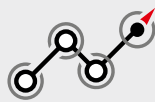


profilingvalues 
Explore your potential



INFORME DE VENTAS

ANTONIO EJEMPLO

01.01.2017

Introducción y objetivos del procedimiento de profilingvalues

Profilingvalues es un instrumento basado en la ciencia que representa las capacidades e inclinaciones de una persona de manera sistemática. Una característica especial de profilingvalues es el análisis de la etapa actual de la vida de la persona que realiza el procedimiento. El desarrollo personal y de carrera están optimizados.

El Informe de ventas de profilingvalues es un formato de informe especial para las ventas. Se centra en competencias específicas y habilidades necesarias. Por lo tanto, el informe de venta muestra las habilidades de los participantes, centrándose especialmente en el talento y los potenciales, mostrando las posibles áreas para el desarrollo. De esta manera, las posiciones comerciales se ocupan de forma adecuada. Los colaboradores y candidatos pueden ser empleados, promocionados y desarrollados según sus fuerzas y necesidades.

Estructura y contenido del informe de ventas de profilingvalues

En la página siguiente encontramos una guía de interpretación para la evaluación de los resultados. Sin embargo, se recomienda un análisis e interpretación más profundo de un consultor certificado para evitar malentendidos y para identificar el contenido siguiente, profundicemos en el informe.

En una sola página, podemos visualizar, a simple vista, los resultados del primer participante que realiza el procedimiento. En las dos páginas siguientes, profundizamos en las competencias respectivas, los rasgos de personalidad e inclinaciones.

Avanzando en el informe, nos da una idea de las capacidades de las ventas de forma global, basada en los niveles de los resultados anteriores. Así mismo, se representan los resultados de investigaciones científicas actuales que soportan la clasificación de los resultados. A continuación, se muestra una interpretación que debe ayudar a explicar las seis escalas básicas correctamente y detectar las correlaciones.

Por último, se encuentra al final, los antecedentes científicos del proceso de profilingvalues.

Interpretación de los resultados del procedimiento

En total, se representan seis rasgos de personalidad en dos versiones, por un lado las habilidades y por el otro, la atención que tenemos sobre ellas.

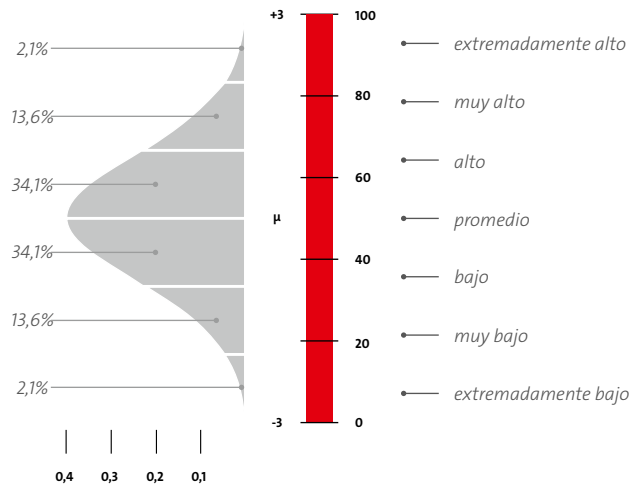


Figura 1: Nivel de habilidad

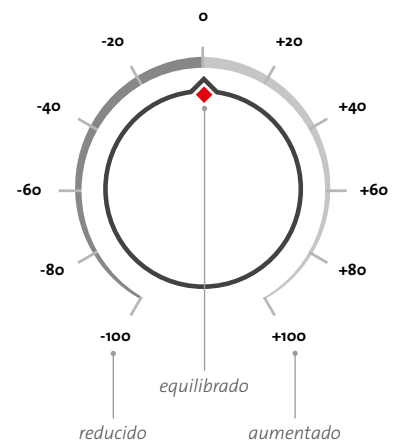


Figura 2: Nivel de atención

Interpretación de la barra: Nivel de competencia

Las barras representan el poder, por lo que el nivel de habilidad de una persona está en un determinado campo. Las escalas de profilingvalues están diseñadas para que reflejen la distribución normal de la sociedad en su conjunto, y se interpretarán en conformidad con la figura 1.

Interpretación del regulador: Nivel de atención

El regulador representa la atención con respecto a la capacidad correspondiente (Figura 2). Refleja el enfoque actual. Se encuentra en la posición básica, esta habilidad está siendo usada de manera equilibrada, al girar el mando hacia la derecha, el candidato actúa de manera proactiva, si por el contrario se balancea hacia la izquierda, la capacidad se utiliza de forma reactiva.

Mientras que la barra indica el nivel de habilidad, el regulador muestra la manera en que se activa la capacidad de este nivel: de una manera equilibrada, con una mayor atención o con una reducción de la atención. Podemos comparar el regulador con un control de volumen; si es demasiado bajo, no se puede oír nada, pero si por el contrario suena muy fuerte, ya no se entiende.

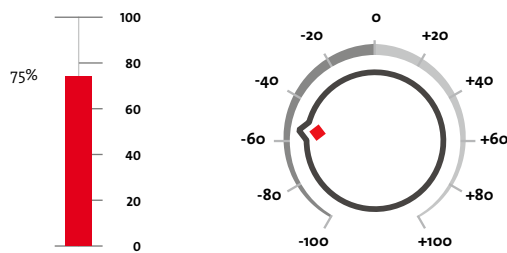
Las competencias de ventas de un vistazo

A continuación, se enumeran las seis habilidades básicas para el éxito de ventas, en una visión general. En las dos páginas siguientes, se muestran las explicaciones y un breve resumen de los resultados individuales.



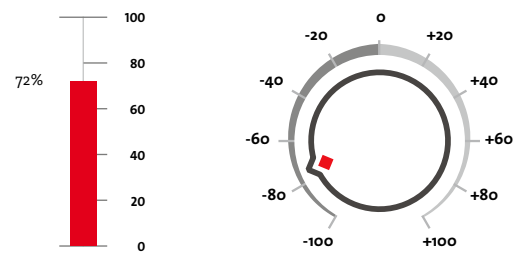
Orientación hacia el cliente

[Entender al cliente]



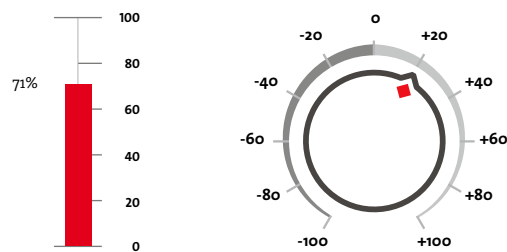
Confianza en sí mismo

[Involucrarse adecuadamente]



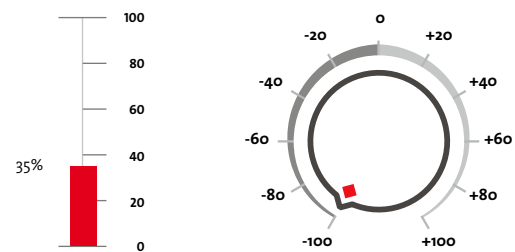
Orientación final

[Actuar para obtener resultados]



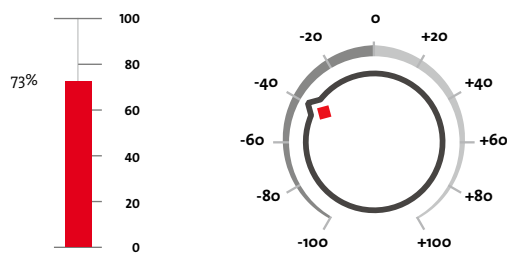
Motivación hacia el rendimiento

[Aceptar tareas dinámicamente]



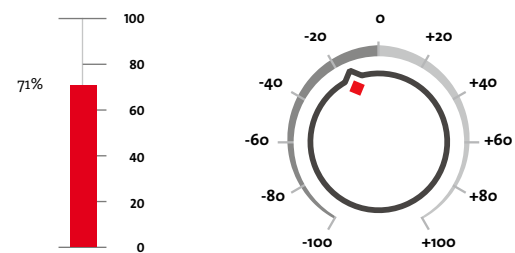
Orientación hacia el futuro

[Operar previamente]



Potencia de decisión

[Actuar de manera decisiva]

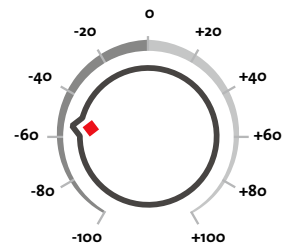
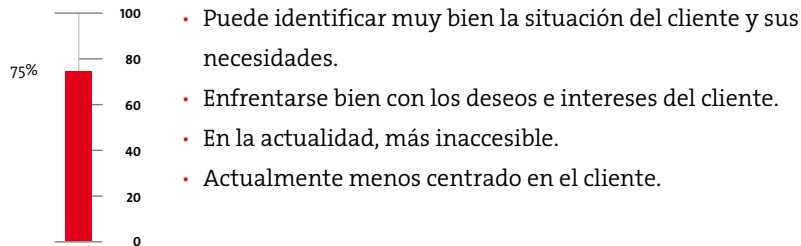




Orientación hacia el cliente – Entender al cliente:

[Reconocer y atender las necesidades del cliente para su satisfacción]

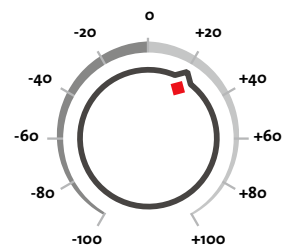
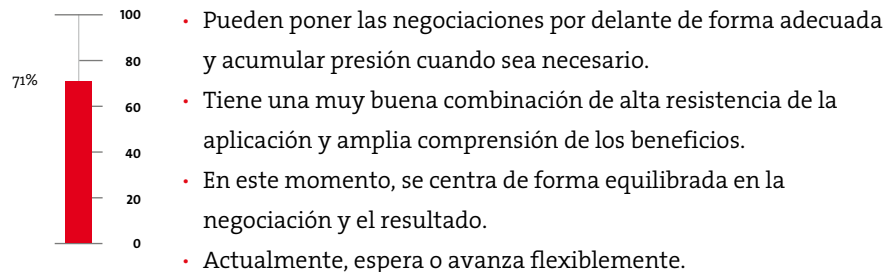
La orientación al cliente juega un papel importante en la satisfacción de los mismos. Si es demasiado alta es beneficiosa para el cliente y no actúa en interés de los propios objetivos de ventas de la compañía. Si por el contrario, la orientación del cliente es baja, el cliente se siente desapercibido o ignorado.



Orientación final – Actuar para obtener resultados:

[Lograr resultados para avanzar en las ventas y tener éxito]

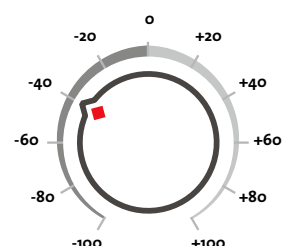
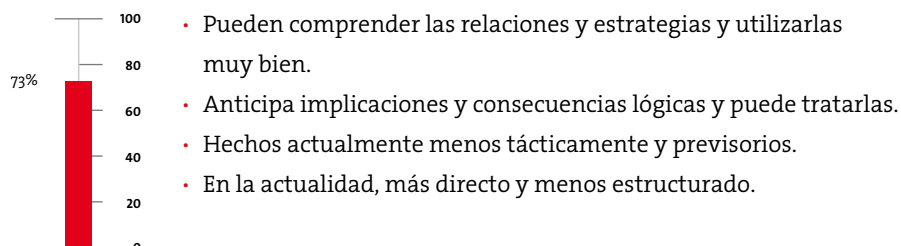
Una gran orientación final es un prerequisite absoluto para un buen vendedor. Sin embargo, siempre debe tener en cuenta los intereses y deseos de los clientes.



Orientación hacia el futuro – Operar previamente:

[Actuar diplomáticamente y estratégicamente para alcanzar los objetivos predeterminados con previsión]

Los acuerdos con los clientes nunca deben plantearse a corto plazo. En última instancia, el socio de negocio debe hacer recomendaciones y generar ingresos futuros. Por lo tanto, es elemental trabajar hacia el futuro y no centrarnos en las ganancias a corto plazo.

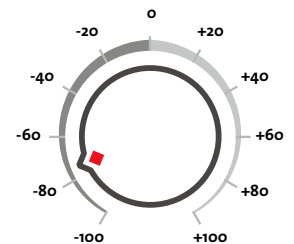
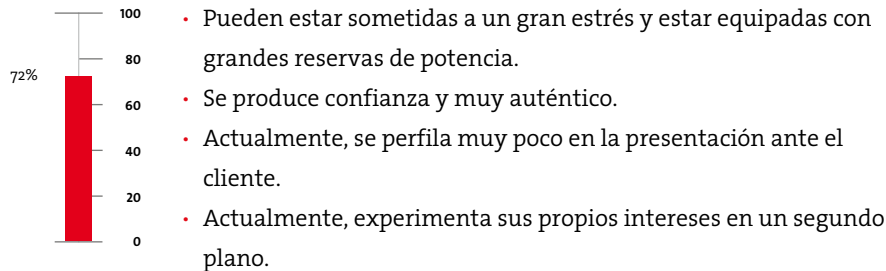




Confianza en sí mismo – Involucrarse adecuadamente:

[Auto-confianza en sí mismo, seguir sus propios instintos y conocer a otras personas con confianza]

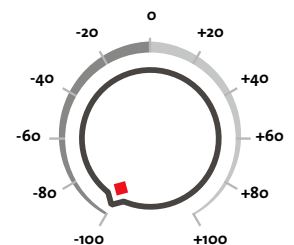
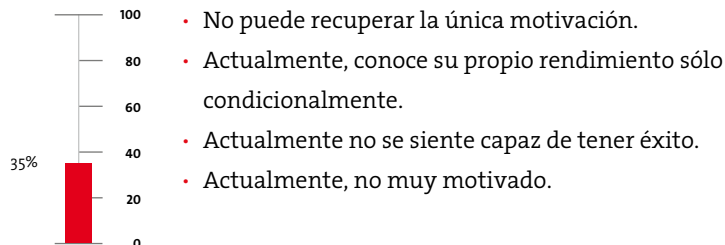
La auto-confianza es esencial no sólo en las negociaciones, sino también en la presentación de sí mismo y en el objeto de la venta. El comportamiento y la resistencia emocional son relevantes para convencer a los demás de sí mismo y para poder afrontar con éxito los desafíos del mercado todos los días.



Motivación hacia el rendimiento – Aceptar tareas dinámicamente:

[Búsqueda de la realización de los estándares de desempeño definidos]

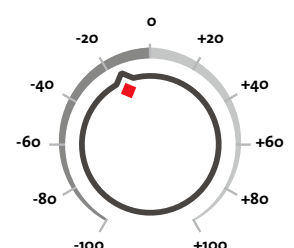
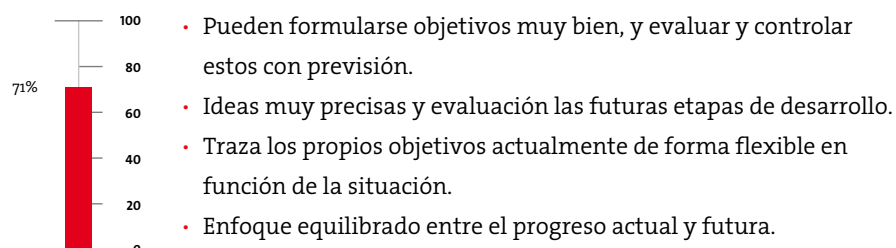
Cuanto más fuerte es la motivación, mayor es la búsqueda de resultados. Si existen estándares demasiados altos, hay peligro de que los clientes potenciales sientan demasiada presión y el negocio fracase.



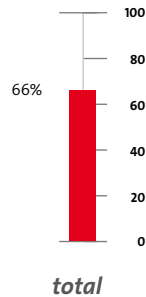
Potencia de decisión – Actuar de manera decisiva:

[Desafíos para abordar con decisión y actuar de manera sostenible]

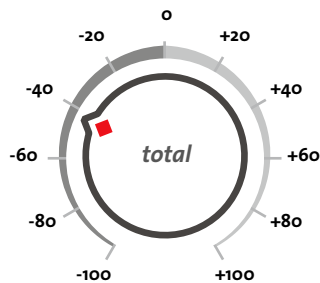
En esta escala es decisivo la seguridad y la previsión con la que abordamos decisiones y objetivos futuros. Finalmente, se trata de proceder de manera sostenible y profunda para que el beneficio óptimo sea alcanzado.



El promedio de la capacidad de venta



- Tiene una apreciación justa de la capacidad de las ventas y una actitud interna clara la hora de vender.
- Bueno en problemas conocidos en las ventas.
- Se caracteriza por la incorporación por un rendimiento estable en las ventas. Se ve oportunidades en ventas.



- Actualmente, las ventas están abiertas y un tanto desequilibrada.
- En la actualidad, más enfoque proactivo a las actividades de venta.
- Por el momento, las actitudes positivas y negativas hacia las ventas se mantienen de forma exitosa.

Resultados de las investigaciones más recientes sobre el éxito de ventas

Las investigaciones actuales demuestran que los rasgos de personalidad, habilidades e intereses están relacionados con el éxito de ventas.

- La resistencia emocional parece un claro indicador del éxito de los comerciantes. No sólo nos ayuda a soportar una mayor presión y a permanecer eficientes en situaciones de estrés, sino también a tener en negociaciones difíciles y bajo condiciones estresantes una visión general y una “cabeza fría”. Esto se remonta a la estabilidad interna.
- La motivación es una característica valiosa en casi todos los segmentos profesionales. Es interesante observar que los estudios han demostrado que esto es útil, no sólo en altos niveles de expresión, sino que también, es una conclusión exitosa en el camino.
- Ni la orientación al cliente ni la orientación final del negocio son útiles solamente. Una combinación equilibrada de ambas cualidades realizan un hombre de ventas con éxito. Por un lado, no se puede desatender los intereses propios ni los de la empresa, y por otro lado, el vendedor no puede presionar al cliente para alcanzar un buen final de negocio.

Antecedentes e información sobre las escalas

La siguiente sección debe hacer hincapié en la importancia práctica de las seis escalas del informe de ventas de profiling**values** y ayudar a clasificarlas correctamente en los eventos de ventas.

Orientación hacia el cliente:

¿Un vendedor puede identificarse con las necesidades del cliente? ¿Es capaz de ponerse en el lugar del cliente? Cuanto más fuerte es la capacidad del vendedor en esta escala, mejores objetivos obtiene. Cuando el control se encuentra más prolongado hacia la derecha, la persona que realiza el procedimiento centra su enfoque en los clientes y en sus intereses.

Orientación final:

¿Qué fuertes avances de negociación impulsan a una persona a llevar un acuerdo hacia delante? ¿Cómo una persona se esfuerza para hacerle frente a las ventas y lograr éxitos? Cuanto más fuerte es la capacidad que manifiesta una persona, mejor dominará la implementación y gestión de las negociaciones y los contratos. El controlador representa la fuerza con la que la persona se concentra al final del negocio. Cuanto mayor es la concentración, mejor son los resultados.

Orientación hacia el futuro:

¿Qué beneficios puede tener algo en el futuro? ¿Qué estrategias deben ser tenidas en cuenta para el éxito a largo plazo, y que reglas deben cumplirse? La escala de orientación futura mide lo versátil que son las personas tácticamente con respecto a la evaluación del ser humano, situaciones, e ideas, y lo preparado que están para aplicarlos.

Confianza en sí mismo:

¿Se presenta una persona auténtica? ¿Confía en sí mismo y tiene un buen equilibrio para su estabilidad? La capacidad depende de la cantidad de recursos que una persona pueda crear y el grado de confianza que depositen en ella. El controlador muestra el grado de atención que tiene actualmente y el nivel de seguimiento del enfoque al que se dirige. Sin embargo, en la media de la población el controlador es -60°.

Motivación hacia el rendimiento:

¿Alguien fuerte, puede ser valioso en el éxito de ventas? ¿El aprecio y la eficacia de una persona pueden utilizarse como una fuerza de ventas? La capacidad indica lo bien que una persona sabe evaluar sus oportunidades, potenciales y fortalezas, y el controlador ofrece un contraste del enfoque actual de su rendimiento.

Potencia de decisión:

¿Una persona puede tomar buenas decisiones que siguen la dirección correcta a largo plazo? ¿Conoce su propia estrategia y puede utilizar este conocimiento para evolucionar en sí mismo? La capacidad representa lo bien que el conocimiento es expresado sobre su propia estrategia, y el controlador indica la energía de una persona en la toma de decisiones, actualmente. Implicado en descubrir decisiones.

Antecedentes

El informe de ventas de profilingvalues está basado en la ciencia y refleja las habilidades y las atenciones de una persona. Se descompone en habilidades básicas individuales de la división de ventas. Ha sido desarrollado especialmente para este campo de trabajo y no es adecuado para ser utilizado como una sola base independiente para las decisiones de personal.

Se mide la capacidad de evaluar de forma adecuada. Es un talento como cualquier otro, solo que esta es una función clave por la cual, organizamos nuestras capacidades cognitivas y emocionales, con el fin de aprovechar todos nuestros potenciales. Puede evaluarse a partir de las conclusiones de la capacidad individual, de los rasgos de personalidad y de las inclinaciones que adoptemos. Esto se refleja en el análisis, ya que muestra la etapa actual de la vida del participante y refleja en detalle las capacidades que muestra cada uno de ellos.

Profilingvalues es un modelo positivo de desarrollo, puesto que se puede trabajar en todas las habilidades y atenciones. Al igual que cualquier otro talento, puede ser mejorado continuamente con el fin, de lograr el máximo rendimiento o la perfección en la capacidad de evaluar. En definitiva, es el camino hacia la meta.

Base científica

La evaluación del informe de ventas de profilingvalues se deriva de una serie compleja de ordenes de rango del participante, de los cuales, obtenemos sus valores psicológicos. A la vez, el sistema proyecta diferencialmente las ordenes de rango a una posición lógico-matemático y calcula dimensiones de valor.

El sistema de valores es considerado por los científicos como la orientación a la acción más consistente. Excluye las posibilidades de manipulación y los efectos psicológicos como deseabilidad social o sobrevaloración. La métrica utilizada dentro de los rangos lógicos han sido ampliamente estandarizados y validados. Se remonta a la investigación del científico Robert S. Hartman, quien fue nominado al Premio Nobel 1973.

Se puede obtener más información:

www.profilingvalues.com.

Para obtener más información de los valores científicos de Robert S. Hartman ver también:

www.hartmaninstitute.org

Para información científica, en particular, la validez, fiabilidad y objetividad, véase también:

Leon Pomeroy – „The New Science of Axiological Psychology”, Amsterdam-New York, 2005

AICO A	1	72	I-AC	0.878	AC	0.907	ABCD	1407
AICO B	5	22	E-AC	0.840	BD	0.699	Y	
AICO C	3	52	S-AC	0.903	A	326	Key	17P4EZH8cXg05
AICO D	5	19	I-BD	0.870	B	408		
SQ Corr	5	27	E-BD	0.647	C	174		
VQ Corr	2	70	S-BD	0.691	D	499		