

Transformation des ventes

Rapport de développement -
Responsable des ventes



Aperçu de la transformation des ventes

La vente d'entreprise à entreprise (B2B) est une activité qui connaît une transformation complète et rapide. De nombreuses structures de vente déclarent avoir du mal à gérer cette expérience transformatrice, les deux défis les plus mentionnés étant la baisse de la productivité des ventes et le manque de talents.

En travaillant avec nos clients d'évaluation des ventes, SHL a déterminé trois principes communs dont les organisations de vente devront tenir compte dans le segment des ventes modernes et numériques :

1 L'environnement extérieur est radicalement différent

Les données et l'analyse sont au cœur de la transformation des ventes mondiales. Les organisations de vente les plus performantes témoignent de plus en plus d'une utilisation pertinente des outils d'analyse dans leurs processus de vente. Parallèlement, une majorité de services commerciaux B2B ont modifié leur modèle en abandonnant les interactions commerciales traditionnelles au profit d'interactions numériques, et 89 % des responsables commerciaux de ces services s'attendent à ce que la transition numérique s'accélère.

2 Le comportement des clients a changé

En raison de l'augmentation sensible des interactions commerciales numériques, le rôle du professionnel de la vente est en train de changer. Plus de la moitié du processus de vente est réalisée avant qu'un vendeur n'intervienne, et plus de 70 % des acheteurs B2B déclarent préférer le libre-service numérique et les interactions à distance. En contrepartie, les acheteurs ont besoin que les vendeurs collaborent avec eux de manière inédite, ce qui permet de personnaliser l'offre et de simplifier le processus de décision.

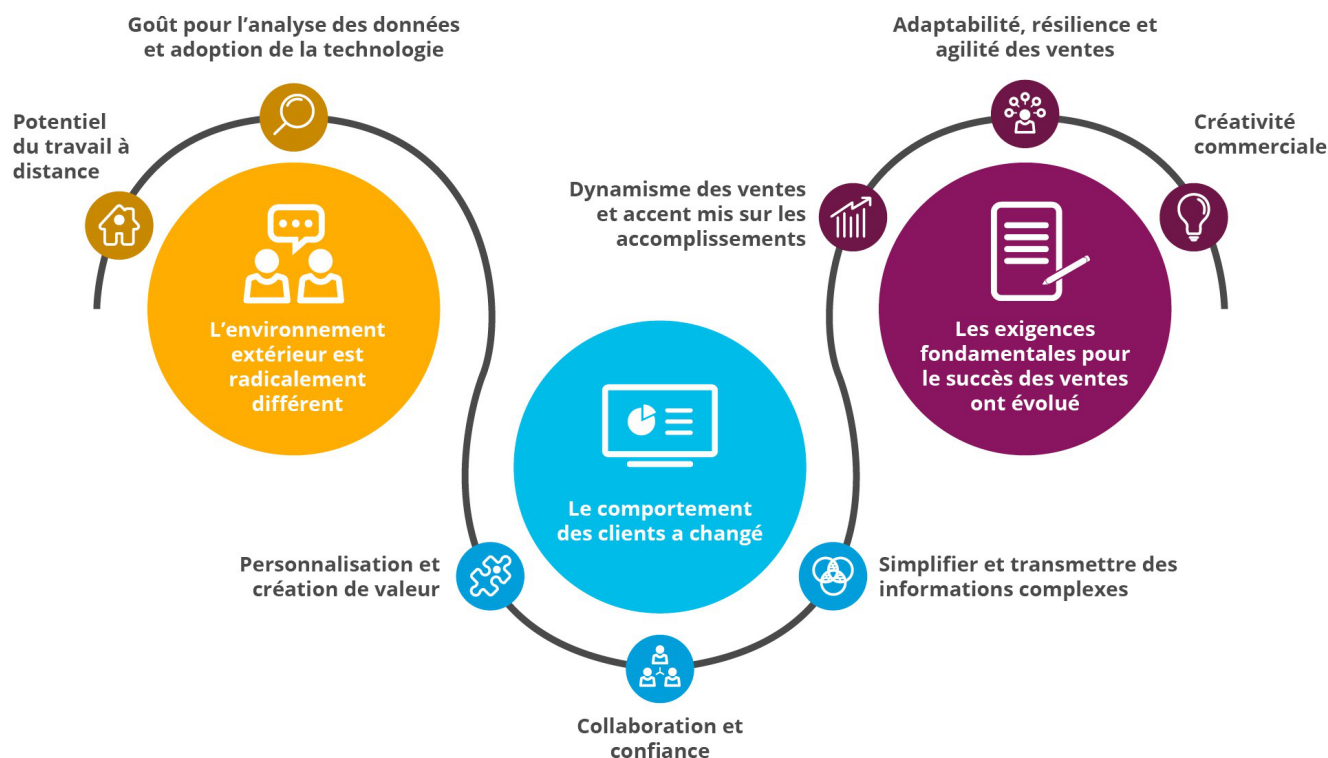
3 Les exigences fondamentales pour le succès des ventes ont évolué

Dans cet environnement en évolution rapide, il n'est pas surprenant que les compétences requises pour être un vendeur performant changent également. SHL a évalué plus de 11 000 professionnels de la vente B2B, et en a tiré deux conclusions principales :

- Certaines compétences « traditionnelles » restent essentielles : par exemple, la motivation pour conclure les ventes, la fibre commerciale et l'accent mis sur les accomplissements
- Un nouvel ensemble de compétences émergentes permet de différencier les personnes très performantes, comme par exemple l'adaptabilité et la résilience

Modèle de transformation des ventes de SHL

En s'appuyant sur nos connaissances et nos recherches, SHL a développé un modèle comportemental trifactoriel centré sur les facteurs de compétence clés pour le succès de chacun de ces trois segments clés.



L'analyse commerciale et l'adoption de la technologie : développer, évaluer et exploiter les outils et dispositifs techniques pour améliorer la performance commerciale, un engagement envers les systèmes technologiques et les logiciels de gestion des relations avec la clientèle (GRC), et l'utilisation de données pour identifier les modèles et les tendances afin de faciliter la définition des prix, la recherche et l'obtention de nouvelles opportunités commerciales, et l'établissement de partenariats stratégiques à long terme avec les clients.

Potentiel du travail à distance : capacité à rester concentré sur les principales habitudes de travail, à persister pour acquérir un client potentiel, à gérer les ressources en ligne, à suivre les directives organisationnelles relatives au travail à distance, à conserver son enthousiasme et à travailler efficacement de manière autonome.

Personnalisation et création de valeur : établir et utiliser une socialisation efficace, la capacité à créer un rapport, donner aux clients des informations ciblées de manière proactive, et créer des messages et des solutions sur mesure qui correspondent aux besoins et aux défis des clients.

Simplifier et transmettre des informations complexes : capacité à simplifier des concepts et des idées complexes tout en veillant à ce que les informations soient transmises aux clients en temps utile et de manière qualitative. Les vendeurs compétents dans ce domaine se tiennent à la disposition des clients pour les aider à synthétiser les informations provenant de sources multiples et à déterminer les principales informations nécessaires à la prise de décision relative à l'achat.

Collaborer et inspirer confiance au client : créer un sentiment de partenariat avec le client, établir un consensus entre plusieurs parties prenantes et aider les clients à avoir confiance en leur capacité à prendre des décisions d'achat intelligentes, tous ces éléments favorisent une relation de confiance permettant d'établir un environnement positif pour de futures opportunités de vente.

Adaptabilité, résilience et agilité en matière de vente : s'adapter rapidement à des situations ambiguës, gérer les changements internes et externes, contrôler les émotions négatives, rester productif sous pression et envisager les opportunités futures avec un état d'esprit positif.

Motivation pour conclure les ventes et accent mis sur les accomplissements : enthousiasme pour identifier et obtenir de nouveaux clients, recherche et atteinte de quotas de vente exigeants, et implication d'efforts pour dépasser les ventes de ses collègues.

Créativité commerciale : prendre en compte le paysage concurrentiel, les revenus, les coûts et les risques lors du choix des stratégies de vente, identifier et agir de manière proactive face aux opportunités stratégiques, et être ouvert aux méthodes innovantes pour décrocher des opportunités commerciales.

Leadership en matière de vente : diriger des groupes de professionnels de la vente aux entreprises et déléguer le travail en fonction des compétences et du potentiel, motiver les membres de l'équipe pour qu'ils atteignent des objectifs de vente ambitieux, définir des attentes et des normes de performance claires, superviser le travail et encadrer les autres pour qu'ils développent leur plein potentiel.

Transformation des ventes Rapport de développement - Responsable des ventes

Nom du/de la candidat(e) :

SampleFR candidate

Avis de non-responsabilité

Les informations contenues sur ces pages sont de nature confidentielle et sont uniquement destinées à la ou les personnes auxquelles elles appartiennent ou autres personnes autorisées.

Les informations contenues dans le rapport ne remplacent pas les conseils d'un professionnel dûment qualifié. Si vous avez des questions particulières sur tout sujet, veuillez vous adresser à un professionnel dûment qualifié.

Instructions

Ce rapport est conçu pour vous donner des informations sur vos forces et faiblesses concernant les compétences connues comme étant importantes pour réussir au sein des organisations commerciales qui connaissent ou ont connu une transformation de l'activité commerciale. Le rapport fournit également de précieux conseils et suggestions pratiques pour vous aider à exceller sur votre lieu de travail.

Le score que vous recevez décrit comment vos réponses se comparent à notre base de données de réponses composée de vos pairs. L'évaluation que vous avez faite a été scientifiquement validée grâce à 30 ans de collecte et d'analyse de données statistiques. Les personnes obtenant de meilleurs résultats dans les compétences ont tendance à être plus performantes au travail dans les domaines principaux définis dans le rapport. Les conseils de développement qui vous sont proposés ont pour objet de vous aider à améliorer vos aptitudes face à chaque compétence.

Quel que soit le score obtenu, nous pouvons tous améliorer nos performances au travail en appliquant des solutions de développement appropriées et en se concentrant sur les domaines où une amélioration est nécessaire. S'impliquer dans son propre développement personnel nécessite de l'initiative et une planification, deux éléments importants de la performance au travail.

Essayez d'utiliser ce feedback pour formuler des plans de développement spécifiques qui correspondent à vos buts et objectifs professionnels. N'essayez pas de tout faire en même temps : le développement personnel ne se concrétise pas du jour au lendemain. Si un domaine est dans la « Zone rouge », c'est peut-être là que vous devriez concentrer vos efforts de développement. Même si votre score est bon, il est quand même important d'utiliser les conseils de développement fournis afin d'exploiter au mieux vos points forts dans le cadre de cette compétence.

Scores individuels



Analyse commerciale et adoption de la technologie



Il s'agit d'une mesure de la capacité à adopter et à utiliser des technologies innovantes, associée à la tendance à avoir une perspective axée sur les données pour faciliter les ventes. Cette mesure se caractérise par : le développement, l'évaluation et l'utilisation d'outils et de dispositifs techniques pour améliorer l'exécution commerciale, un engagement envers les systèmes technologiques et les logiciels de gestion de la relation client (GRC) et l'utilisation de données pour identifier les modèles et les tendances afin de faciliter la définition des prix, la recherche et l'obtention de nouvelles affaires et l'établissement de partenariats stratégiques à long terme avec les clients.

Vous êtes susceptible d'être aussi à l'aise que les autres dans l'utilisation d'outils techniques pour atteindre des objectifs commerciaux. Vous êtes disposé à apprendre de nouveaux systèmes logiciels (par exemple de gestion des relations clients) capables de vous aider dans votre rôle de vente. Vous êtes susceptible d'être enthousiaste à l'idée de comprendre comment les nouveaux outils numériques ou technologiques peuvent contribuer à la réalisation d'objectifs commerciaux, mais vous pouvez préférer les méthodes traditionnelles dans certaines parties de votre travail. Vous pouvez vous sentir à l'aise pour communiquer par le biais de systèmes technologiques, mais pouvez parfois rencontrer des difficultés dans leur utilisation. Vous êtes susceptible de préférer évaluer les informations de manière critique à l'aide d'analyses de données commerciales, de faits/chiffres et de recherches pour guider vos décisions plutôt que de vous fier à votre instinct.

- **Tenez-vous informé des nouveaux systèmes technologiques qui aident les professionnels de la vente en vous abonnant à des supports médiatiques (par exemple, des associations professionnelles, des publications industrielles, des articles de presse) traitant des systèmes innovants utilisés dans votre domaine.**
- **Rejoignez un forum en ligne parlant du système logiciel que vous utilisez le plus et échangez des astuces et des conseils pour améliorer vos compétences face à ce programme tout en partageant vos connaissances avec les autres.**
- **Procurez-vous du matériel de formation dans votre département concernant l'analyse des données et réservez du temps pour étudier ces recommandations afin d'approfondir vos connaissances et, éventuellement, d'ajouter les meilleures pratiques analytiques ayant fait leurs preuves auprès de vos clients et de vous-même au matériel de formation.**
- **Identifiez deux façons d'exploiter et d'appliquer au mieux les données GRC à vos propres comptes pour améliorer vos performances de vente. Essayez d'utiliser ces nouvelles données dans deux opportunités d'affaires futures.**



Potentiel du travail à distance



Il s'agit d'une mesure de l'aptitude commerciale dans un environnement de vente virtuel et du potentiel de réussite commerciale en cas de travail à distance sur une longue période. Cela se caractérise par : la capacité à rester concentré sur les principales habitudes de travail, à persister pour acquérir des clients potentiels, à gérer les ressources en ligne, à suivre les directives organisationnelles relatives au travail à distance, à conserver son enthousiasme et à travailler efficacement de manière autonome.

Vous êtes susceptible de réussir aussi bien que d'autres dans un rôle de vente à distance. Vous êtes susceptible de rester énergique et concentré pour conclure des ventes dans un environnement virtuel. Vous êtes susceptible de vous conformer aux politiques organisationnelles entourant les pratiques de travail à distance. Vous pouvez parfois être légèrement moins organisé ou systématique que lorsque vous travaillez dans un bureau. Vous êtes susceptible d'être à l'aise avec l'autonomie d'un environnement virtuel et de persévérer dans les tâches difficiles, quel que soit l'effort requis.

- **Créez-vous un emploi du temps détaillé de votre semaine de travail et comparez-le à ce que vous avez réellement accompli. Identifiez toute anomalie afin de mieux planifier les semaines à venir.**
- **Dressez une liste des distractions courantes au sein de votre bureau à domicile et essayez de limiter l'attention à ces éléments en ne permettant de se concentrer sur ces éléments non professionnels que pendant les temps de pause établis.**
- **Établissez une routine qui vous permet de commencer et de terminer le travail à des heures qui offrent des possibilités optimales de communication entre vous et vos clients.**
- **Commencez chaque journée de travail en donnant la priorité aux tâches qui auront le plus d'impact sur la réalisation de vos objectifs.**



Personnalisation et création de valeur



Il s'agit d'une mesure de la capacité à établir un partenariat étroit avec les clients et les prospects en établissant des réseaux et des relations de confiance qui génèrent de la valeur pour l'acheteur. Cette mesure se caractérise par : l'établissement et utilisation d'une socialisation efficace, la capacité à créer un rapport, la fourniture aux clients des informations ciblées de manière proactive, et la création de messages et de solutions sur mesure qui correspondent aux besoins et aux défis des clients.

Vous êtes très susceptible de chercher à obtenir la meilleure valeur pour les clients en proposant des solutions pratiques, rentables et/ou personnalisées. Vous êtes susceptible de faire de l'établissement de rapports et de la confiance avec vos clients potentiels et existants une priorité et de tirer parti de vos réseaux et de vos relations solides avec vos clients pour contrôler les opportunités de vente. Vous pouvez créer des solutions aux défis de vos clients et les guider vers la meilleure solution pour leurs besoins. Vous pouvez paraître humble et sociable afin de favoriser une relation positive et professionnelle avec vos clients, tout en faisant preuve d'une réelle et forte préoccupation pour leurs besoins.

- **Réservez quelques minutes au début des réunions avec vos clients pour connaître leurs préférences en ce qui concerne leurs propres objectifs ainsi que ceux de l'organisation. Cela vous aidera à déterminer où vous pouvez apporter de la valeur au client, tout en développant de l'empathie et des rapports par le biais de discussions informelles avec votre client.**
- **Continuez à contrôler le dialogue avec votre équipe et vos clients afin de vous assurer que vos idées d'orientation de la valeur pour le client soient la priorité la plus importante pour vous, et travaillez à établir un consensus autour de votre position.**
- **Lorsque vous rencontrez un problème susceptible d'avoir un impact sur un élément vis-à-vis d'un client, prévenez-le dès que possible pour l'informer de la situation. Utilisez une méthodologie démocratique pour résoudre ce problème ensemble.**
- **Dirigez-vous vers le problème. Lorsque vous voyez un domaine dans lequel de la valeur pourrait être perdue, soyez proactif et prompt dans votre démarche auprès du client afin de démontrer votre engagement envers le partenariat.**



Simplifier et transmettre des informations complexes



Il s'agit d'une mesure d'identification, de catégorisation et de communication d'informations complexes de manière à ce qu'elles soient faciles à comprendre pour les entreprises clientes. Cela se caractérise par la capacité à simplifier des concepts et des idées complexes tout en veillant à ce que les informations soient transmises aux clients en temps utile et de manière qualitative. Les vendeurs compétents dans ce domaine se tiennent à la disposition des clients pour les aider à synthétiser les informations provenant de sources multiples et à déterminer les principales informations nécessaires à la prise de décision relative à l'achat.

Vous êtes susceptible de chercher à comprendre les besoins des clients et de déployer des efforts modérés pour partager les sources d'information pertinentes pour leurs besoins. Vous êtes susceptible de vous exprimer lorsque vous estimez qu'un client utilise des informations inexactes ou trompeuses, mais vous pouvez parfois ne pas corriger complètement les informations inexactes. Vous pouvez fournir aux clients la documentation demandée à partir d'une ou deux sources et serez susceptible de diriger les clients vers les informations les plus pertinentes quant à leurs besoins. Il vous arrive parfois d'évaluer et de convertir des documents complexes ou longs en concepts faciles à comprendre et succincts pour le client.

- **Entraînez-vous à prendre la parole lors de réunions internes lorsque vous pensez avoir une idée ou une stratégie qui apportera une valeur ajoutée à votre organisation. Perfectionnez un style franc pour vous assurer que vous communiquez avec les clients sur ce qu'ils doivent et ne doivent pas prendre en compte lorsqu'ils prennent leurs décisions.**
- **Assistez à des sessions de formation sur les produits et services de votre organisation et essayez de rédiger de courts résumés des principaux éléments d'information qui peuvent inciter un client à acheter les articles qui répondront le mieux à ses besoins.**
- **Une fois l'affaire conclu avec le client, demandez-lui un retour sur les informations qu'il a jugées les plus utiles pour guider sa décision de s'associer à vous et à votre organisation.**
- **Trouvez une occasion de tirer parti des outils et stratégies de « leadership éclairé » pour aider à simplifier et à démontrer aux clients les éléments dont ils devraient tenir compte. Puis guidez le client vers ce que vous savez être la meilleure pratique, compte tenu de l'expérience antérieure et des résultats démontrés.**



Collaborer et inspirer confiance aux clients

3

Il s'agit d'une mesure de la tendance à créer le sentiment que le processus de vente a été collaboratif, laissant le client avec un sentiment de confiance. Celle-ci se caractérise par : la création d'un sentiment de partenariat avec le client, l'établissement d'un consensus entre plusieurs parties prenantes et le support aux clients à avoir confiance en leur capacité à prendre des décisions d'achat intelligentes. Tous ces éléments favorisent une relation de confiance qui établit un environnement positif pour de futures opportunités de vente.

Vous êtes susceptible de bien travailler dans des relations de collaboration avec vos clients. Vous êtes susceptible de déployer des efforts modérés pour développer et favoriser de bonnes relations de travail avec vos clients et d'avoir tendance à vous montrer assez soucieux de vos clients et de leurs besoins. Vous êtes susceptible d'aimer travailler avec vos clients, mais vous pouvez parfois être incapable d'inspirer une confiance totale aux clients dans le processus d'achat.

- **Avant de rencontrer un client potentiel pour la première fois, faites des recherches sur l'organisation et l'individu pour avoir une compréhension générale de leur perspective et de leurs objectifs.**
- **Écoutez toujours attentivement le client pendant les réunions par vidéo ou par téléphone. Pour démontrer votre écoute active, en fin de réunion, résumez les principaux points clés de la réunion selon le point de vue du client.**
- **Parlez positivement dans des situations sur lesquelles vous et un client n'êtes pas d'accord. Essayez de transmettre un sentiment d'unité en exprimant votre soutien face au choix du client et continuez à mettre l'accent sur un objectif commun si vous devez exprimer un désaccord avec le client. Formulez vos désaccords sur la base d'expériences antérieures avec d'autres clients confrontés à des défis similaires afin qu'ils vous considèrent comme une personne de confiance.**
- **Donnez à votre client un exemple de la manière dont la collaboration entre votre organisation et un autre client a abouti à des résultats passionnants. Demandez au client de s'impliquer avec un niveau de collaboration similaire.**



Adaptabilité, résilience et agilité des ventes



Il s'agit d'une mesure de la probabilité de s'adapter à un secteur en rapide évolution et de tolérer la pression d'un rôle de vente. Cette mesure se caractérise par : l'adaptation rapide à des situations ambiguës, la gestion des changements internes et externes, le contrôle des émotions négatives, le maintien de la productivité sous pression et d'un état d'esprit positif face à des opportunités futures.

Vous êtes susceptible de bien vous adapter aux changements constants dans un environnement de vente inter-entreprises. Vous êtes susceptible d'utiliser des méthodes de vente traditionnelles mais pouvez employer de nouvelles techniques si les méthodes établies sont inefficaces. Vous êtes susceptible de rechercher davantage d'informations dans des situations ambiguës afin de contrôler et de guider le processus d'achat de vos clients dans l'incertitude. Vous êtes susceptible d'apprécier la stabilité dans votre rôle commercial, mais aussi d'apprécier la variété et d'introduire parfois de nouvelles tâches et de nouveaux objectifs. Vous êtes susceptible d'être à l'aise avec vos objectifs de vente mais également d'être parfois stressé si les objectifs sont menacés.

- Lorsque quelqu'un fait des commentaires ou des critiques sur vos méthodologies de vente, prenez le temps de poser des questions de suivi. Essayez de comprendre leur point de vue et de voir comment vous pouvez adapter vos techniques pour atteindre vos objectifs de vente.
- Repensez aux occasions où vous avez ressenti une pression importante pour atteindre vos objectifs de vente. Réfléchissez aux méthodes que vous avez utilisées pour gérer ces situations avec succès et créez une liste pour vous aider à gérer les tâches futures lorsque vous vous sentirez stressé.
- Lorsque vous êtes confronté à un changement substantiel de votre rôle ou de vos tâches, mettez-vous au défi d'identifier les étapes positives que le changement pourrait apporter et concentrez-vous sur ces points forts plutôt que de penser au pire scénario ou aux risques associés au changement.
- Considérez les données et informations objectives qui ont été glanées lors du récent changement ou de la vente perdue. De quelles données objectives disposez-vous pour améliorer votre prochaine opportunité ?



Dynamisme des ventes et accent mis sur les accomplissements



Il s'agit d'une mesure de la tendance à être motivé et à rester concentré sur la réalisation des objectifs de vente. Cette mesure se caractérise par : l'enthousiasme quant à identifier et obtenir de nouveaux clients, la recherche et l'atteinte de quotas de vente exigeants, et les efforts impliqués pour dépasser les ventes de ses collègues.

Vous êtes susceptible de faire preuve d'un enthousiasme modéré quant à fixer et poursuivre des objectifs de vente ambitieux. Vous êtes susceptible d'être à l'aise dans une culture de vente très énergique et au rythme soutenu, mais vous pouvez parfois fixer votre propre travail pour suivre un rythme plus décontracté. Vous êtes susceptible d'être à l'aise quant à travailler de manière indépendante afin de vous développer et de répondre à différentes opportunités lorsque cela est nécessaire. Vous pouvez ne pas afficher des niveaux d'énergie élevés en permanence, mais vous êtes susceptible de faire preuve de détermination lorsque vous travaillez sur des tâches importantes ou à forte visibilité. Vous êtes susceptible d'être prêt à rivaliser avec vos collègues mais pouvez ne pas être très motivé dans un environnement compétitif.

- **Travaillez avec votre responsable pour améliorer vos performances dans une mesure clé (par exemple, le ratio de conversion des clients potentiels en ventes) au cours d'une année pour vous mettre au défi d'être le meilleur de votre équipe.**
- **Créez une liste des éléments qui ont un impact sur votre initiative et votre motivation au travail. Recherchez des méthodes susceptibles d'améliorer davantage ces éléments afin que vous puissiez sentir que votre désir d'atteindre vos objectifs est spontané.**
- **Pour créer un dynamisme et une motivation, commencez votre journée par des tâches/objectifs qui sont considérés comme des victoires « petites » ou « faciles ». Tirez parti du dynamisme que vous créez en accomplissant ces tâches pour obtenir de meilleurs résultats en atteignant des objectifs à fort impact.**
- **Définissez ce à quoi ressemblerait un trimestre parfait sur le plan des performances commerciales. Identifiez ensuite les actions et les indicateurs clés de performance nécessaires pour y parvenir. Développez une stratégie complémentaire visant à vous rendre responsable de ce trimestre parfait.**



Créativité commerciale



Il s'agit d'une mesure de la tendance à prendre en compte tous les facteurs commerciaux dans le processus de prise de décision. Cette mesure se caractérise par : la prise en compte du paysage concurrentiel, les revenus, les coûts et les risques lors du choix des stratégies de vente, l'identification et les actions proactives pour les opportunités stratégiques, et l'ouverture face aux méthodes innovantes pour décrocher des opportunités commerciales.

Vous êtes plus susceptible que la plupart des gens d'identifier et d'obtenir de nouvelles opportunités commerciales. Vous êtes susceptible d'être très motivé et énergique tant pour développer vos partenariats actuels que pour conclure de nouvelles opportunités commerciales. Vous êtes également susceptible de faire preuve d'une connaissance approfondie des facteurs externes qui peuvent avoir un impact sur les partenariats inter-entreprises. Vous êtes susceptible de posséder une connaissance détaillée de vos produits et services et de la manière dont vous vous différenciez des concurrents de votre organisation. Vous êtes susceptible d'employer des stratégies de vente innovantes au lieu des techniques de vente conventionnelles.

- **Participez aux principales conférences de votre secteur d'activité pour partager certaines de vos expériences positives contribuant à la montée en valeur de votre organisation, tout en découvrant les nouvelles tendances susceptible d'avoir un impact sur votre activité.**
- **Identifiez le concurrent que vous devez fréquemment affronter dans le cadre de l'acquisition de clients potentiels. Discutez avec votre responsable des stratégies permettant de différencier et d'améliorer davantage vos produits et services par rapport à ce fournisseur particulier. Une fois terminé, partagez les stratégies avec votre équipe.**
- **Abonnez-vous à des bulletins d'information et à des forums qui décrivent les facteurs externes (par exemple, les zones géographiques, les conditions macroéconomiques) qui peuvent avoir un impact sur les partenariats inter-entreprises, afin de vous tenir au courant des conditions du marché et de planifier la réalisation de vos objectifs en conséquence.**
- **Travaillez avec vos collègues pour partager vos solutions les plus créatives et les plus originales aux problèmes des clients afin de voir s'ils peuvent reproduire vos succès avec de nouvelles méthodologies.**



Leadership en matière de vente



Il s'agit d'une mesure des traits qui mènent au succès dans un rôle de gestion des ventes ou de leadership. Ces traits de caractère se traduisent souvent par : la direction des groupes de professionnels de la vente aux entreprises et la délégation de tâches en fonction des compétences et du potentiel, la motivation des membres de l'équipe pour qu'ils atteignent des objectifs de vente ambitieux, la définition d'attentes et de normes de performance claires, l'encadrement des autres pour qu'ils développent leur plein potentiel.

Vous êtes susceptible de beaucoup apprécier de diriger et de superviser une équipe de professionnels de la vente. Vous êtes susceptible d'évaluer avec précision les capacités et le potentiel de vos collaborateurs directs, ce qui se traduira par une délégation efficace des tâches. Vous êtes susceptible de rechercher et de comprendre toutes les facettes de motivation de votre équipe et de suivre des processus formels pour évaluer, contrôler et encadrer les performances. Vous pouvez favoriser un environnement d'équipe avec des objectifs compétitifs et vous soutiendrez vos collaborateurs directs pour qu'ils atteignent tous leurs objectifs.

- **Favorisez la collaboration au sein de l'équipe en récompensant le mentorat intra-équipe et le partage des connaissances et des informations. La concurrence peut être motivante pour les personnes occupant des fonctions de vente, mais faites en sorte que cette compétition reste axée sur les concurrents de votre organisation plutôt que sur les membres de votre propre équipe.**
- **Soutenez l'établissement de relations interdépartementales avec votre équipe de vente et d'autres départements. Présentez aux membres du service des ventes les ressources des services financiers, marketing et autres capables d'aider l'organisation à conclure des affaires. Une fois ces relations établies, votre équipe de vente pourra demander indépendamment l'aide de ces personnes pour les aider à conclure leurs affaires.**
- **Surveillez de près toutes les tendances émergentes dans votre secteur d'activité afin de vous assurer que votre équipe et vous-même êtes préparés et formés aux derniers développements et à la manière de tirer parti de ces opportunités émergentes.**
- **Participez à la définition des rôles de vente dans votre organisation avec les directeurs des ventes et les équipes RH, en aidant à identifier les compétences essentielles pour réussir.**



Jugement managérial



Il s'agit d'une tendance à faire preuve de discernement pour réagir efficacement aux situations professionnelles. Elle est déterminée en fonction des scores établis à partir des réponses que les candidats ont données quant à des situations qu'ils seraient susceptibles de rencontrer en tant que manager.

Votre profil de réponse en ce qui concerne le discernement dont vous faites preuve quand il s'agit de gérer la communication avec vos collaborateurs, le développement et la motivation des employés est assez similaire au discernement dont font preuve les managers hautement performants. La correspondance moyenne entre les profils suggère que vous êtes assez susceptible d'être un bon manager.

- **Renseignez-vous sur les objectifs et les valeurs de votre entreprise et réfléchissez à la façon dont vos décisions y correspondent.**
- **Écoutez les autres pour obtenir des informations avant de prendre des décisions.**
- **Demandez un feedback pour savoir si vous êtes patient et si vous êtes cohérent dans vos interactions avec les autres.**