



Talent in Innovation.
Innovation in Talent.

OPQ

Informe de Ventas



Nombre

Sr. Sample Candidate

Fecha

1 octubre 2018

INTRODUCCIÓN

El informe de ventas de SHL lo ayuda a entender el potencial de Sample Candidate en un rol de ventas. Este informe se basa en los resultados del Cuestionario de Personalidad Ocupacional (Occupational Personality Questionnaire, OPQ32) y el Cuestionario de Motivación (Motivation Questionnaire, MQ). Esta información también es útil para identificar las áreas fuertes y las que necesitan desarrollo para Sample Candidate en lo que respecta a la efectividad en las ventas.

SHL realizó una investigación que involucró miles de empleados del área de ventas en diversas industrias para aislar los factores que son importantes para la venta. Aun cuando se haya demostrado que cada uno de estos factores influye en la efectividad de la venta, es necesario que usted determine cuáles son los más importantes en una situación en particular. La información de este informe puede ponerse en práctica sin capacitación ni conocimientos específicos.

Cuando se utiliza este informe con el propósito de realizar una selección, se necesita conocimiento adecuado acerca de técnicas de selección efectivas y de los detalles del empleo. El informe asume que el usuario posee conocimiento suficiente del empleo y sus requerimientos para tomar decisiones adecuadas de acuerdo con la información que brinda el informe. Durante el proceso de selección se debe recabar más evidencia a partir de entrevistas y otras evaluaciones pertinentes para determinar la idoneidad del candidato.

Cuando se utiliza este informe con el propósito de lograr desarrollo, se necesita un conocimiento cabal acerca de técnicas de desarrollo e intervenciones.

USO DE ESTE REPORTE

Este informe tiene tres secciones principales: Fundamentos de la venta, Motivación y el Ciclo de la venta. Al final del informe encontrará una sección llamada Perfil de ventas que proporciona un panorama general.

La sección Fundamentos de la venta se centra en los factores que son importantes para la efectividad de la venta en la mayoría de las situaciones. Dado que la relevancia de estos factores puede variar de acuerdo con el empleo del que se trate, estos son factores claves que se aplican en la mayoría de los roles de ventas.

La sección Motivación se centra en motivadores que pueden influir en la efectividad de la venta. La Motivación es la fuerza que impulsa a un individuo a hacer algo. La motivación determina cuánta energía canalizará alguien en un empleo y qué puede ayudar a alguien a mantener esta energía. La motivación puede tener un impacto significativo sobre el rendimiento y sobre el éxito.

La sección Ciclo de la venta se centra en los factores que son importantes en un proceso de venta típica. Indica la efectividad probable de un individuo en ocho categorías críticas de un proceso de venta. Conocer los puntos fuertes naturales de un individuo en el ciclo de la venta puede ayudar a determinar la clase de entorno de ventas en el que puede ser más eficiente. También puede identificar áreas en las cuales el desarrollo o la capacitación pueden mejorar la efectividad general.

La última sección de este informe muestra todos los datos: Fundamentos de la venta, Motivación y el Ciclo de la venta en una página. La sección Perfil de ventas hace que sea conveniente unir este perfil individual con factores necesarios para situaciones o roles de venta específicos.

FUNDAMENTOS DE LA VENTA

Los Fundamentos de la venta son factores importantes para la efectividad de la venta en la mayoría de las situaciones. El gráfico de barras indica el nivel de fortalezas de Sample Candidate en cada área. La definición de cada factor se encuentra inmediatamente debajo del gráfico de barras. Las descripciones de puntuaciones altas y bajas se encuentran debajo de cada definición.

Se ha demostrado que cada uno de estos factores influye en el éxito de la venta en una gran variedad de situaciones. Como regla general, se prefiere un nivel alto en todos los factores en la mayoría de los roles de venta. Sin embargo, algunos factores pueden ser más o menos pertinentes en diferentes situaciones de ventas. Usted deberá determinar qué factores son más o menos pertinentes en su situación particular.

Estas puntuaciones pueden identificar áreas de fortaleza que pueden aprovecharse para mejorar la efectividad de las ventas. También pueden identificar áreas clave en las que el desarrollo dirigido y/o la capacitación pueden mejorar el desempeño en las ventas.

Confianza Comercial



Definición: Proyecta un aire de confianza cuando trata con otras personas y presenta capacidades y talentos personales sobresalientes.

- Las personas con puntuación más alta tienden a tener mucha confianza en sí mismas, aun en situaciones desafiantes y estresantes.
- Las personas con puntuación más baja pueden ser tímidas o reservadas. Pueden parecer intimidadas o inseguras en ciertas situaciones.

Impulso Comercial



Definición: Es dinámico y entusiasta, desea ser exitoso y se lanza en busca de objetivos difíciles.

- Las personas con puntuación más alta están llenas de energía, determinadas a alcanzar cualquier meta y a superar a cualquier competidor.
- Las personas con puntuación más baja muestran menos energía y determinación.

Perseverancia Comercial



Definición: Está lleno de optimismo y es muy tenaz, persevera hasta en las situaciones más difíciles y está atento a nuevas oportunidades.

- Las personas con puntuación más alta son optimistas y relajadas, aun cuando las cosas se ponen difíciles.
- Las personas con puntuación más baja se pueden desalentar cuando las cosas no les salen tan bien.

Adaptabilidad



Definición: Identifica y adopta el estilo más apropiado para maximizar el éxito en situaciones de venta. Es capaz de relacionarse con los clientes o potenciales clientes.

- Las personas con puntuación más alta son sensibles a los demás y muy flexibles y deliberadas en la manera en que se comportan frente a los clientes.
- Las personas con puntuación más baja no están tan dispuestas a adaptar su estilo o enfoque según situaciones o personas específicas.

Escucha de Manera Activa



Definición: Escucha de manera comprensiva a los demás y observa atentamente e interpreta el comportamiento de las otras personas.

- Las personas con puntuación más alta escuchan atentamente y se relacionan bien con los demás.
- Las personas con puntuación más baja tienden a ser percibidas por los demás como personas que escuchan de manera ineficaz.

Aceptación del Cambio



Definición: Tiene la capacidad de adaptarse rápidamente a cambios drásticos y continuos en el lugar de trabajo, el entorno o la forma en que se hacen las cosas.

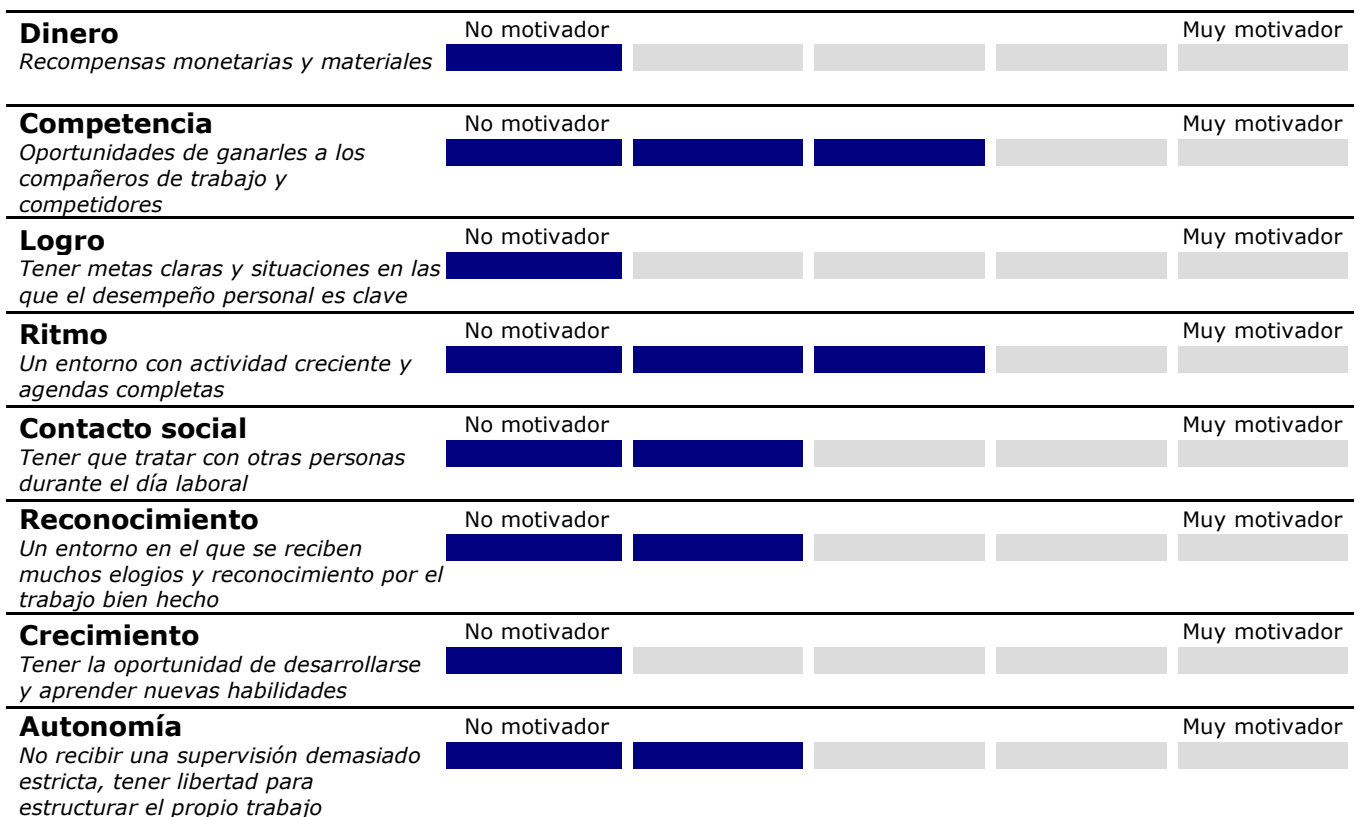
- Las personas con puntuación más alta no necesitan esforzarse en relación a los cambios de políticas y el flujo de trabajo. Muestran la capacidad de adaptarse rápidamente a las condiciones laborales cambiantes.
- Las personas con puntuación más baja no reaccionan con tanta eficiencia o de manera tan positiva a los cambios de situación u organizativos.

MOTIVACIÓN

Las condiciones presentes en un empleo que impulsan la motivación de un individuo se denominan motivadores. Los motivadores describen qué influye en el impulso y la determinación de un individuo para tener éxito. El gráfico de barras a continuación indica qué tan efectivo puede ser cada motivador para impulsar el comportamiento de Sample Candidate También se presenta una definición de cada motivador.

Este informe identifica motivadores específicos y hasta qué punto es probable que impulsen a Sample Candidate No representan una medida de motivación general. (El nivel de Impulso Comercial en la sección Fundamentos de la venta es un mejor indicador de la motivación comercial general).

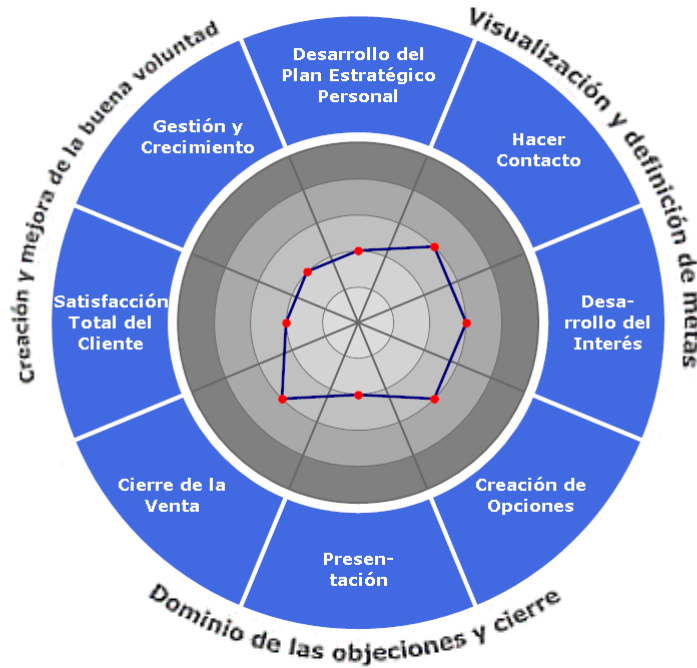
El hecho de identificar los motivadores que son efectivos para un individuo proporciona la oportunidad de comprender qué cosas probablemente impulsarán su desempeño en ventas. Por ejemplo, el hecho de saber que el Dinero motiva en gran medida a un individuo puede alentar el enfoque en trabajos y situaciones de venta que proporcionen altos ingresos potenciales. Alguien que se ve motivado en gran medida por el Crecimiento es adecuado para puestos que ofrecen oportunidades de desarrollo y capacitación continuos.



CICLO DE LA VENTA

El Ciclo de la venta muestra las preferencias de un individuo por medio de factores que son importantes en un ciclo de la venta típica. Indica la efectividad probable de un individuo en ocho etapas críticas del proceso de ventas y ayuda a determinar en qué lugar del ciclo de la venta típico esta persona será más eficiente. La línea en negrita dentro del diagrama del ciclo de la venta es el Perfil del Ciclo de la Venta. Los puntos hacia el exterior del perímetro del círculo representan puntuaciones más altas. Los puntos más cercanos al centro representan puntuaciones más bajas. Por lo general, se prefieren las puntuaciones más cercanas a los bordes del círculo en cada área crítica para el éxito de la venta en el caso de un rol de ventas en particular. Las puntuaciones más cercanas al centro del círculo resaltan áreas a desarrollar y/o que requieren capacitación.

Las definiciones de cada factor del Ciclo de la Venta y un gráfico de barras se pueden ver a continuación del diagrama del Ciclo de la Venta.



Desarrollo del Plan Estratégico Personal

Baja

Alta

Analizar el mercado en profundidad, y poner esfuerzo en posicionar los productos y en realizar actividades de venta eficaces.

Hacer Contacto

Baja

Alta

Contactar a los potenciales clientes, "romper el hielo" y lograr que la otra persona se sienta cómoda, tomar la iniciativa para establecer nuevas relaciones.

Desarrollo del Interés

Baja

Alta

Implicar emocionalmente al cliente, creación de la preferencia por comprar y una sensación de satisfacción con el producto o servicio.

Creación de Opciones

Baja

Alta

Comprender las necesidades del cliente y aportar soluciones innovadoras.

Presentación

Baja

Alta

Presentación de los productos y/o soluciones de manera cautivadora y con confianza a individuos y grupos de clientes; sin sensación de estrés ni preocupaciones.

Cierre de la Venta

Baja

Alta

Cerrar el trato, gestionar al cliente para que tome decisiones oportunas, tratar las objeciones, negociar el precio final y las condiciones de venta.

Satisfacción Total del Cliente

Baja

Alta

Brindar un servicio posventa constante, relación con el cliente y tomar las medidas necesarias para su satisfacción.

Gestión y Crecimiento

Baja

Alta

Mantener la relación con el cliente una vez completada la venta, atención continua para detectar nuevas necesidades y oportunidades de negocio.

PERFIL DE VENTAS

Esta sección brinda un panorama de los resultados de Sample Candidate en forma de resumen.

Si se utiliza esta información para compararla con el perfil ideal para empleos o situaciones de ventas específicas, es importante que usted determine qué factores son críticos para tener éxito en ese rol en particular. Generalmente, antes de realizar una comparación entre el perfil de un individuo y el perfil ideal para un empleo en ventas, se utiliza información de un análisis de empleo para diferenciar entre factores que son esenciales, importantes y deseables. (Se puede utilizar la columna "Importante para tener éxito" del cuadro que se encuentra a continuación para registrar estas conclusiones).

Dado que los Motivadores ayudan a impulsar el éxito en el caso de un individuo, no se los debe comparar con un perfil ideal específico para un empleo o una situación. En lugar de eso, deben conciliarse con los motivadores que probablemente estarán disponibles para el individuo y con los que no lo estarán.

Aun cuando la información en este informe represente una evaluación precisa de los factores y motivaciones de ventas de un individuo, es importante recordar que toda la información que se presenta aquí procede de un cuestionario de informe personal. Existen muchos otros factores que también pueden tener un impacto sobre la efectividad de la venta. Por lo tanto, si se ha de utilizar este informe para comparar a un individuo con un perfil de empleo ideal, es importante que se tenga en cuenta información acerca de la experiencia, el conocimiento y la capacidad al evaluar la pertinencia.

	1	2	3	4	5	¿Importante para tener éxito?* (clasifique o coloque una marca)
FUNDAMENTOS DE LA VENTA						
Confianza Comercial	■	■	■	■	■	
Impulso Comercial	■	■	■	■	■	
Perseverancia Comercial	■	■	■	■	■	
Adaptabilidad	■	■	■	■	■	
Escucha de Manera Activa	■	■	■	■	■	
Aceptación del Cambio	■	■	■	■	■	
MOTIVACIÓN						
Dinero	■	■	■	■	■	n/a
Competencia	■	■	■	■	■	n/a
Logro	■	■	■	■	■	n/a
Ritmo	■	■	■	■	■	n/a
Contacto Social	■	■	■	■	■	n/a
Reconocimiento	■	■	■	■	■	n/a
Crecimiento	■	■	■	■	■	n/a
Autonomía	■	■	■	■	■	n/a
CICLO DE LA VENTA						
Desarrollo del Plan Estratégico Personal	■	■	■	■	■	
Hacer Contacto	■	■	■	■	■	
Desarrollo del Interés	■	■	■	■	■	
Creación de Opciones	■	■	■	■	■	
Presentación	■	■	■	■	■	
Cierre de la Venta	■	■	■	■	■	
Satisfacción Total del Cliente	■	■	■	■	■	
Gestión y Crecimiento	■	■	■	■	■	

* EL USUARIO DE ESTE INFORME ES RESPONSABLE DE DETERMINAR LA PERTINENCIA DE ESTAS ESCALAS PARA EL EMPLEO AL QUE SE APUNTA.

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Este perfil se basa en las siguientes fuentes de información sobre Sr. Sample Candidate:

Cuestionario / Prueba de habilidades	Grupo de comparación
OPQ32r Russian v1 (Std Inst)	OPQ32r Ruso Población general 2012 (INT)
MQ UK English v1 (Std Inst)	MQM5 UKE UK - Población General 2000

DETALLES DEL INDIVIDUO

Nombre	Sr. Sample Candidate
Datos del candidato	RP1=5, RP2=4, RP3=4, RP4=8, RP5=5, RP6=5, RP7=5, RP8=4, RP9=4, RP10=3, TS1=5, TS2=3, TS3=5, TS4=3, TS5=5, TS6=5, TS7=6, TS8=8, TS9=4, TS10=4, TS11=2, TS12=4, FE1=7, FE2=7, FE3=7, FE4=3, FE5=4, FE6=4, FE7=5, FE8=6, FE9=3, FE10=4, CNS=1 X1=1, E3=6, E2=2, E1=6, S1=4, S2=3, S5=1, I3=3
Informe	Informe de Ventas v2.0 ^{RE}

ACERCA DE ESTE INFORME

Este informe fue generado con el SHL Assessment System. Incluye información del Cuestionario Ocupacional de Personalidad (OPQ32). El uso de este cuestionario se limita a aquellas personas que han recibido capacitación especializada en cuanto a su uso e interpretación.

El informe se genera a partir de los resultados de un cuestionario que el participante contesta y que refleja sustancialmente sus respuestas. Al interpretar estos datos se deberá tener en consideración la naturaleza subjetiva de las calificaciones con base en un cuestionario.

Este informe ha sido generado de manera electrónica, el usuario del software puede hacer modificaciones y adiciones al texto del informe.

SHL Global Management Limited y sus compañías asociadas no pueden garantizar que el contenido de este informe sea el resultado inalterado del sistema de cómputo. No aceptamos ninguna responsabilidad de ninguna índole por las consecuencias derivadas del uso de este informe, ni responsabilidad alguna (incluso por negligencia) respecto a su contenido.

www.shl.com

© 2018 SHL y/o sus filiales. Todos los derechos reservados. SHL y OPQ son marcas comerciales registradas en el Reino Unido y otros países.

Este reporte se ha producido por SHL para el beneficio de su cliente y contiene propiedad intelectual de SHL. As, SHL le permite al cliente reproducir, distribuir, cambiar, y almacenar esta publicación solamente para su uso interno y no para uso comercial. Reservados todos los derechos.