

**SAMPLE SAM**  
**06 Nov 2019**

**DECISION MAKER**

**SALES ROLES**

**SOLUZIONE**  
**POTENZIALE**



## GUIDA ALLA LETTURA DELLA RELAZIONE

### INTRODUZIONE

La funzione di vendita è la linfa vitale della maggior parte delle organizzazioni. Può far crescere esponenzialmente i guadagni e consolidare il successo delle attività intraprese. Inoltre gli studi sul tema hanno più volte dimostrato che la qualità della forza vendita è direttamente correlata al successo di un'organizzazione ed alla sua crescita economica. Fortunatamente la vendita è una attività dinamica che può essere identificata e sviluppata con l'addestramento per migliorarne l'efficacia. Con questo strumento si rileva una ampia gamma di caratteristiche di personalità e di leve motivazionali attraverso le quali si possono mettere in evidenza se siamo in presenza o meno di quei comportamenti ritenuti efficaci nelle funzioni di vendita.

Questo profilo evidenzia i comportamenti più rilevanti correlati alla vendita di SAM . Questo particolare rapporto è stato concepito come uno strumento per facilitare la formazione personale piuttosto che come strumento di valutazione e può essere utilizzato come punto di partenza sia per:

- Approfondire le possibili attività di formazione e definire una strategia di sviluppo condivisa per migliorare le sue competenze in quelle dimensioni rilevanti per il lavoro, oppure
- Considerare le ragioni di eventuali discrepanze tra il comportamento atteso e le sue prestazioni effettive, anche considerando le valutazioni dei colleghi, le valutazioni delle prestazioni, ecc..

### SOMMARIO

Questo rapporto interpretativo "Development" organizza il profilo di SAMPLE nelle seguenti sezioni:

#### Panoramica del processo di vendita

Fornisce una panoramica dei risultati ottenuti da SAMPLE rispetto al processo di vendita. Questa sezione evidenzia anche i potenziali punti di forza e le potenziali aree di rischio delle varie fasi del processo.

#### Pianificazione della formazione

Fornisce informazioni più approfondite sulle prestazioni di SAMPLE su ciascuna delle dimensioni del profilo. La sezione fornisce anche raccomandazioni di sviluppo e un inquadramento per la creazione di un piano formativo.

#### Allineamento alla Cultura di Vendita

Fornisce una breve sintesi dell'adattamento di SAMPLE ai diversi tipi di ruolo o ambienti di lavoro.

### AVVERTENZE

Si sottolinea che le decisioni in materia di assunzione, promozione, orientamento e sviluppo professionale dovrebbero essere prese in concorso con altre informazioni rilevanti e pertinenti e quindi non esclusivamente a partire dalle informazioni di questo rapporto. Gli autori ed i distributori del test declinano qualsiasi responsabilità per le decisioni prese utilizzando in modo improprio questo strumento e questo documento e declinano qualsiasi responsabilità diretta o indiretta per le conseguenze di tali decisioni.



## PANORAMICA CONTESTUALE

Questo profilo deriva da un questionario di personalità. I risultati vanno interpretati contestualizzandoli, cioè considerando altri fattori ugualmente importanti quali l'esperienza, la formazione e le competenze acquisite. Ad esempio, la performance di un soggetto può essere giudicata alla luce di una rassegna critica delle referenze, del curriculum professionale e delle qualifiche conseguite e tramite un'intervista strutturata. Il livello delle competenze professionali più specifiche possono essere rilevate mediante l'uso di simulazioni e campionamenti di lavoro oppure mediante interviste comportamentali. Per valutare le abilità si possono utilizzare le osservazioni comportamentali, i giochi di ruolo e gli esercizi di assessment center. Il profilo, infine, dovrebbe essere interpretato anche alla luce della cultura organizzativa vigente e dei processi di vendita in essa consolidati.

## DIMENSIONI

I comportamenti / dimensioni utilizzate in questo test derivano dal tipico quadro di vendita. Questo particolare modello è stato scelto per dare un inquadramento delle capacità degli soggetti esaminati entro una cornice conosciuta dalla maggior parte dei professionisti delle vendite e dei formatori in questo settore.

### FASI DEL PROCESSO DI VENDITA

#### Instaurare Contatti (Prospecting)

Rileva le abilità nel creare contatti con i probabili clienti. Include le seguenti dimensioni:

- **Ricerca di Opportunità** - L'abilità di cogliere e sfruttare le opportunità e di trarne il massimo vantaggio.
- **Socializzare e Coinvolgere** - Consiste nella capacità di costruire e consolidare reti di relazioni proficue ai fini della propria attività di vendita.
- **Costruire strette relazioni personali** - E' la capacità di costruire e consolidare delle strette relazioni con i clienti.

#### Valutazione del fabbisogno (Qualifying)

Esamina la capacità di analizzare le esigenze ed i bisogni dei clienti. Comprende le seguenti dimensioni:

- **Cercare di Capire i Bisogni** - L'abilità di essere attento ai bisogni dei suoi clienti anche quando se ne intravedono delle tracce.
- **Cercare di generare valore** - La capacità di creare valore collegando i bisogni dei clienti a prodotti e servizi pertinenti.
- **Cogliere le opportunità** - La capacità di suddividere i contatti in categorie organizzate in base ai risultati di vendita concreti e di capire quando escludere quei contatti che probabilmente non sono in grado di produrre risultati.

#### Stile e Presentazione (Pitching)

Analizza la capacità dell'individuo di presentare le idee ed i concetti alla gente. Include le seguenti dimensioni:

- **Presenza sociale** - La capacità di ottenere e mantenere viva l'attenzione degli altri.
- **Persuasione** - La capacità di essere un interlocutore persuasivo e di convincere gli altri della bontà del suo punto di vista.
- **Sapersi adattare e conformare** - La capacità di adattare il proprio stile alla specifica situazione di vendita e alle mutevoli aspettative dei clienti.

#### Negoziazione (Closing)

Esamina la capacità dell'individuo di negoziare con i clienti e chiudere le vendite. Include le seguenti dimensioni:

- **Assertività** - La capacità di far progredire le condizioni di vendita senza essere aggressivi o coercitivi.
- **Gestione delle obiezioni** - La capacità di affrontare le obiezioni dei clienti in modo professionale e costruttivo.
- **Perseveranza e Diligenza** - La capacità di portare avanti una vendita fino a quando tutte le vie sono state esplorate ed esaurite.

#### Follow-up (Supporto)

Esamina la capacità dell'individuo di seguire la vendita anche dopo la chiusura. Include le seguenti dimensioni:

- **Fornire supporto post-vendita** - La capacità di mostrare dedizione alla soddisfazione del cliente e di fornire assistenza post-vendita ai clienti.
- **Orientamento al processo** - Capacità di lavorare con i processi e le procedure di vendita, di completare la documentazione relativa alle vendite e di tracciarne i risultati.
- **Stress management** - La capacità di superare le difficoltà e di affrontare le sfide con fiducia e ottimismo.



Oltre a descrivere la probabilità che la persona esaminata ha di mettere in atto le proprie azioni rispetto al sistema dei processi di vendita, il report fornisce anche alcuni approfondimenti sulle tipologie di ruoli o ambienti in cui è più probabile che si trovi più a suo agio a lavorare.

## CONDIZIONI E CULTURA ORGANIZZATIVA

**Ruoli che presuppongono che i venditori lavorino sotto pressione**

**Ruoli che presuppongono che i venditori esercitino la diplomazia**

**Ruoli che presuppongono che i venditori si rivolgano al pubblico e facciano presentazioni**

**Ruoli che presuppongono che i venditori lavorino tra loro**

**Ruoli che presuppongono che i venditori lavorino in un ambiente competitivo**

**Ruoli che presuppongono orari di lavoro prolungati per i venditori**

**Ruoli che presuppongono che i venditori mantengano standard elevati**

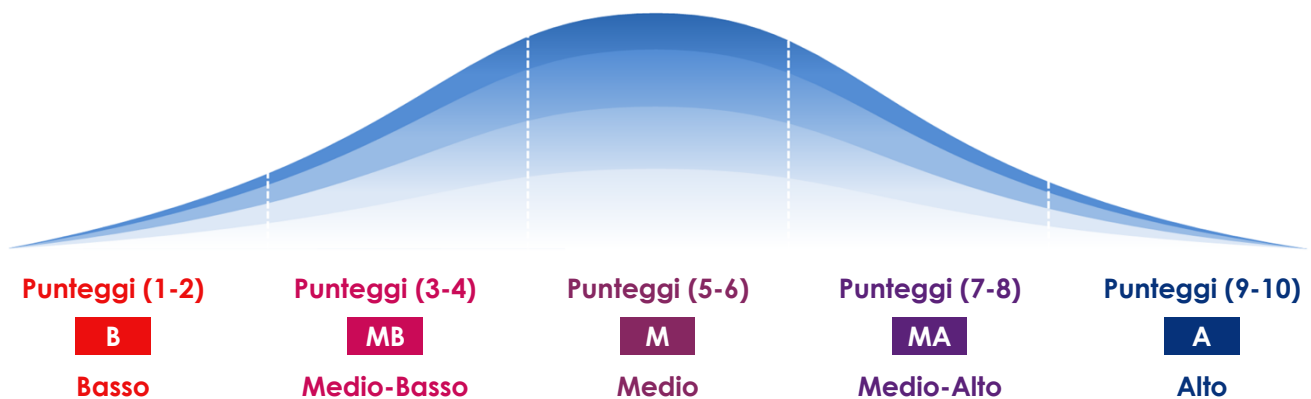
**Ruoli che presuppongono che i venditori lavorino in condizioni di continuo cambiamento**

**Ruoli che prevedono premi e incentivi finanziari per i venditori**

## RISULTATI

Si confrontano i risultati di SAMPLE con un gruppo di riferimento allo scopo di determinare le tipologie e le caratteristiche dei comportamenti vendita, valutandone l'efficacia anche rispetto ad altri soggetti. I risultati sono espressi sotto forma di punteggi standardizzati su una scala da 1 a 10.

Il seguente grafico mostra la collocazione degli individui esaminati su una scala particolare, dove alti punteggi suggeriscono una maggiore tendenza a comportarsi in modo particolare e bassi punteggi indicano una ridotta probabilità di comportarsi in quel determinato modo. Viene fornita una valutazione complessiva che va da "Bassa" tendenza ad una "Alta" tendenza per aiutare il valutatore a evidenziare le aree di principale interesse.



GRUPPO NORMATIVO  
Dimensioni di Personalità: 2168 Working Age Adults

## STILE DI RISPOSTA

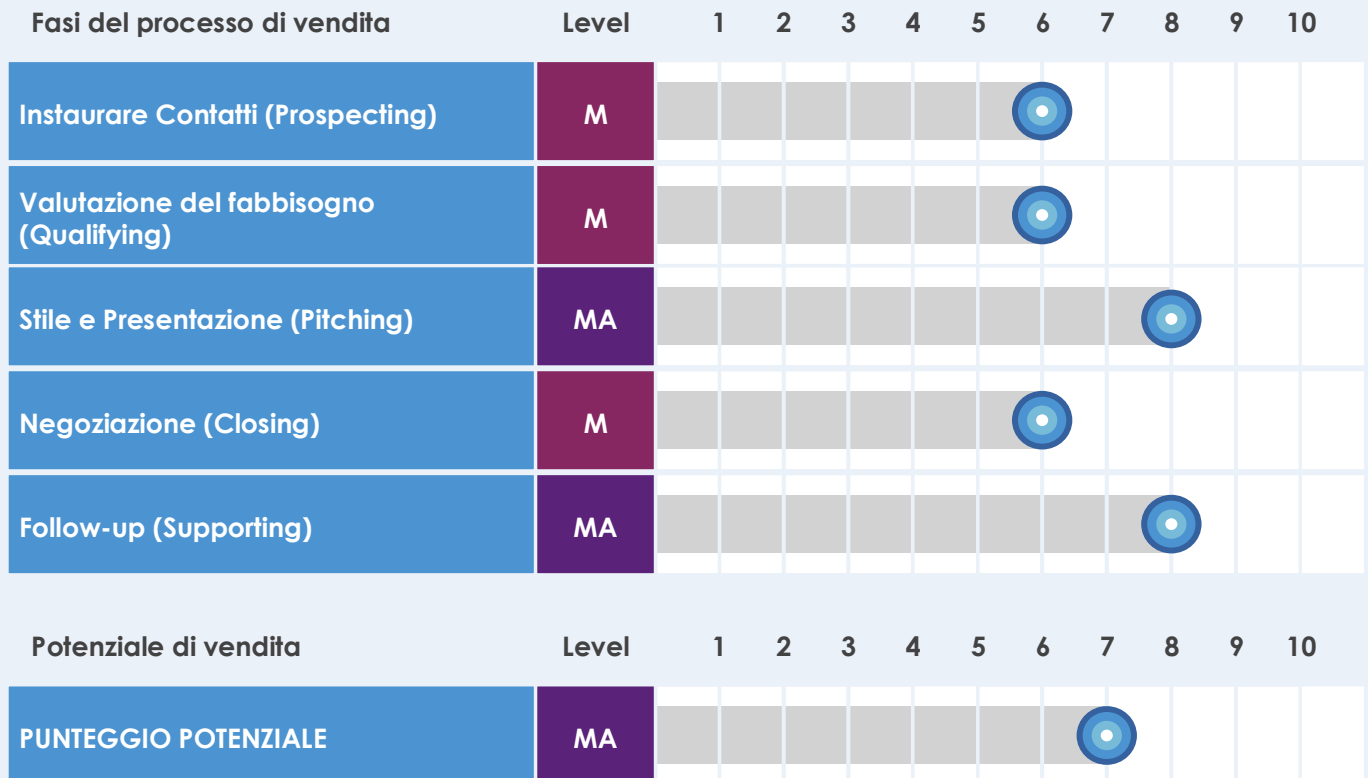
Il profilo che SAMPLE ha ottenuto a questo test indica la presenza di una lieve tendenza a correggere artatamente il proprio comportamento allo scopo di adattarlo alle aspettative sociali. Ma in definitiva, questo è un profilo di personalità che non è da ritenersi distorto dal desiderio di presentarsi in una luce irrealisticamente favorevole.



## PANORAMICA PROCESSI DI VENDITA

Il punteggio complessivo espresso sul potenziale di vendita stima la tendenza di SAMPLE a mostrare comportamenti di vendita efficaci sul posto di lavoro. Esso è il riflesso di una combinazione tra personalità del soggetto e caratteristiche motivazionali legate alla performance commerciale nelle varie fasi del processo di vendita

### GRAFICO DEL PROFILO DEL PROCESSO DI VENDITA





## CARATTERISTICHE DEL PROFILO

Le tabelle che seguono elencano i principali punti di forza e le aree potenzialmente problematiche che possono essere desunte dalle risposte di SAM. Ulteriori dettagli sono disponibili nella Guida all'intervista comportamentale.

### POTENZIALITÀ

- È probabile che sia in grado di costruire stretti rapporti personali con i clienti. Oltre a questo, è possibile che altri riconoscano la sua natura amichevole e siano in grado di sintonizzarsi abbastanza rapidamente.
- SAMPLE è probabile che questo soggetto sia abbastanza attento alle necessità dei propri clienti nel valutarne i bisogni.
- SAMPLE cercherà di creare valore collegando le esigenze dei suoi clienti a prodotti e servizi pertinenti.
- SAMPLE è probabile che disponga di un'oratoria molto persuasiva.
- SAMPLE sembra probabile che sappia adattare il proprio stile di vendita a qualsiasi situazione.
- È più propenso di molti altri a fornire assistenza post-vendita.
- Le risposte fornite al questionario suggeriscono quanto sia importante per SAMPLE credere nei processi e nelle procedure di vendita con cui lavora. Il suo profilo risulta fortemente incline ad assicurarsi che le pratiche siano seguite accuratamente e siano concluse con prontezza. Pertanto ci sono buone ragioni per concludere che seguirà attentamente i progressi compiuti nella vendita.

### PROBLEMATICITÀ

- Nonostante i risultati che SAMPLE ha ottenuto alla prova suggeriscano come molto probabile che colga le opportunità di vendita qualora si presentino, sono risultati che indicano anche che il soggetto potrebbe non essere così motivato quando si tratta di cercare delle opportunità.
- SAMPLE ha la stessa probabilità che ha la gente in media di utilizzare criteri oggettivi nel tentativo di qualificare i suoi contatti. Tuttavia, potrebbe non essere disposto ad indagare il potenziale di conversione in vendita di ogni singolo contatto.



## PIANIFICAZIONE DELLO SVILUPPO

Questa sezione fornisce ai rispondenti l'opportunità di riflettere su se stessi e di valorizzarsi. Lavorate con SAMPLE per definire gli obiettivi formativi sulla base dei risultati del profilo.

### Suggerimenti sul processo formativo:

1. Feedback e reazioni
2. Selezione delle aree di sviluppo
3. Piano di sviluppo

In questa sezione viene fornita una descrizione dettagliata del comportamento più probabile di SAMPLE per ciascuna delle dimensioni del processo di vendita, insieme alle raccomandazioni per il suo sviluppo. Prima di lavorare con il cliente al piano di sviluppo, si consiglia vivamente di riesaminarle.

**M** PIANO DI SVILUPPO: INSTAURARE CONTATTI (PROSPECTING)**MB** A. Ricerca di Opportunità - L'abilità di cogliere e sfruttare le opportunità e di trarne il massimo vantaggio.**Descrizione del Profilo**

- Nonostante i risultati che SAMPLE ha ottenuto alla prova suggeriscano come molto probabile che colga le opportunità di vendita qualora si presentino, sono dei risultati che indicano anche che il soggetto potrebbe non essere così motivato quando si tratta di cercare delle opportunità.

**Consigli per lo Sviluppo**

- Il prospecting può essere una delle attività più difficili del processo di vendita. Ricordate a SAMPLE che questa fase del processo di vendita richiede iniziativa e impegno. Aiutate SAMPLE stabilendo dei traguardi sul numero dei potenziali clienti da contattare ogni giorno e lavorate assieme per definire un piano di azione redigendo una lista dei potenziali clienti interessati.

**M** B. Socializzare e Coinvolgere - Consiste nella capacità di costruire e consolidare reti di relazioni proficue ai fini della propria attività di vendita.**Descrizione del Profilo**

- Avendo ottenuto un profilo con risultati che indicano quanto sia socievole e socialmente audace rispetto alla maggior parte delle persone, SAMPLE è probabile che si avvicini agli altri e intraprenda contatti allo scopo di costruirsi una rete di vendita e di potenziali clienti. Dovrebbe essere un soggetto normalmente capace di gestire il rifiuto, il che potrebbe renderlo sufficientemente adatto a vendere anche a coloro che non hanno manifestato intenzioni di acquisto.

**Consigli per lo Sviluppo**

- Non ci sono raccomandazioni per SAMPLE ricavabili da questa dimensione.

**A** C. Costruire strette relazioni personali - E' la capacità di costruire e consolidare delle strette relazioni con i clienti.**Descrizione del Profilo**

- Dai risultati emerge una buona probabilità di preoccuparsi per gli altri, proiettando al contempo un atteggiamento amichevole e disponibile. SAMPLE sembra quindi possedere un profilo portato a costruire stretti rapporti personali con i clienti. Le persone sapranno probabilmente riconoscere la sua cordialità e vi entreranno in confidenza abbastanza velocemente.

**Consigli per lo Sviluppo**

- Non ci sono raccomandazioni per SAMPLE ricavabili su questa dimensione.



**M** PIANO DI SVILUPPO: VALUTAZIONE DEL FABBISOGNO (QUALIFYING)**MA** **A. Cercare di Capire i Bisogni** - L'abilità di essere attento ai bisogni dei suoi clienti anche quando se ne intravedono soltanto delle tracce.**Descrizione del Profilo**

- Le risposte di SAMPLE al questionario indicano un autentico interesse per gli altri. È perciò probabile che questo soggetto sia abbastanza attento alle necessità dei propri clienti nel valutarne i bisogni.

**Consigli per lo Sviluppo**

- Non ci sono raccomandazioni per SAMPLE ricavabili su questa dimensione.

**MA** **B. Cercare di generare valore** - La capacità di creare valore collegando i bisogni dei clienti con l'offerta di prodotti e servizi pertinenti.**Descrizione del Profilo**

- Avendo un profilo abbastanza concreto quanto interessato nel comprendere i bisogni dei propri clienti, è più probabile rispetto ad altri che SAMPLE cercherà di creare valore collegando le esigenze dei suoi clienti a prodotti e servizi pertinenti.

**Consigli per lo Sviluppo**

- Non ci sono raccomandazioni per SAMPLE ricavabili su questa dimensione.

**MB** **C. Cogliere le opportunità** - La capacità di suddividere i contatti in categorie organizzate in base ai risultati di vendita concreti e di capire quando escludere quei contatti che probabilmente non sono in grado di produrre risultati.**Descrizione del Profilo**

- I risultati di SAMPLE suggeriscono un profilo pratico e con i piedi per terra. È probabile quindi che usi criteri oggettivi nel valutare potenziali clienti. Detto ciò, questo soggetto indica anche un atteggiamento piuttosto accomodante, pertanto è improbabile che possa adottare un approccio astuto o machiavellico con i clienti. Ne consegue che potrebbe non essere troppo portato a indagare il potenziale di vendita di ogni lead o candidato all'acquisto.

**Consigli per lo Sviluppo**

- Allenate SAMPLE a categorizzare i potenziali clienti in base a pratici riscontri di vendita come impatto, urgenza, volontà e capacità di agire. L'allenamento dovrebbe focalizzarsi sul porsi domande mirate tipo "sono pronti e capaci di prendere una decisione?" oppure "questo potenziale cliente vale il mio tempo e l'impegno speso?". Utilizzando questo approccio nel valutare i clienti più promettenti, SAMPLE può focalizzare le sue risorse su quelli dal maggiore potenziale.



## MA PIANO DI SVILUPPO: STILE E PRESENTAZIONE (PITCHING)

### M A. Presenza sociale - La capacità di catturare e mantenere viva l'attenzione degli altri.

#### Descrizione del Profilo

- I risultati del questionario indicano che SAMPLE possa avere una presenza sociale un po' più forte per le altre persone, dove è probabile che sia visto dagli altri come sicuro di se stesso nei contesti sociali e tanto vivace quanto carico di energia. Inoltre, sembra altrettanto probabile che questo soggetto cerchi di ottenere e mantenere l'attenzione altrui.

#### Consigli per lo Sviluppo

- Non ci sono raccomandazioni per SAMPLE ricavabili su questa dimensione.

### A B. Persuasione - La capacità di essere un interlocutore persuasivo e di convincere gli altri della bontà del proprio punto di vista.

#### Descrizione del Profilo

- Il profilo di SAMPLE mostra un notevole entusiasmo nel convincere gli altri del proprio punto di vista. È perciò probabile che disponga di un'oratoria molto persuasiva.

#### Consigli per lo Sviluppo

- Non ci sono raccomandazioni per SAMPLE ricavabili su questa dimensione.

### A C. Sapersi adattare e conformare - La capacità di adattare il proprio stile alla specifica situazione di vendita ed alle mutevoli aspettative dei clienti.

#### Descrizione del Profilo

- I risultati emersi indicano una predisposizione a essere abbastanza flessibili. È inoltre probabile che questo soggetto si riveli piuttosto sensibile alle sfumature dei contesti e motivato a conformarsi alle aspettative sociali. In pratica, quello di SAMPLE sembra essere un profilo dotato di molta diplomazia e tatto ed è perciò probabile che sappia adattare il proprio stile di vendita a qualsiasi situazione. Emerge anche una relativa preoccupazione di presentare se stessi in una luce positiva agli occhi degli altri e una certa scrupolosità nel non dire cose che potrebbero risultare offensive, bizzarre o fuori luogo.

#### Consigli per lo Sviluppo

- Non ci sono raccomandazioni per SAMPLE ricavabili su questa dimensione.

**M** PIANO DI SVILUPPO: NEGOZIAZIONE (CLOSING)**M** **A. Assertività** - La capacità di far progredire le condizioni di vendita senza essere aggressivi o coercitivi.**Descrizione del Profilo**

- Essendo un profilo abbastanza assertivo, SAMPLE sembra essere entusiasta nel condurre delle contrattazioni e concludere degli accordi finalizzati a una vendita. Indipendentemente dal fatto che non sia incline a usare tattiche di vendita aggressive o vigorose nel gestire dei potenziali clienti, questo soggetto non risulta comunque competitivo come molti suoi concorrenti.

**Consigli per lo Sviluppo**

- Non ci sono raccomandazioni per SAMPLE ricavabili su questa dimensione.

**M** **B. Gestione delle obiezioni** - La capacità di affrontare le obiezioni dei clienti in modo professionale e costruttivo.**Descrizione del Profilo**

- I risultati ottenuti dall'assessment indicano con buona probabilità un atteggiamento tanto calmo quanto discreto. Paziente nel gestire le obiezioni del cliente, dotato di abbastanza tatto e diplomazia, un profilo come quello di SAMPLE saprà molto probabilmente affrontare eventuali conflitti in modo relativamente costruttivo.

**Consigli per lo Sviluppo**

- Non ci sono raccomandazioni per SAMPLE ricavabili su questa dimensione.

**M** **C. Perseveranza e Diligenza** - La capacità di portare avanti una vendita fino a quando tutte le vie sono state esplorate ed esaurite.**Descrizione del Profilo**

- Essendo resiliente e sufficientemente orientato al successo, è assai probabile che un profilo come quello di SAMPLE si dia da fare per chiudere la vendita. Tuttavia potrebbe arrendersi di fronte ai casi più difficili, in particolar modo se questi vedono un secco rifiuto da parte del cliente.

**Consigli per lo Sviluppo**

- Non ci sono raccomandazioni per SAMPLE ricavabili su questa dimensione.

**MA** PIANO DI SVILUPPO: FOLLOW-UP (SUPPORTO)**A** **A. Fornire supporto post-vendita** - La capacità di mostrare dedizione alla soddisfazione del cliente e di fornire assistenza post-vendita ai clienti.**Descrizione del Profilo**

- Dai risultati ottenuti risulta molto probabile che SAMPLE sappia fornire alla clientela un adeguato supporto successivo alla vendita, al fine di assicurarsi che sia soddisfatta dei prodotti o dei servizi forniti.

**Consigli per lo Sviluppo**

- Non ci sono raccomandazioni per SAMPLE ricavabili su questa dimensione.

**A** **B. Orientamento al processo** - Capacità di lavorare con i processi e le procedure di vendita, di completare la documentazione relativa alle vendite e di tracciarne i risultati.**Descrizione del Profilo**

- Le risposte fornite al questionario suggeriscono quanto sia importante per SAMPLE credere nei processi e nelle procedure di vendita con cui lavora. Il suo profilo risulta fortemente incline ad assicurarsi che le pratiche siano seguite accuratamente e siano concluse con prontezza. Pertanto ci sono buone ragioni per concludere che seguirà attentamente i progressi compiuti nella vendita.

**Consigli per lo Sviluppo**

- Non ci sono raccomandazioni per SAMPLE ricavabili su questa dimensione.

**M** **C. Stress management** - La capacità di superare le difficoltà e di affrontare le sfide con fiducia e ottimismo.**Descrizione del Profilo**

- Questo profilo mostra di essere tanto rilassato quanto compassato. È improbabile che diventi troppo irritabile davanti a obiettivi difficili o qualora le cose non andassero come auspicato. Si possiede la sufficiente convinzione nel riuscire a superare le difficoltà grazie alle proprie capacità. È assai probabile quindi che FIRSTNAME% sappia affrontare le sfide con fiducia e ottimismo.

**Consigli per lo Sviluppo**

- Non ci sono raccomandazioni per SAMPLE ricavabili su questa dimensione.



## 1. FEEDBACK E REAZIONI

La valutazione della reazione di SAMPLE a questo resoconto è essenziale per l'interpretazione dei risultati ed è utile per definire un piano di sviluppo. Una copia del rapporto di "Feedback" può essere condivisa con SAMPLE prima di discutere i risultati. Per verificare la reazione complessiva al feedback, è possibile utilizzare le seguenti domande.

**Cosa** hai scoperto su di te dai risultati?

**Come** è andato il confronto tra la percezione che hai del tuo stile di vendita con quello emerso dal profilo?

**Quali** sono le considerazioni di questo resoconto con cui sei maggiormente d'accordo?

**Quali** sono le aree prese in considerazione in questo rapporto con cui invece sei più in disaccordo?



## 2. SELEZIONARE LE AREE DA SVILUPPARE

Dopo aver esaminato i risultati della relazione discutere con SAMPLE su quali aree vorrebbe concentrarsi per lo sviluppo. Utilizzare questa pagina come base per tutti i piani di sviluppo concordati.

Questo piano di sviluppo è per:

Il piano di sviluppo è supervisionato da:

<b>Nome</b>	SAMPLE SAM	
<b>Posizione Org.va</b>		
<b>Firma</b>		
<b>Data</b>		

La tabella sottostante elenca sinteticamente le dimensioni utilizzate per inquadrare il processo di vendita. Le aree che sono state considerate "Priorità" presentano un segno di spunta nel relativo box. La seconda colonna presenta i box che gli utenti possono spuntare per segnalare ai supervisori le aree di competenza che ritengono di avere bisogno di sviluppare (Autovalutazione).

Fasi del Processo di Vendita	Dimensioni	Priorità	Autoval.
Prospecting – Instaurare contatti	Ricerca di Opportunità	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Socializzare e Coinvolgere gli altri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Costruire strette relazioni personali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Qualifying – Valutazione del fabbisogno	Cercare di Capire i Bisogni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Cercare di generare valore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Cogliere le opportunità	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pitching – Stile e Presentazione	Presenza sociale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Persuasione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Sapersi adattare e conformare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Closing - Negoziazione	Assertività	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Gestione delle obiezioni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Perseveranza e Diligenza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporto – Follow Up	Fornire supporto post-vendita	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Orientamento al processo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Stress management	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Le dimensioni che sono state selezionate come "Priorità" nel piano di sviluppo e che sono state anche segnate anche come competenza di sviluppare nella colonna "Autoval. (Autovalutazione)" dovrebbero essere considerate elemento principale del piano di sviluppo di SAM.



### 3. PIANO DI SVILUPPO

Si prega di considerare i seguenti punti al fine di trarre il massimo beneficio dal piano di sviluppo:

- Concentrarsi sulle dimensioni individuate alla pagina precedente.
- Per aiutare a determinare quali attività di crescita perseguire è consigliabile utilizzare il piano dei suggerimenti e raccomandazioni di questa sezione.
- Fissare obiettivi semplici e misurabili.
- Definire le modalità di misurazione e valutazione dei progressi fatti.
- Utilizzare il modulo qui presente per mettere per iscritto i piani stabiliti.
- Monitorare i progressi di SAMPLE con incontri programmati regolarmente.

**Quali** aree vorresti sviluppare?

**Perché** sarebbe importante o necessario sviluppare queste aree?

**Come** potresti agire per sviluppare queste aree?

**Chi** potrebbe fornirti supporto per raggiungere gli obiettivi di crescita stabiliti?

**Quanto** pensi di essere in grado di raggiungere gli obiettivi di crescita stabiliti o desiderati?



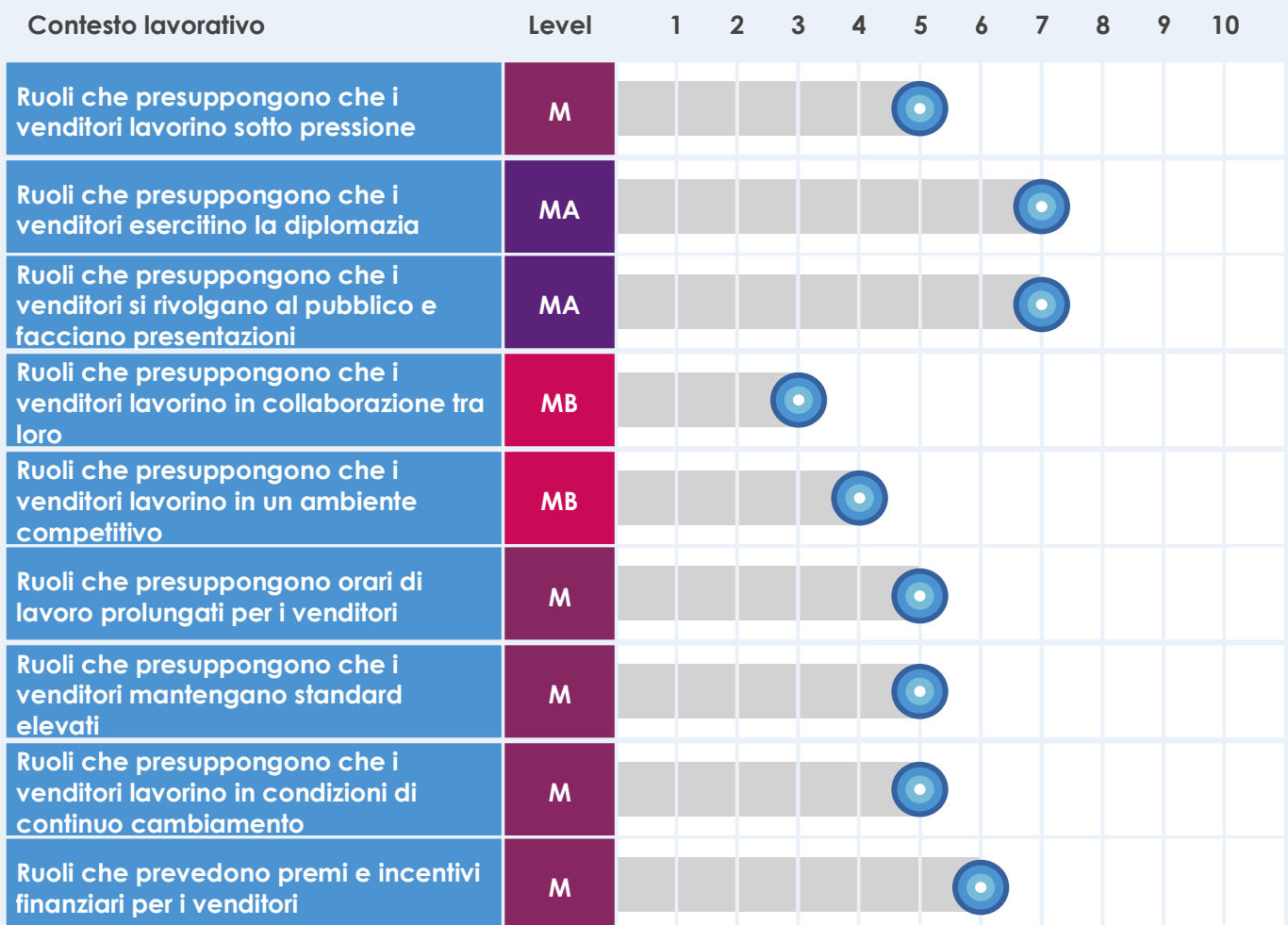


## ADATTAMENTO CULTURA ORGANIZZATIVA

I punteggi di adattamento alla cultura organizzativa esprimono in quali condizioni lavorative SAMPLE preferisce lavorare. Naturalmente non tutte le tipologie qui indicate sono adeguate a definire tutte le organizzazioni, motivo per cui si raccomanda di stabilire in anticipo quali sono le condizioni più vicine alla cultura organizzativa vigente prima di esplorare le preferenze specifiche di SAM.

I risultati del profilo di adattamento culturale possono aiutare a individuare i motivatori e gli ambienti che stimolano SAMPLE e che, a loro volta, possono aiutarlo a dare migliori prestazioni.

### PROFILO GRAFICO CULTURA DI VENDITA





## DESCRIZIONE DEL PROFILO DELLA CULTURA DI VENDITA

### M Ruoli che presuppongono che i venditori lavorino sotto pressione

I risultati di SAMPLE suggeriscono che un profilo come il suo possa adattarsi in ambienti stressogeni con una probabilità nella media. Parliamo di ambienti in cui tempi di scadenza stretti devono essere rispettati e obiettivi sfidanti sono posti con regolarità. Ci si può aspettare che SAMPLE provi soddisfazione nel lavorare in setting che presentano molte sfide da superare e problemi da risolvere ed è probabile che affronti queste sfide con il miglior ottimismo.

### MA Ruoli che presuppongono che i venditori esercitino la diplomazia

È probabile che sia più idoneo di altri negli ambienti che richiedono un buon livello di tatto e diplomazia.

### MA Ruoli che presuppongono che i venditori si rivolgano al pubblico e facciano presentazioni

Ci si può aspettare che trovi maggiore conforto, rispetto alla maggior parte delle persone, in ruoli che richiedono capacità di public speaking e presentazioni a grandi gruppi di persone.

### MB Ruoli che presuppongono che i venditori lavorino collaborando tra loro

Nonostante si fidi molto degli altri, questo soggetto suggerisce di essere meno interessato della media nel lavorare con altre persone a causa di un atteggiamento piuttosto indipendente.

### MB Ruoli che presuppongono che i venditori lavorino in un ambiente competitivo

È probabile che questo soggetto sia meno soddisfatto di altri nel lavorare in ambienti altamente competitivi.

### M Ruoli che presuppongono orari di lavoro prolungati per i venditori

I risultati ottenuti dall'assessment suggeriscono un'etica lavorativa nella media. Credere nel proprio lavoro sembra per SAMPLE sufficientemente importante da dedicarsi con il dovuto impegno. È probabile quindi che un profilo come il suo possa comunque adattarsi in ambienti di lavoro caratterizzati da una cultura dell'orario prolungato, quanto ci si possa perlomeno aspettare nella norma dei casi. Preferirà setting caratterizzati da una discreta quantità di lavoro da svolgere tenendosi ragionevolmente occupati.

### M Ruoli che presuppongono che i venditori mantengano standard elevati

I risultati ottenuti dall'assessment di SAMPLE suggeriscono un orientamento al successo nella media e una motivazione a produrre lavori con standard abbastanza alti. È probabile che un profilo come il suo ottenga un senso di soddisfazione dal sapere che gli altri hanno un'alta considerazione della sua figura professionale. Darà il meglio di sé, seppur con medi risultati, in setting dove ci si aspettano standard di qualità abbastanza elevati.

### M Ruoli che presuppongono che i venditori lavorino in condizioni di continuo cambiamento

Essendo mediamente non convenzionale ed avendo livelli di energia e di motivazione nella norma, è probabile che SAMPLE accetti la varietà e i cambiamenti sul lavoro.

### M Ruoli che prevedono premi e incentivi finanziari per i venditori

Ci si può aspettare che sia a suo agio come la media dei soggetti del suo stesso livello in una cultura in cui la motivazione primaria per il personale sono le gratificazioni finanziarie.

