

FinxS® Sales Assessment - Raport Ról Sprzedażowe i Kompetencje Sprzedażowe

FinxS® Sales Assessment

Treść raportu opiera się na odpowiedziach zawartych w kwestionariuszu FinxS® Sales Assessment. Niniejszy raport nie powinien być jedynym kryterium przy podejmowaniu decyzji dotyczących danej osoby. Raport porównuje wyniki Kompetencji Sprzedażowych tej osoby z każdą z Ról Sprzedażowych.

Mateusz Niezwykły

Organizacja:

Firma Testowa

Data:

14.10.2024



#SiłaBiznesuToLudzie

Siła kompetencji w sprzedaży

FinxS®

 extended tools

Definicje ról zawodowych w sprzedaży:

ODKRYWCA (41%)

Sprzedaż produktu (usługi), który klient rozumie bez trudu. Nie jest jednak z nią jeszcze zaznajomiony, bądź też nie ma świadomości, że jej potrzebuje. Decyzja o zakupie jest dość łatwa i szybka. Proces sprzedażowy sprowadza się często, ale nie zawsze, do jednej rozmowy. Po dokonaniu zakupu przez potencjalnego klienta przedstawiciel handlowy rzadko, o ile w ogóle, kontaktuje się z klientem.

Zwykle obejmuje:

- Niemal zawsze tylko jedna rozmowa sprzedażowa
- Jedna osoba decyzyjna
- Szybka decyzja nie obciążona dużym ryzykiem
- Nieskomplikowana oferta
- Umiarkowana cena
- Brak dalszego zaangażowania ze strony potencjalnego klienta

Ta rola w sprzedaży wymaga:

Utajona potrzeba W danym momencie potencjalny klient nie jest świadomy swojej potrzeby lub chęci.	☐	Wyrażona potrzeba Potencjalny klient jest świadomy swojej potrzeby lub chęci.
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.
Krótkotrwała relacja Relacja z potencjalnym klientem nie jest kontynuowana po zakończeniu pierwszej sprzedaży.	☐	Długotrwała relacja Relacja z klientem trwa długo po zakończeniu pierwszej sprzedaży.

Zestawienie dopasowań procentowych według kompetencji

Odkrywca	Mateusz
Prospecting	Znacząco poniżej
Kwalifikowanie kontaktów	Powyżej potrzeb
Budowanie relacji	Powyżej potrzeb
Działanie zgodnie z procesem	Znacząco powyżej
Orientacja na osiągnięcia	Poniżej
Zdobywanie zaufania	Pasuje
Kontrolowanie procesu sprzedaży	Pasuje
Radzenie sobie z obiekcjami	Poniżej
Skuteczne zadawanie pytań	Powyżej potrzeb

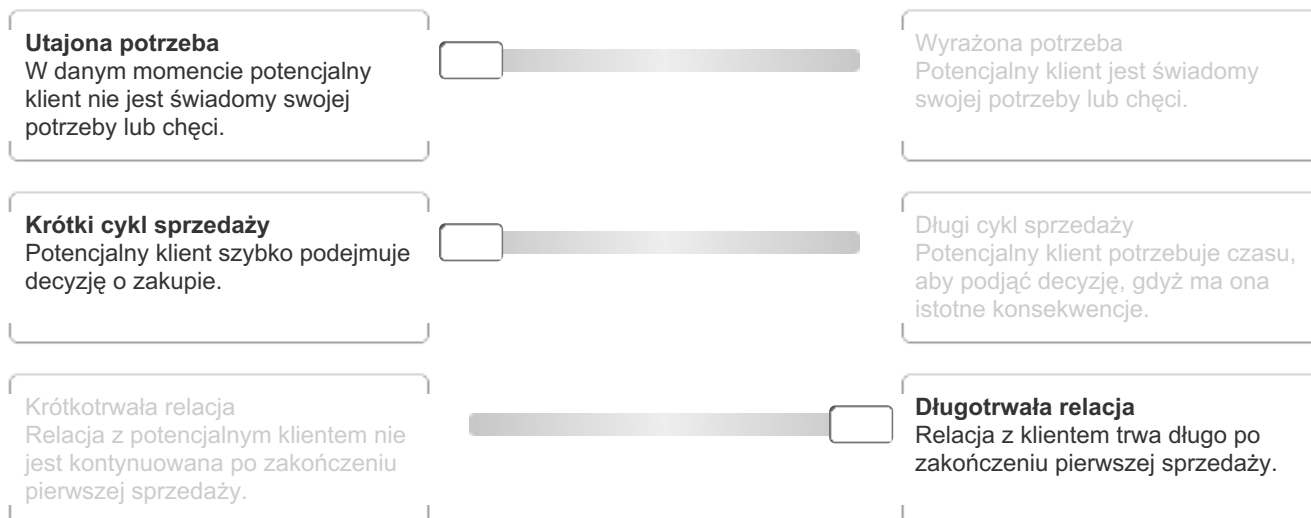
Odkrywca	Mateusz
Aktywne słuchanie	Nieco poniżej
Myślenie krytyczne	Znacząco powyżej
Inicjatywa	Pasuje
Prezentowanie rozwiązań	Znacząco poniżej
Efektywne wykorzystanie czasu	Poniżej
Radzenie sobie z niepowodzeniami	Znacząco poniżej
Nastawienie na rywalizację	Znacząco poniżej
Postrzeganie pieniędzy	Nieco poniżej
Dystans emocjonalny	Pasuje

KREATOR (31%)

Sprzedaż nieskomplikowanego produktu (usługi), który klient zwykle potrafi szybko zrozumieć. Nie słyszał jednak o niej wcześniej bądź też nie ma świadomości, że jej potrzebuje. Decyzja o zakupie jest szybka i łatwa. Proces sprzedażowy sprowadza się często, ale nie zawsze, do jednej rozmowy. Sprzedaż tworzy pomiędzy klientem a przedstawicielem handlowym długoterminową relację, która zwykle wynika z konieczności zapewnienia wsparcia lub obsługi.

Zwykle obejmuje:

- Jedna lub dwie rozmowy sprzedażowe
- Szybka decyzja
- Ograniczona inwestycja początkowa lub jej brak
- Cykliczne wpłaty ze strony klienta
- Po zakończeniu sprzedaży wsparcie ze strony przedstawiciela handlowego lub innych osób
- Dodatkowe możliwości sprzedaży po pierwszej transakcji

Ta rola w sprzedaży wymaga:**Zestawienie dopasowań procentowych według kompetencji**

Kreator	Mateusz
Prospecting	Znacząco poniżej
Kwalifikowanie kontaktów	Nieco poniżej
Budowanie relacji	Poniżej
Działanie zgodnie z procesem	Znacząco powyżej
Orientacja na osiągnięcia	Poniżej
Zdobywanie zaufania	Pasuje
Kontrolowanie procesu sprzedaży	Nieco poniżej
Radzenie sobie z obiekcjami	Znacząco poniżej
Skuteczne zadawanie pytań	Powyżej potrzeb

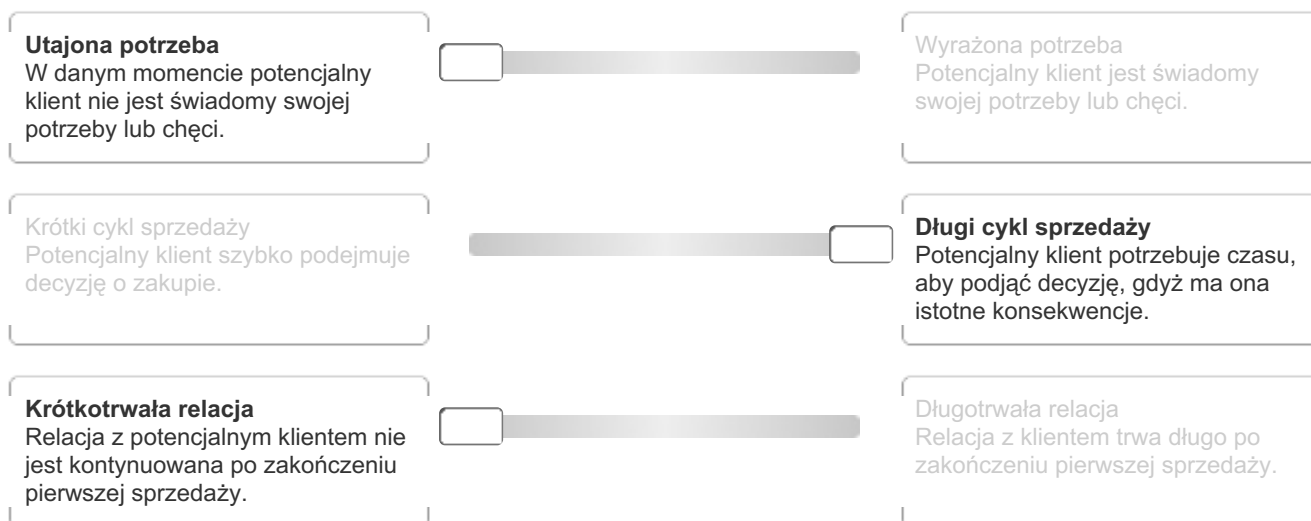
Kreator	Mateusz
Aktywne słuchanie	Powyżej potrzeb
Myślenie krytyczne	Znacząco powyżej
Inicjatywa	Pasuje
Prezentowanie rozwiązań	Znacząco poniżej
Efektywne wykorzystanie czasu	Znacząco poniżej
Radzenie sobie z niepowodzeniami	Znacząco poniżej
Nastawienie na rywalizację	Znacząco poniżej
Postrzeganie pieniędzy	Pasuje
Dystans emocjonalny	Znacząco powyżej

AKUSZER (58%)

Sprzedaż skomplikowanego produktu (usługi), z którym klient nie jest jeszcze zaznajomiony, bądź też nie ma świadomości, że go potrzebuje. Decyzja w sprawie zakupu wymaga długiego i skomplikowanego procesu, w którym może brać udział wiele osób decyzyjnych. Po zamknięciu sprzedaży przedstawiciel handlowy nie kontynuuje kontaktu z klientem.

Zwykle obejmuje:

- Wiele rozmów sprzedażowych
- Kilka osób decyzyjnych z różnymi potrzebami
- Rozwlekły proces decyzyjny
- Skomplikowana oferta wymagająca materiałów pomocniczych
- Wysoki koszt produktu (usługi)
- Brak ciągłej obsługi

Ta rola w sprzedaży wymaga:**Zestawienie dopasowań procentowych według kompetencji**

Akuszer	Mateusz
Prospecting	Znacząco poniżej
Kwalifikowanie kontaktów	Poniżej
Budowanie relacji	Nieco poniżej
Działanie zgodnie z procesem	Znacząco powyżej
Orientacja na osiągnięcia	Poniżej
Zdobywanie zaufania	Nieco poniżej
Kontrolowanie procesu sprzedaży	Pasuje
Radzenie sobie z obiekcjami	Poniżej
Skuteczne zadawanie pytań	Nieco poniżej

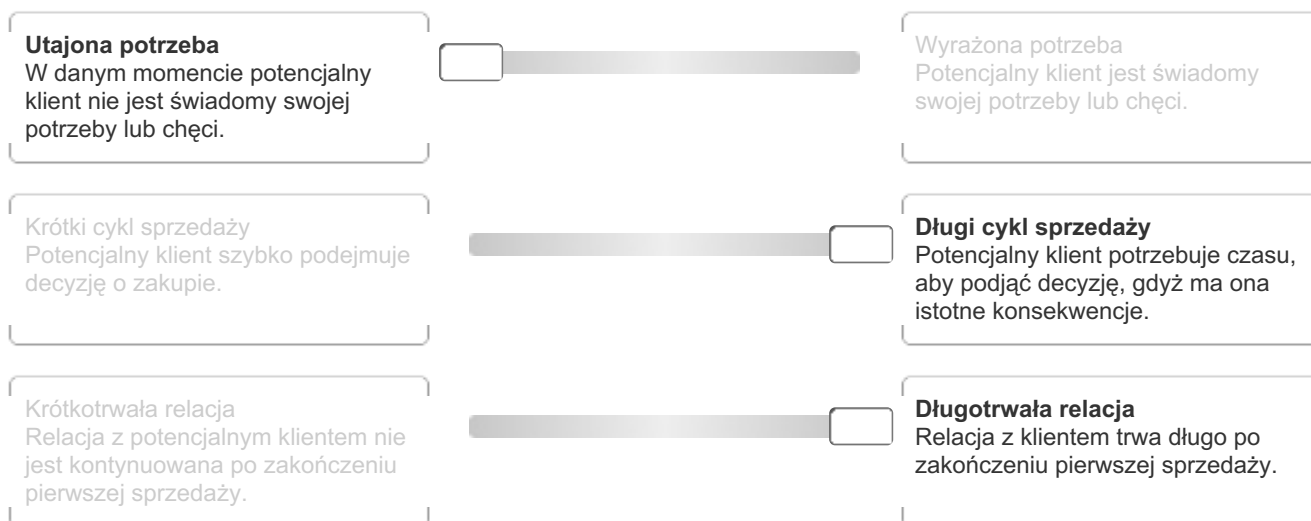
Akuszer	Mateusz
Aktywne słuchanie	Poniżej
Myślenie krytyczne	Powyżej potrzeb
Inicjatywa	Nieco poniżej
Prezentowanie rozwiązań	Nieco poniżej
Efektywne wykorzystanie czasu	Poniżej
Radzenie sobie z niepowodzeniami	Poniżej
Nastawienie na rywalizację	Znacząco poniżej
Postrzeganie pieniędzy	Nieco poniżej
Dystans emocjonalny	Powyżej potrzeb

INNOWATOR (53%)

Sprzedaż skomplikowanego produktu (usługi), z którym klient nie jest jeszcze zaznajomiony, bądź też nie ma świadomości, że go potrzebuje. Decyzja w sprawie zakupu wymaga rozległego i skomplikowanego procesu, w którym może brać udział wiele osób decyzyjnych. Mogą oni mieć czasem sprzeczne poglądy i opinie. Sprzedaż powoduje powstanie ciągłej relacji, która wymaga od przedstawiciela handlowego stałego zaangażowania w pielęgnowanie i dalsze pogłębianie relacji.

Zwykle obejmuje:

- Wiele rozmów sprzedażowych
- Wiele osób decyzyjnych
- Produkt (usługa) trudny do zrozumienia
- Znaczna inwestycja
- Długotrwałe zaangażowanie z obu stron
- Pielęgnowanie relacji po dokonaniu sprzedaży

Ta rola w sprzedaży wymaga:**Zestawienie dopasowań procentowych według kompetencji**

Innowator	Mateusz
Prospecting	Znacząco poniżej
Kwalifikowanie kontaktów	Poniżej
Budowanie relacji	Znacząco poniżej
Działanie zgodnie z procesem	Znacząco powyżej
Orientacja na osiągnięcia	Pasuje
Zdobywanie zaufania	Poniżej
Kontrolowanie procesu sprzedaży	Pasuje
Radzenie sobie z obiekcjami	Nieco poniżej
Skuteczne zadawanie pytań	Powyżej potrzeb

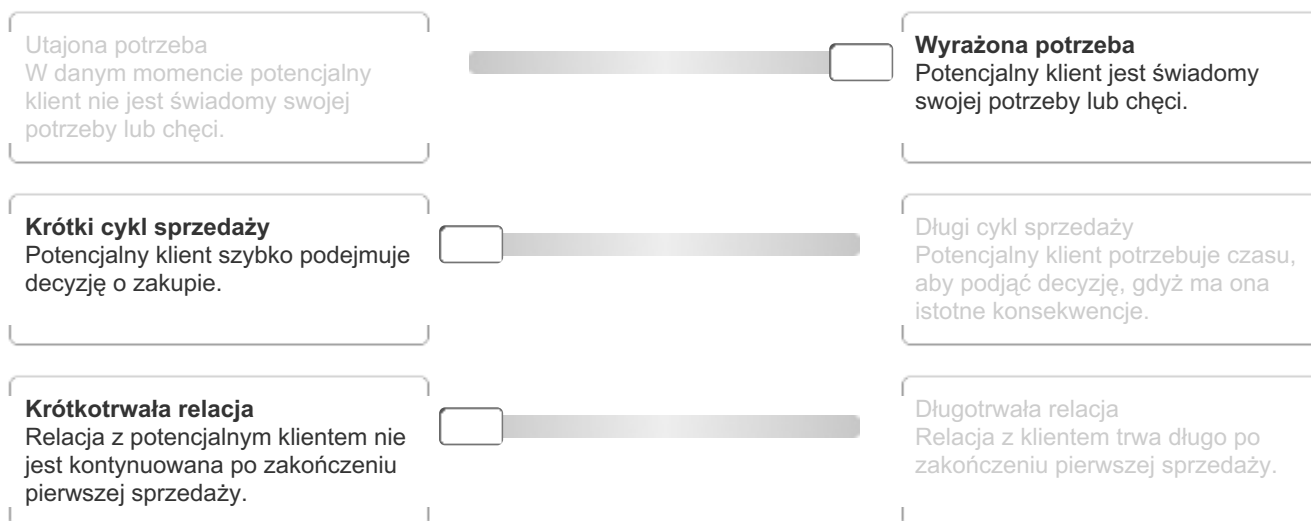
Innowator	Mateusz
Aktywne słuchanie	Poniżej
Myślenie krytyczne	Nieco poniżej
Inicjatywa	Nieco poniżej
Prezentowanie rozwiązań	Nieco poniżej
Efektywne wykorzystanie czasu	Poniżej
Radzenie sobie z niepowodzeniami	Poniżej
Nastawienie na rywalizację	Znacząco poniżej
Postrzeganie pieniędzy	Powyżej potrzeb
Dystans emocjonalny	Znacząco powyżej

DEALER (59%)

Sprzedaż produktu (usługi), który klient rozumie bez trudu i jest z nim już zaznajomiony. Zwykle klient kupował już taki produkt (usługę) w przeszłości. Decyzja o zakupie jest dość łatwa i szybka. Proces sprzedażowy sprowadza się często do jednej rozmowy i sprzedaż zwykle ma miejsce tylko raz. Po dokonaniu zakupu przedstawiciel handlowy rzadko kontaktuje się z klientem.

Zwykle obejmuje:

- Tylko jedna rozmowa sprzedażowa
- Jedna osoba decyzyjna
- Szybka decyzja ze strony potencjalnego klienta
- Nieskomplikowany produkt (usługa)
- Przystępna cena
- Żadnych dodatkowych wymagań dotyczących obsługi

Ta rola w sprzedaży wymaga:**Zestawienie dopasowań procentowych według kompetencji**

Dealer	Mateusz
Prospecting	Pasuje
Kwalifikowanie kontaktów	Nieco poniżej
Budowanie relacji	Powyżej potrzeb
Działanie zgodnie z procesem	Znacząco powyżej
Orientacja na osiągnięcia	Poniżej
Zdobywanie zaufania	Nieco poniżej
Kontrolowanie procesu sprzedaży	Pasuje
Radzenie sobie z obiekcjami	Poniżej
Skuteczne zadawanie pytań	Powyżej potrzeb

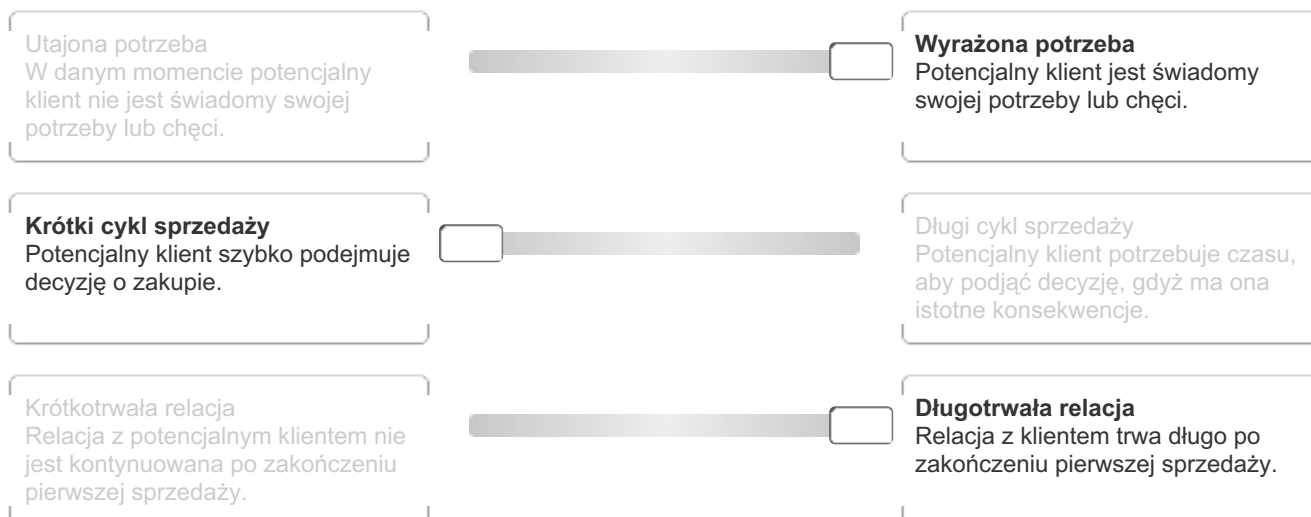
Dealer	Mateusz
Aktywne słuchanie	Pasuje
Myślenie krytyczne	Znacząco powyżej
Inicjatywa	Nieco poniżej
Prezentowanie rozwiązań	Poniżej
Efektywne wykorzystanie czasu	Znacząco poniżej
Radzenie sobie z niepowodzeniami	Poniżej
Nastawienie na rywalizację	Znacząco poniżej
Postrzeganie pieniędzy	Nieco poniżej
Dystans emocjonalny	Pasuje

OPIEKUN (43%)

Sprzedaż produktu (usługi), który klient rozumie bez trudu i jest już z nim zaznajomiony. Niemal zawsze klient kupował już taki produkt lub usługę w przeszłości. Decyzja o zakupie jest obarczona niewielkim ryzykiem, szybka i łatwa. Proces sprzedażowy sprowadza się zazwyczaj do jednej rozmowy. Sprzedaż tworzy długotrwałą relację z klientem, która zwykle obejmuje okresowe potrzeby związane ze wsparciem lub obsługą.

Zwykle obejmuje:

- Jedna lub dwie rozmowy sprzedażowe
- Szybka decyzja
- Niska inwestycja początkowa lub jej brak
- Cykliczne wpłaty ze strony klienta
- Po zakończeniu sprzedaży wsparcie ze strony przedstawiciela handlowego lub innych osób
- Okazje do up-sellingu i cross-sellingu po zakończeniu pierwszej sprzedaży

Ta rola w sprzedaży wymaga:**Zestawienie dopasowań procentowych według kompetencji**

Opiekun	Mateusz
Prospecting	Nieco poniżej
Kwalifikowanie kontaktów	Pasuje
Budowanie relacji	Znacząco poniżej
Działanie zgodnie z procesem	Nieco poniżej
Orientacja na osiągnięcia	Nieco poniżej
Zdobywanie zaufania	Znacząco poniżej
Kontrolowanie procesu sprzedaży	Nieco poniżej
Radzenie sobie z obiekcjami	Pasuje
Skuteczne zadawanie pytań	Znacząco powyżej

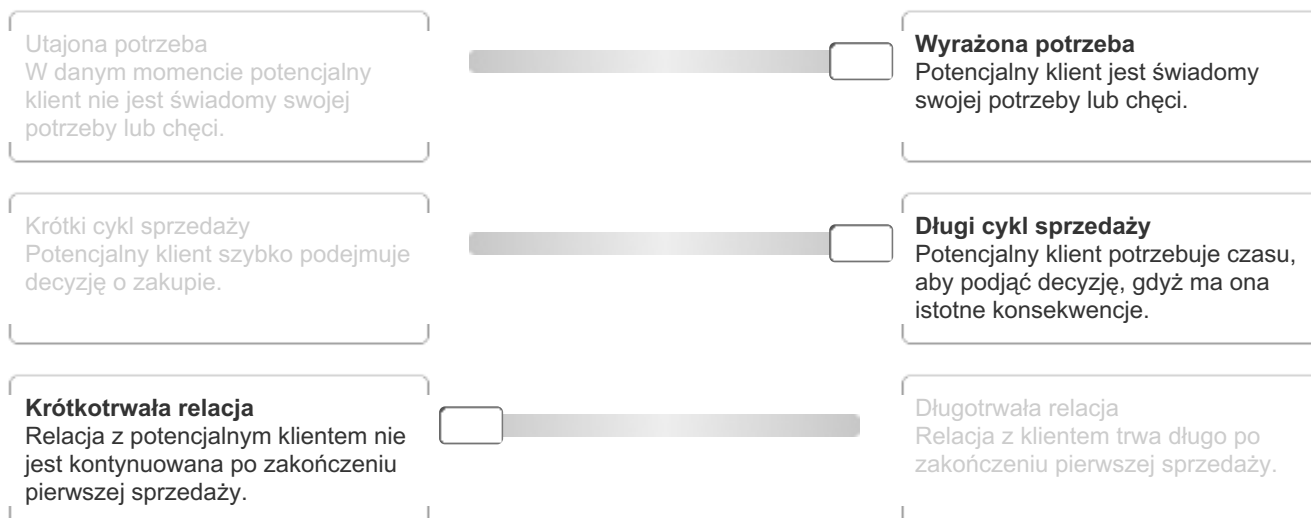
Opiekun	Mateusz
Aktywne słuchanie	Poniżej
Myślenie krytyczne	Powyżej potrzeb
Inicjatywa	Znacząco powyżej
Prezentowanie rozwiązań	Poniżej
Efektywne wykorzystanie czasu	Poniżej
Radzenie sobie z niepowodzeniami	Poniżej
Nastawienie na rywalizację	Znacząco poniżej
Postrzeganie pieniędzy	Powyżej potrzeb
Dystans emocjonalny	Znacząco powyżej

DORADCA (67%)

Sprzedaż skomplikowanego produktu (usługi), z którym klient jest już zaznajomiony i czuje, że go potrzebuje. Długi i skomplikowany proces podejmowania decyzji w sprawie zakupu, w którym może brać udział wiele osób decyzyjnych. Potencjalni klienci mają zwykle doświadczenie w kupowaniu podobnego produktu (usługi) w przeszłości, bądź też jest to poważny zakup, którego dokonują po raz pierwszy. Proces sprzedażowy wymaga często zaprezentowania wersji pilotażowej lub demonstracyjnej produktu (usługi). Sprzedaż jest jednorazowym zdarzeniem, które nie wymaga stałego wsparcia ze strony przedstawiciela handlowego lub innych osób.

Zwykle obejmuje:

- Kilka rozmów sprzedażowych
- Wiele osób decyzyjnych
- Powolna i bardziej angażująca emocje decyzja potencjalnego klienta
- Skomplikowana oferta
- Znaczna inwestycja; może być konieczne poszukiwanie źródła finansowania
- Brak kontaktu ze strony przedstawiciela handlowego po zakończeniu sprzedaży

Ta rola w sprzedaży wymaga:**Zestawienie dopasowań procentowych według kompetencji**

Doradca	Mateusz
Prospecting	Pasuje
Kwalifikowanie kontaktów	Nieco poniżej
Budowanie relacji	Poniżej
Działanie zgodnie z procesem	Pasuje
Orientacja na osiągnięcia	Poniżej
Zdobywanie zaufania	Znacząco poniżej
Kontrolowanie procesu sprzedaży	Nieco poniżej
Radzenie sobie z obiekcjami	Nieco poniżej
Skuteczne zadawanie pytań	Nieco poniżej

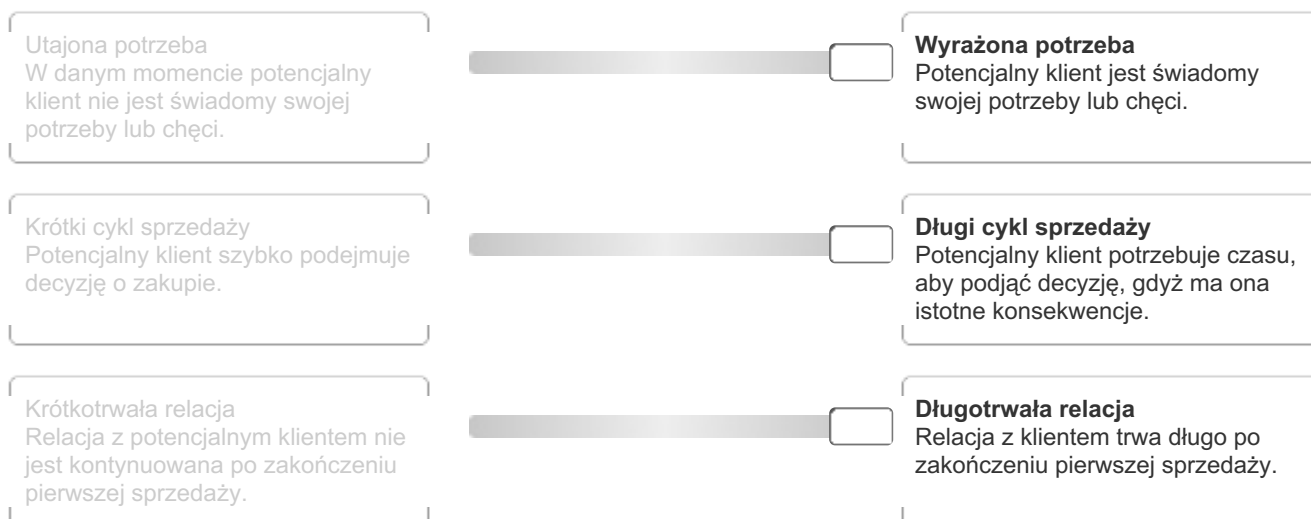
Doradca	Mateusz
Aktywne słuchanie	Nieco poniżej
Myślenie krytyczne	Powyżej potrzeb
Inicjatywa	Powyżej potrzeb
Prezentowanie rozwiązań	Pasuje
Efektywne wykorzystanie czasu	Poniżej
Radzenie sobie z niepowodzeniami	Poniżej
Nastawienie na rywalizację	Poniżej
Postrzeganie pieniędzy	Powyżej potrzeb
Dystans emocjonalny	Znacząco powyżej

PARTNER (49%)

Sprzedaż skomplikowanego produktu (usługi), z którym potencjalny klient jest już zaznajomiony. Poważny i skomplikowany proces podejmowania decyzji w sprawie zakupu, w którym może brać udział wiele osób decyzyjnych z szerokim zakresem potrzeb. Klienci mają zwykle doświadczenie w kupowaniu podobnego produktu (usługi) w przeszłości, bądź też jest to poważny zakup, którego dokonują po raz pierwszy. Być może aktualny dostawca zapewnia obsługę na niskim poziomie. Proces sprzedażowy wymaga często zaprezentowania wersji pilotażowej lub demonstracyjnej produktu (usługi). W wyniku sprzedaży powstaje długotrwała relacja, przez co prospekt dokonuje uważnej oceny możliwości wsparcia i obsługi.

Zwykle obejmuje:

- Kilka rozmów sprzedażowych
- Wiele osób decyzyjnych
- Ryzykowna i bardziej angażująca emocje decyzja potencjalnego klienta
- Kompleksowa oferta obejmująca zasięgiem całe przedsiębiorstwo
- Znaczna inwestycja; może być konieczne poszukiwanie źródła finansowania
- Długoterminowe umowy wsparcia lub obsługi

Ta rola w sprzedaży wymaga:**Zestawienie dopasowań procentowych według kompetencji**

Partner	Mateusz
Prospecting	Pasuje
Kwalifikowanie kontaktów	Pasuje
Budowanie relacji	Znacząco poniżej
Działanie zgodnie z procesem	Pasuje
Orientacja na osiągnięcia	Pasuje
Zdobywanie zaufania	Znacząco poniżej
Kontrolowanie procesu sprzedaży	Nieco poniżej
Radzenie sobie z obiekcjami	Nieco poniżej
Skuteczne zadawanie pytań	Znacząco powyżej

Partner	Mateusz
Aktywne słuchanie	Znacząco poniżej
Myślenie krytyczne	Znacząco powyżej
Inicjatywa	Powyżej potrzeb
Prezentowanie rozwiązań	Pasuje
Efektywne wykorzystanie czasu	Poniżej
Radzenie sobie z niepowodzeniami	Nieco poniżej
Nastawienie na rywalizację	Nieco poniżej
Postrzeganie pieniędzy	Powyżej potrzeb
Dystans emocjonalny	Znacząco powyżej

Role Sprzedażowe - podsumowanie

Poniższa tabela przedstawia poszczególne role sprzedaży według 18 kompetencji sprzedażowych. „Pasuje” oznacza, że Twój wynik kompetencji jest idealny dla tej roli sprzedaży. „Znacząco powyżej” oznacza, że twój wynik kompetencji jest wyraźnie wyższy niż idealny wynik dla tej roli sprzedaży. „Znacząco poniżej” oznacza, że Twój wynik kompetencji jest wyraźnie niższy niż idealny wynik dla tej roli sprzedaży.

Mateusz	Odkrywca	Kreator	Akuszler	Innowator	Dealer	Opiekun	Doradca	Partner
Prospecting	Znacząco poniżej	Znacząco poniżej	Znacząco poniżej	Znacząco poniżej	Pasuje	Nieco poniżej	Pasuje	Pasuje
Kwalifikowanie kontaktów	Powyżej potrzeb	Nieco poniżej	Poniżej	Poniżej	Nieco poniżej	Pasuje	Nieco poniżej	Pasuje
Budowanie relacji	Powyżej potrzeb	Poniżej	Nieco poniżej	Znacząco poniżej	Powyżej potrzeb	Znacząco poniżej	Poniżej	Znacząco poniżej
Działanie zgodnie z procesem	Znacząco powyżej	Znacząco powyżej	Znacząco powyżej	Znacząco powyżej	Znacząco powyżej	Nieco poniżej	Pasuje	Pasuje
Orientacja na osiągnięcia	Poniżej	Poniżej	Poniżej	Pasuje	Poniżej	Nieco poniżej	Poniżej	Pasuje
Zdobywanie zaufania	Pasuje	Pasuje	Nieco poniżej	Poniżej	Nieco poniżej	Znacząco poniżej	Znacząco poniżej	Znacząco poniżej
Kontrolowanie procesu sprzedaży	Pasuje	Nieco poniżej	Pasuje	Pasuje	Pasuje	Nieco poniżej	Nieco poniżej	Nieco poniżej
Radzenie sobie z obiekcjami	Poniżej	Znacząco poniżej	Poniżej	Nieco poniżej	Poniżej	Pasuje	Nieco poniżej	Nieco poniżej
Skuteczne zadawanie pytań	Powyżej potrzeb	Powyżej potrzeb	Nieco poniżej	Powyżej potrzeb	Powyżej potrzeb	Znacząco powyżej	Nieco poniżej	Znacząco powyżej
Aktywne słuchanie	Nieco poniżej	Powyżej potrzeb	Poniżej	Poniżej	Pasuje	Poniżej	Nieco poniżej	Znacząco poniżej
Myślenie krytyczne	Znacząco powyżej	Znacząco powyżej	Powyżej potrzeb	Nieco poniżej	Znacząco powyżej	Powyżej potrzeb	Powyżej potrzeb	Znacząco powyżej
Inicjatywa	Pasuje	Pasuje	Nieco poniżej	Nieco poniżej	Nieco poniżej	Znacząco powyżej	Powyżej potrzeb	Powyżej potrzeb
Prezentowanie rozwiązań	Znacząco poniżej	Znacząco poniżej	Nieco poniżej	Nieco poniżej	Poniżej	Poniżej	Pasuje	Pasuje
Efektywne wykorzystanie czasu	Poniżej	Znacząco poniżej	Poniżej	Poniżej	Znacząco poniżej	Poniżej	Poniżej	Poniżej
Radzenie sobie z niepowodzeniami	Znacząco poniżej	Znacząco poniżej	Poniżej	Poniżej	Poniżej	Poniżej	Poniżej	Nieco poniżej
Nastawienie na rywalizację	Znacząco poniżej	Znacząco poniżej	Znacząco poniżej	Znacząco poniżej	Znacząco poniżej	Znacząco poniżej	Poniżej	Nieco poniżej
Postrzeganie pieniędzy	Nieco poniżej	Pasuje	Nieco poniżej	Powyżej potrzeb	Nieco poniżej	Powyżej potrzeb	Powyżej potrzeb	Powyżej potrzeb
Dystans emocjonalny	Pasuje	Znacząco powyżej	Powyżej potrzeb	Znacząco powyżej	Pasuje	Znacząco powyżej	Znacząco powyżej	Znacząco powyżej
Ogólna punktacja	41%	31%	58%	53%	59%	43%	67%	49%