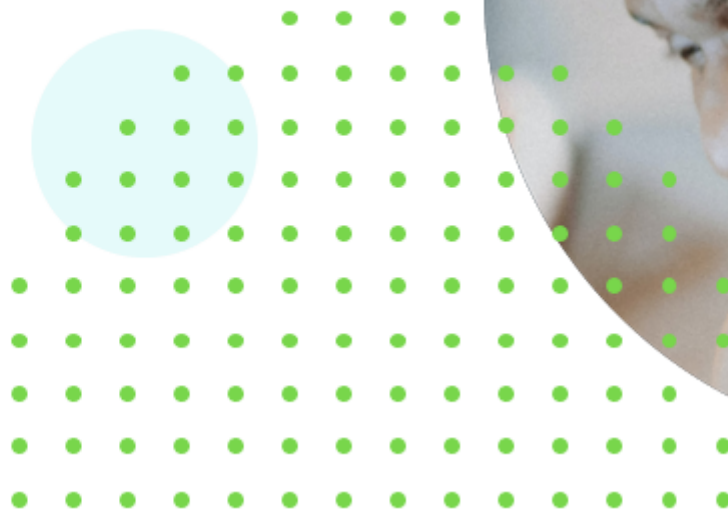


# Verkooptransformatie

Ontwikkelingsrapport –  
Verkoopmanager



# Inzichten in verkooptransformatie

Business-to-business-verkoop (B2B) ondergaat een uitgebreide en snelle transformatie. Veel verkoopfuncties hebben moeite met deze veranderingen, waarbij verkoopproductiviteit en een gebrek aan talent de twee meest gemelde uitdagingen zijn.

In samenwerking met onze klanten voor verkoopassessments heeft SHL drie algemene principes geïdentificeerd die verkooporganisaties in het moderne, digitale verkoopsegment moeten aanpakken:

## 1 De externe omgeving is radicaal anders

Gegevens en analyses staan aan de wieg van de wereldwijde verkooptransformatie. Steeds vaker gebruiken de meest succesvolle verkooporganisaties effectieve analysetools in hun verkoopprocessen. Tegelijkertijd hebben de meeste B2B-verkoopfuncties hun model verschoven van traditionele naar digitale verkoopinteracties, en 89% van de verkoopleiders in die functies verwacht dat de digitale transitie versnelt.

## 2 Klantgedrag is veranderd

Als gevolg van de sterke toename van digitale verkoopinteracties, verandert de rol van de verkoopprofessional. Meer dan de helft van het verkoopproces is voltooid voordat een verkoper voor het eerst betrokken wordt, en meer dan 70% van de B2B-kopers geeft de voorkeur aan digitale selfservice en interacties op afstand. Daartegenover staan kopers die verkopers nodig hebben en op een nieuwe manier samenwerken, bijvoorbeeld om het aanbod te personaliseren en het besluitvormingsproces te vereenvoudigen.

## 3 De fundamentele vereisten voor verkoopsucces zijn veranderd

In deze snel veranderende omgeving is het niet verwonderlijk dat de competentiebouwstenen voor een topverkoper ook veranderen. SHL heeft meer dan 11.000 B2B-salesprofessionals beoordeeld, met twee belangrijke bevindingen:

- Sommige 'traditionele' competenties blijven van cruciaal belang – bijvoorbeeld verkoopdrang, verkoopfocus en prestatiegerichtheid
- Een nieuwe reeks competenties onderscheiden high-performers – bijvoorbeeld aanpassingsvermogen en veerkracht

# Het verkooptransformatiemodel van SHL

Door gebruik te maken van ons inzicht en onderzoek, heeft SHL een gedragsmodel met drie factoren ontwikkeld dat de belangrijkste competentiefactoren voor succes vergelijkt met de volgende drie sleutelsegmenten.



**Commerciële analyse en technologie-adoptie** – het ontwikkelen, evalueren en benutten van technische hulpmiddelen en apparaten om de commerciële uitvoering te verbeteren; een toewijding aan technologiesystemen en Customer Relationship Management (CRM)-software; en het gebruik van gegevens om patronen en trends te identificeren en aan de hand daarvan prijzen te bepalen, nieuwe verkoopkanalen aan te boren en strategische langetermijnsamenwerkingen met klanten aan te gaan.

**Mogelijkheid tot werken op afstand** – de vaardigheid om gefocust te blijven op het werk; volharden in het sluiten van leads; online bronnen beheren; het volgen van organisatorische richtlijnen voor het werken in een externe omgeving; enthousiasme behouden; en effectief autonoom werken.

**Personalisatie en waardecreatie** – tot stand brengen en benutten van effectieve socialisatie; het vermogen om een verstandhouding te creëren; het proactief verbinden van klanten aan gerichte informatie; en het creëren van op maat gemaakte berichten en oplossingen die aansluiten bij de behoeften en uitdagingen van de klant.

**Vereenvoudigen en overbrengen van complexe informatie** – het vermogen om complexe concepten en ideeën te vereenvoudigen en tegelijkertijd ervoor te zorgen dat informatie op een tijdige en kwalitatieve manier aan klanten wordt geleverd. Verkopers die op dit gebied bekwaam zijn, helpen klanten bij het synthetiseren van informatie uit meerdere bronnen en het bepalen van de belangrijkste kennispunten om aankoopbeslissingen te maken.

**Samenwerking en vertrouwen van de klant inspireren** – een gevoel van samenwerking bij de klant creëren; consensus opbouwen tussen meerdere belanghebbenden; en klanten helpen vertrouwen op te bouwen in hun vermogen om slimme koopbeslissingen te nemen, wat allemaal een vertrouwensrelatie bevordert en een positieve omgeving creëert voor toekomstige verkoopkansen.

**Aanpassingsvermogen, veerkracht en wendbaarheid van de verkoop** – snel aanpassen aan ambiguïteit; het managen van interne en externe veranderingen; het beheersen van negatieve emoties; productief blijven onder druk; en toekomstige kansen met een positieve instelling bekijken.

**Verkoopdrang en prestatiegerichtheid** – enthousiasme voor het identificeren en binnenhalen van nieuwe klanten; het zoeken en behalen van veeleisende verkoopquota; en ernaar streven de verkoop van collega's te overtreffen.

**Commerciële creativiteit** – rekening houdend met het concurrentielandschap, de inkomsten, de kosten en de risico's bij het kiezen van verkoopstrategieën; het proactief identificeren van en handelen naar strategische kansen; en openstaan voor innovatieve methoden om klanten binnen te halen.

**Verkoopleiderschap** – het leiden van groepen van enterprise sales professionals en het delegeren van werk op basis van vaardigheden en potentie; het motiveren van teamleden om uitdagende verkoopdoelen te bereiken; het stellen van duidelijke verwachtingen en prestatienormen; controleren van werkzaamheden; en het coachen van anderen om hun volledige potentie te ontwikkelen.

# Verkooptransformatie Ontwikkelingsrapport – Verkoopmanager

**Naam van de kandidaat:**

SampleNED candidate

**Disclaimer:**

De informatie op deze pagina's is vertrouwelijk van aard en alleen bedoeld voor de perso(o)n(en) op wie deze betrekking heeft of andere bevoegde personen.

De informatie in dit rapport is geen alternatief voor advies van een deskundige professional. Als u specifieke vragen heeft over een specifiek onderwerp, dient u een hiervoor opgeleide professional te raadplegen.

## Instructies

Dit rapport is bedoeld om u informatie te geven over uw relatieve sterke en zwakke punten op de competenties waarvan bekend is dat ze belangrijk zijn voor succes in verkooporganisaties die een transformatie van de verkoopfunctie doormaken of hebben ondergaan. Daarnaast biedt het rapport waardevolle tips en suggesties voor op het werk om u te helpen uitblinken op de werkplek.

De score die u ontvangt, beschrijft hoe uw antwoorden zich verhouden tot onze database met antwoorden van personen in soortgelijke functies. De assessment die u heeft gedaan is wetenschappelijk gevalideerd door 30 jaar aan statistische gegevensverzameling en -analyse. Mensen die beter scoren op de dimensies, presteren in hun functie vaak beter op de belangrijkste onderdelen uit het rapport. De ontwikkelingstips die u krijgt, zijn bedoeld om u te helpen bij het verbeteren van uw vaardigheden.

We kunnen allemaal, ongeacht onze scores, onze werkprestaties verbeteren met behulp van op maat gemaakte ontwikkelingsoplossingen en door ons strategisch te concentreren op aspecten die mogelijk moeten worden verbeterd. Een toewijding aan persoonlijke verbetering wijst op initiatief en ontwikkelingsplanning, wat allebei belangrijk is voor werkprestaties.

Probeer deze feedback te gebruiken om specifieke ontwikkelingsplannen te formuleren die betrekking hebben op uw werkdoelen en doelstellingen. Probeer niet alles tegelijk te doen, want persoonlijke ontwikkeling gebeurt niet van de ene op de andere dag. Als je ergens in de 'Rode Zone' scoort, is dit mogelijk iets waar je extra aandacht aan zou moeten besteden. Zelfs als u goed scoort, is het nog steeds belangrijk dat u met deze ontwikkelingstips uw sterke punten op de juiste manier gebruikt.

## Individuele scores



### Commerciële analyse en technologie-adoptie



Hiermee meten we het vermogen om innovatieve technologieën te adopteren en gebruiken, in combinatie met de vaardigheid om data in te zetten bij de verkoop. Dit kenmerkt zich door: het ontwikkelen, evalueren en benutten van technische hulpmiddelen en apparaten om de commerciële uitvoering te verbeteren; een toewijding aan technologiesystemen en Customer Relationship Management (CRM)-software; en het gebruik van gegevens om patronen en trends te identificeren en aan de hand daarvan prijzen te bepalen, nieuwe verkoopkanalen aan te boren en strategische langetermijnsamenwerkingen met klanten aan te gaan.

**Waarschijnlijk voelt u zich net zo op uw gemak als anderen met het gebruik van technische hulpmiddelen om commerciële doelstellingen te bereiken. U bent bereid nieuwe softwaresystemen (bijv. Customer Relationship Management) te leren die u kunnen helpen in verkoopfuncties. U bent waarschijnlijk enthousiast over hoe nieuwe digitale of technologische hulpmiddelen helpen bij het bereiken van commerciële doelstellingen, maar in sommige delen van uw werk geeft u misschien de voorkeur aan traditionele methoden. U voelt zich wellicht op uw gemak bij het communiceren via technologische systemen, maar kunt soms wat gebruikersproblemen ondervinden met de systemen. U maakt uw beslissingen waarschijnlijk liever door informatie kritisch te evalueren met commerciële data-analyse, feiten/cijfers en onderzoek, in plaats van te vertrouwen op instinct.**

- **Blijf op de hoogte van nieuwe technologische systemen voor verkoopprofessionals door u te abonneren op media (bijv. beroepsverenigingen, branchepublicaties, persartikelen) die schrijven over innovatieve systemen die in uw vakgebied worden gebruikt.**
- **Word lid van een online forum over uw meest gebruikte softwaresysteem en bespreek tips en krijg advies om uw vaardigheden met het programma te verbeteren, en deel tegelijkertijd uw kennis met anderen.**
- **Zorg voor lesmateriaal op uw afdeling rond data-analyse en maak tijd vrij om die aanbevelingen te bestuderen, uw kennis te vergroten en mogelijk toe te voegen aan het lesmateriaal met analytische best practices die succesvol waren voor u en uw klanten.**
- **Identificeer twee manieren om uw CRM-gegevens het beste te benutten en toe te passen op uw eigen accounts, zodat u uw verkoopprestaties verbetert. Probeer deze nieuwe gegevens te gebruiken in twee aankomende verkoopkansen.**



## Mogelijkheid tot werken op afstand



Hiermee meten we de commerciële aanleg in een virtuele verkoopomgeving en het potentieel voor verkoopsucces bij langdurig werken op afstand. Dit wordt gekenmerkt door de vaardigheid om gefocust te blijven op het werk; volharden in het sluiten van leads; online bronnen beheren; het volgen van organisatorische richtlijnen voor het werken in een externe omgeving; enthousiasme behouden; en effectief autonoom werken.

**U presteert waarschijnlijk net zo goed als anderen in een verkoopfunctie op afstand. In een virtuele omgeving blijft u waarschijnlijk energiek en gefocust op het binnenhalen van klanten. U voldoet waarschijnlijk aan het organisatiebeleid rond werken op afstand. Soms bent u iets minder georganiseerd of systematisch dan wanneer u op kantoor werkt. U voelt zich waarschijnlijk op uw gemak met de autonomie van een virtuele werkomgeving en voltooid moeilijke taken, ongeacht de vereiste inspanning.**

- **Maak een weekplanning en houd bij in hoeverre u al deze taken op de planning voltooit. Achterhaal eventuele discrepanties, zodat u voor daaropvolgende weken beter kunt plannen.**
- **Stel een lijst op met veelvoorkomende afleidingen in uw thuishkantoor. Probeer geen aandacht te schenken aan die afleidingen door je alleen tijdens vaste pauzes bezig te houden met dingen die niet met het werk te maken hebben.**
- **Zorg voor een routine, zodat u het werkt op momenten die optimale gelegenheid bieden voor correspondentie tussen u en uw klanten.**
- **Begin elke werkdag door prioriteiten te geven aan taken die de grootste impact hebben op het bereiken van uw doelen.**





## Personalisatie en waardecreatie



Hiermee meten we het vermogen om nauw samen te werken met klanten en prospects door vertrouwde netwerken en relaties op te zetten die waarde creëren voor de koper. Dit kenmerkt zich door het tot stand brengen en benutten van effectieve socialisatie; het vermogen om een verstandhouding te creëren; het proactief verbinden van klanten aan gerichte informatie; en het creëren van op maat gemaakte berichten en oplossingen die aansluiten bij de behoeften en uitdagingen van de klant.

**U zoekt zeer waarschijnlijk de beste waarde voor klanten door middel van praktische, kosteneffectieve en/of op maat gemaakte oplossingen. U geeft waarschijnlijk prioriteit aan het opbouwen van een verstandhouding en vertrouwen met potentiële en bestaande klanten en gebruikt hoogstwaarschijnlijk een netwerk en sterke relaties met klanten voor verkoopmogelijkheden. U kunt oplossingen creëren voor de uitdagingen van klanten en die klanten de beste oplossing voor hun behoeften aanbieden. U kunt bescheiden en sociaal overkomen om een positieve professionele relatie met klanten op te bouwen met een sterke, oprechte betrokkenheid bij de behoeften van de klanten.**

- **Trek aan het begin van de afspraak met uw klanten een paar minuten uit om naast hun organisatorische doelen ook hun persoonlijke doelen te achterhalen. Zo leert u waar u voor de klant waarde kunt toevoegen, maar toont u ook empathie en bouwt u meteen dankzij een informeel gesprek meteen een verstandhouding op met uw klant.**
- **Blijf de dialoog met uw team en klanten aangaan, zodat uw ideeën over waardefocus voor de klant uw belangrijkste prioriteit zijn, en werk aan een consensus over uw standpunt.**
- **Wanneer u een probleem tegenkomt dat van invloed kan zijn op een product voor een klant, dient u de klant zo snel mogelijk op de hoogte te stellen van deze update. Gebruik een democratische methodiek om dit probleem samen aan te pakken.**
- **Pak een probleem meteen aan. Wanneer u ziet dat er ergens waarde verloren kan gaan, wees dan proactief en leg tijdig contact met uw klant, zodat u betrokkenheid laat zien.**



## Complexe informatie vereenvoudigen en overbrengen



Hiermee meten we het identificeren, categoriseren en communiceren van complexe informatie op een manier die gemakkelijk te begrijpen is voor zakelijke klanten. Dit wordt gekenmerkt door het vermogen om complexe concepten en ideeën te vereenvoudigen en tegelijkertijd ervoor te zorgen dat informatie op een tijdige en kwalitatieve manier aan klanten wordt geleverd. Verkopers die op dit gebied bekwaam zijn, helpen klanten bij het synthetiseren van informatie uit meerdere bronnen en het bepalen van de belangrijkste kennispunten om aankoopbeslissingen te maken.

**U probeert waarschijnlijk de behoeften van klanten te begrijpen en u levert mogelijk gemiddelde inspanning om informatie te delen die aansluit bij de behoeften van de klant. U trekt waarschijnlijk aan de bel wanneer een klant onnauwkeurige of misleidende informatie gebruikt, maar kan onnauwkeurige informatie soms niet juist corrigeren. U kunt klanten voorzien van gevraagde documentatie uit een of twee bronnen en verwijst klanten waarschijnlijk door naar de informatie die het best aansluit bij hun behoeften. Soms evalueert en vertaalt u complex of langdradig materiaal in gemakkelijk te begrijpen en beknopte concepten voor de klant.**

- **Neem ter oefening het woord tijdens interne vergaderingen wanneer u een idee of strategie heeft die van waarde is voor de organisatie. Verbeter en perfectioneer deze aanpak, zodat u klanten vertelt wat ze wel en niet in overweging moeten nemen bij het maken van beslissingen.**
- **Woon trainingssessies bij over de producten en diensten van uw organisatie en probeer korte samenvattingen te schrijven van de belangrijkste informatie die u klant nodig heeft om aankopen te maken die bij hun behoeften aansluiten.**
- **Nadat een klant zaken heeft gedaan met uw organisatie, vraagt u om feedback over waarom die klant besloot om met u en uw organisatie samen te werken.**
- **Gebruik tools en strategieën voor 'thought leadership' om het voor klanten duidelijker te maken wat hun overwegingen zouden moeten zijn. Leid de klant vervolgens naar wat volgens u de best practice is, op basis van eerdere ervaring en aangetoonde resultaten.**



## Samenwerking en vertrouwen van de klant inspireren



Hiermee meten we het creëren van een gevoel dat het verkoopproces op samenwerking is gebaseerd, waardoor de klant een gevoel van vertrouwen krijgt. Dit wordt gekenmerkt door een gevoel van samenwerking bij de klant creëren; consensus opbouwen tussen meerdere belanghebbenden; en klanten helpen vertrouwen op te bouwen in hun vermogen om slimme koopbeslissingen te nemen, wat allemaal een vertrouwensrelatie bevordert en een positieve omgeving creëert voor toekomstige verkoopkansen.

**U werkt waarschijnlijk goed samen met klanten. U levert waarschijnlijk een gemiddelde inspanning om goede werkrelaties met klanten te ontwikkelen en onderhouden, en toont een behoorlijke mate van betrokkenheid bij de (behoeften van) klanten. U vindt het waarschijnlijk leuk om met klanten om te gaan, maar bent soms niet in staat om de klant het volledige vertrouwen in het aankoopproces te geven.**

- Voordat u een potentiële klant voor de eerste keer ontmoet, moet u zich in de organisatie en de persoon verdiepen om hun perspectief en doelstellingen te begrijpen.
- Luister altijd aandachtig naar de klant tijdens video- of telefoongesprekken. Om aan te tonen dat u actief luistert, vat u aan het einde van de afspraak de belangrijkste kernpunten samen vanuit het perspectief van de klant.
- Spreek positief in situaties waar u en een klant het niet met elkaar eens zijn. Probeer een gevoel van eenheid over te brengen door begrip voor de keuze van de klant te uiten en blijf een gemeenschappelijk doel benadrukken als u het niet eens bent met de klant. Betrek de ervaringen van andere klanten die met soortgelijke uitdagingen worden geconfronteerd wanneer u van mening verschilt, zodat de klant u als een vertrouwde bron zien.
- Geef uw klant een voorbeeld van hoe samenwerking tussen uw organisatie en een andere klant tot mooie resultaten heeft geleid. Vraag de klant om een commitment voor een vergelijkbaar niveau van samenwerking.



## Aanpassingsvermogen, veerkracht en flexibiliteit van de verkoop



Hiermee weten we het aanpassen aan een snel veranderende sector en het omgaan met de druk van een verkoopfunctie. Dit kenmerkt zich door het snel aanpassen aan ambiguïteit; het managen van interne en externe veranderingen; het beheersen van negatieve emoties; productief blijven onder druk; en toekomstige kansen met een positieve instelling bekijken.

**U kunt waarschijnlijk goed omgaan met de constante veranderingen in een business-to-business verkoopomgeving. U gebruikt waarschijnlijk traditionele verkoopmethoden, maar kan nieuwe technieken inzetten als de bestaande methoden niet effectief zijn. U zoekt waarschijnlijk meer informatie in onzekere situaties om het aankoopproces voor hun klanten te controleren en te begeleiden te midden van deze onzekerheid. U waardeert waarschijnlijk stabiliteit in uw verkooprol, maar waardeert waarschijnlijk ook afwisseling en introduceert soms nieuwe taken en doelen. U voelt zich waarschijnlijk op het gemak bij uw verkoopdoelen, maar kan soms gestrest raken als die doelen in gevaar komen.**

- **Wanneer iemand feedback of kritiek geeft op uw verkoopmethoden, neem dan de tijd om vervolgvragen te stellen. Probeer het perspectief van diegene te begrijpen en hoe u uw technieken kunt aanpassen om uw verkoopdoelen te bereiken.**
- **Denk na over de momenten waarop u grote druk voelde om uw verkoopdoelstellingen te behalen. Welke aanpak heeft u gebruikt om met deze situaties om te gaan? Maak een lijst die u in de toekomst kunt gebruiken bij stressvolle taken.**
- **Wanneer u geconfronteerd wordt met een substantiële verandering in uw functie of taken, zoek dan de positieve punten van deze verandering. Concentreer u op die punten in plaats van te doemdenken of te blijven gangen in de risico's die met de verandering gepaard gaan.**
- **Denk aan de objectieve gegevens en informatie uit de recente wijziging of misgelopen klant. Welke objectieve gegevens heeft u om uw volgende kans te vergroten?**



## Verkoopdrang en prestatiegerichtheid



Hiermee meten we in hoeverre iemand gemotiveerd en gefocust blijft op het behalen van verkoopdoelen. Dit kenmerkt zich door enthousiasme voor het identificeren en binnenhalen van nieuwe klanten; het zoeken en behalen van veeleisende verkoopquota; en ernaar streven de verkoop van collega's te overtreffen.

**U toont waarschijnlijk gemiddeld enthousiasme voor het stellen en nastreven van uitdagende verkoopdoelen. U voelt zich waarschijnlijk op het gemak bij een verkoopcultuur met veel energie en een hoog tempo, maar houdt zelf soms een rustiger werktempo aan. Indien nodig voelt u zich waarschijnlijk op het gemak bij zelfstandig werken en het ontwikkelen en benutten van verschillende kansen. U vertoont misschien niet altijd een hoog energieniveau, maar toont waarschijnlijk vastberadenheid bij het werken aan belangrijke of goed zichtbare taken. U bent waarschijnlijk bereid om te concurreren met collega's, maar bent mogelijk niet erg gemotiveerd in een concurrerende omgeving.**

- **Werk samen met uw manager om uw prestaties op een belangrijk punt (bijvoorbeeld de conversieratio van leads naar verkoop) in de loop van een jaar te verbeteren, als uitdaging om de beste van uw team te zijn.**
- **Maak een lijst met dingen die van invloed zijn op uw initiatief en motivatie op het werk. Zoek naar manieren om deze punten verder te verbeteren, zodat het halen van uw doelen uit uw eigen motivatie voortkomt.**
- **Om momentum en motivatie op te bouwen, begint u uw dag met taken/doelen die als 'kleine' of 'gemakkelijke' overwinningen worden beschouwd. Benut het momentum dat u opbouwt door het voltooien van die taken om betere resultaten te behalen met een hogere impactdoelbereiking.**
- **Schets hoe een perfect kwartaal eruit zou zien vanuit een commercieel prestatieperspectief. Identificeer vervolgens de acties en kritieke prestatie-indicatoren die nodig zijn om dit te bereiken. Ontwikkel een aanvullende strategie om uzelf verantwoordelijk te houden voor dit perfecte kwartaal.**



## Commerciële creativiteit



Hiermee meten we de vaardigheid om alle commerciële factoren van het besluitvormingsproces in overweging te nemen. Dit wordt gekenmerkt door rekening houden met het concurrentielandschap, de inkomsten, de kosten en de risico's bij het kiezen van verkoopstrategieën; het proactief identificeren van en handelen naar strategische kansen; en openstaan voor innovatieve methoden om klanten binnen te halen.

**U bent meer dan de meeste anderen geneigd om nieuwe zakelijke kansen te identificeren en veilig te stellen. U bent waarschijnlijk zeer gemotiveerd en energiek bij zowel het uitbreiden van huidige samenwerkingen als het vinden van nieuwe kansen. U bent waarschijnlijk ook volledig op de hoogte van de externe factoren die van invloed kunnen zijn op business-to-business-samenwerkingen. U beschikt waarschijnlijk over gedetailleerde kennis van uw eigen producten en diensten en hoe deze zich onderscheiden van concurrenten. U gebruikt waarschijnlijk innovatieve verkoopstrategieën in plaats van conventionele verkooptechnieken.**

- **Neem deel aan de belangrijkste conferenties van uw branche om enkele van uw positieve ervaringen te delen die van waarde zijn voor uw bedrijf, terwijl u ook de opkomende trends leert die van invloed kunnen zijn op uw bedrijf.**
- **Achterhaal wie uw grootste concurrent is voor potentiële klanten. Bespreek met uw manager strategieën om uw producten en diensten verder te onderscheiden en verbeteren ten opzichte van die specifieke leverancier. Als u klaar bent, deelt u de strategieën met uw team.**
- **Abonneer u op nieuwsbrieven en forums waarin de externe factoren worden beschreven (bijv. geografische ligging, macro-economische omstandigheden) die van invloed kunnen zijn op business-to-business-samenwerkingen, zodat u op de hoogte blijft van de marktomstandigheden en uw doelen dienovereenkomstig kunt plannen.**
- **Deel uw meest creatieve en kant-en-klare oplossingen voor klantproblemen met collega's, zodat zij uw succes wellicht kunnen evenaren met nieuwe methodologieën.**



## Verkoopleiderschap



Hiermee meten we eigenschappen die leiden tot succes in een salesmanagement- of leidinggevende functie. Deze eigenschappen worden vaak gekenmerkt door: het leiden van enterprise sales professionals en het delegeren van werk op basis van vaardigheden en potentie; het motiveren van teamleden om uitdagende verkoopdoelen te bereiken; het stellen van duidelijke verwachtingen en prestatienormen; controleren van werkzaamheden; en het coachen van anderen om hun volledige potentie te ontwikkelen.

**U bent waarschijnlijk zeer tevreden met het leiden en begeleiden van een team van verkoopprofessionals. U schat waarschijnlijk de capaciteiten en potentie van direct ondergeschikten nauwkeurig in, wat resulteert in de effectieve delegatie van taken. U zoekt en begrijpt waarschijnlijk alle facetten van motivatie van uw team en volgt waarschijnlijk formele processen om de prestaties te beoordelen, te bewaken en te coachen. U schat een teamomgeving met competitieve doelen op waarde en ondersteunt direct ondergeschikten bij het bereiken van hun doelen.**

- **Stimuleer een team dat samenwerkt door begeleiding binnen het team en het delen van kennis/informatie te belonen. Concurrentie kan motiverend zijn voor verkoopfuncties, maar zorg ervoor dat de concurrentie plaatsvindt tegen de concurrenten van uw organisatie in plaats van tussen uw eigen teamleden.**
- **Help bij het opzetten van afdelingsoverschrijdende relaties met uw verkoopteam en andere afdelingen. Laat verkoopmedewerkers kennismaken met collega's in Finance, Marketing en andere afdelingen die de organisatie kunnen helpen bij het sluiten van deals. Als die relaties eenmaal tot stand zijn gebracht, kan uw verkoopteam in de toekomst zelf bij die personen hulp zoeken voor het sluiten van deals.**
- **Houd alle opkomende trends in uw branche nauwlettend in de gaten zodat u en uw team zijn voorbereid en getraind in de nieuwste ontwikkelingen. Bovendien leert u daarmee in te spelen op toekomstige mogelijkheden.**
- **Definieer samen met verkoopmanagers en HR-teams verkoopfuncties binnen uw organisatie, zodat u bijdraagt aan het identificeren van cruciale competenties voor succes.**



## Beoordelingsvermogen management



Dit is een vaardigheid voor het goed inschatten van de juiste reactie op werksituaties. Dit wordt bepaald door scores afkomstig uit de antwoorden van sollicitanten op vragen over situaties waarmee ze als manager waarschijnlijk in aanraking komen.

**Uw antwoordprofiel aangaande beoordelingen over de communicatie van personeel, de ontwikkeling van medewerkers en werknemersmotivatie sluiten enigszins aan bij de antwoorden van zeer effectieve managers. De gemiddelde hoeveelheid overeenkomsten lijken erop te duiden dat u wellicht een succesvolle manager bent.**

- **Leer meer over de doelen en waarden van uw organisatie en denk na over hoe de beslissingen die u neemt binnen die doelen en waarden passen.**
- **Luister naar anderen om informatie te verzamelen voordat u beslissingen neemt.**
- **Vraag feedback over hoe geduldig en consequent u bent in uw omgang met anderen.**