



online  
www.tconline.cz



## VÝSTUPNÁ SPRÁVA

Obchodný profil - test

Jane Moon

jane.moon@example.com  
27. septembra 2012



Dostáva sa Vám do rúk výstup z testu Obchodný profil TEST. Tento test sleduje deväť základných obchodných kompetencií v rovine praktických obchodných vedomostí. Tieto kompetencie vychádzajú z logiky obchodného cyklu a zameriavajú sa na tri hlavné oblasti (zákazník, ponuka, predaj).

Súčasťou tejto správy je nielen číselné a grafické znázornenie aktuálnej úrovne obchodných vedomostí, ale aj odporúčanie prioritných oblastí pre ďalší rozvoj.

## CELKOVÁ ÚROVEŇ PRAKTICKÝCH OBCHODNÝCH VEDOMOSTÍ

Celková úspešnosť v teste je vyjadrená percentuálnou úspešnosťou odpovedí v podobe percentilov (priemer = 50%).

Označenie správnych a vynechanie nesprávnych odpovedí je doplnkovou informáciou. Hodnoty vychádzajú z hrubého skóre a vypovedajú o celkovej aktivite v prístupe k testu a sprostredkovane potom v prístupe k obchodným partnerom. Pri ideálnom vyplnení testu je pomer označenia správnych odpovedí k vynechaniu nesprávnych odpovedí 100 % ku 100 %. Pri zaškrtnutí všetkých položiek v teste by bol pomer identifikácie správnych k vynechaniu nesprávnych odpovedí 100 % k 0 %. V prípade nezaškrtnutia žiadnej položky v teste by bol pomer opačný, t.j. 0 % k 100 %.

celková úspešnosť v teste:

52%

označenie správnych odpovedí

48%

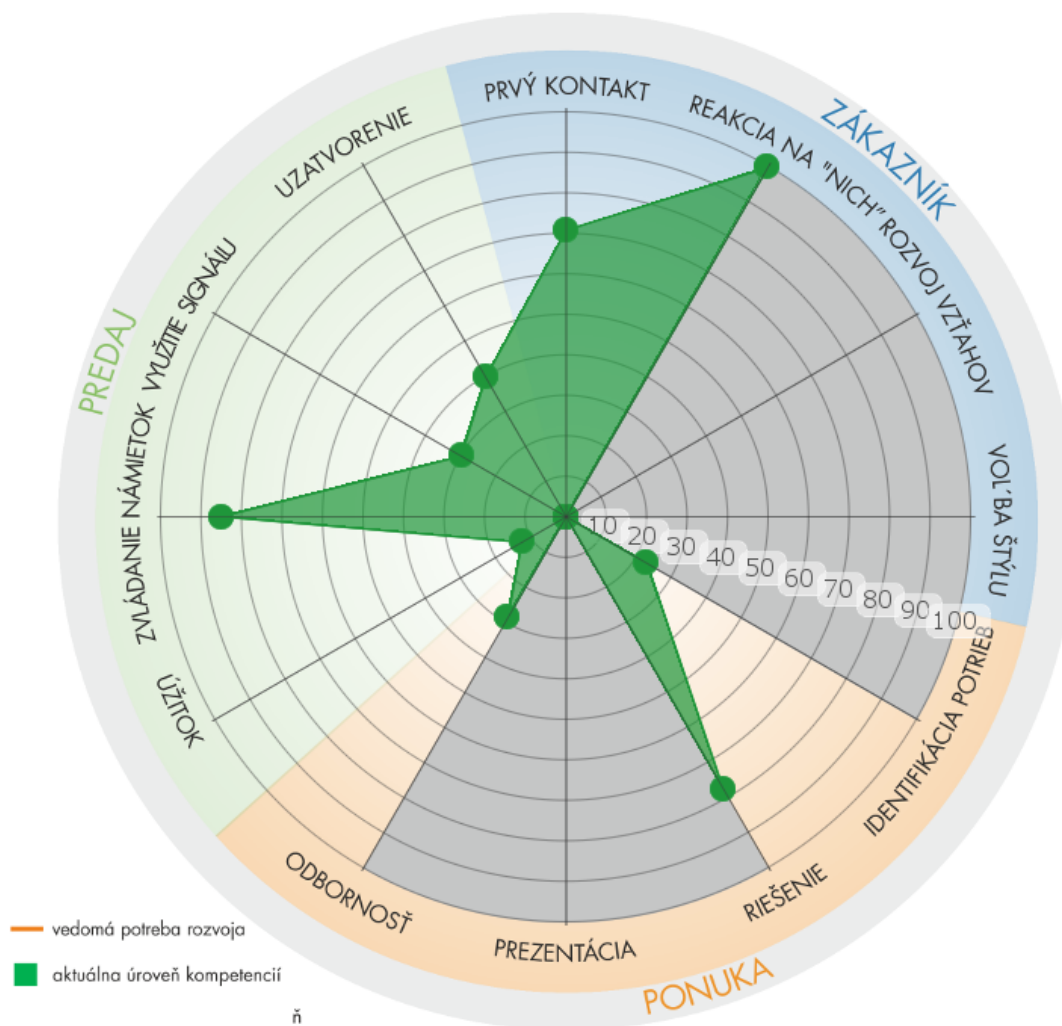
vynechanie nesprávnych odpovedí

74%

Pomer označenia správnych a vynechania nesprávnych odpovedí celkovo dokazuje opatrný až pasívny prístup k riešeniu obchodných prípadov spolu s dobrou schopnosťou identifikovať chybné postupy a riziká.

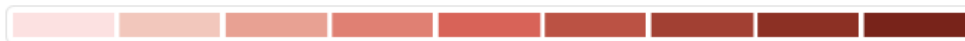
## ZASTÚPENIE DIELČÍCH PRAKTICKÝCH OBCHODNÝCH VEDOMOSTÍ

Graf zachytáva mieru praktických obchodných vedomostí sledovaných metódou Obchodný profil TEST v rámci deviatich základných obchodných kompetencií. V rámci testu nie je možné merať kompetencie Rozvoj vzťahov, Volba štýlu a Prezentácia.



## ROZLOŽENIE OBCHODNÝCH KOMPETENCIÍ V RÁMCI OBCHODNÉHO PRÍPADU

<b>ZÁKAZNÍK</b>		85%
nadviazanie obchodného vzťahu, jeho rozvoj smerom k neformálnemu partnerstvu, systematická, cielená starostlivosť prispôbená konkrétnemu zákazníkovi		
<b>PONUKA</b>		43%
identifikácia potrieb, ich pretavenie na kľúč pomocou priliehavého riešenia a jeho odprezentovanie tak, aby mu porozumel a nadchol sa preňho		
<b>PREDAJ</b>		42%
schopnosť presvedčiť zákazníka o vhodnosti a kvalite ponúk, eliminácia námietok, zachytenie kupného signálu a dotiahnutie obchodu do cieľa		



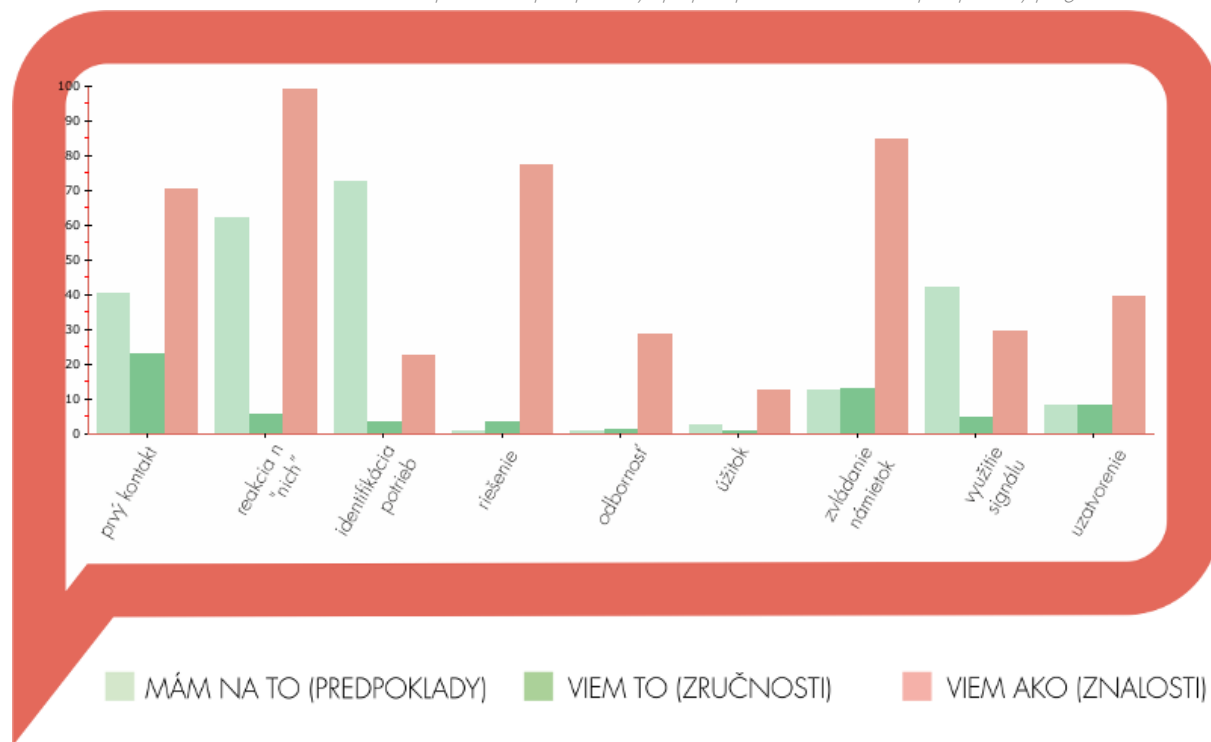
## PRIORITNÁ OBLASŤ PRE AKCIU ROZVOJOVÝ PLÁN

*Rozvoj praktických vedomostí vyžaduje zoznámenie sa s teóriou, pochopenie základných princípov obchodného rozhovoru a intenzívny nácvik vedúceho k prijatiu vedomostí a pravidiel za svoje a k ich zautomatizovaniu v rámci obchodného rozhovoru*

PRIORITA	OBLASŤ PRE AKČNÝ ROZVOJOVÝ PLÁN	POPIS OBLASTI
1	ÚŽITOK	schopnosť ukázať zákazníkovi úžitok vyplývajúci z nákupu
2	IDENTIFIKÁCIA POTRIEB	schopnosť identifikovať skutočné potreby zákazníka
3	ODBORNOSŤ	schopnosť presvedčiť, že som ten, s kým má zákazník riešenie realizovať

## POROVNANIE VÝSTUPOV S VÝSLEDKAMI DOTAZNÍKA OBCHODNÝ PROFIL FULL, EV. OBCHODNÝ PROFIL QUICK

Pozn.: dotazník OBCHODNÝ PROFIL QUICK neumožňuje sledovať predpoklady - pri jeho použití nebudú teda predpoklady pri grafe znázornené



Pri nižšom zastúpení zručnosti je vhodnou metódou ďalšieho rozvoja predovšetkým tréning a nácvik modelových situácií, popr. Koučing.

Pri nižšom zastúpení vedomostí je vhodnou metódou ďalšieho rozvoja školenie, popr. workshopy zamerané na rozbor úspešných obchodných prípadov alebo tieňovanie skúsených obchodníkov v kombinácii s mentoringom.

Miera zastúpenia predpokladov sa odráža v celkovej efektívite a rýchlosti aplikácie vyššie uvedených rozvojových opatrení.