

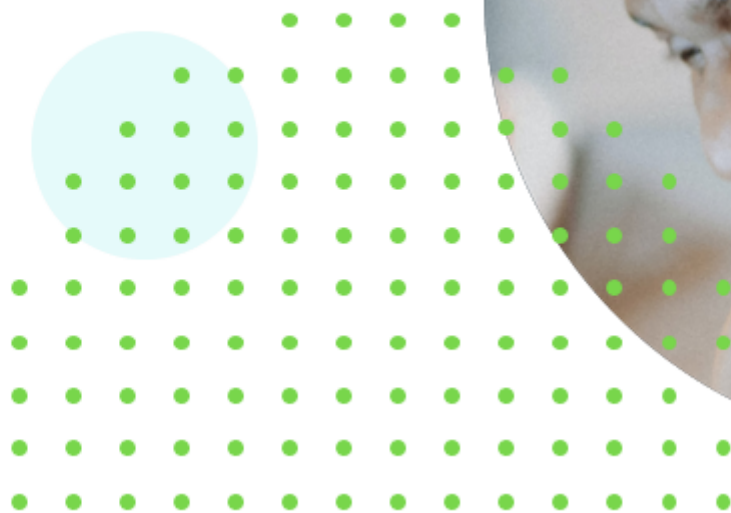
# Rapport du recruteur de la transformation des ventes – Responsable des ventes

**Nom de la candidate :**

Mme Sample Candidate

**Date:**

10/06/2022



# 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.

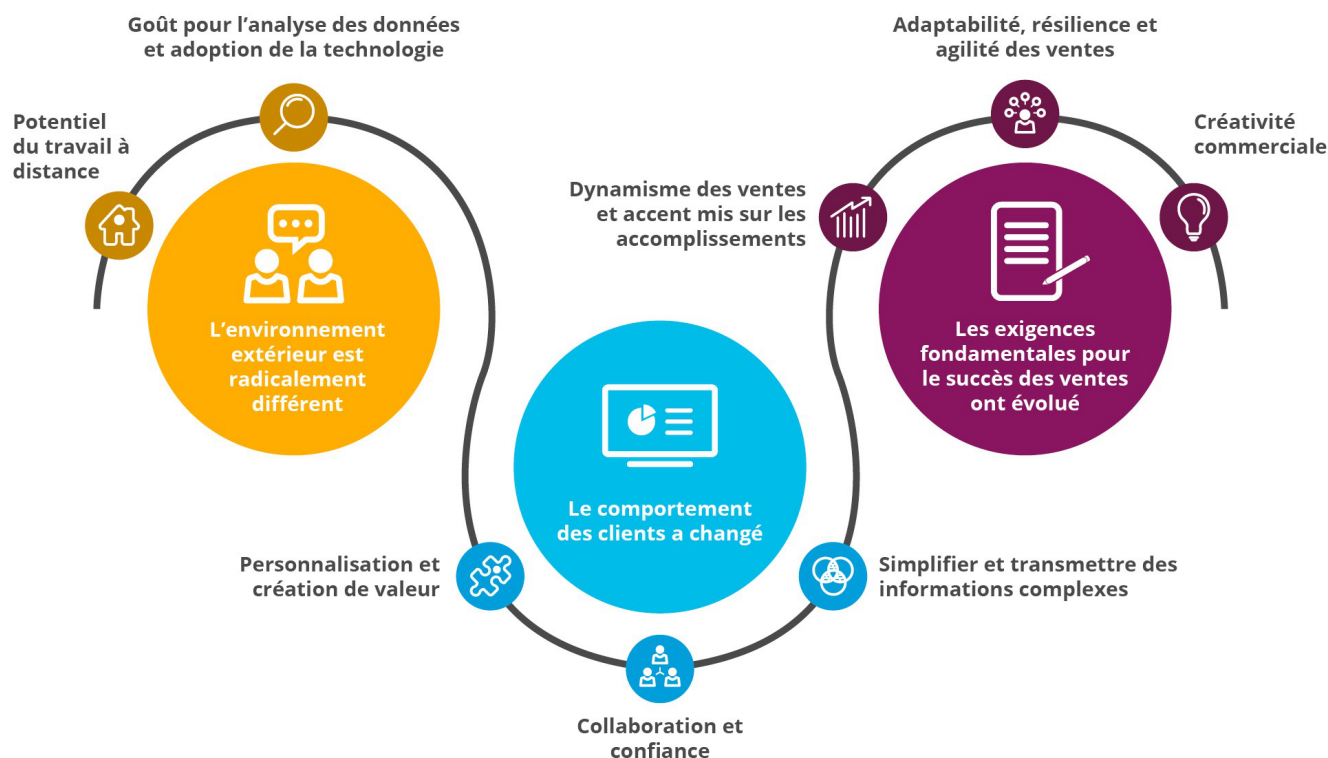
## 3 Les exigences fondamentales pour le succès des ventes ont évolué

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.

## Score général

### Score de la candidate :



**Centile : 4%**

**⊗ Non recommandé**

### Avis de non-responsabilité :

Les informations figurant ici 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. Pour toute question, veuillez vous adresser à un professionnel dûment qualifié.

### 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.

## 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.



**La candidate est susceptible d'être quelque peu mal à l'aise avec l'utilisation d'outils techniques destinés à atteindre des objectifs commerciaux. Elle 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. Elle 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'elle 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.



**La candidate n'est pas susceptible d'exceller dans un rôle de vente à distance. Elle peut avoir des difficultés à rester concentrée pour conclure des ventes dans un environnement virtuel. Elle 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'elle travaille dans un bureau. Il est peu probable qu'elle soit à l'aise avec l'autonomie requise dans un environnement à distance et il se peut qu'elle ne persiste pas dans les tâches difficiles lorsqu'elle est confrontée 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.



**Il est peu probable que la candidate cherche à obtenir la meilleure valeur pour les clients en proposant des solutions pratiques, rentables et/ou personnalisées. Elle est susceptible de chercher des solutions qui servent ses propres intérêts plutôt que les besoins du client. Elle est susceptible d'avoir des difficultés à établir la confiance avec les clients et pourrait réagir indécemment ou ne pas répondre aux défis des clients plutôt que d'identifier de manière proactive des solutions qui atténueraient ces défis. Elle est susceptible de paraître parfois trop confiante avec les clients en soulignant ses succès personnels avec d'autres clients au lieu de se concentrer sur les besoins du client actuel. Parfois, la candidate peut perdre le contrôle des opportunités commerciales en ne guidant pas activement le client vers des solutions qui répondent à ses 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.



**La candidate 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. Elle n'est pas susceptible de s'exprimer lorsqu'elle pense qu'un client utilise des informations inexactes ou trompeuses. Elle ne sait pas non plus évaluer et convertir des documents complexes ou longs en concepts faciles à comprendre et succincts pour le client. Elle peut fournir aux clients la documentation demandée, mais il est peu probable qu'elle 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.



**La candidate est moins susceptible que les autres de réussir à travailler avec ses clients. Elle 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. Elle 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.



**La candidate aura probablement du mal à s'adapter aux changements constants dans un environnement de vente interentreprises. Elle est susceptible de préférer les méthodes de vente traditionnelles dans sa routine quotidienne établie. Elle 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. Elle 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. Elle 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.



**Il est peu probable que la candidate aime fixer ou poursuivre des objectifs de vente ambitieux. La candidate est plus susceptible d'aimer travailler dans un environnement calme et au rythme lent. La candidate est peu susceptible d'identifier des opportunités sans l'orientation ou les conseils de ses collègues ou de la direction. Elle 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.

2

**La candidate est moins susceptible que la plupart des gens d'identifier et d'obtenir de nouvelles opportunités commerciales. Elle est susceptible d'être moins motivée 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'elle ne connaisse pas les aspects différenciateurs de ses produits et services par rapport à ses concurrents et qu'elle continue à utiliser des stratégies de vente conventionnelles, quelle que soit leur 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.

3

**Il est peu probable que la candidate apprécie de diriger une équipe de professionnels de la vente. Elle n'est pas susceptible de chercher à comprendre ce qui motive son équipe de vente et peut déléguer des tâches qui ne correspondent aux ressources. Elle n'est pas susceptible de soutenir les efforts de ses collaborateurs directs pour développer ses flux de revenus et peut être dépourvue de la volonté de guider et de diriger son équipe, laissant plutôt ses professionnels de la vente se diriger eux-mêmes de manière indépendante. Elle peut manquer des occasions d'encadrer les membres de son équipe pour qu'ils atteignent leurs objectifs de développement et professionnels, tout en omettant de reconnaître et d'apprécier leurs accomplissements.**



## 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.



**Le profil de réponse de la candidate en ce qui concerne le discernement dont elle peut faire preuve quand il s'agit de gérer la communication avec ses collaborateurs, le développement et la motivation des employés n'est pas similaire au discernement dont font preuve les managers hautement performants. La faible correspondance entre les profils suggère que la candidate n'est pas susceptible d'être une bonne manager.**