

# FinxS Säljbedömning - Utveckling



Denna bedömning baseras på svaren i frågeformuläret för FinxS Säljbedömning. Denna bedömning bör inte vara det enda kriteriet för att fatta beslut om sig själv. Syftet med denna bedömning är att tillhandahålla stödande information till respondentens självutveckling.

## Sam Sample

Organisation:

**FinxS**

Datum:

**01.04.2018**



## **Introduktion till FinxS Säljbedömning:**

FinxS Säljbedömning är utformad för att hjälpa dig att bli mer framgångsrik i försäljning. Den bygger på dina svar i frågeformuläret för FinxS Säljbedömning och identifierar dina nuvarande färdigheter inom 18 kritiskt viktiga säljkompetenser för framgångsrik försäljning.

Det är mycket viktigt att notera att FinxS Säljbedömning är utformad för individer som redan har en del erfarenhet inom försäljning. Personer som inte har någon bakgrund inom försäljning kan inte tolka korrekt påståenden i enkäten.

### **Så här använder du FinxS Säljbedömning:**

Din bedömning identifierar dina styrkor och områden för utveckling inom försäljning. När du granskar din bedömning märker du att du kommer att hålla med om de flesta av dina resultat. Men om du är som de flesta säljare, kan du ha lite motvilja att acceptera vissa utvecklingsområden. Detta är en mycket normal reaktion. Det är alltid svårare att utforska svagheter eller blinda fläckar som hindrar dagens nuvarande framgångsnivå.

Tänk på att FinxS Säljbedömning återspeglar din nuvarande kompetensnivå. Det innebär att du genom träning och coaching kan utveckla dina färdigheter i alla 18 försäljningskompetenser.

Bästa sättet att granska dina resultat är med en professionell handledare eller en säljcoach som har utbildats i att tolka FinxS Säljbedömning. De har erfarenhet och färdighet att tolka de viktiga slutsatserna av dina resultat. De förstår också "tankesätt" som utgör dina individuella poäng. Det innebär att de kommer att kunna använda din FinxS Säljbedömning för att utveckla en plan för din framgång.



### **Notering om pronomen:**

Denna bedömning använder den nu föredragna pronomenet "hen", som ett könsneutralt språk, för att undvika fördomar mot ett visst kön eller genus.

### **Notera:**

Resultaten från FinxS Säljbedömning bör aldrig, och under inga omständigheter, användas som enda kriterium för att fatta beslut. Det är inte utformat och kan inte användas för att göra "ja-nej" anställningsbeslut. Man måste alltid överväga andra faktorer, såsom kompetens, attityder, intelligens, kunskap, utbildning och erfarenhet som inte mäts av denna bedömning.

## Sammanfattning

Nedan hittar du dina poäng för de 18 säljkompetenser som baseras på dina svar i frågeformuläret för FinxS Säljbedömning. När du granskar dina resultat, kom ihåg att de speglar din nuvarande kompetensnivå. Du kan utveckla dina färdigheter i alla 18 säljkompetenser.

Det är mycket viktigt att notera att dina poäng kan påverkas av dina övertygelser om din nuvarande kompetensnivå. Till exempel kan du tro att du inte är särskilt kompetent, eller att de specifika områdena inte är viktiga just nu. Detta kan dock helt enkelt påverkas av ditt nuvarande synsätt. Överväg noggrant om du behöver justera i dina övertygelser.

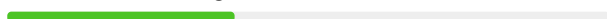
Slutligen vill du kanske granska dina naturliga beteendestilar för samma 18 säljkompetenser i din Extended DISC Sälj 18. Den hjälper dig att skapa en mer specifik, praktisk och effektiv utvecklingsplan.

### Övergripande poäng:

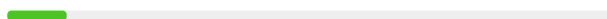
57% Prospektering



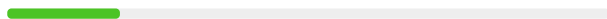
38% Kvalificering



10% Skapa Rapport



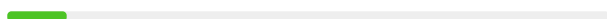
19% Processorientering



99% Målorientering



10% Bekräftelsebehov



67% Kontrollera säljprocess



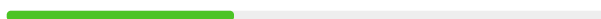
99% Hantera Invändningar



57% Effektiva Frågor



38% Aktivt Lyssnande



48% Kritiskt Tänkande



86% Ambition och Initiativ



99% Presentation



57% Tidsplanering



99% Hantera Misslyckanden



99% Bestämd Konkurrenskraft



48% Begrepp om Pengar



67% Känslomässig Objektivitet



### NOTERINGAR

---



---



---



---



---



---



---

## Individuella poäng

Motvilja mot att ringa potentiella kunder; tänker som en "JORDBRUKARE" och väntar på att möjligheter ska dyka upp. Fokuserar på att odla befintliga kunder för mer affärer.

### PROSPEKTERING

57%

Driver aktivt nya affärer, tänker som en "JÄGARE" och tar ansvar för att hitta försäljningsmöjligheter.

Mycket angelägen att presentera och ge bort information, oavsett om det är lämpligt för den potentiella kundens situation eller inte. Försöker att avsluta affären för snabbt och glömmer ofta att ta sig tid eller anstränga sig för att presentera en lämplig affärsmodell för en potentiell kund.

### KVALIFICERING

38%

Villig att engagera sig i en avsiktlig process att ifrågasätta och lyssna för att avgöra om den potentiella kunden är bra för affärerna och sannolik att köpa innan presentation eller förslag.

Är inte inriktad på att bygga förtroende, verkar självcentrerad eller självorienterad; undviker förtrolighet och finner det svårt att vara genuint intresserad av den potentiella kundens behov eller välbefinnande. Kan vara blyg.

### SKAPA RAPPORT

10%

Ha förmåga att snabbt skapa tillit och rapport med potentiella kunder. Justera sin egen personlighetsstil utifrån den potentiella kunden för att skapa en känsla av otvungenhet.

Otålig och motvillig att engagera sig i detaljerade processer eller förfaranden. Försöker generellt att "höfta". Impulsiv, inte benägen att följa instruktioner eller regler.

### PROCESSORIENTERING

19%

Har tålamod med och uppmärksammar detaljer för att följa en steg-för-steg-process. Tror att systematiskt följande av väldefinierade processer kommer att ge de bästa resultaten.

Tycker om att leva i nuet utan att kontinuerligt driva mot en högre nivå av prestation, lätt nöjd med status quo när det gäller personlig prestation och inkomstnivå.

### MÅLORIENTERING

99%

Strävar mycket ivrigt efter mål och högre prestationsnivåer. Sätter höga mål och planerar nödvändiga aktiviteter för att uppnå målen. Sällan nöjd med den egna nuvarande prestationsnivån.

Har självförtroende och är inte ute efter att få sina känslomässiga behov tillgodosedda genom andras godkännande, villig att vara bestämd och artigt krävande utan att ta hänsyn till om det kommer att leda till att bli illa omtyckt.

### BEKRÄFTELSEBEHOV

10%

Ser andra människor som ett sätt att få sina egna känslomässiga behov uppfyllda, tror att det är nödvändigt att behaga andra människor i livet, inte villig att vara påstridig om det kan skapa andras ogillande.

Villig att låta en potentiell kund styra mötet. Tillåter andra att ta hand om processen, driver iväg från sin egen plan eller föredrar att fortsätta utan en. Har utmaningar med att hålla säljprocessen på rätt spår.

**KONTROLLERA SÄLJPROCESS**

67%

Att vara villig och kunna ställa villkor för ett möte, beskriva processen för en potentiell kund och ange potentiella resultat och sedan kunna styra samtalet försiktigt.

Motvillig att utmana den potentiella kundens uttalade invändningar. Inte bestämd, tycker det är svårt att bygga ett effektivt argument på varför förhållningar eller invändningar kanske inte är giltiga eller kanske inte är "det verkliga problemet". Accepterar enkelt den potentiella kundens förhållande och "ger upp".

**HANTERA INVÄNDNINGAR**

99%

Ser förhållningar och invändningar som en möjlighet att vara artig bestämd och ställa frågor som skapar självinsikt och får den potentiella kunden att själv hantera sina egna invändningar.

Tror att frågor är "påträngande" och att man inte borde fråga för många. Skapar inte ett strukturerat sätt att ställa frågor. Faller lätt in i "demonstrations" -läget.

**EFFEKTIVA FRÅGOR**

57%

Skapar ett strukturerat system av frågor för att "diagnostisera" den potentiella kundens situation och bestämma sannolikheten för en matchning mellan den potentiella kundens behov och säljarens produkt eller tjänst.

Lätt distraherad vid försök att lyssna. Formulerar svar i huvudet medan andra talar. Tappar fokus på vad andra säger när de inte är intresserade.

**AKTIVT LYSSNANDE**

38%

Anstränger sig för att verkligen förstå vad den andra personen försöker kommunicera. Fokuserar inte endast på det som "hörs" utan även på ord, tonalitet och kroppsspråk.

Misslyckas ofta med att tillämpa aktuell kunskap för att lösa nya problem. Spenderar generellt lite tid åt problemlösning, vilket betyder att om svaret inte är uppenbart tydligt, saknas tålamod att använda logik eller slutledningsförmåga för att lösa problemet.

**KRITISKT TÄNKANDE**

48%

Kunna tillämpa befintlig kunskap för att lösa nya problem. Att kunna avvakta med att bedöma för att kontrollera betydelsen av ett förslag eller en åtgärd. Tar hänsyn till flera perspektiv.

Väntar på att andra ska initiera åtgärder och få veta vad som ska göras. Försöker inte uppnå högre prestation. Har behov av handledning och riktning för att påbörja nya initiativ.

**AMBITION OCH INITIATIV**

86%

Strävar ständigt efter att uppnå en högre nivå av prestation. Inväntar inte enbart att saker ska hända, tror det är upp till sig själv att bra saker händer.

Presentationerna är ofta ineffektiva eftersom de inte engagerar lyssnare och förlorar därigenom uppmärksamheten. Presentationerna går runt. Lyssnarna kan ha svårt att veta vad som förväntas av dem efter presentationen.

**PRESENTATION**

99%

Engagerar effektivt en publik och kan behålla uppmärksamheten genom god kommunikationsförmåga, insiktsfulla frågor och dramatiska presentationstekniker.

Strukturerar inte schemat effektivt eller utför inte planerade aktiviteter effektivt. Lättdistraherad av avbrott, eller något som verkar vara mer intressant.

**TIDSPLANERING**

57%

Kompetent hantering av schema och aktiviteter för bästa möjliga användning av tid. Slösar inte tid på "undvikande" beteenden, skjuter inte upp viktiga uppgifter.

Ser misslyckande endast som en negativ upplevelse. Ser inte misslyckanden som en chans att lära sig och förbättra. Motvillig att ta risker så att de inte leder till misslyckande.

**HANTERA MISSLYCKANDEN**

99%

Ser misslyckande som ett tillfälligt tillstånd. Ser misstag som en chans att lära sig och förbättra sig. Vara villig att ta en risk för att förlora; för att kunna vinna. Att inte vara knuten till idén om säkerhet och trygghet i alla frågor.

Föredrar att vinna smed hjälp av eller tillsammans med andra. Inte benägen att få konkurrensfördelar. Saknar motivationen att vara först eller att vinna till varje pris.

**BESTÄMD KONKURRENSKRAFT**

99%

Driver på hårt för att vinna, strävar efter att få en konkurrensfördel, alltid ute efter att förbättra. Söker konkurrens och andra områden som kan utnyttjas.

Känner sig skyldig över att tjäna en "för stor" provision vid en försäljning, tror inte sig själv förtjäna att tjäna "mycket" pengar, känner hög grad av empati för potentiella kunder när de klagar på att "priset är för högt".

**BEGREPP OM PENGAR**

48%

Ser det som en hälsosam ansträngning att tjäna pengar. Tycker att pengar är endast en ersättning för säljaktiviteter. Värderar sin egen tid och är inte rädd för att ta betalt för det.

Låter känslorna distrahera under säljprocessen. Sveps lätt med av den potentiella kundens löften; antaganden om den potentiella kundens avsikter baseras på positiva känslor.

**KÄNSLMÄSSIG OBJEKTIVITET**

67%

Behåller ett känslomässigt avstånd under säljprocessen, låter inte den potentiella kundens löften eller positiva uttalanden vara ett hinder för att genomföra sälj processen och ställa de rätta frågorna.

## **Sammanfattning av tankesätt**

Tankesätt är byggstenarna i de 18 kritiska kompetenserna för framgång inom försäljning. De är som grundläggande instinkter. De är sättet en person närmar sig problemlösning och övervinner utmaningar. Tankesätt är din överlevnadsmekanism.

### **Definition av attityder**

Vinna	Nå hela sin potential genom att se till att ingen eller ingenting hindrar en från att uppnå målet
Jägare	Nå sin fulla potential genom att vilja ha allt direkt
Uthållighet	Nå sin fulla potential genom att använda misslyckande som en anledning till att göra bättre nästa gång
Läsa av situationen	Nå den fulla potentialen genom att förstå hur andra ser på världen
Logik	Uppnå sin fulla potential genom att följa en plan, oavsett vad som händer
Hunger	Nå sin fulla potential genom att aldrig vara nöjd
Empati	Nå sin fulla potential genom att anknyta till människor och vinna deras förtroende
Socialt godkännande	Uppnå sin fulla potential genom att tillfredsställa andra människors behov
Ta kontroll	Uppnå sin fulla potential genom att inte vara beroende av någon annan
Nästa steg	Nå den fulla potentialen genom att kontinuerligt tänka på nästa steg
Hitta sanningen	Uppnå sin fulla potential genom att förstå alla aspekter som påverkar situationen
Påverkan	Nå sin fulla potential genom att övertyga andra



## Tabell, sammanfattning av tankesätt

Var och en av dina säljkompetenser är baserad på en till tre Tankesätt. Tabellen nedan visar hur dina Tankesätt skapar dina poäng för 18 Säljkompetenser. Vänligen kontakta din Säljcoach för att tolka Tankesätt inom försäljning och deras konsekvenser.

<b>Prospektering</b>	<b>57%</b>	<b>Aktivt Lyssnande</b>	<b>38%</b>
Nästa steg	99%	Hitta sanningen	67%
Påverkan	69%	Logik	42%
Hunger	94%	<b>Kritiskt Tänkan</b>	<b>48%</b>
<b>Kvalificering</b>	<b>38%</b>	Hunger	94%
Hitta sanningen	67%	Logik	42%
Läsa av situationen	67%	Läsa av situationen	67%
Jägare	83%	<b>Ambition och Initiativ</b>	<b>86%</b>
<b>Skapa Rapport</b>	<b>10%</b>	Ta kontroll	69%
Empati	10%	<b>Presentation</b>	<b>99%</b>
Läsa av situationen	67%	Påverkan	69%
<b>Processorientering</b>	<b>19%</b>	Logik	42%
Logik	42%	Ta kontroll	69%
<b>Målorientering</b>	<b>99%</b>	<b>Tidsplanering</b>	<b>57%</b>
Hunger	94%	Jägare	83%
Nästa steg	99%	Nästa steg	99%
<b>Bekräftelsebehov</b>	<b>10%</b>	Ta kontroll	69%
Socialt godkännande	10%	<b>Hantera Misslyckanden</b>	<b>99%</b>
Empati	10%	Uthållighet	99%
<b>Kontrollera säljprocess</b>	<b>67%</b>	Läsa av situationen	67%
Nästa steg	99%	<b>Bestämd Konkurrenskraft</b>	<b>99%</b>
Läsa av situationen	67%	Jägare	83%
Ta kontroll	69%	Uthållighet	99%
<b>Hantera Invändningar</b>	<b>99%</b>	<b>Begrepp om Pengar</b>	<b>48%</b>
Jägare	83%	Jägare	83%
Vinna	76%	Påverkan	69%
<b>Effektiva Frågor</b>	<b>57%</b>	Vinna	76%
Hitta sanningen	67%	<b>Känslomässig Objektivitet</b>	<b>67%</b>
Vinna	76%	Vinna	76%
		Jägare	83%



## UTVECKLINGSPLAN

### PROSPEKTERING

Definition: Aktiv sökning av nya potentiella kvalificerade kunder för att säkerställa att det alltid finns tillräckligt med möjligheter att skapa nya affärer. Exempel på prospekteringsaktiviteter är kalla samtal, fråga efter referenser, utveckla befintliga kalla lead och nätverka.

Motvilja mot att ringa potentiella kunder; tänker som en "JORDBRUKARE" och väntar på att möjligheter ska dyka upp. Fokuserar på att odla befintliga kunder för mer affärer.

#### PROSPEKTERING

57%

Driver aktivt nya affärer, tänker som en "JÄGARE" och tar ansvar för att hitta försäljningsmöjligheter.

Sam förstår att prospektering är en viktig del av hans försäljningsroll och en nödvändig aktivitet för att lyckas med försäljning. Men hen hittar ofta andra, viktigare uppgifter och aktiviteter att ta hand om. Sam planerar att prospektera senare men det slutar ofta med att hen inte spendera tillräckligt med tid på att leta efter nya affärsmöjligheter och kontakter. Hen har intentionen att prospektera mera i framtiden.

Att ringa kalla samtal är vanligtvis obehagligt för Sam. Även om hen ringer några kalla samtal spenderar hen mer tid på att planera sina samtal och undersöka ett prospekt än att faktiskt ringa kalla samtal. Om ett samtal är framgångsrikt och resulterar i ett möte, kallas det kalla samtalet ofta en framgång och aktiviteten avslutas. Sam blir lätt distraherad av andra, trevligare aktiviteter när hen ska ringa kalla samtal.

Sam föredrar att följa upp tidigare lead och möjligheter. Hen tenderar ofta att överskatta leadets kvalitet eller tror att tidpunkten helt enkelt är dålig just nu. Som ett resultat kan hen spendera för mycket tid på att jaga lead snarare än att skapa nya kontakter och utöka sitt nätverk. Eftersom upprepning av uppföljningsaktiviteter emellertid lönar sig uppmanas Sam att fortsätta göra det.

### Utvecklingsplan för Prospektering

- Skapa en detaljerad plan för dina dagliga aktiviteter och en vecko- och månadsplan för prospekteringsaktiviteter.
- Avsätt dagligen tid för prospektering i din kalender och förbind dig att konsekvent prospektera hela den tiden.
- Skjut inte upp. Var disciplinerad och håll fast vid din plan och låt inte andra uppgifter och ansvarsområden bli viktigare.
- Utveckla ständigt dina kunskaper och din taktik för att öka framgången i dina prospekteringsaktiviteter. När du blir mer effektiv i prospektering kommer det att bli enklare och du blir mer framgångsrik.
- Spendera inte för mycket tid på dina befintliga lead. Utvärdera objektivet om de fortfarande är värda att spendera tid på. Om inte, slösa inte mer tid på dem och fokusera istället på att utöka ditt nätverk av kontakter och prospekt.
- Var långsiktig och ge inte upp. Om du är disciplinerad med dina kalla samtal och prospekteringsaktiviteter, kommer du att upptäcka att du kommer att få fler referenser och att bygga upp din kundbas blir enklare.

### NOTERINGAR

---



---



---

## KVALIFICERING

Definition: Den systematiska processen att noggrant verifiera om en potentiell kund är villig och kan köpa eller inte.

Mycket angelägen att presentera och ge bort information, oavsett om det är lämpligt för den potentiella kundens situation eller inte. Försöker att avsluta affären för snabbt och glömmer ofta att ta sig tid eller anstränga sig för att presentera en lämplig affärsmodell för en potentiell kund.

### KVALIFICERING

38%

Villig att engagera sig i en avsiktlig process att ifrågasätta och lyssna för att avgöra om den potentiella kunden är bra för affärerna och sannolik att köpa innan presentation eller förslag.

För närvarande är Sam angelägen om att börja presentera sin lösning utan att först ta reda på om den passar bra för den potentiella kundens situation. Hen tror att om hen ger mycket information om sin lösning, kommer de potentiella kunderna att köpa när de förstår alla värdefulla fördelar den ger. Hen behöver bara presentera dem på ett övertygande och engagerande sätt för de potentiella kunderna. Hen tror att när den potentiella kunden frågar efter ett förslag finns det en god chans att det blir en försäljning och använder ivrigt tid för att förbereda den.

För närvarande kan Sam glömma att ställa frågor som avslöjar den potentiella kundens behov och situation. Hen undviker ofta att ställa frågor om pengar och hur köpbeslut fattas, eftersom det är mer bekvämt att anta att potentiella kunderna har pengar för att kunna köpa och kan fatta besluten själva. Hen tror att, genom att ställa tuffa frågor, får hen de potentiella kunderna att känna sig obekväma och mindre villiga att köpa. Hen misslyckas också med att hjälpa till med att upptäcka tidigare okända skäl till varför deras lösning faktiskt är önskvärd eller till och med nödvändig.

Som ett resultat av detta fortsätter Sam ofta att presentera och ge förslag även när hans lösning inte passar och en försäljning inte kommer att ske. Detta är särskilt sant om den potentiella kunden verkar vara engagerad i diskussionen. Hen tror att detta gör att de potentiella kunderna är kvalificerade att köpa och kommer fortsätta att försöka avsluta affären när hen i praktiken slösar bort tid, som kan användas åt annat.

### Utvecklingsplan för Kvalificering

- Kom ihåg och acceptera att inte alla potentiella kunder är lämpliga köpare och att det är acceptabelt att låta den potentiella kunden veta att din lösning inte passar.
- Inse att presentation av lösningar för tidigt faktiskt skapar ett hinder för att avsluta försäljningen. Lär dig att övervinna frestelsen att börja presentera.
- Skapa en vana att ställa effektiva, avslöjande frågor för att förstå om det verkligen är lämpligt att göra affärer. Om inte, acceptera det, avsluta och fortsätt vidare till andra potentiella kunder.
- Förväxla inte en engagerad diskussion med ett verkligt intresse för din lösning. Utveckla ett förråd av utforskande frågor som beskriver den potentiella kundens verkliga behov och som realistiskt bedömer om det finns en möjlighet till affär.
- Lär dig att bli mer bekväm med att prata om pengar och om hur potentiella kunder gör köpbeslut för att kunna ta reda på om de har pengar och kan fatta beslutet om köp.
- Tillåt inte din önskan eller ditt behov av att avsluta affären stå i vägen för din bedömning när du utvärderar om de potentiella kunderna är kvalificerade för att köpa.

### NOTERINGAR

## SKAPA RAPPORT

Definition: Skapa, utveckla och upprätthålla en öppen och tillitsfull stämning för ärlig kommunikation och informationsutbyte.

Är inte inriktad på att bygga förtroende, verkar självcentrerad eller självorienterad; undviker förtroelighet och finner det svårt att vara genuint intresserad av den potentiella kundens behov eller välbefinnande. Kan vara blyg.

### SKAPA RAPPORT

10%

Ha förmåga att snabbt skapa tillit och rapport med potentiella kunder. Justera sin egen personlighetsstil utifrån den potentiella kunden för att skapa en känsla av otvungenhet.

För närvarande har Sam inte fokus på att skapa förtroende med de potentiella kunderna, eftersom hen verkar vara primärt inriktad på sina egna mål och intressen. Hen verkar inte vara riktigt intresserad av vad potentiella kunder har att säga. Som ett resultat av detta kan potentiella kunder uppfatta Sam som ytlig och som bara en säljare i mängden som försöker sälja något. Detta får de potentiella kunderna att vara mer på sin vakt och försiktiga med vad som ska berättas.

Sam föredrar att använda samma tillvägagångssätt och kommunikationsstil med nästan alla potentiella kunder, eftersom det är mest naturligt och bekvämt för hen. Detta gör det möjligt för hen att fokusera på vad man ska säga snarare än hur man säger det. Tyvärr fungerar denna stil bara bra med potentiella kunder som delar hens kommunikationsstil. Andra tycker det är något utmanande att interagera med Sam. Stilskillnaden mellan Sam och den potentiella kunden blir ett hinder för öppen och tillförlitlig kommunikation.

På grund av ovanstående kan Sam framstå självcentrerad och mer intresserad av att avsluta affären än att lösa den potentiella kundens problem. Detta gör det svårt för den potentiella kunden att fritt dela med sig av sina riktiga problem och utmaningar. De potentiella kunderna kan oro sig för att det senare kan användas mot dem. Därför kan det vara svårt för Sam att avslöja den potentiella kundens verkliga behov och önskemål och försöka koppla ihop dem med effektiva lösningar.

### Utvecklingsplan för Skapa Rapport

- Acceptera att alla potentiella kunder är olika och unika och du kan inte upprepa samma tillvägagångssätt med alla och förvänta dig att lyckas.
- Gör en medveten och ihärdig ansträngning att fokusera på potentiella kunder och deras behov. Lyssna aktivt på dem. Prata mindre om du är utåtriktad. Prata mer om du är reserverad.
- Identifiera din naturliga kommunikationsstil och stilpreferenser. Bli bekant med och acceptera dina styrkor och utvecklingsområden. Bli medveten om dina blinda fläckar.
- Lär dig hur du kan identifiera potentiella kunders stilpreferenser: hur de föredrar att kommunicera, hur mycket och vilken typ av information de föredrar, hur de fattar beslut etc. Anpassa din stil i enlighet med detta för att skapa en omgivning med tillit och öppen kommunikation.
- Uttryck ditt äkta intresse för potentiella kunder och deras situation. Försök inte att imponera på dem genom dina prestationer och/eller din betydelse.
- Fokusera på att lösa den potentiella kundens problem och frågeställningar, inte att avsluta affären.

### NOTERINGAR

---



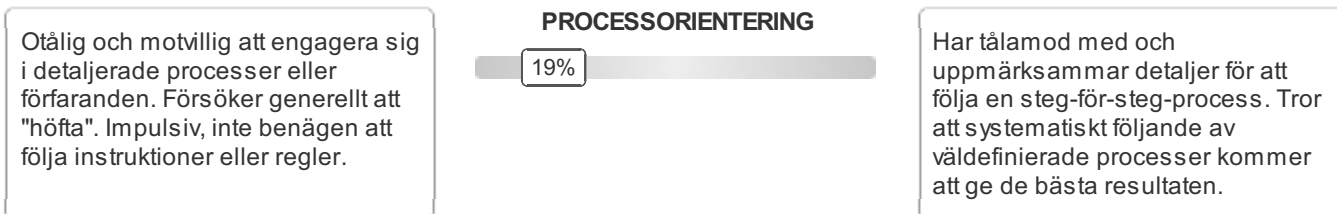
---



---

## PROCESSORIENTERING

Definition: Plikttroget och flitigt följande av en systematisk säljprocess för att öka säljinsatsernas framgång.



För närvarande verkar Samtro att försäljning är mer en konstform än en vetenskap och att säljare är födda och inte skapade. Som ett resultat tenderar hen att förlita sig på hens instinkter, erfarenheter och personlighet för att avsluta affären och vinna över potentiella kunder. Regler, instruktioner och processer är till för säljare som inte har den naturliga talangen att lyckas med försäljning.

Sam gillar inte att bli tillsagd hur hen säljer eller begränsas av processer. Hen har trots allt lyckats i försäljningen genom att effektivt kunna påverka och motivera de potentiella kunderna. Sam anser också att alla säljmöten är olika eftersom varje potentiell kund är unik och deras behov är olika. En säljprocess skulle bara vara i vägen och begränsa hens förmåga att vara flexibel och kunna avsluta affären.

För närvarande tenderar Sam att vara otålig, fokuserar inte så mycket på detaljer och är något impulsiv. Hen föredrar att fokusera mer på den stora bilden och på det yttersta målet att avsluta affären. Hen tror att de bästa säljarna avslutar affären utan en detaljerad plan. Som ett resultat av det söker hen vanligtvis det snabbaste sättet att ta sig från början till slut och är mer intresserad av slutresultatet än processen dit.

### Utvecklingsplan för Processorientering

- Se försäljning som ett respekterat yrke där de bästa aktörer kontinuerligt utvecklar och övar på sina färdigheter. Inse att professionella säljare inte "höftar till det" utan har disciplin att använda en process för att uppnå framgångsrika resultat.
- Börja använda en säljprocess som du tror på. Var uppmärksam på detaljerna och ta inga genvägar.
- Förstå och acceptera att du måste lära dig att följa en säljprocess om du vill förbättra dina framgångar och vara bättre än andra säljare.
- Engagera dig i att ständigt och outtröttligt förbättra din kompetens i att använda säljprocessen genom att studera och öva på den.
- Acceptera att det tar tid och ansträngning att utveckla en tillräcklig förmåga att använda processen. Ha tålamod, fortsätt att öva och lita på att följandet av processen kommer att öka din framgång.
- Bli inte alltför kreativ och instinktiv när du provar på olika sätt att avsluta affären så fort som möjligt.

### NOTERINGAR

---

---

---

---

---

---

---

---

## MÅLORIENTERING

Definition: Benägenhet för utveckling och demonstration av förmåga att uppnå högre nivåer av prestation och framgång.

Tycker om att leva i nuet utan att kontinuerligt driva mot en högre nivå av prestation, lätt nöjd med status quo när det gäller personlig prestation och inkomstnivå.

### MÅLORIENTERING

99%

Strävar mycket ivrigt efter mål och högre prestationsnivåer. Sätter höga mål och planerar nödvändiga aktiviteter för att uppnå målen. Sällan nöjd med den egna nuvarande prestationsnivån.

Sam är en mycket målorienterad individ. Hen är fast övertygad om att krävande mål säkerställer högre prestation. Hen fastställer både professionella och personliga mål och definierar de specifika aktiviteter som krävs för att uppnå dem. Sam har troligen skrivna mål och bryter ned dem ofta till detaljerade dagliga beteenden för att uppnå dem så snart som möjligt.

Sam är sällan nöjd med sin nuvarande prestationsnivå och blir ibland frustrerad över sin utveckling. Medan hen tror på att belöna sig för att uppnå sina mål tror hen också att hen alltid kan och borde göra bättre. Som ett resultat sätter hen högre och högre mål för sig själv för att nå ännu större framgångsnivåer. Sam delar ofta med sig av sina mål med andra för att skapa ansvar för att uppnå dem. Hen vill inte erkänna för andra att hen har misslyckats eller visa sig otillräcklig.

Sam förstår att det inte blir lätt att uppnå hens ambitiösa mål. Hen vet att hinder och störningar alltid kommer att dyka upp. Hen är dock fast besluten om att lyckas och strävar ivrigt efter sina mål. Hen vet att uppnåendet av hens mål är beroende av hens ansträngningar och självdisciplin. Hen tror inte på tur eller gynnsamma tillfälligheter och kommer inte att ge upp vid motgång.

### Utvecklingsplan för Målorientering

- Fortsätt att konsekvent sätta utmanande mål medan du njuter av att ha uppnått dina tidigare mål. Tillåt inte tillfälliga bakslag eller motgångar att avskräcka dig eller minska dina ansträngningar. Se dem snarare som möjligheter att göra dig starkare och mer beslutsam att lyckas.
- Var inte för hård mot dig själv. Ibland kommer du inte att nå ett mål. Ta djupt andetag, släpp det och gå vidare.
- Se till att du kommer ihåg att belöna dig själv och njuta av dina uppfyllda mål. Avfärda inte ansträngningarna och uppoffringarna du gjorde för att nå dem.
- Glöm inte att balansera professionella mål med personliga mål för att upprätthålla en sund balans för hållbar framgång.
- Bli inte för strikt med dina mål. När andra variabler och dina prioriteringar ändras, var flexibel och anpassa dina mål i enlighet med detta.
- Gå inte vilse i detaljerna i enstaka mål. Håll koll på den stora bilden.

### NOTERINGAR

---



---



---



---



---

### BEKRÄFTELSEBEHOV

Definition: Behov av att bli omtyckt och accepterad av andra människor för att må bra själv. När individen har behov av godkännande, tenderar hen att värdera andras övertygelser, åsikter och behov före sina egna.



Sam är en självsäker individ som kan skilja på sitt eget värde och hur andra människor uppfattar hen. Hen fokuserar inte eller spenderar inte tid på att överväga huruvida andra människor gillar hen. Hen är "hälsosamt självcentrerad" och ser till att hen kan nå sina egna mål utan att skada andra.

Sam kan vara artig men kan också vara bestämd och krävande. Hen är inriktad på att uppnå det önskade resultatet av att avsluta affären och spenderar inte tid eller oro på om hen "ogillas" som ett resultat av hens handlingar. Hen har ett hälsosamt självförtroende och påverkas inte av om de potentiella kunderna gillar dem eller inte. På grund av detta kan den potentiella kunden uppfatta hen som arrogant.

Sam söker inte godkännande från andra för att få sina känslomässiga behov uppfyllda. Hen ser försäljning som en affärsverksamhet där hen interagerar med potentiella kunder på ett jämlikt affärsmässigt plan . Sam tar inte till olämpliga åtgärder såsom rabatter eller särskilda betalnings- eller leveransvillkor för att se till att de potentiella kunderna kommer att uppfatta hen mer fördelaktigt.

### Utvecklingsplan för Bekräftelsebehov

- Fortsätt att lämna din komfortzon genom att vägra falla för frestelsen att bli omtyckt av andra. Men var försiktig så att du inte blir så avståndstagande i ditt beteende att det påverkar ditt personliga liv och dina relationer negativt.
- Kom ihåg att behålla fokus på att förtjäna de potentiella kundernas respekt och inte deras godkännande.
- Var uppmärksam på att inte framstå som för självsäker, icke-omsorgsfull, kall eller arrogant.
- Inse att ibland kan kortsiktiga eftergifter leda till mer betydande långsiktiga vinster.
- Bli inte för stel och oflexibel i ditt tillvägagångssätt så att du inte uppfattas högragen eller självcentrerad.
- Förbise eller misslyckas inte med att identifiera de potentiella kundernas känslor.

### NOTERINGAR

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## KONTROLLERA SÄLJPROCESS

Definition: Tar aktivt ansvar för varje steg i försäljningen genom att tydligt definiera och godkänna alla steg och möjliga resultat med potentiell kund. Syftet är att stödja potentiell kund mot ett beslut.

Villig att låta en potentiell kund styra mötet. Tillåter andra att ta hand om processen, driver iväg från sin egen plan eller föredrar att fortsätta utan en. Har utmaningar med att hålla säljprocessen på rätt spår.

### KONTROLLERA SÄLJPROCESS

67%

Att vara villig och kunna ställa villkor för ett möte, beskriva processen för en potentiell kund och ange potentiella resultat och sedan kunna styra samtalet försiktigt.

Sam går in på säljmöten med en ganska klar uppfattning om vad hen vill uppnå. Det ultimata målet är alltid att få till ett avslut. Hen har tillräckligt med erfarenhet för att förutse hur säljsamtalet kommer att fortskrida och vilka ämnen som kommer att diskuteras. Vanligtvis kan hen relatera bra till potentiella kunder vilket hjälper till att få igång säljsamtalen.

Sam kan vara lagom bestämd i säljsamtalet. Hen ställer frågor, pratar om problemen och presenterar lösningar. Det finns dock vanligtvis ingen helt tydlig plan. Sam och den potentiella kunden misslyckas dock nästan alltid med att komma överens om hur säljprocessen ska gå vidare och exakt vad nästa steg kommer att vara efter mötet.

I slutet av säljmötet finns det ibland en känsla av osäkerhet om vad som ska hända härnäst och Sam försöker på något sätt lösa det. Ibland fungerar det och säljprocessen går vidare, även om den brukar gå vidare utan en specifik plan. Men vid andra tillfällen tar den potentiella kunden kommandot och informerar Sam om att de kommer att fatta ett beslut senare. Sam lämnas oviss om vad som händer härnäst. Hen tvingas in ett uppföljningsläge.

### Utvecklingsplan för Kontrollera säljprocess

- Ha en tydlig plan på vad du ska uppnå under säljsamtalet. Ge dig inte in ett samtal med ett för vagt mål om att "göra ett avslut".
- Förbered dig för varje säljsamtal. Fastna inte i din komfortzon där du känner att du är redo för samtalet baserat enbart på dina erfarenheter.
- Se till att du alltid sätter upp och håller dig till dagordningen med den potentiella kunden, inklusive tidsparametrar och möjliga resultat.
- Bli inte distraherad av intressanta samtal. Samtidigt som du vill fokusera på den potentiella kunden, låt dem inte ta över mötet genom att bli engagerad i oväsentliga ämnen.
- Var artig bestämd för att behålla kontrollen på säljsamtalet så att det går vidare mot nästa steg i processen.
- Se till att det finns ett tydligt beslut kring nästa steg i slutet av varje säljsamtal så att det inte finns någon oklarhet om vad som ska hända härnäst.

### NOTERINGAR

---



---



---



---



---



## HANTERA INVÄNDNINGAR

Definition: Effektivt hantera uttalanden eller frågor som innebär en ovilja att köpa för närvarande.

Motvillig att utmana den potentiella kundens uttalade invändningar. Inte bestämd, tycker det är svårt att bygga ett effektivt argument på varför förhållningar eller invändningar kanske inte är giltiga eller kanske inte är "det verkliga problemet". Accepterar enkelt den potentiella kundens förhållande och "ger upp".

### HANTERA INVÄNDNINGAR

99%

Ser förhållningar och invändningar som en möjlighet att vara artigt bestämd och ställa frågor som skapar självinsikt och får den potentiella kunden att själv hantera sina egna invändningar.

Sam förstår att fördröjningar och invändningar är en del av säljprocessen. Fördröjningar och invändningar hotar inte hen. Istället ser hen dem som en möjlighet att vara artigt bestämd och ställer istället självinventerande frågor till den potentiella kunden för att få kunden att själv effektivt hantera sina egna invändningar.

När en potentiell kund förhalar eller invänder påverkas inte Sam utan accepterar en invändning som en anledning att gå vidare. Hen kan hålla sig lugn och försöker inte omedelbart möta invändningen med ett övertygande svar. Istället vill och kan hen ställa effektiva frågor för att avgöra om invändningen i själva verket är ett verkligt problem eller inte. Som ett resultat kan hen upptäcka de faktiska problemen och utifrån dem ha en bättre position att koppla de befintliga lösningarna till de faktiska problemen.

Slutligen ser Sam invändningar som ett tecken på engagemang och som en förväntad del av försäljningen. Faktum är att om den potentiella kunden inte säger emot blir Sam bekymrad eftersom det innebär att den potentiella kunden inte är engagerad. Hen inser också att invändningar ofta är ett tecken på missförstånd av problem eller andra områden. Hen hanterar dem så att säljprocessen går framåt.

### Utvecklingsplan för Hantera Invändningar

- Lär dig att skilja på riktiga invändningar och tecken på engagemang. Om du missuppfattar situationen kan det leda till ett verkligt problem senare i säljsamtalet.
- Var försiktig så att du inte är för rak i dina frågor när du svarar på den potentiella kundens invändningar.
- Utvärdera noggrant om det är lämpligt att ställa frågor när den potentiella kunden säger emot. Ibland är det mycket bättre att svara på frågan.
- Undvik att verka för säker, smidig och slipad när du hanterar hinder och invändningar. Det kan göra den potentiella kunden mera vaksam och mindre benägen att dela med sig av sina verkliga utmaningar.
- Kom ihåg att när du avslöjar den potentiella kundens verkliga anledningar till invändningar, måste du nästan alltid fråga mer än en fråga.
- Påminn dig om att alltid hantera de verkliga orsakerna till invändningarna och de faktiska problemen som den potentiella kunden har. Ibland är inte den potentiella kunden tydlig med vilka de är.

### NOTERINGAR

---



---



---



---



---

## EFFEKTIVA FRÅGOR

Definition: Ett strukturerat och effektivt sätt att använda väl genomtänkta frågor för att belysa den potentiella kundens verkliga problem och utmaningar. Frågor används inte bara för att hjälpa potentiella kunder att dela med sig av viktig och nödvändig information för att säkerställa om lösningen kan lösa deras problem, utan också för att hjälpa dem att själva upptäcka tidigare oidentifierade problem.

Tror att frågor är "påträngande" och att man inte borde fråga för många. Skapar inte ett strukturerat sätt att ställa frågor. Faller lätt in i "demonstrations" -läget.

### EFFEKTIVA FRÅGOR

57%

Skapar ett strukturerat system av frågor för att "diagnostisera" den potentiella kundens situation och bestämma sannolikheten för en matchning mellan den potentiella kundens behov och säljarens produkt eller tjänst.

Sam förstår att frågor är ett effektivt och nödvändigt säljverktyg. Hen ställer dem bekvämt och använder dem för att föra säljprocessen vidare. Dessutom tror hen inte att frågor är olämpliga eller påträngande. Detta återspeglas i hur hen lugnt och säkert ställer frågor och den potentiella kunden känner sig bekväm i att svara.

Dock misslyckas Sam ofta med att använda följdfrågor för att gå djupare än de första svaren. Hen accepterar enkelt det första svaret och inser inte att det nästan alltid finns fler och viktigare frågor att upptäcka. I stället för att använda en strukturerad serie av frågor är hen alltför frestad av att använda de inledande svaren som grund för sin presentation. Som ett resultat av det börjar hen ibland presentera lösningar för tidigt och tar itu med antingen fel utmaningar eller missar de mest kritiska problemen. Därför förloras säljmöjligheter i onödan.

Sam har sannolikt inte spenderat tid för att noggrant utveckla och strukturera frågor för olika situationer. Hen kommer sannolikt att ha en standardlista av frågor som hen använder under säljsamtalen. Medan många av dem är avslöjande och hjälpsamma för att upptäcka de ytligaste problemen, misslyckas hen med att analysera den potentiella kunden på en djupare, mer personlig och känslomässig nivå. Därför kan hen inte ta itu med de mest brådskande problemen senare i försäljningen.

### Utvecklingsplan för Effektiva Frågor

- Undvik frestelsen att börja presentera din lösning för tidigt, även om din potentiella kund har svarat på ett sätt som indikerar att din lösning passar.
- Säkerställ att du inte glömmet att ställa följdfrågor för att upptäcka djupare och mer betydelsefulla utmaningar och problem.
- Utveckla ett strukturerat frågebatteri som hjälper potentiella kunder att upptäcka problem som de inte har hanterat tidigare.
- Granska dina frågor effektivt när du går igenom ditt säljsamtal i efterhand. Dokumentera vilka frågor som fungerade bra och vilka som inte gjorde det. Justera dina frågor inför framtida samtal.
- Öva regelbundet dina frågor genom rollspel för att utveckla dig i att bli bättre och bekvämare med att upptäcka djupare orsaker till den potentiella kundens problem.
- Lär dig att använda den potentiella kundens uttalanden och svar som en möjlighet till att följa upp med mer avslöjande frågor. Frågorna kan hjälpa till att upptäcka mer betydelsefulla problem som den potentiella kunden kan undvika att avslöja.

### NOTERINGAR

---



---

**AKTIVT LYSSNANDE**

Definition: Att aktivt höra och uttryckligen försöka förstå meningen i den potentiella kundens kommunikation.

Lätt distraherad vid försök att lyssna. Formulerar svar i huvudet medan andra talar. Tappar fokus på vad andra säger när de inte är intresserade.

**AKTIVT LYSSNANDE**

38%

Anstränger sig för att verkligen förstå vad den andra personen försöker kommunicera. Fokuserar inte endast på det som "hörs" utan även på ord, tonalitet och kroppsspråk.

För närvarande fokuserar inte Sam på att lyssna på de potentiella kunderna. Hen distraheras lätt. Följaktligen fokuserar hen inte på vad den potentiella kunden försöker kommunicera. Dessutom slutar hen ofta att lyssna när hen blir ointresserad, trött eller helt enkelt distraherad.

Sam hör ofta den potentiella kunden säga något som uppmanar hen att börja formulera lösningar eller svar. I dessa situationer slutar hen att lyssna aktivt och kommer sannolikt att missa ytterligare värdefull information. Dessutom kan hen avbryta den potentiella kunden och börja prata för mycket och till slut ta över säljsamtalet. Ibland frågar hen också frågor som kräver att den potentiella kunden upprepar det som redan har sagts.

I situationer där den potentiella kunden blir medveten om att Sam inte lyssnar aktivt kan de bli frustrerade eller till och med upprörda. Det finns en fara att de kan känna att deras problem och utmaningar inte är så viktiga eller att Sam inte är intresserad av dem som person. Detta bryter rapport och bidrar inte till att skapa en atmosfär för öppen kommunikation eller en känsla av förtroende där den potentiella kunden känner sig bekväm att dela med sig av sina problem och utmaningar. Som ett resultat av detta börjar kunden bli oengagerad och försöker hitta ett sätt att avsluta mötet.

**Utvecklingsplan för Aktivt Lyssnande**

- Lär dig att fokusera på vad andra människor kommunicerar och låt inte dina egna åsikter, erfarenheter och kunskaper påverka det du hör.
- Kämpa emot att utveckla dina svar medan den potentiella kunden pratar. Fortsätt istället att lyssna uppmärksam.
- Ha som mål att verkligen förstå vad den potentiella kunden säger. Ställ effektiva frågor när du behöver ett förtydligande. Uppmärksamma icke-verbal kommunikation.
- Bekräfta din förståelse genom att sammanfatta och återberätta.
- Lär dig att inte avbryta eller avsluta den potentiella kundens tankar och idéer. Var tyst. Anteckna mycket.
- Uttryck ditt intresse och din uppmärksamhet med ögonkontakt och kroppsspråk.

**NOTERINGAR**


---



---



---



---



---



---



---



---

## KRITISKT TÄNKANDE

Definition: Den mentala processen att aktivt och skickligt conceptualisera, tillämpa, analysera och utvärdera information för att upptäcka om det finns samband mellan den potentiella kundens utmaningar och säljarens lösning.

Misslyckas ofta med att tillämpa aktuell kunskap för att lösa nya problem. Spenderar generellt lite tid åt problemlösning, vilket betyder att om svaret inte är uppenbart tydligt, saknas tålmod att använda logik eller slutledningsförmåga för att lösa problemet.

### KRITISKT TÄNKANDE

48%

Kunna tillämpa befintlig kunskap för att lösa nya problem. Att kunna avakta med att bedöma för att kontrollera betydelsen av ett förslag eller en åtgärd. Tar hänsyn till flera perspektiv.

Sam är vanligtvis bekväm i att hantera problem och tycker om att lösa dem. Hen njuter av processen att utveckla lösningar. Hen föredrar att lösa problem med hjälp av en beprövad och tillförlitlig metod baserad på tidigare framgångar. Ofta fungerar det bra, men ibland, när ett problem är annorlunda och unikt, kan Sam fastna i att försöka tvinga fram tidigare använda lösningar. I dessa situationer kan hen bli frustrerad och göra det svårare att skapa ett framgångsrikt avslut.

Eftersom Sam gillar att erbjuda lösningar på problemen, misslyckas hen ibland med att ta med den potentiella kunden i arbetet att utveckla dem. Som en följd av detta är den potentiella kunden inte känslomässigt involverad i lösningen och kan ha tvivel om dess genomförbarhet eller framgång även när den kan fungera bra. Men Sam brukar behålla sin entusiasm och föreslår inte endast lösningen, utan hjälper den potentiella kunden att upptäcka den för att få avslut och acceptans.

Ibland kommer Sam på en kreativ lösning på ett problem men börjar sedan gissa. Detta händer vanligtvis när lösningen är något annorlunda än den som Sam tidigare har utvecklat. När den potentiella kunden känner tvekan skapar det osäkerhet och ovisshet i lösningen. Den potentiella kunden kan också förlora förtroendet för att Sam förstår problemet. Som ett resultat av detta kan den potentiella kunden tvivla och vill ha längre betänketid. Detta kan stoppa försäljningen helt.

### Utvecklingsplan för Kritiskt Tänkande

- Undvik att tvinga på den potentiella kunden tidigare använda lösningar, även om de tidigare har fungerat framgångsrikt. Tänk på hur den här situationen är annorlunda och unik och närma dig den från en annan vinkel.
- Om du börjar känna dig frustrerad, uppmärksamma att detta minskar din förmåga att tänka kritiskt och din förmåga att utveckla svar på problemet. Lugna ner dig och saml dig.
- Bli inte överraskad senare i försäljningen genom att förbise relevanta problem och utmaningar. Säkerställ att den potentiella kundens problem har lösts.
- Inkludera den potentiella kunden i att utveckla lösningen. Kom ihåg att de kommer att sälja in effektiviteten till dig om de skapar den själva.
- KomPLICERA inte problemet eller lösningen. Om den potentiella kunden blir överväldigad kommer hen inte att fatta ett beslut.
- Utveckla ditt kritiska tänkande aktivt genom att träna din hjärna med läsning, problemlösning, hälsosam kost och motion. Ifrågasätt och utmana ständigt dina övertygelser, fördomar och antaganden.

### NOTERINGAR

---

## AMBITION OCH INITIATIV

Definition: Ambitionen att uppnå något eller nå framgång. Att ha motivationen, beslutsamheten och ett inre driv att kontinuerligt prestera på en högre nivå.

Väntar på att andra ska initiera åtgärder och få veta vad som ska göras. Försöker inte uppnå högre prestation. Har behov av handledning och riktning för att påbörja nya initiativ.

### AMBITION OCH INITIATIV

86%

Strävar ständigt efter att uppnå en högre nivå av prestation. Inväntar inte enbart att saker ska hända, tror det är upp till sig själv att bra saker händer.

Sam känner sig mycket sällan nöjd med sin nuvarande prestationsnivå eller framgång. Hen tror starkt att hen alltid kan göra bättre och strävar därför alltid efter att uppnå högre nivåer av prestation. Hen tror på sig själv och hens förmåga att bli mer framgångsrik. Dessutom anser Sam att det är helt upp till hen att saker ska ske och framgång ska uppstå.

Sam tror inte att världen är skyldigt hen någonting. I stället tar hen fullt ansvar för sin nuvarande situation i livet. Hen ser sig inte som ett offer och tror att det är hens fulla ansvar att agera för att situationen ska bli bättre. Som ett resultat vidtar hen avgörande åtgärder för att uppnå sina mål.

Sam känner sig inte bekväm med status quo även om hen lyckas och saker går bra. I stället tror hen att hen alltid kan utvecklas och prestera bättre och uppnå högre nivåer av framgång. Hen känner att hen alltid behöver leta efter mer effektiva och bättre sätt att göra saker. Dessutom lämnar hen ständigt sin komfortzon för att hen ska fortsätta att uppnå högre prestationer.

### Utvecklingsplan för Ambition och Initiativ

- Se till att du behåller balansen i ditt liv. Fokusera inte på vissa aspekter i det, det skapar obalans och blir inte hållbart.
- Bli inte alltför självcentrerad eller fokuserad på dina mål.
- Förbise eller ignorera inte andra och vad de kan göra för att hjälpa dig att lyckas. Bli inte för otålig, arrogant och okänslig.
- Glöm inte att fira framgångar. Njut av dina prestationer.
- Låt inte ändamålet helga medlen.
- Behåll en hälsosam livsstil genom att träna, äta gott och få tillräckligt med vila. Du kommer att uppnå högre nivåer av framgång om du har den långsiktiga fysiska och mentala uthålligheten.

### NOTERINGAR

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## PRESENTATION

Definition: Att skickligt och övertygande kommunicera den föreslagna lösningens effektivitet som en lösning på den potentiella kundens problem.



Sam gör effektiva presentationer. Hen kan engagera den potentiella kunden och behålla dennes uppmärksamhet väl. Hen utövar en god kommunikationsförmåga, ställer insiktsfulla frågor och använder slående och dramatiska presentationstekniker. Sam kan läsa av den potentiella kunden och utvärderar ständigt hur bra presentationen går. Hen gör nödvändiga justeringar när det behövs för att uppnå ett framgångsrikt resultat.

Sam uppfattar varje presentation som unik och använder inte samma presentation varje gång och på samma sätt. Till följd av detta förbereder hen sig noggrant för varje presentation och har självdisciplinen att inte improvisera även när hen tror att hen kan det. Följaktligen har hens presentationer en effektiv struktur och ett effektivt innehåll som är värdefullt för varje potentiell kund och som säkerställer interaktion och framsteg i säljprocessen.

Slutligen kommer Sam inte in på sidospår och börjar presentera irrelevanta ämnen. Hen håller sig till ämnet för att behålla uppmärksamheten och engagemanget hos den potentiella kunden. När det finns flera personer närvarande, gör hen sitt bästa för att alla ska vara involverade. Sam avslutar presentationen med en tydlig överenskommelse om nästa steg och säkerställer att det inte finns någon tvetydighet om de beslut som fattats.

### Utvecklingsplan för Presentation

- Var försiktig så att du inte uppfattas som så slipad att du skapar misstro eller till och med avundsjuka.
- Var försiktig så att du inte låter din grundliga förberedelse få dig att framstå som för stel.
- Var försiktig så att du inte överdriver din förberedelse så att du inte uppfattas som för osmidig.
- Överkomplicera inte saker och försök inte att imponera med din expertis. Fokusera på att förmedla budskapet tydligt och effektivt.
- Utvärdera hur mycket förberedelse som krävs för att leverera en effektiv presentation. Slösa inte bort tiden på att förbereda för mycket.
- Behåll fokus på slutmålet och låt inte rampljuset förloda och distrahera dig.

### NOTERINGAR

---



---



---



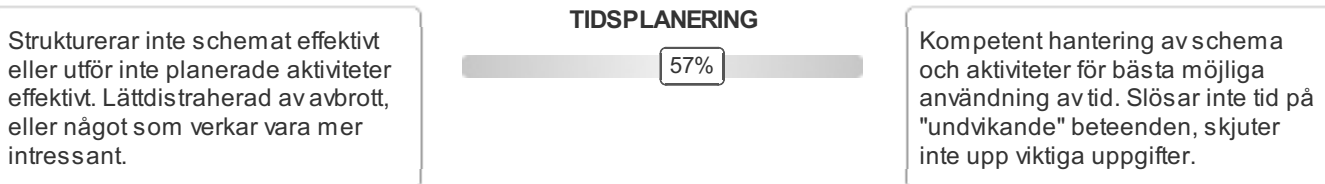
---



---

## TIDSPLANERING

Definition: Förmåga att använda sin tid effektivt eller produktivt, särskilt på arbetet. En process att organisera och planera hur man effektivt delar upp tiden mellan specifika säljaktiviteter.



Sam hanterar tiden ganska bra. Hen är samvetsgrann om hur hen spenderar den och försöker använda tiden klokt. Hen planerar de flesta aktiviteter för att säkerställa att hen inte missar möten och planerar vanligtvis tid för aktiviteter som nätverkande, prospektering och kalla samtal. Sam försöker också följa ett schema för personliga aktiviteter.

Sam har svårt att ta hand om tråkiga eller vardagliga uppgifter och aktiviteter. I stället för att ta hand om dem när de är planerade, förhalar hen och riktar sin uppmärksamhet mot andra sysslor och bestämmer sig för att ta hand om dem senare. Ibland fortsätter hen att undvika dessa aktiviteter tills de visar sig i hens kalender igen. Dessa uppgifter skapar emellertid en distraktion för Sam och påverkar hens effektivitet.

Vanligtvis klarar Sam av att hålla undan distraktioner. Men hen har dagar då hen har svårt att vara konsekvent fokuserad och blir frestad av mer intressanta eller roliga aktiviteter. Hen kan rationalisera detta beteende eftersom hen vet att hen vanligtvis är ganska ambitiös med att hantera tiden. Vanligtvis är Sam ganska bra på att exakt beräkna hur lång tid de olika aktiviteterna kommer att ta och det hjälper hen att planera sitt schema relativt bra. Emellertid tenderar hen ibland att underskatta den tid som krävs och hen hamnar efter i schemat.

### Utvecklingsplan för Tidsplanering

- Utvärdera och skriv ner dina tankar om tidens värde. Detta kommer att hjälpa dig att förbli konsekvent när du använder din tid på ett klokt och produktivt sätt.
- Skapa en vana att inte tillåta dig att förhala tråkiga aktiviteter. Få dem färdiga när de är planerade så att du kan gå vidare till mer intressanta och roligare uppgifter.
- Bedöm realistiskt hur länge olika aktiviteter tar och planera dina aktiviteter utifrån det.
- Undvik att planera att göra uppgifter som inte är trevliga "på kvällen" eller "i helgen" när "inga distraktioner" kan störa. Gör dem när de är planerade.
- Fokusera på vad du gör just nu. Undvik att göra flera saker samtidigt.
- Planera även dina roliga aktiviteter och se till att göra dem enligt plan.

### NOTERINGAR

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## HANTERA MISSLYCKANDEN

Definition: Förmågan att återhämta sig efter motgångar och förluster samtidigt som man ökar styrkan och förmågan att bättre hantera motgångar.

Ser misslyckande endast som en negativ upplevelse. Ser inte misslyckanden som en chans att lära sig och förbättra. Motvillig att ta risker så att de inte leder till misslyckande.

### HANTERA MISSLYCKANDEN

99%

Ser misslyckande som ett tillfälligt tillstånd. Ser misstag som en chans att lära sig och förbättra sig. Vara villig att ta en risk för att förlora; för att kunna vinna. Att inte vara knuten till idén om säkerhet och trygghet i alla frågor.

Sam ser misslyckanden som en normal del av livet och som ett steg längs vägen till högre nivåer av framgång. Hen gräver inte ner sig i sina misslyckanden, utan försöker lära av dem och fortsätter sedan framåt. Samtidigt som Sam inte vill misslyckas förstår hen att misslyckanden är oundvikliga när man arbetar ambitiöst mot ambitiösa mål och högre prestationsnivåer. Hen förstår och accepterar att misslyckanden helt enkelt är en del av processen.

Sam är en risktagare och är övertygad om att man måste ta risker för att vinna och lyckas. Följaktligen söker hen inte i första hand säkerhet. Istället letar hen efter möjligheter att ta risker så att hen kan belönas för hens bestämda insatser och villighet att riskera att misslyckas eller förlora. Sam ser förluster som en del av att vinna på lång sikt.

Slutligen är Sam flexibel och reser sig snabbt efter ett misslyckande. Hen fortsätter där hen slutade och börjar återigen arbeta mot sina mål och sin förbättrade prestanda. När hen misslyckas blir hen också starkare och ännu mer bekväma med att hantera risker och motgångar. Hens erfarenheter hjälper hen att bli mer framgångsrik, flexibel och tuff.

### Utvecklingsplan för Hantera Misslyckanden

- Bli inte överdrivet självsäker i ditt riskupptagande. Utvärdera följderna av olika resultat och överväg medvetet om risken är värd det.
- Var försiktig med att anta att något är helt misslyckat så att du går vidare för tidigt. Utvärdera noggrant den verkliga situationen och överväg om du har misslyckats. Kanske finns det en möjlighet att återhämta sig och lyckas.
- Ta dig tillräckligt med tid att lära dig av misslyckanden så att du kan undvika dem i framtiden och bli ännu mer framgångsrik. Låt dig inte frestas att gå vidare för fort.
- Kom ihåg att regelbundet utvärdera resultaten av dina ansträngningar. Se till att du utför rätt saker för att bli mer framgångsrik.
- Investera i din fortlöpande professionella utveckling för att minska antalet misslyckanden och besvikelser.
- Undvik att bli så bekväm med misslyckanden att du inte störs av följderna och därmed undviker utveckling.

### NOTERINGAR

---



---



---



---

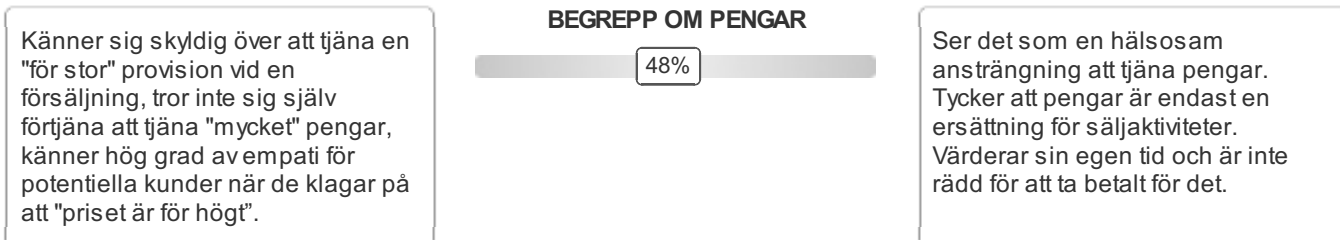


---



**BEGREPP OM PENGAR**

Definition: Mål och icke emotionella åsikter och övertygelser om pengar. Pengar ses som en obegränsad resurs som helt enkelt används för att mäta prestanda och för att få saker och en livsstil.



Sam gillar att tjäna pengar och är ganska motiverad av det. Hen tycker om att få provisioner och bonusar och tänker ofta på högre nivåer av ekonomisk framgång. Ibland visualiserar hen betydande inkomster och allt de kan ge. Hen känner emellertid ganska ofta att den i slutändan inte kan uppnås och kan bli omotiverad och upprörd med sin nuvarande nivå av monetär prestation. Då och då ersätts denna känsla av en tillfällig önskan att tjäna mer pengar som vanligtvis åtföljs av en ökad insats för att lyckas.

Sam anser att hen bör bli rättvist kompenserad för sin säljinsats. Hen tycker om att få stora provisioner, även om hen ibland känner sig lite skyldig när hen tänker på hur andra blir belönade. Sam tror att hens provision är hög jämfört med vad andra får, särskilt när hen tänker på det arbete och den insats som krävs.

Sam är ofta bekväm med att förbli bestämd vid prissättning. Men ibland har hen lite problem att prata om pengar, speciellt när hen arbetar med större potentiella kunder. När detta händer, tenderar Sam att anta att de potentiella kunderna anser att priset är för högt och förväntar sig rabatter även om det inte är fallet. I stället för att vara bestämd kan hen vänta och förlora inflytande i prissförhandlingar. Också antar hen då och då felaktigt att den potentiella kunden har samma syn på pengar och prissättning.

**Utvecklingsplan för Begrepp om Pengar**

- Fokusera mer på värdet än priset.
- Fortsätt att utvecklas som säljare genom att stärka din tro på ditt värde.
- Se dig själv som jämlik med dina potentiella kunder för att undvika att gå med på orimliga eftergifter.
- Fönya och stärk ditt koncept om pengar genom att frånga ekonomiska erbjudanden som inte ger bra ekonomisk avkastning.
- Om du inte tror på dig själv och att din lösning är värt priset kommer inte heller din potentiella kund tro på det. Arbeta med dina övertygelser.
- Hantera proaktivt invändningar om pengar genom att noggrant undersöka den potentiella kundens vilja och förmåga att köpa.

**NOTERINGAR**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## KÄNSLMÄSSIG OBJEKTIVITET

Definition: Förmågan att undvika att bli engagerad i säljprocessen med egna eller med den potentiella kundens känslor. Detta skyddar säljaren från att reagera emotionellt istället för objektivt och rationellt.

Låter känslorna distrahera under säljprocessen. Sveps lätt med av den potentiella kundens löften; antaganden om den potentiella kundens avsikter baseras på positiva känslor.

### KÄNSLMÄSSIG OBJEKTIVITET

67%

Behåller ett känslomässigt avstånd under säljprocessen, låter inte den potentiella kundens löften eller positiva uttalanden vara ett hinder för att genomföra sälj processen och ställa de rätta frågorna.

Vanligtvis kan Sam styra sina känslor under säljmötet. Hen gör ett medvetet försök att inte låta sina känslor ta över och låter dem inte distrahera hen från att vara närvarande och fokuserad på den potentiella kunden. Sam är tillräckligt klartänkt för att noggrant bedöma vad som händer och siktar på att ta de bästa besluten för att flytta säljprocessen framåt.

Emellertid tar känslorna ibland över för Sam, speciellt när hen inte har varit lika framgångsrik som vanligt i att avsluta affärer. Pressen att få affären gör det svårare för Sam att inte bli emotionellt involverad under säljmötet. Medan hen vanligtvis är medveten om när detta händer och försöker återfå sin kontroll av försäljningen, blir känslor en distraktion och förhindrar ett framgångsrikt resultat.

Vanligtvis har Sam disciplinen att testa den potentiella kundens allmänna påståenden för att klargöra de verkliga avsikterna. Hen kan även bortse positiva kommentarer eller försäkran och ställer istället frågor för att avslöja den verkliga situationen. Dock kan hen dra förhastade positiva slutsatser om nästa steg i försäljningen. I dessa situationer kan hen fatta sämre beslut och förlora kontrollen över försäljningen och eventuellt även förlora affären.

### Utvecklingsplan för Känslomässig Objektivitet

- Inse att du kanske inte är medveten om när du blir känslomässigt engagerad. Acceptera att du blir involverad emotionellt och lär dig att identifiera tecknen på när det händer.
- Utveckla dina färdigheter genom rollspel för att förbereda dig för situationer som kan få dig ur balans eller försätter dig i panik.
- Försök att göra gemensamma säljmöten med framgångsrika kollegor och gå igenom mötet i efterhand för att analysera hur dina känslor blir involverade.
- Fortsätt fokusera på den potentiella kunden istället för dina egna tankar, som kan distrahera dig under säljmötet.
- Var vaksam med entusiastiska potentiella kunder eftersom du lättare kan bli känslomässigt involverad och försämra din bedömning och ditt beslutsfattande. Glöm inte att utvärdera den potentiella kundens påståenden.
- Eliminera behovet av att komma till avslut genom att engagera dig i effektiv prospektering för att upprätthålla ett sunt arbetssätt.

### NOTERINGAR

---



---



---



---

## Ursäkt Index

Alla söker inte efter eller tycker om ett jobb inom försäljning. De som inte känner sig motiverade och tillfredsställda inom försäljning kan enkelt rikta sin uppmärksamhet mot andra uppgifter snarare än att bara fokusera på de potentiella kunderna och utveckla sin affärspotential. Frågeformuläret för FinxS Säljbedömning beräknar ett index för ursäkter genom att ge respondenten möjliga val som leder till att säljrelaterade aktiviteter undviks. Ju lägre sannolikhetsindex desto mera sannolikt är det att personen ignorerar icke säljrelaterade uppgifter och fokuserar istället på åtgärder som direkt producerar säljresultat.

**25%**

Sam Sample

## Frågor

I det här avsnittet hittar du frågor om 18 säljkompetenser för framgångsrik försäljning. Frågorna är utformade för att hjälpa dig och din säljcoach att skapa en plan för din framgång. Frågorna är inte generella. De är baserade på dina individuella poäng. Tänk igenom dina svar noggrant och skriv sedan ner dem. Du kanske vill börja först med de sektioner som du vill utveckla. Slutligen, granska och justera din utvecklingsplan regelbundet.

### **PROSPEKTERING**

- Vad frustrerar dig mest i prospektering?
- Ingen gillar att ringa kalla samtal. Hur övervinner du frestelsen att förhålla att genomföra dem?
- Vad gör du för att förbättra dina resultat i prospektering? Hur fungerar det för dig?

---

---

---

### **KVALIFICERING**

- Hur kan du kvalificera en potentiell kund bättre och varför skulle du göra det?
- När i säljprocessen tror du är den bästa tiden att presentera din produkt/tjänst?
- Hur avgör du när det är bäst att ge upp en potentiell kund?

---

---

---

### **SKAPA RAPPORT**

- Vilka är dina specifika kommunikationspreferenser och hur anpassar du dem med dina olika potentiella kunder?
- Vilka färdigheter behöver du utveckla för att bli bättre på att kommunicera med potentiella kunder?
- Är det mer utmanande för dig att skapa rapport med vissa potentiella kunder? När och varför händer detta?

---

---

---

**PROCESSORIENTERING**

- Vad behöver du göra för att förbättra dina färdigheter i att följa en säljprocess?
- Hur kan följandet av en säljprocess förbättra din framgång?
- Vad är det bästa sättet för dig att kontrollera säljprocessen?

---

---

---

**MÅLORIENTERING**

- Är du nöjd med ditt system med att sätta mål?
- Anser du att du är framgångsrik? Varför? Varför inte?
- Vad gör du för att säkerställa att du fortsätter förbättra din prestation?

---

---

---

**BEKRÄFTELSEBEHOV**

- Vad gör du för att upprätthålla en hälsosam självkänsla?
- Vad behöver du göra för att förbättra dina kunskaper och förmågor för att förbättra din affärsstatistik?
- Hur ska du förbättra din förmåga att uppmuntra potentiella kunder att vara öppnare med dig?

---

---

---



**KONTROLLERA SÄLJPROCESS**

- Många potentiella kunder vill ta kontroll över säljmötet. Vad måste du förbättra för att säkerställa att det inte händer?
- Vilka färdigheter behöver du utveckla för att säkerställa att du alltid får ett beslut i slutet av ett säljmöte?
- Vilka tekniker behöver du utveckla för att få bättre kontroll över säljmöten?

---

---

---

**HANTERA INVÄNDNINGAR**

- Vad behöver du förstå för att säkerställa att du hanterar de verkliga invändningarna?
- Vad behöver du ändra för att bli ännu effektivare på att övervinna invändningar?
- När du tränar på dina färdigheter, vilken typ av frågor ställer du för att avslöja de verkliga problemen? Ge några exempel.

---

---

---

**EFFEKTIVA FRÅGOR**

- Hur använder du den potentiella kundens frågor som en möjlighet till att fråga mer avslöjande frågor för att upptäcka de faktiska utmaningarna och problemen?
- Hur övar du på din frågeteknik för att bli mer skicklig på att avslöja viktig information?
- När du tränar på din frågeteknik genom rollspel, vilken typ av frågor tycker du är mer obekväma att ställa?

---

---

---

**AKTIVT LYSSNANDE**

- Hur kan du utvecklas för att förbättra din förmåga att fokusera och koncentrera dig på den potentiella kunden?
- Vad är ditt största utvecklingsområde för aktivt lyssnande? Har du någon gång tappat en affär på grund av den?
- Vilka färdigheter behöver du utveckla för att förbättra din icke verbala kommunikation?

---

---

---

**KRITISKT TÄNKANDE**

- När var den senaste gången som du förlorade en försäljning eftersom du inte kunde ansluta din lösning till den potentiella kundens problem på ett säljmöte? Hur stor var affären?
- Vilka taktiker behöver du lära dig för att ta med potentiella kunder i processen att hitta en lösning?
- Hur kan du förbättra din förmåga att snabbare utveckla effektiva lösningar?

---

---

---

**AMBITION OCH INITIATIV**

- Vad behöver du göra för att ta din prestation till nästa nivå?
- Tror du att du gör tillräckligt för att ha balans i ditt liv?
- Är du nöjd med din nuvarande framgångsnivå? Varför? Varför inte?

---

---

---

**PRESENTATION**

- Vad gör du för närvarande för att förbättra din presentationsförmåga och för att ligga före i konkurrensen?
- När du övar på dina presentationer med andra, vad är den vanligaste feedbacken du får om hur du kan bli bättre?
- Vilken presentationsteknik är din svagaste?

---

---

---

**TIDSPLANERING**

- Alla skulle kunna hantera sin tid mer effektivt. Vilka färdigheter behöver du för att hantera din tid bättre?
- Hur gör du flera uppgifter effektivt?
- Hur värdesätter du tid?

---

---

---

**HANTERA MISSLYCKANDEN**

- Vad gör du för att stärka din förmåga att hantera misslyckande?
- Hur vet du när du har misslyckats? Har du någonsin gett upp för tidigt?
- Hur mycket tid och ansträngning lägger du på din professionella utveckling?

---

---

---

**BESTÄMD KONKURRENSKRAFT**

- Vad gör du för att behålla din önskan att lyckas?
- Är du helt nöjd med din nuvarande nivå av professionell prestation?
- Vad behöver du göra annorlunda och bättre i framtiden för att bli en bättre tävlande i försäljningen?

---

---

---

**BEGREPP OM PENGAR**

- Vilken procentandel av dina kunder har priset som den viktigaste beslutsfaktorn?
- Vad behöver du jobba med för att vara mera bestämd när det gäller priset?
- Vad är det största hindret för dig att tjäna mera pengar?

---

---

---

**KÄNSLMÄSSIG OBJEKTIVITET**

- Vad behöver du förbättra för att undvika känslomässig inblandning under säljmöten?
- När du genomför rollspel, märker du när dina känslor blir involverade?
- Specifikt, vad gör du för att realistiskt bedöma vad nästa steg i säljprocessen kommer att vara?

---

---

---