Talent in Innovation.
Innovation in Talent.

OPQ
Informe Comercial

Nombre
Sr. Sample Candidate

Fecha
01 de octubre de 2018

INTRODUCCIÓN

El Informe de Ventas SHL le ayuda a comprender el potencial del Sr. Sample Candidate para adaptarse a un puesto comercial. Este informe se basa en los resultados del Cuestionario de Personalidad Laboral (OPQ32) y del Cuestionario de Motivación (MQ). Esta información también es apropiada para identificar tanto las fortalezas como las áreas en que el Sr. Sample Candidate necesita desarrollarse, relacionadas con su eficacia comercial.

SHL ha investigado a miles de vendedores de distintos sectores para poder identificar los factores fundamentales en el área de ventas. Si bien se ha demostrado que todos y cada uno de ellos influyen en la eficacia en el proceso de venta, usted podrá determinar cuáles son los más importantes en una situación específica. La información suministrada en este informe puede interpretarse sin tener una formación o conocimientos específicos.

Cuando se utilice para un proceso de selección, este informe requiere de los conocimientos adecuados sobre técnicas de selección eficaces y sobre los detalles del puesto a ocupar. El informe da por sentado que el usuario tiene suficientes conocimientos sobre el puesto y sus requisitos para tomar las decisiones correctas con la información que en él se incluye. Durante el proceso de selección se deberán obtener más evidencias, a partir de las entrevistas y otras evaluaciones relevantes, para determinar la aptitud comercial del candidato.

Cuando se le utilice con fines de desarrollo, este informe exige una buena comprensión de las técnicas de desarrollo y las actuaciones posteriores que deberán llevarse a cabo.

USO DE ESTE INFORME

Este informe contiene tres secciones principales: **Fundamentos de la Venta, Motivación** y **Ciclo de la Venta**. Al final encontrará una sección denominada Perfil de Venta que proporciona una visión general.

La sección **Fundamentos de la Venta** se centra en factores que son importantes para la eficacia en la mayoría de las situaciones comerciales. Si bien la importancia de estos factores puede variar de un puesto a otro, se trata de factores clave que se aplican a la mayoría de los roles comerciales.

La sección **Motivación** se centra en los motivadores que pueden influir sobre la eficacia en las ventas. La motivación es la fuerza que impulsa a un individuo a desarrollar su trabajo, determina la cantidad de energía que alguien canalizará hacia un empleo y qué es lo que puede ayudarle a mantener esa energía. La motivación puede afectar la producción y el éxito de manera significativa.

La sección **Ciclo de la Venta** se centra en factores que son importantes en un proceso de venta típico. Indica la probable eficacia de una persona en ocho categorías esenciales del proceso de venta. La comprensión de las fortalezas naturales de un individuo en el ciclo de la venta puede ayudar a determinar el tipo de entorno en el que puede ser más eficaz. También puede identificar áreas en las que la formación o el entrenamiento pueden mejorar su eficacia general.

La última sección de este informe presenta todos los datos: Fundamentos de la Venta, Motivación y Ciclo de la Venta en una sola página. Esta sección **Perfil de Venta** facilita la comparación de este perfil individual con los factores necesarios para situaciones o roles de venta específicos.

© 2018 SHL o sus afiliados. Todos los derechos reservados.

FUNDAMENTOS DE LA VENTA

Los **Fundamentos de la Venta** son factores importantes para la eficacia en la mayoría de las situaciones de venta. El gráfico de barras indica el nivel de fortaleza potencial del Sr. Candidate en cada área. Inmediatamente debajo del gráfico de barras se muestra la definición de cada factor. Debajo de cada definición, se presenta la puntuación alta y baja.

Se ha demostrado que cada uno de estos factores influye sobre el éxito en una variedad de situaciones de venta. Como regla general, se prefiere un nivel alto en cualquier factor para la mayor parte de los roles de venta. No obstante, algunos factores pueden ser más o menos importantes en diferentes situaciones. Usted debe determinar cuáles de ellos son más y menos importantes en su situación específica.

Estos resultados pueden identificar áreas de fortaleza que pueden aprovecharse para mejorar la eficacia en las ventas. También pueden identificar áreas clave en las que un desarrollo centrado en los objetivos o la formación pueden mejorar el desempeño.

Confianza Comercial

Definición: Proyecta un aire de confianza cuando trata con otras personas y presenta habilidades y destrezas personales sobresalientes.

- Las personas con puntuación más alta tienden a tener mucha confianza en sí mismas, aún en situaciones desafiantes y estresantes.
- Las personas con puntuación más baja pueden ser tímidas o reservadas. Pueden parecer intimidadas o inseguras en ciertas situaciones.

Impulso Comercial

Definición: Es dinámico y entusiasta, parece extraordinariamente determinado a conseguir el éxito y se lanza en busca de objetivos difíciles.

- Las personas con puntuación más alta están llenas de energía, determinadas a alcanzar cualquier meta y a superar a cualquier competidor.
- Las personas con puntuación más baja muestran menos energía y determinación.

Tenacidad Comercial

Definición: Está lleno de optimismo y es muy tenaz, persevera hasta en las situaciones más difíciles y está atento a nuevas oportunidades.

- Las personas con puntuación más alta son optimistas y relajadas, aún cuando las cosas se ponen difíciles.
- Las personas con puntuación más baja se pueden desalentar cuando las cosas no les salen tan bien.

Adaptabilidad Comercial

Definición: Se identifica y adopta el estilo más apropiado para maximizar el éxito en situaciones de venta. Es capaz de relacionarse con los clientes o potenciales clientes.

- Las personas con puntuación más alta son conscientes de las necesidades de los demás y muy flexibles y reflexivas en la manera en que se comportan frente a los clientes.
- Las personas con puntuación más baja no están tan dispuestas a adaptar su estilo o enfoque personal a situaciones o personas específicas.

Escucha Activa

Definición: Escucha a sus interlocutores de manera comprensiva y observa atentamente e interpreta sus comportamientos.

- Las personas con puntuación más alta escuchan atentamente y se relacionan bien con los demás.
- Las personas con puntuación más baja tienden a escuchar de manera muy ineficaz.

Adaptación al Cambio

Definición: Tiene la capacidad de adaptarse rápidamente a cambios drásticos y continuos en el lugar de trabajo, el entorno o la forma en que se hacen las cosas.

- Las personas con puntuación más alta no necesitan esforzarse en relación a los cambios de políticas y el flujo de trabajo. Muestran la capacidad de adaptarse rápidamente a las condiciones laborales cambiantes.
- Las personas con puntuación más baja no reaccionan con tanta eficiencia o de manera tan positiva a los cambios de situación u organizativos.

© 2018 SHL o sus afiliados. Todos los derechos reservados.

MOTIVACIÓN

Las condiciones existentes en el trabajo, que desarrollan la motivación de un individuo, se denominan motivadores. Éstos se describen como aquello que influye sobre el impulso y la determinación de una persona para lograr el éxito. Los gráficos de barras que siguen indican la efectividad de cada motivador para desarrollar el comportamiento del Sr. Candidate. Asimismo se presenta la definición de cada uno de ellos.

Este informe identifica motivadores específicos y hasta qué punto es posible que impulsen al Sr. Candidate. No representan una medida de motivación general. (El nivel de Impulso Comercial en la sección Fundamentos de la Venta es un indicador mejor de la motivación de venta general).

La identificación de los motivadores que son efectivos para una persona ofrece la oportunidad de comprender qué es lo que probablemente impulsará su desempeño en las ventas. Por ejemplo, si sabemos que una persona se siente muy motivada por el Dinero, puede potenciarse un enfoque en trabajos y situaciones de venta que proporcionen la posibilidad de obtener grandes ganancias. Una persona muy motivada por el Crecimiento es muy adecuada para ocupar puestos que ofrezcan oportunidades de desarrollo y formación constantes.

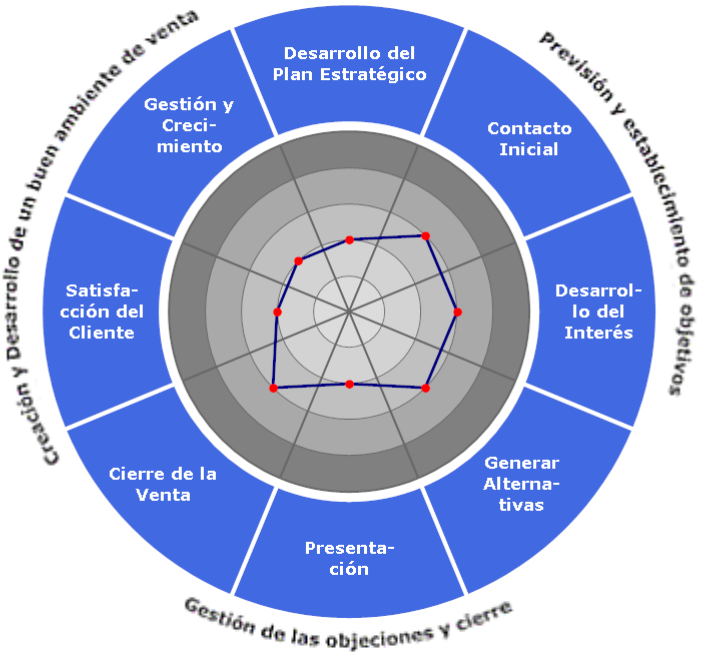
	No es Motivador				Muy Motivador
Dinero *Recompensas económicas y materiales*	■				
Competencia *Oportunidades de superar tanto a compañeros de trabajo como competidores*	■	■	■		
Logro *Tener metas claras y situaciones en las que el desempeño personal es clave*	■				
Ritmo *Un entorno con actividad creciente y agendas completas*	■	■	■		
Contacto social *Tener que relacionarse con otras personas durante la jornada laboral*	■	■			
Reconocimiento *Un entorno en el que se reciben muchos elogios y reconocimiento por el trabajo bien hecho*	■	■			
Crecimiento *Tener la oportunidad de desarrollarse y aprender nuevas habilidades*	■				
Autonomía *No recibir una supervisión demasiado estricta, tener libertad para estructurar el propio trabajo*	■	■			

© 2018 SHL o sus afiliados. Todos los derechos reservados.

CICLO DE LA VENTA

El **Ciclo de la Venta** muestra las preferencias individuales en el uso de factores que son importantes en un ciclo de venta típico. Indica la probable eficacia de un individuo en ocho etapas cruciales del proceso y ayuda a determinar en qué punto de un proceso de venta típico esta persona será más eficaz. La línea dentro del diagrama es el Perfil del Ciclo de la Venta. Los puntos hacia el perímetro exterior del círculo representan una puntuación más alta. Los puntos hacia el centro, representan una puntuación más baja. En general, se prefiere la puntuación hacia el exterior del círculo en cada área crucial para lograr el éxito en un rol de venta en particular. La puntuación hacia el centro destaca áreas para el desarrollo y/o formación.

En el diagrama del Ciclo de la Venta que sigue se presentan las definiciones de cada factor y un gráfico de barras.



Desarrollo del Plan Estratégico	Baja	Alta
Análisis profundo del mercado, esfuerzo por posicionar los productos y actividades de venta eficaces.		
Contacto Inicial	Baja	Alta
Contactar a los potenciales clientes, "romper el hielo" y lograr que el cliente se sienta cómodo, tomar la iniciativa para establecer nuevas relaciones.		
Desarrollo del Interés	Baja	Alta
Comprometer al cliente en el plano emocional, creación de la preferencia por comprar y una sensación de confianza en el producto o servicio.		
Generar Alternativas	Baja	Alta
Comprensión de las necesidades del cliente y aporte de soluciones innovadoras.		
Presentación	Baja	Alta
Presentación de los productos y/o soluciones de manera cautivadora y con confianza a individuos y grupos de clientes; sin sensación de estrés ni preocupaciones.		
Cierre de la Venta	Baja	Alta
Cierre del trato, gestión del cliente para que tome decisiones oportunas, tratamiento de las objeciones, negociación del precio final y las condiciones de venta.		
Satisfacción del Cliente	Baja	Alta
Brindar un servicio posventa constante, relación con el cliente y tomar las medidas necesarias para satisfacerle.		
Gestión y Crecimiento	Baja	Alta
Mantener la relación con el cliente una vez completada la venta, atención continua para detectar nuevas necesidades y oportunidades de negocio.		

© 2018 SHL o sus afiliados. Todos los derechos reservados.

PERFIL DE VENTA

Esta sección ofrece una visión general de los resultados del Sr. Sample Candidate en formato de resumen.

Si se utiliza esta información para compararla con el perfil ideal de un puesto o situación de venta, es importante determinar qué factores son cruciales para lograr el éxito en ese rol específico. Normalmente, antes de realizar una comparación entre el perfil de una persona y el perfil ideal de un puesto de venta, se utiliza la información obtenida de un análisis del puesto para diferenciar entre factores esenciales, importantes y con los cuales sería bueno contar. (La columna "Importante para el Éxito", de la tabla que sigue, se puede utilizar para registrar estos datos.)

Dado que los Motivadores ayudan a alcanzar el éxito individual, no deberían compararse con un perfil ideal específico para un puesto o situación. En cambio, se deberían confrontar con los motivadores que posiblemente estén a disposición de la persona y aquellos que no.

Si bien los datos incluidos en este informe representan una evaluación precisa de los factores de venta y motivadores de la persona, es importante recordar que toda la información presentada se basa en un cuestionario de autoinforme. Existen muchos otros factores que también afectan la eficacia en las ventas. Por lo tanto, si este informe se utiliza para comparar a una persona con un perfil ideal para un puesto, es importante tener en cuenta la información adicional sobre experiencia, conocimientos y habilidades para evaluar su aptitud.

	1	2	3	4	5	¿Importante para el Éxito?* (Califique o marque)
Fundamentos De La Venta						
Confianza Comercial	■	■	■			
Impulso Comercial	■	■	■			
Tenacidad Comercial	■	■	■			
Adaptabilidad Comercial	■	■	■	■		
Escucha Activa	■	■				
Adaptación al Cambio	■	■	■	■		
Motivación						
Dinero	■					n/a
Competencia	■	■	■			n/a
Logro	■					n/a
Ritmo	■	■	■			n/a
Contacto social	■	■				n/a
Reconocimiento	■	■				n/a
Crecimiento	■					n/a
Autonomía	■	■				n/a
Ciclo De La Venta						
Desarrollo del Plan Estratégico	■	■				
Contacto Inicial	■	■	■			
Desarrollo del Interés	■	■	■			
Generar Alternativas	■	■	■			
Presentación	■	■				
Cierre de la Venta	■	■	■			
Satisfacción del Cliente	■	■				
Gestión y Crecimiento	■	■				

* EL USUARIO DE ESTE INFORME ES EL RESPONSABLE DE DETERMINAR LA IMPORTANCIA DE ESTAS ESCALAS PARA EL PUESTO OBJETIVO

© 2018 SHL o sus afiliados. Todos los derechos reservados.

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

El perfil se basa en las siguientes fuentes de información de Sr. Sample Candidate:

Cuestionario / Test de Aptitud	Grupo Normativo
OPQ32r Russian v1 (Std Inst)	OPQ32r Ruso Población general 2012 (INT)
MQ UK English v1 (Std Inst)	MQM5 UKE UK - Población General 2000

DETALLES PERSONALES

Nombre	Sr. Sample Candidate
Datos del 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
Informe	Informe Comercial v2.0 RE

ACERCA DE ESTE INFORME

Este informe se ha generado utilizando el Sistema Experto de Evaluación Online de SHL. Incluye información procedente del Occupational Personality Questionnaire™ (Cuestionario de Personalidad Laboral, OPQ32). El uso de este cuestionario está limitado a aquellas personas que han recibido la formación especializada para su uso e interpretación.

El presente informe se genera a partir de los resultados de un cuestionario completado por los encuestados y refleja sustancialmente sus respuestas. A la hora de interpretar estos datos, se debe tener en cuenta la naturaleza subjetiva de las evaluaciones basadas en las respuestas de los cuestionarios.

Este informe se ha generado electrónicamente: el usuario del software puede realizar modificaciones y añadidos al texto de este informe.

SHL Global Management Limited y sus empresas asociadas no pueden garantizar que los contenidos de este informe sean el resultado inalterado del sistema. No asume ninguna responsabilidad derivada de las consecuencias del uso de este informe, lo cual incluye cualquier tipo de responsabilidad (también negligencia) sobre sus contenidos.

www.shl.com

© 2018 SHL o sus afiliados. Todos los derechos reservados. SHL y OPQ son marcas comerciales registradas en el Reino Unido y otros países.

Este informe ha sido elaborado por SHL en beneficio de sus clientes y contiene la propiedad intelectual SHL. Como tal, SHL permite a sus clientes reproducir, distribuir, corregir y almacenar este informe sólo para su uso interno y sin fines comerciales. SHL se reserva el resto de derechos.

© 2018 SHL o sus afiliados. Todos los derechos reservados.