



銷售專家報告
李 家文

職業

風格

內容

簡介.....	3
銷售風格分析-概述.....	4
銷售風格分析.....	5
銷售勝任力分析.....	6
銷售重點分析.....	7
銷售環境匹配預測分析.....	8

關於報告

本報告基於 Wave® 風格評估結果產生，該評估旨在分析個人在關鍵工作領域的動機、偏好、需求和才能。

此結果經與超過7000名國際銷售人員組成的對照組比較而獲得。

由於問卷採用自我報告的方法，因此評估結果反映了個人的自我認知。根據我們的深入研究，本評估可幫助瞭解人們在工作場所可能發生的行為。然而，在分析這些資料時，必須充分考慮受評者的自我感知具有主觀性。

請謹記：本報告可能包含敏感資訊，所以應盡最大努力確保本報告儲存於安全之處。

本報告包含的資訊通常能很好地反映受評者的自我感知，其有效期為12至24個月，視具體環境而定。

本報告由 Saville Assessment 軟體系統基於受評者完成的評估結果產生，反映了受評者做出的回答。

本報告透過電子方式產生，因此 Saville Assessment 不保證其內容未經更改或編輯。對於無論以何種方式使用本報告產生的一切後果，我們不承擔任何責任。

本評估僅限於Saville Assessment員工、Saville Assessment代理商及由Saville Assessment授權的客戶使用。

簡介

銷售風格分析

銷售風格分析概述了八個主要的風格部分，分成思維、影響、適應和執行四大模組。在分析中，對八個部分都分別進行了描述。

銷售勝任力分析

銷售勝任力分析對李 家文在八個關鍵銷售領域可能出現的強項和局限性做出獨特的預測。通過這八個能力大項下面的文字描述與分數反映了工作績效的各方面表現情況。這一預測結果應結合關鍵工作要求（可運用職位分析或能力分析方法制定）進行解釋。過高的分數可能反映了受評者不切實際的過高自我評價，而過低的分數則可能反映了過於嚴苛的自我評價。在這種情況下，參考其他資訊以驗證結果尤為重要。

銷售重點分析

銷售重點指標分析針對李 家文在三個銷售重點指標（新業務開發、客戶管理、銷售領導能力）的潛能提供資訊。這三個重點指標各自對應不同銷售職位的銷售效益。

銷售環境匹配預測分析

銷售環境匹配預測分析表明了對於銷售人員李 家文而言可能更有效益或更沒效益的工作環境。該分析根據職業風格問卷的回答，顯示了高低排名情況。

銷售風格分析-概述

該剖析詳細評估了李 家文對風格問卷的作答結果。

回答概述



測試指標說明

Saville Assessment 的深入研究表明：工作績效的最佳預測值一般是以Sten分數級形式表示的分數（常模比較和自模比較）。還針對 Wave 報告獨有且由剖析凸顯出的細微差別提供相關資訊：

N - I 常模-自模傾向分差。若常模比較（評級）和自模比較（排序）的分數相差3個Sten分數或以上，分別會以 **N** 和 **I** 來表示。當自模比較分數比常模比較分數高時，受評者可能在其自我描述中作出過份苛刻的自我評價。若常模比較分數比自模比較分數高，則可能說明受評者對自己比較寬容，在其常模比較的描述中有所誇大。這種分析不是業界期望的籠統評估方法，而是體現了有待進一步驗證的具體領域。

M - T 動機-才能分差。若動機和才能分數相差三個或更多個 Sten 分數，分別會以 **M** 和 **T** 標示出來。這些差別可能意味著在相關領域發展的動力，或者表示受環境巨大影響的相關領域。

銷售風格分析



銷售勝任力分析

此評估提供了 李 家文 突出和不突出的潛能領域。勝任力潛能的量測方式是根據 Saville Assessment 將 Wave 連結到工作表現的廣泛國際資料庫所開發。

勝任力	預測得分
解決問題 確定需求 瞭解客戶需求 (6); 分析資訊 (7)	較高 潛能高於對照組中約75%的人群 
提出解決方案 利用專業知識 (8); 充滿創造力 (10)	极高 潛能高於對照組中約99%的人群 
影響他人 開發潛在客戶 保持融洽關係 (3); 建立關係 (7)	较低 潛能高於對照組中約25%的人群 
達成交易 講解資訊 (4); 改變觀點 (7); 反駁不同意見 (10)	高 潛能高於對照組中約90%的人群 
適應方法 保持正面心態 應對壓力 (4); 彈性應對變化 (5); 保持自信 (7)	中等 潛能高於對照組中約60%的人群 
共同合作 支持他人 (3); 共同合作 (2)	很低 潛能高於對照組中約5%的人群 
交付成果 遵守規則 井然有序 (1); 維持標準 (1)	极低 潛能高於對照組中約1%的人群 
注重結果 採取行動 (8); 追求目標 (7)	高 潛能高於對照組中約90%的人群 

銷售重點分析

對照重點指標（涉及不同銷售職位的效力），以下分析總結了李 家文突出或不突出的潛能。

重點指標	預測得分	
新業務開發 例如：開發潛在客戶、談判交易、採用創造性的戰略	 7	较高 潛能高於對照組中約75%的人群
客戶管理重點 例如：管理帳戶、保持服務水準、針對現有客戶進行額外推銷	 1	极低 潛能高於對照組中約1%的人群
銷售領導力重點 例如：決策、制定發展方向、激勵銷售人員	 9	很高 潛能高於對照組中約95%的人群

銷售環境匹配預測分析

銷售環境匹配預測分析表明了對於銷售人員李 家文而言可能更有效益或更沒效益的工作環境。該分析根據職業風格問卷的回答，顯示了高低排名情況。

對銷售人員李 家文來說可能是更有效率的工作環境：

⊕ 找尋創意解決方案、創新技術和發展策略是銷售過程的重要事項

⊕ 質疑客戶的觀點並駁回反對意見對達成交易有益

⊕ 通過學習來提高並展現專業知識，提供有遠見的方法，從而與客戶建立信任關係

⊕ 要求主動投入精力，去尋找新的交易並推動銷售完成

⊕ 需要對買家進行遊說，並透過正面觀點說服買家

對銷售人員李 家文來說可能是更沒效率的工作環境：

⊖ 維持高標準、遵從內部流程和外部監管十分重要

⊖ 透過優先為客戶建立一套強調規劃和準時交付的計畫完成銷售任務

⊖ 需要與同事和客戶合作，以達成協議和交付專案

⊖ 關注在現有客戶網絡基礎上開發新的聯繫，持續開發客戶網絡

⊖ 營造支持性的互信環境並分配時間瞭解客戶的動機十分重要