



销售专家报告
李 家文

职业
风格

内容

序言.....	3
销售风格分析-概述.....	4
销售风格分析.....	5
销售胜任力分析.....	6
销售重点分析.....	7
销售环境匹配预测分析.....	8

关于报告

本报告基于Wave®风格测评结果生成，分析个人在关键工作领域的动机、偏好、需求和才能。

此结果经与7000多名国际销售人员组成的对照组进行比较后获得。

问卷采用自我报告法，因此测评结果会反映被测评人的自我感知。我们的广泛研究表明，此测评能够很好地显示人们在工作场所可能的行为方式，但在解读数据时需适当考虑个体自我感知的主观性。

请谨记，本报告包含潜在敏感信息，应尽最大努力确保将其保管在安全的地方。

本报告包含的信息应该能在为期12至24个月的时间段内很好地反映个体对自我的感知，准确时限则应视具体环境而定。

报告使用Saville Assessment软件系统生成。它根据回答者完成的测评结果得出，反映了回答者所作出的回答。

本报告通过电子方式生成。Saville Assessment不保证其内容未经更改或编辑。对于使用本报告可能产生的一切后果，我们不承担任何责任。

本报告仅限Saville Assessment员工、Saville Assessment代理商和Saville Assessment所授权的客户使用。

序言

销售风格分析

销售风格分析概述了八个主要的风格部分，分属思维、影响力、适应和执行四大模块。在分析中，对八个部分都分别进行了描述。

销售胜任力分析

销售胜任力分析对李家文在八个关键销售领域可能出现的优点和局限性作出独特的预测。通过这八个领域的得分与文字描述可以看出其工作绩效的各方面构成情况。预测结果应结合目标岗位的工作要求（可通过职位分析或能力分析得到）进行解释。需注意，过高的结果也可能反映了测试者不切实际的过高的自我评价，过低的结果也可能反映了测试者过于严苛的自我评价。在这种情况下，需要参考本报告提供的其它信息加以验证。

销售重点分析

销售重点分析针对李家文在三个销售重点指标（新业务重点、账户管理重点、销售领导能力重点）的潜能提供信息。这三个重点指标各自对应着不同销售职位的效力。

销售环境匹配预测分析

销售环境匹配预测分析表明了对于销售人员李家文而言可能更高效或更低效的工作场合。该分析根据职业风格问卷的回答，显示了高低排名情况。

销售风格分析-概述

该剖析详细评估了李 家文对风格问卷的作答结果。本部分的开头综述了作答风格，随后对分析结构进行说明。接下来的一页报告四大模块的结果。

作答风格



测评指标说明

Saville Assessment的广泛研究表明，以Sten分数形式呈现的分数（包含常模比较和自模比较）对工作绩效有最佳预测力。此外，关于细微差异的信息也会在分析结果中进行标示（这是Wave报告的独有特点）：

N - I 常模-自模倾向一致性。 若常模比较（自评）和自模比较（迫选）分数相差3个Sten分或以上，则分别以 **N** 和 **I** 符号标示。当自模比较分数比常模比较分数高时，被测评人可能在自我描述中过于苛刻。当常模比较分数比自模比较分数高时，则可能意味着被测评人对自身较为宽容，并可能在自我描述中有所夸大。此分析仅指明测试结果需进一步验证的维度，而非某种衡量被测评人社会称许性反应的方法。

M - T 动机-能力一致性。 若相关维度的动机和才能分数相差3个Sten分或以上，则分别以 **M** 和 **T** 符号标示。差异可能代表被测评人在相关领域的发展动力，或显示其受环境影响较大的领域。

销售风格分析



销售胜任力分析

本分析报告总结了李 家文最突出和较不突出的潜能。对胜任力潜能的测评开发基于Saville Assessment与Wave工作绩效相关的广泛国际数据库。

胜任力	预测得分
解决问题 确定需求 了解客户需求 (6); 分析信息 (7)	比较高 潜能比大约75%的常模人群高
提出解决方案 利用专业知识 (8); 充满创造力 (10)	极高 潜能比大约99%的常模人群高
影响他人 开发潜在客户 保持融洽关系 (3); 建立关系 (7)	比较低 潜能比大约25%的常模人群高
达成交易 讲解信息 (4); 改变观点 (7); 质疑反对意见 (10)	高 潜能比大约90%的常模人群高
适应方法 保持积极心态 应对压力 (4); 灵活应对变化 (5); 保持自信 (7)	中等 潜能比大约60%的常模人群高
共同合作 支持他人 (3); 共同合作 (2)	很低 潜能比大约5%的常模人群高
交付成果 遵守规则 井然有序 (1); 维持标准 (1)	极低 潜能比大约1%的常模人群高
注重结果 采取行动 (8); 追求目标 (7)	高 潜能比大约90%的常模人群高

销售重点分析

对照重点指标（涉及不同销售职位的效力），以下分析总结了李 家文突出或不突出的潜能。

重点指标	预测得分	
新业务重点 例如：开发潜在客户；谈判交易；采用创造性的战略	 7	比较高 潜能比大约75%的常模人群高
客户管理重点 例如：管理客户；保持服务水平；针对现有客户进行额外推销	 1	极低 潜能比大约1%的常模人群高
销售领导力重点 例如：做出决策；制定发展方向；激励销售人员	 9	很高 潜能比大约95%的常模人群高

销售环境匹配预测分析

销售环境匹配预测分析表明了对于销售人员李 家文而言可能更高效或更低效的工作场合。该分析根据职业风格问卷的回答，显示了高低排名情况。

对销售人员李 家文来说可能是更高效的工作场合：

- ➕ 探求创意解决方案、创新技术和发展战略是销售过程的重要组成部分
- ➕ 质疑客户的观点并驳回反对意见对达成交易有益
- ➕ 通过学习来提高并展现专业知识，提供有远见的方法，从而与客户建立信任关系
- ➕ 要求主动投入精力，去寻求新的交易并推动销售的完成
- ➕ 需要对买家进行劝说，并用积极的发展前景来说服买家

对销售人员李 家文来说可能是更低效的工作场合：

- ❓ 维持高标准、遵从内部流程和外部监管十分重要
- ❓ 优先为客户建立一套强调规划和遵守最后期限的销售交付管理方法
- ❓ 要求与同事和客户合作，以达成协议和交付项目
- ❓ 重点关注在现有的基础上建立新的联系，以开发客户网
- ❓ 营造支持性的互信环境并分配时间了解客户的动机十分重要