

OPQ

Relatório de Vendas



Nome

Sr. Sample Candidate

Data

1 outubro 2018

INTRODUÇÃO

O Relatório de Vendas da SHL ajuda a compreender a adequação do potencial do Sample Candidate na função de vendas. Este relatório é baseado nos resultados do Questionário de Personalidade Ocupacional (OPQ32) e no Questionário de Motivação (MQ). Estas informações também servem para identificar as áreas de força e de desenvolvimento de Sample Candidate no que se refere à sua eficácia em vendas.

A SHL pesquisou milhares de vendedores em uma série de indústrias a fim de isolar os fatores considerados importantes para as vendas. Embora seja comprovado que cada um desses fatores influencia a eficácia nas vendas, será necessário que se determine quais são os mais importantes em uma situação específica. As informações contidas neste relatório podem ser utilizadas sem treinamento ou conhecimento específicos.

Quando utilizado para seleção, este relatório requer um conhecimento adequado de técnicas efetivas de seleção e dos detalhes sobre o trabalho. O relatório presume que o usuário possua conhecimento suficiente sobre o trabalho e seus requisitos para tomar as decisões apropriadas com as informações fornecidas por este relatório. Durante o processo de seleção, deve-se buscar informações adicionais, a partir de entrevistas e outras avaliações relevantes, a fim de se determinar a adequação do candidato.

Quando utilizado para fins de desenvolvimento, este relatório requer uma boa compreensão das técnicas de desenvolvimento e intervenções relativas.

UTILIZAÇÃO DESTE RELATÓRIO

Este relatório possui três seções principais: **Fundamentos de Vendas, Motivação e Ciclo de Vendas**. No final do relatório, você encontrará a seção Perfil de Vendas, que oferece uma visão geral sobre o assunto.

A seção **Fundamentos de Vendas** concentra-se em fatores que são importantes para a eficácia em vendas na maioria das situações. Embora a relevância desses fatores possa variar de trabalho para trabalho, estes são fatores-chave que se aplicam à maioria das funções de vendas.

A seção **Motivação** concentra-se em motivadores que podem influenciar a eficácia em vendas. A motivação é a força que faz com que um indivíduo atue. A motivação determina o quanto de energia será canalizado para o trabalho e o que pode ajudá-lo a manter esta energia. A motivação pode ter um impacto significativo no resultado e no sucesso.

A seção **Ciclo de Vendas** concentra-se em fatores que são importantes em um processo normal de vendas. Ela indica a provável eficiência de um indivíduo em oito categorias fundamentais que fazem parte deste processo. A compreensão da habilidade natural de um indivíduo no ciclo de vendas pode ajudar a determinar o tipo de ambiente em que ele pode ser mais eficiente. Da mesma forma, pode ajudar a identificar áreas onde o desenvolvimento ou treinamento podem melhorar sua eficácia em geral.

A última seção deste relatório apresenta todos os dados: Fundamentos de Vendas, Motivação e Ciclo de Vendas em uma única página. Esta seção, **Perfil de Vendas**, facilita a combinação do perfil individual com os fatores necessários para as funções ou situações de vendas específicas.

FUNDAMENTOS DE VENDAS

Os **Fundamentos de Vendas** são fatores importantes para a eficácia em vendas na maioria das situações. O gráfico de barras indica o nível de habilidade de Sample Candidate em cada área. A definição de cada fator é exibida abaixo do gráfico. As descrições das pontuações altas e baixas são apresentadas abaixo de cada definição.

Foi comprovado que cada um destes fatores influencia o sucesso nas vendas em uma série de situações. Como regra geral, prefere-se uma pontuação alta, para a maioria das funções de venda. Entretanto, alguns fatores podem ser mais ou menos relevantes em diferentes situações de vendas. Você deve determinar quais fatores são mais ou menos relevantes para a sua situação específica.

Estas classificações podem identificar áreas de habilidade que podem ser exploradas para aprimorar a eficácia nas vendas. Elas também podem identificar áreas-chave em que o desenvolvimento e/ou treinamento direcionado podem melhorar o desempenho em vendas.

Confiança de Vendas



Definição: demonstra um ar de confiança ao lidar com os outros e exibe habilidades e talentos pessoais extraordinários.

- Pessoas com pontuações mais altas tendem a ser muito autoconfiantes, até mesmo em situações desafiadoras e estressantes.
- Pessoas com pontuações mais baixas podem ser tímidas ou reservadas. Elas podem parecer intimidadas ou inseguras em algumas situações.

Campanha de Vendas



Definição: possui motivação e entusiasmo, parece ávido por sucesso e se estimula para atingir objetivos difíceis.

- Pessoas com pontuações mais altas são cheias de energia, determinadas a enfrentar qualquer objetivo e qualquer concorrente.
- Pessoas com pontuações mais baixas mostram menos energia e determinação.

Tenacidade Comercial



Definição: é cheio de otimismo e muito forte, persevera nas situações mais difíceis, está sempre buscando novas oportunidades.

- Pessoas com pontuações mais altas são otimistas e calmas, mesmo quando a situação fica complicada.
- Pessoas com pontuações mais baixas podem ficar desanimadas quando as coisas não andam tão bem.

Adaptabilidade



Definição: identifica e adota o estilo mais apropriado para maximizar o sucesso nas situações de vendas. É capaz de relacionar-se com clientes atuais ou futuros.

- Pessoas com pontuações mais altas são sensíveis aos outros, são muito flexíveis e ponderadas na forma como se comportam na frente dos clientes.
- Pessoas com pontuações mais baixas não ajustam tão rapidamente seu estilo ou abordagem com base em situações ou pessoas específicas.

Escuta



Definição: escuta os outros com empatia e observa e interpreta o comportamento das pessoas com cautela.

- Pessoas com pontuações maiores escutam com atenção e se relacionam bem com os outros.
- Pessoas com pontuações menores tendem a ser vistas como ouvintes fracos.

Aceitação de Mudanças



Definição: possui a capacidade de adaptar-se rapidamente a mudanças drásticas e contínuas no local de trabalho/ambiente ou a mudanças na forma como as coisas são realizadas.









- Pessoas com pontuações mais altas lidam facilmente com mudanças na política e fluxo de trabalho, demonstrando a capacidade de adaptar-se rapidamente às condições mutáveis do trabalho.
- Pessoas com pontuações mais baixas não reagem de forma tão eficiente ou positiva a mudanças organizacionais ou de situação.

MOTIVAÇÃO

As condições presentes no trabalho que impulsionam a motivação individual são chamadas motivadores. Os motivadores descrevem o que influencia a vontade e determinação de um indivíduo para obter sucesso. Os gráficos de barra abaixo indicam o grau de eficácia que cada motivador pode ter ao impulsionar o comportamento de Sample Candidate. Também é apresentada a definição de cada motivador.

Este relatório identifica motivadores específicos e até onde eles podem influenciar Sample Candidate. Eles não representam uma medida da motivação geral. (O nível da Campanha de Vendas na seção Fundamentos de Vendas é um melhor indicador da motivação geral de vendas).

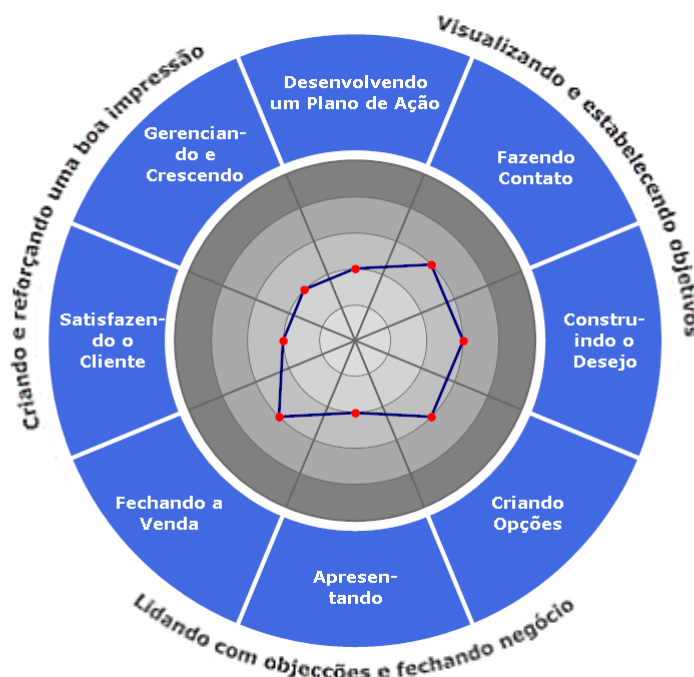
A identificação de motivadores considerados eficazes para um indivíduo, oferece uma oportunidade para compreender o que poderá impulsionar seu desempenho em vendas. Por exemplo, saber que um indivíduo é altamente motivado por Dinheiro pode incentivar o foco em trabalhos e situações de vendas que ofereçam um forte potencial nos ganhos. Alguém altamente motivado por Crescimento está adequado para cargos que ofereçam contínuo desenvolvimento e oportunidades de treinamento.

Dinheiro <i>Recompensas monetárias e materiais</i>	Não-Motivadora		Muito Motivadora
Competição <i>Oportunidades para conquistar colegas e concorrentes</i>	Não-Motivadora		Muito Motivadora
Realização <i>Ter situações e objetivos claros em que o desempenho pessoal é essencial</i>	Não-Motivadora		Muito Motivadora
Ritmo <i>Um ambiente com atividades dinâmicas e cronogramas cheios</i>	Não-Motivadora		Muito Motivadora
Contato Social <i>Ter que lidar com outras pessoas durante o trabalho</i>	Não-Motivadora		Muito Motivadora
Reconhecimento <i>Um ambiente onde se recebe muitos elogios e reconhecimento pelo bom trabalho</i>	Não-Motivadora		Muito Motivadora
Crescimento <i>Ter a oportunidade de desenvolver e aprender novas habilidades</i>	Não-Motivadora		Muito Motivadora
Autonomia <i>Não ter supervisão rigorosa, ter liberdade para estruturar o próprio trabalho</i>	Não-Motivadora		Muito Motivadora

CICLO DE VENDAS

O **Ciclo de Vendas** exibe as preferências do indivíduo usando fatores que são importantes em um ciclo de vendas normal. Ele indica a provável eficiência de um indivíduo em oito etapas fundamentais do processo de vendas e ajuda a descobrir onde, em um ciclo de vendas normal, essa pessoa será mais eficiente. A linha em negrito dentro do diagrama do Ciclo de Vendas é o Perfil do Ciclo de Vendas. Pontos em direção ao perímetro externo do círculo representam pontuações mais altas. Pontos em direção ao centro representam pontuações mais baixas. Em geral, pontuações em direção ao lado externo do círculo são preferidas em cada área fundamental para o sucesso das vendas em uma função específica. As pontuações mais próximas do centro do círculo destacam as áreas de desenvolvimento e/ou treinamento.

Abaixo do diagrama de Ciclo de Vendas encontram-se as definições de cada fator e o mostrador do gráfico de barras.



Desenvolvendo um Plano de Ação	Baixa	Alta
<i>Analisar profundamente o mercado, esforçar-se na colocação de produtos e atividades de vendas efetivas.</i>		
Fazendo Contato	Baixa	Alta
<i>Contatar futuros clientes, 'quebrar o gelo' e deixar as pessoas à vontade, tomar a iniciativa de estabelecer novas relações.</i>		
Construindo o Desejo	Baixa	Alta
<i>Prender o cliente emocionalmente, criar uma preferência pela compra e um sentimento de inclinação pelo produto ou serviço.</i>		
Criando Opções	Baixa	Alta
<i>Compreender as necessidades do cliente e produzir soluções inovadoras.</i>		
Apresentando	Baixa	Alta
<i>Apresentar produtos e/ou soluções de forma atraente e confiante a indivíduos e grupos de clientes, sentindo-se livre de estresse e preocupações.</i>		
Fechando a Venda	Baixa	Alta
<i>Trazar o negócio para a empresa, conduzir o cliente quanto a decisões oportunas, lidar com oposições, negociar o preço final e as condições de venda.</i>		
Satisfazendo o Cliente	Baixa	Alta
<i>Oferecer uma atenção pós-venda de forma persistente, relacionar-se com o cliente e tomar todas as medidas necessárias para satisfazê-lo.</i>		
Gerenciando e Crescendo	Baixa	Alta
<i>Manter a relação com o cliente após a conclusão da venda, buscando sempre identificar novas necessidades e oportunidades de negócio.</i>		

PERFIL DE VENDAS

Esta seção oferece uma visão geral dos resultados do Sample Candidate em formato resumido.

Se esta informação for utilizada para ser combinada com o perfil ideal para trabalhos ou situações de vendas específicas, é importante que você determine quais fatores são fundamentais para o sucesso naquela função específica. Normalmente, antes de realizar uma comparação entre o perfil do indivíduo e o perfil ideal do trabalho de vendas, são utilizadas informações a partir de uma análise do trabalho para discriminar os fatores que são essenciais, importantes e desejáveis. (A coluna "Importante para o Sucesso" no gráfico abaixo pode ser usada para registrar estas constatações).

Como os Motivadores ajudam a impulsionar o sucesso em nível individual, eles não devem ser comparados com um perfil ideal específico para um trabalho ou situação. Em vez disso, eles devem ser conciliados com os motivadores prováveis e improváveis do indivíduo.

Embora as informações neste relatório representem uma avaliação precisa dos fatores e motivações de vendas do indivíduo, é importante lembrar que todas as informações apresentadas aqui são baseadas em um questionário de auto-avaliação. Há muitos outros fatores que podem ter também um impacto na eficácia das vendas. Portanto, se este relatório for utilizado para localizar um indivíduo com um perfil de trabalho ideal, é importante que sejam consideradas informações adicionais sobre sua experiência, conhecimentos e capacidades ao avaliar a adequação da pessoa.

	1	2	3	4	5	Importante para o Sucesso?*(Classifique ou marque)
FUNDAMENTOS DE VENDAS						
Confiança de Vendas	■	■	■	□	□	
Campanha de Vendas	■	■	■	□	□	
Tenacidade Comercial	■	■	■	□	□	
Adaptabilidade	■	■	■	■	□	
Escuta	■	■	□	□	□	
Aceitação de Mudanças	■	■	■	■	□	
MOTIVAÇÃO						
Dinheiro	■	□	□	□	□	não aplicável
Competição	■	■	■	□	□	não aplicável
Realização	■	□	□	□	□	não aplicável
Ritmo	■	■	■	□	□	não aplicável
Contato Social	■	■	□	□	□	não aplicável
Reconhecimento	■	■	□	□	□	não aplicável
Crescimento	■	□	□	□	□	não aplicável
Autonomia	■	■	□	□	□	não aplicável
CICLO DE VENDAS						
Desenvolvendo um Plano de Ação	■	■	□	□	□	
Fazendo Contato	■	■	■	□	□	
Construindo o Desejo	■	■	■	□	□	
Criando Opções	■	■	■	□	□	
Apresentando	■	■	□	□	□	
Fechando a Venda	■	■	■	□	□	
Satisfazendo o Cliente	■	■	□	□	□	
Gerenciando e Crescendo	■	■	□	□	□	

* O USUÁRIO DESTES RELATÓRIOS É RESPONSÁVEL POR DETERMINAR A RELEVÂNCIA DESTAS ESCALAS PARA O TRABALHO-ALVO.

METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO

Este Perfil baseia-se nas seguintes fontes de informações do Sr. Sample Candidate:

Questionário/Teste de Habilidade	Grupo de comparação
OPQ32r Russian v1 (Std Inst)	OPQ32r Russo População geral 2012 (INT)
MQ UK English v1 (Std Inst)	MQM5 UKE UK - Grupo Total 2000

SEÇÃO DE INFORMAÇÕES PESSOAIS

Nome	Sr. Sample Candidate
Dados do 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
Relatório	Relatório de Vendas v2.0 ^{RE}

SOBRE ESTE RELATÓRIO

Esse relatório foi gerado a partir da utilização do sistema de Avaliação On-line da SHL. Ele contém informações do questionário de Personalidade Ocupacional TM (OPQ32). A utilização desse questionário é limitada às pessoas que receberam treinamento específico para sua utilização e interpretação.

O relatório é gerado através do resultado do questionário respondido pelo participante e reflete as respostas dadas por eles. A devida consideração deve ser dada à natureza subjetiva de avaliações que usam questionários como base na interpretação desses dados.

Esse relatório foi gerado eletronicamente - o usuário do software pode fazer alterações e acrescentar algo no texto do relatório.

SHL Global Management Limited e companhias associadas não garantem que o conteúdo desse relatório não foi alterado pelo sistema do computador. Não nos responsabilizamos pelas consequências do uso desse relatório e isso inclui consequências de todo tipo (incluindo negligência) para com esse conteúdo.

www.shl.com

© 2018 SHL e/ou suas afiliadas. Todos os direitos reservados. SHL e OPQ são marcas comerciais registradas no Reino Unido e em outros países.

Este relatório foi produzido pela SHL para uso de seus clientes e contém propriedade intelectual da SHL. A SHL autoriza os seus clientes a reproduzirem, distribuírem, corrigirem e armazenarem este relatório somente para uso interno e não para fins comerciais. Todos os outros direitos da SHL são reservados.