
Rapport du recruteur Leadership en matière de ventes

Responsable commercial(le)

- 1** Introduction

- 2** Modèle Leadership en matière de ventes de SHL

- 3** Résultats globaux

- 4** Résultats pour les compétences transformation des ventes

- 5** Autres résultats

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

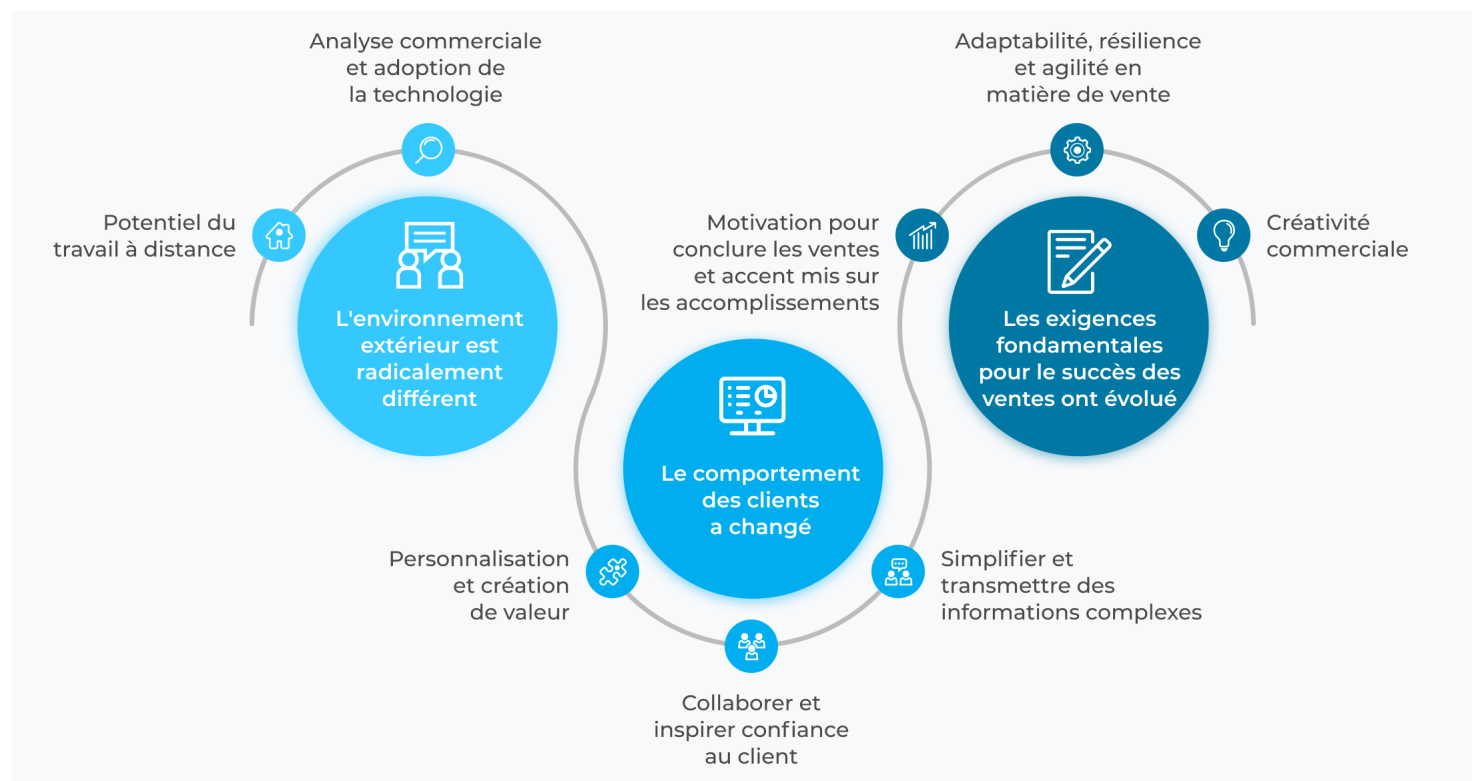
Dans cet environnement en évolution rapide, il n'est pas surprenant que les compétences requises pour être un vendeur performant changent également. SHL a évalué plus de 11 000 professionnels de la vente B2B, et en a tiré deux conclusions principales :

- 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 Leadership en matière de 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.



Score du candidat :

33/100 |  **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.



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 quelque peu mal à l'aise avec l'utilisation d'outils techniques destinés à atteindre des objectifs commerciaux. Il est susceptible d'éviter l'apprentissage 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 de préférer les méthodes traditionnelles pour effectuer son travail, qui ne dépendent pas des avancées et des changements numériques sur le lieu de travail de la vente, et peut se sentir mal à l'aise quant à communiquer par le biais de systèmes technologiques. Il est probable qu'il se fie à son instinct ou à ses sentiments pour atteindre ses objectifs de vente plutôt que d'évaluer de manière critique les informations à l'aide d'analyses de données commerciales, de faits/chiffres et de recherches.

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 est susceptible de réussir aussi bien que d'autres dans un rôle de vente à distance. Il est susceptible de rester énergique et concentré pour conclure des ventes dans un environnement virtuel. Il est susceptible de se conformer aux politiques organisationnelles entourant les pratiques de travail à distance. Parfois, il peut être légèrement moins organisé ou systématique que lorsqu'il travaille dans un bureau. Il est susceptible d'être à l'aise avec l'autonomie impliquée par un environnement virtuel et de persévérer dans les tâches difficiles, quel que soit l'effort requis.

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 est susceptible de chercher à comprendre les besoins des clients et peut déployer des efforts modérés pour partager les sources d'information pertinentes à leurs besoins. Il est susceptible de s'exprimer lorsqu'il estime qu'un client utilise des informations inexacts ou trompeuses, mais il peut parfois ne pas corriger complètement les informations inexacts. Il peut fournir aux clients la documentation demandée à partir d'une ou deux sources et serait susceptible de diriger les clients vers les informations qui seraient les plus pertinentes à leurs besoins. De temps en temps, il évalue et convertit des documents complexes ou longs en concepts faciles à comprendre et succincts pour le client.

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 moins susceptible que les autres de réussir à travailler avec ses clients. Il est susceptible d'avoir des difficultés à développer des relations de collaboration avec les clients et peut avoir du mal à travailler de manière cohérente avec un client. Il peut ne pas encourager et soutenir le client dans son processus de prise de décision et ne pas se préoccuper suffisamment des besoins du client.

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 aura probablement du mal à s'adapter aux changements constants dans un environnement de vente interentreprises. Il est susceptible de préférer les méthodes de vente traditionnelles dans sa routine quotidienne établie. Il est susceptible d'être mal à l'aise dans les situations ambiguës et incapable de guider le processus d'achat de leurs clients dans l'incertitude. Il peut ressentir plus de stress que les autres lorsque des techniques innovantes sont suggérées ou mises en œuvre pour trouver ou conclure de nouvelles opportunités commerciales. Il peut trouver la pression pour atteindre les objectifs de vente parfois écrasante et peut exprimer un point de vue négatif à ses clients sur les opportunités ou les changements.

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.

Le candidat est susceptible de faire preuve d'un enthousiasme modéré quant à fixer et poursuivre des objectifs de vente ambitieux. Il est susceptible d'être à l'aise dans une culture de vente très énergique et au rythme soutenu, mais peut, parfois, fixer son propre travail pour suivre un rythme plus décontracté. Il est susceptible d'être à l'aise pour travailler de manière indépendante afin de se développer et de répondre à différentes opportunités lorsque cela est nécessaire. Le candidat peut ne pas toujours afficher des niveaux d'énergie élevés mais est susceptible de faire preuve de détermination lorsqu'il travaille sur des tâches importantes ou à forte visibilité. Il est susceptible d'être prêt à rivaliser avec ses collègues mais peut ne pas être très motivé dans un environnement compétitif.

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 aussi susceptible que la plupart des gens d'identifier et d'obtenir de nouvelles opportunités commerciales. Il est susceptible d'être motivé et énergique pour conclure ses nouvelles opportunités commerciales et peut faire preuve d'une certaine sensibilité face aux facteurs externes pouvant avoir un impact sur les partenariats interentreprises. Il est susceptible de bien connaître ses produits et services et de comprendre les facteurs qui le différencient de ses concurrents. Il est susceptible de penser à l'avenir et d'envisager d'adapter sa stratégie de vente en fonction de son efficacité.



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.

Le candidat est susceptible d'apprécier de diriger et de superviser une équipe de professionnels de la vente. Il est susceptible de rechercher et de comprendre les principales sources de motivation des professionnels de son équipe. Il est susceptible de connaître les forces et les faiblesses de son équipe et peut généralement déléguer des tâches avec succès sur la base de ces informations. Il est susceptible de montrer un intérêt pour les performances de ses collaborateurs directs, de soutenir leurs opportunités de développement si nécessaire, et de témoigner de la reconnaissance et de l'appréciation pour les accomplissements substantiels au cas par cas. Il est susceptible de fournir un retour d'information utile et de résoudre tout problème de mauvaise performance, le cas échéant.