
Rapport du recruteur Leadership en matière de ventes

**Contributeur(trice)
individuel(le)**

1	Introduction	<hr/>
2	Modèle Leadership en matière de ventes de SHL	<hr/>
3	Résultats globaux	<hr/>
4	Résultats des compétences Leadership en matière de ventes	<hr/>
5	Autres résultats	<hr/>

1. Introduction



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

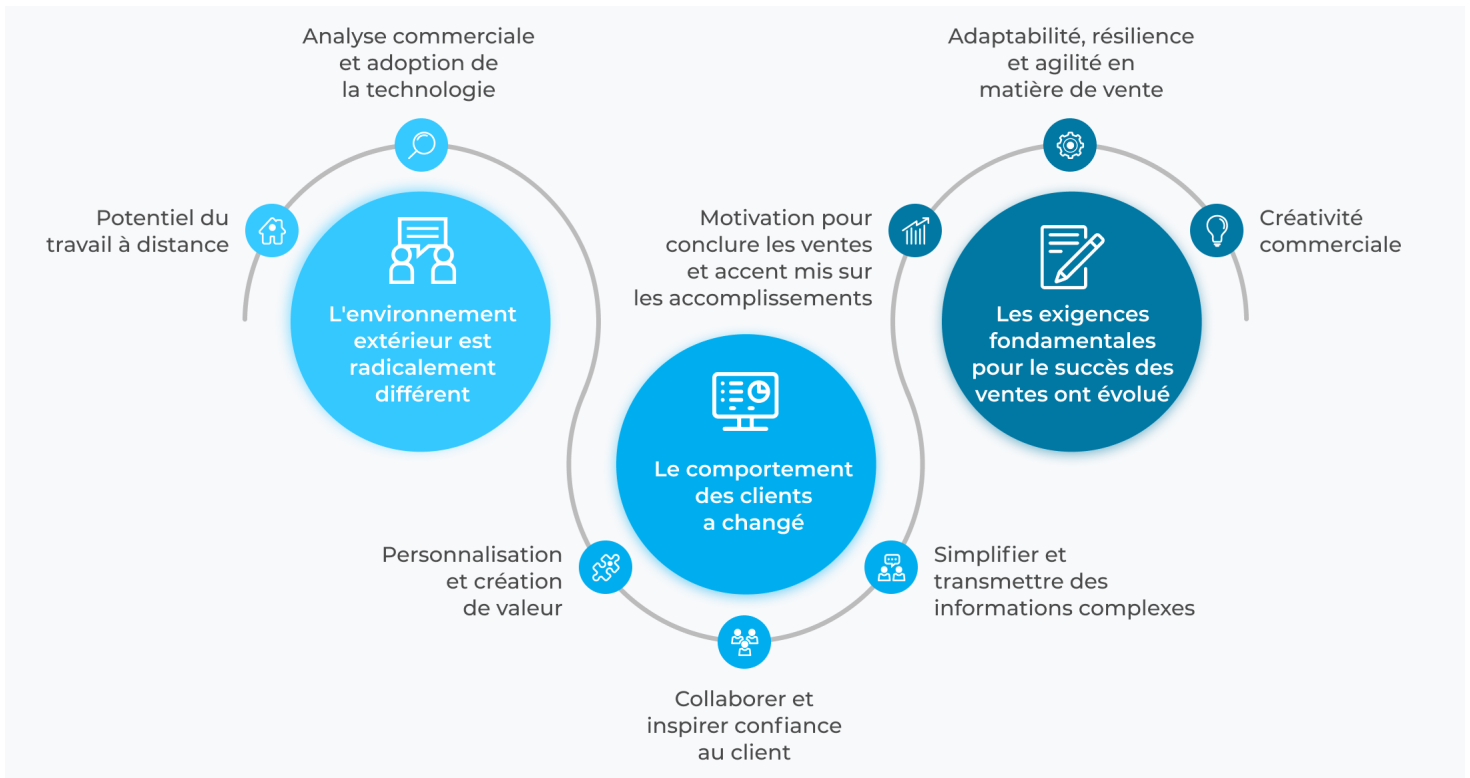
Dans cet environnement en évolution rapide, il n'est pas surprenant que les compétences requises pour être un vendeur performant changent également. SHL a évalué plus de 11 000 professionnels de la vente B2B, et en a tiré deux conclusions principales :

- 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.

2. 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.



Score du candidat :

38/100



Recommandé



Avis de non-responsabilité

Les informations figurant dans ces pages sont de nature confidentielle et sont destinées uniquement à la/aux personne(s) qu'elles concernent ou aux autres personnes autorisées.

Vous ne devez pas vous contenter des informations de ce rapport mais devez demander conseil à un professionnel dûment qualifié. Si vous avez des questions sur un aspect particulier du rapport, veuillez consulter un professionnel qualifié approprié.

Instructions

Ce rapport est confidentiel et son contenu est destiné à contribuer à la prédiction du comportement du participant au travail. Si vous souhaitez plus d'informations sur ce rapport d'interprétation ou d'autres produits offerts par SHL, veuillez contacter votre représentant commercial.

4. Résultats pour les compétences transformation des ventes



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.

Le candidat est susceptible d'être aussi à l'aise que les autres dans l'utilisation d'outils techniques destinés à atteindre des objectifs commerciaux. Il est disposé à apprendre de nouveaux systèmes logiciels (par exemple, la gestion des relations avec la clientèle) capables d'aider les personnes investies de rôles de vente. Il est 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 peut préférer les méthodes traditionnelles dans certains aspects de son travail. Il peut se sentir à l'aise quant à communiquer par le biais de systèmes technologiques, mais peut parfois rencontrer des difficultés dans l'utilisation de ces systèmes. Il est 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 ses décisions plutôt que de se fier à son instinct.

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.

Le candidat n'est pas susceptible d'exceller dans un rôle de vente à distance. Il peut avoir des difficultés à rester concentré pour conclure des ventes dans un environnement virtuel. Il est susceptible de ne pas tenir compte des directives ou des règles organisationnelles liées au travail à distance et de travailler d'une manière moins organisée et systématique que lorsqu'il travaille dans un bureau. Il est peu probable qu'il soit à l'aise avec l'autonomie requise dans un environnement à distance et il se peut qu'il ne persiste pas dans les tâches difficiles lorsqu'il est confronté à des obstacles.

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.

Le candidat est aussi susceptible que les autres de chercher à obtenir la meilleure valeur pour les clients en proposant des solutions pratiques, rentables et/ou personnalisées. Il cherchera probablement à établir un rapport et une confiance avec les clients potentiels et existants afin de créer des partenariats « gagnant-gagnant » pour les deux organisations. Parfois, il est susceptible de contrôler les opportunités de vente et peut orienter les clients vers la meilleure solution pour leurs besoins. Il peut paraître humble et sociable afin de favoriser une relation positive et professionnelle avec ses clients, tout en faisant preuve d'une réelle préoccupation pour leurs besoins.

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.

Le candidat n'est pas susceptible de comprendre les besoins des clients et peut avoir des difficultés à fournir à ses clients les informations nécessaires leur permettant de prendre des décisions d'achat qui répondent de manière satisfaisante à leurs besoins. Il n'est pas susceptible de s'exprimer lorsqu'il pense qu'un client utilise des informations inexactes ou trompeuses. Il ne sait pas non plus évaluer et convertir des documents complexes ou longs en concepts faciles à comprendre et succincts pour le client. Il peut fournir aux clients la documentation demandée, mais il est peu probable qu'il fournisse de manière proactive les informations les plus pertinentes pour répondre à leurs besoins.

Collaborer et inspirer confiance aux clients



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.

Le candidat est susceptible de bien travailler dans des relations de collaboration avec ses clients. Il est probable qu'il déploie des efforts modérés pour développer et favoriser de bonnes relations de travail avec ses clients et qu'il ait tendance à se montrer assez soucieux de ses clients et de leurs besoins. Il est susceptible d'aimer travailler avec ses clients, mais il peut parfois être incapable d'inspirer une confiance totale aux clients dans le processus d'achat.

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.

Le candidat est susceptible de bien s'adapter aux changements constants dans un environnement de vente interentreprises. Il est susceptible d'utiliser des méthodes de vente traditionnelles mais peut employer de nouvelles techniques si les méthodes établies sont inefficaces. Il est susceptible de rechercher davantage d'informations dans des situations ambiguës afin de contrôler et de guider le processus d'achat de ses clients dans l'incertitude. Il est susceptible d'apprécier la stabilité dans son rôle commercial, mais aussi d'apprécier la variété et d'introduire parfois de nouvelles tâches et de nouveaux objectifs. Il est susceptible d'être à l'aise avec ses objectifs de vente mais peut parfois être stressé si les objectifs sont menacés.

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.

Il est peu probable que le candidat aime fixer ou poursuivre des objectifs de vente ambitieux. Le candidat est plus susceptible d'aimer travailler dans un environnement calme et au rythme lent. Le candidat est peu susceptible d'identifier des opportunités sans l'orientation ou les conseils de ses collègues ou de la direction. Il peut facilement se fatiguer face à une charge de travail importante et évitera probablement de se mesurer à ses collègues pour conclure des ventes.

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.

Le candidat est moins susceptible que la plupart des gens d'identifier et d'obtenir de nouvelles opportunités commerciales. Il est susceptible d'être moins motivé et moins énergique pour conclure ses opportunités commerciales et peut, parfois, manquer de sensibilité face aux facteurs externes pouvant avoir un impact sur les partenariats interentreprises. Il se peut qu'il ne connaisse pas les aspects différenciateurs de ses produits et services par rapport à ses concurrents et qu'il continue à utiliser des stratégies de vente conventionnelles, quelle que soit leur efficacité.



Focus Ventes



Il s'agit d'une mesure des caractéristiques associées au succès dans les postes commerciaux. À quoi ressemble un esprit Focus Vente : persister pour surmonter les obstacles et conclure la vente, désirer poursuivre des objectifs ambitieux et obtenir des résultats, avoir beaucoup d'énergie et d'endurance, même après les rebuffades et les rejets.

Le candidat est plus susceptible que les autres de faire des efforts supplémentaires pour relever les défis et fait preuve de diligence, notamment quand il essaie de conclure une vente. Le candidat a tendance à manifester le désir d'obtenir des résultats et de dépasser les attentes, et travaille dur pour atteindre des objectifs ambitieux. Il a tendance à travailler dur, à aimer avoir un emploi du temps chargé et à rebondir rapidement après un refus ou un rejet.

Tolérance à la pression commerciale



Cela mesure la tendance à être à l'aise face à la pression constante associée à la réalisation d'objectifs de vente compétitifs. Ce trait de caractère se définit par : être motivé et enthousiasmé par les exigences commerciales, faire preuve de confiance pour négocier et influencer, être orienté vers les objectifs.

Le candidat est susceptible de rester calme et détendu quand il subit une forte pression de vente. Il est susceptible d'être motivé et enthousiasmé par les exigences commerciales plutôt que de se sentir stressé, ce qui indique que sa performance ne sera pas affectée par le stress de la charge de travail et/ou des situations professionnelles dans lesquelles il se trouve. Le candidat aura confiance en lui pour négocier avec les clients et les persuader, et conclura le plus souvent la vente dans les situations où la pression est forte.