



**Discovery** Insights®

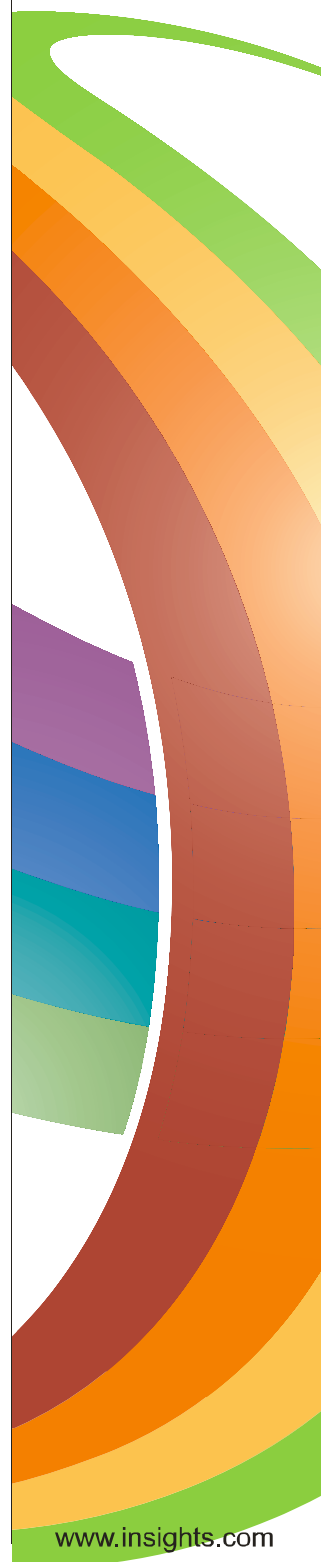
**Królewna Śnieżka**  
**2005-02-28**

**Profil Indywidualny**

Rozdział: Skuteczna Sprzedaż



Insights®



# Dane Osobowe

**Królewna Śnieżka**

**Head Office**

Data wypełnienia	<b>2005-02-28</b>
Data edycji	<b>2008-04-04</b>

**Insights Learning and Development Ltd.**  
**Jack Martin Way, Claverhouse Business Park, Dundee, DD4 9FF, Scotland**  
**Telephone: +44(0)1382 908050**  
**Fax: +44(0)1382 908051**  
**E-mail: [insights@insightsworld.com](mailto:insights@insightsworld.com)**



# Spis treści

<b>Wstęp</b>	<b>4</b>
<b>Skuteczna Sprzedaż</b>	<b>5</b>
<b>Styl sprzedaży</b>	<b>6</b>
<b>Przygotowanie i nawiązanie kontaktu</b>	<b>7</b>
<b>Identyfikowanie potrzeb</b>	<b>8</b>
<b>Przedstawianie oferty</b>	<b>9</b>
<b>Pokonywanie obiekcji</b>	<b>10</b>
<b>Finalizowanie</b>	<b>11</b>
<b>Współpraca</b>	<b>12</b>
<b>Wskaźniki preferencji stylu sprzedaży</b>	<b>13</b>



## Wstęp

*Dane Profilu Indywidualnego Insights powstały w oparciu o odpowiedzi, jakich Królowna Śnieżka udzieliła w Kwestionariuszu Preferencji Insights, wypełnionym 2005-02-28.*

*Korzenie teorii osobowości sięgają V wieku p.n.e., kiedy to Hipokrates zdefiniował cztery odmienne energie, przejawiające się w różnorodności ludzkich temperamentów. System Insights opiera się na modelu osobowości stworzonym przez szwajcarskiego psychologa Carla Gustawa Junga. Model ten przedstawiony został w 1921 r. w pracy pt. „Typy psychologiczne” oraz rozwinięty w kolejnych dziełach. Dokonania Junga, dotyczące typów osobowości, ich odmiennych preferencji oraz możliwości wykorzystania tej wiedzy w różnych aspektach i sferach funkcjonowania, zostały zaadaptowane przez wielu badaczy jako podstawa zrozumienia osobowości ludzkiej i do dnia dzisiejszego są punktem wyjścia dla licznych badań i rozważań.*

*Profil Indywidualny Insights jest zbudowany w oparciu o typologię Junga i daje podstawę dla pełniejszego zrozumienia siebie jako osoby oraz dla własnego wszechstronnego rozwoju. Badania dowodzą, że lepsze zrozumienie siebie, swoich zarówno mocnych, jak i słabych stron, pozwala rozwinąć efektywne strategie w relacjach interpersonalnych oraz trafnie odpowiadać na wymogi środowiska zewnętrznego.*

*Niniejszy Profil jest unikalny. Powstał jako wynik starannej selekcji kilku tysięcy permutacji stwierdzeń, w oparciu o odpowiedzi udzielone w Kwestionariuszu Preferencji Insights. Możesz zmodyfikować lub nawet usunąć niektóre zawarte w nim stwierdzenia – jednakże wcześniej upewnij się, zasięgając opinii kolegów, że nie stanowią one nieznanych Ci aspektów Twojego wizerunku.*

*Staraj się w pełni i aktywnie wykorzystać znajdujące się w Profilu informacje. Postaraj się zidentyfikować kluczowe dla siebie obszary rozwoju i działania, podziel się nimi ze współpracownikami – ich opinie i reakcje mogą okazać się niezwykle istotne ze względu na Twój osobisty i interpersonalny rozwój.*



# Skuteczna Sprzedaż

*Skuteczna sprzedaż musi spełniać trzy warunki:*

*Po pierwsze, handlowiec musi zrozumieć siebie oraz nauczyć się polegać na swoich mocnych stronach a także pracować nad obszarami potencjalnych słabych stron i co najważniejsze, wiedzieć jak może być postrzegany przez klientów.*

*Po drugie, handlowiec musi rozumieć innych, a w szczególności klientów, którzy różnią się od niego. Klienci często prezentują odmienne style, mają różne oczekiwania, potrzeby i motywację aniżeli handlowcy. Powinien on zrozumieć te różnice i odpowiednio zareagować.*

*Po trzecie, handlowiec musi potrafić dostosować swoje zachowanie do klienta, aby skuteczniej nawiązać z nim kontakt i móc na niego wpłynąć.*

*Profil został napisany tak, aby wspierać rozwój każdego z tych trzech obszarów.*

*Model zaprezentowany poniżej ilustruje koncepcję procesu sprzedaży według Insights a zarazem podrozdziały zawarte w Profilu Indywidualnym. Wykorzystaj swój Profil do rozwinięcia skuteczniejszych strategii budowania relacji z klientem, głębszego zrozumienia siebie oraz podniesienia skuteczności swojej sprzedaży.*



## Styl sprzedaży

*Niniejszy podrozdział pomaga bliżej zapoznać się ze stylem sprzedaży, jaki prezentujesz. Wykorzystaj ten rozdział, aby lepiej zrozumieć swoje podejście do budowania relacji z klientem.*

Królowna ma mocno ugruntowane przekonania i nawiązuje trwałe relacje z ludźmi, których uważa za szczerych. Może czasami napotykać trudności w komunikowaniu się z irracjonalnymi klientami, ponieważ preferuje ludzi logicznych i analitycznych - takich jak ona sama. Może czuć się sfrustrowana, gdy inni nie trzymają się jej „najlepiej przygotowanych planów”. Może niechętnie okazywać swoje osobiste uczucia wobec klientów lub może jej to sprawiać trudność. Jest znakomitym słuchaczem i zawsze, kiedy to możliwe będzie brała pod uwagę dobro klienta.

Królowna potrafi przedstawiać klarowne perspektywy korzystne dla wszystkich, szczególnie gdy ma czas na pozbieranie myśli. Współpracownikom i klientom może być trudno w pełni docenić jej talenty, ponieważ może się czasem wydawać zdystansowana i niewyrozumiała, co jest dalekie od prawdy. Osiąga najlepsze wyniki sprzedaży kiedy jest łagodnie wspierana i zachęcana. Nie motywują jej ciągłe wyzwania ani presja. Ponieważ inni mogą w niej widzieć osobę nieco zamkniętą, nie łatwo będzie im odkryć jej umiejętności. Jej empatyczna postawa sprawia, że klienci ufają jej bez zastrzeżeń.

Królowna lubi mieć pod kontrolą swoje projekty i być pewną faktów w nich zawartych. Na krótką metę osobiste relacje z klientami wydają się jej mniej ważne niż pełne zaspokojenie ich potrzeb. Najlepiej radzi sobie w kontaktach z klientami, którzy dają jej możliwość przekazania swojej specjalistycznej wiedzy. Dzieląc swoje życie prywatne z kilkoma bliskimi osobami, będzie gotowa zaufać tylko tym klientom, którzy będą w stanie docenić jej poglądy z intelektualnego punktu widzenia.







### **Notatki**









# Przygotowanie i nawiązanie kontaktu

*Sprzedaż rozpoczyna się na długo przed rozmową handlową i trwa nawet po jej zakończeniu. W niniejszym podrozdziale przedstawione są kluczowe kwestie, których powinnaś być świadoma, kiedy rozpoczynasz etap planowania i przygotowujesz się do pierwszego spotkania z klientem.*

## **Królowna - Twoje mocne strony na etapie przygotowania i nawiązaniu kontaktu:**

-  Zdaje sobie sprawę, jak ważny jest proces planowania działań.
-  Może wykorzystywać zarówno logikę jak i empatię, aby zrozumieć potencjalnych klientów.
-  Ma dokładne i bieżące informacje na temat produktów i usług.
-  Wykazuje się dużą sprawnością w planowaniu i myśleniu.
-  Myśli realistycznie i wyznacza jasne, możliwe do osiągnięcia cele.
-  Jest systematyczna w poszukiwaniu nowych klientów.

## **Na etapie przygotowania i nawiązania kontaktu Królowna powinna:**

-  Unikać zbyt poważnego traktowania zadań i problemów.
-  Wprowadzić trochę humoru, aby przełamać pierwsze lody.
-  Przeanalizować różne style i sposoby podejścia do swoich kluczowych klientów.
-  Ćwiczyć różne podejścia do inicjowania kontaktów z klientem.
-  Nadać tempo i urozmaicić swoją technikę prowadzenia rozmów telefonicznych.
-  Odprężyć się i cieszyć się procesem poszukiwania nowych klientów.

## **Notatki**









Discovery







## Identyfikowanie potrzeb

*Na tym etapie celem jest odkrycie rzeczywistych problemów i oczekiwań klienta. Niniejszy podrozdział opisuje Twoje mocne strony oraz zawiera wskazówki, jak możesz rozwijać umiejętności skutecznego identyfikowania potrzeb klienta.*

### **Królowa - Twoje mocne strony w procesie identyfikowania potrzeb:**

-  Zwykle zadaje pytania w celu zidentyfikowania ukrytych możliwości, wykorzystując pełen szacunek i pokory styl.
-  Metodycznie odkrywa potrzeby klientów oraz odnotowuje ich uwagi.
-  Bierze osobistą odpowiedzialność za dokładne poznanie poglądów swoich klientów.
-  Stara się w pełni zrozumieć wymagania i możliwe cele.
-  Zanim udzieli odpowiedzi, zwykle upewnia się, że dobrze zrozumiała pytanie klienta.
-  Odkrywa potrzeby klienta, zadając sondujące pytania.

### **Identyfikując potrzeby Królowa powinna:**

-  Być gotowa na podjęcie działań, nawet jeśli nie dysponuje wszystkimi informacjami.
-  Prosić o wsparcie zespołu gdy, znajduje się na nowym lub nieznanym gruncie.
-  Wykorzystywać techniki typu „mind - mapping” lub diagramy, aby podnieść skuteczność swoich notatek.
-  Od czasu do czasu zrezygnować z ustalonych procedur.
-  Pamiętać, że zrozumienie najdrobniejszych szczegółów może nie być konieczne.
-  Dostosować się do klientów kierujących się intuicją i opierać się własnej potrzebie bycia dokładną.

### **Notatki**

















## Przedstawianie oferty

*Po zidentyfikowaniu potrzeb klienta, etap składania oferty powinien wypełniać lukę pomiędzy potrzebami klienta a bieżącą sytuacją. Ten podrozdział przedstawia kilka kluczowych rad, dzięki którym możesz wypracować bardziej skuteczne sposoby przedstawiania oferty klientom.*

### **Królowa - Twoje mocne strony w procesie przedstawiania oferty:**

-  Dokładnie przedstawia zalecenia.
-  Zamienia wizje w rzeczywistość.
-  Dużą uwagę przywiązuje do precyzji we wszystkim, co mówi i robi.
-  Przedstawia praktyczne rozwiązania, rozważywszy dostępne informacje.
-  Uzgadnia cele stopniowo, krok po kroku.
-  Jej klienci doceniają jej prawdziwie głęboką wiedzę.

### **Przedstawiając ofertę Królowa powinna:**

-  Ciągłe podsumowywać obecne i przyszłe korzyści z przyjęcia propozycji.
-  Wprowadzić jaśniejsze i bardziej optymistyczne elementy do części swoich prezentacji.
-  Robić prezentacje w szybszym tempie i z animuszem.
-  Różnicować tempo procesu.
-  Starać się poczuć sympatię do przyszłego klienta.
-  Być bardziej spontaniczna w proponowaniu alternatywnych rozwiązań.







### **Notatki**









## Pokonywanie obiekcji

*Jeśli relacje interpersonalne zostały zbudowane właściwie, obiekcje klienta powinny być niewielkie. Niemniej ten podrozdział zawiera strategie, które mogłabyś wykorzystać, aby jeszcze skuteczniej je przełamywać.*

### **Królowna - Twoje mocne strony na etapie pokonywania obiekcji klienta:**

-  Uważnie rozważa większość wątpliwości, zanim udzieli odpowiedzi.
-  Wyjaśnia wątpliwości poprzez zadawanie otwartych pytań.
-  Udzielając odpowiedzi klientowi, odwołuje się zarówno do logicznych, jak i emocjonalnych argumentów.
-  W rzeczowy sposób radzi sobie z „nielogicznymi” zarzutami.
-  Zwraca uwagę na język ciała klienta.
-  Zmniejsza obiekcje klienta, stosując systematyczne podejście od samego początku procesu.

### **Pokonując obiekcje klienta Królowna powinna:**

-  Bardziej otwarcie wyrażać swoje emocje i nie ulegać pokusie zamknięcia się w sobie w obliczu krytyki.
-  Przyjmować każdy komentarz jako okazję do udzielenia pomocnej odpowiedzi.
-  Pamiętać, że niektórzy klienci lubią okazywać swoje odczucia i wątpliwości bez konkretnych powodów.
-  Przyjmować bardziej przyjazne, partnerskie podejście do prowadzenia dyskusji.
-  Pamiętać, że nie wszystkie zastrzeżenia wymagają praktycznych rozwiązań.
-  Odpowiadając na zastrzeżenia, w miarę możliwości uśmiechać się i łagodzić ton swoich wypowiedzi.







### **Notatki**









## Finalizowanie

*Nie konflikt, lecz skuteczne zamknięcie powinno wieńczyć proces sprzedaży. Kiedy klient ma zaufanie, jest pewien tego, co kupuje i widzi potrzebę takiego zakupu, można zaproponować mu podpisanie kontraktu. W tym podrozdziale przedstawiono Twoje mocne strony oraz sugestie, które możesz wykorzystać, aby rozwinąć efektywniejszy styl finalizowania sprzedaży.*

### **Królowa -Twoje mocne strony na etapie finalizacji:**

-  Wzbudza zaufanie u swoich klientów.
-  Przypomina odpowiednie dane, aby klient chętniej zaakceptował jej ofertę.
-  Przyjmuje pełną odpowiedzialność za utratę kontraktu.
-  Dzięki odpowiedniej argumentacji i logicznemu myśleniu sama określa szczegóły transakcji.
-  Używa zdrowego rozsądku w odniesieniu do problemów klienta.
-  Zawsze doprowadza sprawę do końca.

### **Finalizując sprzedaż Królowa powinna:**

-  Pomóc klientowi dopiąć wszystko na ostatni guzik.
-  Wypracować sobie wizerunek osoby mniej sztywnej i skrupowanej przez proces.
-  Podjąć próbę nadania większego tempa na etapie podejmowania ostatecznych decyzji.
-  Negocjować w raczej mniej oficjalny sposób.
-  Pamiętać, że dla każdego inne rozwiązania są dobre.
-  Starać się lepiej dopasować do tempa i tonu klienta.







### **Notatki**









## Współpraca

*Naturalnym wymogiem pracy handlowca jest zbudowanie takiej relacji z klientem, która umożliwi kontynuowanie tej znajomości oraz wykonywanie usług serwisowych dla klienta już po zainicjowaniu sprzedaży. W tym podrozdziale znajduje się kilka sugestii, które możesz wykorzystać do wspierania, informowania i utrzymywania dalszych kontaktów z klientem.*

### **Królewna - Twoje mocne strony na etapie rozwijania współpracy:**

-  Poszukuje sposobów na utrzymywanie regularnych kontaktów ze swoimi klientami.
-  Rozumie, że wysokiej jakości obsługa jest bardzo ważna.
-  W związku z przyszłymi relacjami, nie tylko docenia rezultaty transakcji, ale i jakość samego procesu sprzedaży.
-  Uważnie planuje kolejne propozycje dla swoich dotychczasowych klientów.
-  Zyskuje kolejne zamówienia, gdyż służy klientowi pomocą przez cały proces sprzedaży oraz już po nim.
-  Stara się osiągnąć porozumienie z klientem w ciągu całego procesu obsługi.

### **Na etapie rozwijania współpracy Królewna powinna:**

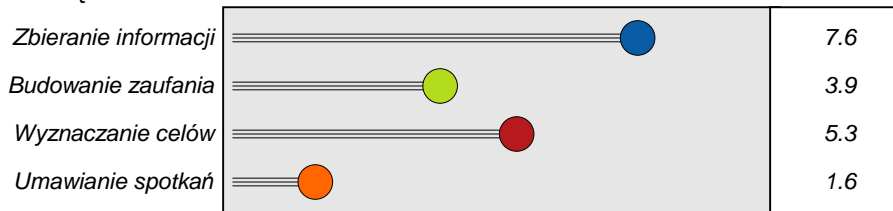
-  Angażować cały zespół w rozwiązywanie problemów.
-  Starać się aktywniej wpływać na przyszłe decyzje klienta.
-  Ciągłe odkrywać możliwości sprzedaży dodatkowej.
-  Przeznaczać więcej czasu na bezpośrednie kontakty z istniejącymi klientami.
-  Raporty dla klientów przygotowywać w mniej skomplikowany sposób.
-  Przedstawiać się kilku osobom w firmie klienta.

### **Notatki**

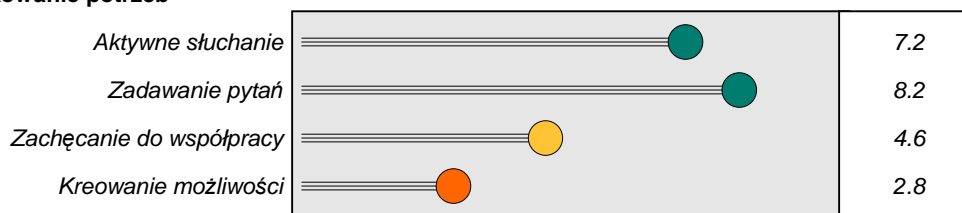


# Wskaźniki preferencji stylu sprzedaży

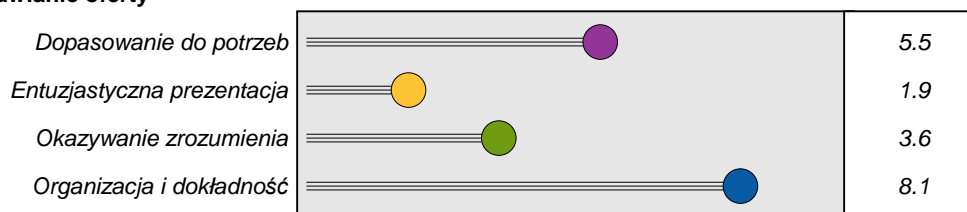
## Przygotowanie i nawiązanie kontaktu



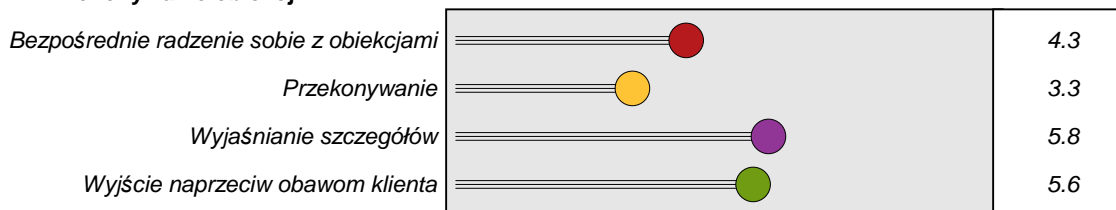
## Identyfikowanie potrzeb



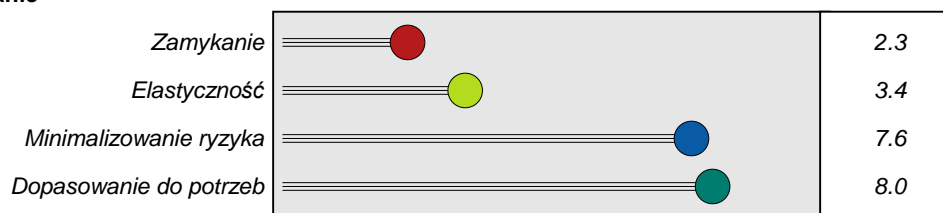
## Przedstawianie oferty



## Pokonywanie obiekcji



## Finalizowanie



## Współpraca

