



Obchodní potenciál Libuše Zkušební



Obsah

Úvod	2
Teorie.....	2
Šest kroků obchodního procesu.....	3
Čtyři typy obchodníků.....	4

Úvod

! Informace v této zprávě jsou důvěrné. Uložte ji tedy na bezpečné místo!

Tato zpráva poskytuje informace o tom, jak se Libuše Zkušební' hodí na pracovní pozice v oblasti obchodu. Tuto zprávu lze použít pro identifikaci silných stránek a rozvojových témat respondenta Libuše Zkušební. Tuto zprávu lze použít pro jakoukoli obchodní pozici.

Společnost TestGroup Consulting provedla výzkum na tisících zaměstnanců v obchodních pozicích, aby zjistila, které osobnostní rysy jsou pro vysokou výkonnost v obchodních pozicích důležité. Ačkoli jsou pro zjištění, jestli se dotyčný člověk hodí na obchodní pozici, důležité všechny tyto rysy, je na vás určit, které z nich jsou nejdůležitější právě pro specifickou obchodní pozici, o kterou se jedná.

Tato zpráva je založena na vyhodnocení dat zadaných do osobnostního dotazníku Bridge Personality. V tomto dotazníku je respondentům položeno 240 otázek, v nichž posuzují sami sebe v pracovních situacích. Proč byl zvolen tento přístup? Protože dlouhodobý výzkum prokazuje, že sebehodnocení je spolehlivým indikátorem budoucího pracovního chování. Kromě informací o pracovním chování poskytuje osobnostní dotazník Bridge Personality také vhled do osobnostního profilu. Nabízí též vodítko pro určení, v jakém prostředí respondent podává vysoký výkon a v jakém spíše ne. Výsledky jsou porovnávány se srovnávací skupinou 500 lidí, kteří vyplnili tento dotazník dříve. Skór na každé dimenzi je uveden na škále od 1 do 10. Osobnostní dotazník Bridge Personality je konstruován pro použití v rámci pracovního prostředí. Protože jsou pracovní prostředí dynamická, doporučujeme po uplynutí dvou let vyplnění dotazníku opakovat.

Tato zpráva byla elektronicky sestavena a vygenerována softwarovým systémem společnosti TestGroup Consulting. Poskytuje informace o osobě, která dotazník vyplnila. TestGroup Consulting, ani jeho licencovaní distributoři, nenesou žádnou zodpovědnost za důsledky použití této zprávy. Osobnostní dotazník Bridge Personality a všechny ostatní nástroje společnosti TestGroup Consulting, stejně tak jako výstupní zprávy, mohou být použity pouze pracovníky TestGroup Consulting, jejich zástupci nebo prodejci, nebo klienty TestGroup Consulting, kteří jsou k tomu oprávněni a vyškoleni.

Teorie

Zpráva o obchodním potenciálu	Tato zpráva poskytuje vhled do osobnosti a chování respondenta v pracovním prostředí. Zpráva je založena na respondentově sebehodnocení.
Šest kroků obchodního procesu	Tato část zprávy poskytuje informace o skórech respondenta v každém ze šesti kroků obchodního procesu. Skóry jsou zobrazeny jak v tabulce skórů, tak na grafu šesti obchodních fází.
Čtyři typy obchodníků	Respondent je hodnocen na škálách odpovídajících čtyřem obchodním typům: Lovce, Farmář, Konzultant, Vyjednávač

Šest kroků obchodního procesu

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

1. Plánování a příprava

Analýzám trhu se věnuje s menším nadšením než většina lidí. Plánování agendy za účelem plnění cílů obchodních schůzek se věnuje méně často než většina lidí. Umístění produktů na trhu ("market positioning") a efektivním prodejním aktivitám věnuje méně pozornosti než většina lidí.



2. Navazování kontaktu

Na prolomení ledů a na to, aby se potenciální klient cítil pohodlně, se zaměřuje méně než většina lidí. Je schopen kontaktovat potenciální klienty a rozpracovávat obchodní příležitosti méně než většina lidí. Nemá příliš proaktivní přístup k navazování kontaktů.



3. Budování potřeby

Konkurenční výhody produktu nebo služby ("USP") prezentuje průměrně efektivně. Někdy pracuje s emocemi zákazníka. Čas od času nadchne zákazníka pro produkt.



4. Prezentování možností

Je schopen prezentovat různé možnosti či varianty. Je schopen porozumět potřebám klienta. Cítí se celkem pohodlně, když má klientovi prezentovat poutavým a nadšeným způsobem.



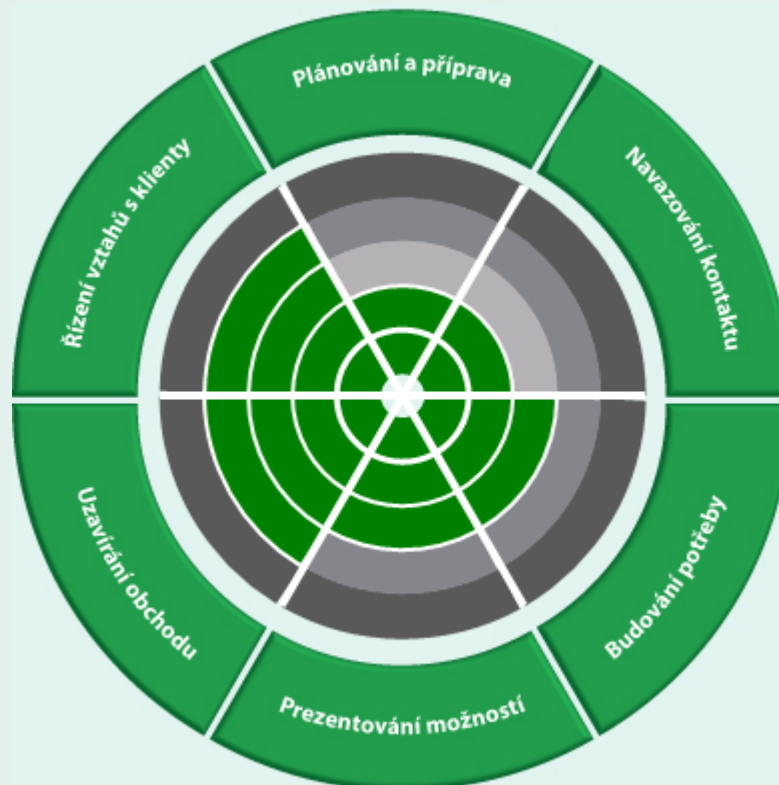
5. Uzavírání obchodu

Vyjednává o konečné ceně a vytváří tlak na uzavření obchodu častěji než většina lidí. Daří se mu dobře zvládat námítky a vést zákazníka k rozhodnutí. Daří se mu uzavřít obchod častěji než většině lidí.



6. Řízení vztahů s klienty

Dobře se mu daří nacházet nové obchodní příležitosti u stávajících zákazníků. Po uzavření obchodu často řídí a udržuje vztah s klientem. Často aktivně vyhledává nové obchodní příležitosti u stávajících zákazníků.



Čtyři typy obchodníků

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



Lovec

Je mírně proaktivní při kontaktování potenciálních zákazníků. Identifikace nadějných potenciálních zákazníků se ujímá v malé míře. Často vyčkává, než aby zvedl telefon a kontaktoval zákazníky; projevuje méně energie k získávání zakázek než druzí.



Konzultant

Nenavrhuje řešení na míru klientům. Nezaujímá roli poradce a nekoučuje klienty tak, aby se vydali správným směrem. Nesnaží se porozumět businessu klienta.



Farmář

Jasně vnímá nespokojenost klienta a často ví, jaké má klient potřeby. Obchodní vztahy pěstuje více než druzí. Je schopen chápat a řešit problémy klienta.



Vyjednaváč

Při prezentaci řešení, služeb a produktů je částečně přesvědčivý. Občas nachází řešení výhodná pro obě strany (tzv. „win-win“). Kritický postoj k informacím a pevné stanovisko při vyjednávání zaujímá méně často než většina lidí.

