje zaufanie i poczucie znajomości szybko i z naturalną łatwością

Jest skłonna do nawiązywania osobistych relacji z każdym, przez co rozprasza się i odwraca uwagę od sprzedaży

Karolina R

Dobrze odczytuje klientów i dostosowuje styl do ich preferencji, tworząc otwartą komunikację

Lubi poznawać nowych ludzi i pogłębiać relację; jednak rozprasza się i zapomina o celu

Nawiązuje relacje z klientami, ale zamiast kontynuować proces sprzedaży może urządzać pogaduszki

Ewa P

Dostrzega i rozumie, że ludzie kupują od osób, które lubią; zapomina o stałym ćwiczeniu skutecznych umiejętności budowania relacji

Postrzega budowanie relacji jako krok w procesie sprzedaży, a nie działanie ciągłe

Początkowe etapy sprzedaży uważa za trudne, gdyż wymagają skupienia na wyrażaniu rzeczywistego zainteresowania klientem

Daniel P

Nawiązuje więzi z klientami o podobnym stylu zachowania, ale nie z innymi

Wydaje się skrępowana, gdy próbuje nawiązać kontakt z klientami

Uważa budowanie relacji za zbędne, ponieważ to zalety produktu/usługi decydują o wyniku

Klienci podzielający jej styl komunikacji uważają jej podejście za miłe i komfortowe

Wydaje się koncentrować na sprzedaży bez prawdziwego zainteresowania pomocą klientowi

Copyright: 2011-2024 FinxS Ltd

Kompetencje zespołu / Działanie zgodnie z procesem

Ewa P

Systematycznie i konsekwentnie realizuje proces; ufa, że dzięki niemu osiąga najlepsze wyniki

Proces ją ogranicza, przez co nie rozpoznaje sygnałów kupna od klienta

Karolina R

Praktykuje i wdraża proces sprzedaży obowiązkowo, ale czasami zbyt dosłownie

Skutecznie realizuje etapy procesu, gdy odpowiednio przygotuje się do interakcji sprzedażowej

Zapomina o zatrzymaniu procesu, gdy klienci są gotowi do zakupu; chce wykonać wszystkie kroki

Daniel P

Wykorzystuje proces, ale niekonsekwentnie; presja lub potrzeba sfinalizowania powoduje, że z niego rezygnuje

Wybiera ulubione i najbardziej wygodne części procesu i postępuje tylko zgodnie z nimi

Zna proces sprzedaży, ale czuje, że ograniczy on jej elastyczność, poczucie luzu i pewności siebie

Anna P

Przestrzega procesu sprzedaży, jeśli jest regularnie z tego rozliczana

Zniechęca się, gdy pominie proces; może traktować to jako osobistą porażkę

Nie wierzy w procesy; postrzega sprzedaż jako sztukę, a nie umiejętność

Klienci wolący spontaniczne, nieformalne podejście, nie czują presji, by iść do przodu i to im się podoba

Uważa, że każda interakcja sprzedażowa jest tak wyjątkowa, że podążanie za procesem tylko ograniczyłoby sukces

Copyright: 2011-2024 FinxS Ltd

Kompetencje zespołu / Orientacja na osiągnięcia

Daniel P

Zawsze ma wymagające cele zawodowe i osobiste oraz określa kroki niezbędne do ich osiągnięcia

Nigdy nie jest zadowolona z własnych osiągnięć, może wykazywać frustrację i irytację

Anna P

Ma jasne i ambitne cele, zazwyczaj realizuje je z zaangażowaniem i skupieniem

Uważa wyznaczanie celów za konieczne w dążeniu do sukcesu

Wyznacza cele zawodowe; nie zawsze jest zdyscyplinowana, by podjąć kroki niezbędne do ich osiągnięcia

Karolina R

Chce przekraczać cele, ale może uzasadniać niepowodzenia poprzez szukanie ich przyczyny na zewnątrz

Lubi proces wyznaczania celów, ale nie zawsze jasno określa działania niezbędne do ich osiągnięcia

Rozumie rolę ustalania celów, ale znajduje wymówki, by ich nie wyznaczać i nie zapisywać

Ewa P

Wyznacza cele z pomocą innych; potrzebuje wskazówek, by skutecznie to robić

Ambitne cele ją zniechęcają, poddaje się za wcześnie; może stawiać za nisko poprzeczkę

Uważa wyznaczanie celów za peszące i zniechęcające; stara się to odwlekać lub unikać

Jest zadowolona z obecnego stanu rzeczy i żyje chwilą, ma nastawienie carpe diem

Nie określa jasnych, wymiernych celów i nie nadaje kierunku działaniom

Copyright: 2011-2024 FinxS Ltd

Kompetencje zespołu / Zdobywanie zaufania

99%

76%

39%

10%

Karolina R

Dobrze nawiązuje relacje z klientami i koncentruje się na zrozumieniu ich potrzeb

Chcąc zadowolić klientów, może angażować się w nieopłacalne finansowo transakcje

Daniel P, Anna P

Jest uprzejma, pozostawia klientów z wrażeniem, że się o nich troszczy, a obietnice zostaną dotrzymane

Empatyzuje z potrzebami klientów i szuka sposobów na ich zaspokojenie

Będąc uprzejmym, może zostawić niektóre ważne pytania bez odpowiedzi, a opinie klientów niezakwestionowane

Ewa P

Wie, jak jednocześnie okazać troske oraz sprzeciwić się kiedy trzeba

Potrafi stworzyć dobre pierwsze wrażenie, ale może nie mieć cierpliwości, aby utrzymać je przy niezdecydowanych klientach

Wie, jak stworzyć wrażenie empatii, ale często się tym nie przejmuje, zamiast tego skupiając się na faktach

Jeśli sytuacja wymaga wykazania dodatkowego zainteresowania potrzebami klienta, może to zrobić, ale woli posunąć sprzedaż do przodu

Klienci często zauważają u tej osoby brak potrzeby bycia lubianym i skupienie sprzedawcy na własnych celach, a nie na kliencie jako osobie

Chce skoncentrować się na znalezieniu

Niechęć do zadowalania może uczynić ich oschłymi, ale jednocześnie wiarygodnymi w tym, co mówią

Potencjalni klienci, potrzebujący osobistego kontaktu (poza zakupem produktu/usługi), mogą uznać tę osobę za zbyt bezosobową, aby współpracować

Copyright: 2011-2024 FinxS Ltd

Kompetencje zespołu / Kontrolowanie procesu sprzedaży

Anna P

Zawsze ustala jasny program, ograniczenia czasowe i oczekiwane rezultaty dla każdego spotkania, niezależnie od etapu procesu

Może odstraszyć niektórych klientów, którzy nie są przyzwyczajeni do jasnego określania kolejnych kroków

Ewa P

Taktownie kontroluje proces sprzedaży, koncentrując się na celu końcowym

Przejmuje odpowiedzialność za sprzedaż poprzez uzyskanie zgody klienta co do tego, co się wydarzy i jakie są możliwe efekty

Określa kroki i oczekiwania, ale czasami robi to zbyt obcesowo, co powoduje blokowanie się klientów

Karolina R

Ustala z klientami sposób postępowania, ale może zrezygnować z kontroli przy bardziej asertywnych klientach

Wyznacza parametry, uzyskuje zgodę klienta, ale zapomina przestrzegać planu

Czasami ma jasny plan postępowania, ale jeśli akurat go nie ma, potencjalni klienci mogą być sfrustrowani

Daniel P

Wymaga częstego coachingu i przypominania o wprowadzeniu planu działania ze wszystkimi klientami

Chce jasno określić oczekiwania i uzgodnić kolejne kroki, ale pozwala klientom przejąć kontrolę

Nie wierzy w wyznaczanie jasnych parametrów, ufając, że proces przyjmie swój naturalny przebieg

Pozwala klientom na kontrolowanie spotkań, dzięki czemu mają poczucie sprawczości i komfortu; w rezultacie mogą być chętni do nawiązania relacji

Spotkania sprzedażowe postrzega jako rozmowy, które naturalnie doprowadzą do zamierzonego celu

Copyright: 2011-2024 FinxS Ltd

Kompetencje zespołu / Radzenie sobie z obiekcjami

Ewa P

Postrzega obiekcje jako okazję do ujawnienia prawdziwych wyzwań klientów i wykorzystuje je, aby posunąć proces sprzedaży do przodu

Radzi sobie z obiekcjami i oporem tak sprawnie, że może wydawać się w tym zbyt asertywna i arogancka

Anna P

Postrzega zastrzeżenia jako część procesu sprzedaży i regularnie ćwiczy radzenie sobie z nimi

Konsekwentnie stosuje skuteczne odpowiedzi na typowe obiekcje, ale inne mogą stanowić problem

Czasami spontanicznie reaguje na zastrzeżenia i próbuje je przezwyciężyć, nie dochodząc do ich prawdziwych przyczyn

Daniel P

Dość pewnie radzi sobie z zastrzeżeniami, ale czasami zbyt sztucznie i mechanicznie

Dobrze radzi sobie z pierwszymi obiekcjami, ale szybko traci pewność, gdy klienci nadal wyrażają wątpliwości

Waha się przy rozpatrywaniu obiekcji. Gdy się opanuje, może udzielić wyćwiczonych odpowiedzi, próbując je przezwyciężyć.

Karolina R

Gdy czuje presję na sukces, jest skuteczna wobec najczęstszych zastrzeżeń, ale obawia się, że odpowiedzi mogą zdenerwować klientów

Zapomina zadawać skuteczne pytania, aby zrozumieć prawdziwe powody sprzeciwu; jej odpowiedź może pogorszyć sytuację

Rozpatruje zastrzeżenia z pewnym zdenerwowaniem i nieśmiałością, co podważa

Utrzymuje luźną i przyjemną atmosferę podczas spotkania sprzedażowego, ponieważ rzadko kwestionuje opinie klienta

Uważa, że zastrzeżenia klienta są uzasadnione i ważne i niechętnie je kwestionuje; raczej zgadza się i rezygnuje

Copyright: 2011-2024 FinxS Ltd

Kompetencje zespołu / Skuteczne zadawanie pytań

99%

Karolina R

Korzysta z ułożonego procesu zadawania pytań, aby odkryć prawdziwe potrzeby i wyzwania klienta, pomagając mu samodzielnie je odkryć

Próbując odkryć prawdziwe problemy, może zadawać tak wiele pytań, że klient nieco się sfrustruje

Ewa P

76%

Zazwyczaj zadaje ustrukturyzowane pytania, aby sprawdzić dopasowanie potrzeb klienta do oferowanego rozwiązania

Czuje się komfortowo zadając przemyślane pytania, ale czasem traci skupienie i zapomina by drążyć głębiej

Zadaje wiele pytań w celu znalezienia zgodności; czasami niektóre pytania są nieistotne

Daniel P

Zadaje skuteczne pytamia, gdy jest spokojna i odprężona

Zadaje zaplanowane pytania by poznać potrzebę, ale przestaje, gdy pojawia się sygnał zakupu

Ma tendencję do akceptowania odpowiedzi klientów jako kompletnych i nie zadaje dalszych pytań

39%

Jeśli spotkania są regularnie omawiane przez szefa sprzedaży, pamięta, by użyć pytań do odkrycia prawdziwych potrzeb

Zadaje podobne pytania na większości spotkań, nie drąży głębiej, by dowiedzieć się więcej

Wybiera zadawanie tylko „niezbędnych" pytań, aby uniknąć wrażenia natarczywości

Anna P

Klienci uważają, że sprzedawca jest niegroźny, gdyż nie muszą ujawniać swojej prawdziwej sytuacji

Zadaje pytania ogólne, gdyż uważa, że bardziej dogłębne mogą być denerwujące i uciążliwe; nie poznaje prawdziwych problemów

10%

Copyright: 2011-2024 FinxS Ltd

Kompetencje zespołu / Aktywne słuchanie

99%

76%

39%

10%

Karolina R

Usiłuje zrozumieć prawdziwe znaczenie przekazu klientów; obserwuje język ciała i użycie konkretnych słów

Jest tak skupiona na słuchaniu, że czasami unika mówienia; wydaje się rozkojorzona

Anna P

Aktywnie słucha, co mówią klienci

Jest obecna i skoncentrowana podczas komunikacji z klientami; zadaje pytania wyjaśniające, by potwierdzić zrozumienie

Uważnie słucha klientów, ale czasami jej własne poglądy zniekształcają przekaz

Daniel P

Zazwyczaj słucha uważnie, ale nie dość wytrwale, niektórzy klienci interpretują to jako brak autentycznego zainteresowania

Aktywnie słucha, aż zauważy u klienta sygnały zakupu

Rozumie, jak ważne jest aktywne słuchanie, ale "odpływa" podczas spotkań handlowych

Ewa P

Potrzebuje być rozliczaną, by utrzymywać dyscyplinę i aktywnie słuchać klientów

Często ignoruje klientów, przez co są oni ostrożniejsi i mniej skłonni do rozmów

Uważa, że jej prezentacja jest tak przekonująca, że zachęci większość klientów

Słucha tylko wtedy, gdy postrzega to jako ważne; czasem bezwiednie podtrzymuje temat rozmowy

Nie słucha uważnie; skupia się na tym, co sam powie

Copyright: 2011-2024 FinxS Ltd

Kompetencje zespołu / Myślenie krytyczne

99%

76%

39%

10%

Karolina R

Cieszy się rozwiązywaniem problemów klientów z wykorzystaniem istniejącej wiedzy, analizując problem z wielu perspektyw

Zbyt pochopnie wymyśla rozwiązania dla klientów, którzy mogą jeszcze nie zrozumieć prawdziwego problemu

Ewa P

Lubi wymyślać rozwiązania problemów; postrzega je jako możliwości sprzedaży

Łatwo angażuje się w rozwiązywanie problemów, ale opiera się na wcześniej stosowanych rozwiązaniach

Nietypowe problemy klientów mogą być wyzwaniem, gdyż wcześniejsze rozwiązania nie są skuteczne

Opracowuje rozwiązania dla częstszych wyzwań, ale często zapomina o uwzględnieniu w tym procesie klientów

Rozpoczyna proces wymyślania kreatywnych i efektywnych rozwiązań, ale może utknąć przy nietypowych

Szukając rozwiązań, wykorzystuje poprzednie sukcesy, ale czasem brak jej pewności, by to robić

Anna P

Gdy naprawdę potrzebuje sprzedaży, wkłada dodatkowy wysiłek by zrozumieć i rozwiązać problem

Często wątpi w skuteczność rozwiązania, budząc w ten sposób wątpliwości w umysłach klientów

Uważa, że produkt/usługa uwzględni potrzeby klientów; nie czuje potrzeby przesadnego analizowania sytuacji

Daniel P

Zmusza klientów by uwierzyli w produkt/usługę i samodzielnie tworzyli rozwiązania do ich problemów

O ile odpowiedź na problem nie jest jasna, zazwyczaj nie próbuje znaleźć rozwiązania

Copyright: 2011-2024 FinxS Ltd

Kompetencje zespołu / Inicjatywa

99%

Karolina R

Wykazuje silne dążenie do osiągania coraz większych sukcesów polegając tylko na własnej inicjatywie i woli

Może wydawać się zbyt skupiona na osiąganiu własnych celów, zamiast pomocy klientom

76%

Anna P, Ewa P

Chętnie szuka nowych możliwości rozpoczęcia sprzedaży; czasami rozpoczyna proces za wcześnie

Dąży do wyższego poziomu wydajności, ale czasem spoczywa na laurach, gdy osiąga cele pośrednie

Okazuje frustrację, gdy klienci wahają się, co prowadzi do utraty zaufania i relacji

Chce osiągnąć wysoką wydajność, ale sprzeczne priorytety utrudniają konsekwentne i skupienie

Initially motivated to work independently toward goals; motivation dissipates if results are not immediate

Choć chce odnieść sukces, zniechęca się porażkami i wycofuje do swojej strefy komfortu

39%

Daniel P

Potrzebuje częstego przypominania o celach i o tym, jak ćwiczyć samodyscyplinę, aby je osiągnąć

Pozostaje w strefie komfortu, nie chce być bardziej wydajna i/lub akceptuje rzeczy takimi, jakimi są teraz

Czasami czuje się jak ofiara okoliczności, bezsilna w obliczu sytuacji; używa tego jako wymówki

Jej liberalne podejście tworzy bezpieczne środowisko dla otwartej komunikacji z klientami

Potrzebuje zachęty do działania i czeka, aż ktoś powie, co ma robić

10%

Copyright: 2011-2024 FinxS Ltd

Kompetencje zespołu / Prezentowanie rozwiązań

99%

Daniel P

Prowadzi skuteczne i wciągające prezentacje, stosując techniki dramatycznej prezentacji

Jest tak dobrze przygotowana, że niektórzy klienci mogą być nieco ostrożni

76%

Ewa P

Jej prezentacje są dostosowane do uniklanych wyzwań klientów, co przekonuje ich do dalszych działań

Często utrzymuje uwagę klientów zmierzajac z prezentacją ku fazie decyzji

Czasami nie uwzględnia niektórych ważnych kwestii związanych z klientami, co przeszkadza w rozwoju sprzedaży

Dokłada starań, aby być obecną i skoncentrowaną oraz dostosować prezentację do odbiorców

Może tak bardzo skupiać się na zrobieniu dobrej prezentacji, że zapomni o popchnięciu sprzedaży dalej

Zapomina poprosić o decyzję, gdyż jest pochłonięta prezentacją, lub prosi o nią zbyt wcześnie

39%

Karolina R, Anna P

Potrzebuje wskazówek w przygotowaniu i prowadzeniu prezentacji; jeśli nie przygotuje się dobrze, może stracić pewność siebie

Rozprasza się, pozostawiając niektórych klientów w niepewności co dalej; nie ma parcia na zrobienie następnego kroku

Ma skłonność do przedstawiania tej samej prezentacji; klienci wyczuwają brak przygotowania

10%

Kiedy klienci tracą zainteresowanie prezentacją, potrafi ich zaangażować

Szybko traci uwagę klientów, odbiega od tematu, nie zachęca do działania, prowadzi prezentacje niedbale

Copyright: 2011-2024 FinxS Ltd

Kompetencje zespołu / Efektywne wykorzystanie czasu

Anna P

Zawsze efektywnie zarządza czasem i skupia się na najważniejszych krokach do celu

Może być stanowcza, by nie tracić czasu i niecierpliwić się w relacjach z klientami

Ewa P

Określa priorytety i wykonuje działania posuwające sprzedaż do przodu i/lub tworzące nowe możliwości sprzedaży

Ma wyobrażenie o tym, ile trwają zadania i zwykle sprawnie przechodzi od jednej aktywności sprzedażowej do następnej

Ma dużą motywację,by nie tracić czasu, że czasami wydaje się natarczywa

Daniel P

Planuje działania i trzyma się planu, ale potrafi racjonalizować, gdy nie jest w stanie go zrobić

Zarządza czasem dość dobrze, ale czasami odsuwa prozaiczne czynności, co niepotrzebnie obniża ogólną wydajność

Ma trudności z oszacowaniem, ile zajmą różne rzeczy; w końcu musi przyspieszać wykonanie niektórych zadań

Karolina R

Ma tendencję do zwlekania i potrzebuje częstych przypomnień, by efektywniej wykorzystywać czas

Do zarządzania czasem, by koncentrować się na waznych działaniach, używa intuicji zamiast kalendarza

Łatwo rozprasza się przyjemniejszymi i ciekawszymi zajęciami

Uważa, że harmonogramy są zbyt sztywne i restrykcyjne; potrafi i lubi improwizować

Nie planuje działań i beztrosko zarządza czasem, zapominając, że jest to zasób deficytowy

Copyright: 2011-2024 FinxS Ltd

Kompetencje zespołu / Radzenie sobie z niepowodzeniami

99%

Daniel P

Widzi niepowodzenia jako normalne i tymczasowe i umie wyciągać z nich wnioski

Jest skłonna podjąć ryzyko, aby wygrać, przez co nie docenia potencjalnych konsekwencji

76%

Nie zagłębia się w porażki i skupia się na tym, co zrobić inaczej następnym razem

Stale wykazuje odporność i wytrwałość w radzeniu sobie z niepowodzeniami i porażkami

Większe transakcje ją spowalniają, ponieważ denerwuje się możliwością bardziej spektakularnego niepowodzenia

Ewa P

W razie potrzeby podejmuje wyliczone ryzyko i akceptuje, że porażka jest częścią sprzedaży

Czasami czuje się przegrana, gdy doświadcza rozczarowań, ale zazwyczaj, stopniowo, pokonuje je

Często wybiera bezpieczniejsze i znane opcje niż podejmowanie odważnych działań

39%

Potrzebuje wsparcia i zachęty, zwłaszcza w przypadku możliwości podpisania dużych kontraktów

Przecenia znaczenie niepowodzeń i skupia się na ich negatywnych skutkach; nie wyciąga z nich wniosków

Zwleka z działaniami, gdy gra toczy się o większą stawkę, z powodu obawy przed porażką

Karolina R

Jest przewidywalna, gdyż unika ryzykownych działań prowadzących do porażki

Odbiera porażki emocjonalnie i potrzebuje czasu, by je zaakceptować, zamiast skupić się na nowej okazji

Anna P

10%

Copyright: 2011-2024 FinxS Ltd

Kompetencje zespołu / Nastawienie na rywalizację

Ewa P

Nieustępliwie dąży do zwycięstw i sukcesów oraz do pokonania konkurencji

Postrzega wszystko jako współzawodnictwo, a jej zachowanie może szkodzić relacjom z innymi

Anna P

Z uwagą obserwuje konkurencję i klientów oraz szuka możliwości zdobycia przewagi konkurencyjnej

Uznaje własne osiągnięcia i nie boi się wyjść ze strefy komfortu, aby odnieść sukces

Jej chęć konkurowania może sprawić, że będzie starać się „pokonać" klientów i zdobyć ich za wszelką cenę

Daniel P

Wie o wysiłkach konkurencji i próbuje przewidzieć ich kroki, ale czasami nie podejmuje działań

Lubi współzawodniczyć, ale brak konsekwencji ogranicza osiągane sukcesy

Uważa, że wysiłki niezbędne do konkurowania na najwyższym poziomie są zbyt duże i dlatego rezygnuje

Przy ciągłym zachęcaniu może zebrać energię, aby konkurować na umiarkowanym poziomie

Czasami znajduje motywację i dąży do sukcesu, ale komplikacje odbierają tę energię

Często wyolbrzymia wysiłek potrzebny do zamknięcia sprzedaży i rezygnuje nim zacznie

Karolina R

Jest bezproblemowa i zadowolona z wyników; nie wywiera presji na klientach

Nie zawsze musi wygrywać i nie dostrzega korzyści z poświęcania się, by sfinalizować każdą transakcję

Copyright: 2011-2024 FinxS Ltd

Kompetencje zespołu / Postrzeganie pieniędzy

99%

76%

39%

10%

Ewa P

Bardzo swobodnie rozmawia z klientami o pieniądzach i cenach; nie obniża ceny, ponieważ wierzy w wartość produktu/usługi

Niektórzy mogą uznać jej sposób mówienia o pieniądzach i cenie jako zbyt asertywny lub arogancki

Anna P

Pieniądze postrzega jako obfity zasób i podchodzi do nich bez emocji; jest zwykle bardzo spokojna i pewna siebie mówiąc o cenie

Zawsze szuka sposobów na sprzedaż po najlepszej cenie i rozgląda się za nowymi możliwościami

Jest zazwyczaj spokojna, trzyma się ceny, ale szanse na większe transakcje mogą wywołać

Daniel P

Postrzega swoją wartość przez pryzmat obecnych osiągnięć, co powoduje nieregularne osiąganie sukcesu

Potrafi sprzedawać z wyższymi marżami, ale kusi ją udzielanie rabatów bardziej asertywnym klientom

Może czuć się winna, mając duże prowizje, gdyż może postrzegać swój wysiłek i wynagrodzenie jako niesprawiedliwe w

Karolina R

Gdy przypomina się jej o rzeczywistej oferowanej wartości dla klientów, czasami potrafi utrzymać cenę

Klienci widzą jej nieśmiałą postawę, gdy rozmowa schodzi na temat ceny i przejmują kontrolę nad spotkaniami

Wyraża empatię dla zastrzeżeń klientów co do ceny i nie ma przekonania, że jej produkt/usługa jest uczciwie wyceniona

W dyskusjach na temat ceny nie wywiera presji na klientach

Nie chce rozmawiać o budżetach i pieniądzach i jest skłonna dać rabat nawet bez proszenia, aby tylko zdobyć sprzedaż

Copyright: 2011-2024 FinxS Ltd

Kompetencje zespołu / Dystans emocjonalny

99%

Nie daje się ponieść emocjom podczas sprzedaży, nawet gdy klienci stawiają nieracjonalne wymagania

Klienci mogą odbierać jej powściągliwość jako obojętność

76%

Nie odczuwa presji zamknięcia sprzedaży; utrzymuje emocje pod kontrolą podczas spotkań

Jest w stanie zweryfikować intencje klientów poprzez skuteczne zadawanie pytań; nie akceptuje niejasnych stwierdzeń

Może zbyt wcześnie odrzucić klientów, sceptycznie podchodząc do poziomu ich zainteresowania

Daniel P, Anna P

Zwykle jest obiektywna, ale entuzjastyczni klienci mogą wywołać jej zbytnie emocje i optymizm

Zwykle jest świadoma swojego zaangazowania emocjonalnego, ale czasem przyjmuje zbyt pozytywne założenia

W słabych okresach staje się bardziej emocjonalna, co zaburza jej decyzje i postrzeganie rzeczywistości

39%

Karolina R, Ewa P

Przy regularnym wsparciu jest w stanie nabrać dystansu, być racjonalną i trzymać emocje pod kontrolą

Akceptuje pozytywne, ale niezobowiązujące deklarcje klientów bez ustalenia, co się stanie dalej

Pozwala, by wcześniejsze niepowodzenia źle wpływały na obecne zachowanie i generowały negatywne myśli, obniżające jej efektywność

10%

Sprawa wrażenie szczerej i autentycznej, a jej emocje ułatwiają jej zdobycie zaufania i sympatii klientów

Angażuje się emocjonalnie i odczuwa presję, by sprzedać; nierealnie ocenia sytuację

Copyright: 2011-2024 FinxS Ltd