



TTI  
SUCCESS  
INSIGHTS®

**Управление талантами -  
версия для специалистов по  
продажам**

Иван Иванович Иванов

АБВГД

29-4-2013



## ВВЕДЕНИЕ

**Исследования в области поведения указывают на то, что наибольшего успеха добиваются люди, которые знают самих себя, как свои сильные, так и слабые стороны. На основе этого они смогут разработать собственную стратегию поведения, позволяющую наилучшим образом соответствовать тем требованиям, которые к ним предъявляет среда.**

Поведение личности является ее неотъемлемой характеристикой. Другими словами, значительная часть нашего поведения является врожденной (исходит от нашей «природы»), а другая - зависит от воспитания. Это и есть универсальный язык наших поступков или наблюдаемое поведение человека.

**В данном отчете мы оцениваем четыре фактора поведения человека, а именно:**

- Как Вы реагируете на проблемы и трудности. (D - Доминирование)
- Как Вы влияете на других. (I - Влияние)
- Как Вы реагируете на изменения. (S - Постоянство)
- Как Вы реагируете на правила и процедуры, установленные другими. (C - Соответствие)

Предметом анализа данного отчета является стиль поведения, т.е. как человек выполняет то или иное действие. Является ли отчет верным на все 100%? И да и нет. Мы оцениваем только поведение. Наш отчет содержит достоверные утверждения, относящиеся к тем областям поведения, в которых можно наблюдать определенные тенденции. Вы можете свободно исключить любое утверждение из отчета, которое, на Ваш взгляд, не имеет к Вам прямого отношения, однако, рекомендуем предварительно посоветоваться с друзьями или коллегами по работе.

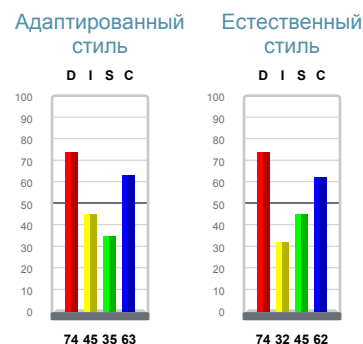




## ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ ПРОДАЖ (Продолжение)

более мягкими и уступчивыми продавцами. Во время презентации Иван Иванович предпочитает брать инициативу в разговоре с клиентом на себя. Он любит сразу же переходить к делу, что может смутить некоторых клиентов. Собственные жесты и мимика часто доставляют ему лишние трудности. Иван Иванович может производить впечатление слишком напористого и назойливого продавца, что некоторые покупатели рассматривают как нежелание выслушать их пожелания. Иван Иванович может пойти на конфронтацию с покупателем. Конфронтацию он воспринимает как вызов и редко от нее уклоняется. Отвечая на каждое возражение клиента, Иван Иванович старается убедить его в правильности своей точки зрения. Иногда это мешает заключить сделку.

Иван Иванович предпочитает работать с новыми клиентами, нежели обслуживать малоперспективных старых. При этом он может неверно оценивать потенциал и возможности некоторых своих клиентов. Заключая сделку, Иван Иванович склонен вести себя слишком напористо, что часто побуждает клиентов высказывать возражения, являющиеся скорее предлогом, чтобы не покупать товар или услугу, нежели реальными возражениями. Его естественный стиль ведения продажи эффективен при сотрудничестве с клиентами, действующими быстро и без проволочек. Такие клиенты ценят его умение переходить прямо к делу. Пытаясь заключить с клиентом сделку, Иван Иванович часто ведет себя слишком прямолинейно, что может вызвать негативные чувства у некоторых покупателей. Такое поведение может отпугнуть педантичных клиентов. Иван Иванович может потерять интерес к клиенту после того, как заключит с ним сделку. Его интерес к клиенту зависит от возможности клиента приобрести дополнительные товары или услуги. Он довольно быстро переходит к вопросу о заключении сделки и не боится часто затрагивать эту тему в разговоре с клиентом. Возможно, он сможет заключить сделки с теми клиентами, с которыми уже работали другие, но так и не смогли добиться результата.







## РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ НАВЫКОВ ОБЩЕНИЯ

Большинство людей знают, какие способы общения являются для них наиболее эффективными. Этот раздел необходим для того, чтобы сделать межличностное общение более эффективным. На этой странице описано, что СЛЕДУЕТ ДЕЛАТЬ при общении с данным респондентом. Прочтите все утверждения и выберите из них 3-4 наиболее для него важных. Мы рекомендуем обратить особое внимание на эти наиболее эффективные способы общения и предоставить их тем, кто чаще других взаимодействует с данным респондентом.

### Рекомендуется:

- Будьте терпеливы и настойчивы.
- Слушайте его внимательно.
- Подготовьте конкретные данные, факты и цифры.
- Отнеситесь с уважением к его манере вести себя скромно и сдержанно.
- Используйте специальные термины, относящиеся к его сфере деятельности.
- Если возникают разногласия, говорите только о фактах и не переходите на личности.
- Перед тем как обращаться к нему, подготовьте и систематизируйте все свои просьбы, предложения, требования и другие материалы и идеи.
- Старайтесь поддерживать ту атмосферу, в которой он может эффективно работать.
- Если Вы согласны, продемонстрируйте, что сделали свой выбор на основе конкурентных данных, а не личных предпочтений.
- Ссылайтесь на отзывы экспертов.
- Высказывайте все "за" и "против" каждой идеи.
- Держитесь от него на расстоянии не менее метра.
- Все детали излагайте в письменном виде.







## РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ТЕХНИКЕ ПРОДАЖ

В этом разделе даются рекомендации, как следует организовывать общение с различными типами клиентов, чтобы сделать работу с ними более эффективной. Эти рекомендации включают краткое описание наиболее типичных покупателей, с которыми Иван Иванович может столкнуться в работе. Научившись взаимодействовать с клиентом именно в том стиле, который он предпочитает, Иван Иванович сможет сделать общение с ним более продуктивным. Вероятно, Иван Иванович не сразу сможет проявить достаточную гибкость и ему потребуется попрактиковаться, чтобы научиться быстро подстраивать свой стиль поведения под клиента, особенно, если тот будет сильно непохож на него самого. Именно гибкость и способность понимать, что нужно покупателю, отличает высоко-продуктивных продавцов.

### **Взаимодействуя с аккуратным, педантичным, осторожным, покладистым, консервативно настроенным и зависящим от мнения окружающих клиентом:**

- Заранее подготовьте презентацию товара.
- Говорите только о деле. Для подкрепления своих высказываний приводите конкретные данные, факты.
- Будьте точны и реалистичны, ничего не преувеличивайте.

### **Факторы, которые могут привести к противоречиям, конфликту:**

- Несерьезное, легкомысленное, шумное и слишком непринужденное поведение.
- Трата времени на пустые, не относящиеся к делу разговоры.
- Сбивчивая, сумбурная речь (презентация).

### **Взаимодействуя с амбициозным, сильным, волевым, решительным, независимым и целеустремленным клиентом:**

- Говорите коротко, конкретно, ясно и по существу.
- Ведите себя по-деловому и говорите только о деле. Презентация товара должна быть качественной и отражать все важные моменты.
- Приходите подготовленным. Захватите дополнительные материалы, систематизируйте их и держите в строгом порядке.

### **Факторы, которые могут привести к противоречиям, конфликту:**

- Разговор о вещах, не имеющих отношения к делу.
- Туманные, абстрактные речи или использование уловок и хитростей.
- Неорганизованность.

### **Взаимодействуя с терпеливым, предсказуемым, надежным, уравновешенным, сдержанным и спокойным клиентом:**

- Начните с комментария личного характера, расположите клиента к себе.
- Говорите мягко, неагрессивно и логично.
- Завоюйте доверие клиента, предоставляя проверенные, испытанные товары (услуги).

### **Факторы, которые могут привести к противоречиям, конфликту:**

- Сразу же переходить к разговору о деле.
- Говорить назидательно или безапелляционно.
- Вынуждать покупателя быстро отвечать на Ваши вопросы.

### **Взаимодействуя с харизматичным, энергичным, дружелюбным, экспансивным клиентом, активно участвующем в общественной жизни:**

- Создайте теплую и дружескую атмосферу.
- Не вдавайтесь слишком сильно в детали, пока клиент сам этого не захочет.
- Ссылайтесь на мнения людей, которых клиент уважает и считает авторитетными.

### **Факторы, которые могут привести к противоречиям, конфликту:**

- Немногословность, молчаливость, холодность или скрытность.
- Стремление доминировать в общении.
- Чрезмерное использование фактов, цифр, отвлеченных понятий и альтернатив.







# ВОСПРИЯТИЕ ПОВЕДЕНИЯ

## «Посмотрите на себя со стороны»

Поведение и чувства человека мгновенно воспринимаются другими людьми. Этот раздел дает дополнительную информацию о том, как Иван Иванович воспринимает себя и о том, как при определенных условиях другие могут воспринимать его поведение. Понимание этого раздела даст ему возможность производить такое впечатление, которое позволит ему управлять ситуацией.

### САМОВОСПРИЯТИЕ

Иван Иванович обычно воспринимает себя как человека:

- Первопроходца
- Умеющего уверенно отстаивать свое мнение
- Способного успешно конкурировать
- Уверенного в себе
- Конструктивного
- Победителя

### ВОСПРИЯТИЕ ВАС ОКРУЖАЮЩИМИ - Умеренный

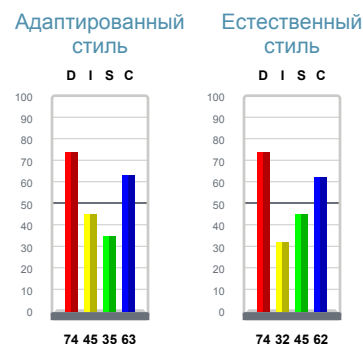
В ситуациях умеренного напряжения, стресса или усталости люди могут воспринимать его как человека:

- Требовательного
- Нервного
- Эгоцентричного
- Агрессивный

### ВОСПРИЯТИЕ ВАС ОКРУЖАЮЩИМИ - Экстремальный

И в ситуациях экстремального напряжения, стресса или усталости люди могут воспринимать его как человека:

- Резкого
- Контролирующего
- Властного
- Твердо убежденного в своих взглядах





## ДЕСКРИПТОРЫ

В отчете выделены те слова, которые описывают качества, свойственные поведению, такого человека, как Иван Иванович. Они отражают то, как он решает проблемы, преодолевает трудности, влияет на людей, реагирует на изменения, а также на правила и регламенты, установленные другими людьми.

<p>Требовательность</p> <p>Эгоцентризм</p> <p>Упорство</p> <p>Амбициозность</p> <p>Первенство</p> <p>Сила воли</p> <p><b>Напористость</b></p> <p><b>Решимость</b></p> <p><b>Настойчивость</b></p> <p><b>Бойцовские качества</b></p> <p><b>Решительность</b></p> <p><b>Рискованность</b></p> <p>Любознательность</p> <p>Ответственность</p>	<p>Экспансивность</p> <p>Умение воодушевлять</p> <p>Магнетизм</p> <p>Дипломатичность</p> <p>Энтузиазм</p> <p>Демонстративному</p> <p>Умение побуждать к действию</p> <p>Сердечность</p> <p>Убедительность</p> <p>Изысканность</p> <p>Самообладание</p> <p>Оптимизм</p> <p>Доверие</p> <p>Общительность</p>	<p>Флегматичность</p> <p>Расслабленность</p> <p>Консерватизм</p> <p>Сдержанность</p> <p>Пассивность</p> <p>Терпение</p> <p>Собственничество</p> <p>Предсказуемость</p> <p>Последовательность</p> <p>Осмотрительность</p> <p>Устойчивость</p> <p>Стабильность</p>	<p>Уклончивость</p> <p>Беспокойство</p> <p>Внимательность</p> <p>Зависимость</p> <p>Осторожность</p> <p>Традиционализм</p> <p>Точность</p> <p>Аккуратность</p> <p>Систематичность</p> <p>Дипломатичность</p> <p><b>Пунктуальность</b></p> <p><b>Тактичность</b></p> <p><b>Восприимчивость</b></p> <p><b>Взвешенность суждений</b></p>
<b>Доминирование</b>	<b>Влияние</b>	<b>Постоянство</b>	<b>Соответствие</b>
<p>Консерватизм</p> <p>Расчетливость</p> <p>Стремление к сотрудничеству</p> <p>Нерешительность</p> <p>Сдержанность</p> <p>Неуверенность</p> <p>Нетребовательность</p> <p>Осторожность</p> <p>Мягкость</p> <p>Покладистость</p> <p>Скромность</p> <p>Миролюбие</p> <p>Ненавязчивость</p>	<p><b>Вдумчивость</b></p> <p><b>Достоверность</b></p> <p><b>Расчетливость</b></p> <p><b>Скептицизм</b></p> <p>Логика</p> <p>Сдержанность</p> <p>Подозрительность</p> <p>Реализм</p> <p>Проницательность</p> <p>Пессимизм</p> <p>Неуравновешенность</p> <p>Критичность</p>	<p><b>Мобильность</b></p> <p>Активность</p> <p>Неугомонность</p> <p>Настороженность</p> <p>Разносторонность</p> <p>Демонстративность</p> <p>Нетерпеливость</p> <p>Стойкость</p> <p>Устремленность</p> <p>Гибкость</p> <p>Импульсивность</p> <p>Горячность</p> <p>Нервозность</p>	<p>Твердость</p> <p>Независимость</p> <p>Своеволие</p> <p>Упрямство</p> <p>Упорство</p> <p>Догматизм</p> <p>Беспорядочность</p> <p>Самоуверенность</p> <p>Раскованность</p> <p>Властность</p> <p>Несгибаемость</p> <p>Беспечность к деталям</p>



# ЕСТЕСТВЕННЫЙ И АДАПТИРОВАННЫЙ СТИЛИ ПРОДАЖ

*Естественный для респондента способ взаимодействия с людьми, подход к решению проблем, темп выполнения работы и используемые стратегии и процедуры не всегда могут соответствовать рабочей ситуации. Этот раздел чрезвычайно важен, поскольку позволяет определить, насколько естественный или адаптированный стиль респондента соответствует условиям, в которых протекает его работа.*

## Решение проблем и задач

### Естественный

Иван Иванович амбициозный и волевой человек. Он стремится к успеху, несмотря на любые препятствия. Он может вступить в конфронтацию с клиентом и старается брать контроль над рабочей ситуацией в свои руки. Ему нужно работать с такими товарами и в такой среде, где он будет постоянно сталкиваться со сложными задачами и испытаниями, требующими от него напряженной работы и мужества.

### Адаптированный

Иван Иванович не видит необходимости менять свой привычный стиль работы, поскольку он ориентирован на решение сложных проблем и задач.

## Взаимодействие с другими людьми

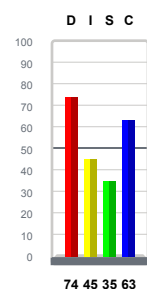
### Естественный

Работая с клиентами, Иван Иванович старается вести себя сдержанно и считает, что факты и цифры должны говорить сами за себя. Он полагает, что, убеждая человека, нужно излагать все объективно и честно. Степень его доверия к человеку зависит от каждой с ним встречи, опыта взаимодействия. Он излагает факты без прикрас.

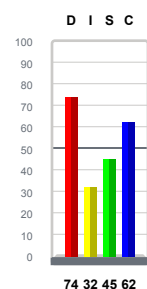
### Адаптированный

Убеждая других людей, Иван Иванович делает ставку на факты и логику. Он полагает, что прежде чем пытаться повлиять на другого человека, нужно продемонстрировать ему свою честность и открытость.

Адаптированный стиль



Естественный стиль





# ЕСТЕСТВЕННЫЙ И АДАПТИРОВАННЫЙ СТИЛИ ПРОДАЖ (Продолжение)

## Темп работы и слаженность действий

### Естественный

Иван Иванович комфортно чувствует себя в той среде, которая дает ему свободу передвижения. Он спокойно работает над несколькими предложениями одновременно и с легкостью может переключаться с одного клиента на другого.

### Адаптированный

Иван Иванович полагает, что обстановка, в которой он работает, не требует от него изменять свой стиль работы.

## Отношение к процедурам и ограничениям

### Естественный

Иван Иванович считает, что иногда полезно пренебрегать установленными перилами. При этом он прекрасно осознает, какие могут быть последствия, если нарушить эти правила, что он так же учитывает.

### Адаптированный

Разница между его естественным и адаптированным стилем работы незначительна, поэтому он не видит необходимости что-либо изменять.





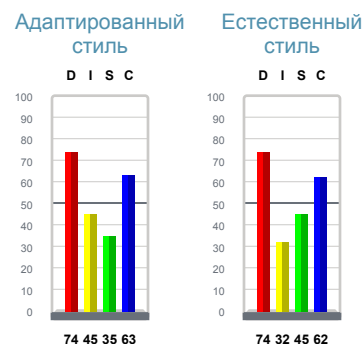


## МОТИВИРУЮЩИЕ ФАКТОРЫ

Этот раздел отчета был составлен на основе анализа потребностей респондента. Поскольку к работе людей мотивируют их потребности, то, соответственно, удовлетворенные потребности не могут выступать в качестве факторов мотивации. Вместе с респондентом изучите каждое из утверждений в этом разделе и выделите те из них, которые отражают наиболее актуальные "желания".

### Иван Иванович стремится:

- Получать искреннюю похвалу за свои достижения. Однако, если с этим переборщить, то Иван Иванович может принять это за манипуляцию.
- Получать оценку своей работы на основе конечных результатов.
- Внедрять новые идеи.
- Иметь полномочия, чтобы разрабатывать и устанавливать системы, направленные на достижение результатов.
- Получать помощь, когда накапливается слишком много скучной, рутинной работы.
- Быть свободным от ограничений.
- Иметь престиж, общественное положение и звания, дающие ему возможность управлять судьбой других людей.
- Иметь возможность обсуждать то, как протекает выполнение основных или новых проектов.
- Получать оценку своей работы не только на основе достигнутых результатов, но так же с учетом качества работы и усилий, которые ему пришлось приложить, чтобы достигнуть таких результатов.
- Иметь свободу от контроля, мешающего реализовывать творческие замыслы.
- Считаться лидером.
- Управлять своей собственной судьбой.
- Иметь возможность высказать свои идеи и продемонстрировать свои умения.











## ПЛАН ДЕЙСТВИЙ

Ниже перечислены те области деятельности, в которых респонденту, возможно, следует поработать над собой. Выберите 1 - 3 области и составьте план действий, направленный на достижение желаемых результатов. Изучите отчет на предмет тех областей, в которых респонденту следует улучшить или развить некоторые свои умения.

- Обслуживание клиентов
- Поиск потенциальных клиентов
- Подготовка к работе
- Презентация товара
- Работа с возражениями
- Заключение сделки
- Знание продукта
- Личные цели
- Иное

Область: \_\_\_\_\_

- 1.
- 2.
- 3.

Область: \_\_\_\_\_

- 1.
- 2.
- 3.

Область: \_\_\_\_\_

- 1.
- 2.
- 3.

Дата начала: \_\_\_\_\_ Дата проверки: \_\_\_\_\_



# ИНДИКАТОР ФАКТОРОВ ПОВЕДЕНИЯ™

## Версия для менеджеров по продажам

Главная цель этого отчета состоит в том, чтобы помочь Вам добиться еще больших успехов в жизни и на работе. Все известные истории победители обладали одной общей чертой - они знали себя. Изучив этот отчет, Вы сможете лучше понять себя, что позволит Вам разработать стратегии, позволяющие добиться успеха в любой ситуации.

Создать классификацию поведения менеджеров по продажам - это не простая задача, поскольку в основе такой классификации могут лежать различные переменные. Классификация, представленная в этом отчете, относится исключительно к поведению. Поведение можно измерить и классифицировать на основе того, КАК человек выполняет ту или иную работу. А для того, чтобы узнать мотивы его поведения и ответить на вопрос ПОЧЕМУ, необходимо собрать дополнительную информацию.

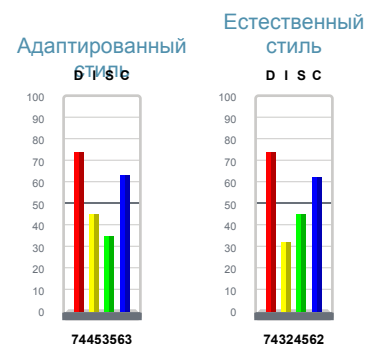
Шкала "Естественный стиль" отображает естественное для Вас поведение, т.е. то, как Вы обычно ведете себя на работе. Шкала "Адаптированный стиль" показывает Вашу реакцию на среду, в которой Вы работаете, т.е. поведение, которое, по-вашему, необходимо демонстрировать, чтобы добиться успеха на данной должности. Если значение по шкале "Адаптированный стиль" значительно отличается от значения по шкале "Естественный стиль", это свидетельствует о том, что Вы чувствуете необходимость изменять или маскировать свое естественное поведение.

Сравните все эти шкалы. Изучите каждый фактор и его важность для успешного выполнения профессиональных обязанностей на своей должности. Шкалы "Адаптированный стиль" покажут, какие из факторов Вы считаете наиболее важными и каким аспектам работы Вы уделяете больше всего сил и времени.

Знание своего поведения позволит Вам выработать стратегии, позволяющие добиться успеха в любой ситуации.



## АНАЛИЗ ВАЖНЫХ ДЛЯ ПРОДАЖ КАЧЕСТВ





# АНАЛИЗ СПЕЦИАЛЬНЫХ КАЧЕСТВ



## ОРИЕНТИРОВАННОСТЬ НА ДОСТИЖЕНИЯ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



## ИНИЦИАТИВНОСТЬ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



## ОРИЕНТИРОВАННОСТЬ НА РЕЗУЛЬТАТ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



## ПОИСК ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



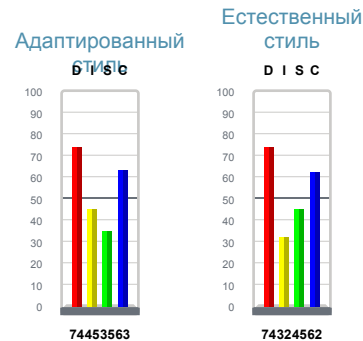
## УМЕНИЕ УБЕЖДАТЬ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



## УВЕРЕННОСТЬ В СЕБЕ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10





# АНАЛИЗ СПЕЦИАЛЬНЫХ КАЧЕСТВ



## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ И ЛОГИЧНОСТЬ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



## УМЕНИЕ СЛУШАТЬ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



## ПОСТРОЕНИЕ ОТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



## ИНФОРМАЦИЯ О ТОВАРЕ (ЗНАНИЕ КОНКРЕТНЫХ ФАКТОВ)

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



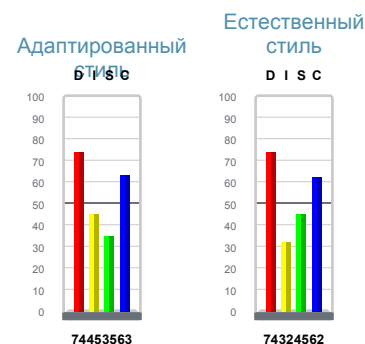
## УМЕНИЕ УДЕРЖАТЬ КЛИЕНТА, ДОБИТЬСЯ РЕЗУЛЬТАТА

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



## РАБОТА С ДОКУМЕНТАМИ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



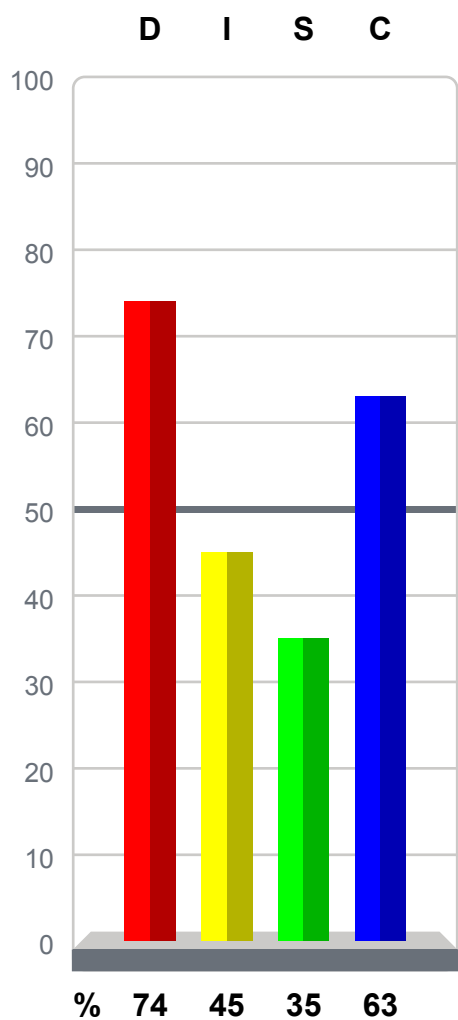


# ГРАФИК СТИЛЯ ПОВЕДЕНИЯ®

29-4-2013

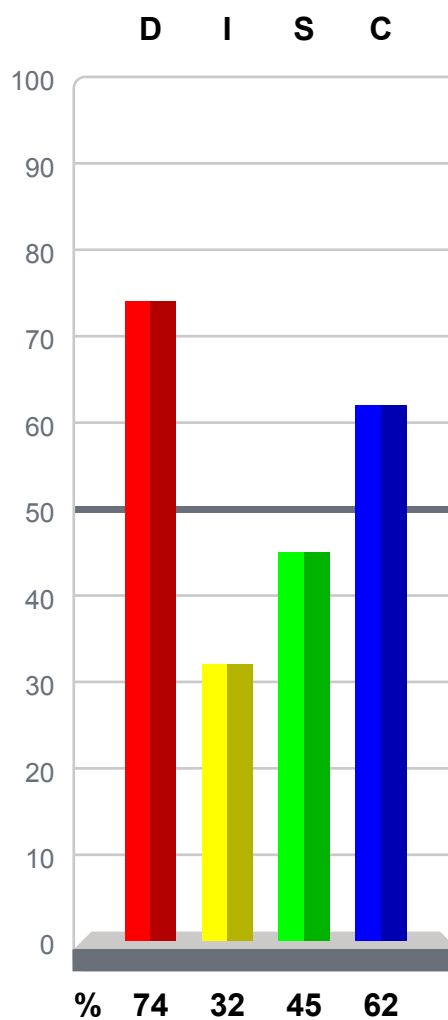
## Адаптированный стиль

График I



## Естественный стиль

График II



Norm 2012 R4



## КОЛЕСО УСПЕХА®

Колесо Успеха является мощным инструментом, который наглядно отражает особенности поведенческого типа индивида. Колесо Успеха позволяет Вам:

- Видеть Ваш естественный стиль поведения (круг).
- Видеть Ваш адаптированный стиль поведения (звезда).
- Выявить степень адаптации Вашего поведения.
- Если Вы располагаете результатами анализа рабочей среды, то проанализируйте расхождения между оценкой Вашего поведения и требованиями к поведению, которые предъявляет рабочая среда.

Обратите внимание на то, в каких зонах Колеса Успеха расположены Ваш естественный стиль поведения (круг) и Ваш адаптированный стиль поведения (звезда). Если они находятся в разных зонах, это означает, что Вы адаптируете, меняете свое поведение под воздействием тех или иных условий. Чем дальше друг от друга расположены две полученные точки, тем больше Вы адаптируете свое поведение.

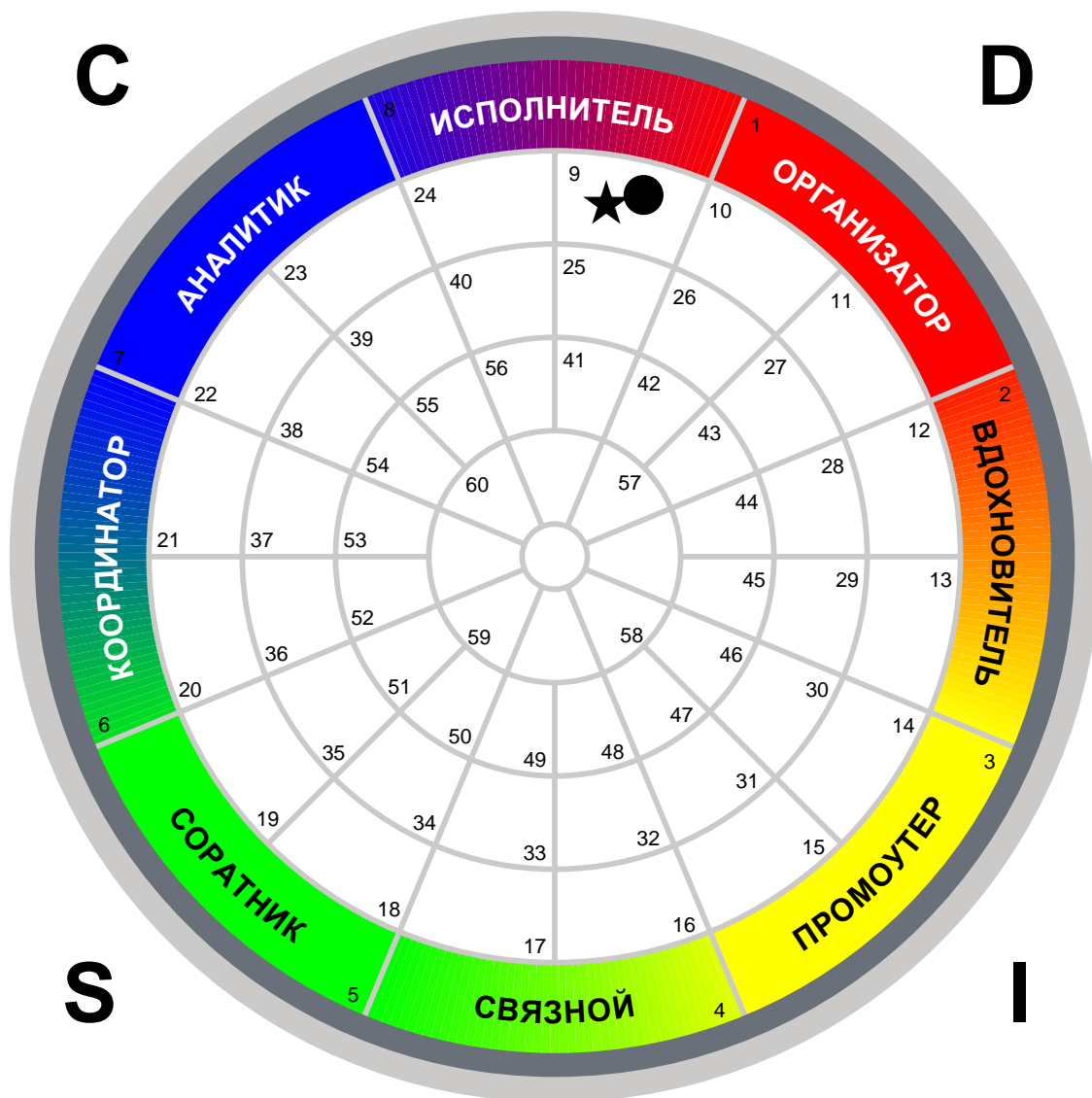
Если оценку прошли несколько членов команды, то рекомендуется подготовить Колесо Успеха для команды в целом, используя результаты оценки каждого. Это позволит лучше понять области возможных конфликтов и определить, как можно улучшить общение, понимание и уважение между членами команды.





# КОЛЕСО УСПЕХА®

29-4-2013



Адаптированный: ★ (9) НАПРАВЛЯЮЩИЙ ИСПОЛНИТЕЛЬ  
Естественный: ● (9) НАПРАВЛЯЮЩИЙ ИСПОЛНИТЕЛЬ

Norm 2012 R4