

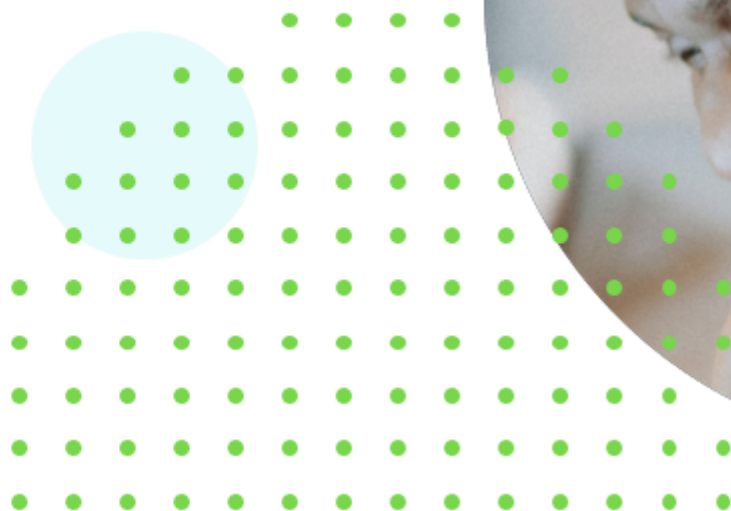
セールストラנסフォーメーション採用担当者用レポート：営業マネジャー

受検者氏名：

Sample Candidate

受検日：

2023/02/16



セールストランスフォーメーションインサイト

企業間取引（BtoB）の営業機能は、急速かつ包括的な転換を遂げつつあります。営業機能の多くがこの変化に対応して進むことに苦戦しており、中でも営業生産性と人材ギャップが二大課題であると報告されています。

SHLは、弊社の営業職用アセスメントをご利用くださっているお客様のご協力のもと、現代のデジタルセールス分野において営業組織が対応すべき「3つの共通原則」を特定しました。

1. 著しく変容した社外環境

世界的な営業の変化において、データと分析は要と言えます。最も成功している営業組織では、その営業活動において分析ツールが有効活用される機会が増えています。また同時に、BtoB営業の多くが従来のビジネスモデルからデジタルの営業のやり取りに切り替えており、BtoB営業リーダーの89%がデジタル化は加速すると予測しています。

2. 変化した消費者の行動

デジタルの営業のやり取りが著しく増加した結果、営業職の役割が変わってきています。営業プロセスの半分以上は、営業担当者が初めて関わる以前の段階で完了しています。また、BtoB購買者の実に70%以上がデジタルセルフサービスやリモートのやり取りを好むと述べています。一方で、商品やサービスのパーソナライズ化や意思決定プロセスの簡素化など、新たな形で営業担当者との連携を求める購買者も見られます。

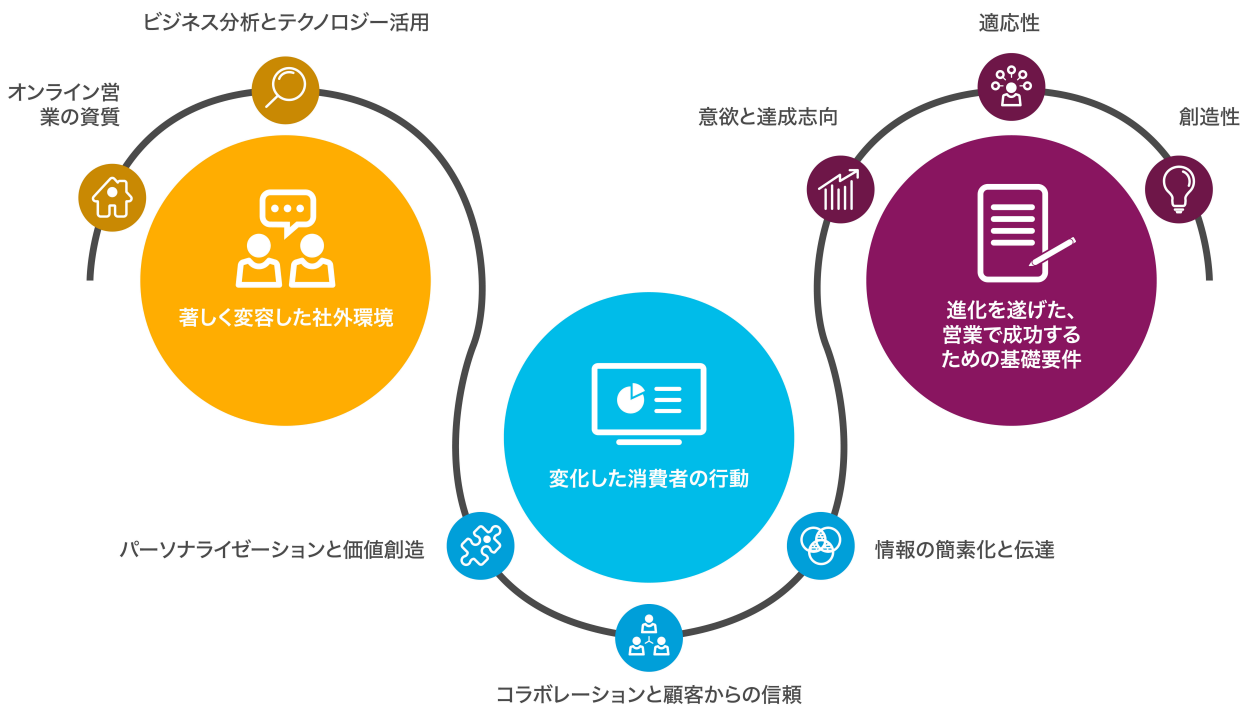
3. 進化を遂げた、営業で成功するための基礎要件

急速に変化する環境の中、営業成績トップの座を獲得するために必要となるコンピテンシーも変わってきたことは、驚くものではありません。SHLは現在までにBtoB営業職員11,000人以上を対象にアセスメントを実施してきましたが、その中で重要な発見が2つありました。

- 「従来型」コンピテンシーの一部は重要なコンピテンシーとして残っています。例えば、営業意欲、売上への執着心、達成志向などが挙げられます。
- 一方で、適応力やレジリエンス（回復力）など、高業績者に際立っている新たなコンピテンシーも浮上しています。

SHLのセールストランスフォーメーションモデル

自社のインサイトと研究結果を活用し、SHLは3つの要素から成る行動モデルを構築しました。これは、成功するために必要とされる主要なコンピテンシードライバーを、これら3要素それぞれに対して特定したものです。



ビジネス分析とテクノロジー活用：営業活動強化のため、技術ツールおよびデバイスを開発、評価、活用すること。技術システムおよび顧客関係管理（CRM）ソフトウェアに対してコミットメントを持つこと。データを活用してパターンや傾向を特定し、価格設定、新規事業の発掘および確保、顧客との戦略的かつ長期的なパートナーシップの構築に役立てること。

オンライン営業の資質：主要な業務習慣を維持できる傾向。商談成立に向け粘り強く取り組むこと。オンラインでリソースを管理すること。リモートワークに関する職場のガイドラインに従うこと。熱意を維持すること。うまく自律的に業務を遂行すること。

パーソナライゼーションと価値創造：効果的な人間関係を構築し活用すること。信頼関係を築く能力。顧客を目的とする情報に積極的に近づくこと。顧客のニーズや課題を捉え、それに合わせたメッセージやソリューションを立案すること。

情報の簡素化と伝達：タイミングよく上質な情報を顧客に提供できるよう、複雑なコンセプトやアイデアを簡素化する能力。この領域のスキルが高い営業担当者は、顧客が複数の情報源からの情報を統合することを支援し、購買決定を可能にするために理解すべき要点を特定することを助けます。

コラボレーションと顧客からの信頼：顧客との間にパートナーシップ意識を創り出すこと。複数の利害関係者間でコンセンサスを築くこと。賢い購買を行う能力について顧客が自信を持てるようサポートすること。上記のいずれも顧客との信頼関係を育てることにつながり、将来の営業機会を生む良好な環境を構築することができます。

適応性：曖昧な状況に迅速に順応すること。社内外の変化に対応すること。マイナスの感情をコントロールすること。プレッシャー下でも生産性を維持すること。プラス思考で将来の機会を見い出せること。

意欲と達成志向：新規顧客を特定、確保することに対する熱意。厳しい営業ノルマを求め、達成すること。同僚の売上を超えようと努力すること。

創造性：営業戦略を決定する際、競合状況、収益、費用、リスクを考慮すること。戦略的機会を特定し、行動に移すこと。ビジネスを確保するため革新的な手法を受け入れること。

営業リーダーシップ：BtoB営業チームを率い、各自のスキルとポテンシャルに応じて仕事を任せること。少し背伸びの必要な売上目標が達成できるようチームメンバーを動機づけること。業績に関する明確な期待値と基準を設けること。業務状況をモニタリングすること。各個人が持てる力を存分に発揮できるようコーチングすること。

総合得点

受検者の得点：



パーセンタイル：89%

✔ 推薦する

免責事項：

これらのページに含まれる情報は本質的に機密であり、関係者または許可された者のみを対象としたものです。

適切な資格を持つ専門家からの助言に代わるものとしてこの報告書の情報に頼ることはしないでください。特定の問題について具体的な質問がある場合、適切な資格を持つ専門家に相談する必要があります。

説明

本レポートは機密情報であり、その内容は受検者の職場における行動の予測に役立てることを目的としたものです。このレポートの解釈やSHLのその他の製品の詳細情報については、弊社担当者までお問い合わせください。

各コンピテンシーの得点



ビジネス分析とテクノロジー活用

営業活動に役立つデータ主導の視点を持ちながら、革新的なテクノロジーを取り入れて利用する能力を測定しており、次の要素で構成されています。営業活動強化のため、技術ツールおよびデバイスを開発、評価、活用すること。技術システムおよび顧客関係管理（CRM）ソフトウェアに対してコミットメントを持つこと。データを活用してパターンや傾向を特定し、価格設定、新規事業の発掘および確保、顧客との戦略的かつ長期的なパートナーシップの構築に役立てること。



この受検者は、営業目標を達成するために技術ツールを利用することに抵抗を感じない可能性が非常に高いです。営業職を支援する新しいソフトウェアシステム（顧客関係管理など）について学ぶことに意欲的であり、時に、自身の組織や顧客に対しこれらの技術ツールを推奨するでしょう。担当する全ての業務において、新たなデジタルツールや技術ツールがどのように営業目標の推進に役立つかを理解することに熱心である可能性が高く、技術システムを利用して楽にコミュニケーションをとることが多いでしょう。意思決定の際、直感に頼るのではなく、ビジネスデータ分析や事実、数値、調査に基づく情報を綿密に評価することを好み、統計データや数字を活用して商談を成立させる傾向があります。



オンライン営業の資質

バーチャルな環境における営業適性です。長期間のリモート営業で成功するポテンシャルを測定しており、次の要素で構成されています。主要な業務習慣を維持できる傾向。商談成立に向け粘り強く取り組むこと。オンラインでリソースを管理すること。リモートワークに関する職場のガイドラインに従うこと。熱意を維持すること。うまく自律的に業務を遂行すること。



この受検者は、リモート環境での営業において、優れた成果を出す可能性が高いです。売上目標にひたすら集中し、目標達成に向けていかなる障害も乗り越えようとするでしょう。リモートワークに関する職場の方針に従い、バーチャル環境での自律的な働き方を好む傾向があります。働く場所（オフィスかリモートか）にかかわらず、整理され体系立った仕事の仕方をするでしょう。バーチャルな仕事環境において最大限努力をする傾向があり、たとえ大きな障害が生じた場合でもビジネスチャンスを確認できる可能性が高いです。



パーソナライゼーションと価値創造

購買者にとっての価値を高めるような信頼できるネットワークと関係を確立することによって、顧客や見込み客と緊密に連携する能力を測定しており、次の要素で構成されています。効果的な人間関係を構築し活用すること。信頼関係を築く能力。顧客を目的とする情報に積極的に近づけること。顧客のニーズや課題を捉え、それに合わせたメッセージやソリューションを立案すること。



この受検者は、実用的で費用対効果が高くカスタマイズされたソリューションを通じて、顧客に最高の価値が提供できるよう努力する可能性が非常に高いです。既存顧客および見込み客と信頼関係を築くことを優先事項として捉える傾向があり、営業機会に対応するために自分のネットワークや顧客との盤石な関係を活かす可能性が非常に高いです。顧客の課題に適したソリューションを立案でき、顧客のニーズに即した最適なソリューションに顧客を導くでしょう。謙虚で社交的な印象を与え、顧客のニーズを心から真摯に気遣うことで、顧客と良好な仕事上の関係を築くことにつながる可能性があります。



情報の簡素化と伝達

顧客企業が理解しやすいように、複雑な情報を識別、分類、伝達する能力を測定するものです。タイミングよく上質な情報を顧客に提供できるよう、複雑なコンセプトやアイデアを簡素化する能力です。この領域のスキルが高い営業担当者は、顧客が複数の情報源からの情報を統合することを支援し、購買決定を可能にするために理解すべき要点を特定することを助けます。

9

この受検者は、顧客のニーズを理解する可能性が非常に高く、顧客が意思決定に必要な全ての情報を持ち、内容を理解しているようにするために、多いに努力するでしょう。顧客が不正確な、または誤解を招く情報を使用していると思ったら、その旨をはっきり言う可能性が非常に高く、顧客に正確な情報を提供しようとするようです。必要に応じて、複雑で長い情報を吟味し、顧客にとって簡潔でわかりやすい内容に置き換えるでしょう。顧客の意思決定プロセスに役立つ多くの資料や書類を様々な情報源から提供するだけでなく、顧客が情報を理解しやすいよう、資料を集約し、最も関連性の高い内容を提示する可能性も高いです。



コラボレーションと顧客からの信頼

営業プロセスはコラボレーションであるという感覚を生み出し、顧客に信頼感を与える傾向を測定しており、次の要素で構成されています。顧客との間にパートナーシップ意識を創り出すこと。複数の利害関係者間でコンセンサスを築くこと。賢い購買判断を行う能力について顧客が自信を持てるようサポートすること。上記のいずれも顧客との信頼関係を育てることにつながり、将来の営業機会を生む良好な環境を構築することができます。

7

この受検者は、顧客との協力的な関係のもと、うまく連携できる可能性が他の人より高く、誠意を持って、良好な仕事関係を容易に築ける可能性が高いです。顧客の意思決定プロセスを支援し促進するために相当な努力をし、顧客のニーズが満たされるよう適切な気遣いができるでしょう。



適応性

急速に変化する産業界に順応し、営業職のプレッシャーに耐えられる可能性を測定しており、次の要素で構成されています。曖昧な状況に迅速に順応すること。社内外の変化に対応すること。マイナスの感情をコントロールすること。プレッシャー下でも生産性を維持すること。プラス思考で将来の機会を見出せること。



この受検者は、**BtoB**営業環境の絶え間ない変化にうまく適応できる可能性があります。従来の営業手法を活用することが多いですが、既存の進め方が有効でない場合には新しい手法を採用するようです。不確実な環境において顧客の購買プロセスをコントロールし誘導できるよう、曖昧な状況下でより多くの情報を追求する可能性が高いでしょう。営業職という役割に安定性を求める傾向がありますが、同時に変化を好み、時には新たな作業や目標を取り入れるでしょう。自らの売上目標を苦にすることは少ないようですが、目標が達成できないリスクが生じると時にストレスを感じるかもしれません。



意欲と達成志向

売上目標の達成によって動機づけられ、それに集中し続ける傾向を測定しており、次の要素で構成されています。新規顧客を特定、確保することに対する熱意。厳しい営業ノルマを求め、達成すること。同僚の売上を超えようと努力すること。



この受検者は、困難で厳しい売上目標を追求し達成することにモチベーションと誇りを感じる可能性が高いです。少し背伸びの必要な売上目標を達成することがやる気につながるでしょう。質の高い仕事をする傾向があり、同僚よりも良い成果を出したいという願望がモチベーションを高める可能性があります。厳しくペースの早い営業環境と、自身の目標達成に向けて自主的に取り組むことを好み、成果を上げるために指示や補助を必要としないようです。



創造性

意思決定プロセスにおいてあらゆる商業的要因を考慮する傾向を測定しており、次の要素で構成されています。営業戦略を決定する際、競合状況、収益、費用、リスクを考慮すること。戦略的機会を特定し、行動に移すこと。ビジネスを確保するため革新的な手法を受け入れること。



この受検者が新たなビジネス機会を見出し確保する可能性は、ほとんどの人よりも高いです。既存のパートナーシップを育むことと新たな営業機会を成立させることに對し、高いモチベーションとエネルギーを感じるでしょう。BtoBのパートナーシップに影響しうる外的要因を包括的に捉え、念頭に置いている可能性があります。また、自身が提供する商品やサービスに対する知識が豊富であり、競合との差別化のポイントを理解している可能性が高く、従来の営業手法に代わる革新的な営業戦略を採用する傾向があります。



営業リーダーシップ

営業マネジメントやリーダー職で成功につながる特性を測定しており、主に次の要素で構成されています。BtoB営業チームを率い、各自のスキルとポテンシャルに応じて仕事を任せること。少し背伸びの必要な売上目標が達成できるようチームメンバーを動機づけること。業績に関する明確な期待値と基準を設けること。業務状況をモニタリングすること。各個人が持てる力を存分に発揮できるようコーチングすること。

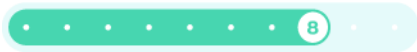


この受検者が営業チームを指揮し監督することで満足感を得る可能性は、他の人と同じくらいです。担当する営業チームのメンバーが何を主なモチベーションの源としているのかを理解しようとする傾向があります。チームの強みと弱みを把握しており、その情報をもとに概ねうまく仕事を任せられることができるでしょう。直属部下の業績に関心を示し、必要に応じて部下の成長の機会を支援したり、著しい成果に対して個別に評価して称賛したりする可能性があります。また、業績不振の部下に対しては必要に応じて有益なフィードバックを提供し、問題の解決に取り組むでしょう。



管理判断力

仕事の上で生じる様々な状況にうまく対処する良い判断ができる傾向です。マネジャーとして直面する可能性の高い状況に関する質問に対する受検者の回答から得られた得点を基に判断されています。



スタッフとのコミュニケーション、従業員の育成やモチベーションの管理に関する判断について、この受検者の回答プロフィールは、非常に有能なマネジャーが下す判断と類似しています。プロフィールの類似度が高いことから、この受検者がマネジャーとして成功する可能性は高いでしょう。