



レポート対象者：

**部下 花子**

# Sales CheckPoint Performance Feedback System™

## 個人フィードバックレポート

レポート作成日: 2014/02/12

**部外秘**

サーベイ回答日: 2014/02/11

サーベイ回答者:

セールスパerson および セールスマネジャー-- 上司 たろう

HRD株式会社  
105-6015  
東京都港区虎ノ門4-3-1  
城山トラストタワー 15階

Profiles International  
imagine great people®

## Sales CheckPoint

Sales CheckPointサーベイの目的は、あなたとあなたの上司であるセールスマネジャーのセールス行動に対する認識を明らかにすることです。サーベイには79項目のセールス行動が取り上げられています。これら79項目は、19のスキルセットにまとめられ、さらに7つの普遍的セールスコンピテンシーにまとめられています。今回のサーベイでは、あなたとセールスマネジャーが、あなたの行動についての各項目を評価しました。

以下のスキルセットは、7つの普遍的セールスコンピテンシーに分類されています。一般に、この普遍的セールスコンピテンシーに含まれる行動をよく示すセールスパークソンは、セールスにおいて有能であり、成果をあげているとされています。

7つの普遍的セールスコンピテンシーと、それに含まれる19のスキルセットは、以下の通りです。

### 1. 企業家的アプローチ

- 事業開発精神あふれる態度
- 時間の有効活用
- 効果的な目標設定

### 2. 見込客を理解する

- 買手の行動を認識
- 買手の購買プロセスの理解

### 3. 適切な問題解決策を創出

- 特徴と利益を説明できる問題解決
- 商品知識

### 4. 積極的顧客開拓

- 見込客の特定
- 約束を取付ける

### 5. セールスプロセスの管理

- 顧客中心セールスの理解
- ラポールを築く
- 見込客ニーズの明確化
- 見込客への助言

### 6. 商談締結

- 見込客へのオプションを検討する
- 理想的解決策の提案
- 顧客の反論克服
- 効果的クロージング

### 7. セールスの関係づくり

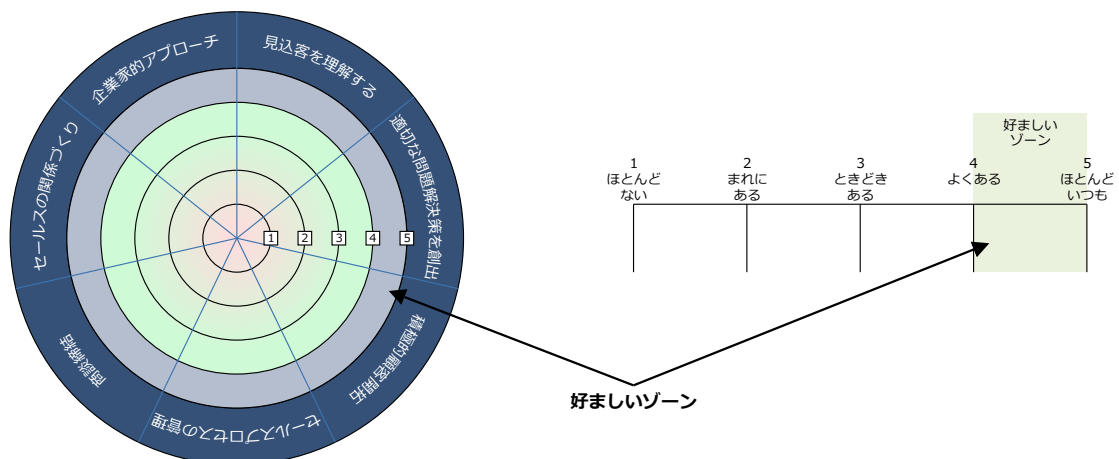
- 確実な関係構築
- 関係を発展させる



79のSales CheckPointサーベイ項目で、回答者は6つの選択肢から1つを選びました。回答者は自分の観察に基づき、各行動についてセールスパークソンが示したと思う頻度を回答しました。第6の選択肢は「機会なし」で、その行動を観察する機会がないため、妥当な回答ができない場合を選択しました。6つの選択肢は以下の通りです。

回答	説明	頻度
1	ほとんどない	0 - 10%
2	まれにある	11 - 39%
3	ときどきある	40 - 60%
4	よくある	61 - 89%
5	ほとんどいつも	90 - 100%
N	この行動を見る機会がない	

**好ましいゾーン：**好ましいゾーンとは、経験豊富なセールスマネジャーやセールストレーナーたちが、有能なセールスパークソンであると評価するスコアの範囲（4.0～5.0）です。成功には各スキルセットがどれも重要であり、このゾーンは、セールスパークソンが常にそのレベルの行動を目指すべきであるという指標です。



## 個人フィードバックレポートについて

このレポートは、あなたとセールスマネジャーが行ったSales CheckPointサーベイの結果を要約したものです。あなたに対する評価が、グラフとスケールで次ページ以降に示されています。

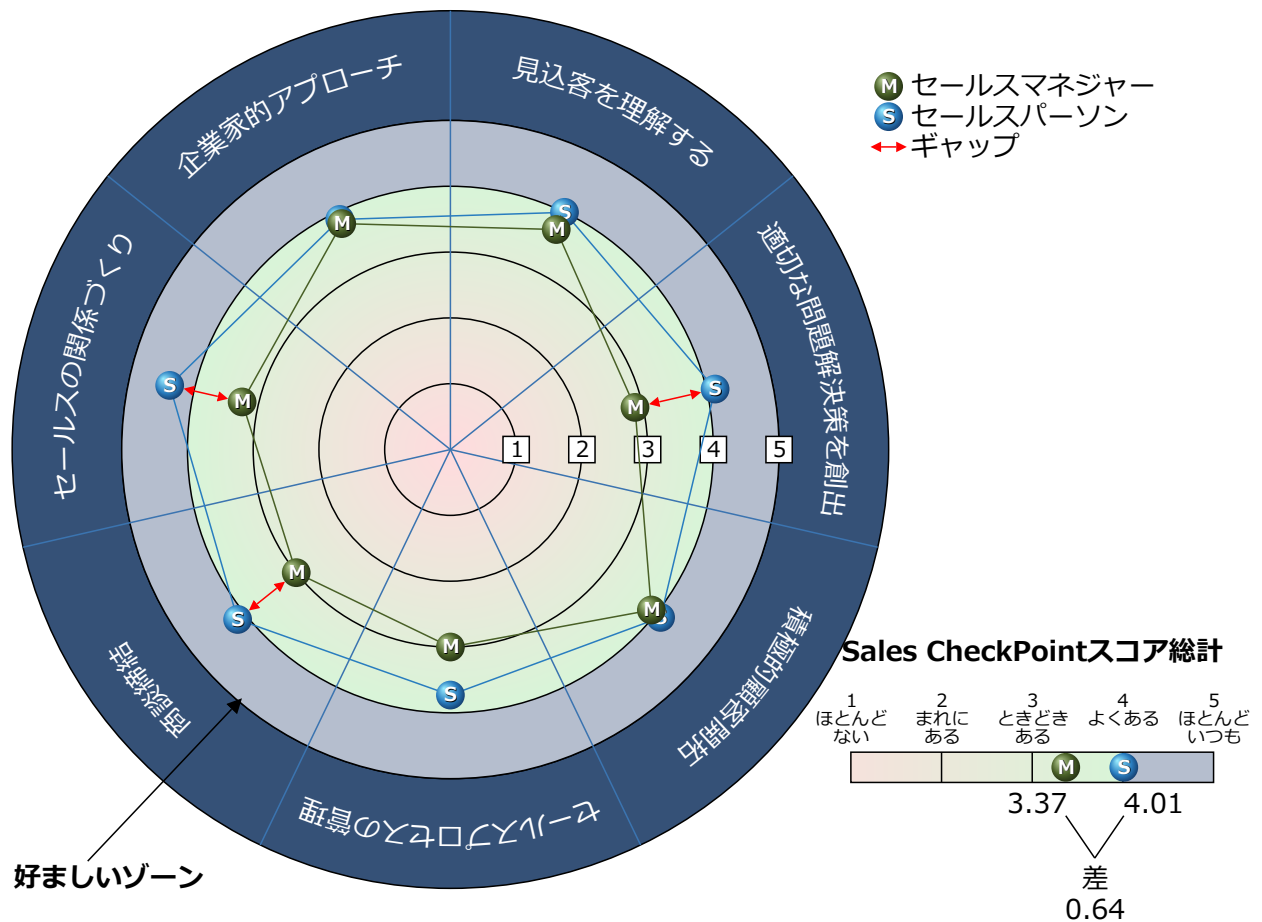
各セクションで示されるフィードバックの内容は、下記の通りです。

- **セールスコンピテンシー概観**: 7つの普遍的セールスコンピテンシーの結果。あなたとセールスマネジャーの平均スコアを比較し、スコアが好ましいゾーン内かどうかを示します。また、Sales CheckPointスコアの合計を、あなたとセールスマネジャーとのスコアの差とともに示しています。
- **スキルセットサマリー**: あなたとセールスマネジャーが評価した19のスキルセットの概観。平均スコアを降順に示しています。上がセールスマネジャーによる評価、下があなたの自己評価を示すグラフです。ここから、各スキルセットに対するあなたの強みと弱みを相対的に見ることができます。
- **重要スキル一致サマリー**: あなたとセールスマネジャーが重要と見なしたスキルセットの概観。
- **セールスコンピテンシー要約**: 7つの普遍的セールスコンピテンシーの結果で、あなたとセールスマネジャーの平均スコアを比較し、1ポイント以上の差があるものを指摘しています。
- **スキルセット分析**: 19のスキルセットの結果。あなたとセールスマネジャーの平均スコアを比較し、平均スコアに1.5ポイント以上の差があるときはマークを付けています。重要スキルセットを分析することで、強み、フォーカスが必要な領域、さらにあなたとセールスマネジャーのスコアに大きなギャップがある領域を明確にします。(19のスキルセットのうち、あなたのセールスにとってきわめて重要と考えられる6つを重要スキルセットとして各自選んだ結果が示されています。)
- **全サーベイ項目のサマリー**: 全79項目のサーベイの結果です。あなたとセールスマネジャーのスコアを表示し、重要スキルセットに指定された項目には太字のアイコンが表示されています。
- **サーベイコメント**: あなたについて、またはあなたのセールススキルについて、あなたのセールスマネジャーが、任意のコメントをしました。コメントはセールスコンピテンシー別に分類されています。
- **能力開発サマリー**: 19のスキルセットに対するあなたの強みと成長ニーズについて解説します。

このレポートを参照する際は、人の能力範囲には一定の限界があるということを念頭に置いてください。すべてを同じように上手くできる人はいません。このフィードバックを学習ツールとして活用することで、あなたのセールス能力を向上させる大切な第一歩としてください。



## セールスコンピテンシー概観



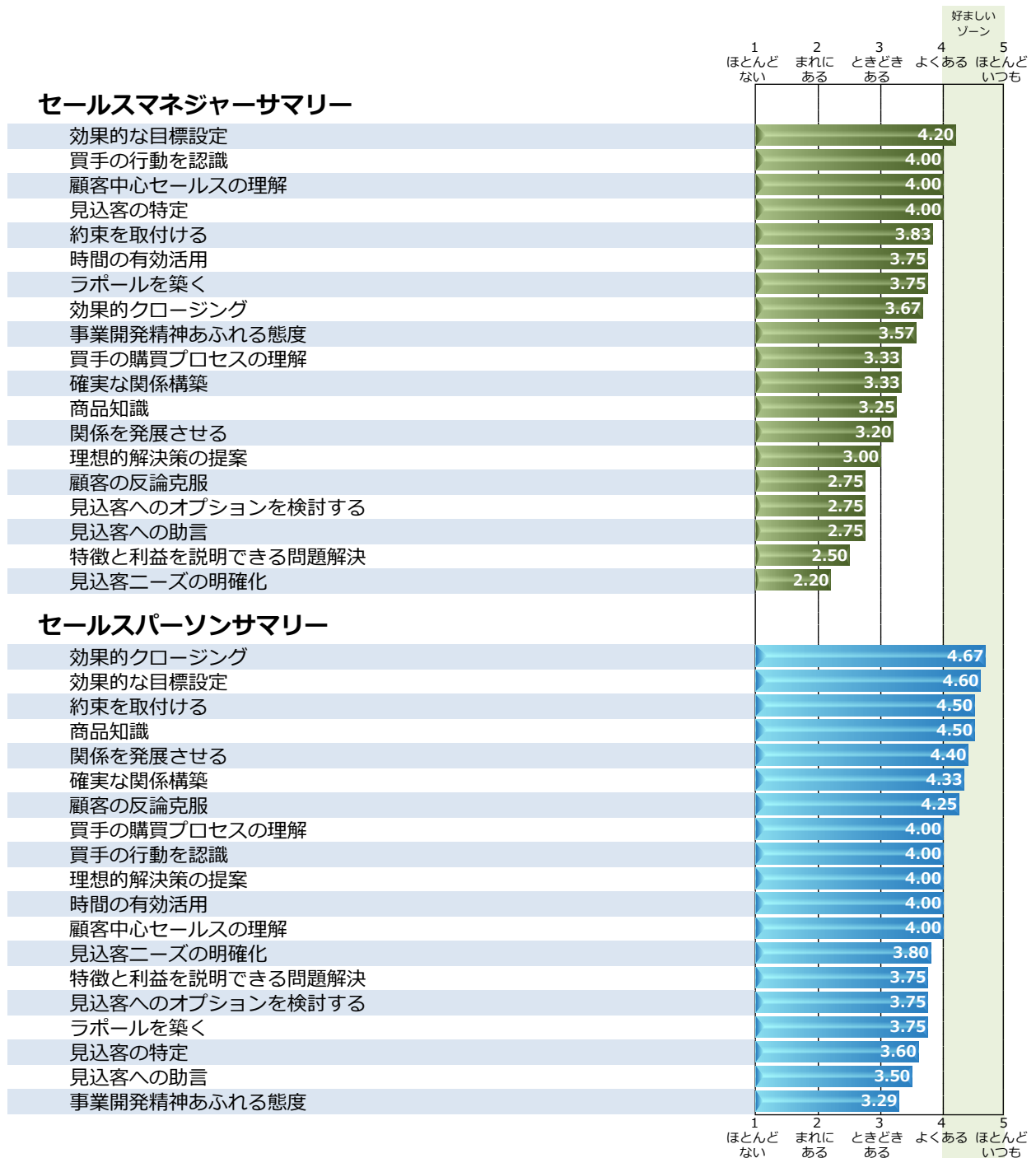
上記は、7つのコンピテンシーについて、あなたのセールスマネジャーの平均スコアとあなたの平均スコアを概観したものです。1ポイント以上のギャップがあるところは特に注意してください。これは、大きな認識のギャップがあり、あなたがセールスマネジャーと話し合う必要があることを示します。

円グラフの下にグラフで示されているのは、Sales CheckPointスコア合計で、全7項目のコンピテンシーに対するあなたとセールスマネジャーの平均スコアを示しています。ここでも、1ポイント以上のギャップがあれば、セールスマネジャーと話し合い、すぐに対処する必要があります。



## スキルセットサマリー

最初のグラフは各スキルセットに対する、あなたのセールスマネジャーの平均スコアを示します。スキルセットの平均スコアによって降順に示され、セールスマネジャーが認識する各スキルセットに対するあなたの強みを相対的に見ることができます。2番目のグラフは、各スキルセットに対するあなたの自己評価の平均を示します。ここでも降順に表示されています。



## 重要スキル一致サマリー

あなたとセールスマネジャーは各自、セールスの最重要スキルとして、それぞれ6つのスキルセットを選びました。これらのスキルセットは、以下の通りです。あなたとセールスマネジャーが選択したスキルセットの合計数は6～12の範囲になります。二人とも同じスキルセットを選択した場合、合計は6つで、100%一致です。すべて違うスキルセットを選択した場合は、0%一致です。一致の割合が低いほど、あなたとセールスマネジャーが話し合い、あなたのセールス能力での最重要事項を明らかにすることが大切になります。二人が同じ行動を重要視しない限り、二人の行動の重点が一致しない場合が多くなるでしょう。

### 重要スキル一致: 67%

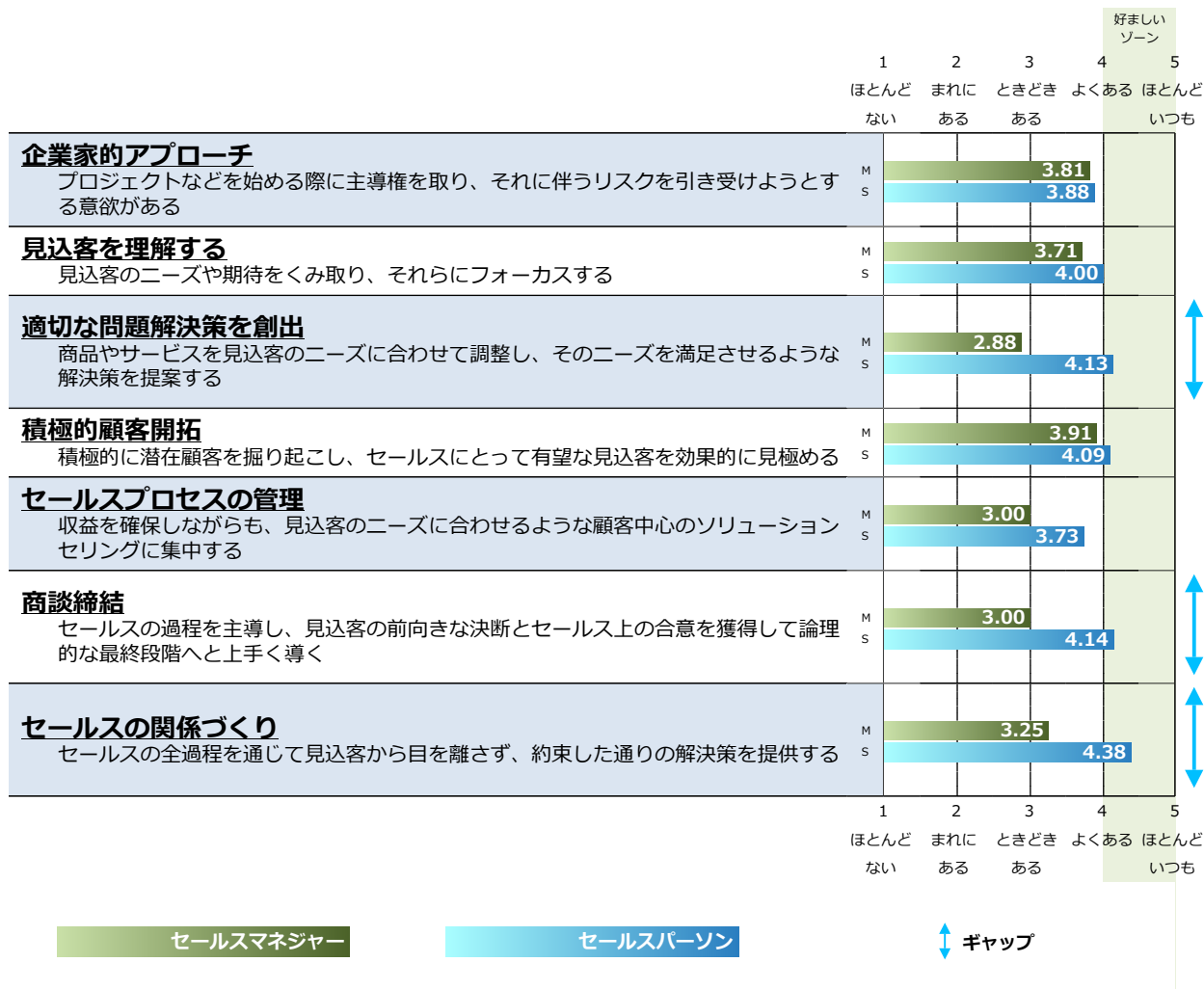
- S 時間の有効活用:** 時間を効率的に管理し、セールスと顧客サービスの時間のバランスをとる。
- S 買手の行動を認識:** 見込客が商品やサービスを購入する理由を特定し、それに基づいてセールスアプローチを改善する。
- M 買手の購買プロセスの理解:** 買手側の役割、目標、プロセスに対する知識を有し、それらを使って顧客関係を構築する。
- M 特徴と利益を説明できる問題解決:** 商品の特徴を説明し、その特徴がどのように見込客のニーズを満たすかを特定することにより、解決案を開発して提供する。
- M S 商品知識:** 商品とサービスについて専門知識を示し、この知識を使って迅速かつ無理なく見込客のニーズに対応する。
- M S 見込客の特定:** 理想的な見込客としての特徴を見極め、優良顧客になる確率が高い見込客に時間と働きかけを集中する。
- M S 理想的解決策の提案:** 見込客にニーズや希望を理解していることを示し、商品知識を活かして、実行可能な解決案のオプションを提供する。
- M S 確実な関係構築:** 顧客と見込客のニーズを常に見据え、接触や取引の機会を増やす。

**M** セールスマネジャー **S** セールスパークソン



## セールスコンピテンシー要約

このセクションでは、7つのセールスコンピテンシーについてのあなたとセールスマネジャーの平均スコアを取り上げています。表示されている数字は、あなたとセールスマネジャーの平均スコアです。評価間の差異に注目してください。ギャップの矢印が表示されている場合（1ポイント以上の差）は、特に注意してください。





## スキルセット分析

あなたとセールスマネジャーが選んだ重要スキルセットに差があれば、特に注目する必要があります。二人の期待に大きな違いがあることを示すからです。まず、その点をセールスマネジャーと話し合うべきです。

各スキルセットの定義を、あなたとセールスマネジャーの各平均スコアとともに示します。これらのスキルセットのスコアに差があれば、丁寧に検討し、すぐに話し合ったり、場合によってはさらに指導を求める必要があります。縦の矢印があれば、二人のスコア間に1.5ポイント以上のギャップがあります。

← 両者が重要スキルセットに指定し、両者のスコア平均に1.5ポイント以上のギャップがある

強み

セールスマネジャーが重要スキルセットに指定し、両者のスコア平均が4.0以上

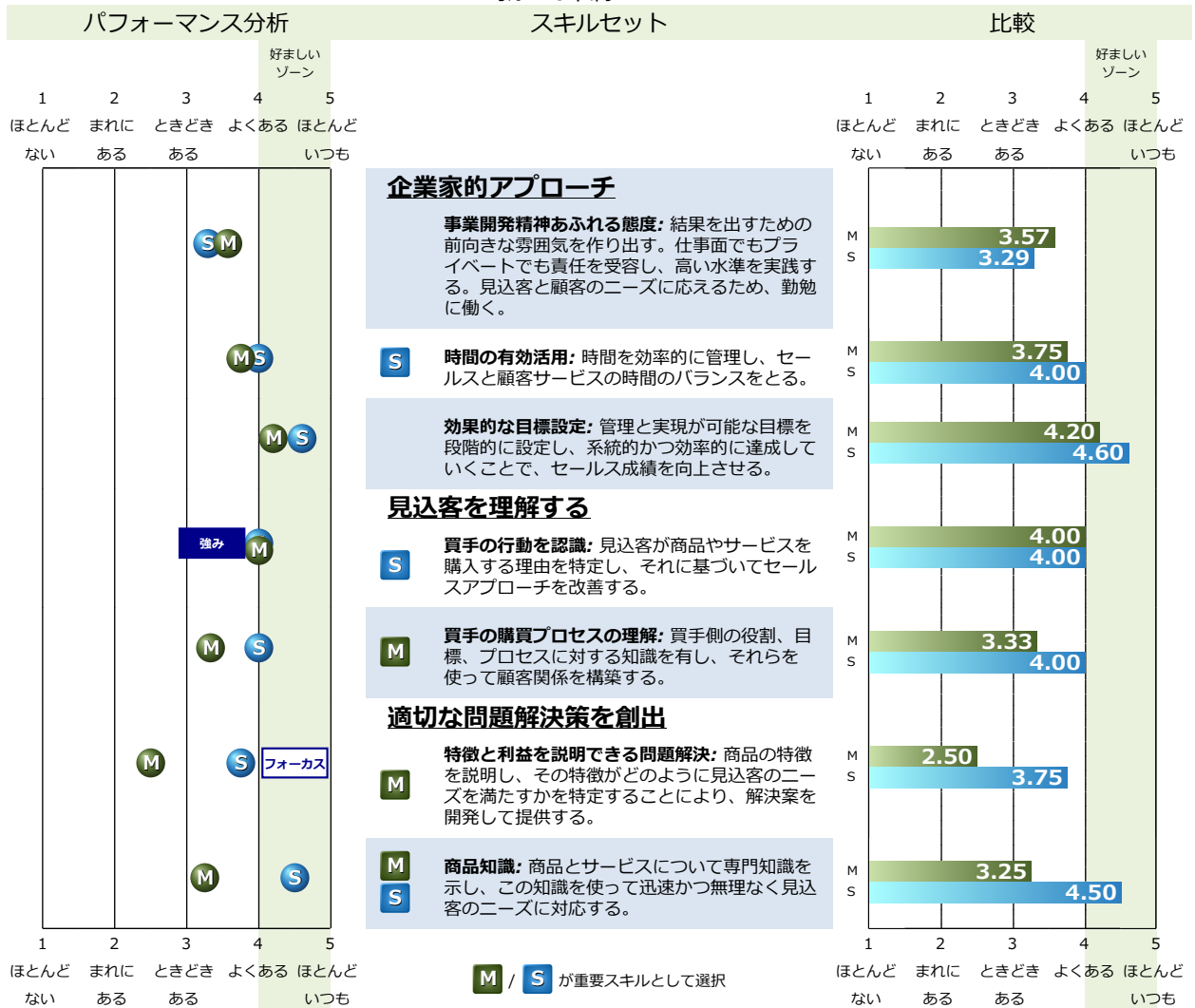
セールスマネジャー  
セールスパerson

M セールスマネジャー  
S セールスパerson

フォーカス

セールスマネジャーが重要スキルセットに指定し、両者のスコア平均が4.0未満

↑ ↓ 回答者間のスコアの差が1.5ポイント以上



← 両者が重要スキルセットに指定し、両者のスコア平均に1.5ポイント以上のギャップがある

強み

セールスパerson/セールスマネジャーが重要スキルセットに指定し、両者のスコア平均が4.0以上

セールスマネジャー  
セールスパerson

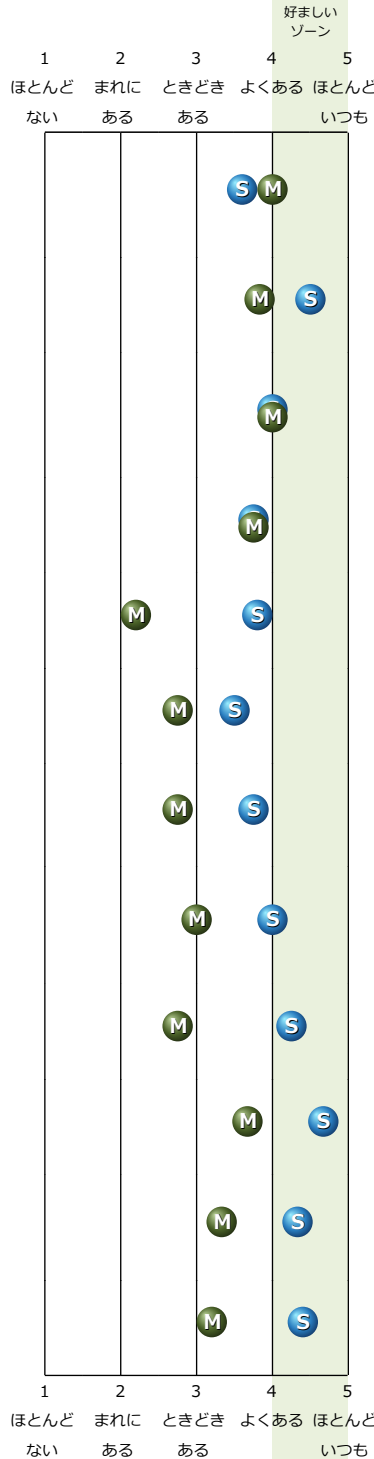
M セールスマネジャー  
S セールスパerson

フォーカス

セールスパerson/セールスマネジャーが重要スキルセットに指定し、両者のスコア平均が4.0未満

↑ ↓ 回答者間のスコアの差が1.5ポイント以上

パフォーマンス分析      スキルセット      比較



**積極的顧客開拓**

**見込客の特定:** 理想的な見込客としての特徴を見極め、優良顧客になる確率が高い見込客に時間と働きかけを集中する。

**約束を取付ける:** 見込客を会う気にさせるような、妥当で説得力のある顧客中心コミュニケーションを工夫し、実行する。

**セールスプロセスの管理**

**顧客中心セールスの理解:** 見込客のニーズを理解し、購買プロセスをできるだけ簡略化するよう努力する。

**ラポールを築く:** 信頼関係を築き、セールス担当と見込客とをそれぞれ適切な絆でつなぐことで顧客関係を発展させる。

**見込客ニーズの明確化:** 見込客の本当のニーズを引き出し、販売や顧客満足度の向上につなげる。

**見込客への助言:** 見込客の相談に乗り、もっと見込客の緊急意識を強め、現状への不満を洗い出す。

**商談締結**

**見込客へのオプションを検討する:** 見込客が認識するニーズにぴったりの選択肢を提供する。

**理想的解決策の提案:** 見込客にニーズや希望を理解していることを示し、商品知識を活かして、実行可能な解決案のオプションを提供する。

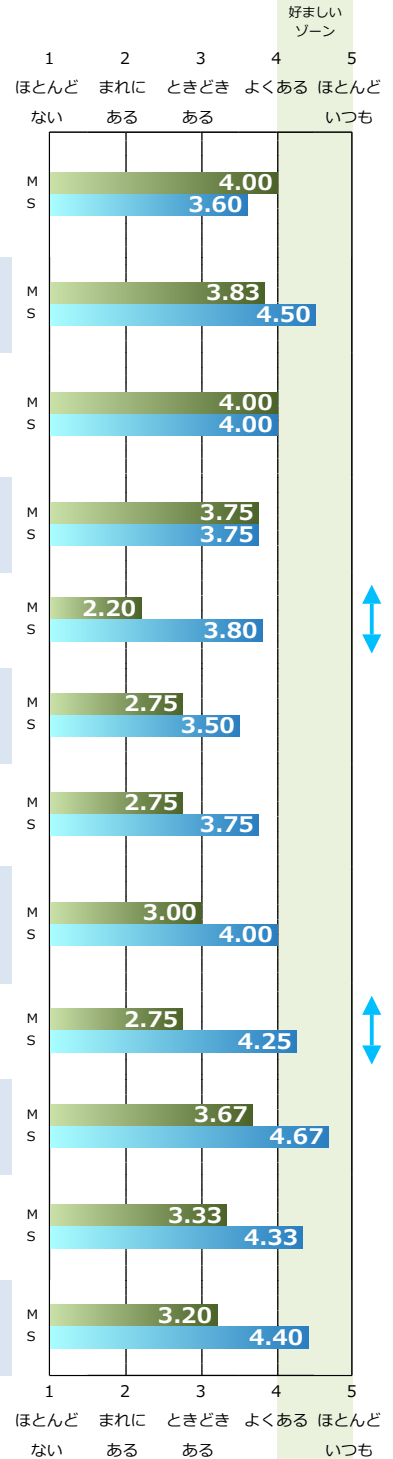
**顧客の反論克服:** 見込客の反論を認識し、顧客満足度を高めるための明快で簡潔な情報を提示する。

**効果的クロージング:** セールスプロセス全体にわたって見込客をリードし、倫理的にもかなう方法で顧客が購買を決断できるよう支援する。

**セールスの関係づくり**

**確実な関係構築:** 顧客と見込客のニーズを常に見据え、接触や取引の機会を増やす。

**関係を発展させる:** セールス後のフォローやサービスを効果的に行って定評を確立し、顧客ロイヤルティを創出・維持する。



M / S が重要スキルとして選択



## 全サーベイ項目のサマリー

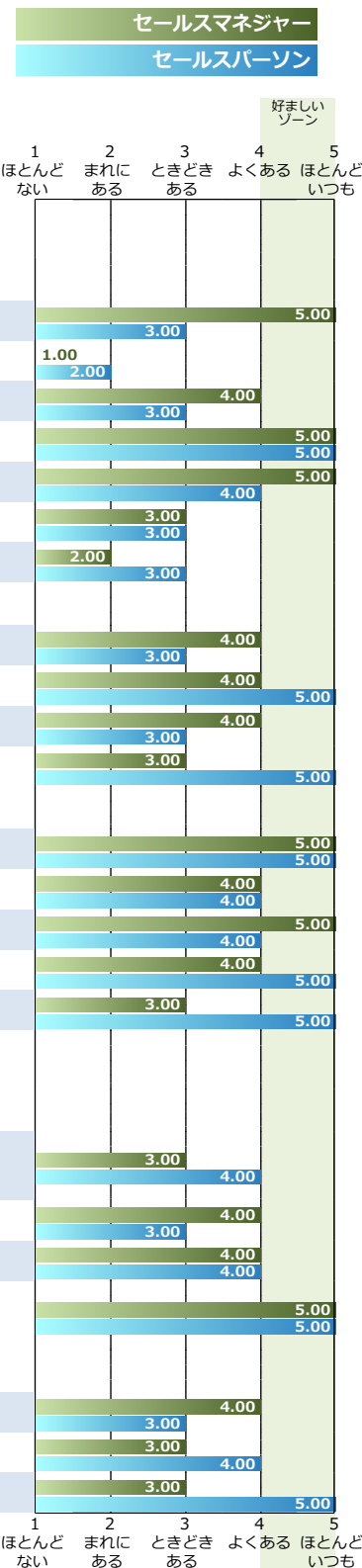
ここでは、各質問に対する評価が示されます。あなたとセールスマネジャーが各行動に対して行った評価から、検討すべき点や、コーチングやトレーニングが必要な項目が具体的にわかります。二人の評価に大きな差がある場合は、すぐに対処する必要があります。



セールスマネジャー/セールス  
パーソンが、回答していない項目



太字：セールスパerson/セールスマネ  
ジャーが指定した重要スキルセットの項目





セールスマネジャー/セールス  
パーソンが、回答していない項目



太字：セールスパerson/セールスマネ  
ジャーが指定した重要スキルセットの項目

セールスマネジャー  
セールスパerson

## 適切な問題解決策を創出

### M 特徴と利益を説明できる問題解決

- | 項目  | 1 | 2    | 3    | 4    | 5    |
|---|---|------|------|------|------|
| 24. 解決案の構成要素を認識している                       |   |      |      | 3.00 |      |
| 25. 見込客にとってどんな特徴が重要かを見分け、彼らに役立つ利益を確定する    |   | 2.00 |      | 3.00 |      |
| 26. 見込客が単に欲しがらるものでなく、本当に必要としているものにフォーカスする |   |      | 3.00 | 4.00 |      |
| 27. 見込客のための解決案を識別して、創出する                  |   | 2.00 |      |      | 5.00 |

### M S 商品知識

- |                                   |  |      |  |      |      |
|-----------------------------------|--|------|--|------|------|
| 28. 商品の専門知識を身につける                 |  |      |  |      | 5.00 |
| 29. 商品を提供することで解決できる見込客の問題点を明らかにする |  | 2.00 |  | 4.00 |      |
| 30. 競合を認識し、理解する                   |  |      |  | 4.00 | 5.00 |
| 31. 商品知識を同僚に提供できる                 |  | 2.00 |  | 4.00 |      |

## 積極的顧客開拓

### M S 見込客の特定

- |   |  |  |      |      |      |
|---|--|--|------|------|------|
| 32. 理想的な見込客を定義できる                         |  |  |      | 4.00 |      |
| 33. 見込客の状況を調査し、それに合う解決案を考える               |  |  | 3.00 |      | 5.00 |
| 34. 見込客の組織内に適切な人物を識別できる                   |  |  |      | 4.00 |      |
| 35. 的を絞った見込客リストを使用する                      |  |  |      | 3.00 | 5.00 |
| 36. 紹介、ネットワーク、交友関係、影響力のある人物などを通じて手掛かりをつかむ |  |  |      | 4.00 |      |

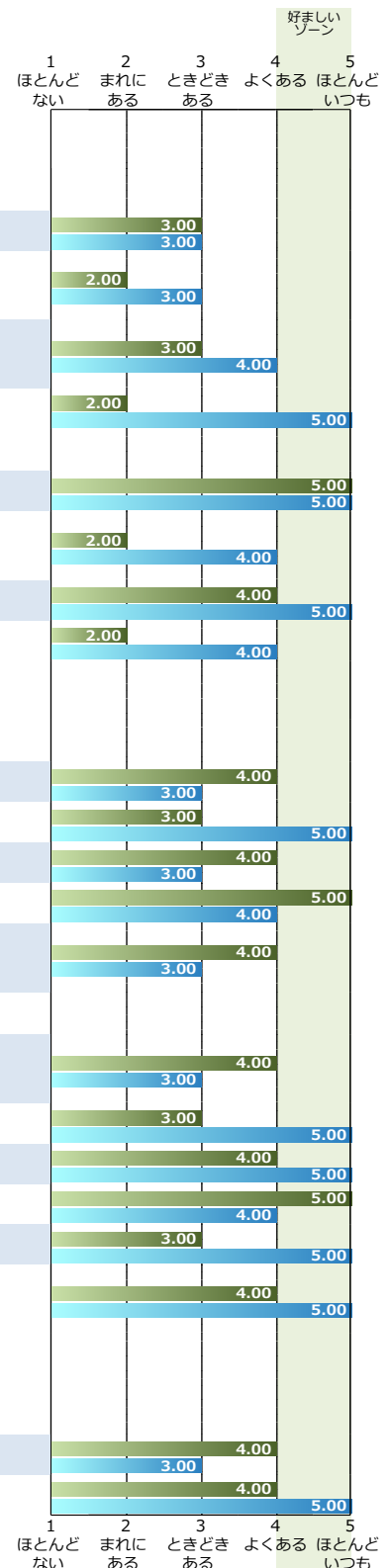
### 約束を取付ける

- |   |  |  |      |      |      |
|---|--|--|------|------|------|
| 37. 妥当で説得力のあるコミュニケーションを見込客に提供できる        |  |  | 3.00 |      | 4.00 |
| 38. 見込客に緊急課題意識をもたせることができる               |  |  |      | 3.00 | 5.00 |
| 39. 見込客に明確な行動のきっかけを提示する                 |  |  |      | 4.00 | 5.00 |
| 40. 自分が見込客の役に立てることを認識している               |  |  |      | 4.00 | 5.00 |
| 41. 見込客ごとに特化した価値提案ができる                  |  |  | 3.00 |      | 5.00 |
| 42. 価値提案を行うため、あらゆる形態のコミュニケーションを取ることができる |  |  |      | 4.00 | 5.00 |

## セールスプロセスの管理

### 顧客中心セールスの理解

- |                               |  |  |  |      |      |
|-------------------------------|--|--|--|------|------|
| 43. セールス取引を人間関係として扱う          |  |  |  | 3.00 | 4.00 |
| 44. セールス活動の速度を見込客の購買プロセスに合わせる |  |  |  | 4.00 | 5.00 |



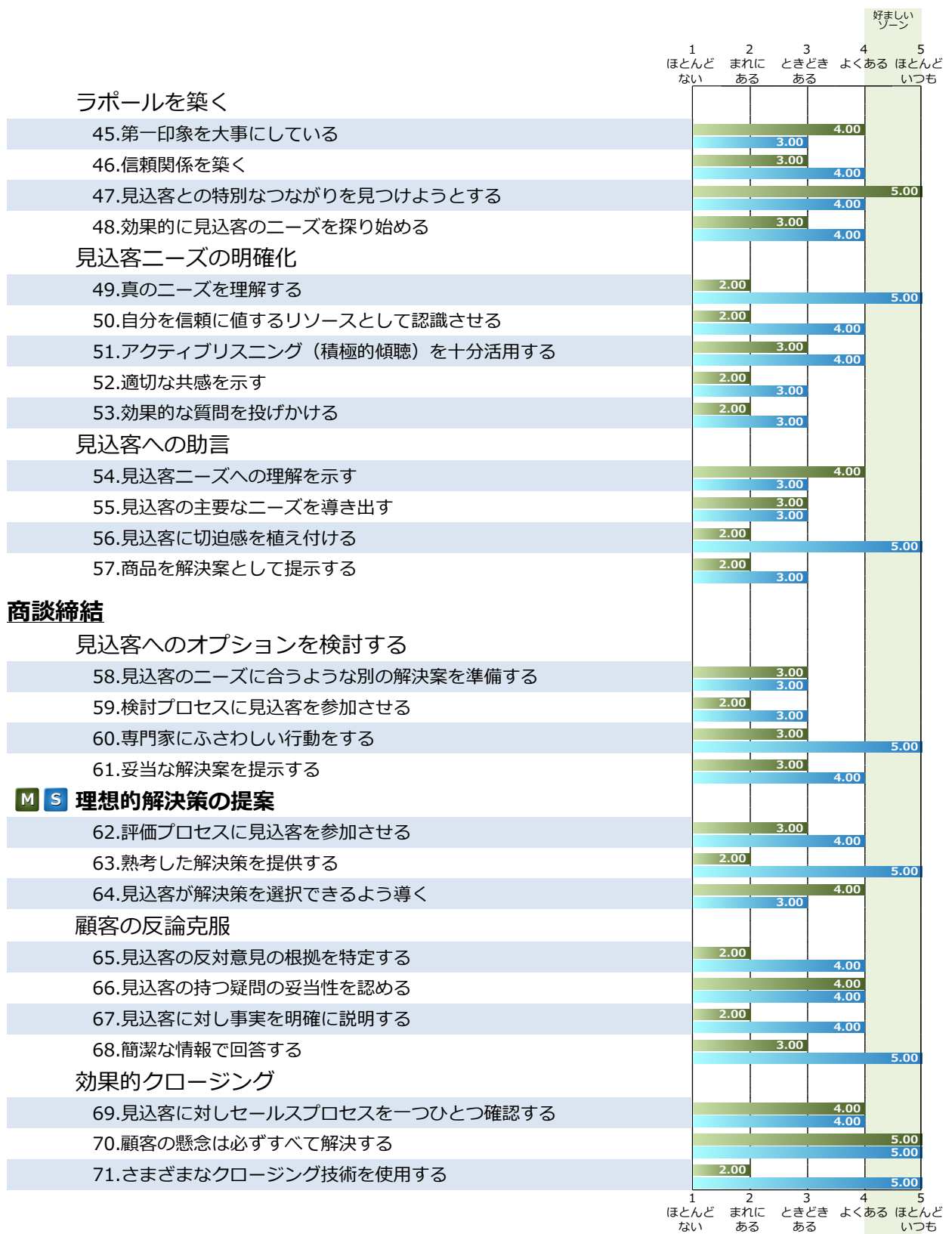


セールスマネジャー/セールス  
パーソンが、回答していない項目



太字：セールスパerson/セールスマネ  
ジャーが指定した重要スキルセットの項目

セールスマネジャー  
セールスパerson





セールスマネジャー/セールス  
パーソンが、回答していない項目

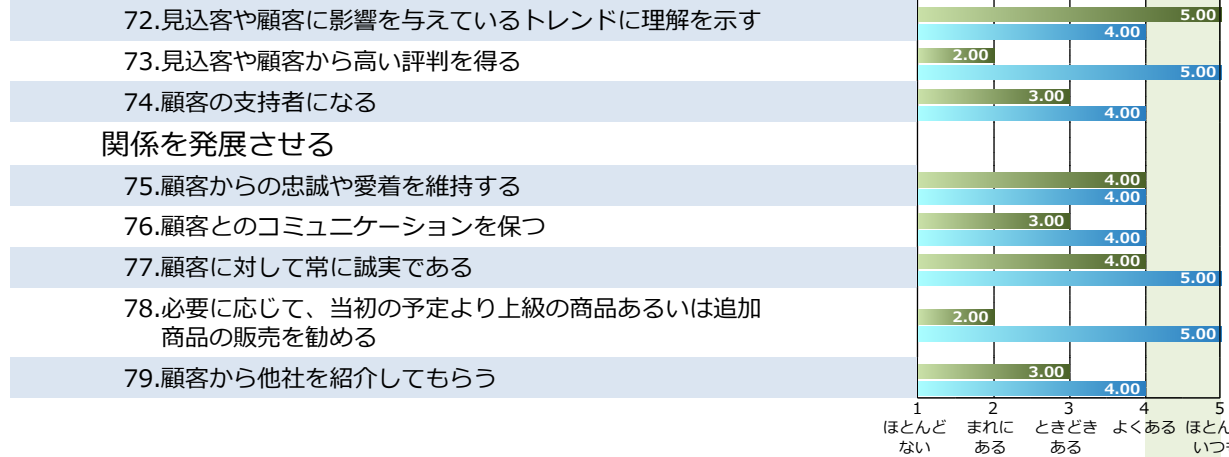


太字：セールスパerson/セールスマネ  
ジャーが指定した重要スキルセットの項目

セールスマネジャー  
セールスパerson

### セールスの関係づくり

#### **M S** 確実な関係構築



## サーベイコメント

このサーベイには、あなたについて、またはあなたのセールススキルについて、あなたのセールスマネジャーによる任意のコメント欄が設けられています。コメントは、セールスコンピテンシー別に、すべてセールスマネジャーが入力した通りに、下記に掲載されています。

### 企業家的アプローチ

- パイプができた顧客のニーズには、しっかり対応できている。  
顧客の反論・抵抗は新たなニーズの表明と捉えて質問できるようにしたい。

### 見込客を理解する

- 購入決定に関係する部署への配慮は、特筆すべきものがある。関係部署に影響力を持つ決定権者を識別すれば、もっと商談は加速できそう。

### 適切な問題解決策を創出 - コメントなし

### 積極的顧客開拓

- 見込客へのアプローチには自信を持っているようだ。アプローチがややワンパターン化して、予想外の顧客ニーズをキャッチできないことがあるのは勿体ない。

### セールスプロセスの管理

- 顧客の属性に共通項を見出すと急速に親しい関係になれる。  
ビジネスライクな見込客への対応が課題。

### 商談締結

- 顧客の抵抗・反論を回避しようとして、クロージングのタイミングを逃している。「反対歓迎」程度の楽観性が欲しい。

### セールスの関係づくり

- 商談をランクアップさせれば、顧客の評価も向上することを学んで欲しい。





## 能力開発サマリー

このセクションでは、各スキルセットの平均スコアについて検討します。あなたとセールスマネジャー両方の平均スコアを表示し、好ましいゾーンと比較してスキルセットを分類しています。

各スキルセットの結果は、あなたとセールスマネジャーが重要スキルセットに指定したか、しなかったかによっても分類されています。各分類グループの中では、セールスマネジャーのスキルセットの平均スコアによって降順に表示されています。

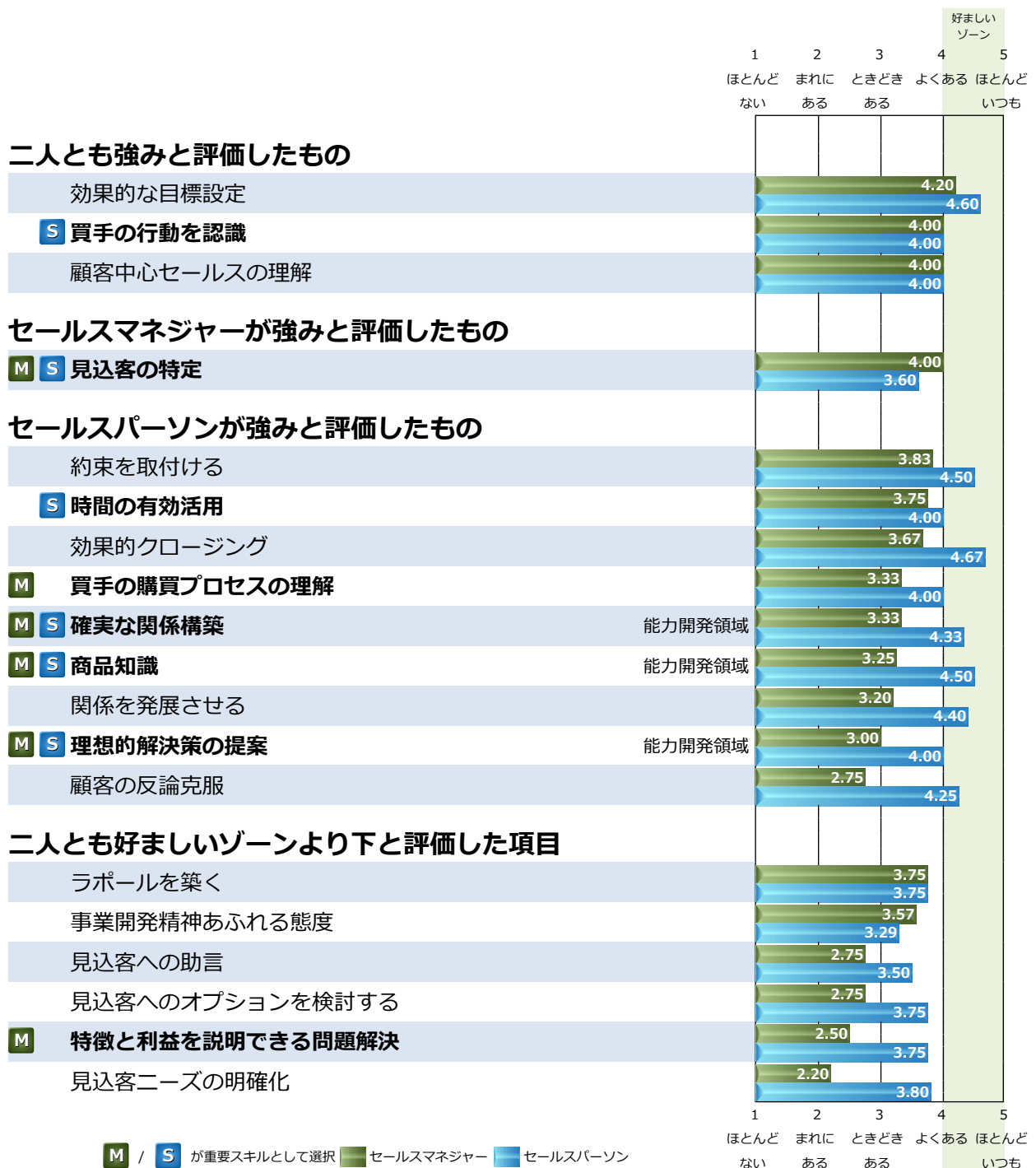
- **二人とも強みと評価したもの** - ここに示すスキルセットは、あなたもセールスマネジャーも、好ましいゾーンに評価したものです。これらは明らかに強調すべき強みですが、どんな場合にも改善の余地はあるので、現状に甘んじてはいけません。この強みをどのように使ったら、改善が求められる領域の開発に役立つかを話し合しましょう。
- **セールスマネジャーが強みと評価したもの** - あなたのセールスマネジャーによる平均スコアが好ましいゾーンにあったスキルセットです。評価が一致しない場合、二人は率直なコミュニケーションを行って、その理由を特定する必要があります。強みと評価するスキルセットに関して、あなたとセールスマネジャーの期待が一致していることが大切です。
- **セールスパークンが強みと評価したもの** - あなたは好ましいゾーンに自己評価したものの、セールスマネジャーは評価しなかったスキルセットです。セールスマネジャーとミーティングをして、あなたの行動に欠けているものがあるように思われている理由を理解する必要があります。これらのスキルセットについて、双方の期待が一致するよう、努力しましょう。
- **二人とも好ましいゾーンより下と評価した項目** - 明らかに能力開発領域となるのは、二人とも好ましいゾーンと評価しなかったスキルセットです。トレーニングを受けて、セールス能力の向上を図るべきです。あなたとセールスマネジャーのどちらかが重要としたスキルセットには、特に注目しましょう。

また、能力開発領域が3つ示されています。この3つの能力開発領域は、あなたのセールス能力を向上させる絶好の機会です。これは、あなたとセールスマネジャーが選んだ重要スキルセットを平均スコアと照らし合わせて特定したもので、好ましいゾーンの中か下にあります。どちらにしても、あなたのセールス能力開発にあたり、重視すべき領域です。





ここでは、スキルセットは、平均スコアが好ましいゾーンとの比較で分類されています。重要なスキルセットとして選択されたスキルセットには、「能力開発領域」という印がつけられたものがあることに注目してください。もちろん、両者の回答間に大きな差がある場合は、セールスマネジャーとの話し合いが必要です。



# アクションプラン

2014/02/11

対象者： 部下 花子

## あなたのアクションプラン

セールスの能力開発を運に任せるような危険を冒すべきではありません。計画が大切です。あなた自身や周囲の人に対して行動を起こすと宣言したにもかかわらず、また元の習慣に戻ってしまったことが、これまでに何度あったでしょうか？有能なセールスパークソンは、自分の能力開発のニーズがセールス課題や問題に直接関連している場合、能力開発プランを最後までやり抜いています。最も重要な能力開発領域は、仕事上にあり、あなた自身がコントロールできるのです。

人は自分の得意分野 - つまり「堪能なセールススキル」を駆使する傾向があります。そのスキルをどのような状況でも活用しうる知識と経験があるからです。もし成功にとって欠かせないとされるセールススキルで、あなたが好まないものまたは不慣れなものがあれば、すぐにできる2つのステップがあります。

1. まず、スキルや行動を改善するためにできることがあれば、それを行う！
2. 次に、アクションプランを作成する。計画が複雑である必要はない。ほとんどの場合、個人的成長や職業的能力開発の最善の道筋は、すぐに見つかることが多い。

あなたが回答したSales CheckPointの結果、以下の能力開発領域が特定されました。ただし、さらに他の領域も出てくる可能性があります。

- **理想的解決策の提案** - 見込客にニーズや希望を理解していることを示し、商品知識を活かして、実行可能な解決案のオプションを提供する。
- **商品知識** - 商品とサービスについて専門知識を示し、この知識を使って迅速かつ無理なく見込客のニーズに対応する。
- **確実な関係構築** - 顧客と見込客のニーズを常に見据え、接触や取引の機会を増やす。

次のアクションプランワークシートを使って、重要スキルを向上させる次のステップに進みましょう。あなたのセールス行動が改善され、その結果、より良い業績が見込めます。アクションプランは、あなたが毎日の仕事で実行でき、あなたとセールスマネジャーがセールスの優先事項として確認したことに直接つながるものにしてください。

K-S-S法は、行動の改善に非常に有効であることが実証されており、シンプルな3つのステップから構成されています。

- K** =あなたが**続ける(keep)**べき行動は、あなたが得意なことです。それを「続けて」ください！
- S** =あなたが**止める(stop)**べき行動。自分のSales CheckPointを分析して分かった、良くない結果をもたらす行動 - それが「止める」べき行動です。
- S** =あなたが**始める(start)**べき行動。あなたはセールスの効果を高めるために何をすべきか学びました。できるだけ早い機会に、それを「始めて」ください。あなたの知識ベースにセールスパフォーマンスを向上する新しい知識が追加され、感覚がつかめるようになると、それが習慣となります。「始める」ことを、あなたの能力開発プロセスに組み込みましょう。

アクションプランワークシートは、セールス能力の向上に役立つ有効なツールです。次の3つの要素から成り立っています。



### 重要スキル一致サマリー

- あなたとセールスマネジャーが選択した重要スキルセットが掲載されているSales CheckPointレポートの「重要スキルセット一致」について見直します。
- 二人が一致しているところに注目しましょう。あなたとセールスマネジャーにとっての各スキルの意味を話し合うと、評価に違いのある場合には、その理由がはっきりするでしょう。
- 次に、二人が一致しなかったスキルセットを見てみましょう。これらのスキルセットにおいて、あなたのセールスマネジャーと意見の違いについて話し合い、一致に近づけるよう努力してください。

### 能力開発サマリー

- レポートの「能力開発サマリー」に掲載した“能力開発領域”に注目してください。スキルセットの下に、あなたとセールスマネジャーのスコアと、このスキルセットが「強み」なのか、「フォーカス」なのか、また「ギャップ」があるのかを示すアイコンが表示されています。ギャップがある場合は、セールスマネジャーと認識の違いについて、話し合います。
- 「能力開発サマリー」の右側のスペースに、この非常に重要なスキルセットを向上させるために変えようと思っていることを書いてください。K-S-S法を使って、あなたが「続けよう」「止めよう」「始めよう」と思っている行動を、それぞれ1つか2つ書いてください。
- アクションの内容には、セールスマネジャーと話し合うこと、あるスキルセットに含まれる行動を詳細に見直すこと、セールスマネジャーが行った特定の評価についての説明を求めること、あなたとセールスマネジャーとのコミュニケーション改善に向けて努力することなどがあります。
- あなたとセールスマネジャーが、このアクションステップを実行できると考える目標期限を決めます。

### その他の能力開発領域

- このセクションは、すぐ上のセクション - 「能力開発サマリー」と同様に使用します。あなたとセールスマネジャーが同意する他のスキルセットがあれば、ここに追加してください。

あなたのアクションプランワークシートを度々参照してください。あなたのセールスの将来を運に任せてはいけません。行動を開始するのは今です。ぜひ、あなたのSales CheckPointレポートを検討し、アクションプランを完成させるためにセールスマネジャーとのミーティングを設定しましょう。アクションプランは、必ずやり遂げてください。



## アクションプランワークシート

これらの目標達成を支援する適切なリソース（トレーニングなど）については、あなたの上司と話し合みましょう。

重要スキル一致サマリー		
セールスマネジャー	両者	セールスパークソン
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 買手の購買プロセスの理解</li> <li>✓ 特徴と利益を説明できる問題解決</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 商品知識</li> <li>✓ 見込客の特定</li> <li>✓ 理想的解決策の提案</li> <li>✓ 確実な関係構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 時間の有効活用</li> <li>✓ 買手の行動を認識</li> </ul>

能力開発サマリー	
能力開発領域	あなたのアクションステップ
<b>理想的解決策の提案</b> M - 3.00 S - 4.00	<b>目標回答日：</b> _____ <b>Keep Doing（続ける）：</b> _____ _____ <b>Stop Doing:（止める）：</b> _____ _____ <b>Start Doing（始める）：</b> _____
<b>商品知識</b> M - 3.25 S - 4.50	<b>目標回答日：</b> _____ <b>Keep Doing（続ける）：</b> _____ _____ <b>Stop Doing:（止める）：</b> _____ _____ <b>Start Doing（始める）：</b> _____



能力開発サマリー	
能力開発領域	あなたのアクションステップ
確実な関係構築 M - 3.33 S - 4.33	目標回答日： _____ Keep Doing (続ける)： _____ _____ Stop Doing: (止める)： _____ _____ Start Doing (始める)： _____ _____

その他の能力開発領域	
能力開発領域	あなたのアクションステップ
M - _____ S - _____ 強み フォーカス ギャップ <small>当てはまる場合は丸で囲む</small>	目標回答日： _____ Keep Doing (続ける)： _____ _____ Stop Doing: (止める)： _____ _____ Start Doing (始める)： _____ _____
M - _____ S - _____ 強み フォーカス ギャップ <small>当てはまる場合は丸で囲む</small>	目標回答日： _____ Keep Doing (続ける)： _____ _____ Stop Doing: (止める)： _____ _____ Start Doing (始める)： _____ _____



その他の能力開発領域	
能力開発領域	あなたのアクションステップ
<p>M - _____ S - _____</p> <p>強み   フォーカス   ギャップ</p> <p>当てはまる場合は丸で囲む</p>	<p>目標回答日： _____</p> <p>Keep Doing (続ける) : _____</p> <p>_____</p> <p>Stop Doing: (止める) : _____</p> <p>_____</p> <p>Start Doing (始める) : _____</p> <p>_____</p>

