

STYLE SPRZEDAŻY

Wyniki tej analizy odpowiedzą Ci na pytanie: jaki typ zachowania (styl sprzedaży) reprezentujesz w kontaktach z NOWYMI KLIENTAMI.

Nie ma złych typów zachowań (stylów), dlatego podczas wypełniania arkusza bądź szczery 😊

Postaraj się określić swoje zachowanie w sytuacji rozmowy z NOWO POZNANYM KLIENTEM. Zaznacz (x) poziom, który najbardziej zbliżony jest do przeciwstawnych zachowań w danej sytuacji.

	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
←											→
Poziomy częstotliwości: Zachowanie:	zawsze	zazwyczaj	często	czasem	rzadko	rzadko	czasem	często	zazwyczaj	zawsze	Poziomy częstotliwości: Zachowanie:
Gwałtowny i szybki											Spokojny i niespieszący się
Gotowy do zabrania głosu											Niewychylający się
Przekonany											Wahający się
Autorytarny i stanowczy											Zgodny, posłuszny
Przejmuje inicjatywę											Realizuje inicjatywy klienta
Zajmuje stanowisko											Stawia pytania
Wyzywający											Akceptujący
Niecuły/ racjonalny											Współczujący
Aktywny											Zwlekający
Proponuje rozwiązania											Przyjmuje rozwiązania
Nieformalny											Formalny
Spontaniczny											Zdyscyplinowany
Kierujący się emocjami											Racjonalny
Niezorganizowany											Zorganizowany
Impulsywny											Z rezerwą
Wyraża uczucia											Nie okazujący uczuć
Bezpośredni											Niepośredni
Ciepły, miły											Chłodny
Przyjacielski											Zdystansowany
Lubiący mówić											Małomówny

Podsumuj oddzielnie punkty uzyskane w obszarze A i w obszarze B.

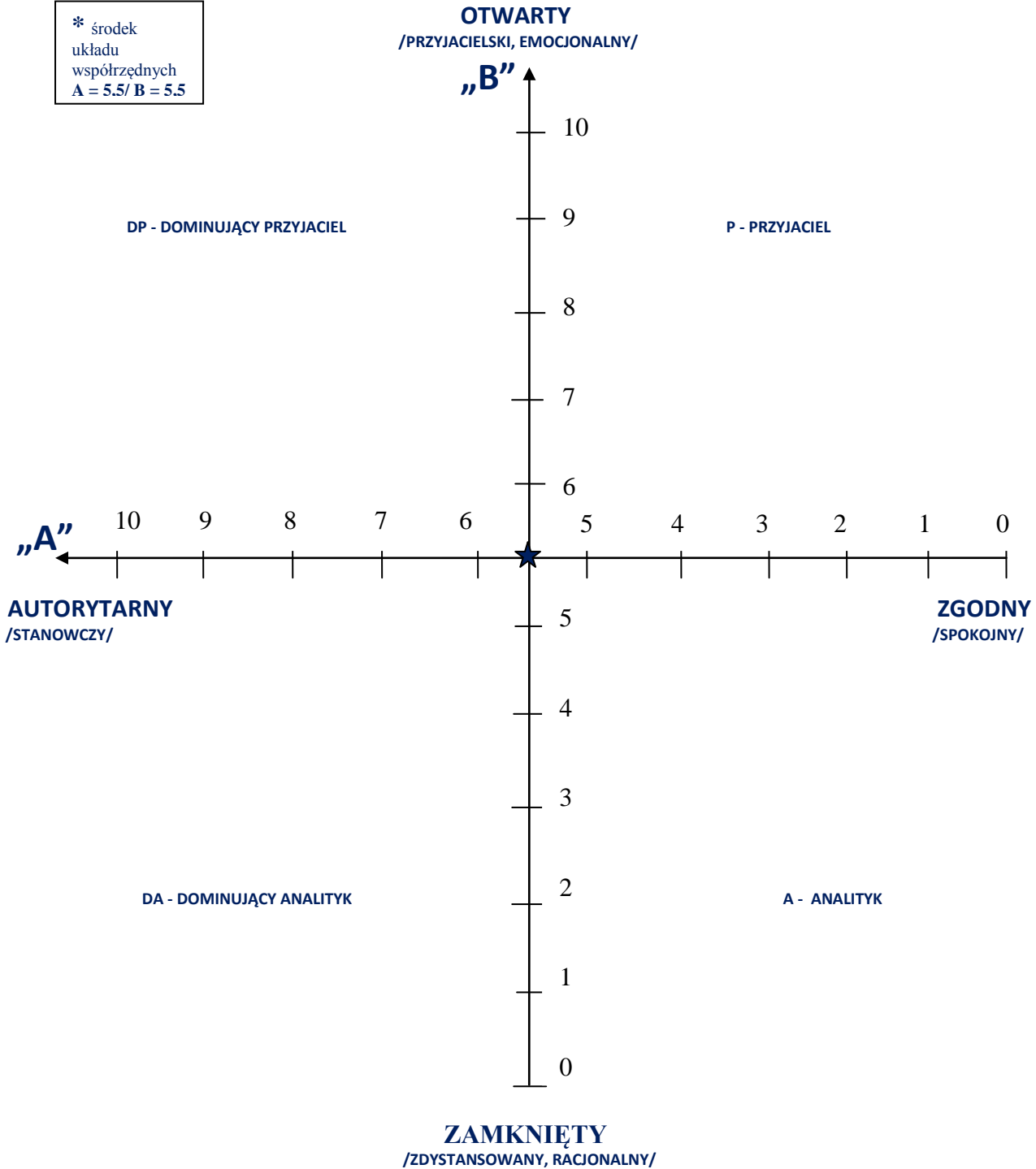
Max – 100 pkt. Min – 10 pkt.

Suma z obszaru A = podzielić przez 10. „A” =

Suma z obszaru B = podzielić przez 10. „B” =

Nanieś swój wynik liczbowy (A i B) na osie układu współrzędnych, zaznaczając „punkt” na osi A i B.. Poprowadź z tych punktów proste prostopadłe do osi OA i OB. Przetną się one w jednym punkcie.

* środek układu współrzędnych
A = 5.5 / B = 5.5



Interpretacja:

Punkt na przecięciu prostych prostopadłych jest informacją nt. Twojego stylu sprzedaży. Informacja ta pokazuje Ci, z jakimi klientami będziesz najlepiej się komunikował. Na zasadzie „podobieństwa” najlepiej będzie nam „robić interesy” z klientami reprezentującymi ten sam styl zachowania. Najgorzej będzie Ci komunikować się z klientami, którzy reprezentują styl zachowania z ćwiartki po przekątnej. Jeśli jesteś np. DP, to najtrudniej będzie Ci się rozmawiać z klientem, który reprezentuje styl A. Każdy z nas potrafi „zagrać” odpowiedni styl zachowania. Naszym zadaniem jest zastosowanie takiego samego stylu, jaki posiada klient. Każdy z nas ma umiejętność definiowania stylu zachowania klienta, po krótkiej z nim rozmowie. Najłatwiej będą mieć sprzedawcy, którzy swoją „kropkę” będą mieć bliżej środka. Świadczy to o tym, że bez problemu dostosują styl sprzedaży do każdego zachowania klientów.