ASSESSMENT SYSTEMS

Saville Assessment WillisTowersWatson TALOGY PSYTECH INTERNATIONAL

ÖRNEK RAPOR

SALECOM

Tamamlanma Tarihi: 19.11.2020
Uygulama: Yetkinlik Envanteri

SALECOM Yetkinlik Envanteri

YETKİNLİKLER

Başarı Odaklılık	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
							■			

• Başarılı satışçılar arasında yer almaya çalışır; eğer elde edeceği ödül kendisi için tatminkar ise kampanyalarda iyi bir sonuç elde etmek için çaba gösterir.
• Şirketinin verdiği hedeflere ulaşmayı kendisi için başarı kriteri olarak görür; daha fazlasını hedeflemez.
• Hedeflerin ulaşılabilir olduğunu düşündüğü durumlarda onlara ulaşmak için yeterli çabayı sergiler. Motivasyonu yüksek olduğunda iyi bir sonuç elde etmek için elinden geleni yapar.

Kendine Güven	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
						■				

• Medeni cesarete sahiptir. Genellikle 'ilk arama' konuşmalarını rahatlıkla gerçekleştirebilir. Ancak konuşacağı konunun çok net olmadığı ya da konuşacağı konu hakkında kendine güveninin tam olmadığı durumlarda, özellikle baş etmesi zor müşterileri ya da çok önemli kişileri aramaktan çekinebilir.
• Önem derecesi çok yüksek olmayan ya da konusu itibariyle kendinden emin olduğu durumlarda risk alarak hareket edebilir.
• Sonucunda kazanan taraf olmayı istediği müzakereleri önemser ve bu tür müzakerelerde başarılı olabilmek için önceden hazırlık yapar. Müzakere konusu iyi bildiği bir konu değilse ya da müzakerede elinin yeterince güçlü olmadığını düşünüyorsa, müzakere kendisi için bir stres kaynağıdır. Aksi durumlarda kazanmak için çaba sarf eder.

İletişim Becerisi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				■						

• Daha çok tarzını tanıyıp bildiği kişilerle olan görüşmelerde veya önceden benzerlerini yaşadığı durumlarda, konuşması ve beden dili kullanımı ile müşteri üzerinde etkili olabilir. Bazı durumlarda beden dilini anlatımını destekleyecek bir biçimde kullanmaya çalışır.
• Müşterisini dinler; ancak yer yer onun sözünü kesme, dinlediklerine dikkatini verememe ya da anlattıklarını aklında tutamama gibi sorunlar yaşadığı olabilir. Müşteriyi anlatmaya teşvik etmek için çaba sarf eder; ancak iletişim tarzından dolayı bu konuda her zaman etkin olamaz.
• Müşterisinin ihtiyacını belirlemek amacıyla soru sormak yerine varsayımlarla hareket etmeyi tercih edebilir. Amaca odaklı soru sorma becerisini ender olarak sergilese de, kendini rahat hissettiğinde, çok iyi bildiği konularda ve hazırlık yaptığında müşteriyi sorularla açabilir.
• Söylemek istediklerini anlaşılır ve net bir biçimde ifade etmeye çalışır. Özellikle stresli, isteksiz ve hazırlıksız olduğunda konuşmasının anlaşılırlığı azalabilir. Bazı durumlarda kendisini doğrudan ifade etmek yerine dolaylı yoldan ima ederek ifade etmeyi tercih edebilir.
• Konuşma tarzını veya seçtiği sözcükleri karşısındakine uydurmaya çalışmaz; ancak anlaşılmadığını fark ettiğinde bir kez daha açıklamaya çalışabilir. Çoğunlukla tek tip bir anlatım tarzını benimser.

İkna Yeteneği	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
								■		

• Müşterinin ihtiyacını görme ve buna uygun teklif yapmada başarılıdır. Genellikle potansiyel alıcının ihtiyacıyla kendi ürününün özellikleri arasındaki bağı yakalar ve karşı tarafı etkileyecek unsurları etkin bir biçimde kullanarak kabul edilme olasılığı yüksek teklifler oluşturur.
• Müşterisinin bakış açısını değiştirebilecek, durumu farklı açıdan görmesini sağlayabilecek yöntemleri çoğunlukla etkin bir biçimde kullanır. Müşterinin etkileneceği unsurları kullanarak müşteriyi satın alma kararına nasıl yönlendireceğini bilir. Müşterisinin güvenini kazanmayı önemser ve bu yönde çaba sarf eder.
• Çoğunlukla müşterinin itirazlarını başarıyla karşılar ve görüşmenin satışla sona ermesini sağlar. İstediği sonucu elde edemediğinde, neden başarılı olamadığını değerlendirip ilerideki olası benzer durumlar için taktikler geliştirir. Çok sayıda müşteri profilinde ikna konusunda başarılı olur.

Müşteri Odaklılık	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									■	

• Müşteriyi önemser ve ihtiyaçlarını gidermek için elinden gelenin en iyisini yapmaya çalışır. Bu durum genelde müşteriye hizmet sunma anlamında performansına olumlu olarak yansır. Çoğunlukla müşteriyi taleplerinde haklı görür. Bu nedenle firma ve müşteri arasında yaşanan bazı anlaşmazlıklarda müşterinin ağır basmasına, objektifliğini kaybedip, firma çıkarlarını göz ardı etmesine neden olabilir.
• Müşteri memnuniyetini sorgular ve takip eder. Müşteriye verilen sözlerin tutulmasını sağlar. Bu konuda tanımlanan ve kendisinden istenen araç ve yöntemlerin tamamını kullanmaya özen gösterir.
• Müşteri ilişkilerinde ilgi ve dikkati yüksektir. Müşterinin seçimleri, tercihleri ve tarzıyla ilgili şirket çalışma sisteminin gerektirdiğinden daha fazla konuda bilgi sahibi olmaya çalışır ve bu bilgileri müşteri bağlılığı sağlamakta kullanır.
• Müşterinin bekleme sürecindeki bilgilendirilme ihtiyacının farkındadır. Genelde araması beklenen zamanları kaçırmayarak, bilgilendirme konusunda üstüne düşenleri yapar. Özellikle önemli ve sorunlu durumlarda müşteriye haber vermek konusunda daha aktif davranıp ara bilgilendirmeler yaparak müşteri stresini azaltır.

İlişki Kurma	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
						■				

• Etki gücünün yüksek olduğuna inandığı veya alışkın olduğu sosyal ortamlarda yaşadığı tanışıklıkları iş bağlantısına dönüştürecek adımları atabilir. Böyle ortamlarda ve koşullarda referans talep edebilir. İlişki ağını genişletmeye çalışır.
• Kilit noktalardaki kişilerle ilişki kurması gerektiğini bilir ve bu yönde çaba sarf eder; bazı alanlarda iş sonuçlandırmasına destek olacak tanıdıklıklara sahiptir. Tanıdığı olan alanlarda, gerekli olduğunda onları devreye sokarak iş bağlayabilir. Müşterinin satın alma kararı üzerinde etkili olabilecek kişileri saptar ve onlarla ilişki kurmaya uğraşır.
• Birisiyle ilişki başlatması gerektiğini düşünüyorsa bu konuda çekinmeden adım atar. İlk kez deneyimlediği veya resmiyet ve önem derecesinin yüksekliği yüzünden stres yaşadığı durumlar dışında, bu konuda beklenen ataklığı sergiler. İyi tanıyıp bildiği koşul ve topluluklarda ilişki başlatmakta sorun yaşamaz.
• Kurduğu ilişkiler içerisinde özellikle önemli olduğunu düşündükleri varsa onların süreklilik göstermesi için özen gösterir. Kilit müşterileriyle ilişkisini sıcak tutmaya çalışır. Onları düzenli olarak aramak ya da ziyaret etmek için elinden geldiğince çaba sarf eder; özel günlerinde onlarla temas içerisinde olmaya gayret gösterir.

İyimserlik	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
					■					

• Yaptığı her görüşmenin satışla sonuçlanmama ihtimali olduğunu düşünür. Yaptığı ziyaret veya görüşmelerin başarılı sonuçlanmasında hem yaptığı hazırlığın hem de şans faktörünün etkili olduğuna inanır. Satışla sonuçlanmayan görüşmeler ve zorlayıcı müşteriler moralini bozar; izleyen satış görüşmelerinde bu durumun etkisiyle isteksiz veya kaygılı olabilir.
• Satış tahminlerini önceki dönemki sonuçlarını dikkate alarak oluşturur; ancak hedef tutturamadığı dönemlerden sonra beklentilerini biraz düşürebilir. Hedeflerine ulaşamadığında bunun kendisine bağlı nedenleri üzerinde durmayı tercih eder. Ancak bazen bu sonucun doğrudan kendisi dışındaki faktörlere dayandığına ve hedeflerinin tutmasının zor olduğuna inanmayı seçebilir.
• Koşulların her zaman yolunda gitmeyebileceğine dair şüphesi, kendisini önlem alarak hareket etmeye iter. Teslim tarihlerine uyum konusunda olumsuz faktörleri ya da olasılıkları olduğundan daha olumsuz olarak değerlendirebilir. Bu nedenle iş yetiştirememe kaygısıyla hareket edebilir.

EK ÖLÇEKLER

Sosyallik	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
								■		

• Yeni insanlarla tanışmaktan ve sosyal ortamlarda bulunmaktan keyif alır.
• Sosyal ilişkileri rahatlıkla başlatır ve sürdürür.

Sosyal Kaygı	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
			■							

• Müşterisiyle ve yöneticisiyle görüşürken rahat davranır.
• Kolaylıkla söz alır ve rahat bir biçimde söze başlar.
• Hakkında fikir sahibi olmadığı, hiç tanımadığı kişilerle dahi iletişim kurmada güçlük çekmez.
• Görüşme öncesinde herhangi bir kaygı duymadığı için konuşmasının içeriğine ilişkin hazırlık yapmaz.

Performans Kaygısı	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				■						

• Müşteriyle görüşme öncesinde hazırlık yapar, bilgilerini tazeler.
• Satış sürecinde kaygı yaratan durumlarla karşılaşmamak adına önceden önlem alır.
• Kaygısını etkin bir biçimde yöneterek performans sergilemesi gereken durumlara hazırlanır.

Satışa Yatkınlık	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									■	

• Satışı meslek olarak benimser.
• Kariyerini satış alanında yapmaya eğilimlidir.
• Satış dışındaki alanlara da yatkınlığı olabileceğini düşünür.
• Sahip olduğu özellikler itibariyle satışa yatkın olduğunu düşünür.
• Satış yapmaktan keyif alır.

Kontrol Göstergeleri	Kendini Beğendirme	Normal	Tevazu	Normal	Manipülasyon	Yok
	Narsizm	Normal	Kendini Yerme	Normal	Tutarsızlık	Yok