

Moje talenty w sprzedaży

czyli jak udoskonalić komunikację z klientami

DISC[®]
EXTENDED

Jan Przykładny

Organizacja:

ExtendedDISC

Data:

06.11.2012



DISC[®]
EXTENDED

Wprowadzenie

Niniejszy raport został zaprojektowany po to by pomóc Ci poznać i lepiej zrozumieć Twój naturalny styl zachowania jako SPRZEDAWCY.

Raport zawiera opis Twoich naturalnych predyspozycji i talentów, na których możesz bazować rozwijając swój potencjał oraz zdobywając nowe umiejętności. Mamy nadzieję, iż informacje zawarte w tym raporcie pomogą Ci stworzyć optymalny plan rozwoju Twoich umiejętności sprzedażowych.

Raport opisuje naturalny styl zachowania danej osoby, czyli zachowania, które kosztują najmniej energii i wysiłku, wymagają najmniejszej koncentracji i zwykle są dla tej osoby najprzyjemniejsze. Jest to sposób, w jaki zazwyczaj reagujemy, gdy nie ma czasu na racjonalną, dogłębną analizę sytuacji. Nasz naturalny styl zachowania jest szczególnie widoczny w sytuacjach znacznej presji, gdy nasza zdolność do dopasowania zachowania została ograniczona.

Prezentowane treści są wypadkową odpowiedzi na pytania zawarte w kwestionariuszu analizy behawioralnej Extended DISC®. Wyniki analizy Extended DISC® nie powinny być jedynym kryterium przy podejmowaniu decyzji oceniających respondenta. Przeciwnie, należy je traktować jako uzupełniające źródło informacji do użytku respondenta i jego przełożonego.

Analiza Extended DISC® nie opisuje pełnej osobowości człowieka i nie powinna być stosowana w tym celu. Raport nie opisuje inteligencji, umiejętności zawodowych, zdobytej wiedzy lub doświadczenia.

Rekomendujemy aby, informacje zawarte w raporcie były wsparte przez udział w warsztacie lub indywidualną rozmowę z Certyfikowanym Konsultantem Extended DISC®

Życzymy przyjemnej lektury!

Przed przeczytaniem tego raportu proszę poświęć chwilę czasu na to, by zanotować swoje odpowiedzi na poniższe pytania:

Jakie zachowania wobec klientów uważasz za najważniejsze w Twojej pracy?

Które elementy procesu sprzedaży przychodzą Ci najłatwiej?

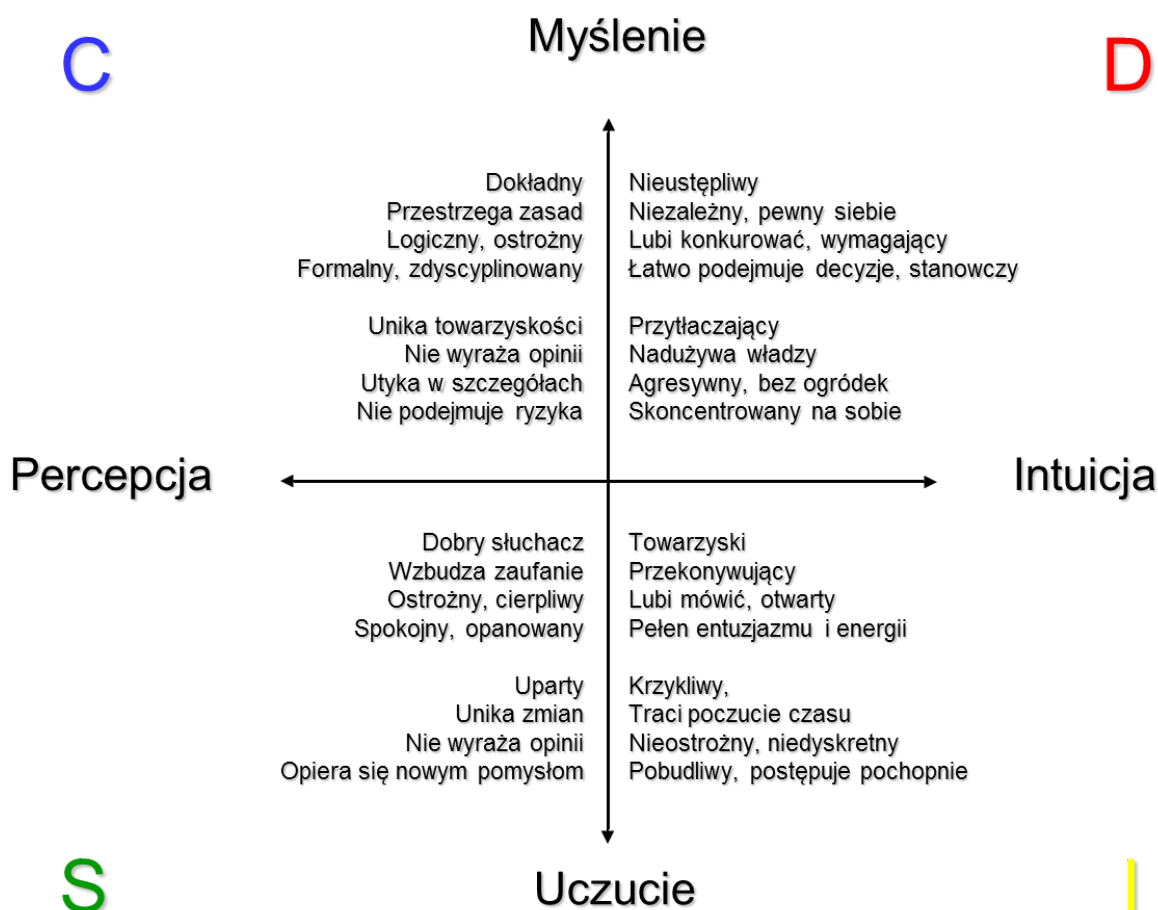
Które elementy procesu sprzedaży są dla Ciebie najtrudniejsze?

Model Extended DISC®

Kwestionariusz analizy behawioralnej Extended DISC® jest stosowany z powodzeniem od 20 lat w ponad 40 krajach na świecie. W każdym kraju gdzie jest stosowany przeprowadzane są szczegółowe badania statystyczne, aby upewnić się, że otrzymujemy miarodajne, wiarygodne wyniki. W Polsce narzędzie to stosowane jest od ponad 10 lat i skorzystało z niego już ponad 1 200 organizacji.

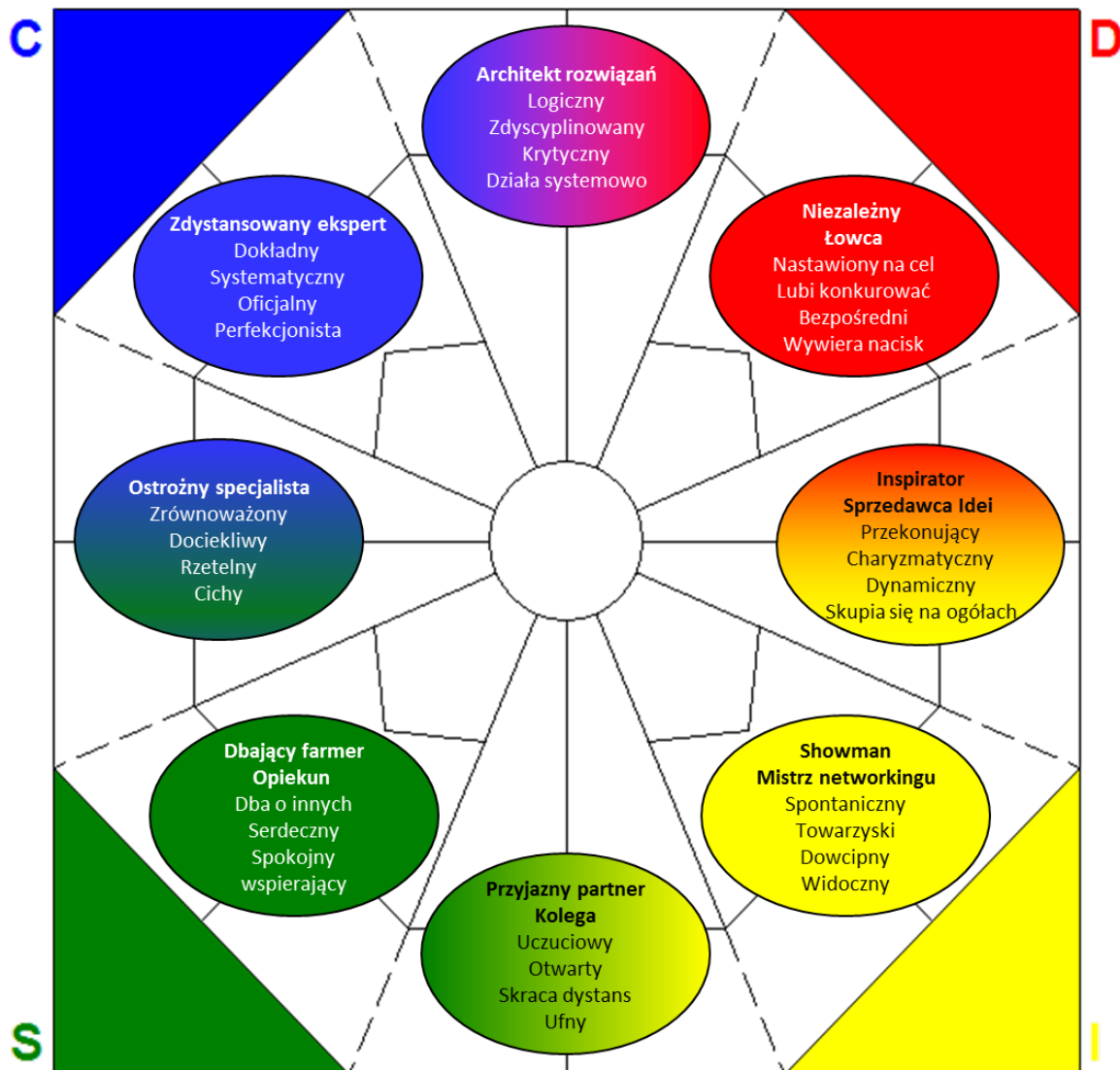
Model Extended DISC® opiera się na pracach Carla Gustava Junga oraz Williama Moultona Marstona. Podstawą tych teorii jest podział zachowań ludzi na cztery główne style określane jako: D I S C. Istotą modelu Extended DISC® jest precyzyjny pomiar natężenia poszczególnych stylów zachowań w potencjale respondenta.

Zapoznaj się przedstawionymi poniżej zachowaniami charakterystycznymi dla poszczególnych stylów zachowań.



Diament Extended DISC®

Poniżej przedstawiono przykłady zachowań w sprzedaży charakterystyczne dla poszczególnych obszarów Diamentu Extended DISC



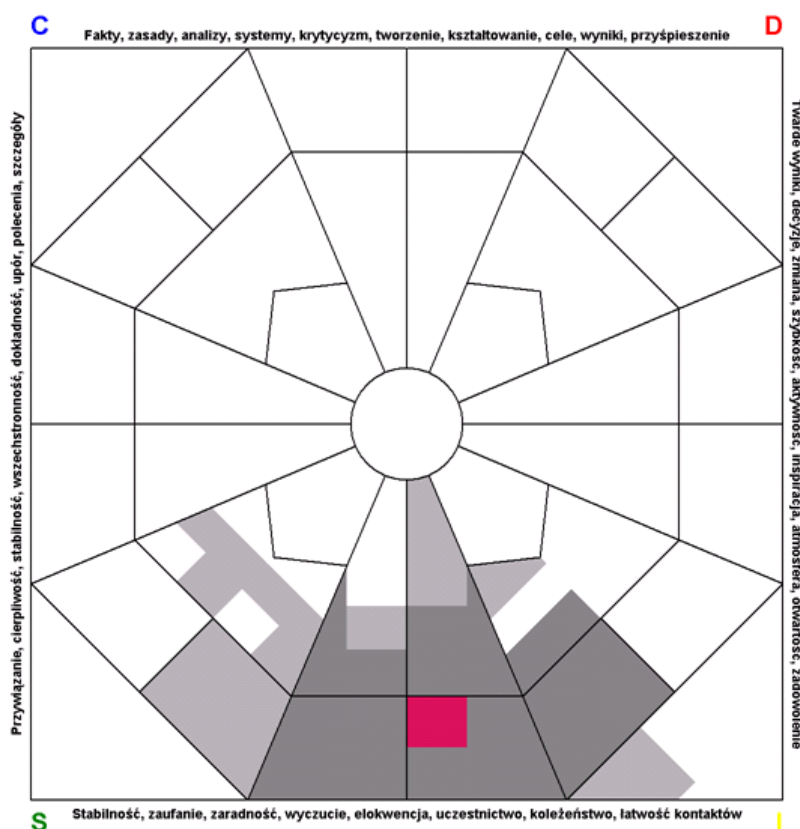
Zastanów się chwilę i zapisz, które z przedstawionych grup cech opisują Ciebie najtrafniej?

Diamant Extended DISC® - Twoje strefy elastyczności

Poniższy Diamant pokazuje, które zachowania są dla Ciebie najbardziej komfortowe, a które wymagają zwiększonej energii i dodatkowej koncentracji.

Zaciemnione obszary oznaczają najbardziej naturalne dla Ciebie zachowania. Będą one szczególnie widoczne w sytuacjach zwiększonego stresu.

Białe pola wskazują w jakich obszarach jest wymagany świadomy wysiłek, zwiększona koncentracja i energia. Im dalej od najciemniejszego pola musisz się odsunąć, tym więcej energii będzie to od Ciebie wymagało.



Porównaj opisy na diamencie z poprzedniej strony z Twoim wynikiem powyżej.

Jaki wpływ może mieć ten wynik na Twoją komunikację z klientami, a w rezultacie na wyniki sprzedażowe?

Z poniższego opisu dowiesz się jakie są Twoje mocne strony.

Zapoznaj się nimi uważnie i zastanów jak możesz je wykorzystać w swojej pracy.

Atrybuty

Przystępny, towarzyski, otwarty, spokojny, konsekwentny, dobry słuchacz, przyjemny, skoncentrowany, uparty, obowiązkowy, niewymagający, umie się dostosować.

Mocne strony

- Zachęca ludzi do uczestnictwa
- Poszukuje sposobów poprawy satysfakcji z pracy
- Utrzymuje dobrą atmosferę
- Dbą o wszelkie relacje międzyludzkie
- Chce pomagać innym
- Jest godnym zaufania członkiem zespołu
- Buduje zaufanie
- Jest otwarty, ale zadaje pytania
- Słucha, potrafi postawić się na czyimś miejscu
- Nie chce wszystkiego kontrolować
- Dbą o przyjaciół
- Myśli o innych

Czy któreś z nich wydają Ci się szczególnie pomocne w sprzedaży?

Zastanów się jak możesz je rozwijać, tak aby stały się Twoim jeszcze większym atutem.

Motywatory

Ta część opisuje elementy, które mogą Cię motywować. Im więcej tego typu elementów w Twoim otoczeniu, tym większy będzie poziom Twojej motywacji.

Respondent pragnie spędzać czas z miłymi ludźmi. Czerpie satysfakcję z przyjemnego otoczenia i pracy zespołowej, gdzie każdy może ufać drugiemu, i gdzie nikt nie charakteryzuje się przesadną powagą. Chce być szanowany, gotowy jest do wszystkiego, aby tylko być akceptowanym w zespole.

- Dobre relacje z ludźmi
- Możliwość niesienia pomocy, bycia użytecznym
- Pozytywne dyskusje
- Otwarta i bezpieczna atmosfera
- Dużo zachęty
- Brak kłótni w pracy
- Zespół, w którym wszyscy sobie pomagają
- Szczęśliwi ludzie
- Wspólna praca
- Bycie docenianym jako osoba
- Rozsądny, zaplanowany rozwój
- Praca dla wspólnego dobra

Wnioski

Wymień 2 najważniejsze elementy i co możesz zrobić żeby zwiększyć ich znaczenie w twojej pracy.

Sytuacje, których starasz się unikać (zmniejszające motywację)

Umieszczone są tutaj sytuacje, których zazwyczaj nie lubisz i możesz negatywnie na nie reagować.

- Utraty dobrej przyjaźni
- Kłótni i konfliktów
- Trudnych i zbyt szybkich decyzji
- Pracy w opozycji do ludzi
- Ludzi bez serca
- Brania odpowiedzialności wyłącznie na siebie
- Ludzi niewzruszonych
- Śmiałego, zuchwałego myślenia
- Zdradzania innych
- Utraty zaufania u przyjaciół
- Niedookreślenia
- Niepewności co do przyszłości

Wnioski

Wybierz 2 elementy z listy powyżej, które uważasz za szczególnie istotne.

Zastanów się co możesz zrobić by zmniejszyć ich wpływ?

Wybrane zachowania mogące wpływać na efektywność sprzedaży

Poniższe wyniki są pokazywane w skali od -5 do 5, od zachowania „nienaturalnego” do „naturalnego”.

Zachowanie nienaturalne - wymaga więcej energii – bardziej po lewej stronie wykresu

Zachowanie naturalne - wymaga mniej energii – bardziej po prawej stronie wykresu

To nie jest skala typu „możesz – nie możesz”. Innymi słowy, w przypadku gdy jeden z wymiarów jest po lewej stronie skali to nie znaczy, że nie możesz sobie dobrze radzić z tym obszarem. W rzeczywistości możesz świetnie rozwinąć tę umiejętność. Wyniki pokazują natomiast, że będzie to od ciebie wymagało sporo świadomego wysiłku, koncentracji i energii.

- 5 = *Nienaturalne*

5 = *Naturalne*

Nawiązywanie i podtrzymywanie pozytywnych relacji:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Obsługa i działania po-sprzedażowe u pozyskanych klientów:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Zarządzanie relacjami z obecnymi klientami poprzez osobisty kontakt:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Systematyczne dbanie o relacje z obecnymi klientami:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Aktywne słuchanie potrzeb klienta:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Koncentrowanie się na budowaniu trwałych, długoterminowych relacji:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Dopasowywanie istniejącego produktu do potrzeb klienta:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Wychodzenie naprzeciw potrzebom klienta wykorzystując aktualną ofertę produktów :	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Otwartość na przyjmowanie wskazówek coachingowych od innych:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Intensywne i powtarzające się kontakty z klientami:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5

Wnioski

Zanotuj swoje spostrzeżenia.

Wybrane zachowania mogące wpływać na efektywność sprzedaży

Poniższe wyniki są pokazywane w skali od -5 do 5, od zachowania „nienaturalnego” do „naturalnego”.

Zachowanie nienaturalne - wymaga więcej energii – bardziej po lewej stronie wykresu

Zachowanie naturalne - wymaga mniej energii – bardziej po prawej stronie wykresu

To nie jest skala typu „możesz – nie możesz”. Innymi słowy, w przypadku gdy jeden z wymiarów jest po lewej stronie skali to nie znaczy, że nie możesz sobie dobrze radzić z tym obszarem. W rzeczywistości możesz świetnie rozwinąć tę umiejętność. Wyniki pokazują natomiast, że będzie to od Ciebie wymagało sporo świadomego wysiłku, koncentracji i energii.

- 5 = Nienaturalne

5 = Naturalne

Dbałość o unikanie zbędnych dygresji podczas spotkania sprzedażowego:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Gotowość do zadawania trudnych pytań potencjalnym klientom:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Sprzedaż złożonych rozwiązań, wymagających dostosowania produktu:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Zachowanie spokoju i pewności siebie w sytuacji oporu klienta:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Sprzedaż złożonych rozwiązań wymagająca eksperckiej wiedzy o produkcie:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Koncentrowanie się na celu, a nie na zdobywaniu sympatii klienta:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Dążenie do zamknięcia sprzedaży:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Odważne podejmowanie działań, nawet w obliczu konfliktu z klientem:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Zadawanie bezpośrednich pytań na etapie kwalifikacji klienta:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Prospecting - samodzielne szukanie nowych kontaktów:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5

Wnioski

Zanotuj swoje spostrzeżenia.

Twój styl komunikowania się

Poniżej znajduje się opis Twojego stylu komunikacji.

Osoba taka lubi przebywać w otoczeniu innych. Konwersacje sprawiają mu przyjemność, chociaż wcale nie dąży do dominacji. Zazwyczaj przyczynia się do tego, że atmosfera staje się odprężona i przyjazna, tak że inni czują się swobodnie. Może mieć problemy zajmując się sprawami o negatywnym charakterze.

- 5 = *Nienaturalne*

5 = *Naturalne*

Komunikowanie pozytywnie, z wyrozumiałością i empatią:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Zachęcanie, uczestniczenie, angażowanie:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Gotowość do częstego omawiania tych samych tematów:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Komunikowanie taktowne i ostrożne:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Komunikowanie ekspresyjnie i inspirująco:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Aktywne dzielenie się dobrymi wiadomościami:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Skupianie się na wybranym temacie:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Aktywne dzielenie się rzeczowymi informacjami:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Komunikowanie szczegółowo i logicznie:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Mówienie wprost z nastawieniem na cel:	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5

Co jest dla Ciebie najważniejsze, gdy komunikujesz się z Twoimi potencjalnymi klientami?

Strona dodatkowa - dla certyfikowanego konsultanta

Profile Extended DISC®

Kompleksowa interpretacja poniższych wyników wymaga wsparcia ze strony Certyfikowanego Konsultanta Extended DISC®.

Poniższe wykresy zawierają informację o natężeniu stylów DISC i ich wzajemnych zależnościach w potencjale respondenta.

Profil II – Zachowania naturalne - pokazuje najbardziej komfortowe dla respondenta zachowania

Profil I – Zachowania adaptowane – pokazuje poczucie jak respondent chce lub musi dostosowywać na co dzień swoje zachowania do otoczenia, w którym funkcjonuje.

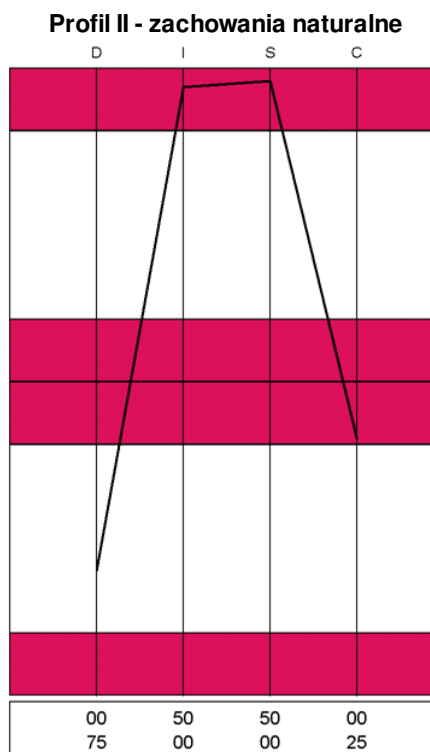
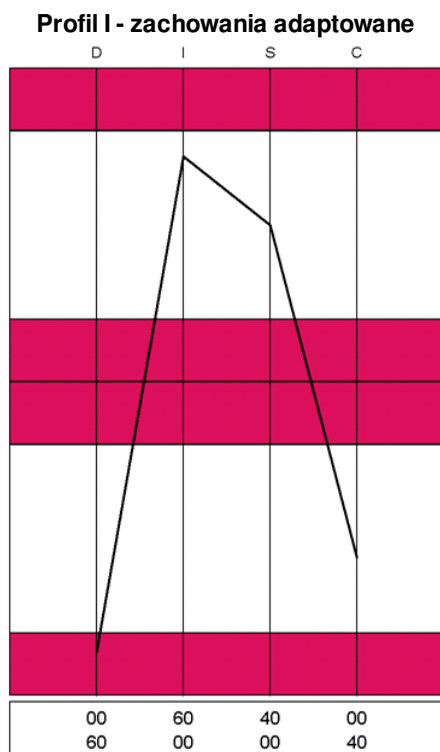


Tabela pod wykresami - wiersz górny - pokazuje natężenie i wzajemną relację w % komfortowych dla respondenta zachowań

Tabela pod wykresami - wiersz dolny - pokazuje natężenie i wzajemną relację w % niekomfortowych dla respondenta zachowań