

Тест

Бизнес-Профиль Экспресс

**Иванов Иван
Иванович**

Потенциал в продажах

Как работать с отчётом

Данный отчёт методики «Бизнес-Профиль Экспресс» предназначен для оценки и отбора кандидатов и сотрудников в сфере продаж.

Все показатели данного отчёта построены на основе психологических особенностей: диагностированных мотивов и личностных качеств респондента и не учитывают его интеллектуальные способности, опыт и навыки.

Шкала результатов

Результаты тестирования представлены в 10-балльной шкале [СТЭНОВ](#). Для сравнения и интерпретации результатов каждая шкала поделена на 5 диагностических зон:



Согласно [Российскому стандарту тестирования персонала \(п. 10.8.5.\)](#), срок использования результатов подобного тестирования составляет 2 года. Повторное тестирование рекомендуется не ранее, чем через два года.

Оглавление

Потенциал в продажах	4
Функции в отделе продаж	4
Сегменты рынка	6

Потенциал в продажах

Потенциал в продажах – это внутренний ресурс, который определяет готовность к работе в сфере продаж. Он включает в себя мотивацию и личностные особенности, связанные с потенциальной успешностью сотрудника в продажах.



Результат

Высокий

Психологические особенности респондента в высокой степени соответствуют профилю представителя сферы продаж. Прогнозируется, что респондент будет успешен в продажах.

Черты респондента, характерные для специалистов сферы продаж:

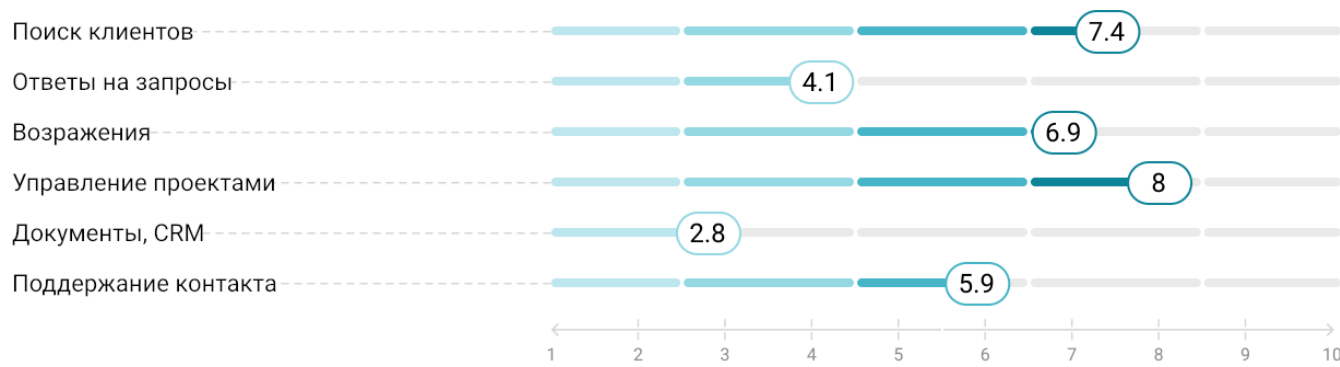
- ✓ ярко выраженная активность и решительность
- ✓ стремление к руководству людьми и процессами
- ✓ невыраженное стремление к стабильности: готовность работать в ситуации неопределённости, пробовать новое
- ✓ общительность и инициативность в коммуникации
- ✓ независимость, ориентация на своё собственное мнение
- ✓ стремление к уникальности, желание выделиться, запомниться

Черты респондента, нехарактерные для специалистов сферы продаж:

Не выявлено.

Функции в отделе продаж

Сотрудники отдела продаж выполняют различные функции, которые требуют разных психологических качеств и способностей. В данном разделе отчёта можно увидеть, к выполнению каких функций сотрудников отдела продаж психологически наиболее и наименее склонен данный респондент.



Что должно получаться хорошо:

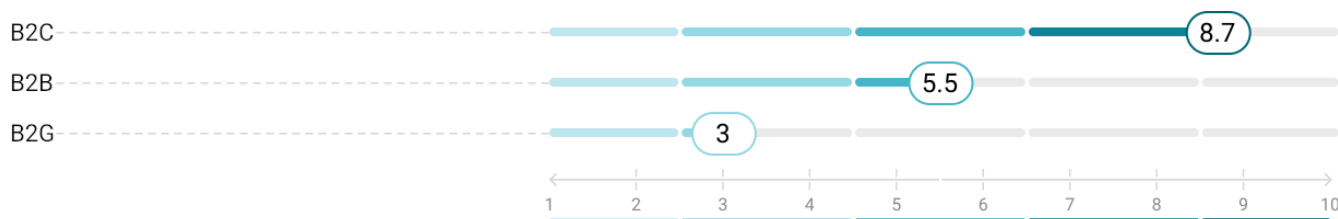
- ✓ **Поиск клиентов** (холодные продажи, активный поиск): формирование потока потенциальных покупателей (лидов) для дальнейшей обработки и заключения сделок. Работа, требующая общительности, активности, сообразительности и прагматической мотивации.
- ✓ **Возражения** (работа с возражениями и претензиями: с клиентами, которые могут быть не согласны с условиями, разочарованы продуктом или просто находятся в плохом настроении): дать возможность клиенту выговориться, взять на себя смелость признать проблему или уверенно и вежливо обозначить границы, предложить варианты и найти компромисс, направить взаимодействие в позитивное русло. Вернуть лояльность клиента, спасти сделку или репутацию компании. Работа, требующая уравновешенности, смелости и баланса между дружелюбием и способностью настоять на своём.
- ✓ **Управление проектами** (управление процессами, ресурсами и людьми — как со стороны компании, так и клиента — для успешного заключения договора и достижения финансового результата): брать в свои руки планирование, организацию, модерацию встреч и координацию работ; следить за тем, чтобы процесс двигался к результату — подписанию договора; мотивировать своих коллег, напоминая о значимости сделки. Работа, требующая активности и настойчивости, лидерских качеств, материальной заинтересованности.

Где возможны трудности:

- ! **Ответы на запросы** (работа с «теплыми» и «горячими» лидами: с клиентами, которые уже проявили инициативу): активно слушать, проявлять интерес к ситуации клиента, оценивать её и предлагать решение. Работа в роли эмпатичного эксперта, главная задача которого — создать у клиента чувство, что его поняли, о нём позаботились и предложили лучшее для него решение. Это требует чуткости, желания помочь и выраженности интеллектуальных способностей.
- ! **Документы, CRM** (работа с документами и клиентской базой): фиксировать контакты и историю коммуникаций в базе; оформлять коммерческие предложения, счета, договора и закрывающие документы; систематизировать материалы и наводить порядок в них. Работа, требующая организованности, внимательности и устойчивости к монотонии.

Сегменты рынка

Условия работы в различных сегментах рынка требуют разных психологических свойств и качеств. В данном разделе отчёта можно увидеть, к особенностям работы в каком сегменте рынка психологически наиболее и наименее склонен данный респондент.



Рекомендуется:

✓ **B2C** (Business-to-Consumer): продажи конечному потребителю, частным лицам для личного использования. Здесь решения принимаются быстро и часто эмоционально, цикл сделки короткий, а главная задача продавца — вызвать желание купить «здесь и сейчас», работая с выгодой, эмоциями и простотой приобретения. Продажи, требующие общительности, активности, дружелюбия, уравновешенности, предприимчивости и материальной заинтересованности.

Не рекомендуется:

! **B2G** (Business-to-Government): продажи государственным учреждениям (министерствам, больницам, школам). Это максимально формализованный и бюрократизированный процесс, регулируемый строгим законодательством. Здесь важна скрупулезная подготовка документов и соответствие заявки техническому заданию, забота о чистоте сделки. Решение принимают люди на разных уровнях, цикл согласований может быть очень длинным. Продажи, требующие внимательности и выраженности общего интеллектуального потенциала, организованности, уравновешенности и этичности, ориентации на общественную пользу дела.