



TTI
SUCCESS
INSIGHTS®

Оценка навыков продавца™

Иван Иванов

6-10-2019

Центр оценки и развития FORTEM
Moscow
+7 495 799 17 82
info@fortem-center.ru

FORTEM
ЦЕНТР ОЦЕНКИ И РАЗВИТИЯ

Содержание



ВВЕДЕНИЕ	3
ОЦЕНКА НАВЫКОВ ПРОДАВЦА™ - АНАЛИЗ ЭТАПОВ ПРОДАЖ	4
ОЦЕНКА НАВЫКОВ ПРОДАВЦА™ - АНАЛИЗ ОТВЕТОВ	6
ОЦЕНКА НАВЫКОВ ПРОДАВЦА™ - ОЦЕНКА ВЫБОРА НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНОЙ ТАКТИКИ	8
ОЦЕНКА НАВЫКОВ ПРОДАВЦА™ - ОЦЕНКА ВЫБОРА ДВУХ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫХ ТАКТИК	9
ОЦЕНКА НАВЫКОВ ПРОДАВЦА™ - ПОНИМАНИЕ ТОГО, ЧЕГО ДЕЛАТЬ НЕ СТОИТ	10

Введение



«Оценка навыков продавца™» — это объективный анализ того, как продавец понимает тактику успешных продаж в любой сфере. В сущности, диагностика отвечает на вопрос: «Умеет ли этот человек продавать?». Как и любая иная профессия, продажи требуют базовых знаний, необходимых для успешной работы. Именно эти знания и измеряет «Оценка навыков продавца™».

Хотя выяснение, умеет или не умеет человек продавать, — важная составляющая прогнозирования или повышения успешности продаж, это, разумеется, не единственное условие для достижения оптимальной эффективности работы продавца. Следует также учитывать поведение, взгляды, личные интересы и ценности.

Понимание эффективных тактик в продажах может помочь вам достичь успеха, только если вы умеете их применять. Одного лишь знания недостаточно — его необходимо использовать на практике.

Данный отчёт поможет вам увидеть свои сильные стороны и зоны развития. Используя отчет, вы сможете разработать план развития этих зон. Знание своих сильных и слабых сторон наряду со стремлением преуспеть позволит вам определить области для своего профессионального роста.

Оценка навыков продавца™



Анализ этапов продаж

Поиск и отбор потенциальных клиентов: это первый этап любого процесса продаж. На первом этапе любого процесса продаж идёт выявление потенциальных клиентов, сбор подробной информации о них, планируются мероприятия и разрабатываются общие подходы для личного контакта.

- в (7/13)** 54% ситуаций вы выбрали самую эффективную тактику
- в (6/13)** 46% ситуаций вы приняли вторую по эффективности тактику за наиболее эффективную

Первое впечатление и знакомство: при первом личном контакте с клиентом продавец должен продемонстрировать искреннюю заинтересованность в клиенте, расположить его к себе, сформировать чувства взаимоуважения и эмоционального контакта. Этот начальный этап закладывает основы доверия и запускает сам процесс продаж.

- в (5/9)** 56% ситуаций вы выбрали самую эффективную тактику
- в (4/9)** 44% ситуаций вы приняли вторую по эффективности тактику за наиболее эффективную

Анализ потребностей и вопросы: на этом этапе продаж задают вопросы клиенту и анализируют его потребности. Таким образом продавец может понять, что, когда и на каких условиях купит клиент. На этом же этапе потенциальный клиент определяет и озвучивает степень своей заинтересованности и конкретные потребности в продукте или услуге, которые предлагает продавец.

- в (3/7)** 43% ситуаций вы выбрали самую эффективную тактику
- в (0/7)** 0% ситуаций вы приняли вторую по эффективности тактику за наиболее эффективную



Анализ этапов продаж

Презентация: этот этап требует от продавца способности презентовать продукт или услугу таким образом, чтобы показать, как они отвечают заявленным или подразумеваемым потребностям или целям потенциального клиента.

- в (1/9)** 11% ситуаций вы выбрали самую эффективную тактику
- в (7/9)** 78% ситуаций вы приняли вторую по эффективности тактику за наиболее эффективную

Влияние: люди действуют на основании того, во что верят. На этом этапе продавец должен суметь обосновать выгоду от продукта или услуги, преодолеть все возможные сомнения потенциального клиента и обеспечить его обещанной информацией. Именно на этом этапе продаж «куётся» вера потенциального клиента в поставщика, продукт, услугу или самого продавца.

- в (2/6)** 33% ситуаций вы выбрали самую эффективную тактику
- в (4/6)** 67% ситуаций вы приняли вторую по эффективности тактику за наиболее эффективную

Завершение сделки: это финальная стадия любого процесса продаж, на которой продавец делает потенциальному клиенту завершающее предложение о покупке, снимает возражения, проводит переговоры и доводит сделку до обоюдного удовлетворения.

- в (5/10)** 50% ситуаций вы выбрали самую эффективную тактику
- в (4/10)** 40% ситуаций вы приняли вторую по эффективности тактику за наиболее эффективную

Мастерство продаж в целом: этот показатель представляет собой уровень общего понимания процесса продаж. Знание этого процесса может способствовать положительному отношению к продажам и уверенности в достижении личных целей в продажах.

- в (3/13)** 23% ситуаций вы выбрали самую эффективную тактику
- в (6/13)** 46% ситуаций вы приняли вторую по эффективности тактику за наиболее эффективную



Анализ ответов

Анализ ответов

- 26 раз вы выбрали САМУЮ эффективную тактику
- 31 раз вы приняли ВТОРУЮ по эффективности тактику за наиболее эффективную
- 5 раз вы приняли ТРЕТЬЮ по эффективности тактику за наиболее эффективную
- 5 раз вы приняли НАИМЕНЕЕ эффективную тактику за наиболее эффективную

Анализ ответов с наименее эффективной тактикой продаж

Ещё раз, пожалуйста, обдумайте ответы на вопросы. Для этих ситуаций вы выбрали в качестве наиболее эффективных тактик наименее эффективные. Для каждой из перечисленных ситуаций указана наиболее эффективная тактика, повторно проанализируйте эти тактики.

- 8. Вы поняли, что представитель потенциального клиента, с которым Вы проводите встречу, не уполномочен принимать какие-либо решения по данной сделке. Вам следует:
 - А. Продолжить переговоры о продаже, чтобы заручиться его поддержкой.

- 32. Клиенты, которые говорят, что у них проблемы с оборотными средствами:
 - С. Предоставляют Вам информацию о приемлемых для них условиях оплаты.

- 37. Тщательное документирование всех этапов процесса продаж (в том числе в CRM):
 - В. Обеспечивает основу для повторных продаж.

- 38. Когда клиент задает вопрос, ответ на который Вы не знаете, Вам следует:
 - А. Признать, что Вы не имеете точных данных по этому вопросу, но обязательно сообщите клиенту эту информацию чуть позже.



Анализ ответов

58. Что является наиболее достоверным источником информации при планировании холодных звонков / первичных контактов в процессе B2B (бизнес бизнесу) продаж?

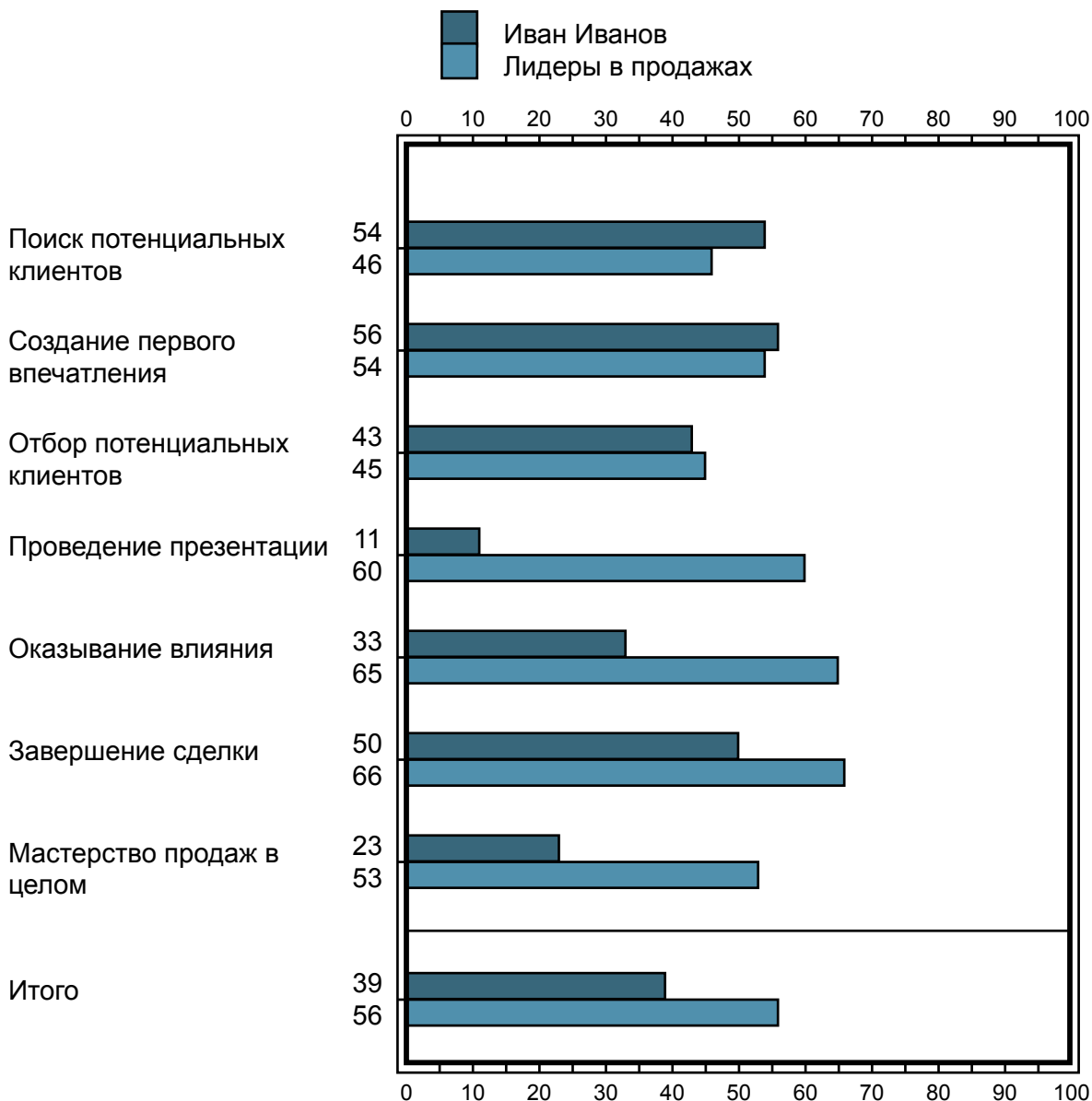
D. Сайт клиента.

Оценка навыков продавца™



Оценка выбора наиболее эффективной тактики

Данный график иллюстрирует уровень ВАШЕГО понимания наиболее эффективной тактики продаж в ряде ситуаций. Исследования подтверждают, что понимание эффективной тактики продаж и её применение напрямую связано с успехом продаж. Чем выше ваш балл за каждый из этапов, тем лучше вы понимаете, что конкретно требуется для успешных продаж.

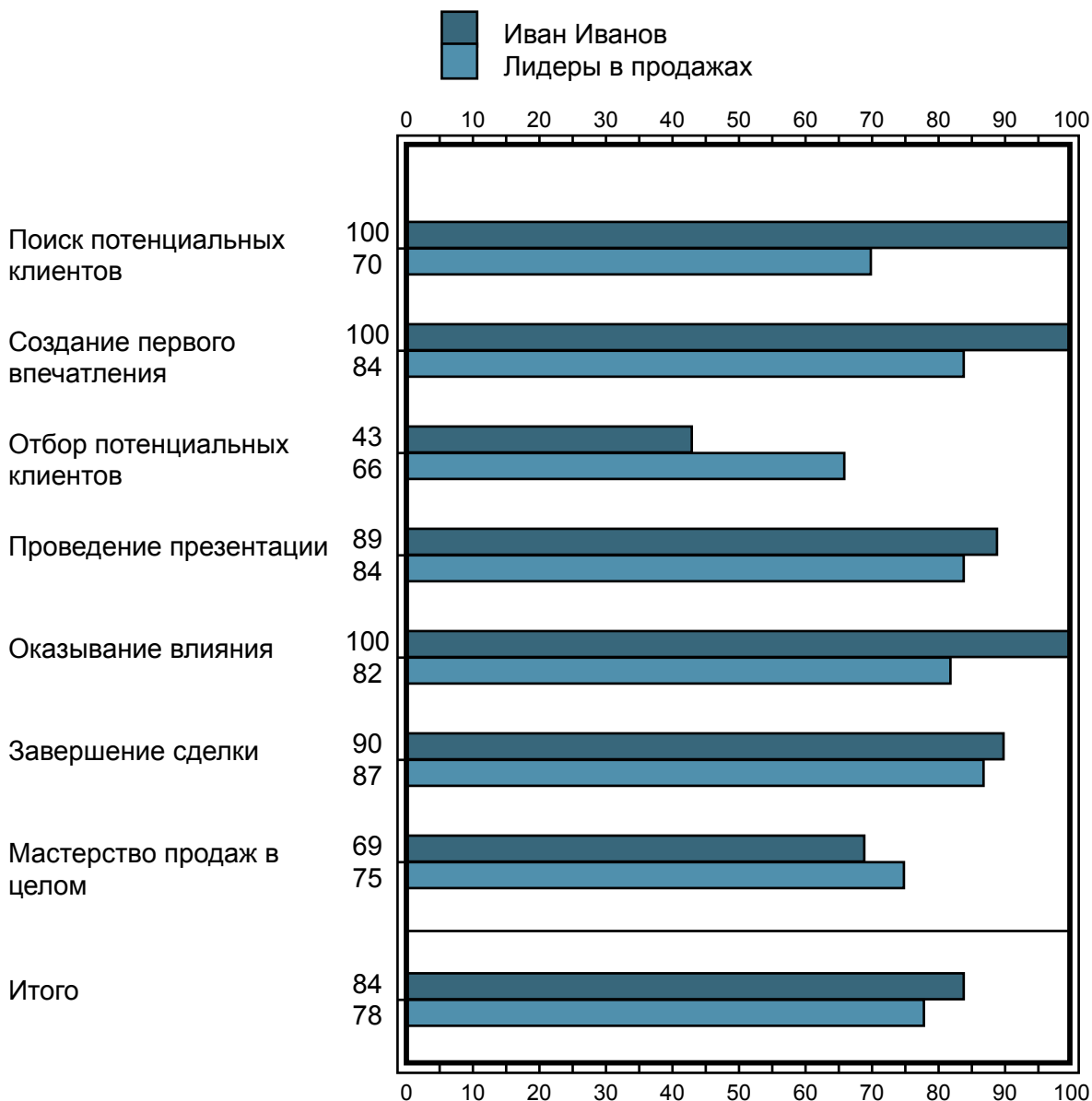


Оценка навыков продавца™



Оценка выбора двух наиболее эффективных тактик

Этот график иллюстрирует ваше общее знание двух наиболее эффективных тактик продаж. Чем выше ваш балл в каждом из этапов, тем лучше вы понимаете общую тактику продаж, необходимую для успеха на конкретном этапе.



Оценка навыков продавца™



Понимание того, чего делать не стоит

Знание, того что НЕ СЛЕДУЕТ делать в определённой ситуации, может быть столь же важно, как и знание, что следует делать. Если понимать, что НЕ СЛЕДУЕТ делать, то не возникнет помех для успешной презентации. ВЫСОКИЙ БАЛЛ указывает, что человек хорошо понимает, каких тактик следует избегать в процессе продажи.

