

Raport z badania Testem Kompetencji Handlowych

Darek Zielinski
13-11-2013

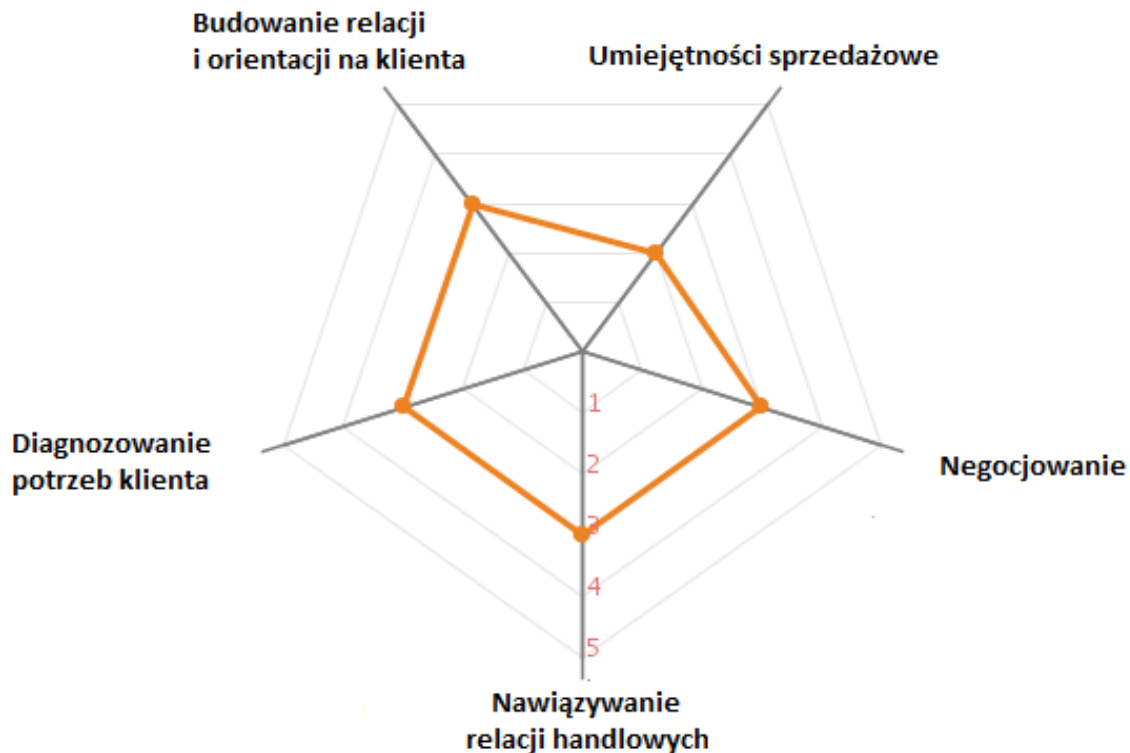
Wprowadzenie

Test, który wypełniłeś/aś, pozwala na sprawdzenie, czy wiesz jakie zachowania są skuteczne w relacjach z klientami ukierunkowanymi na sprzedaż. Wyniki, które otrzymałeś/aś, dotyczą pojedynczych kompetencji. Jednakże każda sytuacja handlowa wymaga jednoczesnego wykorzystania kilku kompetencji. Jeżeli uzyskałeś/aś niskie wyniki w jednej kompetencji nie oznacza to, że nie poradzisz sobie z wykonaniem zadania, które jej wymaga. Aby zrealizować to zadanie możesz wykorzystać kompetencję stanowiącą twoją silną stronę. Dzięki informacjom zawartych w tym raporcie możesz poznać swoje mocne i słabe strony oraz określić kierunki rozwoju swojej kariery. Poniżej przedstawione są twoje wyniki. W tabeli przy każdej badanej kompetencji podana jest liczba uzyskanych punktów (w przedziale od 0 do 100) i odpowiadający uzyskanym punktom poziom kompetencji (1 – niski; 2 – ucznia się; 3 – dobry; 4 – zaawansowany; 5 - wybitny).

Wyniki

Kompetencja	Wynik w tekście	Poziom rozwoju kompetencji
Negocjowanie	72	dobry
Budowanie relacji i orientacja na klienta	68	dobry
Diagnozowanie potrzeb klienta	66	dobry
Nawiązywanie relacji handlowych	62	dobry
Umiejętności sprzedażowe	55	uczenia się

Profil kompetencyjny



Opis

Na podstawie wyników uzyskanych w teście kompetencji handlowych można wysnuć wnioski, iż adekwatnie do sytuacji i z zamierzonym efektem korzystasz ze znanych strategii, technik i taktyk negocjacji. Jednakże są to jedynie podstawowe strategie, natomiast najprawdopodobniej unikasz bardziej zaawansowanych technik i metod. Potrafisz doprowadzić do istotnych ustępstw ze strony oponenta, zachowując przy tym dobre relacje, w sytuacji, gdy negocjujesz z łatwym przeciwnikiem. Jednak, gdy masz przed sobą trudnego oponenta, to nie udaje się Tobie doprowadzić do ustępstw z jego strony. Skutecznie bronisz się i reagujesz asertywnie w sytuacji, gdy ktoś stosuje wobec Ciebie jawną manipulację i wywieranie presji. Natomiast gdy masz do czynienia z bardziej wytrawnym graczem, którego działania manipulacyjne są trudne do wykrycia, ulegasz mu, a gdy się zorientujesz w jaki sposób zadziałał, to jest już za późno na odpowiednią reakcję z Twojej strony. Zazwyczaj nie ulegasz emocjom, które pojawiają się przy negocjacjach. Jedynie, gdy gra toczy się o wysoką stawkę, a przeciwnik jest silny, zdarza się Tobie zareagować emocjonalnie. Ponadto, zazwyczaj dążysz do tego, aby rozwiązania, które wypracujecie były kompromisowe, starasz się być elastyczny i otwarty na propozycje drugiej strony. Niestety, nie zawsze się to Tobie udaje, zwłaszcza, gdy bardzo zależy Tobie na uzyskaniu czegoś, co już wcześniej sobie założyłeś.

Wyniki uzyskane w teście wskazują, że najprawdopodobniej kontaktujesz się regularnie z klientami. Niestety nie zawsze robisz to w odpowiednim czasie, co oznacza, że robisz to np. zbyt często, zarczując klienta niepotrzebnymi informacjami lub za późno, zapominając o bardzo ważnej rzeczy. Taki wynik pozwala również na sugestię, że jesteś bardzo chętny do pomocy klientowi, gdy napotka jakąś trudność, np. w znalezieniu określonych informacji, czy zebraniu stosownych dokumentów.

Jednakże, zdarzać się może, że np. odsyłasz go do innej osoby i nie upewniasz się już czy udzieliła ona klientowi niezbędnej pomocy. Starasz się również nie ograniczać swoich działań do standardowych usług, pokazujesz również dodatkowe możliwości, ale nie zawsze odpowiednio dobrane do potrzeb klienta. Z wieloma klientami udaje się Tobie utrzymać długotrwałe relacje, choć prawdopodobnie są klienci, z którymi współpraca zakończyła się już na pierwszej transakcji, ponieważ odpowiednio nie zadbałeś o niego. Starasz się dostosowywać usługi do indywidualnych potrzeb klientów i jeżeli potrzeby te nie są niecodzienne, a raczej typowe, to robisz to skutecznie. Dbasz o to, aby klient był usatysfakcjonowany, jednakże nie zawsze podejmujesz ku temu odpowiednie działania. Jeżeli klient zgłasza jakieś obiekcje względem produktu czy usług najprawdopodobniej zawsze go wysłuchujesz, jednakże możesz nie wiedzieć co w takiej sytuacji zrobić, tj. jak zareagować, co powiedzieć.

Na podstawie uzyskanych wyników w teście można wnioskować, że podejmujesz próby diagnozowania potrzeb klienta, nie czekając aż sam on Tobie je przedstawi. W tym celu zadajesz stosowne pytania, jednak zazwyczaj te same każdemu klientowi, nie modyfikujesz ich wraz z przebiegiem rozmowy. Możesz mieć również trudności w odczytywaniu ukrytych potrzeb klientów, których nie zgłaszają wprost. To może skutkować tym, że zaspokajasz potrzeby, których de facto nie mają. W rozmowach z klientami aktywnie wysłuchujesz to, co mają do powiedzenia. Trafnie interpretujesz wypowiedzi klientów pod względem kryjących się za tymi wypowiedziami potrzeb i oczekiwań. Nie zawsze natomiast wyciągasz prawidłowe wnioski z sygnałów nie wprost (mowa ciała, aluzje). Uzyskane wyniki wskazują również, że zbierasz dużo danych od klienta, aby przygotować dla niego adekwatną propozycję. Dzięki temu często spotykają się one z akceptacją ze strony klientów.

Na podstawie uzyskanych wyników w teście z obszaru nawiązywania relacji handlowych można przypuszczać, że w swojej pracy aktywnie poszukujesz nowych klientów. Jednakże nie zawsze wiesz gdzie szukać i jak zachęcać do współpracy tych najbardziej pożądanym kontrahentów. Skutecznie nawiązujesz nowe kontakty handlowe, korzystając ze specjalnie do tego przygotowanych sytuacji (konferencje branżowe, targi itp.) Sukces w budowaniu relacji odnosisz najczęściej w sytuacji gdy klient wykazuje duże zainteresowanie oferowanymi przez Ciebie usługami / produktami. W innych sytuacjach gdy klient nigdy nie słyszał o usługach / produktach Twojej firmy nie jesteś w stanie przyciągnąć jego uwagi na tyle by okazał chęć podjęcia współpracy. Utrzymujesz na bieżąco kontakt z klientami z którymi w danym momencie współpracujesz. W efekcie mniej czasu poświęcasz kontaktom z kontrahentami, którzy są mniej aktywni i w ostatnim czasie niczego nie zamawiali. Ograniczasz się tylko do reagowania okazywane przez nich zainteresowanie. Poświęcasz dość dużo czasu na gromadzenie i aktualizowanie danych na temat obecnych bądź potencjalnych klientów. Zdarza się jednak, że informacje, które posiadasz są mało użyteczne w kontekście budowania relacji handlowych. Tworzone przez Ciebie oferty najczęściej stanowią odpowiedź na zgłoszone przez klienta potrzeby. Dopiero w sytuacji gdy kontrahent jest zainteresowany usługą / produktem, którego specyfiki dobrze nie znasz najczęściej przedstawiasz mu standardową ofertę, która nie zawsze uwzględnia specyficzne wymagania zgłaszane przez kontrahenta.

Wyniki uzyskane w teście umiejętności sprzedażowych wskazują, że w bardzo ograniczonym stopniu znasz, lecz bardzo rzadko świadomie wykorzystujesz techniki sprzedażowe popularnie stosowane w handlu. Kontaktując się z nowym klientem często nie jesteś odpowiednio przygotowany (brak wiedzy na temat klienta, oferowanych produktów / usług, nieodpowiedni do sytuacji ubiór / wygląd). Zdarza się, że przygotowana przez Ciebie oferta dla konkretnego klienta jest nieadekwatna do jego wymagań. Powodem takiej sytuacji mogą być trudności jakie napotykasz analizując jego potrzeb (za mało czasu poświęcone na analizę, niezrozumienie z klientem, błędy w interpretacji danych). Kolejnym utrudnieniem w sytuacji gdy tworzysz ofertę dostosowanej do klienta jest dość płytka wiedza na temat większości oferowanych przez Ciebie produktów / usług. Prowadząc prezentację wyłącznie w przypadku najbardziej atrakcyjnych produktów / usług jesteś w stanie zainteresować potencjalnego klienta i zachęcić go do zakupu. Gdy klient przedstawia swoje obiekcje i wątpliwości na temat oferowanych produktów / usług w bardzo ograniczonym stopniu jesteś w stanie je rozwiązywać używając prostych argumentów (podkreślanie atrakcyjnej ceny produktu / usługi, wymienianie innych instytucji, które dokonały już zakupu). Często w sytuacji przedłużających się negocjacji handlowych nie jesteś w stanie sfinalizować transakcji, a jeśli już podejmujesz się tego zadania to często zdarza się, że robisz to w niewłaściwym momencie (zbyt wcześnie, zbyt późno).

