

# FinxS<sup>®</sup> Sales Assessment

Badanie kompetencji  
sprzedażowych



# Stworzony przez sprzedawców i dla sprzedawców

**FinxS<sup>®</sup> Sales Assessment** to narzędzie wspierające rekrutację i rozwój sprzedawców. Jest jedynym badaniem kompetencji na polskim rynku, które zostało stworzone specjalnie dla osób posiadających doświadczenie w sprzedaży.

FSA mierzy poziom **18 kompetencji**, które bezpośrednio wpływają na sprzedaż oraz pokazuje potencjał do ich rozwoju.

Narzędzie jest dostępne w **39 językach** i skutecznie stosowane w ponad **20 krajach** świata.

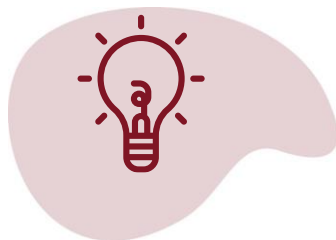


**Obejrzyj krótki film o narzędziu**

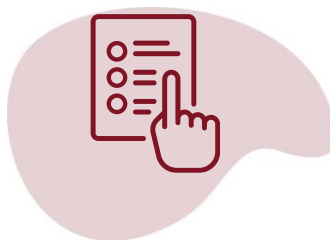
Oglądam



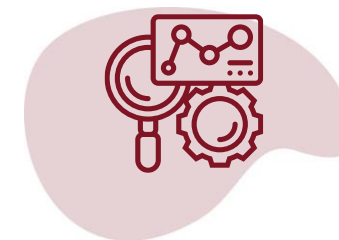
# FinxS<sup>®</sup> Sales Assessment (w skrócie FSA)



Mierzy poziom 18  
kluczowych kompetencji  
sprzedażowych.



Mierzy Indeks Wymówek,  
czyli to, na ile handlowiec  
lubi sprzedawać.



Identyfikuje, w której roli  
sprzedażowej handlowiec  
sprawdzi się najlepiej.



Bada poziom nastawień  
w kontekście każdej z 18  
kompetencji.



Pokazuje mocne strony  
i obszary do rozwoju  
sprzedawców.



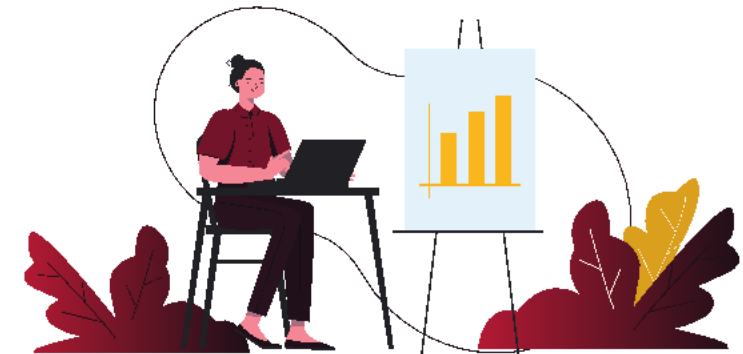
# Co składa się na wynik kompetencji w **FinxS<sup>®</sup> Sales Assessment**?

Badanie **FinxS<sup>®</sup> Sales Assessment** polega na wypełnieniu kwestionariusza wymuszonego wyboru. Sprzedawca określa w nim swoje nastawienia w ramach różnych sytuacji sprzedażowych. Tak powstaje raport z profilem 18 kluczowych kompetencji Sprzedawcy.



**NASTAWIENIE  
HANDLOWCÓW**

**DOTYCHCZASOWE  
DOŚWIADCZENIA**



**PERCEPCJA  
WŁASNYCH  
KOMPETENCJI**

# Czego nie mierzy FinxS<sup>®</sup> Sales Assessment?



FSA nie mierzy **wiedzy profesjonalnej** na temat sprzedaży, branży, czy produktów.



Nie mierzy **inteligencji**. Nie jest testem osobowości.



Nie ocenia czy ktoś jest **dobry** czy **zły**, nie ma idealnych wyników...



... może jedynie wskazywać na **dopasowanie** do wybranego typu procesu sprzedażowego.





## DLA DYREKTORÓW SPRZEDAŻY

- Pomaga lepiej poznać swoich sprzedawców,
- Wyjaśnia dlaczego jedni sprzedają, a inni nie?,
- Zwiększa efektywność zespołu,
- Pomaga poradzić sobie z niedoborem kandydatów do sprzedaży.



## DLA TRENERÓW SPRZEDAŻY

- Daje konkretną sprawdzoną metodologię pracy,
- Przyspiesza rozwój handlowców dzięki indywidualnemu podejściu i konkretnej wiedzy na temat każdego z nich.



## DLA REKRUTERÓW I SPECJALISTÓW HR

- Pomaga podejmować szybsze i trafniejsze decyzje rekrutacyjne,
- Redukuje koszty rekrutacji do działu sprzedaży,
- Proponuje wspólny język dla działu HR i Sprzedaży, który ułatwia komunikację i współpracę.



## DLA SPECJALISTÓW DS. SZKOLEŃ

- Wspiera tworzenie jeszcze doskonalszych programów rozwojowych opartych na indywidualnych potrzebach handlowców.



# Obszary zastosowania FinxS<sup>®</sup> Sales Assessment

FSA jest jedynym narzędziem na rynku, które pomaga określić model sprzedaży firmy oraz role sprzedażowe, które najlepiej pasują do tego modelu. Dzięki temu narzędzie identyfikuje **zestaw właściwych kompetencji** dla konkretnej firmy, działu czy nawet produktu i sprawdza się w wielu obszarach.



Warsztaty strategiczne i doradztwo



Coaching i mentoring



Określenie potrzeb szkoleniowych dla sprzedawców

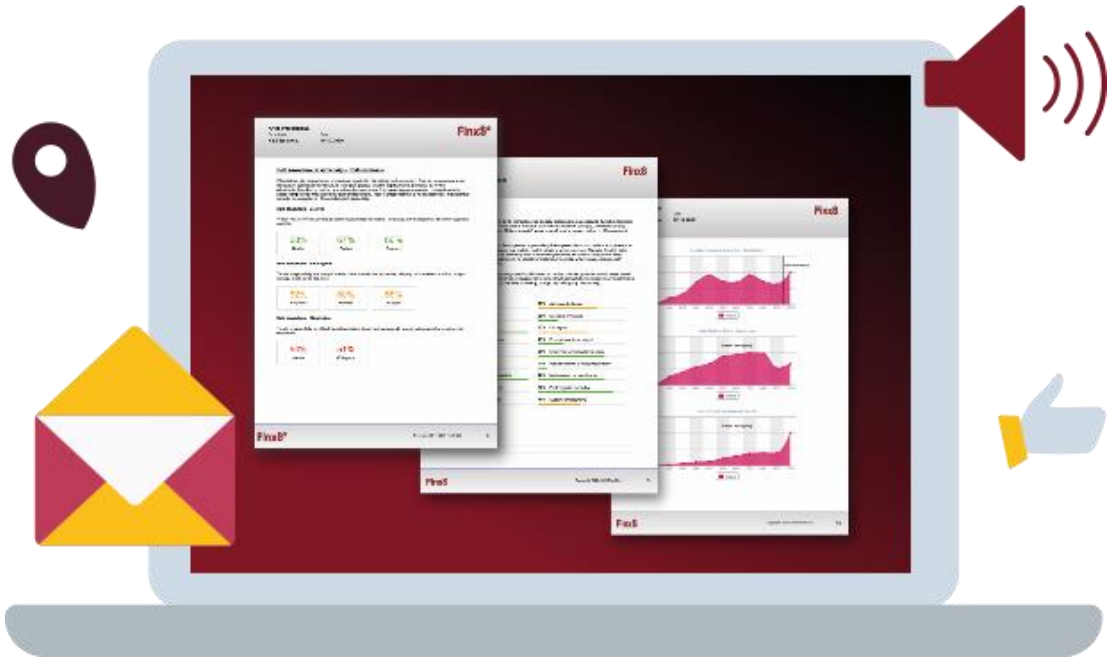


Rekrutacja do działu sprzedaży



Procesy naprawcze

FinxS<sup>®</sup> Sales Assessment zawiera raporty indywidualne, zespołowe oraz te dla menedżerów sprzedaży.



## Jeden wynik – różne raporty

### **Raport „Rozwój”**

Skupia się głównie na kompetencjach, nastawieniach oraz wskazówkach do rozwoju sprzedawcy. Jest stosowany w planowaniu szkoleń, ścieżek kariery oraz w sytuacjach, kiedy oczekiwane wyniki sprzedażowe nie są realizowane.

### **Raport „Dopasowanie do roli”**

Zawiera informacje na temat dostosowania do poszczególnych ról sprzedażowych oraz o Indeksie Wymówek. Jest stosowany w procesach rekrutacyjnych i mentoringowych.

### **Raport „Manager”**

Pokazuje dopasowanie kompetencji do procesu sprzedaży oraz zawiera benchmark kompetencji – pokazuje jak sprzedawca wypada na tle innych sprzedawców w Polsce.

**Indywidualne wyniki można połączyć w jeden raport zespołowy i utworzyć mapę zespołu.**



# FinxS<sup>®</sup> Sales Assessment

Kwestionariusz

99 pytań, kwestionariusz  
online,

Tylko dla osób z co najmniej półrocznym  
doświadczeniem w sprzedaży,

Zaprojektowany dla  
handlowców,

Dostępny w kilkunastu językach, w tym:  
polski, angielski, niemiecki, hiszpański,  
szwedzki, portugalski, włoski, grecki,  
chiński.

**FinxS<sup>®</sup> Sales  
Assessment**

**Poznajmy naszych  
sprzedawców**





Jola  
60%



Marek  
45%



Kasia  
69%



Wojtek  
105%



Adrian  
72%



Ania  
101%



## Najczęstsze strategie w przypadku braku wyników:



Szkolenie z technik sprzedaży,



Rozmowa motywująca,



Coaching, obserwacje  
w miejscu pracy,



Modyfikacja systemu  
prowizyjnego,



Specjalne akcje promocyjne,



Konkurs, Program nagród  
i wyróżnień,



Zwolnić?



# A gdybyśmy mieli taki „sprzedażowy rentgen”?

Poznajmy naszych bohaterów trochę lepiej



Jak zatem znaleźć  
dobrego sprzedawcę?

Jakie  
kompetencje  
ma posiadać?

To zależy. Przede  
wszystkim od modelu  
sprzedaży firmy.

## Idealny profil sprzedawcy...

... nie istnieje.

### Z FinxS Sales Assessment możemy:

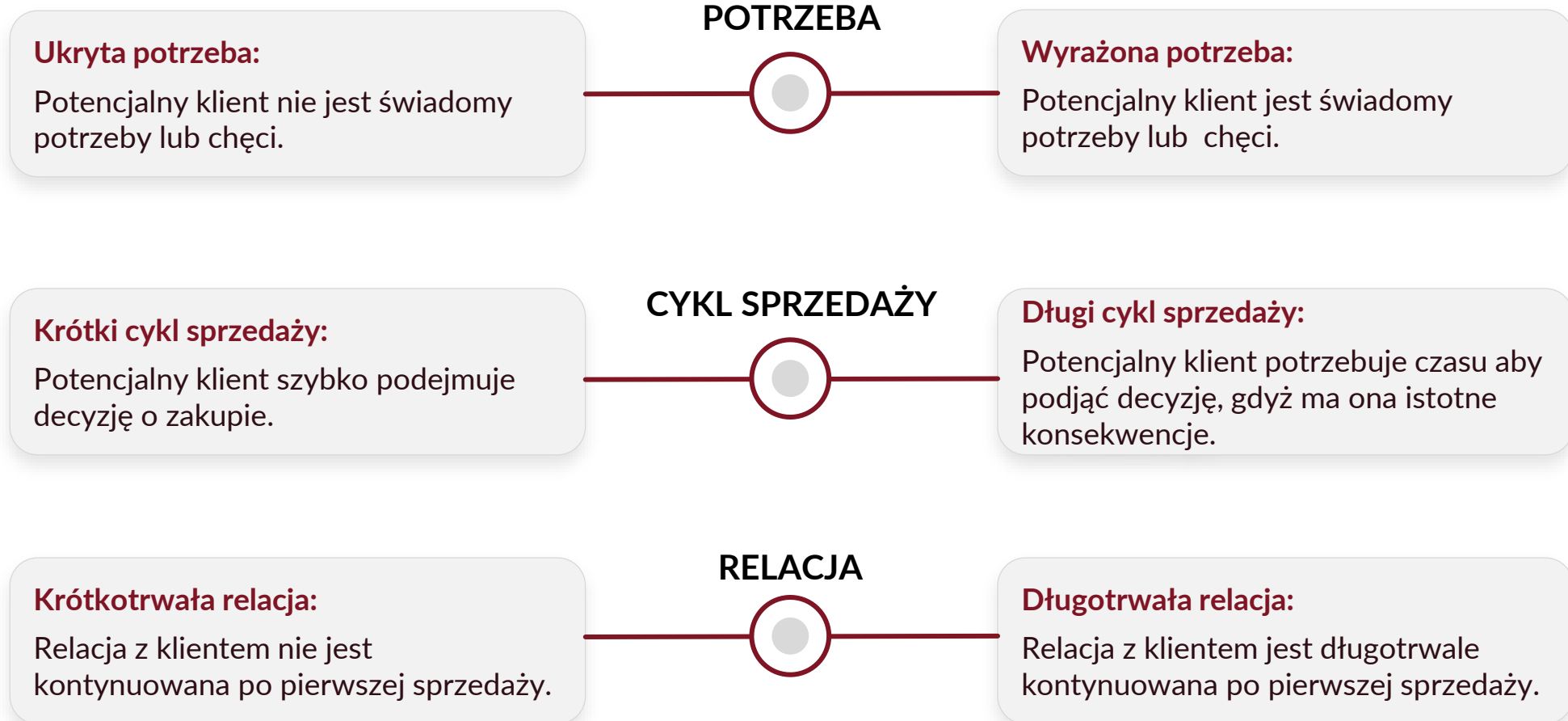
1

Dowiedzieć się, jakich rzeczywiście zachowań i kompetencji wymaga model sprzedaży, w którym nasz handlowiec pracuje.

2

Wprost określić – jak pomóc mu osiągać lepsze wyniki.

Nie ma jednego idealnego profilu sprzedawcy



Rola sprzedażowa	Potrzeba	Cykl sprzedaży	Relacja
ODKRYWCA	Ukryta potrzeba	Krótki cykl	Krótką relacją
KREATOR	Ukryta potrzeba	Krótki cykl	Długą relacją
AKUSZER	Ukryta potrzeba	Długi cykl	Krótką relacją
INNOWATOR	Ukryta potrzeba	Długi cykl	Długą relacją
DEALER	Wyrażona potrzeba	Krótki cykl	Krótką relacją
OPIEKUN	Wyrażona potrzeba	Krótki cykl	Długą relacją
DORADCA	Wyrażona potrzeba	Długi cykl	Krótką relacją
PARTNER	Wyrażona potrzeba	Długi cykl	Długą relacją



## Krótki cykl sprzedaży

## Dłuuuuuuugi cykl sprzedaży

Potrzeba wyrażona

Dealer

Opiekun



Długa relacja po sprzedaży

Doradca

Partner



Długa relacja po sprzedaży

Potrzeba ukryta

Odkrywca

Kreator



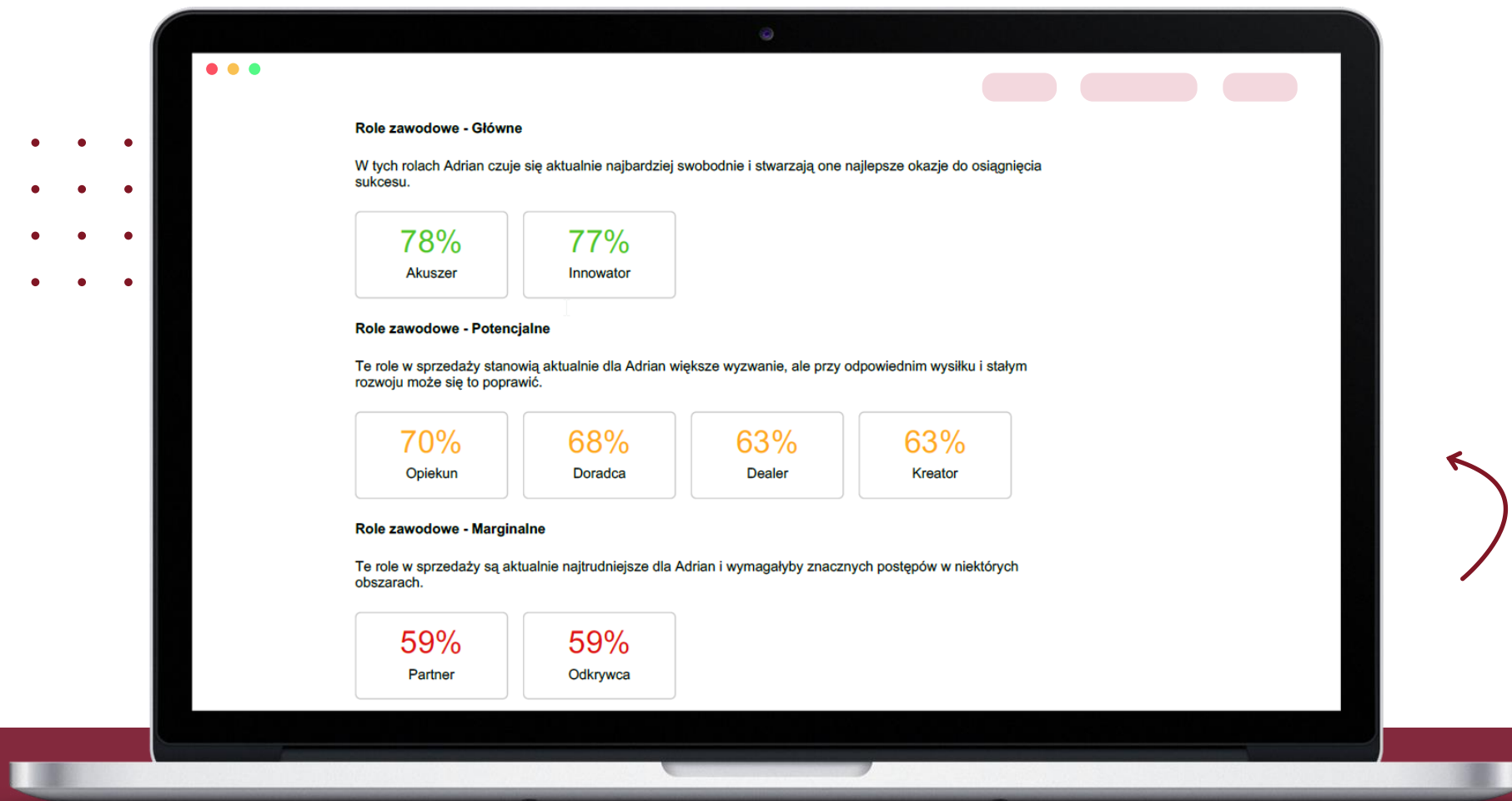
Długa relacja po sprzedaży

Akuszer


Innowator




Długa relacja po sprzedaży




# 18 kluczowych kompetencji sprzedażowych


 Prospecting


 Kwalifikowanie kontaktów


 Budowanie relacji

 Działanie zgodnie z procesem

 Orientacja na osiągnięcia

 Zdobywanie zaufania


 Kontrolowanie procesu sprzedaży

 Radzenie sobie z obiekcjami

 Skuteczne zadawanie pytań


 Aktywne słuchanie


 Myślenie krytyczne


 Inicjatywa


 Prezentowanie rozwiązań

 Efektywne wykorzystanie czasu

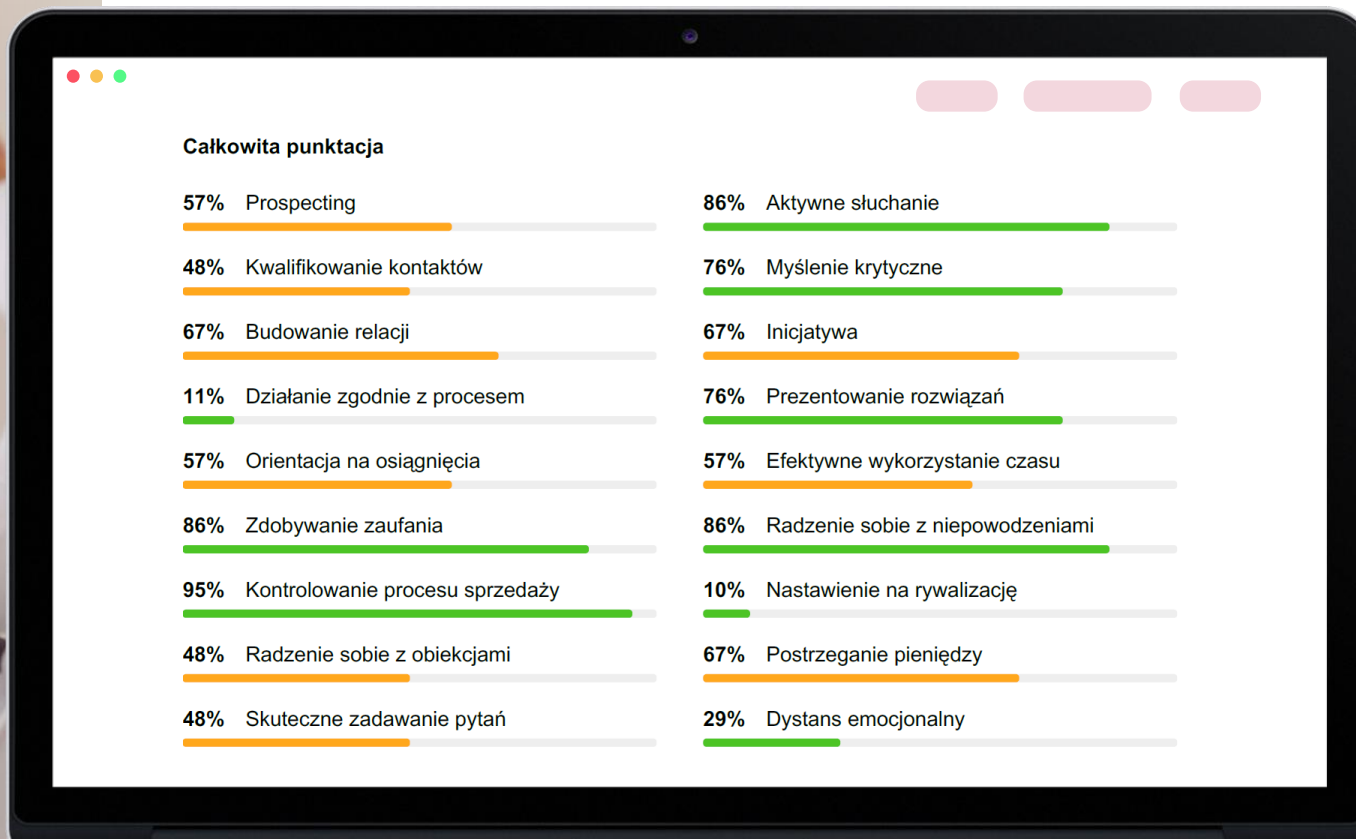
 Radzenie sobie z niepowodzeniami

 Nastawienie na rywalizację

 Postrzeganie pieniędzy

 Dystans emocjonalny

## Wynik badania 18 kluczowych kompetencji sprzedażowych





18 różnych, wybranych,  
przebadanych kompetencji



Oceniane są w skali 0-99%



Niski wynik 0-40%, średni wynik  
41-70%, wysoki 71-99%



Mechanizm „krótkiej kody” – nie  
jest możliwe (i potrzebne), by mieć  
wszystkie kompetencje ocenione  
wysoko

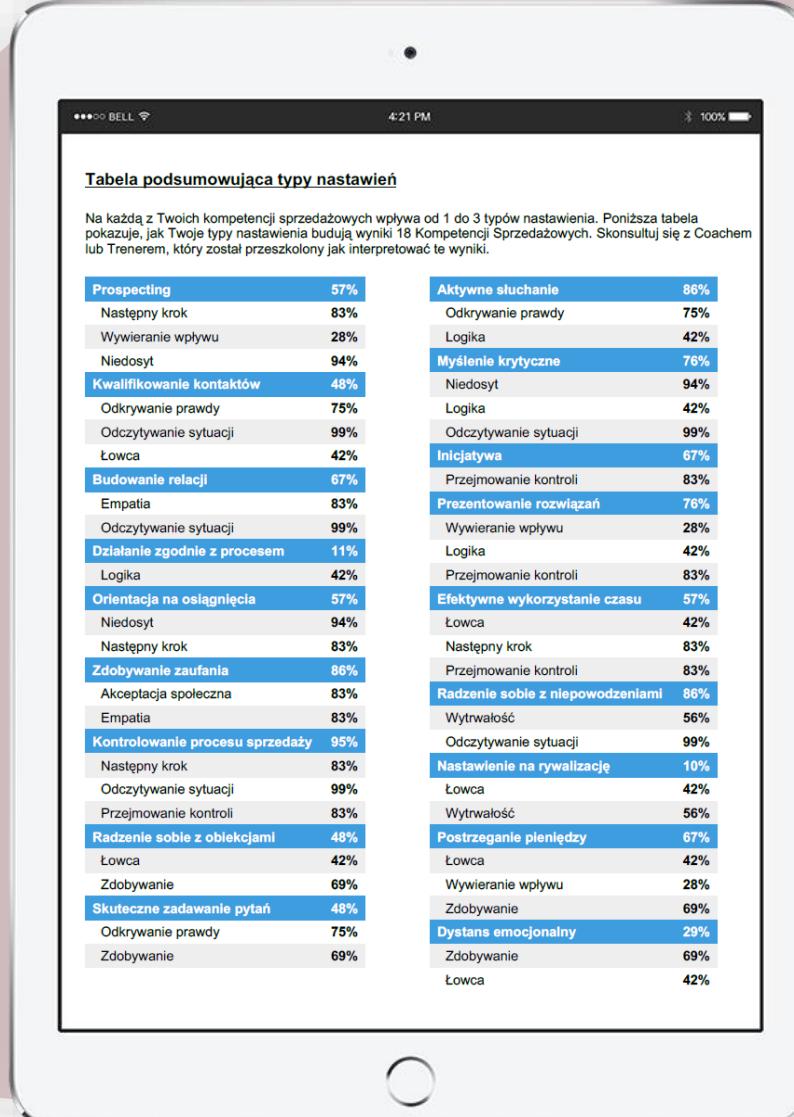


**Wynik Adriana pracującego w roli Kreator**

<b>Kreator</b>	<b>Adrian</b>	<b>Kreator</b>	<b>Adrian</b>
Prospecting	Nieco poniżej	Aktywne słuchanie	Znacząco powyżej
Kwalifikowanie kontaktów	Nieco poniżej	Myślenie krytyczne	Znacząco powyżej
Budowanie relacji	Pasuje	Inicjatywa	Poniżej
Działanie zgodnie z procesem	Pasuje	Prezentowanie rozwiązań	Nieco poniżej
Orientacja na osiągnięcia	Poniżej	Efektywne wykorzystanie czasu	Nieco poniżej
Zdobywanie zaufania	Znacząco powyżej	Radzenie sobie z niepowodzeniami	Pasuje
Kontrolowanie procesu sprzedaży	Pasuje	Nastawienie na rywalizację	Znacząco poniżej
Radzenie sobie z obiekcjami	Poniżej	Postrzeganie pieniędzy	Pasuje
Skuteczne zadawanie pytań	Poniżej	Dystans emocjonalny	Pasuje



Na możliwość rozwoju każdej z 18 kompetencji wpływają osobiste nastawienia. Są one też mierzone za pomocą badania FSA.



**Tabela podsumowująca typy nastawień**

Na każdą z Twoich kompetencji sprzedażowych wpływa od 1 do 3 typów nastawienia. Poniższa tabela pokazuje, jak Twoje typy nastawienia budują wyniki 18 Kompetencji Sprzedażowych. Skonsultuj się z Coachem lub Trenerem, który został przeszkolony jak interpretować te wyniki.

<b>Prospecting</b>	57%	<b>Aktywne słuchanie</b>	86%
Następny krok	83%	Odkrywanie prawdy	75%
Wywieranie wpływu	28%	Logika	42%
Niedosyt	94%	<b>Myslenie krytyczne</b>	76%
<b>Kwalifikowanie kontaktów</b>	48%	Niedosyt	94%
Odkrywanie prawdy	75%	Logika	42%
Odczytywanie sytuacji	99%	Odczytywanie sytuacji	99%
Łowca	42%	<b>Inicjatywa</b>	67%
<b>Budowanie relacji</b>	67%	Przejmowanie kontroli	83%
Empatia	83%	<b>Prezentowanie rozwiązań</b>	76%
Odczytywanie sytuacji	99%	Wywieranie wpływu	28%
<b>Działanie zgodnie z procesem</b>	11%	Logika	42%
Logika	42%	Przejmowanie kontroli	83%
<b>Orientacja na osiągnięcia</b>	57%	<b>Efektywne wykorzystanie czasu</b>	57%
Niedosyt	94%	Łowca	42%
Następny krok	83%	Następny krok	83%
<b>Zdobywanie zaufania</b>	86%	Przejmowanie kontroli	83%
Akceptacja społeczna	83%	<b>Radzenie sobie z niepowodzeniami</b>	86%
Empatia	83%	Wytwałość	56%
<b>Kontrolowanie procesu sprzedaży</b>	95%	Odczytywanie sytuacji	99%
Następny krok	83%	<b>Nastawienie na rywalizację</b>	10%
Odczytywanie sytuacji	99%	Łowca	42%
Przejmowanie kontroli	83%	Wytwałość	56%
<b>Radzenie sobie z obiekcjami</b>	48%	<b>Postrzeganie pieniędzy</b>	67%
Łowca	42%	Łowca	42%
Zdobywanie	69%	Wywieranie wpływu	28%
<b>Skuteczne zadawanie pytań</b>	48%	Zdobywanie	69%
Odkrywanie prawdy	75%	<b>Dystans emocjonalny</b>	29%
Zdobywanie	69%	Zdobywanie	69%
		Łowca	42%

# Kompetencje a nastawienia w sprzedaży

**1**

Poziom kompetencji wyższy niż poziomy typów nastawienia.

Myślenie krytyczne	95%
Niedosyt	62%
Logika	63%
Odczytywanie sytuacji	67%

**Wykorzystuj w razie potrzeby**

**2**

Poziom kompetencji niższy niż poziomy Typów nastawienia.

Kwalifikowanie kontaktów	38%
Odkrywanie prawdy	67%
Odczytywanie sytuacji	67%
Łowca	83%

**Rozwijaj – jest potencjał**



# Kompetencje a nastawienia w sprzedaży

**3**

Poziom kompetencji oraz poziomy Typów nastawienia są wysokie.

Orientacja na osiągnięcia	99%
Niedosyt	94%
Następny krok	99%

**Wykorzystuj często**

**4**

Poziom kompetencji oraz poziomy Typów nastawieni są niskie.

Nastawienie na rywalizację	10%
Łowca	36%
Wytrwałość	28%

**Nie skupiaj się na tym obszarze**

# Kompetencje a nastawienia w sprzedaży

**5**

Poziom kompetencji wysoki, a poziomy  
Typów nastawienia wysokie i niskie.

Aktywne słuchanie	78%
Odkrywanie prawdy	67%
Logika	42%

**Wykorzystuj uważnie**

**6**

Poziom kompetencji niski, a poziomy  
Typów nastawienia wysokie i niskie.

Myślenie krytyczne	38%
Niedosyt	94%
Logika	42%
Odczytywanie sytuacji	67%

**Ograniczony potencjał do rozwoju**

# Relacja: kompetencje a typy nastawienia w sprzedaży

Sytuacja	Rekomendowane działanie	6 scenariuszy rozwoju
1. Poziom kompetencji wyższy niż poziomy Typów nastawienia	Wykorzystuj w razie potrzeby	
2. Poziom kompetencji niższy niż poziomy Typów nastawienia	Rozwijaj – jest potencjał	Dźwignia rozwojowa
3. Poziom kompetencji oraz poziomy Typów nastawienia są wysokie	Wykorzystuj często	Mocna strona
4. Poziom kompetencji oraz poziomy Typów nastawienia są niskie	Nie skupiaj się na tym obszarze	
5. Poziom kompetencji wysoki, a poziomy Typów nastawienia wysokie i niskie	Wykorzystuj uważnie	
6. Poziom kompetencji niski, a poziomy Typów nastawienia wysokie i niskie	Ograniczony potencjał do rozwoju	

**Indeks Wymówek<sup>®</sup>** pokazuje, jak bardzo dana osoba lubi sprzedawać i na ile jest skłonna do znajdowania wymówek. Nie wszyscy szukają pracy w sprzedaży i nie wszystkim ona cieszy. Ci, którzy nie czerpią ze sprzedaży motywacji i spełnienia, mogą łatwo przenieść uwagę na inne zadania, zamiast koncentrować się wyłącznie na działaniach sprzedażowych.

**FinxS<sup>®</sup> Sales Assessment** wprost pokazuje poziom skłonności osoby badanej do sprzedażowych wymówek.

Im wyższy indeks, tym bardziej człowiek  
**SZUKA WYMÓWEK**

Im niższy indeks, tym większa skłonność  
ignorowania czynności niezwiązanych  
ze sprzedażą

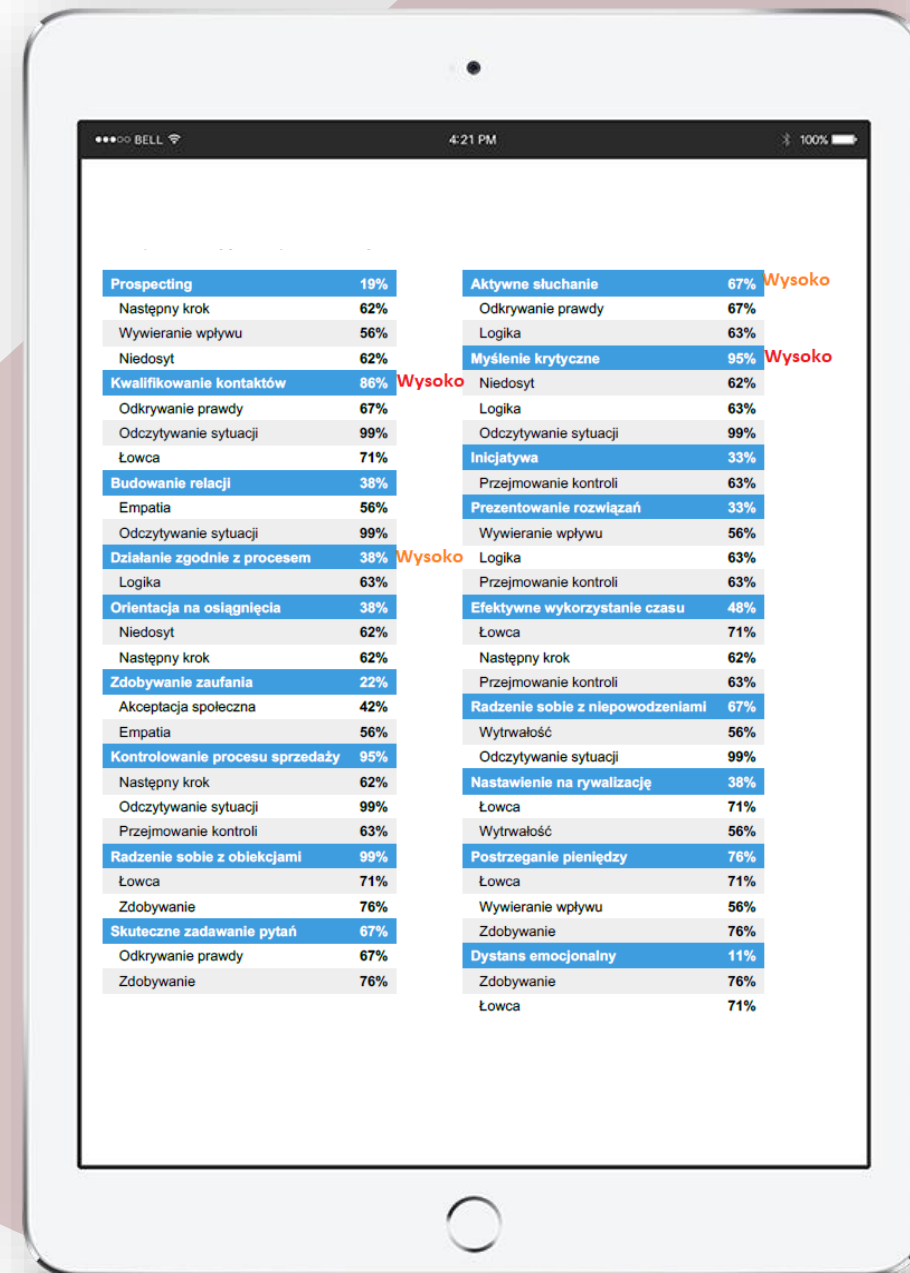


# Jak połączyć oczekiwania roli sprzedażowej z potencjałem handlowca?



Kreator	Tomasz	Kreator	Tomasz
Prospecting	Znacząco poniżej	Aktywne słuchanie	Powyżej potrzeb
Kwalifikowanie kontaktów	Znacząco powyżej	Myślenie krytyczne	Znacząco powyżej
Budowanie relacji	Poniżej	Inicjatywa	Znacząco poniżej
Działanie zgodnie z procesem	Powyżej potrzeb	Prezentowanie rozwiązań	Znacząco poniżej
Orientacja na osiągnięcia	Poniżej	Efektywne wykorzystanie czasu	Poniżej
Zdobywanie zaufania	Nieco poniżej	Radzenie sobie z niepowodzeniami	Poniżej
Kontrolowanie procesu sprzedaży	Pasuje	Nastawienie na rywalizację	Znacząco poniżej
Radzenie sobie z obiekcjami	Nieco poniżej	Postrzeganie pieniędzy	Nieco poniżej
Skuteczne zadawanie pytań	Nieco poniżej	Dystans emocjonalny	Nieco poniżej

## Poziomy kompetencji Tomasza a rola Kreator



## Poziomy kompetencji Tomasza a rola Kreator

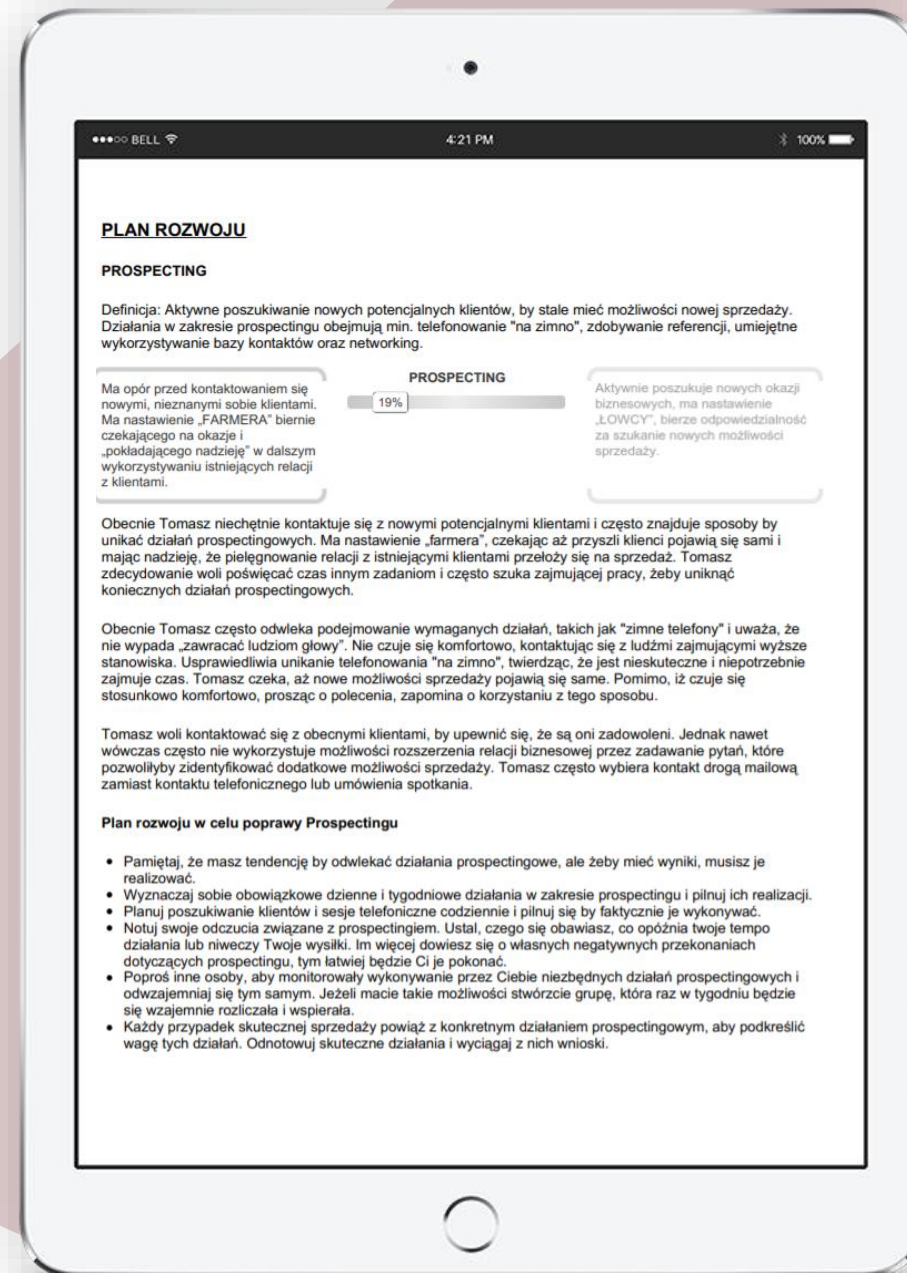
**Tabela podsumowująca typy nastawień**

Na każdą z kompetencji sprzedażowych wpływa od 1 do 3 typów nastawienia. Poniższa tabela pokazuje, jak typy nastawienia budują wyniki 18 Kompetencji Sprzedażowych. Skonsultuj się z Coachem lub Trenerem, który został przeszkolony jak interpretować te wyniki.

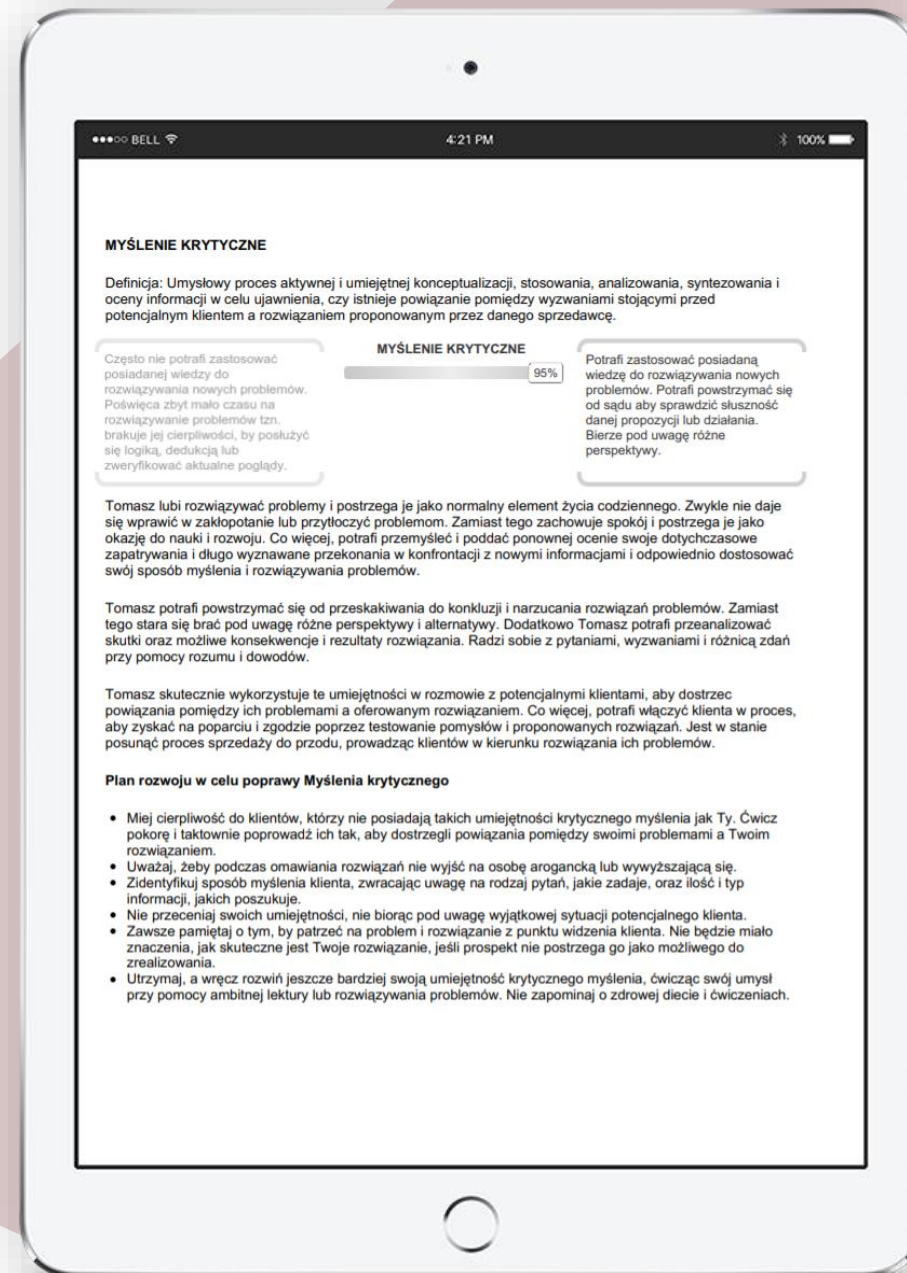
<b>Prospecting</b>	19%	<b>Nisko</b>	<b>Aktywne słuchanie</b>	67%
Następny krok	62%		Odkrywanie prawdy	67%
Wywieranie wpływu	56%		Logika	63%
Niedosyt	62%		<b>Myslenie krytyczne</b>	95%
<b>Kwalifikowanie kontaktów</b>	86%		Niedosyt	62%
Odkrywanie prawdy	67%		Logika	63%
Odczytywanie sytuacji	99%		Odczytywanie sytuacji	99%
Łowca	71%		<b>Inicjatywa</b>	33%
<b>Budowanie relacji</b>	38%	<b>Nisko</b>	Przejmowanie kontroli	63%
Empatia	56%		<b>Prezentowanie rozwiązań</b>	33%
Odczytywanie sytuacji	99%		Wywieranie wpływu	56%
<b>Działanie zgodnie z procesem</b>	38%		Logika	63%
Logika	63%		Przejmowanie kontroli	63%
<b>Orientacja na osiągnięcia</b>	38%	<b>Nisko</b>	<b>Efektywne wykorzystanie czasu</b>	48%
Niedosyt	62%		Łowca	71%
Następny krok	62%		Następny krok	62%
<b>Zdobywanie zaufania</b>	22%		Przejmowanie kontroli	63%
Akceptacja społeczna	42%		<b>Radzenie sobie z niepowodzeniami</b>	67%
Empatia	56%		Wytrwałość	56%
<b>Kontrolowanie procesu sprzedaży</b>	95%		Odczytywanie sytuacji	99%
Następny krok	62%		<b>Nastawienie na rywalizację</b>	38%
Odczytywanie sytuacji	99%		Łowca	71%
Przejmowanie kontroli	63%		Wytrwałość	56%
<b>Radzenie sobie z obiekcjami</b>	99%		<b>Postrzeganie pieniędzy</b>	76%
Łowca	71%		Łowca	71%
Zdobywanie	76%		Wywieranie wpływu	56%
<b>Skuteczne zadawanie pytań</b>	67%		Zdobywanie	76%
Odkrywanie prawdy	67%		<b>Dystans emocjonalny</b>	11%
Zdobywanie	76%		Zdobywanie	76%
			Łowca	71%



## Wybrana kompetencja do rozwoju



## Wybrana kompetencja do zmiany/zmniejszenia natężenia:



# Kompetencje i zachowania na tle etapów procesu sprzedaży



- 
- 
- 
- 
- 
- 

## Etapy PRE i POST

Kroki w procesie sprzedaży dzielimy na etapy PRE (przed zamknięciem pierwszej transakcji) i POST (po zamknięciu pierwszej transakcji). Do tego raportu wybraliśmy cztery kroki PRE: ocena potencjalnych klientów, kontakt wstępny, kontakt bezpośredni i zamknięcie sprzedaży. Wybrane kroki POST to pilotaż, utrzymanie i rozwinięcie. Każdy z etapów jest opisany na osobnej stronie.



**Proces sprzedaży / Podsumowanie dopasowania kompetencji**

Poniższa tabela zawiera podsumowanie dopasowania kompetencji tej osoby na różnych etapach procesu sprzedaży.

++: Wynik kompetencji wskazuje na wyraźne atuty na tym etapie procesu sprzedaży

+: Wynik kompetencji wskazuje na korzystne cechy, choć nie tylko one mogą uczynić tę osobę doskonałą na tym etapie procesu sprzedaży

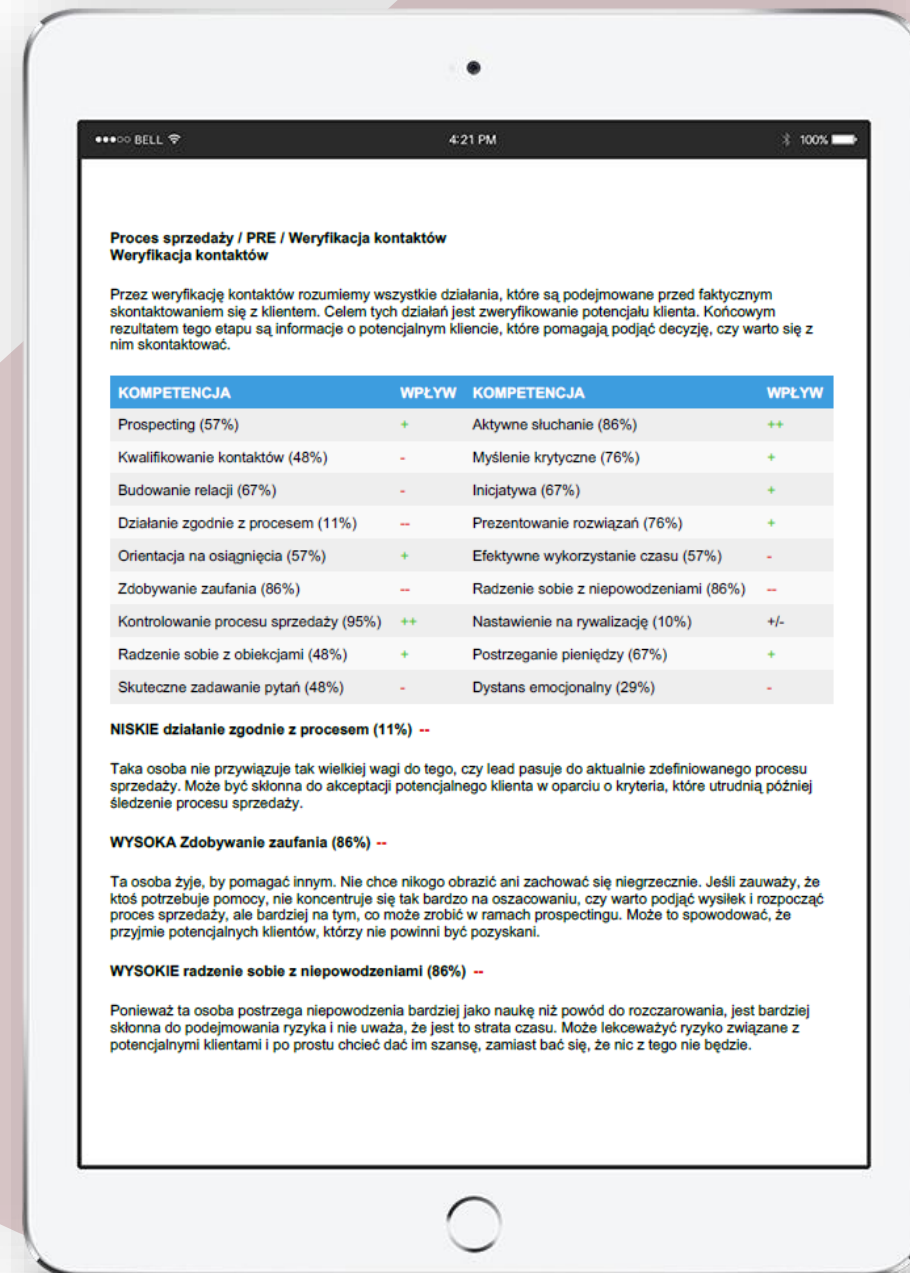
+/-: Kompetencja ta nie odgrywa żadnej ważnej roli na tym etapie procesu sprzedaży.

-: Wynik kompetencji wskazuje na pewne wyzwania na tym etapie procesu sprzedaży.

--: Kompetencja ta może stać się istotnym wyzwaniem w osiągnięciu sukcesu na tym etapie. Należy dokładnie przeanalizować, jak uniknąć potencjalnego ryzyka, by nie stało się ono realne.

	++	+	+/-	-	--	Wynik
<b>PRE</b>						
Weryfikacja kontaktów	6	4	1	4	3	6
Kontakt wstępny	9	5	1	3	0	20
Kontakt bezpośredni	6	2	2	6	2	4
Zamknięcie sprzedaży	8	3	5	2	0	17
<b>POST</b>						
Pilotaż	3	3	3	6	3	-3
Utrzymanie	0	1	5	5	7	-18

## Dopasowanie 18 kompetencji do etapów procesu



**Proces sprzedaży / PRE / Weryfikacja kontaktów**  
**Weryfikacja kontaktów**

Przez weryfikację kontaktów rozumiemy wszystkie działania, które są podejmowane przed faktycznym skontaktowaniem się z klientem. Celem tych działań jest zweryfikowanie potencjału klienta. Końcowym rezultatem tego etapu są informacje o potencjalnym kliencie, które pomagają podjąć decyzję, czy warto się z nim skontaktować.

KOMPETENCJA	WPLYW	KOMPETENCJA	WPLYW
Prospecting (57%)	+	Aktywne słuchanie (86%)	++
Kwalifikowanie kontaktów (48%)	-	Myślenie krytyczne (76%)	+
Budowanie relacji (67%)	-	Inicjatywa (67%)	+
Działanie zgodnie z procesem (11%)	--	Prezentowanie rozwiązań (76%)	+
Orientacja na osiągnięcia (57%)	+	Efektywne wykorzystanie czasu (57%)	-
Zdobywanie zaufania (86%)	--	Radzenie sobie z niepowodzeniami (86%)	--
Kontrolowanie procesu sprzedaży (95%)	++	Nastawienie na rywalizację (10%)	+/-
Radzenie sobie z obiekcjami (48%)	+	Postrzeganie pieniędzy (67%)	+
Skuteczne zadawanie pytań (48%)	-	Dystans emocjonalny (29%)	-

**NISKIE działanie zgodnie z procesem (11%) --**

Taka osoba nie przywiązuje tak wielkiej wagi do tego, czy lead pasuje do aktualnie zdefiniowanego procesu sprzedaży. Może być skłonna do akceptacji potencjalnego klienta w oparciu o kryteria, które utrudnią później śledzenie procesu sprzedaży.

**WYSOKA Zdobywanie zaufania (86%) --**

Ta osoba żyje, by pomagać innym. Nie chce nikogo obrazić ani zachować się niegrzecznie. Jeśli zauważy, że ktoś potrzebuje pomocy, nie koncentruje się tak bardzo na oszacowaniu, czy warto podjąć wysiłek i rozpocząć proces sprzedaży, ale bardziej na tym, co może zrobić w ramach prospectingu. Może to spowodować, że przyjmie potencjalnych klientów, którzy nie powinni być pozyskani.

**WYSOKIE radzenie sobie z niepowodzeniami (86%) --**

Ponieważ ta osoba postrzega niepowodzenia bardziej jako naukę niż powód do rozczarowania, jest bardziej skłonna do podejmowania ryzyka i nie uważa, że jest to strata czasu. Może lekceważyć ryzyko związane z potencjalnymi klientami i po prostu chce dać im szansę, zamiast bać się, że nic z tego nie będzie.

# Wyniki kompetencji osoby na tle populacji polskich handlowców

## Analiza porównawcza

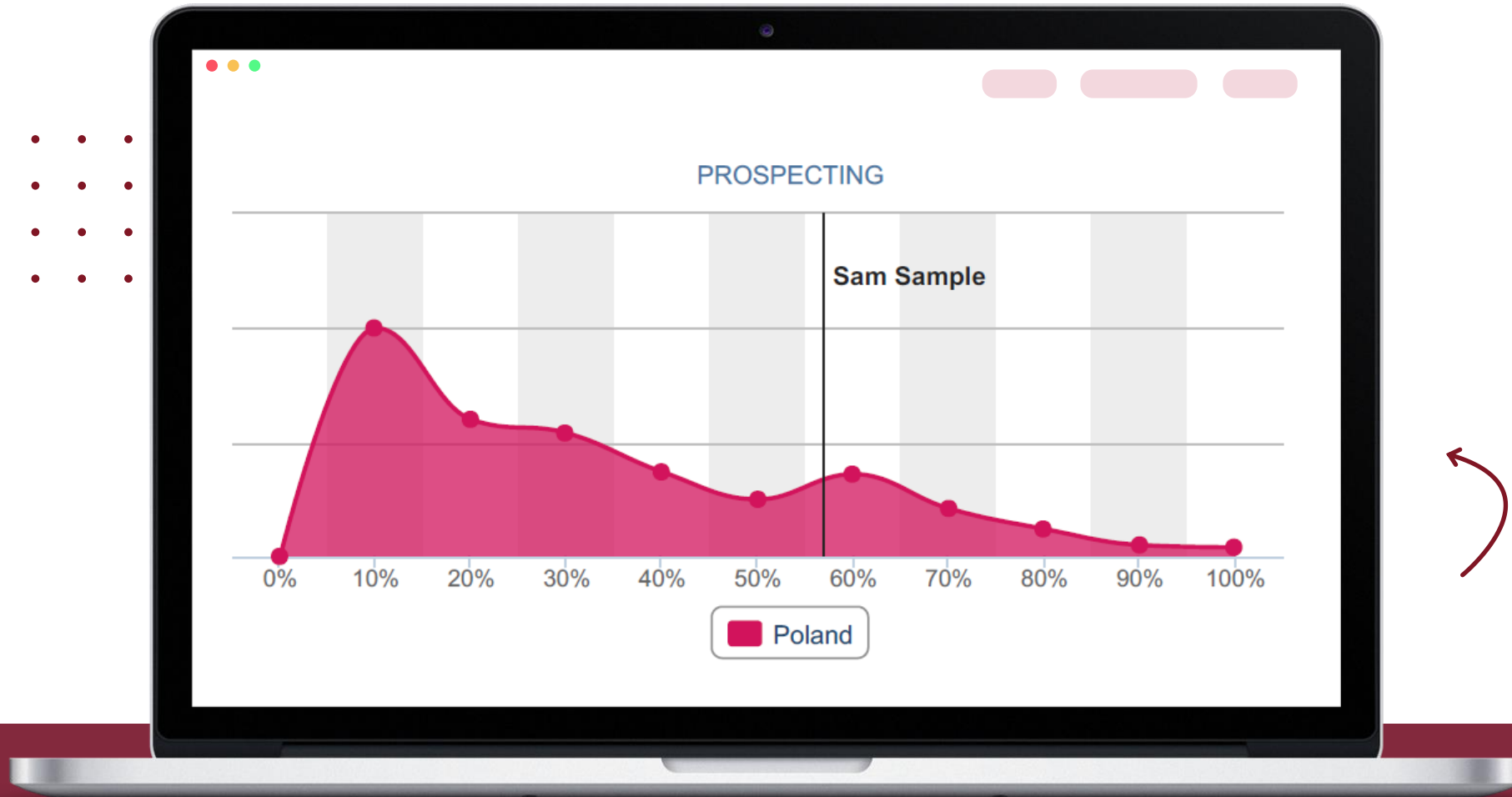
Na następnych stronach wyniki tej osoby porównywane są z wybranym wskaźnikiem. Celem analizy porównawczej jest określenie, jak ta osoba wypada na tle wybranej populacji. Nie mówi nam ona bezpośrednio nic o umiejętnościach sprzedażowych tej osoby, a jedynie o tym, jakie one są w porównaniu z inną grupą ludzi. Ważne jest, aby korzystać z populacji wzorcowej, której osoba ta mogłaby być częścią (w oparciu o kryteria wyboru populacji).

Procent ten oznacza procent populacji, która uzyskała mniej punktów niż ta osoba. Na przykład 25% oznaczałoby, że 25% populacji ma niższy wynik niż ta osoba, a 75% ma wyższy wynik.

## Tabela porównawcza

Adrian Asertywny	Wynik	Poland
Prospecting	57%	77%
Kwalifikowanie kontaktów	48%	16%
Budowanie relacji	67%	33%
Działanie zgodnie z procesem	11%	23%
Orientacja na osiągnięcia	57%	41%
Zdobywanie zaufania	86%	73%
Kontrolowanie procesu sprzedaży	95%	85%
Radzenie sobie z obiekcjami	48%	27%
Skuteczne zadawanie pytań	48%	11%
Aktywne słuchanie	86%	54%
Myślenie krytyczne	76%	42%
Inicjatywa	67%	57%
Prezentowanie rozwiązań	76%	82%
Efektywne wykorzystanie czasu	57%	63%
Radzenie sobie z niepowodzeniami	86%	87%
Nastawienie na rywalizację	10%	0%
Postrzeganie pieniędzy	67%	60%
Dystans emocjonalny	29%	55%







**FinXS<sup>®</sup> Sales  
Assessment**

**Co pokażać  
„sprzedażowy rentgen”?**



Kiedyś miał dobre wyniki, w ostatnim roku, coś zaczęło iść słabiej...

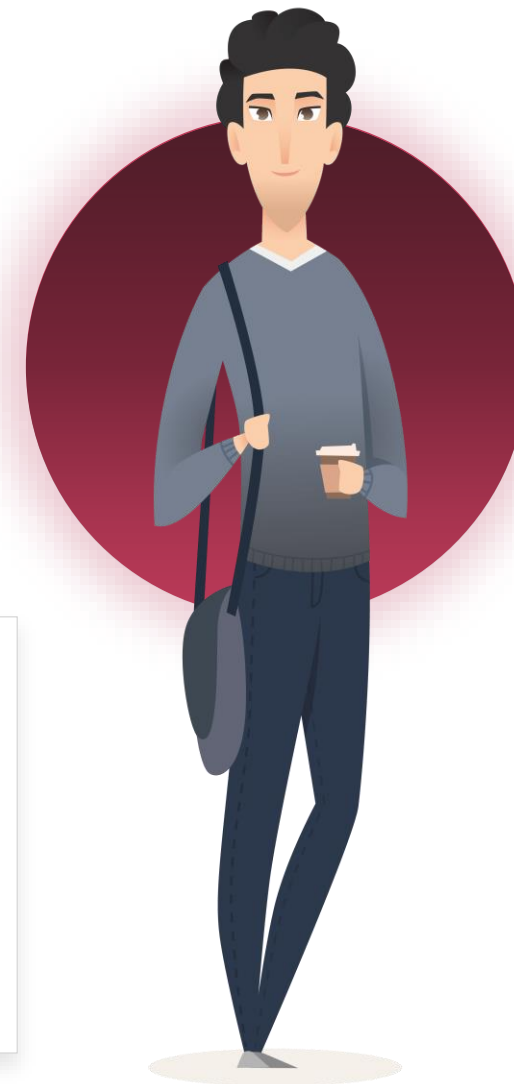
Okazało się, że zmienił rolę – na taką z długimi relacjami.

**BUDOWANIE RELACJI**

38%

Osoba ta nie koncentruje się na budowaniu zaufania. Jawi się jako osoba egocentryczna lub interesowna. Unika poufałości.

Osoba ta potrafi w krótkim czasie zbudować zaufanie, dobrą relację. Jest skłonna dopasować swój styl zachowania do stylu potencjalnego klienta, aby wywołać u niego poczucie swobody.



W poprzedniej firmie miała super wyniki, u nas jej jakoś nie idzie...  
Zmieniła rolę i sprzedaje produkty Premium, ma potencjał do rozwoju tej kompetencji.

**POSTRZEGANIE PIENIĘDZY**

29%

Czuje się winna, pobierając „zbyt wysoką” prowizję za sprzedaż, nie uważa, że zasługuje na zarabianie „dużych” pieniędzy. Odczuwa dużo empatii wobec klienta, gdy ten narzeka na „zbyt wysoką cenę”.

Osoba ta postrzega pieniądze jako zdrowy cel dążeń. Uważa, że pieniądze są po prostu wynagrodzeniem za działania sprzedażowe. Ceni swój czas i nie boi się oczekiwać za niego zapłaty.



Marek, przeszedł z Działu obsługi klienta.

Klienci go bardzo lubią, wyniki sprzedaży są słabe...

Indeks Wymówek

47%



2 lata w roli Kreator, jeszcze nigdy nie „zrobiła targetu”.

Nie ma potencjału do rozwoju oczekiwanych kompetencji.

**PROSPECTING**

10%

Ma opór przed kontaktowaniem się nowymi, nieznanymi sobie klientami. Ma nastawienie „FARMERA” biernie czekającego na okazje i „pokładającego nadzieję” w dalszym wykorzystawaniu istniejących relacji z klientem.

Osoba ta aktywnie poszukuje nowych okazji biznesowych, ma nastawienie „ŁOWCY”, bierze odpowiedzialność za szukanie nowych możliwości sprzedaży.



# **FinxS<sup>®</sup> Sales Assessment**

**Najlepsi - Ania i Wojtek - przyjrzeni  
się, czy mogą lepiej pracować  
również na posiadanym portfelu  
klientów**



# Co się dalej dzieje z naszymi bohaterami?



**Jola**

Zmiana roli  
sprzedażowej –  
pracuje jako Doradca



**Marek**

Postanowił wrócić  
do Obsługi Klienta



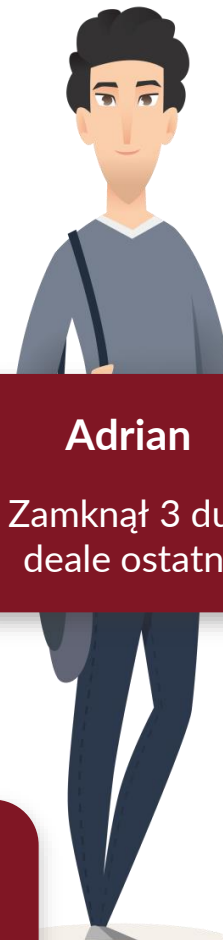
**Wojtek**

Doskonali kompetencje  
dla etapu Rozszerzenie  
Sprzedaży



**Kasia**

Rozwinęła  
kompetencje  
- Pipeline się wypełnia



**Adrian**

Zamknął 3 duże  
deale ostatnio



**Ania**

Ma jeszcze wyższe  
utrzymanie klientów

**FinxS<sup>®</sup> Sales  
Assessment**

**FinxS<sup>®</sup> Sales Assessment**

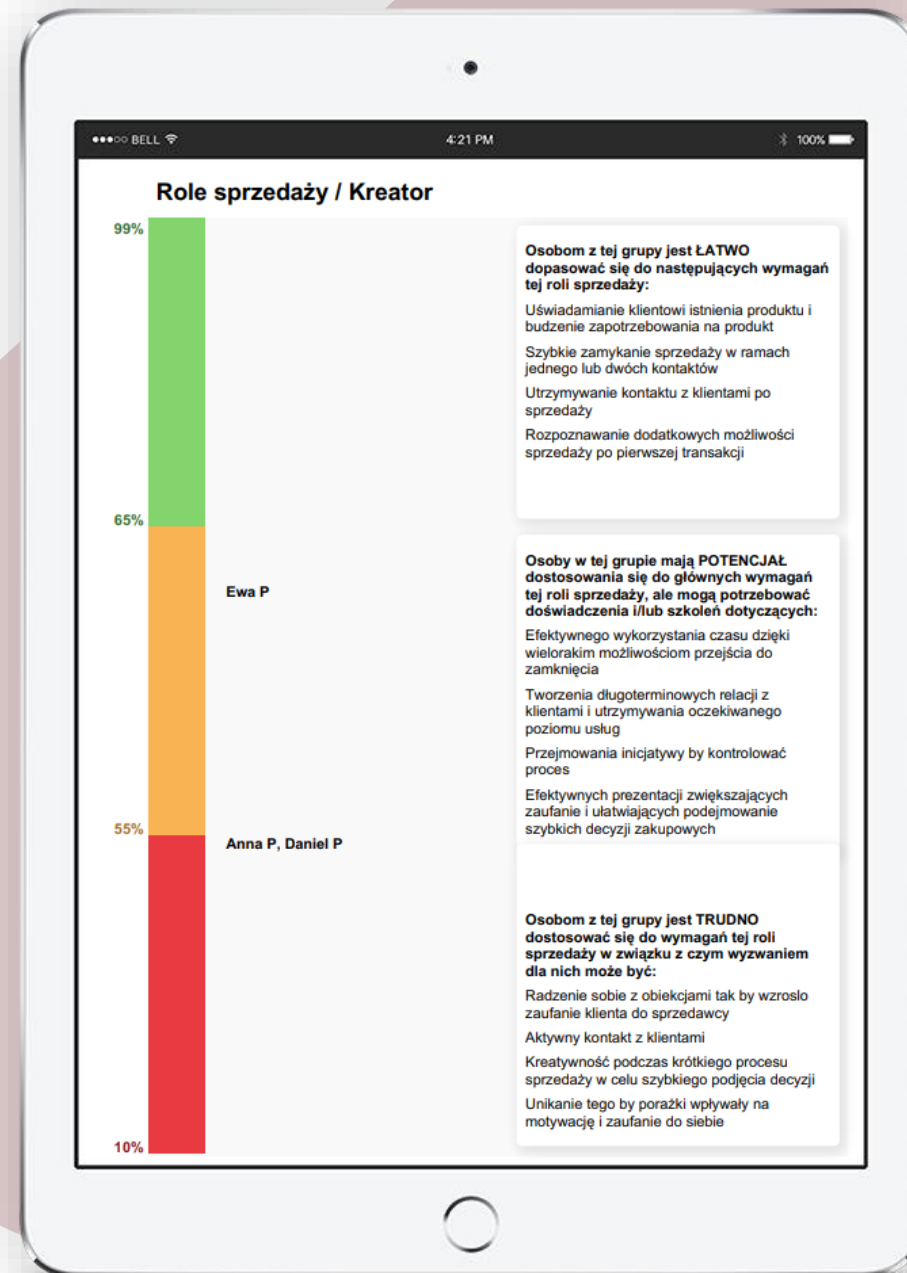
**Raporty zespołowe**



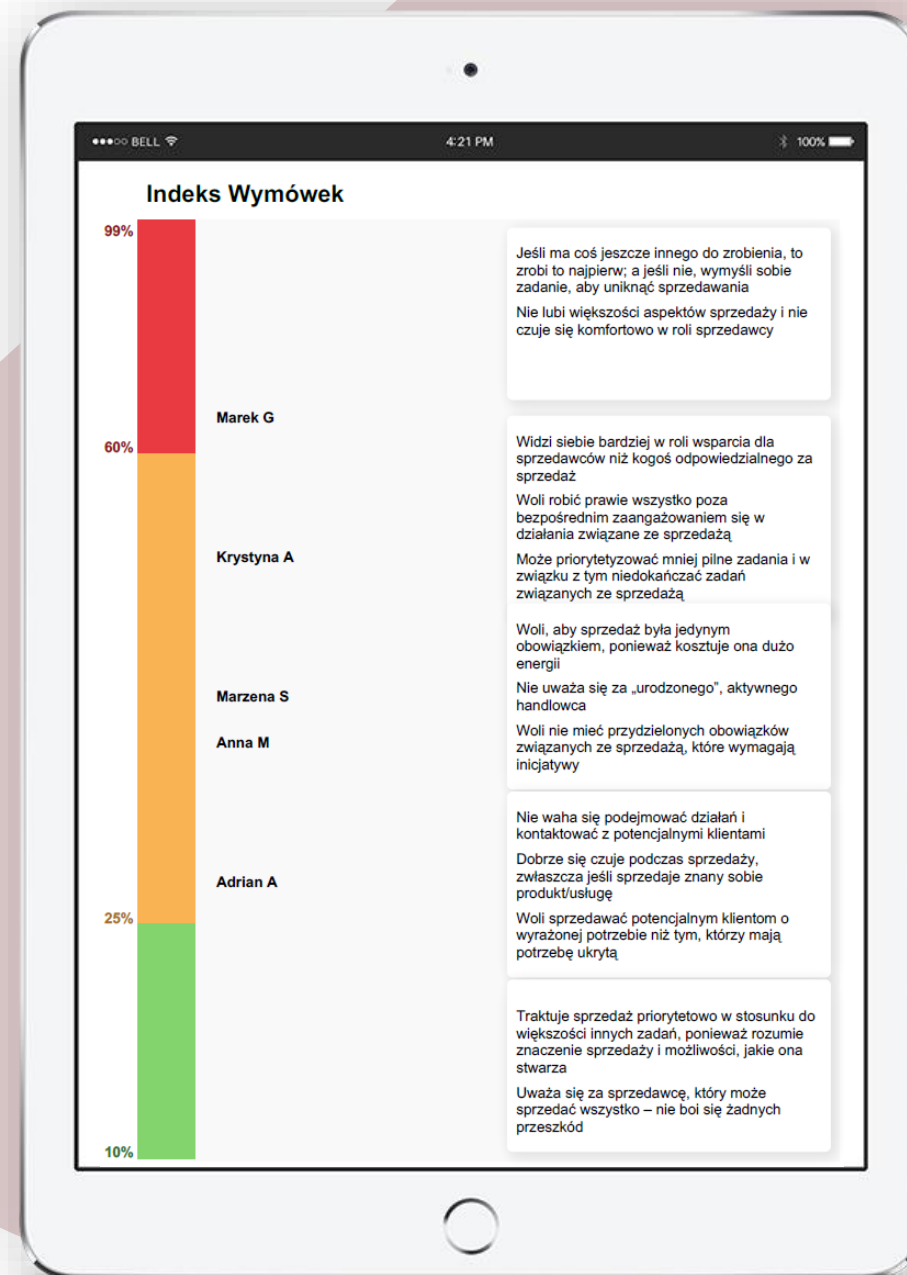


# Raport Team

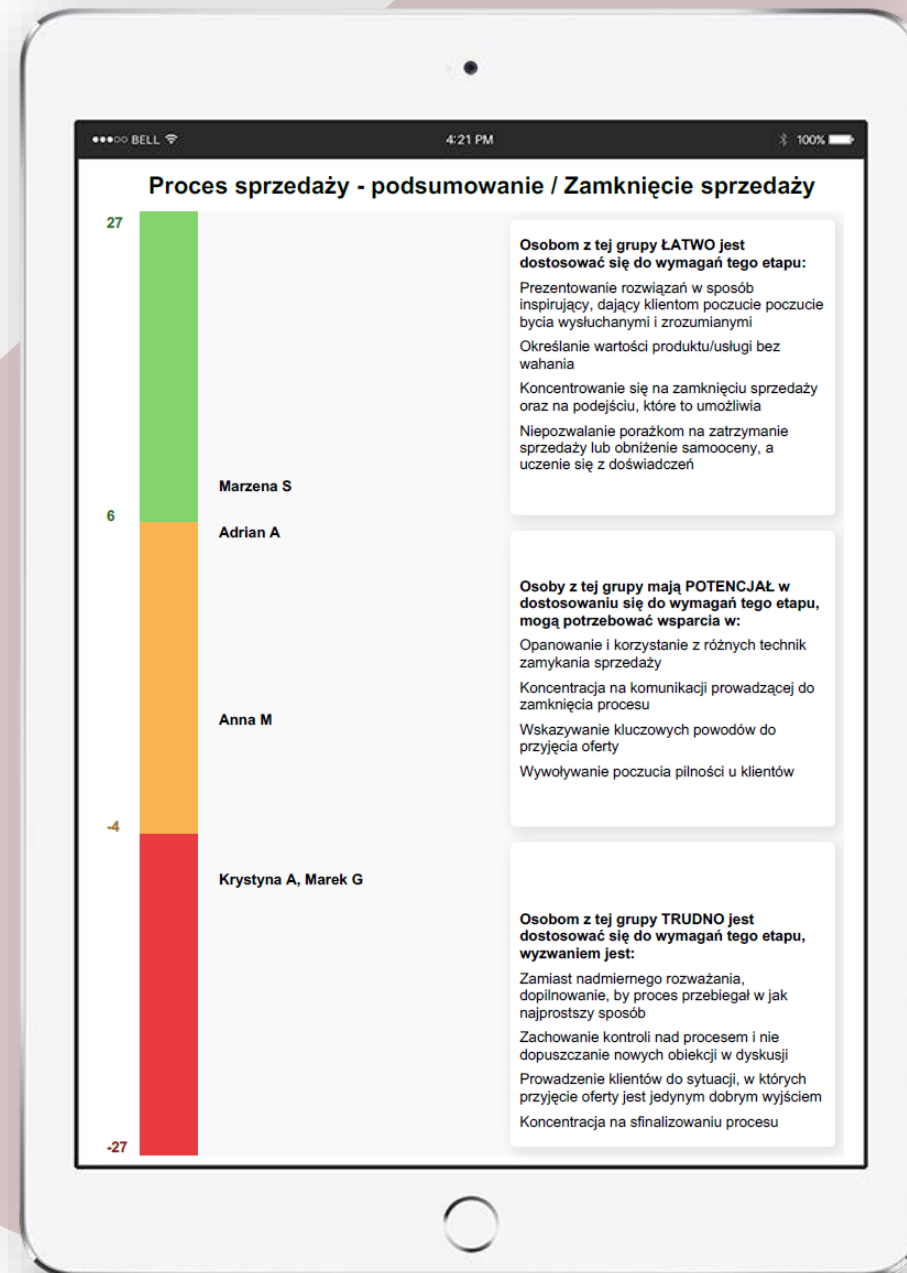
## Role sprzedażowe

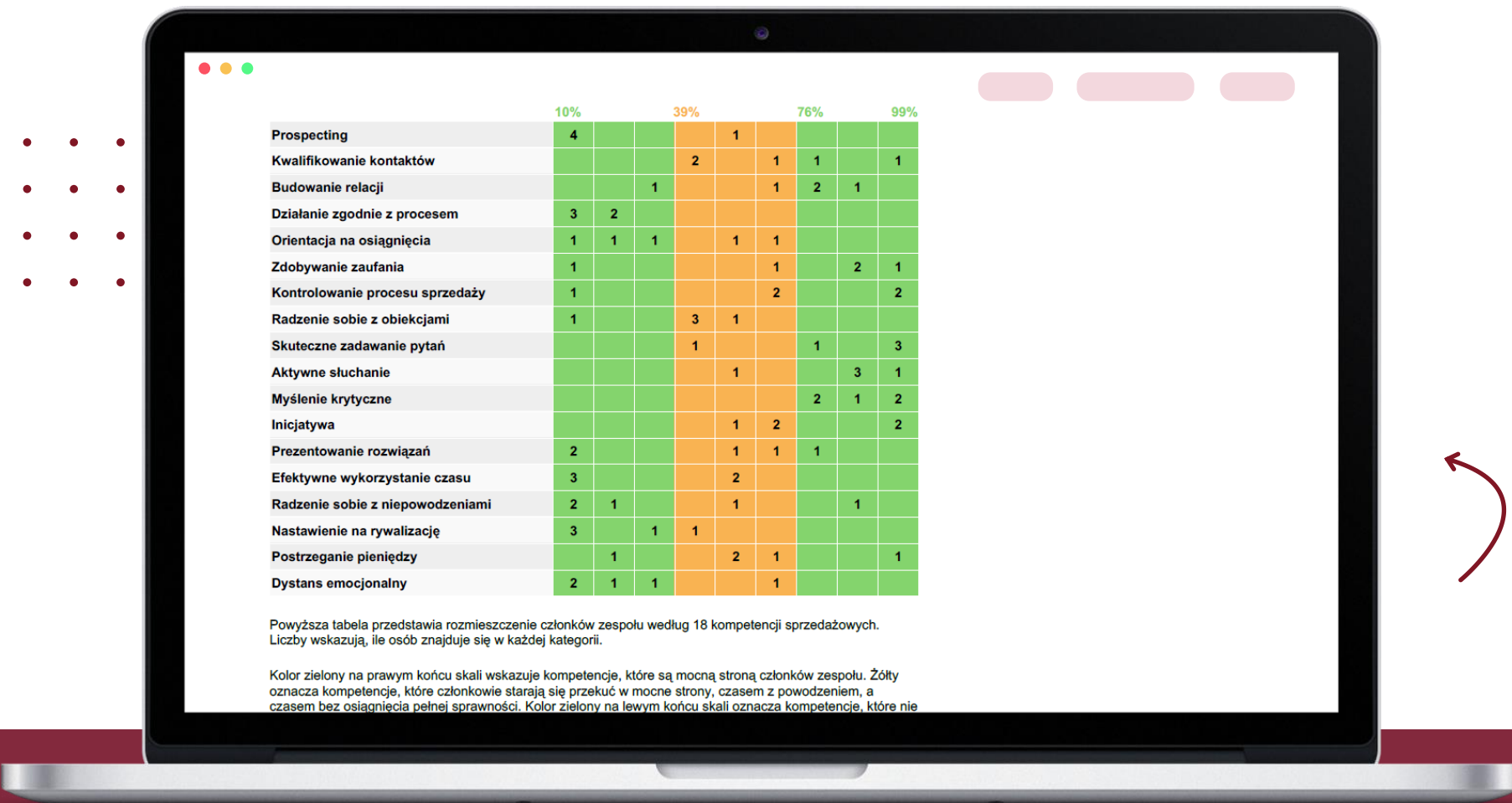


## Raport Team Indeks wymówek

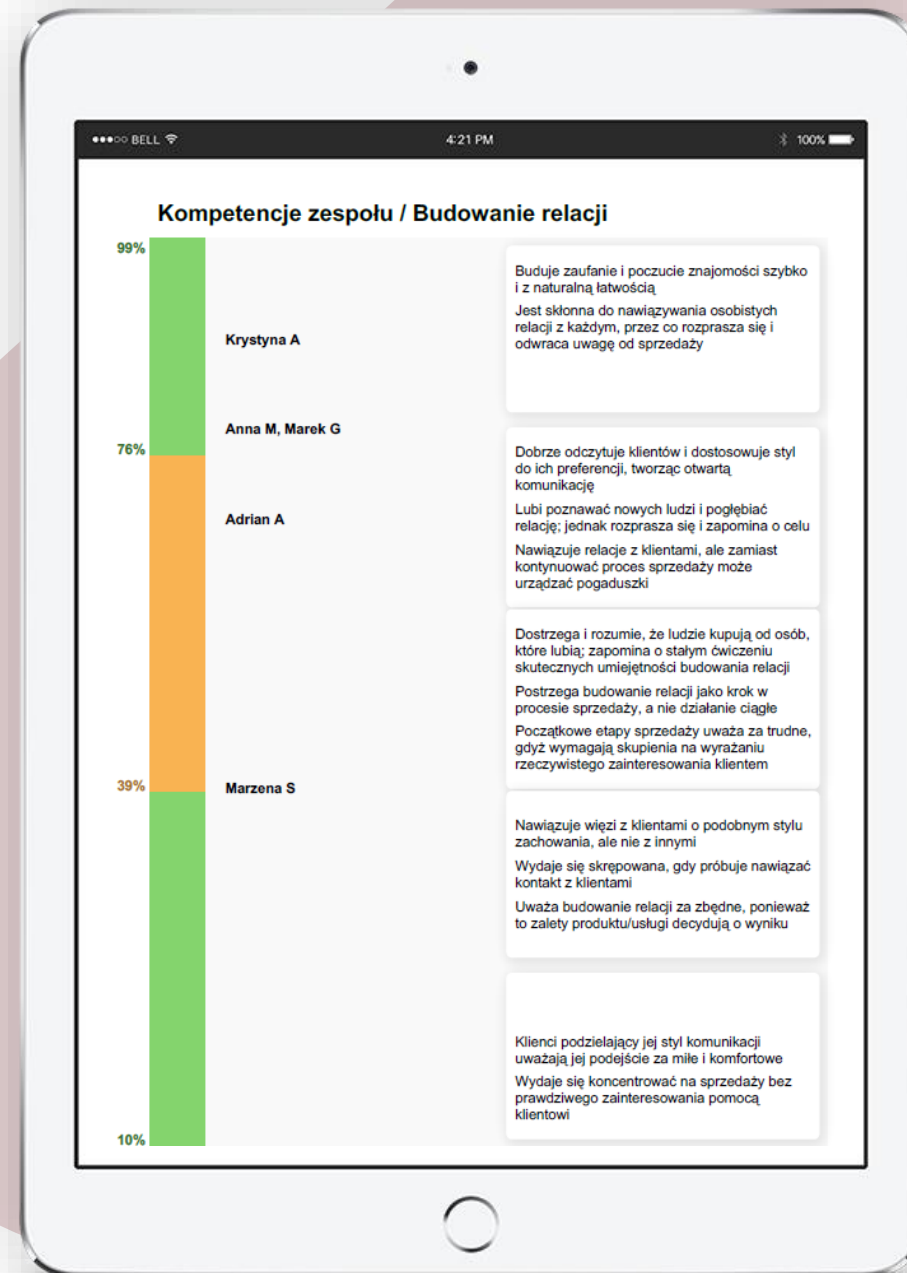


## Raport Team Proces sprzedaży



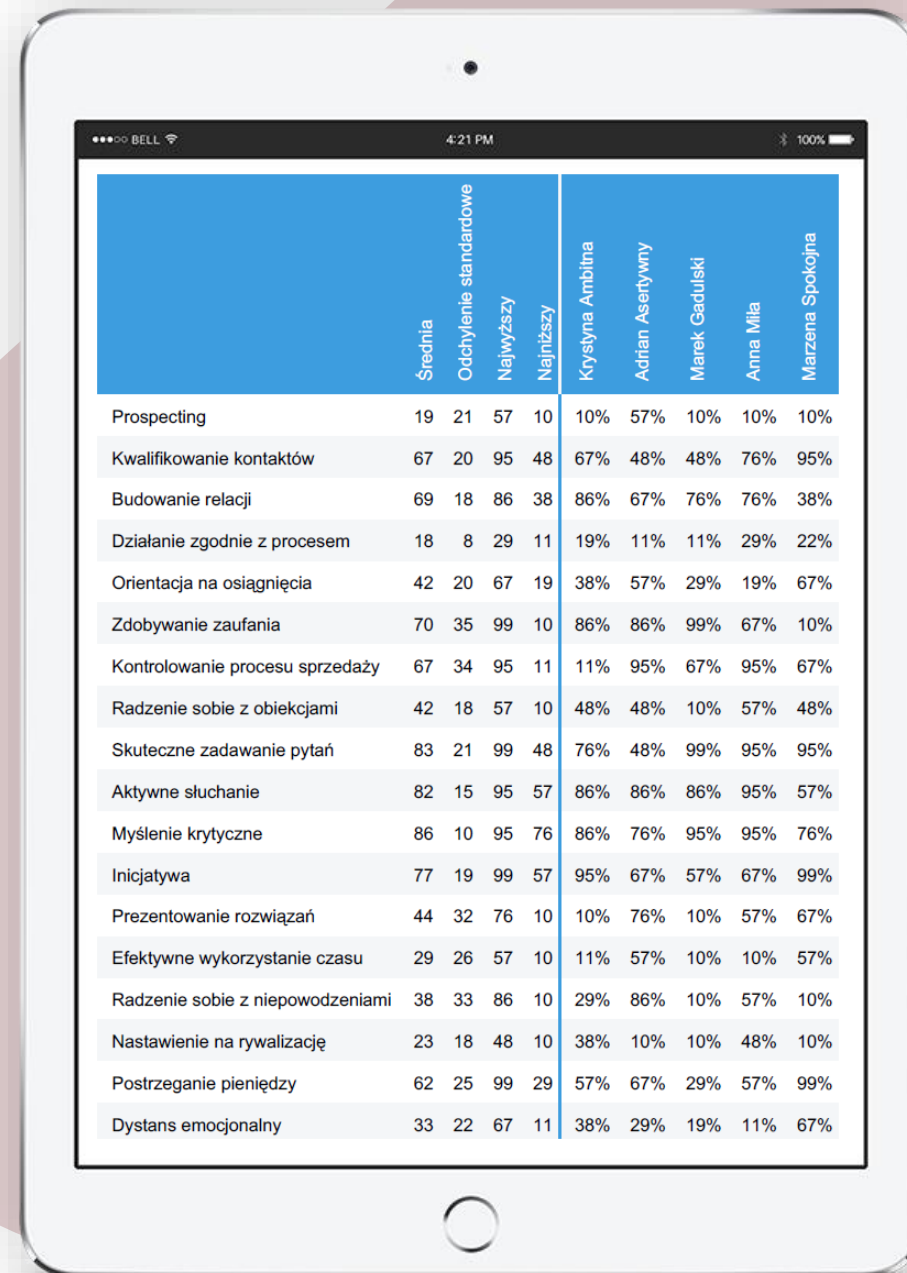


## Raport Team Kompetencje podsumowanie



# Raport Team

## Tabela zespołu

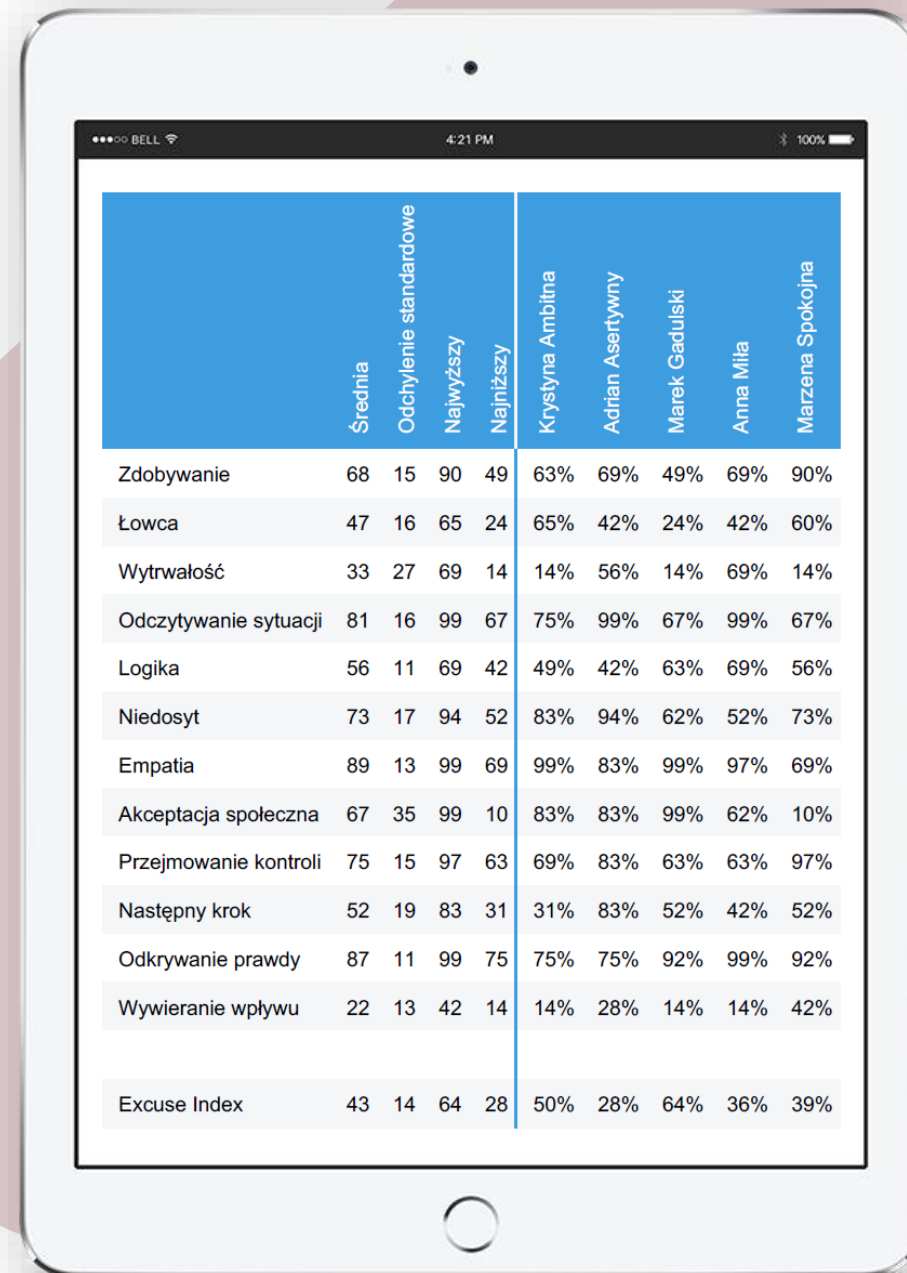


The image shows a tablet displaying a sales assessment report. The report is presented as a table with 17 rows of skills and 10 columns of data. The first four columns represent statistical data (Average, Standard Deviation, Highest, and Lowest), and the last five columns represent individual team members. The tablet's status bar at the top shows 'BELL', '4:21 PM', and '100%' battery.

	Srednia	Odchylenie standardowe	Najwyższy	Najniższy	Krzyszyna Ambitna	Adrian Asertywny	Marek Gadulski	Anna Miła	Marzena Spokojna
Prospecting	19	21	57	10	10%	57%	10%	10%	10%
Kwalifikowanie kontaktów	67	20	95	48	67%	48%	48%	76%	95%
Budowanie relacji	69	18	86	38	86%	67%	76%	76%	38%
Działanie zgodnie z procesem	18	8	29	11	19%	11%	11%	29%	22%
Orientacja na osiągnięcia	42	20	67	19	38%	57%	29%	19%	67%
Zdobywanie zaufania	70	35	99	10	86%	86%	99%	67%	10%
Kontrolowanie procesu sprzedaży	67	34	95	11	11%	95%	67%	95%	67%
Radzenie sobie z obiekcjami	42	18	57	10	48%	48%	10%	57%	48%
Skuteczne zadawanie pytań	83	21	99	48	76%	48%	99%	95%	95%
Aktywne słuchanie	82	15	95	57	86%	86%	86%	95%	57%
Myślenie krytyczne	86	10	95	76	86%	76%	95%	95%	76%
Inicjatywa	77	19	99	57	95%	67%	57%	67%	99%
Prezentowanie rozwiązań	44	32	76	10	10%	76%	10%	57%	67%
Efektywne wykorzystanie czasu	29	26	57	10	11%	57%	10%	10%	57%
Radzenie sobie z niepowodzeniami	38	33	86	10	29%	86%	10%	57%	10%
Nastawienie na rywalizację	23	18	48	10	38%	10%	10%	48%	10%
Postrzeganie pieniędzy	62	25	99	29	57%	67%	29%	57%	99%
Dystans emocjonalny	33	22	67	11	38%	29%	19%	11%	67%

# Raport Team

## Tabela zespołu



The image shows a tablet displaying a team assessment report. The report is presented as a table with 11 rows and 10 columns. The first column lists various assessment categories. The next four columns represent statistical data: average, standard deviation, highest, and lowest. The final five columns list individual team members and their corresponding scores for each category. The tablet's status bar at the top shows 'BELL', '4:21 PM', and '100%' battery.

	Średnia	Odchylenie standardowe	Najwyższy	Najniższy	Krzyszyna Ambitna	Adrian Asertywny	Marek Gadulski	Anna Miła	Marzena Spokojna
Zdobywanie	68	15	90	49	63%	69%	49%	69%	90%
Łowca	47	16	65	24	65%	42%	24%	42%	60%
Wytrwałość	33	27	69	14	14%	56%	14%	69%	14%
Odczytywanie sytuacji	81	16	99	67	75%	99%	67%	99%	67%
Logika	56	11	69	42	49%	42%	63%	69%	56%
Niedosyt	73	17	94	52	83%	94%	62%	52%	73%
Empatia	89	13	99	69	99%	83%	99%	97%	69%
Akceptacja społeczna	67	35	99	10	83%	83%	99%	62%	10%
Przejmowanie kontroli	75	15	97	63	69%	83%	63%	63%	97%
Następny krok	52	19	83	31	31%	83%	52%	42%	52%
Odkrywanie prawdy	87	11	99	75	75%	75%	92%	99%	92%
Wywieranie wpływu	22	13	42	14	14%	28%	14%	14%	42%
Excuse Index	43	14	64	28	50%	28%	64%	36%	39%

## **W jaki sposób „sprzedażowy rentgen” może wesprzeć Wasz biznes?**


Porozmawiajmy o Waszej roli  
sprzedażowej, potrzebach i wyzwaniach.








# Zapraszam do **współpracy**

 000 000 000

 [Imie.nazwisko@extended.tools](mailto:Imie.nazwisko@extended.tools)

 [linkedin.com/company/extended-tools-polska](https://www.linkedin.com/company/extended-tools-polska)

Three decorative starburst graphics with pink and yellow lines, scattered in the upper right area of the slide.

Miejsce na Twoje  
zdjęcie

**Imię i Nazwisko**

Nazwa stanowiska i firmy

# Stworzony przez sprzedawców i dla sprzedawców

Poznaj zupełnie inne podejście do pracy ze sprzedażą i zrób krok w kierunku zwiększenia jej efektywności.

Case Study  
**Wdrożenie FinxS<sup>®</sup> Sales Assessment  
w jednej z największych sieci  
sprzedaży w Polsce.**



Te firmy już przekonały się  
o skuteczności FinxS<sup>®</sup>  
Sales Assessment:

- Aviva (obecnie Allianz)
- Rohlig Suus Logistics
- Fiberhost
- Asseco