
Sales Transformation Recruiter Bericht

Mitarbeiter

1	Einleitung
2	Das SHL Sales Transformation Modell
3	Ergebnisse insgesamt
4	Ergebnisse zur Sales Transformation Kompetenz
5	Weitere Ergebnisse



Der Business-to-Business-Vertrieb (B2B) ist eine Funktion, die derzeit einen umfassenden und schnellen Wandel durchläuft. Viele Vertriebsfunktionen berichten, dass sie Schwierigkeiten haben, diesen Wandel zu bewältigen, wobei die Produktivität des Vertriebs und der Mangel an Talenten die beiden am häufigsten genannten Herausforderungen sind.

In Zusammenarbeit mit unseren Kunden aus dem Vertrieb hat SHL drei gemeinsame Grundsätze identifiziert, die Vertriebsorganisationen im modernen, digitalen Vertrieb berücksichtigen müssen:

1 Das externe Umfeld hat sich radikal verändert

Daten und Analysen sind das Herzstück des globalen Vertriebswandels. Die erfolgreichsten Vertriebsorganisationen weisen zunehmend den effektiven Einsatz von Analysetools in ihren Vertriebsprozessen auf. Parallel dazu hat die Mehrheit der B2B-Vertriebsfunktionen ihr Modell von traditionellen auf digitale Vertriebsinteraktionen umgestellt, und 89 % der Vertriebsleiter in diesen Funktionen erwarten, dass sich der digitale Wandel beschleunigen wird.

2 Das Kundenverhalten hat sich geändert

Infolge der deutlichen Zunahme digitaler Vertriebsinteraktionen verändert sich die Rolle der Vertriebsmitarbeiter. Mehr als die Hälfte der Kaufentscheidungen sind bereits gefällt, bevor ein Interessent überhaupt zum ersten Mal Kontakt mit dem Unternehmen aufnimmt. Über 70 % der B2B-Käufer geben an, dass sie den digitalen Self-Service und Remote-Interaktionen bevorzugen. Im Gegenzug erwarten Kunden, dass Vertriebsmitarbeiter auf neue Weise mit ihnen zusammenarbeiten, um das Angebot zu personalisieren und den Entscheidungsprozess zu vereinfachen.

3 Die Grundvoraussetzungen für den Vertriebs Erfolg haben sich weiterentwickelt

In diesem sich schnell verändernden Umfeld ist es nicht verwunderlich, dass sich auch die Kompetenzbausteine, die für einen Spitzen-Vertriebsmitarbeiter erforderlich sind, verändern. SHL hat mehr als 11.000 B2B-Vertriebsfachkräfte bewertet und daraus zwei Hauptergebnisse gewonnen:

- Einige „traditionelle“ Kompetenzen sind nach wie vor von entscheidender Bedeutung – z. B. Vertriebsmotivation, Vertriebsfokus und Leistungsorientierung.
- Leistungstragende zeichnen sich durch eine Reihe neuer Kompetenzen aus – z. B. Anpassungsfähigkeit und Belastbarkeit.

2. Das SHL Sales Transformation Modell



Auf der Grundlage unserer Erkenntnisse und Forschungen hat SHL ein drei-faktorielles Verhaltensmodell entwickelt, das sich auf die Schlüsselkompetenzen konzentriert, die für den Erfolg in jedem dieser drei Schlüsselsegmente entscheidend sind.



- **Kommerzielle Analyse und Annahme von Technologien** – Entwicklung, Bewertung und Nutzung technischer Tools und Geräte zur Verbesserung der kommerziellen Ausführung; Engagement für Technologiesysteme und „Customer Relationship Management (CRM)“-Software; und die Nutzung von Daten zur Identifizierung von Mustern und Trends, um die Preisgestaltung, die Suche nach und Sicherung von neuen Geschäften und den Aufbau strategischer, langfristiger Partnerschaften mit Kunden zu unterstützen.
- **Potenzial für Remote-Arbeit** – die Neigung, sich auf wichtige Arbeitsgewohnheiten zu konzentrieren, hartnäckig zu bleiben, um Leads in Geschäfte zu verwandeln, Ressourcen online zu verwalten, organisatorische Richtlinien für die Arbeit in einem entfernten Umfeld zu befolgen, Enthusiasmus zu bewahren und effektiv autonom zu arbeiten.
- **Personalisierung und Wertschöpfung** – Aufbau und Nutzung einer effektiven Sozialisierung; die Fähigkeit, Beziehungen aufzubauen; die Fähigkeit, Kunden proaktiv mit gezielten Informationen zu versorgen und maßgeschneiderte Botschaften und Lösungen zu erstellen, die auf die Bedürfnisse und Herausforderungen der Kunden abgestimmt sind.
- **Vereinfachen und Übermitteln komplexer Informationen** – die Fähigkeit, komplexe Konzepte und Ideen zu vereinfachen und gleichzeitig sicherzustellen, dass Informationen zeitnah und in hoher Qualität an Kunden geliefert werden. Vertriebsmitarbeiter, die sich in diesem Bereich auskennen, stehen ihren Kunden zur Seite, wenn es darum geht, Informationen aus verschiedenen Quellen zusammenzufassen und die wichtigsten Punkte zu ermitteln, die für eine Kaufentscheidung erforderlich sind.
- **Zusammenarbeit und Förderung des Kundenvertrauens** – Schaffung eines Gefühls der Partnerschaft mit dem Kunden, Konsensbildung zwischen verschiedenen Interessengruppen und Unterstützung der Kunden beim Aufbau von Vertrauen in ihre Fähigkeit, kluge Kaufentscheidungen zu treffen – all dies fördert eine vertrauensvolle Beziehung, die ein positives Umfeld für zukünftige Vertriebsmöglichkeiten schafft.
- **Anpassungsfähigkeit, Belastbarkeit und Agilität im Vertrieb** – schnelle Anpassung an Mehrdeutigkeiten; Bewältigung interner und externer Veränderungen; Kontrolle negativer Emotionen; Produktivität unter Druck und eine positive Einstellung zu zukünftigen Chancen.
- **Vertriebsmotivation und Leistungsorientierung** – Begeisterung für die Identifizierung und Gewinnung neuer Kunden; Bemühung um anspruchsvolle Vertriebsquoten und deren Erfüllung sowie das Bestreben, die Vertriebszahlen der Kollegen/Kolleginnen zu übertreffen.
- **Kommerzielle Kreativität** – Berücksichtigung der Wettbewerbslandschaft, des Umsatzes, der Kosten und der Risiken bei der Auswahl der Vertriebsstrategien; strategische Chancen proaktiv identifizieren und darauf reagieren; und Offenheit für innovative Methoden zur Sicherung des Geschäfts.



Bewerber-Punktzahl:

38/100



Empfohlen



Haftungsausschluss

Die auf diesen Seiten enthaltenen Informationen sind vertraulich und nur für die hiervon betroffene(n) Person(en) oder andere Bevollmächtigte(n) Personen vorgesehen.

Die im Bericht enthaltenen Informationen stellen keine Alternative zu einer Beratung von entsprechend qualifizierten Fachleuten dar. Wenn Sie konkrete Fragen zu konkreten Sachverhalten haben, sollten Sie sich an entsprechend qualifizierte Fachleute wenden.

Anweisungen

Dieser vertrauliche Bericht soll Ihnen dabei helfen, Voraussagen über das arbeitsbezogene Verhalten eines Bewerbers/einer Bewerberin zu treffen. Wenn Sie zusätzliche Informationen zu diesem Auswertungsbericht oder zu anderen Produkten von SHL benötigen, wenden Sie sich bitte an Ihren Kundenbetreuer.



Kommerzielle Analyse und Annahme von Technologien



Hiermit wird die Fähigkeit gemessen, innovative Technologien zu übernehmen und zu nutzen, gepaart mit der Neigung, eine datengesteuerte Perspektive zur Unterstützung der Vertriebsbemühungen zu haben. Dies ist gekennzeichnet durch: Entwicklung, Bewertung und Nutzung technischer Tools und Geräte zur Verbesserung der kommerziellen Ausführung; Engagement für Technologiesysteme und „Customer Relationship Management (CRM)“-Software; und die Nutzung von Daten zur Identifizierung von Mustern und Trends, um die Preisgestaltung, die Suche nach und Sicherung von neuen Geschäften und den Aufbau strategischer, langfristiger Partnerschaften mit Kunden zu unterstützen.

Der Bewerber fühlt sich wahrscheinlich so wohl wie andere, wenn er technische Tool nutzen muss, um geschäftliche Ziele zu erreichen. Er ist bereit, neue Softwaresysteme (z. B. Customer Relationship Management) zu erlernen, die Personen in Vertriebsrollen unterstützen. Er ist wahrscheinlich begeistert, wenn er versteht, wie neue digitale oder technologische Werkzeuge zur Erreichung von Geschäftszielen beitragen können, bevorzugt aber in einigen Bereichen seiner Arbeit vielleicht traditionelle Methoden. Er kann sich wohl dabei fühlen, über technologische Systeme zu kommunizieren, hat aber manchmal einige Benutzerschwierigkeiten mit den Systemen. Er zieht es wahrscheinlich vor, Informationen mit Hilfe von kommerziellen Datenanalysen, Fakten/Zahlen und Recherchen kritisch zu bewerten, um seine Entscheidungen zu leiten, anstatt sich auf seinen Instinkt zu verlassen.

Potenzial für Remote-Arbeit



Hiermit wird die kaufmännische Eignung in einer virtuellen Vertriebsumgebung und das Potenzial für Vertriebsfolge, wenn Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen über einen längeren Zeitraum hinweg aus der Ferne arbeiten, gemessen. Dies ist gekennzeichnet durch: die Neigung, sich auf wichtige Arbeitsgewohnheiten zu konzentrieren, hartnäckig zu bleiben, um Leads in Geschäfte zu verwandeln, Ressourcen online zu verwalten, organisatorische Richtlinien für die Arbeit in einem entfernten Umfeld zu befolgen, Enthusiasmus zu bewahren und effektiv autonom zu arbeiten.

Der Bewerber wird wahrscheinlich in einer Remote-Vertriebsrolle nicht erfolgreich sein. Er hat möglicherweise Schwierigkeiten, sich in einer virtuellen Umgebung auf den Geschäftsabschluss zu konzentrieren. Es ist wahrscheinlich, dass er organisatorische Richtlinien oder Regeln für die Arbeit aus der Ferne missachtet und weniger organisiert und systematisch arbeitet als in einem Büro. Es ist unwahrscheinlich, dass er sich mit der in einer Remote-Umgebung erforderlichen Autonomie wohlfühlt, und es kann vorkommen, dass er schwierige Aufgaben möglicherweise nicht bewältigt, wenn er auf Hindernisse stößt.

Personalisierung und Wertschöpfung



Hiermit wird die Fähigkeit gemessen, eng mit Kunden und potenziellen Kunden zusammenzuarbeiten, indem vertrauenswürdige Netzwerke und Beziehungen aufgebaut werden, die den Wert für den Käufer steigern. Dies ist gekennzeichnet durch: Aufbau und Nutzung einer effektiven Sozialisierung; die Fähigkeit, Beziehungen aufzubauen; die Fähigkeit, Kunden proaktiv mit gezielten Informationen zu versorgen und maßgeschneiderte Botschaften und Lösungen zu erstellen, die auf die Bedürfnisse und Herausforderungen der Kunden abgestimmt sind.

Der Bewerber ist wahrscheinlich in gleichem Maße wie andere bestrebt, durch praktische, kostengünstige und/oder maßgeschneiderte Lösungen den besten Wert für seine Kunden zu erzielen. Er wird wahrscheinlich versuchen, Beziehungen und Vertrauen zu seinen potenziellen und bestehenden Kunden aufzubauen, um „Win-Win“-Partnerschaften für beide Organisationen voranzutreiben. Manchmal ist er in der Lage, die Vertriebschancen zu kontrollieren und die Kunden auf die beste Lösung für ihre Bedürfnisse hinzuweisen. Er kann bescheiden und kontaktfreudig auftreten, um eine positive, professionelle Beziehung zu seinen Kunden aufzubauen, wobei er sich aufrichtig für ihre Bedürfnisse interessiert.

Vereinfachen und Übermitteln komplexer Informationen



Hiermit wird die Fähigkeit gemessen, komplexe Informationen zu identifizieren, zu kategorisieren und in einer Weise, die für Unternehmenskunden leicht verständlich ist, zu vermitteln. Dies zeichnet sich durch die Fähigkeit aus, komplexe Konzepte und Ideen zu vereinfachen und gleichzeitig sicherzustellen, dass Informationen zeitnah und in hoher Qualität an Kunden geliefert werden. Vertriebsmitarbeiter, die sich in diesem Bereich auskennen, stehen ihren Kunden zur Seite, wenn es darum geht, Informationen aus verschiedenen Quellen zusammenzufassen und die wichtigsten Punkte zu ermitteln, die für eine Kaufentscheidung erforderlich sind.

Es ist unwahrscheinlich, dass der Bewerber die Bedürfnisse seiner Kunden versteht. Er kann Schwierigkeiten haben, seinen Kunden die Informationen zur Verfügung zu stellen, die sie benötigen, um Kaufentscheidungen zu treffen, die diesen Bedürfnissen gerecht werden. Es ist unwahrscheinlich, dass er sich zu Wort meldet, wenn er das Gefühl hat, dass ein Kunde ungenaue oder irreführende Informationen verwendet. Ihm mangelt es auch an der Fähigkeit, komplexe oder längere Materialien auszuwerten und in leicht verständliche und prägnante Konzepte für den Kunden umzuwandeln. Er stellt den Kunden wahrscheinlich zwar die angeforderten Unterlagen zur Verfügung, aber es ist unwahrscheinlich, dass er proaktiv die relevantesten Informationen zur Verfügung stellt, um ihre Bedürfnisse zu erfüllen.

Zusammenarbeit und Förderung des Kundenvertrauens



Hiermit wird gemessen, zu welchem Ausmaß der Bewerber dazu neigt, dem Kunden das Gefühl zu geben, dass der Vertriebsprozess kooperativ verlaufen ist, und ihm ein Gefühl des Vertrauens zu vermitteln. Dies zeichnet sich aus durch: Schaffung eines Gefühls der Partnerschaft mit dem Kunden, Konsensbildung zwischen verschiedenen Interessengruppen und Unterstützung der Kunden beim Aufbau von Vertrauen in ihre Fähigkeit, kluge Kaufentscheidungen zu treffen – all dies fördert eine vertrauensvolle Beziehung, die ein positives Umfeld für zukünftige Vertriebsmöglichkeiten schafft.

Der Bewerber arbeitet wahrscheinlich gut in kooperativen Beziehungen mit seinen Kunden. Er wird wahrscheinlich mäßige Anstrengungen unternehmen, um gute Arbeitsbeziehungen zu seinen Kunden zu entwickeln und zu pflegen, und er neigt dazu, ein gewisses Maß an Interesse für seine Kunden und deren Bedürfnisse zu zeigen. Wahrscheinlich genießt er die Zusammenarbeit mit seinen Kunden, aber manchmal ist er nicht in der Lage, das volle Vertrauen der Kunden in den Kaufprozess zu gewinnen.

Anpassungsfähigkeit, Belastbarkeit und Agilität im Vertrieb



Hiermit wird die Wahrscheinlichkeit gemessen, dass die Person sich an eine sich schnell verändernde Branche anpassen und den Druck einer Vertriebsrolle aushalten kann. Dies ist gekennzeichnet durch: schnelle Anpassung an Mehrdeutigkeiten; Bewältigung interner und externer Veränderungen; Kontrolle negativer Emotionen; Produktivität unter Druck und eine positive Einstellung zu zukünftigen Chancen.

Der Bewerber kann sich wahrscheinlich gut an die ständigen Veränderungen in einem Business-to-Business-Vertriebsumfeld anpassen. Er wendet wahrscheinlich traditionelle Vertriebsmethoden an, kann aber auch neue Techniken einsetzen, wenn die etablierten Methoden unwirksam sind. In unklaren Situationen wird er sich wahrscheinlich nach mehr Informationen bemühen, um in ungewissen Umständen den Kaufprozess seiner Kunden zu kontrollieren und zu steuern. Er schätzt wahrscheinlich Stabilität in seiner Vertriebsrolle, ist aber von Zeit zu Zeit auch bereit für Abwechslung und neue Aufgaben. Er ist wahrscheinlich mit seinen Vertriebszielen zufrieden, kann aber manchmal Stress empfinden, wenn die Gefahr besteht, dass er seine Ziele nicht erreicht.

Vertriebsmotivation und Leistungsorientierung



Hiermit wird gemessen, zu welchem Ausmaß der Bewerber dazu neigt, durch das Erreichen von Vertriebszielen motiviert zu werden und sich darauf zu konzentrieren. Dies ist gekennzeichnet durch: Begeisterung für die Identifizierung und Gewinnung neuer Kunden; Bemühung um anspruchsvolle Vertriebsquoten und deren Erfüllung sowie das Bestreben, die Vertriebszahlen der Kollegen/Kolleginnen zu übertreffen.

Es ist unwahrscheinlich, dass der Bewerber sich gerne anspruchsvolle Vertriebsziele setzt oder diese verfolgt. Der Bewerber arbeitet wahrscheinlich lieber in einem ruhigen und langsamen Umfeld. Es ist unwahrscheinlich, dass der Bewerber ohne Anweisung oder Aufforderung durch Kollegen/Kolleginnen oder die Geschäftsleitung Chancen erkennt. Er kann bei einem hohen Arbeitspensum leicht ermüden und vermeidet es wahrscheinlich, mit seinen Kollegen/Kolleginnen zu konkurrieren, um Geschäfte abzuschließen.

Kommerzielle Kreativität



Hiermit wird gemessen, zu welchem Ausmaß der Bewerber dazu neigt, alle kaufmännischen Faktoren in den Entscheidungsprozess einzubeziehen. Dies ist gekennzeichnet durch: Berücksichtigung der Wettbewerbslandschaft, des Umsatzes, der Kosten und der Risiken bei der Auswahl der Vertriebsstrategien; strategische Chancen proaktiv identifizieren und darauf reagieren; und Offenheit für innovative Methoden zur Sicherung des Geschäfts.

Der Bewerber ist wahrscheinlich weniger als die meisten anderen in der Lage, neue Geschäftschancen zu identifizieren und zu sichern. Er ist wahrscheinlich weniger motiviert und energisch, wenn es darum geht, seine Chancen zu nutzen. Außerdem fehlt ihm manchmal das Bewusstsein für externe Faktoren, die Business-to-Business-Partnerschaften beeinflussen können. Möglicherweise sind ihm die differenzierenden Aspekte der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens im Vergleich zu den Konkurrenten nicht bewusst und er setzt weiterhin auf konventionelle Vertriebsstrategien, unabhängig von deren Wirksamkeit.



Vertriebsfokus



Hiermit werden die Attribute im Zusammenhang mit dem Erfolg in Vertriebspositionen gemessen. „Vertriebsfokus“ zeichnet sich aus durch: Beharrlichkeit, Hindernisse zu beseitigen, die dem Abschluss eines Geschäfts im Weg stehen, den Drang, anspruchsvolle Ziele zu verfolgen und Ergebnisse zu erzielen, und ein hohes Maß an Energie und Stehvermögen, selbst nach einer Abfuhr/Zurückweisung.

Bei diesem Bewerber ist es wahrscheinlicher als bei anderen, dass er beharrlich bleibt, die schnelle Erledigung der jeweiligen Angelegenheit vorantreibt und zusätzlichen Aufwand betreibt, um Hindernisse zu beseitigen, die dem erfolgreichen Abschluss eines Geschäfts im Weg stehen. Der Bewerber zeigt wahrscheinlich einen Drang, Ergebnisse zu erzielen und Erwartungen zu übertreffen, und arbeitet hart daran, anspruchsvolle Ziele zu erreichen. Er neigt dazu, schnell zu arbeiten, fühlt sich durch einen vollen Arbeitsplan motiviert und kommt nach einer Abfuhr/Zurückweisung schnell wieder auf die Beine.

Toleranz gegenüber Druck im Vertrieb



Hiermit wird ermittelt, inwieweit der Bewerber mit dem ständigen Druck umgehen kann, der mit dem Erreichen anspruchsvoller Vertriebsziele verbunden ist. Personen mit dieser Charaktereigenschaft lassen sich von Vertriebszielen motivieren und anstecken, zeigen in Verhandlungs- und Beeinflussungssituationen Selbstvertrauen und sind zielorientiert.

Der Bewerber bleibt aller Wahrscheinlichkeit nach auch in Situationen mit hohem Vertriebsdruck ruhig und entspannt. Er lässt sich von Vertriebserwartungen wahrscheinlich motivieren und anspornen, statt einschüchtern, was darauf hindeutet, dass seine Leistung nicht vom Stress der Arbeitsbelastung und/oder von Arbeitssituationen in Mitleidenschaft gezogen wird. Der Bewerber geht an Verhandlungen mit Kunden oder an den Versuch, Kunden zu überzeugen, mit Selbstbewusstsein heran und ist in Situationen mit hohem Druck meistens erfolgreich.