

REINVENTARTE

El arte de reinventar, desde 2005

ASSESSMENT COMERCIAL

Autoevaluación
Realización
Tiempo empleado

Sr gildas test
4 de agosto de 2022
4 minutos



Acercas de este informe

El objetivo del presente informe PERF COMERCIAL consiste en acompañarle en la evaluación de competencias comportamentales específicas y necesarias para ejercer las profesiones comerciales. Su propósito es proporcionar informaciones clave y objetivas sobre la comodidad operativa del evaluado durante las diferentes etapas de la relación comercial. Además, constituye una excelente herramienta de apoyo a la conversación durante la entrevista de feedback sobre los puntos de apoyo y los puntos de vigilancia del evaluado.

PERF COMERCIAL ha sido elaborado por nuestros investigadores del laboratorio de Investigación y Desarrollo a partir del cuestionario científicamente validado Perf ECHO. Se han identificado y definido 39 indicadores de competencias comportamentales a partir de un estudio llevado a cabo sobre una muestra de más de 4500 profesionales comerciales actualmente en ejercicio y procedentes de todos los sectores. Estos indicadores están divididos en 5 partes, que estructuran el informe de la siguiente manera:

- 1 Una descripción comportamental sintética del candidato en los siguientes aspectos:**
 - su manera general de comportarse,
 - su relación con los demás,
 - su relación en el trabajo,
 - los puntos sobre los cuales el candidato puede apoyarse y aquellos a los que debe prestar atención.
- 2 una descripción del estilo comercial (Cazador y Granjero) del candidato en los siguientes aspectos:**
 - su comodidad en las competencias de cazador y granjero,
 - sus impulsores de éxitos
 - su comodidad en relación con el colectivo comercial de referencia,
 - su ejes de desarrollo.
- 3 Una descripción del nivel de confort comportamental del candidato durante las tres etapas clave de toda relación comercial:**
 - la investigación,
 - la presentación,
 - el cierre.
- 4 Una descripción orientada al consulting en los siguientes aspectos:**
 - el ambiente predilecto del candidato,
 - las alertas comportamentales ligadas a su actividad profesional,
 - de sus capacidades de adaptación.
- 5 Vías de investigación propuestas para profundizar en los puntos de vigilancia potenciales**

PERF COMERCIAL no constituye de ningún modo una herramienta de diagnóstico de las capacidades psicocognitivas de un candidato. Ofrece, en cambio, una descripción objetiva de las competencias comportamentales operativas de los profesionales comerciales. Los resultados pretenden facilitar información que oriente de forma eficaz los principales ejes de investigación que se han de analizar durante la entrevista de feedback.

La entrevista de feedback pretende profundizar con el candidato en sus tendencias de comportamiento y en su grado de habilidad basándose en datos objetivos y ejemplos concretos extraídos de su experiencia.

Sus recursos de comportamiento



Lo que le caracteriza en la relación con los demás

Le gusta intercambiar opiniones con personas que lo escuchan con simpatía y que se interesan por lo que dice. En sus conversaciones, evita emplear un tono demasiado categórico y sabe defender sus ideas sin dejar de mostrarse agradable.

Atraído por el interés de nuevos contactos, puede ser que a veces deje de lado relaciones anteriores.



Lo que le caracteriza en la relación con el trabajo

Sus principales bazas residen en la moderación y en el realismo, y no podría ser eficaz en un ambiente marcado por tensiones excesivas, sobrecargas o falta de flexibilidad, que acabarían incluso perjudicándolo.

No le gusta nada sentirse enclaustrado en previsiones inamovibles que limitan sus movimientos.

Se mantiene apartado de cualquier exceso. Cuando hay que lograr el éxito en un proyecto, tanto el entusiasmo como el desánimo, como la identificación con un grupo o el individualismo, le parecen igual de inadecuados y poco realistas.

En condiciones favorables, se implica de forma bastante prolongada para alcanzar sus metas.



Su entorno favorito

No tiene por principio exigir nada exorbitante a sus interlocutores. Así pues, tienen más posibilidades los que se mantienen en un nivel razonable que los que se dejan llevar por la exageración.

No hay que darle la impresión de que se ejerce un derecho de fiscalización sobre todo lo que hace.

En una discusión, procura más bien allanar las dificultades y las discrepancias, sin ceder en lo esencial. Así pues, a los interlocutores razonables les resulta bastante fácil encontrar compromisos equilibrados y realistas.

Evita sacar conclusiones o tomar decisiones de manera apresurada.



De forma general

Como necesita moverse libremente en espacios amplios, no tiene ningunas ganas de verse recluso entre los estrechos barrotes que impone una agenda programada. Cuanto más libre se siente de cualquier obligación, más dispuesto está a emplearse a fondo en lo que hace.

Su comportamiento espontáneo y comunicativo no le impide querer mantener cierta autonomía. No se plantea vivir solo, ya que entonces no tendría ninguna posibilidad de expresarse, pero tampoco quiere perder su originalidad por el hecho de integrarse en un grupo.

No tiene ningunas ganas de llevar una vida insulsa y a salvo de cualquier imprevisto pero, sin embargo, considera que un ideal ha de ser siempre realizable. Así pues, usted prefiere que sean otros quienes se entusiasmen a la ligera... y se decepcionen después.

Su temperamento expresivo conlleva, a veces, algunos signos de dispersión a la hora de actuar. Así pues, le conviene evitar las actividades que exigen espíritu metódico y gusto por la previsión.



Puede apoyarse en...

- Su negativa a aceptar compromisos excesivos
- Su comportamiento comunicativo
- Su sentido de la realidad
- El realismo de sus ideas
- La rapidez de sus reacciones
- Su facilidad de expresión
- Su temperamento moderado



Ha de tener en cuenta...

- Tendencia al desorden
- Necesidad de tener audiencia
- Obsesión por la justa medida
- Tendencia a dispersarse
- Su gusto por el azar
- Imposibilidad de mantenerse en silencio

Explicación de las gráficas

Las investigaciones que hemos llevado a cabo entre el colectivo de comerciales en ejercicio que desarrollan funciones representativas nos han permitido identificar 39 indicadores que apuntan a comportamientos clave en los estilos que suelen denominarse cazadores y granjeros, y en las tres etapas de la relación comercial: investigación, presentación y cierre.

Gracias a las esferas laterales se propone una lectura global y rápida. Estos indicadores permiten reflejar las orientaciones idóneas del individuo en cada uno de los perfiles evaluados.

Se propone optimizar la búsqueda a través de los radares, lo que permite apreciar los niveles individuales de confort en cada uno de los indicadores de un perfil. Estos niveles se derivan de la conciliación entre los indicadores identificados y las tendencias de comportamiento del vendedor.

Para interpretarlos, la escala de color representa zonas de confort como:

-  **Zona 5** : confort de alto potencial.
-  **Zona 4** : se siente perfectamente cómodo.
-  **Zona 3** : se corresponde en gran parte con los puntos de vigilancia.
-  **Zona 2** : se corresponde en parte con los puntos de vigilancia no cómodos.
-  **Zona 1** : necesidad de un gran gasto de energía.

Siguiendo un proceso de calibración, el candidato se enfrenta a la puntuación obtenida por su colectivo de referencia. Además, la zona gris del gráfico representa las puntuaciones obtenidas por la mayoría del colectivo de referencia. Este posicionamiento permite situar la puntuación del individuo con respecto a sus homólogos.

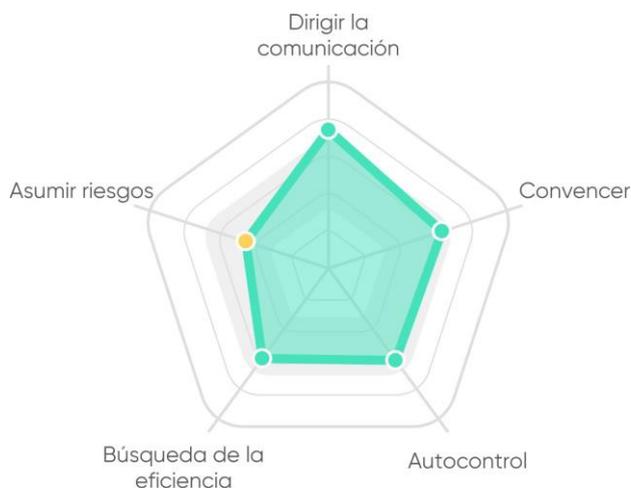
- **Impulsores de éxito (zona por encima de la zona gris)** el candidato se posiciona en el cuartil superior de la población. Destaca por su comodidad
- **Similitudes con sus homólogos (zona gris):** el candidato se posiciona en la media de la población.
- **Ejes de desarrollo (zona por debajo de la zona en gris):** el candidato se posiciona en el cuartil inferior de la población. Se caracteriza por su esfuerzo.

Su estilo comercial

El estilo comercial refleja la manera en la que el comercial aprende el oficio de la venta. Frente a un estilo cazador, en el que la lógica comportamental es particularmente de conquista, se opone un estilo granjero cuya lógica comportamental es particularmente de fidelización.

CAZADOR

Dotado de una determinada autoridad en la relación con el cliente, a este comercial le motiva asumir riesgos con vistas a alcanzar resultados visibles y rápidos. Líder, se apoya mucho en su fuerza de convicción, con capacidad para resistir a las objeciones y demás tensiones vinculadas con el entorno comercial.



Similitudes con sus homólogos

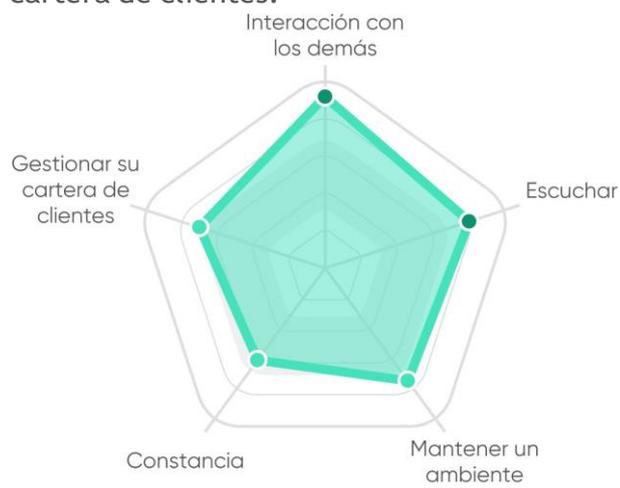
- Se expresa con convicción para persuadir al cliente.
- Sabe mostrarse tranquilo frente a las personas que lo contradigan u objeten.
- Busca soluciones rápidas y eficaces, adaptadas al cliente.
- Suele intentar conquistar nuevos territorios con oportunidades comerciales importantes.

Impulsores de éxito

- Defiende y pone en valor fácilmente sus propias convicciones en una comunicación de igual a igual.

GRANJERO

Dotado de flexibilidad y adaptabilidad en la relación con el cliente, este comercial está motivado por la relación con el cliente de cara a conseguir su compromiso. Prudente, se apoya en su fuerza de perseverancia preocupándose concretamente en mantener un entorno cordial y de este modo, gestionar su cartera de clientes.



Similitudes con sus homólogos

- Puede orientar sus esfuerzos hacia modos de venta complejos.

Impulsores de éxito

- Valora de forma espontánea llegar a acuerdos y la interacción con los demás haciendo las concesiones necesarias.
- Utiliza fácilmente la escucha atenta para conseguir la adhesión del cliente.
- Tiene facilidades a la hora de mantener un ambiente agradable con su cliente.
- Preserva claramente su cartera de clientes e intenta hacer que la fidelidad de su clientela fructifique.

Etapas de la relación comercial

La relación comercial es "el conjunto de los intercambios y contactos que una entidad comercial puede tener con sus clientes". Se define en tres etapas distintas: Investigación, Presentación y Cierre.



Tasa de ajuste global:

68%

Investigación

Capacidad de analizar, profundizar en los problemas específicos del cliente. El espíritu de síntesis tiene una gran importancia. Esta etapa pone en valor a los comerciales capaces de tener en cuenta: los retos del sector, la oferta y la demanda, los requerimientos que deben ser respetados, las especificidades del contexto y de agenda, el entorno que rodea al cliente y a su actividad, las motivaciones del cliente y de sus decisores, y a los competidores.

Presentación

Capacidad de responder a las necesidades del cliente y de convencerlo. En esta etapa se demandan capacidades específicas de: confianza en sí mismo, fuerza de convicción y espíritu pragmático. El vínculo con lo operativo es primordial. Esta etapa pone en valor a los comerciales capaces de argumentar con eficacia, apoyándose en su fuerza de persuasión y su tolerancia al estrés.

Cierre

Capacidad de conseguir la concretización efectiva del compromiso: la firma. Este periodo precede a la negociación. Aquí se esperan competencias específicas de: dirección, creatividad (encontrar impulsores para acelerar la venta), tenacidad y combatividad (defender los precios, la oferta...) y de respuesta a las objeciones. Esta etapa pone en valor a los comerciales con espíritu de lucha, que gestionen al mismo tiempo la relación con el cliente.

Investigación

Capacidad de analizar, profundizar en los problemas específicos del cliente. El espíritu de síntesis tiene una gran importancia. Esta etapa pone en valor a los comerciales capaces de tener en cuenta: los retos del sector, la oferta y la demanda, los requerimientos que deben ser respetados, las especificidades del contexto y de agenda, el entorno que rodea al cliente y a su actividad, las motivaciones del cliente y de sus decisores, y a los competidores.



Similitudes con sus homólogos

- Adopta generalmente una postura de apertura frente a los demás y a su entorno.
- Busca con tranquilidad con vistas a conseguir su objetivo sin ser afectado por los obstáculos o rivales.
- Se esfuerza en fiabilizar su método de investigación, utilizando procesos que favorecen el logro de sus objetivos.
- Se muestra atento a la hora de realizar el seguimiento de las grandes etapas de un proceso de investigación previsor y a la hora de anticipar las dificultades.
- Da importancia a los detalles de la búsqueda cuando es necesario para su investigación.
- Es capaz de considerar con detenimiento la información de su entorno y a menudo se muestra autónomo en sus elecciones.

Presentación

Capacidad de responder a las necesidades del cliente y de convencerlo. En esta etapa se demandan capacidades específicas de: confianza en sí mismo, fuerza de convicción y espíritu pragmático. El vínculo con lo operativo es primordial. Esta etapa pone en valor a los comerciales capaces de argumentar con eficacia, apoyándose en su fuerza de persuasión y su tolerancia al estrés.

PRESENTACIÓN PERSUASIVA

Presentar a su interlocutor su visión con convicción e improvisar para buscar el acuerdo.



Similitudes con sus homólogos

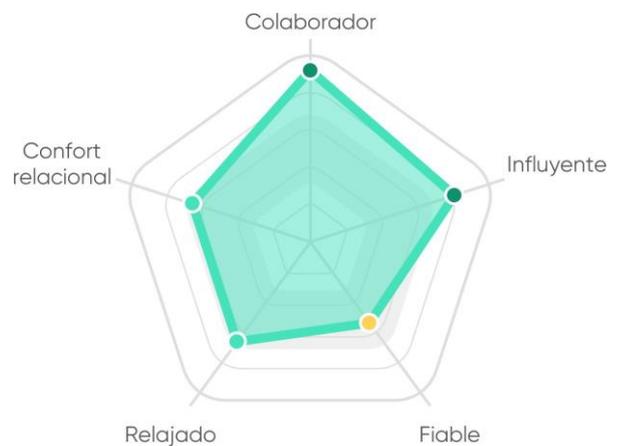
- Equilibra sus propuestas con intercambio de ideas
- Asegura una postura pragmática para asentar su presentación
- Prefiere los ambientes donde la competencia es moderada
- Regula su autoridad en su enfoque comercial

Impulsores de éxito

- Lleva su presentación con un estilo definitivamente seguro y firme

PRESENTACIÓN PARTICIPATIVA

Iniciar de forma metódica la interacción con su interlocutor para buscar el consenso.



Similitudes con sus homólogos

- Favorece un enfoque pragmático, alternando asunción de riesgo y precaución
- Su enfoque diplomático puede depender de las situaciones
- Se siente cómodo y molesto de manera variable en su relación con el cliente

Impulsores de éxito

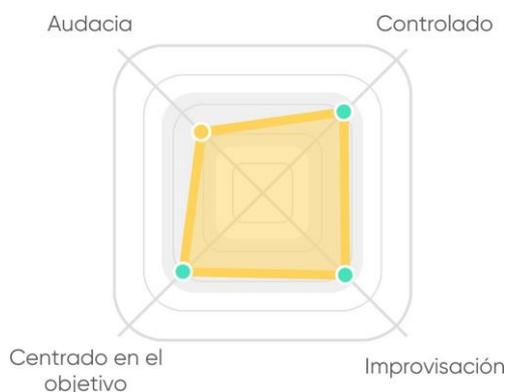
- Favorece la argumentación y la necesidad del cliente
- Se expresa claramente apoyándose en su escucha para convencer

Cierre

Capacidad de conseguir la concretización efectiva del compromiso: la firma . Este periodo precede a la negociación. Aquí se esperan competencias específicas de: dirección, creatividad (encontrar impulsores para acelerar la venta), tenacidad y combatividad (defender los precios, la oferta...) y de respuesta a las objeciones. Esta etapa pone en valor a los comerciales con espíritu de lucha, que gestionen al mismo tiempo la relación con el cliente.

CIERRE ÁGIL

Asumir riesgos y buscar la eficiencia para acelerar el compromiso, gracias a una determinada aptitud para enfrentarse a las objeciones y a las demás tensiones del entorno.

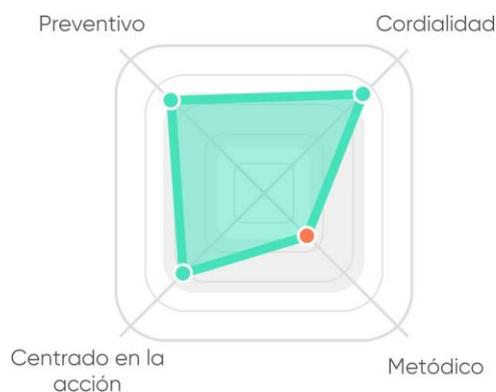


Similitudes con sus homólogos

- Consigue por lo general combinar el autocontrol y la firmeza en situaciones conflictivas y de enfrentamiento.
- Tiende a apoyarse en su gusto por la novedad. Busca soluciones rápidas que responden a las expectativas formuladas por el cliente.
- El proceso de venta se ve favorecido por la obtención de soluciones rápidas.
- Es capaz de adaptar sin demasiado esfuerzo su posición, reaccionado ante los imprevistos.

CIERRE METÓDICO

Actuar de forma metódica y perseverar detenidamente para acelerar el compromiso, promoviendo relaciones cordiales.



Similitudes con sus homólogos

- Se apoya en procedimientos y métodos fiables para superar los obstáculos y obtener el compromiso.
- Intenta acelerar la venta, basándose en su perseverancia y su atención durante un proceso de venta largo y complejo.

Impulsores de éxito

- Invierte muchos esfuerzos en mantener un entorno equilibrado y agradable.
- Mantiene voluntariamente una cierta distancia en la relación para protegerse frente a los posibles obstáculos.

Alertas y adaptación al ambiente

Esta parte es únicamente para el uso exclusivo del evaluador. Propone una visión de alertas de comportamiento y un índice de adaptación que deben ser matizados en función del contexto como en el caso que se muestra en la herramienta de formación. El evaluador debe por lo tanto abstenerse de todo juicio de valor y validar/invalidar sus hipótesis durante la entrevista de feedback del evaluado.

Alertas

Ofrece un nivel de vigilancia sobre los comportamiento de riesgos de comportamiento en el trabajo.

Irritabilidad relacional

 Sin riesgo de irritabilidad relacional aparente.

Implicación profesional

 La implicación profesional no presenta riesgo aparente.

Índice de adaptación

Permite que el evaluador identifique la coherencia entre el ambiente comercial del puesto y la lógica de adaptación del evaluado.

Conquista

A un nivel elevado, este índice muestra una adaptación temeraria del comercial a su ambiente.

Audaz, se apoya en una lógica de triunfador para conseguir un resultado rápido. Su estilo puede ser percibido como una falta de cierta flexibilidad.



Flexibilidad

A un nivel elevado, este índice muestra una adaptación del comercial en su adaptación a su ambiente.

Fiable, se apoya sobre una lógica de escucha y seguimiento para alcanzar un resultado con el tiempo. Su estilo puede ser percibido como una falta de asunción de riesgo.



Indicios de investigación para uso del evaluador

La parte siguiente está reservada exclusivamente para uso del evaluador. Para guiar al evaluador sobre la objetivación de los criterios de evaluación durante la entrevista, esta parte le ofrece un cierto número de pistas de investigación. Ofrece ejemplos de preguntas para plantear al evaluado durante su entrevista de explicación relativa a los resultados.

Si estas pistas adoptan la forma de preguntas más o menos generales, dentro de un objetivo de pertinencia, las propuestas de preguntas deben referirse al contexto específico de la evaluación para aumentar el impacto. Se sugiere al evaluador que reformule y personalice libremente cada una de las propuestas.

Su estilo comercial

Cazador

DIRIGIR LA COMUNICACIÓN



CONVENCER



AUTOCONTROL



BÚSQUEDA DE LA EFICIENCIA



ASUMIR RIESGOS



¿Cuál es su mayor conquista? ¿Qué riesgos asumió? ¿Qué riesgos piensa que corre al decir no a un cliente?

Granjero

INTERACCIÓN CON LOS
DEMÁS



ESCUCHAR



MANTENER UN AMBIENTE
FAVORABLE



CONSTANCIA



GESTIONAR SU CARTERA DE
CLIENTES



Etapas de la relación comercial

Investigación

APERTURA A LOS DEMÁS



¿Qué periodo de tiempo asigna al principio de la relación comercial para conocer a su cliente? ¿Para descubrir nuevas opciones? ¿Qué utiliza para estos fines?

PERSEVERANCIA



RESISTENCIA



¿En qué se basa (qué procesos) para asegurar la fiabilidad de la investigación inicial de un cliente? Hábleme de su última experiencia relacionada con este tema.

SEGUIMIENTO Y CONTROL



¿Qué nivel de seguimiento y de supervisión se impone en su investigación al principio de la relación con el cliente? ¿Qué utiliza para asegurarse de ello? Ponga ejemplos concretos.

METICULOSIDAD



AUTONOMÍA

Presentación persuasiva

LIDERAR



CONVENCER



IMPROVISAR



COMPETITIVIDAD



AUTORIDAD



¿Alguna vez ha acudido a un encuentro con el cliente sin haber podido prepararlo con suficiente tiempo? Cuéntela. ¿Qué sintió?

Frente a entornos o situaciones competitivas, ¿qué sintió? Ponga un ejemplo concreto.

Presentación participativa

COLABORADOR



INFLUYENTE



FIABLE



RELAJADO



CONFORT RELACIONAL



¿Alguna vez ha seguido una técnica de venta que ya había sido probada? ¿Cuál? ¿Puede detallar sus etapas?

Cierre ágil

CONTROLADO



IMPROVISACIÓN



CENTRADO EN EL OBJETIVO



AUDACIA



¿Qué nivel de riesgo se permite usted en situación de cierre?
¿Piensa que es usted «temerario»? Cuente situaciones vividas.

Cierre metódico

CORDIALIDAD



METÓDICO



¿Existen métodos específicos que sigue usted paso a paso para asegurar la firma final del cliente? ¿Cuáles? ¿Qué herramientas utiliza? ¿Qué posibilidad de transferencia existe?

CENTRADO EN LA ACCIÓN



PREVENTIVO



Alertas comportamentales

IRRITABILIDAD RELACIONAL



IMPLICACIÓN PROFESIONAL

Cierre ágil

CONTROLADO



IMPROVISACIÓN

