



レポート対象者：

部下 花子

Sales CheckPoint Performance Feedback System™ マネジメントサマリーレポート

レポート作成日: 2014/02/12

部外秘

サーベイ回答日: 2014/02/11

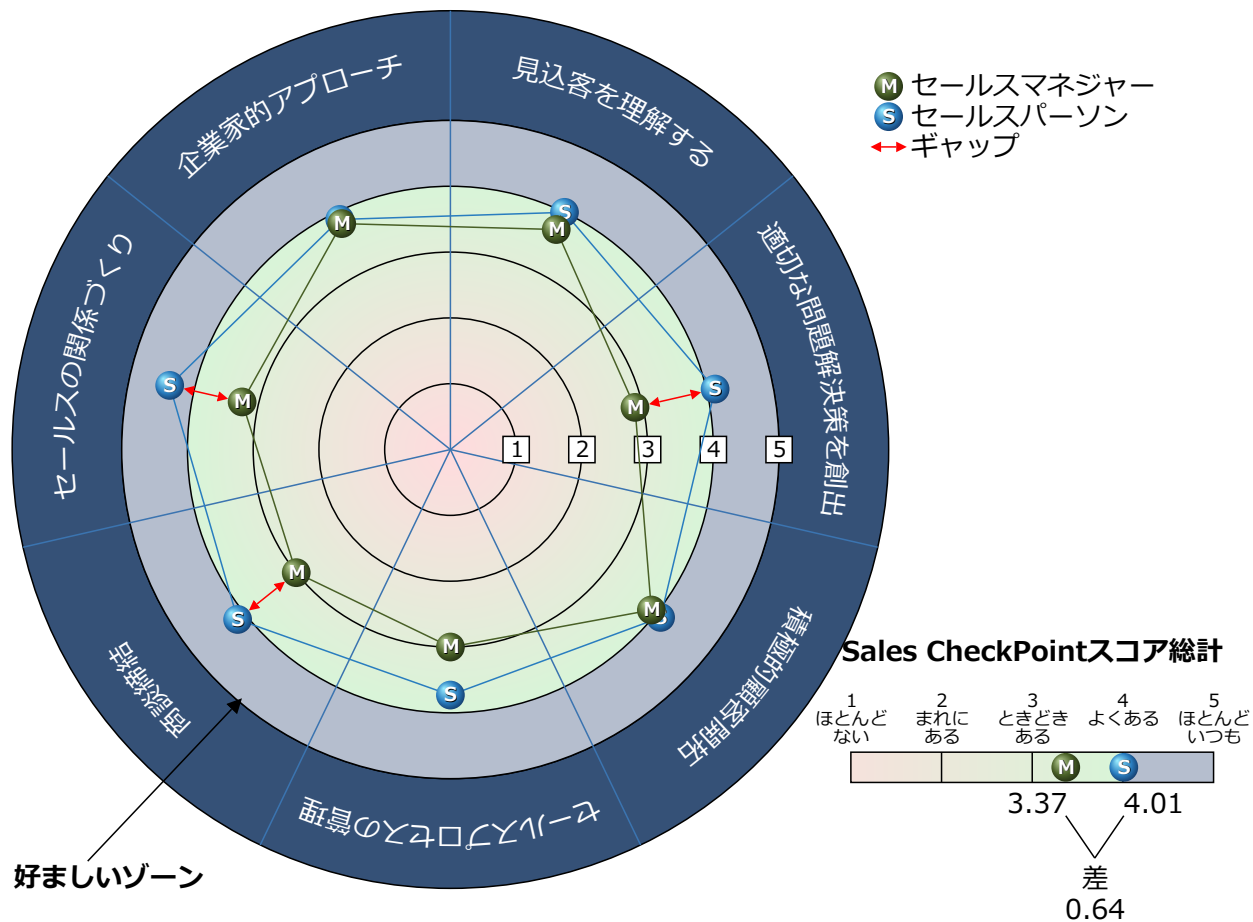
サーベイ回答者:

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®

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、部下 花子さん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、あなたと部下 花子さんとが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Sales CheckPointスコア合計は、全7項目のコンピテンシーに対するあなたと部下 花子さん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、話し合っすぐに対処する必要があります。

重要スキル一致サマリー

あなたと部下 花子さんは各自、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。あなたと部下 花子さん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、あなたと部下 花子さんが話し合い、セールスプロセスでの最重要事項を明らかにすることが大切になります。二人がまったく同じ行動を重要視しない限り、部下 花子さんが焦点とすべき点に関する意見の相違が必ず起こり得ます。

重要スキル一致: 67%

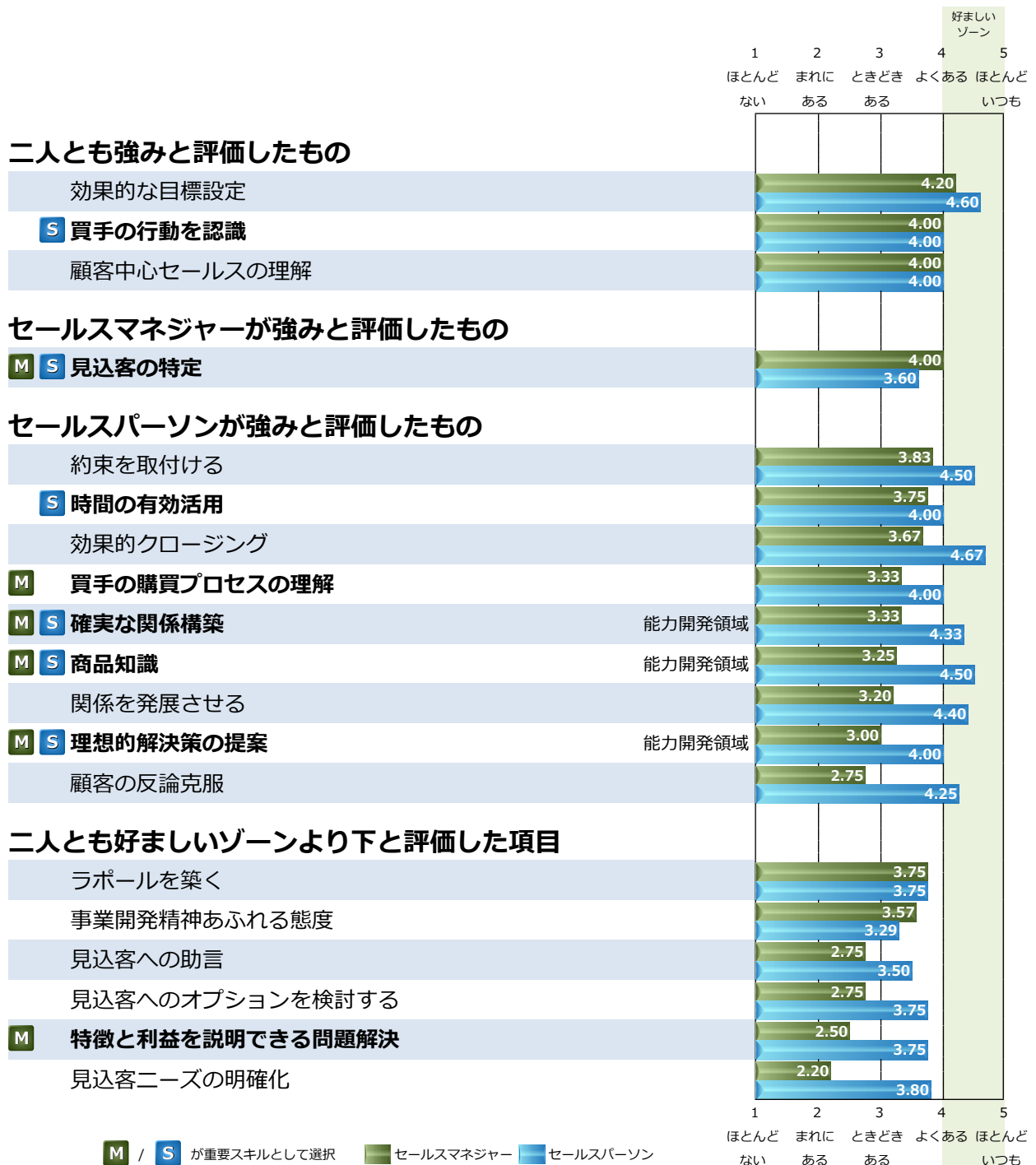
- S** **時間の有効活用:** 時間を効率的に管理し、セールスと顧客サービスの時間のバランスをとる。
- S** **買手の行動を認識:** 見込客が商品やサービスを購入する理由を特定し、それに基づいてセールスアプローチを改善する。
- M** **買手の購買プロセスの理解:** 買手側の役割、目標、プロセスに対する知識を有し、それらを使って顧客関係を構築する。
- M** **特徴と利益を説明できる問題解決:** 商品の特徴を説明し、その特徴がどのように見込客のニーズを満たすかを特定することにより、解決案を開発して提供する。
- M** **商品知識:** 商品とサービスについて専門知識を示し、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** **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。
- 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** **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



能力開発サマリー

ここでは、スキルセットの平均スコアを好ましいゾーンと比較しながら分類しています。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。また、両者のスコアに大きな違いがみられる場合も、よく話し合うことが必要でしょう。



組織のセールス潜在能力を最大化

組織にとって常に課題となることは、各セールスパースンに、継続的な能力開発に対する一定レベルのコミットメントと責任感を育てる文化を創出することです。Sales CheckPointのプロセスが成功するためには、サーベイを実行したら終わりではなく、セールスパースンの能力開発をやり通すことが大切です。

このマネジメントサマリーレポートには、Sales CheckPointマネジメントレポートが要約されており、セールスパースンのパフォーマンス自己評価があなたの評価と比較した形で示されています。

的を絞った能力開発のアクションプラン作成のためには、
Sales CheckPointマネジメントレポートをぜひ参照してください。

あなたが各セールスパースンと協力し、そのスキルを伸ばすことは大切ですが、セールスパースン自身も、各自の能力開発計画に従って、あなたからの指導や持続的フィードバックの支援を受けながら、自分の能力開発に自ら責任をもつべきです。

セールスパースンが、この能力開発の成果で能力が向上するにつれて、組織全体のパフォーマンスにも良い影響が出てくるはずです。次回のSales CheckPointサーベイで、その進歩が実証されるとともに、さらに注意が必要な領域も示されるでしょう。

組織のセールス戦略向上の鍵は、どの階層のセールスパースンでも、このサーベイから得た情報を確実に活用することです。