



Discovery[®]

Profil Indywidualny

Królewna Śnieżka

28 stycznia 2014

Skuteczna Sprzedaż

Dane Osobowe :

Królewna Śnieżka
krolewna.sniezka@sniegi.com

Telefon :

Data wypełnienia: 28 stycznia 2014

Data edycji: 28 stycznia 2014

Spis treści

Wstęp	4
Skuteczna Sprzedaż	5
Styl sprzedaży	6
Przygotowanie i nawiązanie kontaktu	7
Identyfikowanie potrzeb	8
Przedstawianie oferty	9
Pokonywanie obiekcji	10
Finalizowanie	11
Współpraca	12
Wskaźniki preferencji stylu sprzedaży	13

Wstęp

Dane Profilu Indywidualnego Insights powstały w oparciu o odpowiedzi, jakich Królewna Śnieżka udzieliła w Kwestionariuszu Preferencji Insights, wypełnionym 28 stycznia 2014.

Korzenie teorii osobowości sięgają V wieku p.n.e., kiedy to Hipokrates zdefiniował cztery odmienne energie, przejawiające się w różnorodności ludzkich temperamentów. System Insights opiera się na modelu osobowości stworzonym przez szwajcarskiego psychologa Carla Gustawa Junga. Model ten przedstawiony został w 1921 r. w pracy pt. „Typy psychologiczne” oraz rozwinięty w kolejnych dziełach. Dokonania Junga, dotyczące typów osobowości, ich odmiennych preferencji oraz możliwości wykorzystania tej wiedzy w różnych aspektach i sferach funkcjonowania, zostały zaadaptowane przez wielu badaczy jako podstawa zrozumienia osobowości ludzkiej i do dnia dzisiejszego są punktem wyjścia dla licznych badań i rozważań.

Profil Indywidualny Insights jest zbudowany w oparciu o typologię Junga i daje podstawę dla pełniejszego zrozumienia siebie jako osoby oraz dla własnego wszechstronnego rozwoju. Badania dowodzą, że lepsze zrozumienie siebie, swoich zarówno mocnych, jak i słabych stron, pozwala rozwinąć efektywne strategie w relacjach interpersonalnych oraz trafnie odpowiadać na wymogi środowiska zewnętrznego.

Niniejszy Profil jest unikalny. Powstał jako wynik starannej selekcji kilku tysięcy permutacji stwierdzeń, w oparciu o odpowiedzi udzielone w Kwestionariuszu Preferencji Insights. Możesz zmodyfikować lub nawet usunąć niektóre zawarte w nim stwierdzenia – jednakże wcześniej upewnij się, zasięgając opinii kolegów, że nie stanowią one nieznanych Ci aspektów Twojego wizerunku.

Staraj się w pełni i aktywnie wykorzystać znajdujące się w Profilu informacje. Postaraj się zidentyfikować kluczowe dla siebie obszary rozwoju i działania, podziel się nimi ze współpracownikami – ich opinie i reakcje mogą okazać się niezwykle istotne ze względu na Twój osobisty i interpersonalny rozwój.

Skuteczna Sprzedaż

Skuteczna sprzedaż musi spełniać trzy warunki:

Po pierwsze, handlowiec musi zrozumieć siebie oraz nauczyć się polegać na swoich mocnych stronach a także pracować nad obszarami potencjalnych słabych stron i co najważniejsze, wiedzieć jak może być postrzegany przez klientów.

Po drugie, handlowiec musi rozumieć innych, a w szczególności klientów, którzy różnią się od niego. Klienci często prezentują odmienne style, mają różne oczekiwania, potrzeby i motywację aniżeli handlowcy. Powinien on zrozumieć te różnice i odpowiednio zareagować.

Po trzecie, handlowiec musi potrafić dostosować swoje zachowanie do klienta, aby skuteczniej nawiązać z nim kontakt i móc na niego wpłynąć.

Profil został napisany tak, aby wspierać rozwój każdego z tych trzech obszarów.

Model zaprezentowany poniżej ilustruje koncepcję procesu sprzedaży według Insights a zarazem podrozdziały zawarte w Profilu Indywidualnym. Wykorzystaj swój Profil do rozwinięcia skuteczniejszych strategii budowania relacji z klientem, głębszego zrozumienia siebie oraz podniesienia skuteczności swojej sprzedaży.



Styl sprzedaży

Niniejszy podrozdział pomaga bliżej zapoznać się ze stylem sprzedaży, jaki prezentujesz. Wykorzystaj ten rozdział, aby lepiej zrozumieć swoje podejście do budowania relacji z klientem.

Styl sprzedaży

Królewna lubi mieć pod kontrolą swoje projekty i być pewną faktów w nich zawartych. Na krótką metę osobiste relacje z klientami wydają się jej mniej ważne niż pełne zaspokojenie ich potrzeb. Królewna raczej trzyma się z boku, nie biorąc aktywnego udziału w nowych procesach. Woli ostrożnie wprowadzać w życie nowe koncepcje. Może skorzystać ufając bardziej klientom, którzy są mniej precyzyjni i dokładni, a przedkładają wyobraźnię i oryginalność nad fakty.

Kiedy tylko jej początkowy dystans zostanie przełamany, wykazuje szczerą chęć, aby poznać klienta jako człowieka. Może czasami napotykać trudności w komunikowaniu się z irracjonalnymi klientami, ponieważ preferuje ludzi logicznych i analitycznych - takich jak ona sama. Często może być zaabsorbowana bieżącą analizą czy problemem i bywa nieśmiała wobec nowych klientów. Woli pracować na faktach i liczbach, nie angażując się w sprawy osobiste. Niechętnie nawiązuje szybkie, powierzchowne relacje z klientami. Klienci mogą uważać ją za osobę delikatną, ostrożną i zachowującą rezerwę.

Królewna jest oddana wspieraniu klienta i w tej roli wymaga niewielkiego nadzoru. Może preferować kontakty raczej z logicznymi niż z emocjonalnymi klientami. Czasem może być uważana przez niektórych klientów za zbyt skupioną na szczegółach lub wewnętrznych procesach. Skromna i z rezerwą, Królewna jest osobą ciepłą, która raczej nie okazuje emocji klientom, chyba że ich dobrze pozna i im zaufa. Jest efektywną, lecz nie autokratyczną liderką, zachęca innych do udziału w realizacji projektu.

Notatki

Przygotowanie i nawiązanie kontaktu

Sprzedaż rozpoczyna się na długo przed rozmową handlową i trwa nawet po jej zakończeniu. W niniejszym podrozdziale przedstawione są kluczowe kwestie, których powinnaś być świadoma, kiedy rozpoczynasz etap planowania i przygotowujesz się do pierwszego spotkania z klientem.

Królewna - Twoje mocne strony na etapie przygotowania i nawiązaniu kontaktu:

- Myśli realistycznie i wyznacza jasne, możliwe do osiągnięcia cele.
- Zdaje sobie sprawę, jak ważny jest proces planowania działań.
- Jest systematyczna w poszukiwaniu nowych klientów.
- Ma dokładne i bieżące informacje na temat produktów i usług.
- Zdobywa dokładne rozeznanie, aby uniknąć potencjalnych pułapek.
- Ma zdyscyplinowane podejście do poszukiwania nowych klientów.



Notatki

Na etapie przygotowania i nawiązania kontaktu Królewna powinna:

- Pamiętać, aby akcentować i podkreślać swoje zdolności towarzyskie.
- Odbierać telefony!
- Pracować nad swoją wszechstronnością.
- Zgłębić kreatywne metody zbierania informacji.
- Próbować przyjmować nowe, inne niż zwykle i trudne zadania.
- Odprężyć się i cieszyć się procesem poszukiwania nowych klientów.

Identyfikowanie potrzeb

Na tym etapie celem jest odkrycie rzeczywistych problemów i oczekiwań klienta. Niniejszy podrozdział opisuje Twoje mocne strony oraz zawiera wskazówki, jak możesz rozwijać umiejętności skutecznego identyfikowania potrzeb klienta.

Królewna - Twoje mocne strony w procesie identyfikowania potrzeb:

- Trzyma się ustalonych i sprawdzonych procedur przy zbieraniu informacji.
- Naprawdę słucha rzeczywistych wątpliwości klienta.
- Zanim udzieli odpowiedzi, zwykle upewnia się, że dobrze zrozumiała pytanie klienta.
- Robi notatki sprawnie i skutecznie.
- Dobrze konstruuje swoje notatki.
- Potrafi porządkować informacje, czasem z wręcz wojskową precyzją.



Notatki

Identyfikując potrzeby Królewna powinna:

- Uczyć się być bardziej wyrazistą i spontaniczną w kontaktach z klientem.
- Zapraszać współpracowników do uczestnictwa w stosownych spotkaniach.
- Częściej się uśmiechać.
- Być bardziej świadoma całokształtu sytuacji.
- Dostosować się do klientów kierujących się intuicją i opierać się własnej potrzebie bycia dokładną.
- Poświęcać mniej czasu na papierkową robotę, a więcej na bezpośredni kontakt z klientem.

Przedstawianie oferty

Po zidentyfikowaniu potrzeb klienta, etap składania oferty powinien wypełniać lukę pomiędzy potrzebami klienta a bieżącą sytuacją. Ten podrozdział przedstawia kilka kluczowych rad, dzięki którym możesz wypracować bardziej skuteczne sposoby przedstawiania oferty klientom.

Królowa - Twoje mocne strony w procesie przedstawiania oferty:

- Proponuje bardzo efektywne sposoby rozwiązywania problemów.
- Przedstawia praktyczne rozwiązania, rozważywszy dostępne informacje.
- Formułuje realistyczne oczekiwania względem siebie i innych.
- Niezawodnie wywiązuje się z zobowiązań w ustalonym czasie.
- Dużą uwagę przywiązuje do precyzji we wszystkim, co mówi i robi.
- Kieruje się logiką i bierze pod uwagę wszystkie potrzebne informacje.



Notatki

Przedstawiając ofertę Królowa powinna:

- Mieć odwagę wysuwać bardziej śmiało propozycje.
- Być przygotowana na szybsze przystosowanie swoich działań do życzeń klienta.
- Ćwiczyć spontaniczne zachowanie!
- Zaplanować czas na zaangażowanie klienta w prezentację.
- Ciągłe podsumowywać obecne i przyszłe korzyści z przyjęcia propozycji.
- Być otwarta na potencjalne możliwości, nawet jeśli jest przygnieciona negatywnymi odczuciami.

Pokonywanie obiekcji

Jeśli relacje interpersonalne zostały zbudowane właściwie, obiekcje klienta powinny być niewielkie. Niemniej ten podrozdział zawiera strategie, które mogłabyś wykorzystać, aby jeszcze skuteczniej je przełamywać.

Królowa - Twoje mocne strony na etapie pokonywania obiekcji klienta:

- Dobrze kontroluje swoje emocjonalne reakcje.
- Potrafi rozróżnić obiekcje prawdziwe i fałszywe.
- Wykorzystuje rozsądne rozwiązania, aby pokonać bariery.
- Jej spokojny i niespieszny sposób działania wzbudza zaufanie.
- Przedstawia rozwiązania w uporządkowany sposób.
- Stosuje dobrze sformułowane pytania sondujące.



Pokonując obiekcje klienta Królowa powinna:

- Być z góry przygotowaną do odparcia najczęstszych zarzutów.
- Postrzegać obiekcje raczej jako sygnał gotowości do zakupu, niż jako odmowę.
- „Głośno myśleć”, jeśli klient preferuje ten styl.
- Kiedy to konieczne, być gotowa do udzielenia natychmiastowej odpowiedzi.
- Przyjmować bardziej przyjazne, partnerskie podejście do prowadzenia dyskusji.
- Unikać nadmiernej powagi.

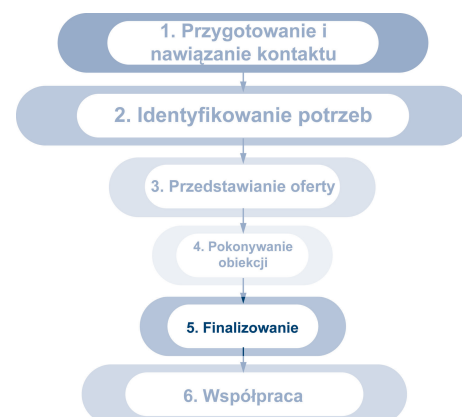
Notatki

Finalizowanie

Nie konflikt, lecz skuteczne zamknięcie powinno wieńczyć proces sprzedaży. Kiedy klient ma zaufanie, jest pewien tego, co kupuje i widzi potrzebę takiego zakupu, można zaproponować mu podpisanie kontraktu. W tym podrozdziale przedstawiono Twoje mocne strony oraz sugestie, które możesz wykorzystać, aby rozwinąć efektywniejszy styl finalizowania sprzedaży.

Królewna -Twoje mocne strony na etapie finalizacji:

- Potrafi podsumowywać korzyści w przejrzysty i zwięzły sposób.
- Zawsze dotrzymuje złożonych obietnic.
- Dobrze wyczuwa priorytety klienta.
- Jest analityczną i dokładną „zamykającą”.
- Ma realistyczne spojrzenie na możliwe do osiągnięcia rezultaty.
- Ma bardzo praktyczne podejście do realizacji postanowień umowy.



Notatki

Finalizując sprzedaż Królewna powinna:

- Mniej polegać na tradycyjnych praktykach i być bardziej otwarta na nowe pomysły.
- Wypracować sobie wizerunek osoby mniej sztywnej i skrepowanej przez proces.
- Zrozumieć, że klienci często woleliby, żeby to ona przejęła inicjatywę.
- Dołożyć starań i przedstawiać swoją fachową wiedzę tak, aby klient nie poczuł się traktowany protekcjonalnie.
- Spodziewać się, że niespodzianki będą korzystne, a nie szkodliwe.
- Zdać sobie sprawę ze swojej tendencji do „dzielenia włosa na czworo”.

Współpraca

Naturalnym wymogiem pracy handlowca jest zbudowanie takiej relacji z klientem, która umożliwi kontynuowanie tej znajomości oraz wykonywanie usług serwisowych dla klienta już po zainicjowaniu sprzedaży. W tym podrozdziale znajduje się kilka sugestii, które możesz wykorzystać do wspierania, informowania i utrzymywania dalszych kontaktów z klientem.

Królewna - Twoje mocne strony na etapie rozwijania współpracy:

- Monitoruje uzgodnienia dotyczące zakresu obsługi i gwarancji.
- Potrafi dopiąć wszystkie szczegóły na ostatni guzik.
- Zachęca innych do wyrażania krytycznych opinii, traktując to jako pomoc w swoim rozwoju osobistym.
- Uzyskuje od klientów szczegółowe informacje na temat postępu prac na każdym etapie.
- W większości sytuacji ma opracowane plany działania.
- Jest dokładna zarówno w planowaniu, jak i działaniu.



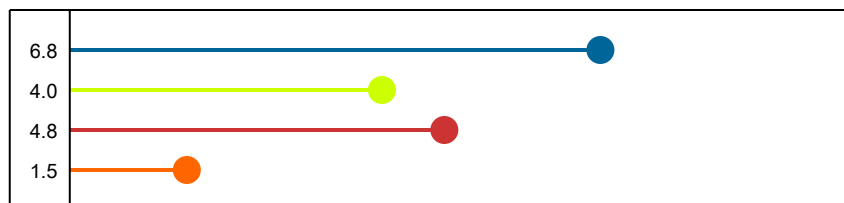
Notatki

Na etapie rozwijania współpracy Królewna powinna:

- Pamiętać, że niektóre zadania wykonane perfekcyjnie, nie musiały być wcale wykonywane.
- Starać się rozluźnić atmosferę, kiedy sytuacja staje się napięta.
- Doceniać rolę wydarzeń towarzyskich w cementowaniu dobrej relacji z klientem.
- Poświęcać więcej czasu na bezpośredni kontakt z klientem.
- Zapraszać klientów do udziału w stosownych wydarzeniach towarzyskich.
- Starać się nie przejmować procedurami - skupić się na wynikach.

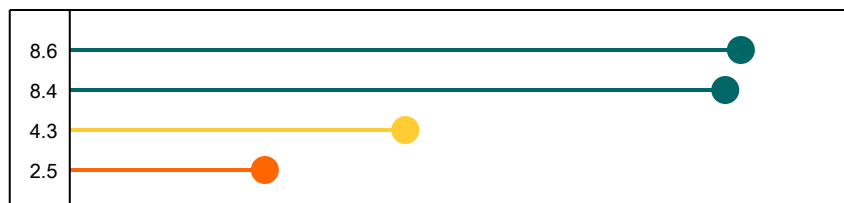
Wskaźniki preferencji stylu sprzedaży

Przygotowanie i nawiązanie kontaktu



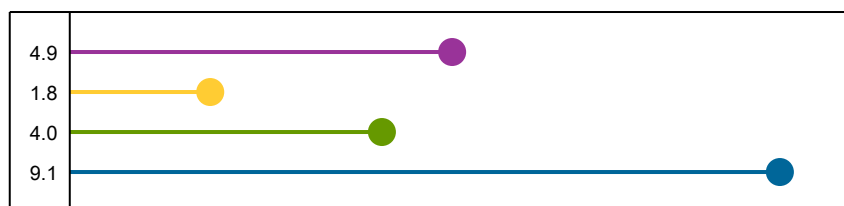
Zbieranie informacji
Budowanie zaufania
Wyznaczanie celów
Umawianie spotkań

Identyfikowanie potrzeb



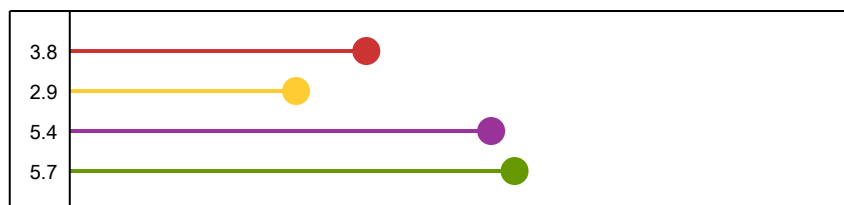
Aktywne słuchanie
Zadawanie pytań
Zachęcanie do współpracy
Kreowanie możliwości

Przedstawianie oferty



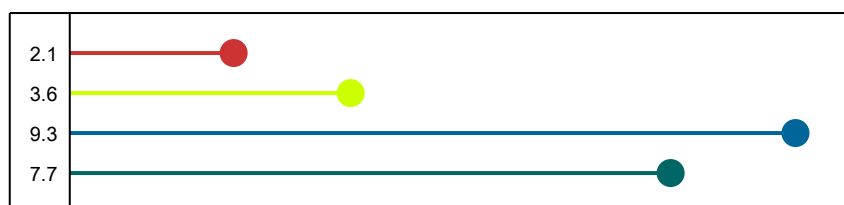
Precyzyjne i adekwatne przekazywanie informacji
Entuzjastyczna prezentacja
Okazywanie zrozumienia
Organizacja i dokładność

Pokonywanie obiekcji



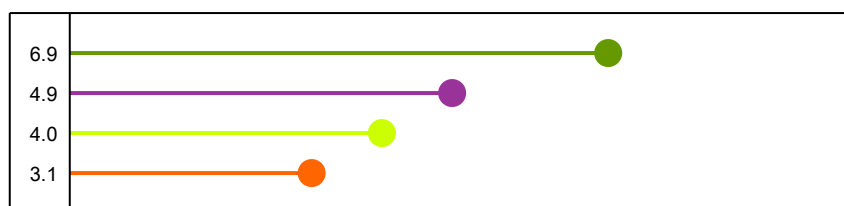
Bezpośrednie radzenie sobie z obiekcjami
Przekonywanie
Wyjaśnianie szczegółów
Wyjście naprzeciw obawom klienta

Finalizowanie



Zamykanie
Elastyczność
Minimalizowanie ryzyka
Dopasowanie do potrzeb

Współpraca



Podtrzymywanie kontaktu
Planowanie rozwoju współpracy
Utrzymywanie dobrych relacji
Rozwijanie współpracy



GLOBAL HEADQUARTERS
Insights Learning & Development
Terra Nova, 3 Explorer Road, Dundee, DD2 1EG, Scotland, UK.
TELEFON: +44(0)1382 908050 FAX: +44(0)1382 908051 E-MAIL: insights@insights.com STRONA
INTERNETOWA: www.insights.com