Talent in Innovation.
Innovation in Talent.

OPQ
Obchodní report

Jméno
Pan Sample Candidate

Datum
01 října 2018

ÚVOD

SHL Obchodní report vám pomáhá porozumět tomu, do jaké míry je pan Sample Candidate vhodným kandidátem na danou obchodní pozici. Informace v této zprávě jsou založené na výsledcích Pracovního osobnostního dotazníku (OPQ) a Motivačního dotazníku (MQ). Uvedené informace je také vhodné využít k identifikaci silných stránek a oblastí k rozvoji souvisejících s obchodní (prodejní) efektivitou.

Výzkumu společnosti SHL se zúčastnily tisíce lidí působících v obchodní oblasti v různých odvětvích tak, aby bylo možné vyčlenit ty faktory, které z nich jsou obecně pro oblast obchodu důležité. I když se ukázalo, že všechny ze zmíněných faktorů ovlivňují obchodní efektivitu, je nepostradatelné, abyste vy sami určili, které jsou nejdůležitější pro vaši danou situaci. S informacemi uvedenými v této zprávě smí pracovat i lidé bez zvláštního proškolení nebo bez specifických znalostí.

Pokud je tato zpráva používána v rámci výběrového procesu, je nutné, aby ten, kdo o něm rozhoduje, disponoval náležitou znalostí efektivních výběrových technik a detailů dané pracovní pozice. Tento report předpokládá, že jeho uživatel má dostatečné vědomosti o dané pozici a jejích požadavcích k tomu, aby se za použití této zprávy mohl kvalifikovaně rozhodnout. K určení kandidátovy způsobilosti zastávat danou pracovní pozici by měly být během výběrového procesu získávány další podklady z pohovorů a jiných relevantních hodnotítích nástrojů.

Pokud je tato zpráva používána k rozvojovým účelům, je nepostradatelné, aby příslušný uživatel tohoto reportu disponoval dobrou znalostí rozvojových technik a opatření.

JAK TENTO REPORT POUŽÍVAT

Tento report má tři hlavní části: **Obchodní základy, Motivace** a **Obchodní cyklus**. Na konci reportu naleznete sekci **Obchodní profil**, která poskytuje souhrnný přehled všech předchozích částí.

Část **Obchodní základy** se zaměřuje na faktory, které jsou důležité pro prodejní efektivitu napříč většinou obchodních situací. I když se míra jejich důležitosti může lišit pozice od pozice, lze tyto faktory aplikovat na většinu obchodních rolí.

Část **Motivace** se soustředí na motivátory, které mohou ovlivnit obchodní efektivitu. Motivace je síla, která pohání jednotlivce k výkonu. Motivace určuje, kolik energie člověk investuje do své práce a co danému jednotlivci pomáhá tuto energii udržovat. Motivace může mít důležitý vliv na podaný výkon a úspěch.

Část **Obchodní cyklus** se zaměřuje na faktory, které jsou důležité v průběhu typického prodejního procesu. Porozumění přirozeným silným stránkám daného jednotlivce v rámci obchodního cyklu pomáhá určit, v jakém prodejním prostředí bude jeho výkon nejefektivnější. Tato část také může pomoci identifikovat oblasti, kde další rozvoj a trénink může zvýšit celkovou efektivitu.

Poslední oddíl tohoto reportu poskytuje přehled všech dat - z částí Obchodní základy, Motivace a Obchodní cyklus - na jedné stránce. Tento **Obchodní profil** je například praktické využít, pokud porovnáváme individuální profil jednotlivce s faktory, které jsou v rámci dané obchodní role nebo situace vyžadovány.

© 2018 SHL a /nebo její přidružené společnosti. Všechna práva vyhrazena.

OBCHODNÍ ZÁKLADY

Obchodní základy jsou faktory, které jsou jsou důležité pro prodejní efektivitu ve většině obchodních situací. Vyobrazený sloupcový graf ukazuje, jak zdatný bude pan Candidate v jednotlivých oblastech. Definice každého hodnoceného faktoru je uvedena vždy pod příslušným grafem. Pod každou definicí je dále uveden popis nízkého a vysokého skóru.

Bylo prokázáno, že každý z těchto hodnocených faktorů ovlivňuje úspěch v prodeji napříč rozmanitými obchodními situacemi. Obecně lze říci, že pro většinu obchodních rolí je preferováno vysoké hodnocení v každém z prezentovaných faktorů. Nicméně některé faktory mohou být pro různé obchodní situace více či méně relevantní. Měli byste sami určit, které faktory jsou více či méně významné konkrétně pro vaši specifickou situaci.

Zobrazená hodnocení mohou identifikovat oblasti, které jsou silnými stránkami hodnoceného a ze kterých je možné benefitovat při dalším zvyšování obchodní efektivity. Stejně tak mohou poukázat na klíčové oblasti, ve kterých by cílený rozvoj a / nebo další vzdělávání mohly obchodní výkonnost více zdokonalit.

Obchodní sebedůvěra



Definice: Při jednání s ostatními z něj vyzařuje sebejistota a působí dojmem mimořádně schopného a talentovaného člověka.

- Lidé s vyššími skóry mají tendenci být velmi sebevědomí i ve značně náročných a stresových situacích.
- Lidé s nižšími skóry mohou být nesmělí nebo zdrženliví. V některých situacích se mohou zdát být zastrašení nebo nejistí.

Obchodní nasazení



Definice: Projevuje vysoké nasazení a entuziasmus, touží po úspěchu, povzbuzuje se k dosahování obtížných cílů.

- Lidé s vyššími skóry jsou plní energie, s vysokým odhodláním postavit se jakýmkoliv výzvám a soupeřům.
- Lidé s nižšími skóry se projevují jako méně energičtí, s nižší mírou odhodlání.

Obchodní vytrvalost



Definice: Je plný optimismu a houževnatosti, nevzdává se ani v nejtěžších situacích, využívá nových příležitostí.

- Lidé s vyššími skóry jsou optimističtí a uvolnění i v náročných nebo vypjatých situacích.
- Lidé s nižšími skóry se mohou poměrně snadno nechat odradit v situacích, kdy se jim příliš nedaří.

Přizpůsobivost



Definice: Identifikuje a aplikuje nejvhodnější styl chování, který maximalizuje úspěch v dané prodejní situaci. Je schopný řídit vztahy s klienty i s potenciálními zákazníky.

- Lidé s vyššími skóry jsou vnímaví vůči ostatním lidem a velmi flexibilní a uvážliví při jednání se zákazníky.
- Lidé s nízkými skóry nejsou příliš pohotoví v přizpůsobování svého stylu chování nebo přístupu konkrétním situacím nebo lidem.

Naslouchání



Definice: Empaticky naslouchá druhým, je všímavý při pozorování ostatních a při interpretaci jejich chování.

- Lidé s vyššími skóry pozorně naslouchají a dobře komunikují s ostatními.
- Lidé s nižšími skóry bývají špatní posluchači.

Otevřenost ke změnám



Definice: Má schopnost rychle se adaptovat i v pracovním prostředí s dramatickými a neustálými změnami nebo sám mění způsob realizace činností.

- Lidé s vyššími skóry se snadno vyrovnávají se změnami přístupů nebo postupů a projevují schopnost rychle se adaptovat na měnící se pracovní podmínky.
- Lidé s nižšími skóry nereagují příliš efektivně nebo pozitivně na situační nebo organizační změny.

© 2018 SHL a /nebo její přidružené společnosti. Všechna práva vyhrazena.

MOTIVACE

Pracovní podmínky nebo okolnosti, které podporují motivaci k výkonu, jsou nazývány motivátory. Motivátory popisují, co u daného jednotlivce ovlivňuje míru pracovního nasazení a odhodlání uspět. Sloupcové grafy zobrazené níže ukazují, jak efektivně je jednotlivými motivátory podněcován k výkonu pan Candidate a jeho chování. U každého motivátoru je také uvedena jeho definice.

Tento report identifikuje vybrané specifické motivátory a pravděpodobnou míru, se kterou pohánějí výkon hodnoceného. Nepředstavují hodnocení celkové motivace. (Lepším ukazatelem celkové motivace je úroveň Obchodního nasazení, která je zmíněná v části Obchodní základy.)

Identifikování motivátorů, které jsou účinné u daného jednotlivce, poskytuje příležitost porozumět tomu, co pravděpodobně bude pohánět jeho obchodní výkonnost. Například pokud víme, že je daný člověk velmi motivovaný penězi, můžeme u něj podporovat zaměření na pozice a situace, ve kterých má možnost dosáhnout vysokých finančních výdělků. Ten, kdo je motivovaný růstem, bude vhodným člověkem na pozice, jejichž součástí jsou neustálý rozvoj a tréninkové příležitosti.

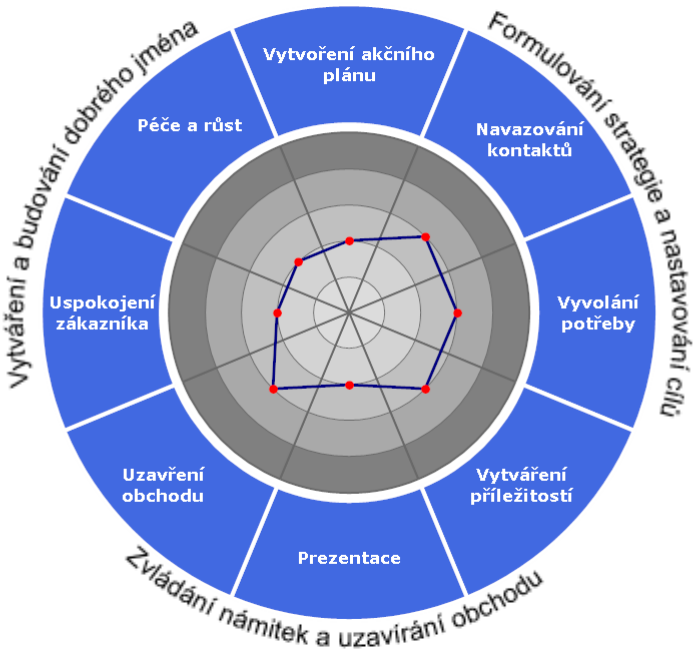
	Nemotivující				Velmi motivující
Peníze *Peněžní a materiální odměny*					
Soutěživost *Příležitosti vyhrát nad kolegy a konkurenty*					
Úspěch *Jasné nastavení cílů a situací tak, aby pro jejich dosažení byla klíčová osobní výkonnost jednotlivce*					
Tempo *Prostředí, ve kterém probíhá hodně aktivit a kde se stále něco děje*					
Kontakt s lidmi *Prostředí, kde musí v průběhu celého pracovního dne jednat s ostatními lidmi*					
Uznání *Prostředí, ve kterém jednotlivec dostává hodně chvály a uznání za dobře odvedenou práci*					
Rozvoj *Příležitosti k osobnímu nebo profesnímu rozvoji a možnosti naučit se novým dovednostem*					
Autonomie *Možnost pracovat bez úzkého dohledu a strukturovat si svoji vlastní práci*					

© 2018 SHL a /nebo její přidružené společnosti. Všechna práva vyhrazena.

OBCHODNÍ CYKLUS

Obchodní cyklus znázorňuje preference chování hodnoceného jednotlivce za pomocí fakorů, které jsou podstatné v průběhu typického obchodního cyklu. Poukazuje na pravděpodobnou míru efektivity hodnoceného jednotlivce v osmi klíčových fázích prodejního procesu a pomáhá určit, ve kterých částech typického obchodního cyklu bude nejzdatnější. Zvýrazněná čára uvnitř diagramu znázorňuje individuální Profil obchodního cyklu. Body umístěné blíže k obvodu diagramu představují vyšší skóry. Body směřující ke středu představují nižší skóry. Obecně lze říci, že jsou ve všech oblastech, které jsou klíčové pro dosažení úspěchu v rámci dané obchodní role, preferovány skóry umístěné více směrem k obvodu kruhu. Skóry zobrazené blíže ke středu diagramu naopak upozorňují na oblasti k rozvoji a / nebo k dalšímu vzdělávání.

Definice a sloupcové grafy pro každý z faktorů Obchodního cyklu jsou zobrazeny níže pod diagramem.



Vytvoření akčního plánu Nízká Vysoká

Provádí hloubkovou analýzu trhu, vkládá značné úsilí do zhodnocení postavení produktů na trhu a formulace efektivních obchodních aktivit.

Navazování kontaktů Nízká Vysoká

Navazuje kontakty s potenciálními klienty, dokáže „prolomit ledy" a navodit atmosféru, ve které se ostatní lidé cítí příjemně, je iniciativní v budování nových vztahů.

Vyvolání potřeby Nízká Vysoká

Dokáže pracovat s emocemi zákazníka, vzbudit u něj potřebu koupit a navodit pozitivní emoční vztah k produktu nebo ke službě.

Vytváření příležitostí Nízká Vysoká

Rozumí potřebám zákazníků a přichází s inovativními nápady.

Prezentace Nízká Vysoká

Produkty a / nebo řešení prezentuje poutavým způsobem a sebevědomě jak jednotlivcům, tak skupinám zákazníků; nepociťuje stres a obavy.

Uzavření obchodu Nízká Vysoká

Dotahuje obchod do konce, dokáže přimět zákazníka ke včasným rozhodnutím, vypořádává se s jeho námitkami, vyjednává o konečné ceně a podmínkách obchodu.

Uspokojení zákazníka Nízká Vysoká

Věnuje zákazníkovi přetrvávající péči i po uzavření obchodu, vytváří si s ním vztah a dělá maximum pro jeho spokojenost.

Péče a růst Nízká Vysoká

Udržuje vztah se zákazníky i po uzavření obchodu, neustále vyhledává jejich další potřeby a nové obchodní příležitosti.

© 2018 SHL a /nebo její přidružené společnosti. Všechna práva vyhrazena.

OBCHODNÍ PROFIL

Tato část v souhrnné podobě poskytuje přehled výsledků, kterých pan Sample Candidate dosáhl.

Pokud jsou zde uvedené informace použity za účelem zhodnocení, do jaké míry kandidát odpovídá ideálnímu profilu určité obchodní pozice nebo situace, je důležité, abyste předem určili, které faktory jsou klíčové pro úspěch v dané roli. Před porovnáním profilu jednotlivce s ideálním profilem dané obchodní pozice jsou obvykle použity informace z analýzy práce, jež slouží jako podklad pro rozlišení, které faktory jsou v dané situace nepostradatelné, důležité nebo žádoucí. (Sloupec „Důležité pro úspěch" zobrazený ve schématu níže může sloužit jako prostor pro zaznamenání těchto informací.)

Protože to, jak jednotlivé motivátory napomáhají danému jedinci dosahovat úspěchu, je velmi individuální, neměly by být hodnoceny oproti ideálnímu profilu dané pozice nebo situace. Místo toho byste je spíše měli porovnávat v kontextu toho, jaké motivátory jsou pro daného jedince reálně dostupné a které naopak nikoliv.

I když jsou informace uvedené v tomto reportu přesným hodnocením jedince, jeho motivace a souvisejících obchodních faktorů, je důležité mít na paměti, že všechny zde představené informace jsou založené na bázi sebehodnocení. Existuje mnoho dalších faktorů, které mohou mít na obchodní (prodejní) efektivitu vliv. Z tohoto důvodu je velmi důležité, pokud je tento report použitý za účelem zhodnocení kandidáta vůči ideálnímu profilu na danou pozici, aby při hodnocení jeho způsobilosti byly brány v úvahu také další informace jako jsou například zkušenosti, znalosti a konkrétní schopnosti.

	1 2 3 4 5	Důležité pro úspěch?* (zhodnoťte nebo zaškrtněte)
Obchodní základy		
Obchodní sebedůvěra	■■■□□	
Obchodní nasazení	■■■□□	
Obchodní vytrvalost	■■■□□	
Přizpůsobivost	■■■■□	
Naslouchání	■■□□□	
Otevřenost ke změnám	■■■■□	
Motivace		
Peníze	■□□□□	n/a
Soutěživost	■■■□□	n/a
Úspěch	■□□□□	n/a
Tempo	■■■□□	n/a
Kontakt s lidmi	■■□□□	n/a
Uznání	■■□□□	n/a
Rozvoj	■□□□□	n/a
Autonomie	■■□□□	n/a
Obchodní cyklus		
Vytvoření akčního plánu	■■□□□	
Navazování kontaktů	■■■□□	
Vyvolání potřeby	■■■□□	
Vytváření příležitostí	■■■□□	
Prezentace	■■□□□	
Uzavření obchodu	■■■□□	
Uspokojení zákazníka	■■□□□	
Péče a růst	■■□□□	

*** UŽIVATEL TOHOTO REPORTU JE ZODPOVĚDNÝ ZA URČENÍ RELEVANCE JEDNOTLIVÝCH FAKTORŮ VZHLEDEM K PŘÍSLUŠNÉ POZICI**

© 2018 SHL a /nebo její přidružené společnosti. Všechna práva vyhrazena.

METODOLOGIE HODNOCENÍ

Tento Profil vychází z následujících zdrojů informací pro kandidáta: pan Sample Candidate

Dotazník / Test schopností	Srovnávací skupina
OPQ32r Russian v1 (Std Inst)	OPQ32r RUSSIAN Široká veřejnost 2012 (INT)
MQ UK English v1 (Std Inst)	MQM5 UKE UK General Population 2000

DETAILNÍ OSOBNÍ INFORMACE

Jméno	Pan Sample Candidate
Údaje o kandidátovi	RP1=5, RP2=4, RP3=4, RP4=8, RP5=5, RP6=5, RP7=5, RP8=4, RP9=4, RP10=3, TS1=5, TS2=3, TS3=5, TS4=3, TS5=5, TS6=5, TS7=6, TS8=8, TS9=4, TS10=4, TS11=2, TS12=4, FE1=7, FE2=7, FE3=7, FE4=3, FE5=4, FE6=4, FE7=5, FE8=6, FE9=3, FE10=4, CNS=1. X1=1, E3=6, E2=2, E1=6, S1=4, S2=3, S5=1, I3=3
Zpráva	Obchodní report v2.0 RE

O SESTAVĚ

Tato sestava byla vytvořena pomocí systému Online Assessment System společnosti SHL. Zahrnuje informace z Motivačního dotazníku (MQ). S jeho výsledky smí pracovat výhradně osoby, které byly proškoleny v oblasti jeho používání a v interpretaci výsledků.

Sestavu zde uvedenou tvoří výsledky převzaté z dotazníku zpracovaného respondentem(y) a v zásadní míře odráží jeho (jejich) odpovědi. Při interpretaci dat je nutné vzít v úvahu subjektivní povahu hodnocení.

Tato sestava byla vytvořena elektronicky – uživatel softwaru může provádět změny a dodatky k textu této sestavy.

SHL Global Management Limited a její přidružené společnosti nemohou zaručit, že sestava obsahuje nezměněné výstupy počítačového systému. Neneseme žádnou odpovědnost za důsledky použití sestavy, včetně odpovědnosti jakéhokoliv druhu (včetně nedbalosti).

www.shl.com

© 2018 SHL a /nebo její přidružené společnosti. Všechna práva vyhrazena. SHL a OPQ jsou obchodními značkami registrovánými ve Spojeném království a dalších zemích.

Tato sestava byla vytvořena společností SHL ve prospěch jejího klienta a obsahuje intelektuální vlastnictví společnosti SHL. Společnost SHL souhlasí s reprodukcí, distribucí, úpravou a uchováváním této sestavy pro interní a nekomerční použití klientem. Všechna ostatní práva společnosti SHL jsou vyhrazena.

© 2018 SHL a /nebo její přidružené společnosti. Všechna práva vyhrazena.