

**Sam Sample**  
**27 Mar 2013**

**RAPPORTO EXPERT**

**STANDARD**

**SALES PREFERENCE INDICATOR**





## INDICE

Il rapporto interpretativo SPI Standard descrive il profilo di Sam Sample nelle seguenti sezioni:

### 1. Guida introduttiva al SPI

- Introduzione
- Il rapporto interpretativo Esteso
- Campione normativo
- Note per comprendere i grafici e le tabelle

### 2. Stile di vendita

- Indici dello stile di risposta
- Approccio costante - Vendita adattiva
- Relazione emozionale - Obiettività emozionale
- Personalità di vendita: Riservatezza - Socievolezza
- Reti sociali: Separate - Integrate
- Attenzione su di sé - Attenzione sull'organizzazione
- Collaborativo - Competitivo

### 3. Profilo dello Stile di Vendita

- SPI profilo grafico

## AVVERTENZE

Questo rapporto contiene informazioni riservate e confidenziali su Sam Sample. Le informazioni raccolte debbono essere trattate con la massima responsabilità, in modo strettamente riservato e nel rispetto delle vigenti normative sulla privacy. Questo rapporto è stato elaborato considerando le risposte date al questionario SPI conferite volontariamente da Sam Sample.

Il profilo qui delineato deriva da un questionario self-report, pertanto dovrebbe essere collocato nel contesto di altri fattori pertinenti come i dati biografici del soggetto esaminato, i suoi interessi professionali, le sue motivazioni, abilità e competenze.



## GUIDA INTRODUTTIVA AL SPI

### INTRODUZIONE

Il test SPI è l'indicatore di una predisposizione generale alla vendita e non può predire le performance di vendita con certezza assoluta. Il test rileva le caratteristiche di personalità indispensabili per la riuscita professionale del venditore.

Per avere un quadro più completo della personalità, abilità, motivazioni, attitudini, interessi, bisogni formativi della persona esaminata è necessario raccogliere ulteriori informazioni con altri strumenti di misura. Il test SPI **non** è un test di abilità.



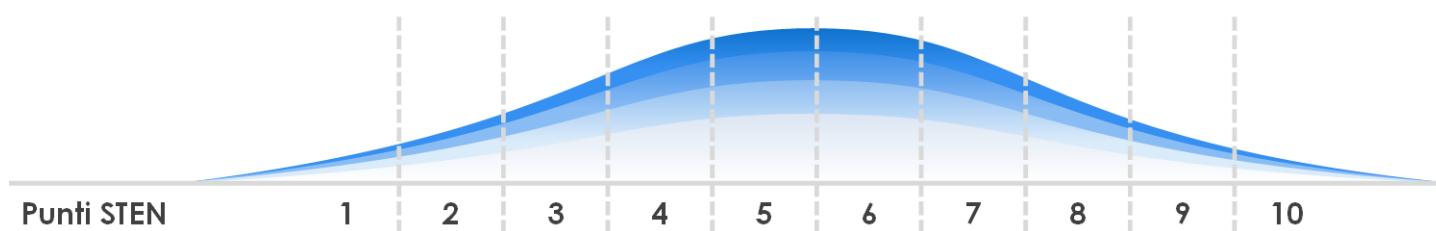
### IL RAPPORTO INTERPRETATIVO STANDARD

Questo rapporto interpretativo oltre a dare spiegazioni sullo stile di vendita dalla persona esaminata, delle indicazioni sul modo in cui gestire e motivare il soggetto rispondente.



## CAMPIONE NORMATIVO

I risultati di Sam Sample sono stati ottenuti dal confronto con un gruppo normativo. I risultati sono espressi in punti STEN standardizzati i cui valori hanno Media=5.5 e DS=2, come illustrato dal grafico sottostante.



Questo rapporto interpretativo è stato generato utilizzando i seguenti dati normativi:

Nome del test	Campione normativo/Gruppo normativo	Ampiezza campione
Sales Preference Indicator (SPI)	Sales and Customer Contact Applicants	642

## NOTE PER COMPRENDERE I GRAFICI E LE TABELLE

Molte informazioni di questa relazione sono presentate sotto forma di grafici e tabelle, quindi è importante capire in modo corretto il significato dei valori, delle sigle e dei termini riportati. Qui sotto si può consultare una breve descrizione degli elementi principali:

Elementi	Descrizione
<b>P.Gr</b>	E' il Punteggio Grezzo associato alla scala ovvero la somma dei valori delle risposte individuali priva di qualsiasi trasformazione statistica.
<b>Punti STEN</b>	E' la trasformazione dei punteggi grezzi in una scala standardizzata con Media di 5.5 punti e Deviazione Standard 2.0. I grafici di questo rapporto interpretativo mostrano i valori da 1 a 10 punti.
<b>Errore Standard di misura (ESm)</b>	E' la stima della gamma dei valori che il punteggio ottenuto può assumere con il 68% di probabilità. L'ESm è raffigurato dalla barra celeste orizzontale sormontata dai punteggi presenti sui grafici.
<b>Percentile (%ile)</b>	Indica la percentuale di persone di un campione il cui punteggio grezzo è uguale o inferiore a quello osservato. Questo indice può assumere valori da 0 a 100.



## STILE DI VENDITA

### Indici dello stile di risposta

#### Desiderabilità sociale

Il test include un indice che rileva la presenza di tentativi di presentarsi in modo socialmente desiderabile. Sam Sample potrebbe avere un po' calcolato la mano, forse allo scopo di mettersi in buona luce agli occhi degli altri.

Può essere vagliata una spiegazione alternativa cioè che Sam Sample è una persona molto coscienziosa. Verificare se alle altre scale del test la persona si è descritta come estremamente assertiva, competitiva o estroversa e capace di adattare il proprio stile di vendita alle situazioni. Occorre verificare se i punteggi alle scale del test riportano molti punteggi estremi.

#### Tendenza centrale

La scala misura la tendenza più o meno marcata a scegliere la risposta centrale tra le alternative di risposta.

Sam Sample ha scelto spesso la via di mezzo come modalità di risposta, forse per non sbilanciarsi o scoprirsi troppo. Probabilmente Sam Sample non ha voluto rivelare troppe cose di sé oppure, in alternativa, ha le idee poco chiare sulla maggior parte delle questioni trattate. Il soggetto può avere realmente atteggiamenti ed opinioni più moderati della maggior parte delle gente. Lo stile di risposta adottato potrebbe avere alterato i punteggi di alcune scale del test, soprattutto quelle i cui punteggi sono nella media.

#### Acquiescenza

La scala riflette la tendenza più o meno marcata dell'esaminato a rispondere 'D'Accordo'.

Sam Sample adotta la modalità di risposta 'D'Accordo' un po' più spesso della media. Questo atteggiamento potrebbe indicare un certo desiderio di approvazione oppure una certa acquiescenza.



**APPROCCIO COSTANTE - VENDITA ADATTIVA**

Scala	P.Gr	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Vendita adattiva	36				4						

**Definizione**

La scala focalizza quanto la persona preferisce adattare il proprio stile di vendita alle esigenze specifiche del cliente ed alle diverse situazioni di vendita in contrapposizione ad uno stile caratterizzato da un approccio più strutturato e costante. Misura la capacità di 'leggere' i bisogni o le esigenze del cliente insieme alla capacità di controllare e adattare il proprio comportamento in modo da trarne il massimo beneficio.

**Risultato**

Il punteggio di Sam Sample indica che preferisce adottare un approccio di vendita più strutturato. Ha bisogno di credere in quello che vende per riuscire a promuovere prodotti o servizi in modo efficace.

**Come gestire e motivare**

Sam Sample è facilitato da situazioni di vendita che favoriscono processi strutturati e coerenti. Per massimizzare il suo successo nelle vendite Sam Sample dovrebbe imparare a leggere i segnali non verbali del cliente e nel suo lavoro dovrebbe essere meno schematico e più flessibile.



## RELAZIONE EMOZIONALE - OBIETTIVITA' EMOZIONALE

Scala	P.Gr	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Obiettività emozionale	32						6				

### Definizione

Questa scala prende in esame il modo in cui un individuo risponde allo stato emotivo del cliente e in che modo le emozioni del cliente influenzano la propria abilità di vendita. Si misura l'abilità del soggetto di procedere nonostante le difficoltà e la sua capacità di trasformare qualsiasi resistenza e negazione in spinta motivazionale per un ulteriore tentativo di vendita. I punteggi collocati sul lato destro del continuum di scala indicano che la persona esaminata tende a rispondere in maniera costruttiva alle critiche e/o alle risposte negative ed a non interpretarle come attacchi personali.

### Risultato

Il punteggio medio su questa scala descrive una persona che potrebbe essere moderatamente sensibile alle reazioni emotive dei clienti. Sam Sample si aspetta di avere successo più che di fallire, ma potrebbe scoraggiarsi e raffreddare il proprio entusiasmo se ricevesse prolungati segni di disinteresse da parte dei potenziali clienti.

### Come gestire e motivare

Sam Sample è motivato dai risultati delle vendite e dalla propria performance. Accetterebbe volentieri e trarrebbe un grande beneficio dalla partecipazione a specifici corsi di formazione sulle tecniche e tattiche avanzate per gestire le resistenze e la riluttanza dei clienti.



**PERSONALITA' DI VENDITA: RISERVATEZZA - SOCIEVOLEZZA**



**Definizione**

La Personalità di vendita riflette il livello generale di socievolezza ed estroversione di un individuo e può essere considerata un tratto di personalità. I punteggi collocati a destra del continuum di scala indicano il piacere di stare insieme alla gente come chiave di successo e strumento per raggiungere più importanti obiettivi di vendita. Sul versante opposto si collocano le persone più riservate, coloro che si debbono sforzare per riuscire a stabilire una relazione con persone che non conoscono, quelli che costruiscono un portafoglio clienti in tempi più lunghi. Il loro punto di forza poggia sul mantenimento di pochi clienti molto stretti soprattutto in funzioni di supporto post vendita.

**Risultato**

Sam Sample ha un punteggio intorno alla media su questa scala quindi dovrebbe essere ragionevolmente capace di instaurare rapporti con gli altri, e non dovrebbe sentirsi minacciato da quei ruoli che richiedono di collegare e creare reti di rapporti all'interno della propria cerchia di conoscenze o all'esterno. Sebbene il soggetto possa esercitare un certo grado di cautela al primo incontro, appena la relazione è stata stabilita può risultare piacevole e cordiale.

**Come gestire e motivare**

Sam Sample è una persona che accetta di essere gestito in modo informale su molte cose, preferisce il faccia a faccia anziché ricevere istruzioni e documentazioni scritte o via e-mail. Non essendo estremamente estroverso preferisce avere il tempo di riflettere sul materiale ricevuto prima di condividere le proprie idee e opinioni con gli altri





## RETI SOCIALI: SEPARATE - INTEGRATE

Scala	P.Gr	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Reti sociali: Separate - Integrate	40						6				

### Definizione

Questa scala è incentrata sulla disponibilità degli individui ad utilizzare i propri contatti personali (amici, parenti, ecc.) e professionali per contribuire ad ampliare il parco clienti e fare progressi nelle vendite. I punteggi sul lato destro del continuum di scala sono ottenuti dalle persone che credono fortemente nella vendita come processo rispettabile ed utile alla propria carriera. Le persone che trovano difficile o sono più riluttanti a fare affari mediante o con i propri contatti personali possono in definitiva fare fatica a ricoprire un ruolo fortemente basato sulla vendita, e possono anche avere una generale riluttanza ad utilizzare il telefono come strumento di vendita.

### Risultato

Sam Sample su questa scala ha un punteggio intorno alla media, quindi è probabile che la costruzione di una rete di contatti interni alla propria cerchia di parenti, amici e conoscenti gli procuri un moderato livello di gradimento. La persona non pensa che la costruzione di reti di vendita interne siano non etiche, immorali, o scarsamente professionali, tuttavia selezionano con cura le situazioni 'giuste' in cui impegnarsi nell'attività di vendita, cioè non intende proporsi ad ogni costo ed in qualsiasi situazione. Inoltre l'uso del telefono come strumento professionale può essere altalenante, anche se il punteggio rientra nella media del gruppo di riferimento.

### Come gestire e motivare

La persona dovrebbe essere seguita, assistita e stimolata ad ampliare la propria rete di contatti, in quanto è possibile che mostri alcune perplessità e dubbi in proposito. Sarebbe utile aiutarlo a stendere un elenco di potenziali clienti (interni ed esterni) che potrebbero rientrare nel proprio target di vendita, oppure un elenco di persone che potrebbero aiutarlo ad ampliare il proprio bacino di utenza (con referenze, ecc.). Occorre infine stabilire per questa persona una dettagliata pianificazione che lo renda più attivo in quest'area.



**ATTENZIONE SU DI SE' - ATTENZIONE SULL'ORGANIZZAZIONE**

Scala	P.Gr	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Attenzione sull'organizzazione	48							7			

**Definizione**

Questa scala si focalizza su quanto sia importante la reputazione dell'azienda per la persona esaminata ivi inclusi valori come il rispetto e la fiducia. I punteggi sul lato destro del continuum di scala indicano che la persona considera importante il processo decisionale e la condivisione delle informazioni per favorire il successo del gruppo. Al contrario sul lato opposto del continuum si collocano le persone più interessate al proprio guadagno personale ed alla propria progressione di carriera.

**Risultato**

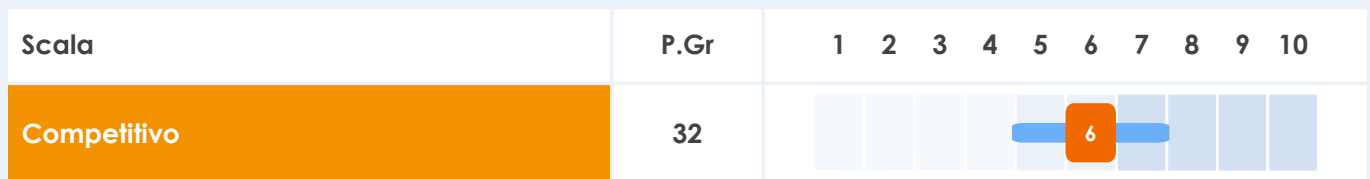
Sam Sample ha un punteggio sul lato destro della scala quindi preferisce lavorare in una organizzazione dalla buona reputazione. E' convinto che il sostegno reciproco tra colleghi avvantaggi tutti quanti, compresa l'organizzazione di cui si fa parte. Tende a condividere le informazioni con i colleghi soprattutto quelle che portano beneficio all'organizzazione, ma si aspetta che anche gli altri dimostrino la medesima disponibilità.

**Come gestire e motivare**

Sam Sample considera importante lavorare in un'organizzazione o un team dalla buona reputazione sul mercato, ed ha bisogno di sentirsi un apprezzato membro del gruppo. Per tenere alta la motivazione dei soggetti con questo profilo, è sufficiente riconoscere i traguardi raggiunti anche attraverso ricompense materiali di alta valenza simbolica (piccoli regali, buoni sconto, facilitazioni varie).



**COLLABORATIVO - COMPETITIVO**



**Definizione**

Questa scala misura quanto un individuo è competitivo e incentrato sui propri obiettivi. Misura anche il grado di rischio che le persone sentono di potersi assumere e la loro assertività nel chiudere una vendita. Inoltre rileva il grado di perseveranza e l'entità degli sforzi profusi per il conseguimento di risultati eccellenti e la quantità di energia apportata al ruolo. I soggetti che hanno ottenuto punteggi sul lato sinistro del continuum di scala tendono a preferire il gioco di squadra, sono meno intraprendenti, più disposti a condividere le informazioni e ad aiutare gli altri.

**Risultato**

Sam Sample ha un livello di competitività lievemente sopra la media, quindi possiede un certo bisogno di eccellere, senza tuttavia essere molto marcato. Il soggetto è pronto ad impegnarsi per il raggiungimento degli obiettivi di vendita stabiliti, tuttavia ha bisogno di staccare e rilassarsi per recuperare le energie spese. Considera la competizione un valore, ma ritiene importante anche fornire aiuto e ricevere supporto dai colleghi o dal gruppo di lavoro.

**Come gestire e motivare**

Sam Sample ama raggiungere traguardi personali e professionali, ma è anche disposto a riconoscere agli altri la sua stessa competenza e preparazione, e non avversa di celebrare i successi dei colleghi.



# PROFILO DELLO STILE DI VENDITA

## SPI PROFILO GRAFICO

Scala	P.Gr	Polarità SX	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Polarità DX
AS	36	<b>Approccio costante</b> Strutturato, focalizzato su programmi prestabiliti, assume il minimo rischio		<b>Vendita adattiva</b> Flessibile, centrato sui bisogni del cliente, ama la varietà, può prendere dei rischi
AS	32	<b>Relazione emozionale</b> Influenzato dalle emozioni degli altri, difficile che perseveri di fronte ad un No		<b>Obiettività' emozionale</b> Non distratto dalle emozioni dei clienti o dalla loro iniziale riluttanza
SP	33	<b>Riservatezza</b> Introverso, lento nella costruzione di nuovi contatti, mantiene i contatti stabiliti		<b>Socievolezza</b> Estroverso, costruisce le relazioni velocemente, ama incontrare la gente
IN	40	<b>Reti separate</b> Separa nettamente lavoro da vita privata, sensazioni incerte su attività di vendita		<b>Reti integrate</b> Disposto a vendere anche a familiari e amicizie, crede nella attività di vendita
OF	48	<b>Attenzione su sé</b> Centrato su interessi e ricompense personali, non condivide le informazioni		<b>Attenzione sull'organizzazione</b> Dà importanza alla reputazione azienda, pensa al gruppo e condivide informazioni
COMP	32	<b>Collaboratività</b> Lavora in collaborazione, aiuta gli altri, prudente, aperto e franco		<b>Competitività</b> Combattivo, orientato al successo, chiude vendite assertivamente