

OPQ

Relatório para as Vendas

Nome

Sra. Exemplo 3

Data

28 Agosto 2014



INTRODUÇÃO

O Relatório para as Vendas da SHL ajuda a compreender a adequação potencial de Exemplo 3 para uma função de vendas. Este relatório baseia-se nos resultados do Inventário de Comportamentos Profissionais (OPQ - Occupational Personality Questionnaire) e do MQ. Estes dados permitem também identificar os pontos fortes e os pontos a desenvolver de Exemplo 3 nas áreas relacionadas com a eficácia nas vendas.

A SHL fez uma investigação que abrangeu milhares de técnicos de vendas em diferentes sectores de actividade, para identificar factores específicos importantes para as vendas. Embora esteja comprovado que cada um destes factores influencia a eficácia nas vendas, terá de determinar quais os factores mais importantes, para a situação em causa. Os dados deste relatório podem ser utilizados sem qualquer formação ou conhecimentos específicos.

Quando utilizado para fins de selecção, este relatório requer conhecimentos adequados de técnicas de selecção eficazes bem como informação sobre a função em questão. O relatório parte do princípio de que o utilizador possui conhecimentos suficientes da função em causa e dos respectivos requisitos, para poder tomar decisões correctas com base nos dados deste relatório. Recomenda-se que o utilizador procure obter informações adicionais provenientes de entrevistas e de outras avaliações relevantes durante o processo de selecção, para determinar a adequação do candidato à função.

Quando utilizado para fins de desenvolvimento, este relatório requer um bom conhecimento das técnicas e intervenções de desenvolvimento necessárias.

UTILIZAR ESTE RELATÓRIO

Este relatório consiste em três secções principais: **Bases para as Vendas, Motivação e Ciclo de Venda**. No final do relatório, encontrará uma secção denominada Perfil para as Vendas que fornece uma visão global.

A secção **Bases para as Vendas** aborda os factores mais importantes para a eficácia na maioria das situações de vendas. Embora a relevância destes factores possa variar consoante a tarefa em questão, são estes os factores que se aplicam à maior parte das funções de vendas.

A secção **Motivação** aborda factores motivadores capazes de influenciar a eficácia nas vendas. A motivação é a força que leva uma pessoa a realizar o seu trabalho. A motivação determina a energia que uma pessoa aplicará numa função e o que poderá ajudar essa pessoa a manter essa energia. A Motivação pode ter um impacto importante nos resultados e no sucesso.

A secção **Ciclo de Venda** aborda os factores mais importantes num processo de venda típico. A secção indica a eficácia provável de uma pessoa em oito fases importantes do processo de venda. Compreender os pontos fortes naturais de uma pessoa no Ciclo de Venda pode ajudar a determinar o tipo de ambiente de vendas em que essa pessoa tende a ser mais eficaz. A secção pode também identificar áreas em que acções de desenvolvimento ou formação poderão aumentar a eficácia geral.

A última secção deste relatório apresenta todos os dados: Bases para as Vendas, Motivação e Ciclo de Venda numa página. Esta secção de **Perfil para as Vendas** proporciona a possibilidade de comparar este perfil individual com os factores exigidos em situações ou funções de vendas específicas.

BASES PARA AS VENDAS

As **Bases para as Vendas** consistem em factores que são importantes para a eficácia na maioria das situações de vendas. O gráfico de barras indica em que medida Exemplo 3 apresenta pontos fortes em cada área. A definição de cada factor é apresentada imediatamente abaixo do gráfico de barras. As descrições dos comportamentos correspondentes a classificações altas e classificações baixas são apresentadas abaixo de cada uma das definições.

Está comprovado que cada um destes factores influencia a eficácia nas vendas. Regra geral, é preferível um nível elevado em qualquer um destes factores para a maioria das funções de vendas. No entanto, a relevância de alguns factores poderá variar consoante as diferentes situações de vendas. Terá de determinar que factores são mais ou menos importantes para a sua situação específica.

Estas classificações podem identificar os pontos fortes de que é possível tirar partido para aumentar a eficácia nas vendas. As classificações podem também identificar áreas em que acções de desenvolvimento e/ou formação especificamente direccionadas poderão aumentar o desempenho nas vendas.

Confiança na Venda



Definição: Lida de forma confiante com as outras pessoas e transmite uma imagem de alguém com capacidades excepcionais.

- As pessoas com classificações altas tendem a mostrar elevada autoconfiança, mesmo em situações desafiantes e desencadeadoras de stresse.
- As pessoas com classificações baixas podem comportar-se de forma tímida ou reservada. Em determinadas situações, podem parecer intimidadas ou inseguras.

Motivação para a Venda



Definição: Possui energia e entusiasmo, aparenta determinação em ter sucesso e empenha-se para atingir metas difíceis.

- As pessoas com classificações elevadas possuem muita energia e estão determinadas a atingir qualquer objectivo e vencer qualquer concorrente.
- As pessoas com classificações baixas mostram menos energia e determinação.

Persistência na Venda



Definição: É muito optimista e não desiste, persiste mesmo nas situações mais difíceis, está constantemente à procura de novas oportunidades.

- As pessoas com classificações elevadas são optimistas e descontraídas mesmo quando as situações se tornam mais complicadas.
- As pessoas com classificações baixas podem perder o ânimo se as coisas correrem menos bem.

Adaptabilidade



Definição: Identifica e adopta o estilo mais adequado para maximizar o sucesso nas situações de vendas. Consegue relacionar-se com os clientes ou potenciais clientes.

- As pessoas com classificações elevadas são sensíveis às outras pessoas e muito flexíveis e ponderadas na forma como se comportam perante os clientes.
- As pessoas com classificações baixas não adaptam o seu estilo ou abordagem tão facilmente a situações ou pessoas específicas.

Capacidade de Escuta



Definição: Escuta os outros de forma compreensiva e observa e interpreta cuidadosamente o comportamento das pessoas.

- As pessoas com classificações elevadas escutam atentamente e relacionam-se bem com as outras pessoas.
- As pessoas com classificações baixas tendem a ser percebidas como más ouvintes.

Aceitação da Mudança



Definição: Consegue adaptar-se rapidamente a mudanças drásticas e contínuas no trabalho, no ambiente ou na forma como as coisas são feitas.

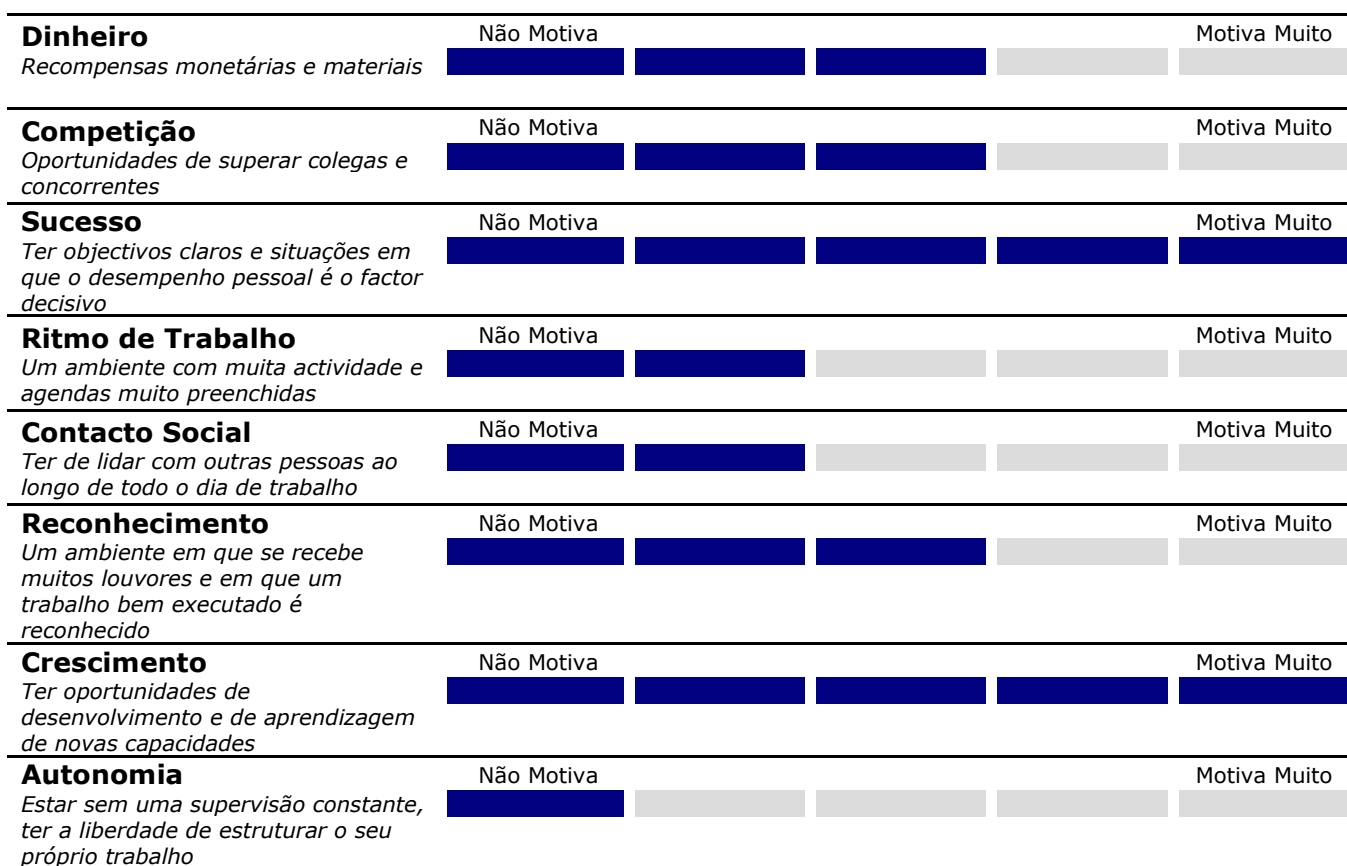
- As pessoas com classificações elevadas lidam sem problemas com as mudanças nas políticas e processos de trabalho, mostrando a capacidade de se adaptarem rapidamente a alterações nas condições de trabalho.
- As pessoas com classificações baixas reagem de uma forma menos eficaz ou positiva às mudanças situacionais ou organizacionais.

MOTIVAÇÃO

Chamam-se motivadores às condições existentes no trabalho que fomentam a motivação de uma pessoa. Os motivadores descrevem os factores que influenciam a vontade e a determinação de uma pessoa em ter sucesso. Os gráficos de barras em baixo indicam quão eficaz cada motivador pode ser a influenciar o comportamento de Exemplo 3. É também apresentada a definição de cada motivador.

Este relatório identifica motivadores específicos e em que medida é provável que estes influenciem Exemplo 3. Os motivadores não representam uma medida da motivação em geral. (O nível de Persistência na Venda na secção Bases para as Vendas é o melhor indicador da motivação global para as vendas).

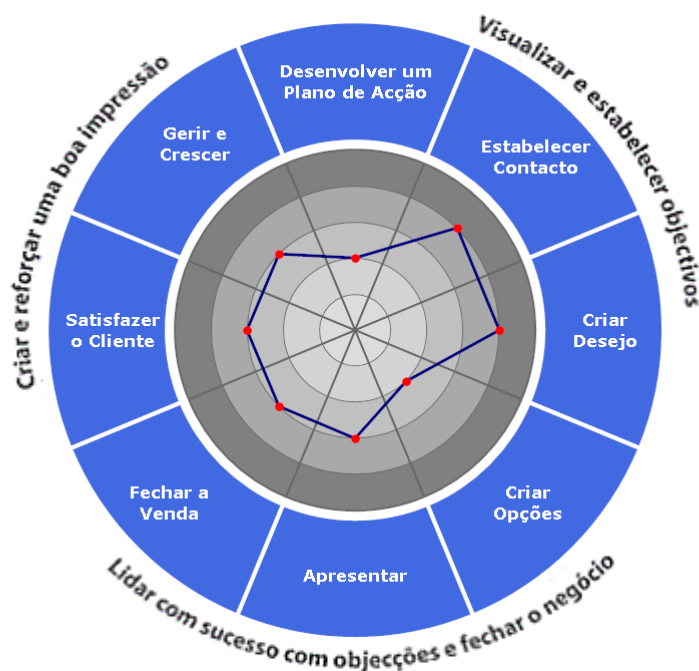
A identificação dos motivadores que influenciam uma pessoa permite compreender os factores que provavelmente impulsionarão o seu desempenho nas vendas. Por exemplo, o conhecimento de que uma pessoa se sente fortemente motivada pelo factor Dinheiro pode encorajar um foco em funções e situações de venda que possibilitem elevados ganhos monetários. Uma pessoa que se sente fortemente motivada pelo factor Crescimento é indicada para situações que ofereçam desenvolvimento contínuo e oportunidades de formação.



CICLO DE VENDA

A secção **Ciclo de Venda** apresenta as preferências da pessoa em relação a factores que são importantes num Ciclo de Venda típico. A secção indica a eficácia provável de uma pessoa em oito fases importantes do processo de venda e ajuda a determinar em que ponto(s) num Ciclo de Venda típico essa pessoa será mais eficaz. A linha grossa apresentada dentro do diagrama do Ciclo de Venda é o Perfil de Ciclo de Venda. Os pontos mais próximos do perímetro exterior do círculo representam classificações elevadas. Os pontos mais próximos do perímetro exterior do círculo são preferíveis em todas as áreas importantes para o sucesso na venda de uma função de vendas específica. As classificações mais próximas do centro do círculo identificam áreas com necessidades de desenvolvimento e/ou formação.

Abaixo do diagrama do Ciclo de Venda, encontram-se apresentadas as definições de cada factor no Ciclo de Venda, assim como um gráfico de barras.



Desenvolver um Plano de Acção	Baixa	Elevada
<i>Analisar o mercado aprofundadamente, empenhar-se no posicionamento de produtos e actividades de vendas eficazes.</i>		
Estabelecer Contacto	Baixa	Elevada
<i>Contactar clientes potenciais, 'quebrar o gelo' e fazer as pessoas sentirem-se à vontade, tomar a iniciativa de estabelecer novas relações.</i>		
Criar Desejo	Baixa	Elevada
<i>Envolver o cliente a nível emocional, criar uma predisposição para a compra e uma ligação emocional ao produto ou serviço.</i>		
Criar Opções	Baixa	Elevada
<i>Compreender as necessidades do cliente e apresentar soluções inovadoras.</i>		
Apresentar	Baixa	Elevada
<i>Apresentar os produtos e/ou soluções de uma forma envolvente e confiante às pessoas e grupos de clientes; sentir-se sem stresse nem preocupações.</i>		
Fechar a Venda	Baixa	Elevada
<i>Concretizar o negócio, gerir o cliente de modo a que este tome decisões atempadas, lidar com objecções, negociar o preço final e as condições de venda.</i>		
Satisfazer o Cliente	Baixa	Elevada
<i>Dar assistência pós-venda de forma contínua, relacionar-se com o cliente e tomar todas as medidas necessárias para o satisfazer.</i>		
Gerir e Crescer	Baixa	Elevada
<i>Manter a relação com o cliente após a conclusão da venda, tentar identificar constantemente novas necessidades e oportunidades de negócio.</i>		

PERFIL PARA AS VENDAS

Esta secção fornece uma visão geral dos resultados de Exemplo 3 em forma de resumo.

Se estas informações forem utilizadas para a comparação com um perfil ideal para funções e situações de vendas específicas, é importante que determine os factores que são importantes para o sucesso nessa função específica. Tipicamente, antes de se comparar o perfil de uma pessoa com um perfil ideal para uma função de vendas, são utilizadas informações obtidas com a análise da função para diferenciar entre factores que são essenciais, importantes e apenas desejáveis. (A coluna "Importante para o Sucesso" no gráfico abaixo pode ser utilizada para registar estes dados).

Como ajudam a potenciar o sucesso numa base individual, os Motivadores não devem ser comparados com um perfil ideal específico para uma função ou uma situação. Em vez disso, devem ser comparados com os motivadores que estarão provavelmente disponíveis ou não no conteúdo e no local de trabalho da pessoa.

Embora as informações neste relatório representem uma avaliação rigorosa dos factores e motivações relacionados com o sucesso nas vendas de uma pessoa, é importante ter em atenção que todas as informações aqui apresentadas têm por base um questionário preenchido por essa própria pessoa. Existem muitos outros factores que poderão influenciar, de igual modo, a eficácia nas vendas. Como tal, se este relatório for utilizado para comparar uma pessoa com um perfil ideal para a função, é importante ponderar também informações adicionais relativamente à experiência, conhecimentos e capacidades aquando da avaliação da sua adequação.

	1	2	3	4	5	Importante para o Sucesso?*
						<input type="checkbox"/> (Classificar ou assinalar)
BASES PARA AS VENDAS						
Confiança na Venda	■	■	■	■	■	<input type="checkbox"/>
Motivação para a Venda	■	■	■	■	■	<input type="checkbox"/>
Persistência na Venda	■	■	■	■	■	<input type="checkbox"/>
Adaptabilidade	■	■	■	■	■	<input type="checkbox"/>
Capacidade de Escuta	■	■	■	■	■	<input type="checkbox"/>
Aceitação da Mudança	■	■	■	■	■	<input type="checkbox"/>
MOTIVAÇÃO						
Dinheiro	■	■	■	■	■	não aplicável
Competição	■	■	■	■	■	não aplicável
Sucesso	■	■	■	■	■	não aplicável
Ritmo de Trabalho	■	■	■	■	■	não aplicável
Contacto Social	■	■	■	■	■	não aplicável
Reconhecimento	■	■	■	■	■	não aplicável
Crescimento	■	■	■	■	■	não aplicável
Autonomia	■	■	■	■	■	não aplicável
CICLO DE VENDA						
Desenvolver um Plano de Acção	■	■	■	■	■	<input type="checkbox"/>
Estabelecer Contacto	■	■	■	■	■	<input type="checkbox"/>
Criar Desejo	■	■	■	■	■	<input type="checkbox"/>
Criar Opções	■	■	■	■	■	<input type="checkbox"/>
Apresentar	■	■	■	■	■	<input type="checkbox"/>
Fechar a Venda	■	■	■	■	■	<input type="checkbox"/>
Satisfazer o Cliente	■	■	■	■	■	<input type="checkbox"/>
Gerir e Crescer	■	■	■	■	■	<input type="checkbox"/>

* O UTILIZADOR DESTE RELATÓRIO É RESPONSÁVEL POR DETERMINAR A RELEVÂNCIA DESTAS ESCALAS PARA A FUNÇÃO EM QUESTÃO.

METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO

Este Perfil baseia-se nas seguintes fontes de informação para Exemplo 3:

Questionário / Teste de Aptidão	Grupo de Comparação
OPQ32r Brazilian Portuguese v1 (Std Inst)	OPQ32r Português do Brasil População Geral 2011 (BRA)

SECÇÃO DE DADOS PESSOAIS

Nome	Exemplo 3
Dados do Candidato	RP1=6, RP2=5, RP3=2, RP4=2, RP5=7, RP6=4, RP7=9, RP8=5, RP9=6, RP10=6, TS1=4, TS2=4, TS3=5, TS4=7, TS5=5, TS6=5, TS7=4, TS8=8, TS9=5, TS10=4, TS11=6, TS12=7, FE1=7, FE2=4, FE3=8, FE4=9, FE5=5, FE6=5, FE7=5, FE8=6, FE9=7, FE10=6, CNS=2 X1=6, E3=5, E2=9, E1=4, S1=4, S2=5, S5=10, I3=1
Relatório	Sales Report v2.0 ^{RE}

SOBRE O RELATÓRIO

Este relatório foi elaborado pelo Online Assessment System da SHL. Inclui informação sobre o Inventário de Comportamentos Profissionais® (OPQ32). Este inventário só pode ser utilizado por pessoas formadas para a sua utilização e interpretação.

O relatório aqui apresentado foi elaborado a partir dos resultados de um inventário respondido por uma pessoa e reflecte fundamentalmente as respostas dadas pelo(a) próprio(a). Devem ser tomadas em consideração as limitações inerentes a todos os questionários de auto-avaliação ao fazer-se a interpretação destes resultados.

Este relatório foi elaborado por um sistema electrónico e o utilizador do programa pode introduzir alterações e acrescentar informações ao texto elaborado automaticamente.

O Grupo SHL Limited e seus associados não podem garantir que o conteúdo corresponde exclusivamente ao texto elaborado automaticamente. Não podemos aceitar qualquer responsabilidade pelas consequências da utilização deste relatório e isto inclui responsabilidade de qualquer tipo (incluindo negligência) pelos seus conteúdos.

www.ceb.shl.com

© 2013 SHL, parte da CEB. Todos os direitos reservados. SHL e OPQ são marcas registadas do SHL Group Limited, registado no Reino Unido e em outros países.

Este relatório foi produzido pela SHL para utilização pelos seus clientes e o seu conteúdo é propriedade intelectual da SHL. Como tal, a SHL permite ao cliente a reprodução, distribuição, correcção e arquivo deste relatório apenas para uso interno e não comercial. Todos os outros direitos da SHL são reservados.