

SALESVIEW360

Informe SalesView360 para:

Sally Sample
Tools4Success

6 Oct 2016



Resumen del Informe de Feedback

Introducción

El informe de feedback le proporciona la información de cómo es usted percibido, teniendo en cuenta las 13 capacidades críticas requeridas para el comportamiento competitivo dentro de su organización

Su informe resume el feedback del total y el tipo de evaluadores que encuentra a continuación:

Auto	1
Encargado	1
Cliente	2
Miembro del Equipo	2

¿Qué me aporta este Informe?

- ✓ Definiciones de Competencias
- ✓ Resumen de Autoconciencia
- ✓ Resumen de Competencias
- ✓ Comportamientos Más Frecuentes / Menos Frecuentes
- ✓ Resumen de Comportamientos
- ✓ Comentarios finales
- ✓ Guía del Plan de Desarrollo

Nombre de los Encuestados

Sally Sample	Auto
Rater1 Test1	Encargado
Rater2 Test2	Cliente
Rater3 Test3	Cliente
Rater4 Test4	Miembro del Equipo
Rater5 Test5	Miembro del Equipo

Definiciones de Competencias

Ventas

Orientación Consultiva De las ventas

Explica características y ventajas a los clientes y a los clientes potenciales. Procura proponer sugerencias en cuanto a las ventas para solucionar problemas de organización, de equipo e individuales.

Foco de Servicio

Hace un seguimiento sobre todos los compromisos y promesas. Mantiene al cliente informado de una manera oportuna y proporciona un servicio al cliente continuo.

Dirección de Planificación/Territorio De las ventas

Establece una secuencia lógica de actividades de trabajo y maneja el tiempo productivamente. Desarrolla los proyectos a corto plazo y a largo plazo de las ventas analizando clientes potenciales y datos de cliente para ampliar futuras ventas.

Interpersonal

Permiso de Confianza

Proporciona consejo objetivo e imparcial, información y apoyo sobre la compra de productos y servicios.

Demostración de Respeto

Responde a objeciones de manera respetuosa. Respeta decisiones relacionadas con las ventas y permite a los clientes tomar decisiones sobre sus compras sin presión.

Resolución de Conflicto

Maneja y resuelve diferencias interpersonales y conflictos con otros e intenta entender puntos de vista contrarios.

Influya en Negociación

Utiliza estilos apropiados interpersonales y accesos en la facilitación de individuos y grupos hacia el logro de tarea.

Audiencia

Escucha con atención y entiende la comunicación verbal de otros

Definiciones de Competencias (Continuación)

Comunicación Oral/escrita

Capacidad de presentar puntos de vista individuales y de organización a grupos de manera clara y persuasiva. Capacidad de expresar pensamientos escritos e ideas de manera clara y concisa. Capacidad de transportar pensamientos orales e ideas de manera clara y concisa.

Intrapersonal

Esfuerzos de Logro

Consigue tareas, proyectos y asignaciones a tiempo y con la calidad. Propone objetivos ambiciosos de las ventas y se esfuerza en superarlos coherentemente.

Resistencia

Capacidad de mantener equilibrio y funcionamiento bajo presión y tensión. Capacidad de enfrentarse eficazmente a cambios de manera constructiva. Demuestra la persistencia ante los retos.

Solución de Problema

Analiza situaciones, identifica soluciones alternativas y desarrolla acciones específicas. Junta y utiliza la información disponible para entender y solucionar problemas en la organización.

Autodesarrollo

Capacidad para manejar con eficacia el tiempo, la energía y capacidades para crecimiento continuo personal y funcionamiento máximo.

Definiciones de Competencias (Continuación)

ESCALA DE CALIFICACIÓN

1	Casi nunca
2	Con poca frecuencia
3	A veces
4	Con frecuencia
5	Casi siempre
NC	No observable "NS/NC"

Introducción al Índice de Autoconciencia

INTRODUCCION

Algunos estudios sugieren que el conocimiento de uno mismo sobre sus fortalezas y sus áreas potenciales de desarrollo, es importante para el éxito y desempeño del trabajo. El **Índice de Autoconciencia** ofrece la posibilidad de comparar sus propias puntuaciones con las de otros grupos (ej. superiores, subordinados, compañeros) en las competencias más importantes evaluadas por **SalesView360**.

Las puntuaciones han sido promedias y son comparadas con las suyas propias y estan graficamente mostradas en uno de los cuatro cuadrantes que aparecen a continuación. El **Índice de Autoconciencia** puede ser clasificado de 4 formas distintas:

- ✓ Fortalezas Potenciales - Las competencias representadas en este cuadrante son aquellas que obtienen una evaluación más alta por parte del grupo de evaluadores que la suya propia
- ✓ Fortalezas Confirmadas - Las competencias representadas en este cuadrante son aquellas que obtienen una evaluación más alta por su parte y por parte del grupo de evaluadores
- ✓ Áreas de Desarrollo Potenciales - Las competencias representadas en este cuadrante son aquellas que obtienen una evaluación más baja por parte del grupo de evaluadores que la suya propia
- ✓ Áreas de Desarrollo Confirmadas - Las competencias representadas en este cuadrante son aquellas que obtienen una evaluación más baja por su parte que por el grupo de evaluadores

OTROS PUNTUACIONES	Altas	Fortalezas Potenciales	Fortalezas Confirmadas
	Bajas	Áreas de Desarrollo Confirmadas	Áreas de Desarrollo Potenciales
		Bajas	Altas

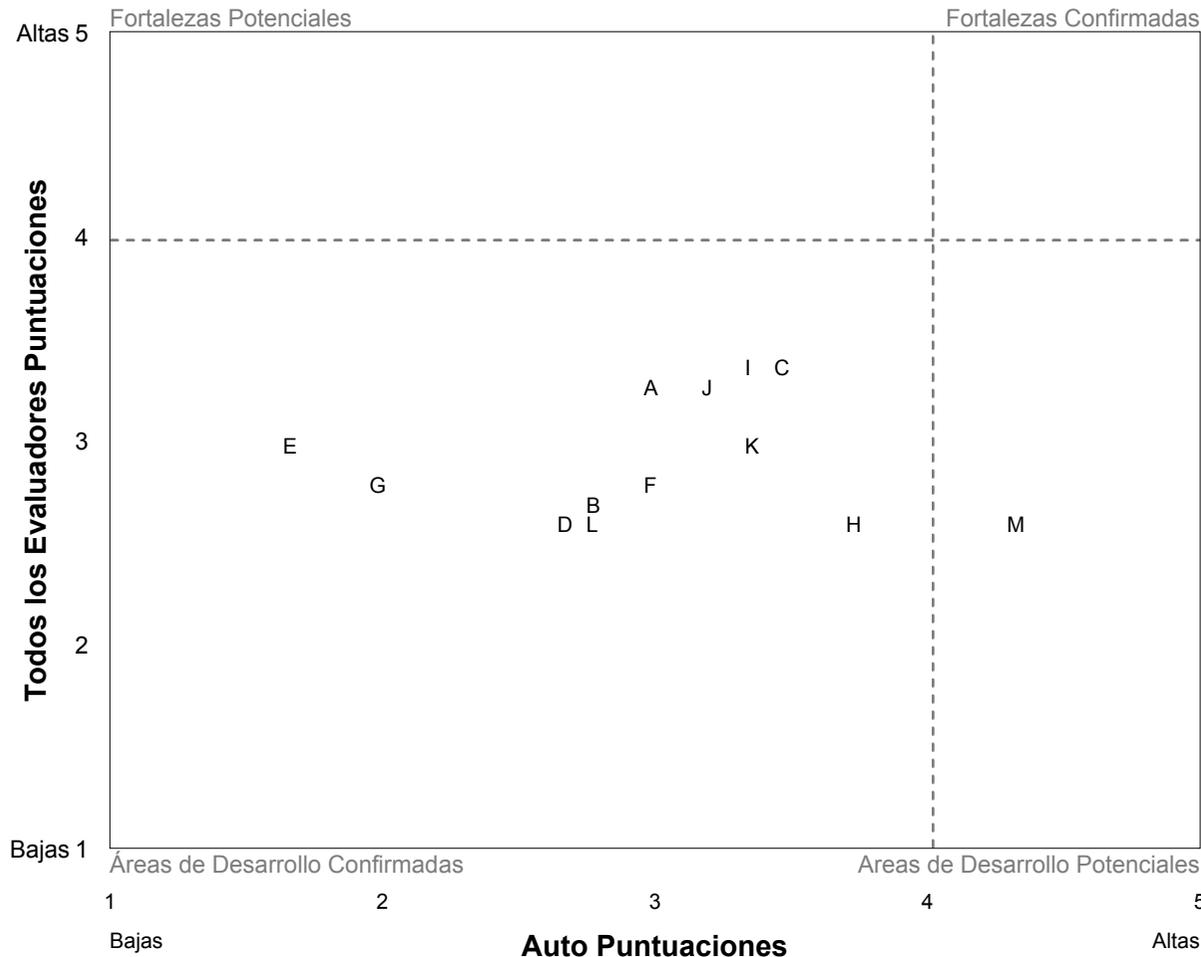
AUTOEVALUACIONES

COMO UTILIZAR EL ÍNDICE DE AUTOCONCIENCIA

- ✓ Examine qué competencias específicas están dentro de cada uno de estos cuadrantes.
- ✓ A continuación, es importante que examine los temas de estas competencias a ver cómo se pueden o no relacionar lógicamente unos con otros. Es importante que explote las habilidades que pertenecen a las categorías de Fortalezas Confirmadas o Potenciales.
- ✓ Finalmente, considere posibles modos de enanzar las habilidades y la eficacia en aquellas que han sido categorizadas como Áreas de Desarrollo Confirmadas o Potenciales.

Índice de Autoconciencia

Auto - Todos los Evaluadores (N = 5)



Puntuaciones Medias

<u>Auto</u>	<u>Todos los Evaluadores</u>
-------------	------------------------------

Áreas de Desarrollo Confirmadas

A. Orientación Consultiva De las ventas	3.00	3.28
B. Foco de Servicio	2.80	2.72
C. Dirección de Planificación/Territorio De las ventas	3.50	3.45
D. Permiso de Confianza	2.67	2.60
E. Demostración de Respeto	1.67	3.00
F. Resolución de Conflicto	3.00	2.80
G. Influya en Negociación	2.00	2.87
H. Audiencia	3.75	2.65
I. Comunicación Oral/escrita	3.40	3.36
J. Esfuerzos de Logro	3.25	3.30
K. Resistencia	3.40	3.00
L. Solución de Problema	2.80	2.64

Áreas de Desarrollo Potenciales

M. Autodesarrollo	4.33	2.67
-------------------	------	------

Introducción de las Competencias

Cómo interpretar los Gráficos

Los gráficos de barras que aparecen a continuación, comparan sus percepciones con las de sus grupos de evaluadores, usando las puntuaciones medias para cada una de 13 competencias de SalesView360. Cada categoría y las puntuaciones de los grupos de evaluadores se mostrarán por separado en los gráficos con las puntuaciones medias y el total de evaluadores en la parte derecha. La línea que aparece en cada gráfico proporciona el rango de puntuación para cada grupo. Las competencias se presentan en orden descendente según las puntuaciones medias de todos los evaluadores.

Diferencias de medio punto o más en las puntuaciones de los grupos de evaluadores pueden sugerir diferencias de percepción importantes. Los gráficos de SalesView360 son sencillos de entender y de interpretar. Usted y sus evaluadores puntuaron con una escala del 1 al 5 los siguientes comportamientos observables:

En el gráfico de barras las puntuaciones se indican como se muestra a continuación:

- 1 Casi nunca
- 2 Con poca frecuencia
- 3 A veces
- 4 Con frecuencia
- 5 Casi siempre
- NC No observable "NS/NC"

Introducción de las Competencias (Continuación)

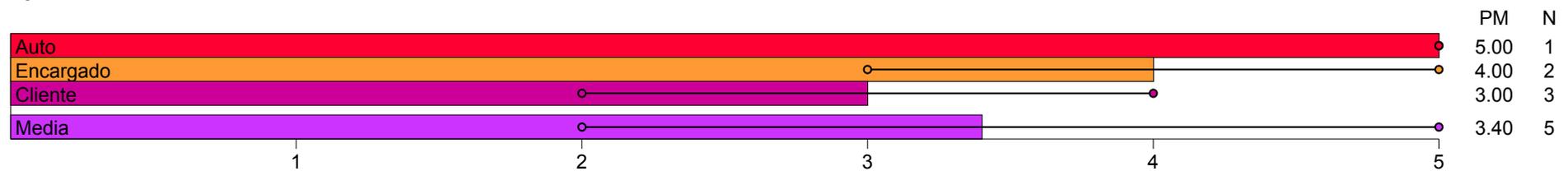
PA - PA significa Protección de Anonimato, surge cuando el número de respuestas de un grupo de evaluadores determinado es inferior al mínimo estipulado, por lo tanto, la puntuación no se muestra para proteger el anonimato.

NR - NR significa que no hay Respuestas por parte de un grupo de evaluadores en particular.

N - N muestra el Número de evaluadores que han proporcionado respuesta a las preguntas en esta competencia.

PM - PM es la Puntuación Media y se corresponde con la longitud de la barra.

Ejemplo



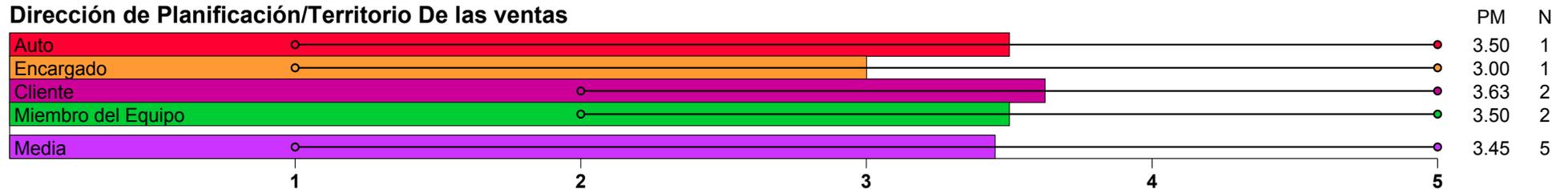
Líneas de Rango - muestran el rango de las puntuaciones, de la más baja a la más alta.

Escala de Evaluación

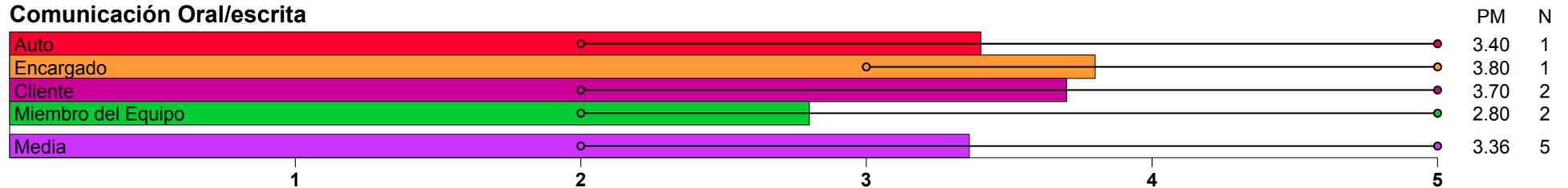
1 = Casi nunca 2 = Con poca frecuencia 3 = A veces 4 = Con frecuencia 5 = Casi siempre

Resumen de Competencias

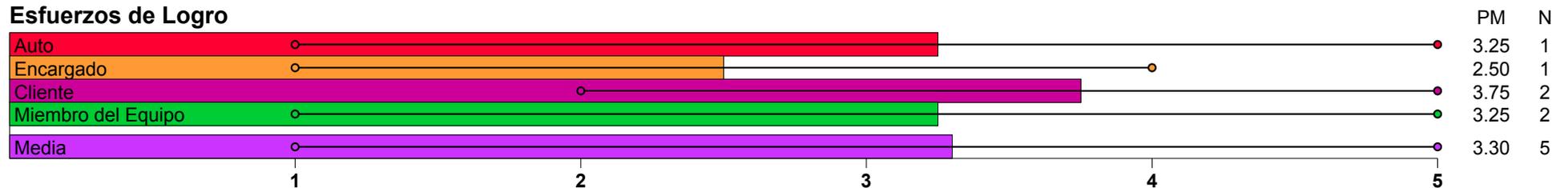
Dirección de Planificación/Territorio De las ventas



Comunicación Oral/escrita

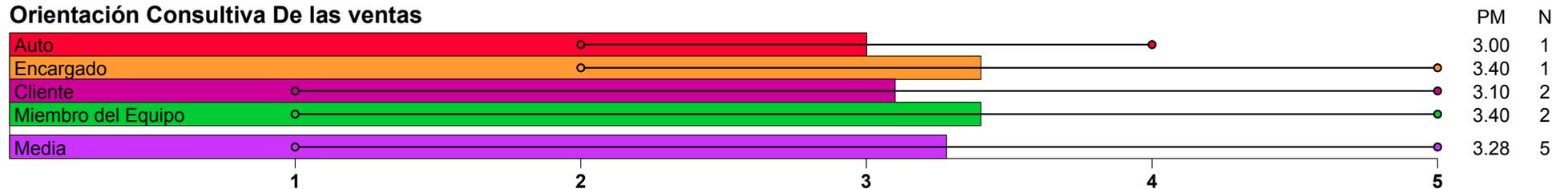


Esfuerzos de Logro

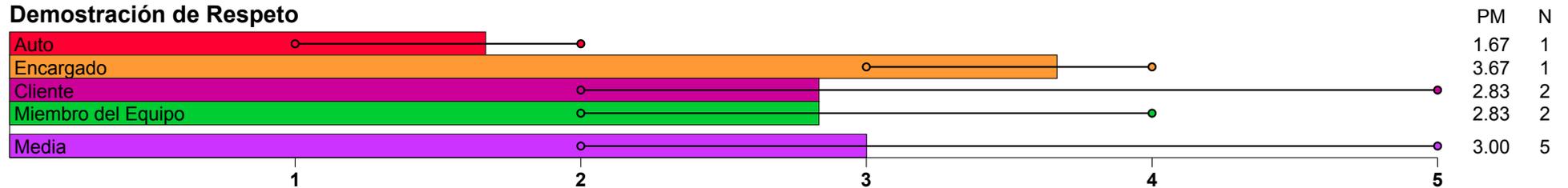


Resumen de Competencias (Continuación)

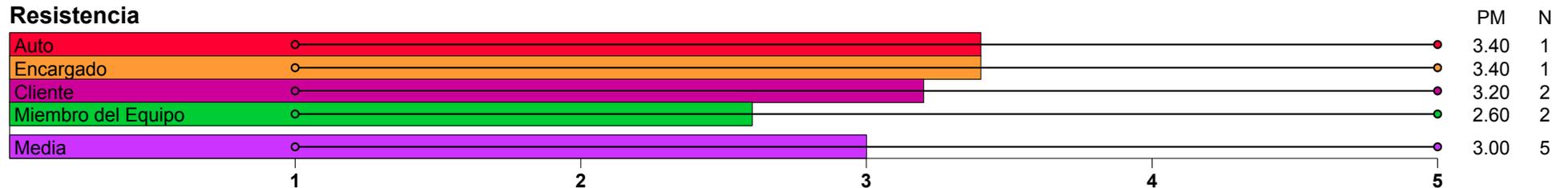
Orientación Consultiva De las ventas



Demostración de Respeto

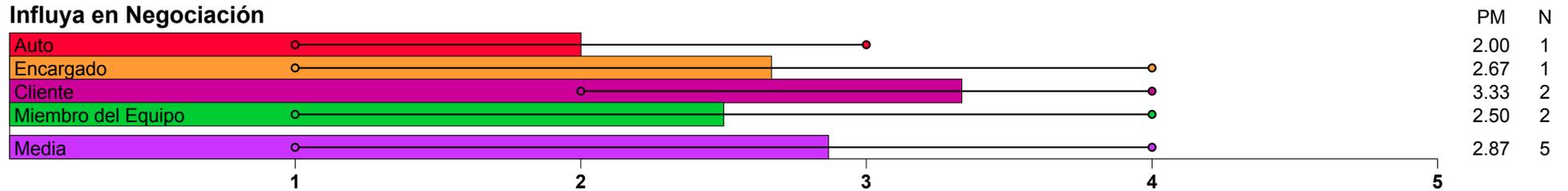


Resistencia

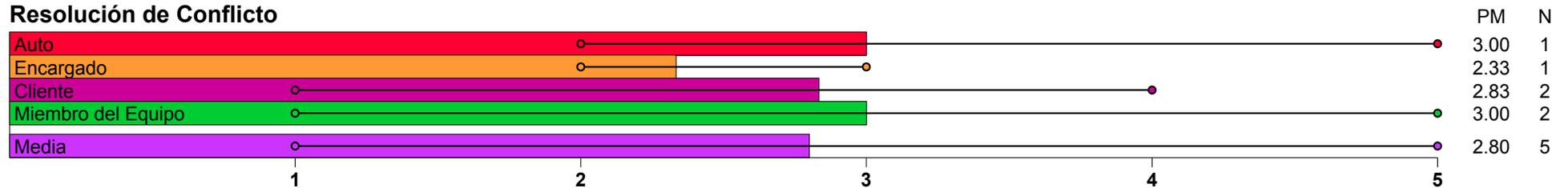


Resumen de Competencias (Continuación)

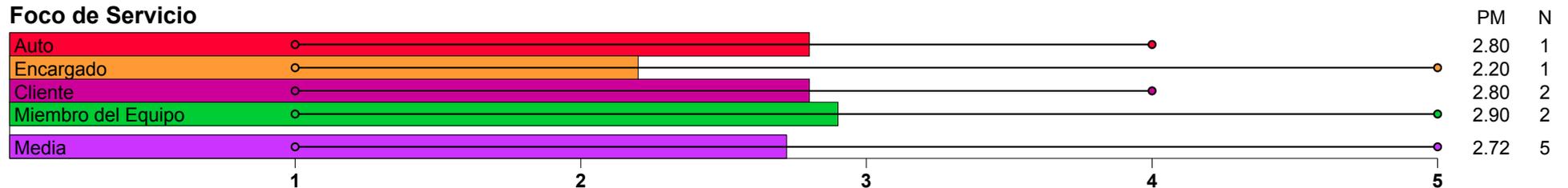
Influya en Negociación



Resolución de Conflicto

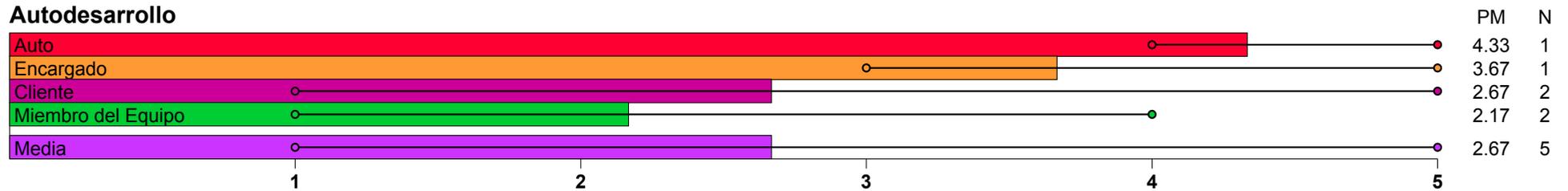


Foco de Servicio

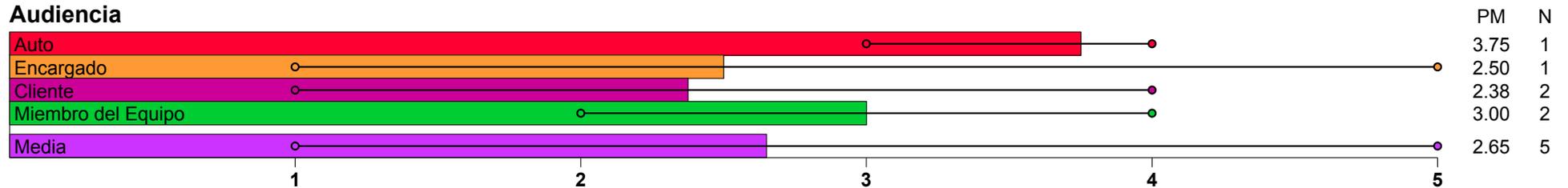


Resumen de Competencias (Continuación)

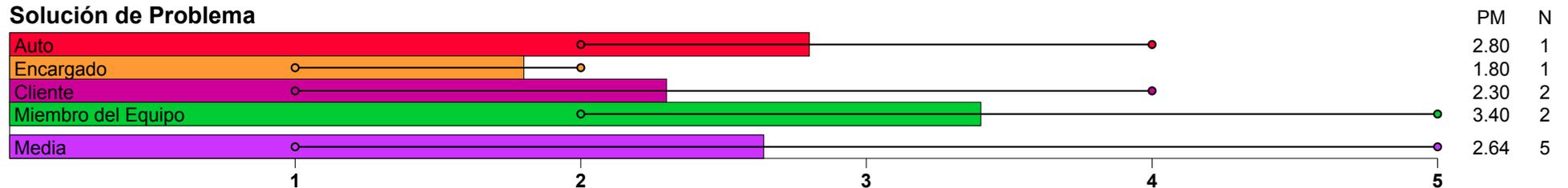
Autodesarrollo



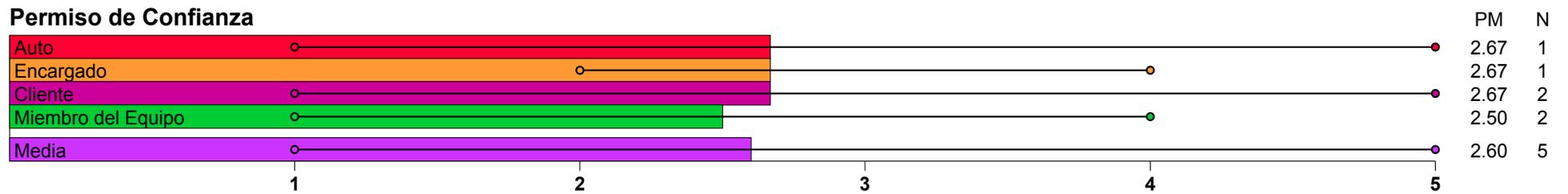
Audiencia



Solución de Problema



Resumen de Competencias (Continuación)



Comportamientos Más Frecuentes - Todos los Evaluadores

Los siguientes comportamientos han sido identificados como los más frecuentes por sus evaluadores y agrupados por competencias según las puntuaciones medias. Están organizadas en ese orden, por lo tanto, el primer ítem es el mejor puntuado según las puntuaciones medias. El número de evaluadores se muestra en cada uno de los niveles de evaluación en el comportamiento. En el recuadro se muestra su auto-evaluación en este comportamiento. (Si no aparece, significa que usted no proporcionó respuesta a esta pregunta).

Esto representa los comportamientos percibidos por los demás como los más frecuentemente practicados. Como tales, usted debería considerar modos de seguir manteniendo estos comportamientos como fuerzas.

Comportamientos Más Frecuentes	Factor de Rendimiento	Puntuación Media	Frecuencia				
			1- Casi nunca	2- Con poca frecuencia	3- A veces	4- Con frecuencia	5- Casi siempre
Crea y analiza un plan de gestión de territorios para las ventas para que el equipo pueda captar clientes potenciales, contactar con clientes antiguos o perdidos y aumentar las ventas con clientes existentes.	Dirección de Planificación/Territorio De las ventas	4.40	0	0	1	1	3
Realiza todas las tareas conforme a mis normas y expectativas.	Foco de Servicio	4.20	0	0	1	2	2
Después de responder a todas las objeciones se asegura de que no queda nada por tratar.	Comunicación Oral/escrita	4.20	0	0	1	2	2
Establece una secuencia lógica de actividades de trabajo.	Dirección de Planificación/Territorio De las ventas	4.00	0	1	0	2	2
Persigue el estudio continuo y el autodesarrollo del conocimiento, experiencias y habilidades.	Autodesarrollo	4.00	0	0	2	1	2
Toma decisiones y lleva a cabo acciones con la dirección mínima de otros.	Esfuerzos de Logro	3.80	0	0	2	2	1

Comportamientos Más Frecuentes - Todos los Evaluadores

Comportamientos Más Frecuentes	Factor de Rendimiento	Puntuación Media	1- Casi nunca	2- Con poca frecuencia	3- A veces	4- Con frecuencia	5- Casi siempre
Demuestra el entusiasmo sobre los objetivos que se propone y consigue satisfacción al alcanzarlos (tanto los objetivos propios como los de otros).	Esfuerzos de Logro	3.60	0	1	1	2	1
Muestra su punto de vista y ofrece consejo e ideas creativas sobre soluciones para los clientes donde todos ganan.	Influya en Negociación	3.60	0	1	0	4	0
Mantiene un equilibrio eficaz entre trabajo, familia y vida privada.	Resistencia	3.60	0	2	0	1	2
Explica las ventajas y las características a la hora de utilizar los productos y servicios.	Orientación Consultiva De las ventas	3.60	0	2	0	1	2

Comportamientos Menos Frecuentes - Todos los Evaluadores

Los siguientes comportamientos han sido identificados como los menos frecuentes por sus evaluadores y agrupados por competencias según las puntuaciones medias. Están organizadas en ese orden, por lo tanto, el primer ítem es el peor puntuado según las puntuaciones medias. El número de evaluadores se muestra en cada uno de los niveles de evaluación en el comportamiento. En el recuadro se muestra su auto-evaluación en este comportamiento. (Si no aparece, significa que usted no proporcionó respuesta a esta pregunta).

Esto representa los comportamientos percibidos por los demás como los menos frecuentemente practicados. Como tales, usted debería considerar modos de practicar estos comportamientos o ayudar a los demás a entender cuando los demuestra.

Comportamientos Menos Frecuentes	Factor de Rendimiento	Puntuación Media	Frecuencia				
			1- Casi nunca	2- Con poca frecuencia	3- A veces	4- Con frecuencia	5- Casi siempre
Busca y aplica el feedback y la crítica constructiva de otros.	Autodesarrollo	1.80	2	2	1	0	0
Me mantiene informado de manera oportuna.	Foco de Servicio	1.80	2	2	1	0	0
Escucha lo que digo de manera que muestra comprensión (usa frases como, "Usted siente ..." o "Usted parece decir ...").	Audiencia	2.00	2	2	0	1	0
Resume y parafrasea lo que he dicho para asegurar la comprensión de lo que se ha dicho.	Audiencia	2.00	1	3	1	0	0
Genera y considera múltiples opciones antes de tomar una decisión.	Solución de Problema	2.20	1	2	2	0	0
Toma decisiones con seguridad y rápidamente cuando necesario.	Solución de Problema	2.20	1	3	0	1	0

Comportamientos Menos Frecuentes - Todos los Evaluadores

Comportamientos Menos Frecuentes	Factor de Rendimiento	Puntuación Media	1- Casi nunca	2- Con poca frecuencia	3- A veces	4- Con frecuencia	5- Casi siempre
Emplea un estilo apropiado y métodos de comunicación para conseguir la aceptación de una idea, un plan, una actividad, una propuesta o el método de clientes potenciales, clientes u otros.	Influya en Negociación	2.20	1	2	2	0	0
Siendo realista, valora sus fuerzas y sus áreas de progreso.	Autodesarrollo	2.20	2	1	1	1	0
Demuestra resistencia, adaptabilidad y flexibilidad durante situaciones desafiantes.	Resistencia	2.20	1	2	2	0	0
Hace un seguimiento a todas las promesas hechas y finaliza todos los compromisos adquiridos.	Foco de Servicio	2.40	2	0	2	1	0
Mantiene informado al cliente y hace un seguimiento después de cada conversación para documentar cualquier compromiso adquirido y asegurar su satisfacción.	Foco de Servicio	2.40	2	1	0	2	0
Maneja con eficacia y resuelve las diferencias y conflictos interpersonales con otros.	Resolución de Conflicto	2.40	1	1	3	0	0
Proporciona un consejo objetivo e imparcial sobre mi decisión de compra.	Permiso de Confianza	2.40	0	4	0	1	0
Habla objetivamente de cualquier desventaja del producto o del servicio.	Permiso de Confianza	2.40	1	2	1	1	0

Introducción a los Comportamientos

Cómo interpretar los Gráficos

Los gráficos de barras que aparecen a continuación, comparan sus percepciones con las de sus grupos de evaluadores, usando las puntuaciones medias en cada uno de los 52 comportamientos que se evalúan en SalesView360. Cada categoría y las puntuaciones de los grupos de evaluadores se mostrarán por separado en los gráficos con las puntuaciones medias y el total de evaluadores en la parte derecha. La línea que aparece en cada gráfico proporciona el rango de puntuación para cada grupo. Los comportamientos se presentan en orden descendente según las puntuaciones medias de todos los evaluadores.

Diferencias de medio punto o más en las puntuaciones de los grupos de evaluadores pueden sugerir diferencias de percepción importantes. Los gráficos de ManagerView360 son sencillos de entender y de interpretar. Usted y sus evaluadores puntuaron con una escala del 1 al 5 los siguientes comportamientos observables:

En el gráfico de barras las puntuaciones se indican como se muestra a continuación:

- 1 Casi nunca
- 2 Con poca frecuencia
- 3 A veces
- 4 Con frecuencia
- 5 Casi siempre
- NC No observable "NS/NC"

Introducción a los Comportamientos (Continuación)

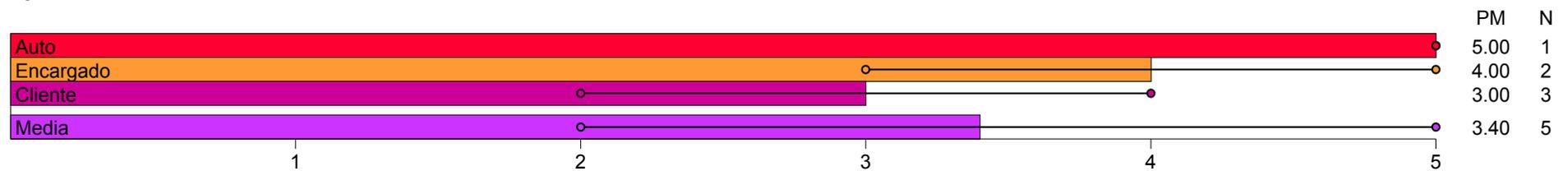
PA - PA significa Protección de Anonimato, surge cuando el número de respuestas de un grupo de evaluadores determinado es inferior al mínimo estipulado, por lo tanto, la puntuación no se muestra para proteger el anonimato.

NR - NR significa que no hay Respuestas por parte de un grupo de evaluadores en particular.

N - N muestra el Número de evaluadores que han proporcionado respuesta a este comportamiento.

PM - PM es la Puntuación Media y se corresponde con la longitud de la barra.

Ejemplo



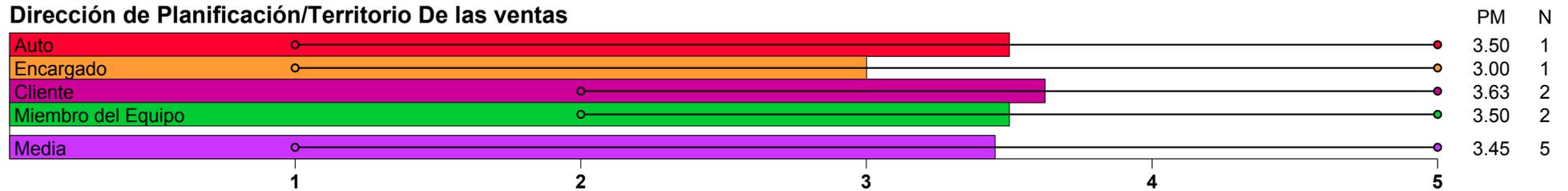
Líneas de Rango - muestran el rango de las puntuaciones, de la más baja a la más alta.

Escala de Evaluación

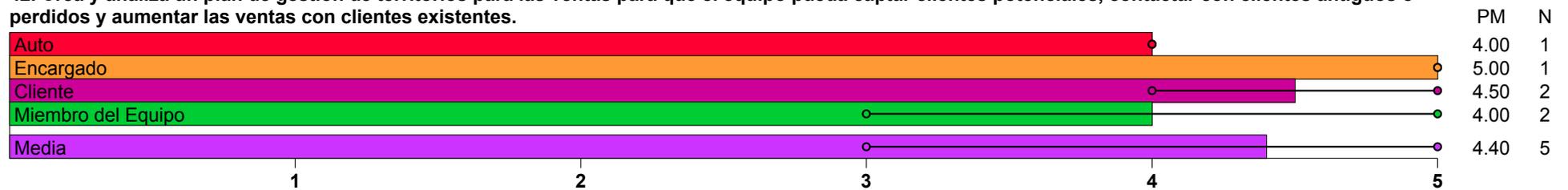
1 = Casi nunca 2 = Con poca frecuencia 3 = A veces 4 = Con frecuencia 5 = Casi siempre

Resumen de Comportamientos

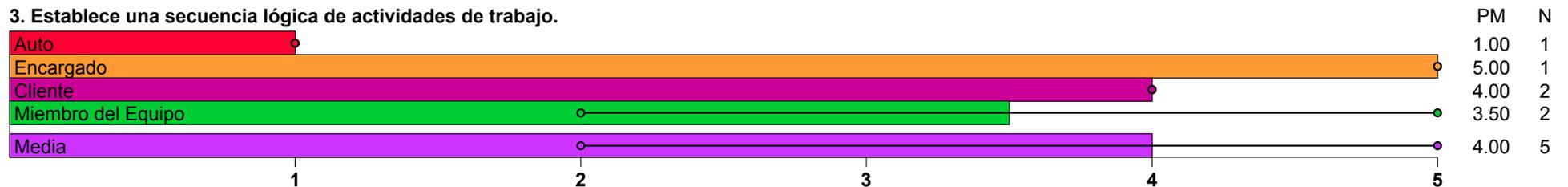
Dirección de Planificación/Territorio De las ventas



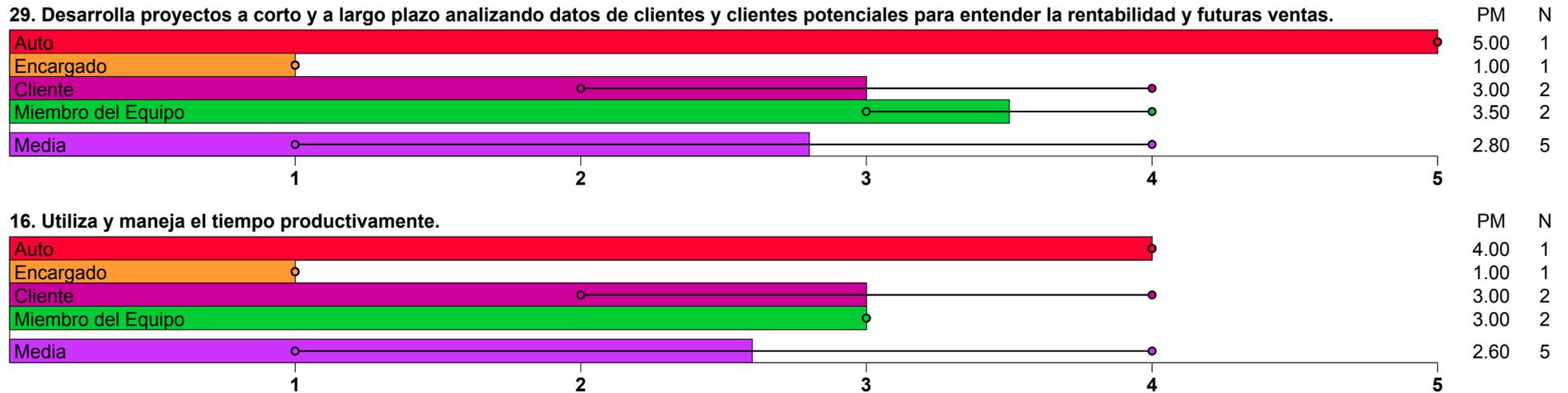
42. Crea y analiza un plan de gestión de territorios para las ventas para que el equipo pueda captar clientes potenciales, contactar con clientes antiguos o perdidos y aumentar las ventas con clientes existentes.



3. Establece una secuencia lógica de actividades de trabajo.

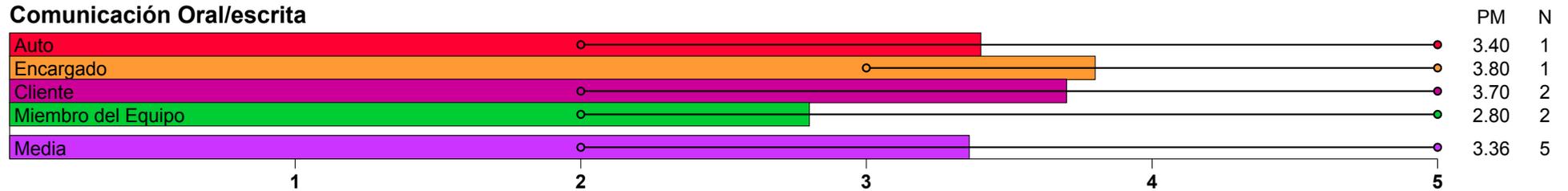


Resumen de Comportamientos (Continuación)



Resumen de Comportamientos (Continuación)

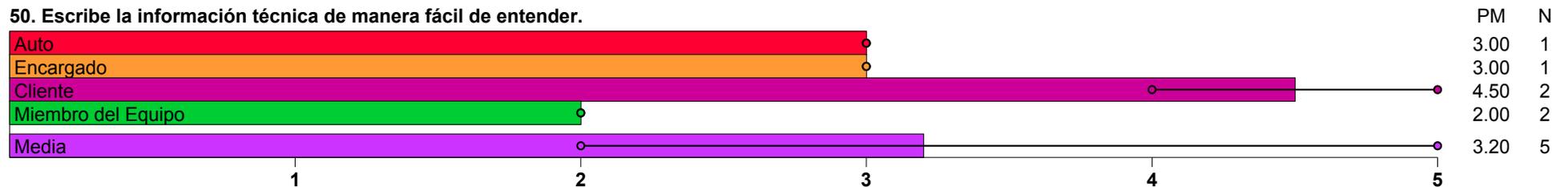
Comunicación Oral/escrita



35. Después de responder a todas las objeciones se asegura de que no queda nada por tratar.

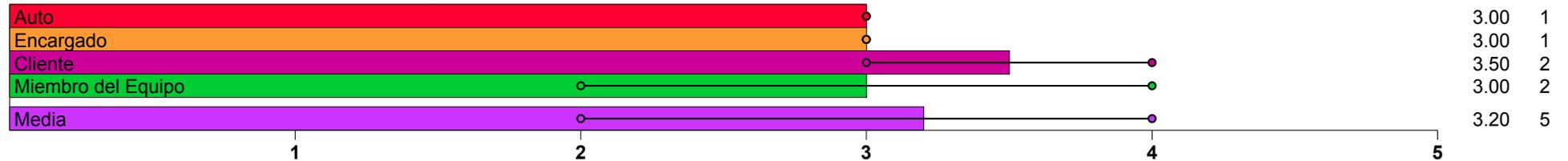


50. Escribe la información técnica de manera fácil de entender.

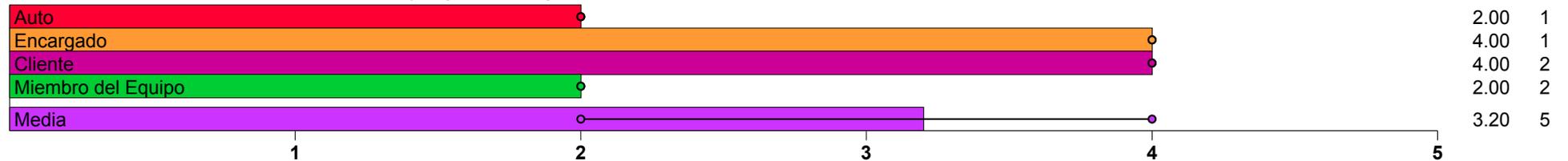


Resumen de Comportamientos (Continuación)

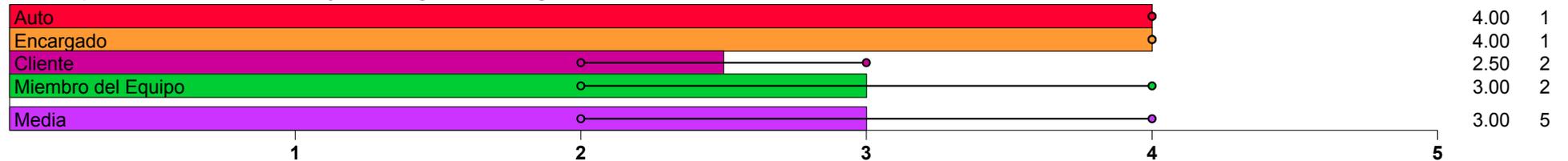
44. Usa comunicaciones escritas con eficacia y de manera apropiada.



9. Proporciona respuestas claras, concisas y lógicas a preguntas de otros.

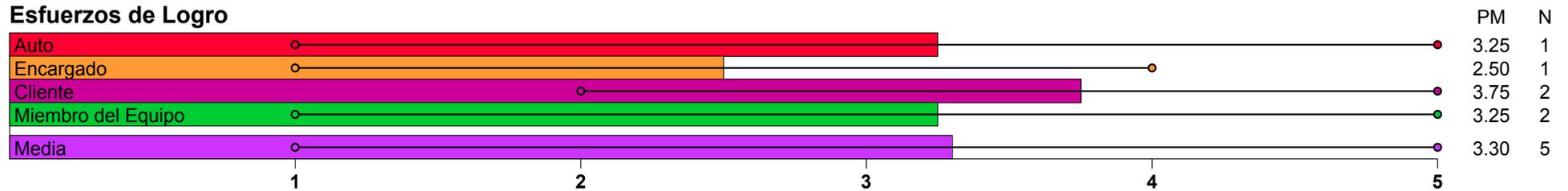


22. Sus presentaciones son claras y están lógicamente organizadas.

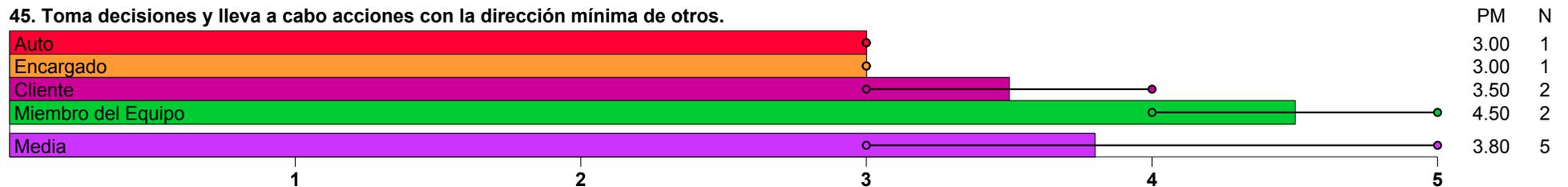


Resumen de Comportamientos (Continuación)

Esfuerzos de Logro



45. Toma decisiones y lleva a cabo acciones con la dirección mínima de otros.

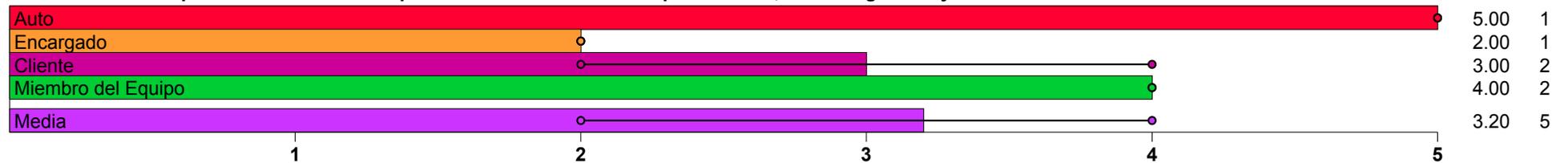


23. Demuestra el entusiasmo sobre los objetivos que se propone y consigue satisfacción al alcanzarlos (tanto los objetivos propios como los de otros).



Resumen de Comportamientos (Continuación)

36. Maximiza su exposición en el mercado por llamadas constantes sin previo aviso, marketing eficaz y desarrollo de relaciones.

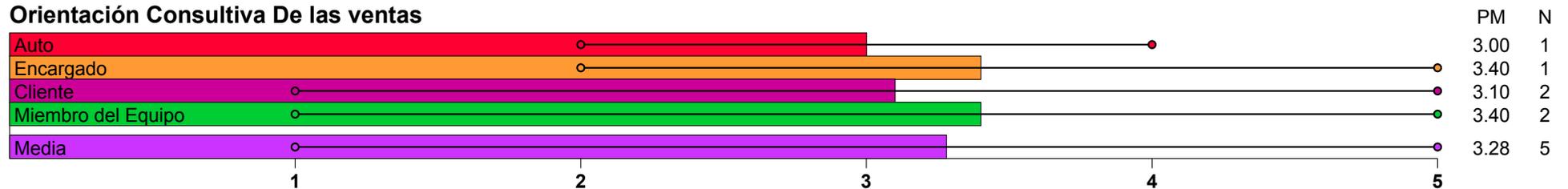


10. Propone objetivos de ventas ambiciosos y se esfuerza por alcanzarlos coherentemente.

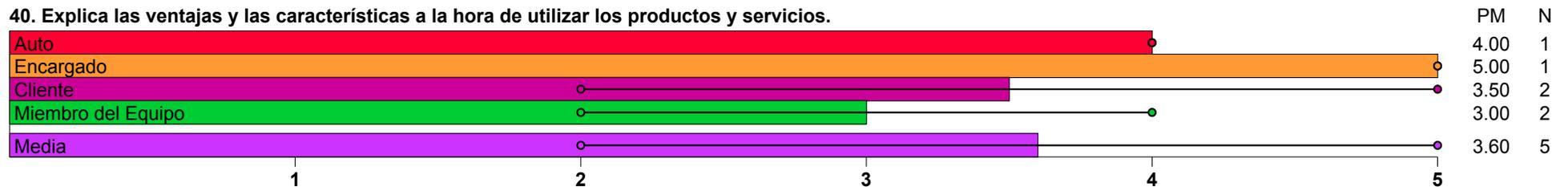


Resumen de Comportamientos (Continuación)

Orientación Consultiva De las ventas



40. Explica las ventajas y las características a la hora de utilizar los productos y servicios.

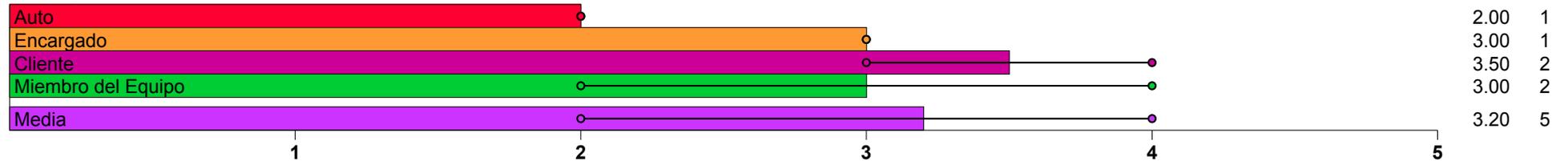


1. Proporciona información sobre los nuevos acontecimientos en la industria que son relevantes a la hora de la decisión de compra.

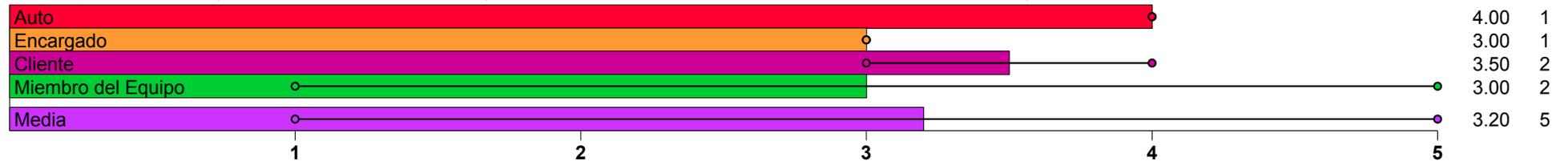


Resumen de Comportamientos (Continuación)

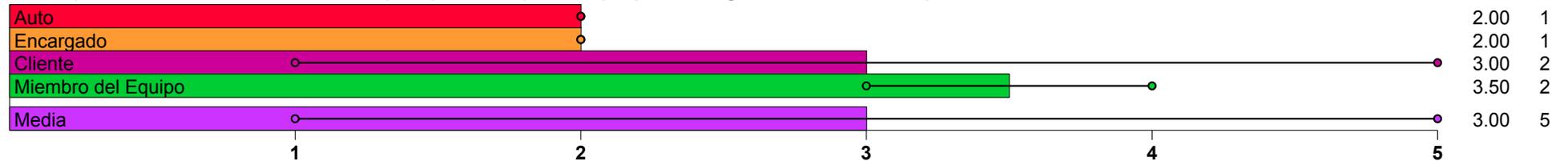
48. Proporciona toda la información relevante sobre el producto o el servicio.



14. Responde a mis objeciones de manera que me ayuda a entender mi decisión de compra de un modo nuevo y útil.

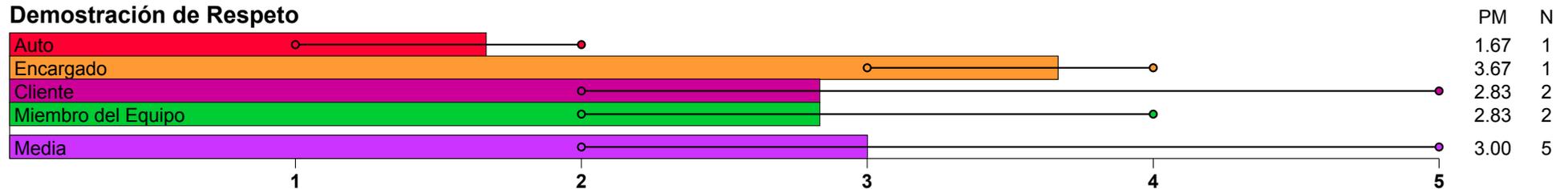


27. Proporciona advertencias sobre cualquier problema posible que puede surgir durante el uso del producto o el servicio.

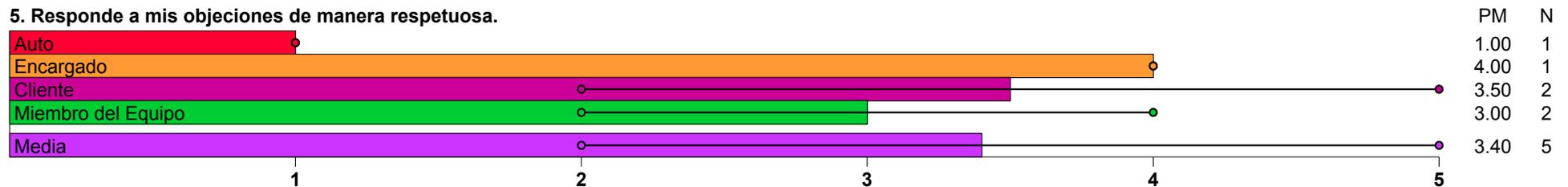


Resumen de Comportamientos (Continuación)

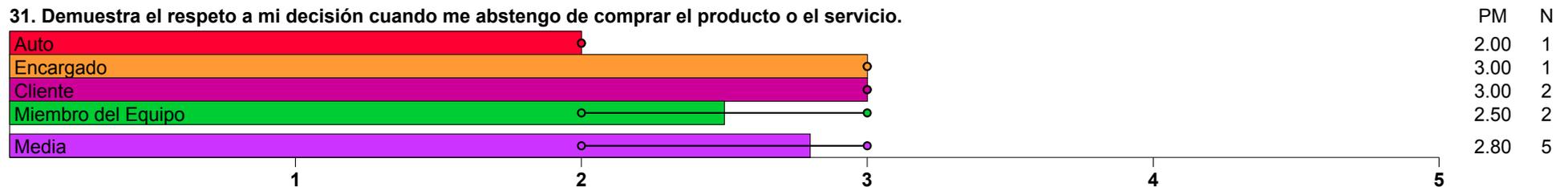
Demostración de Respeto



5. Responde a mis objeciones de manera respetuosa.

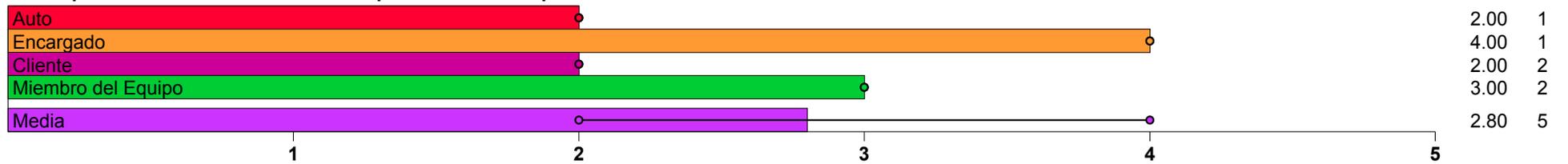


31. Demuestra el respeto a mi decisión cuando me abstengo de comprar el producto o el servicio.



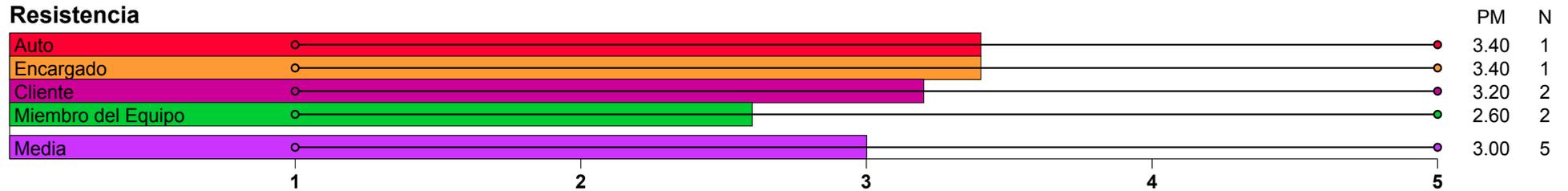
Resumen de Comportamientos (Continuación)

18. Me permite tomar decisiones de compra libres de toda presión.

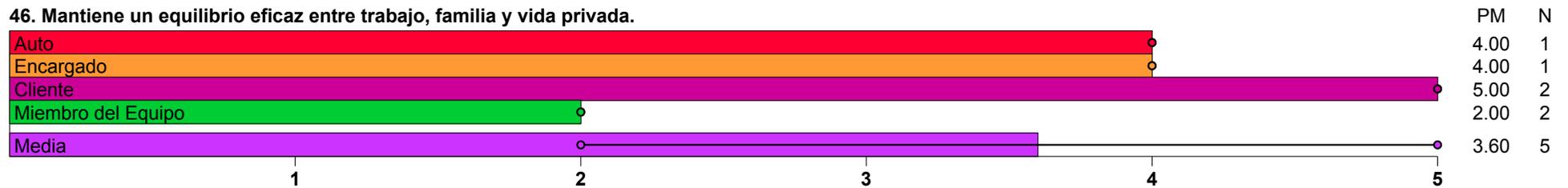


Resumen de Comportamientos (Continuación)

Resistencia



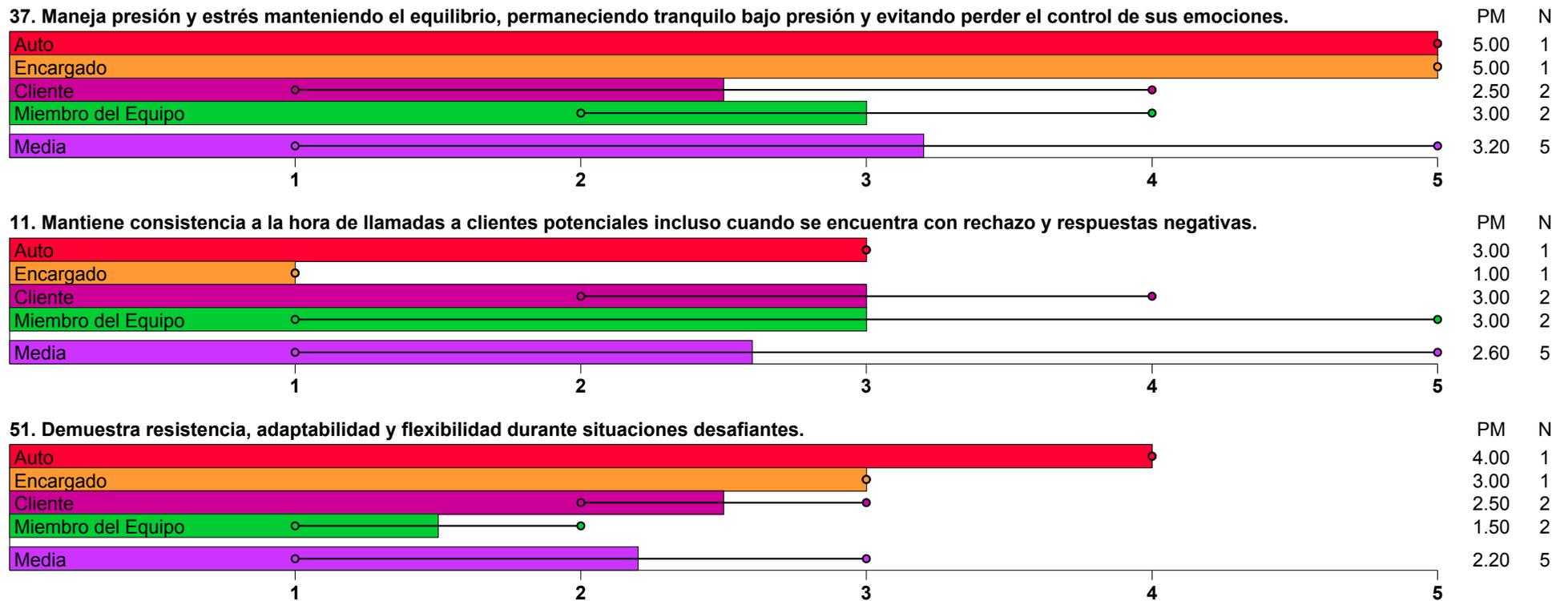
46. Mantiene un equilibrio eficaz entre trabajo, familia y vida privada.



24. Mantiene una perspectiva y una actitud positiva cuando se enfrenta a retos y desafíos.

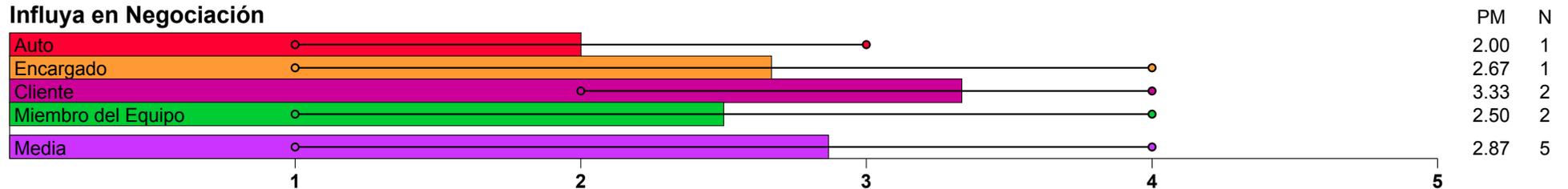


Resumen de Comportamientos (Continuación)

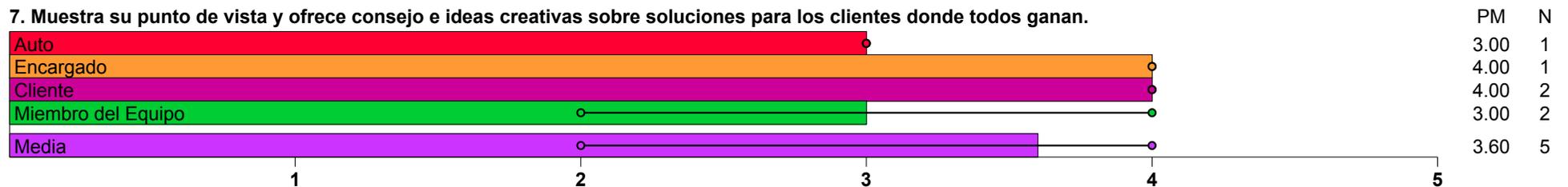


Resumen de Comportamientos (Continuación)

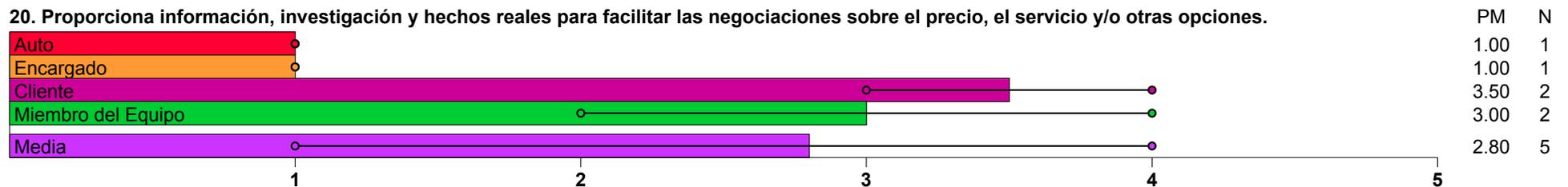
Influya en Negociación



7. Muestra su punto de vista y ofrece consejo e ideas creativas sobre soluciones para los clientes donde todos ganan.

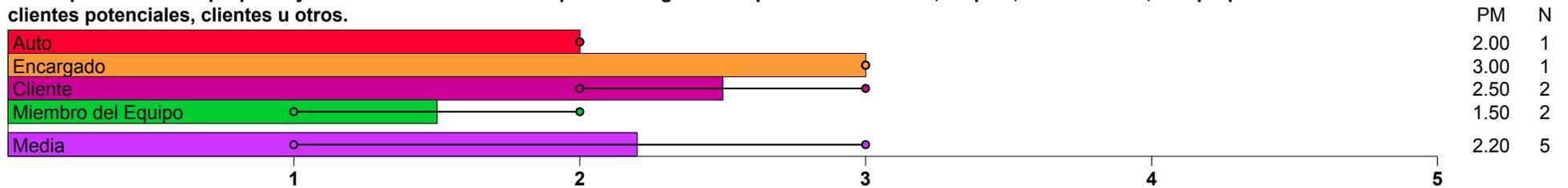


20. Proporciona información, investigación y hechos reales para facilitar las negociaciones sobre el precio, el servicio y/o otras opciones.



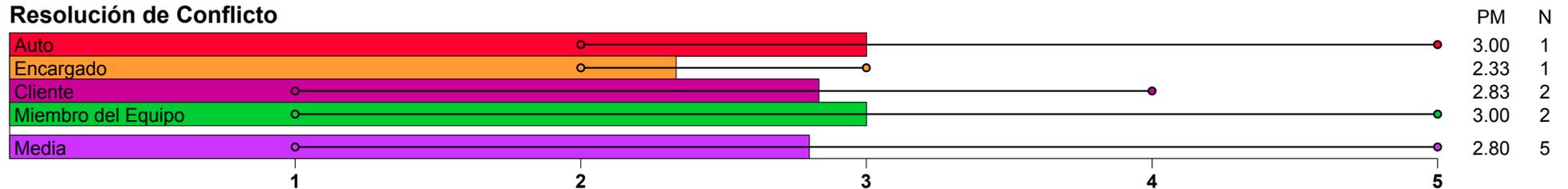
Resumen de Comportamientos (Continuación)

33. Emplea un estilo apropiado y métodos de comunicación para conseguir la aceptación de una idea, un plan, una actividad, una propuesta o el método de clientes potenciales, clientes u otros.

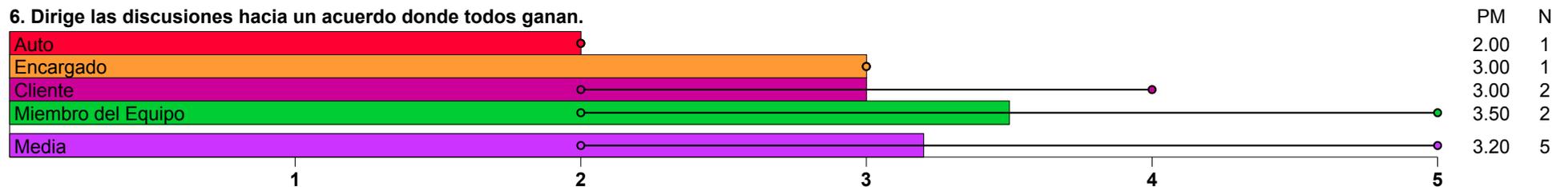


Resumen de Comportamientos (Continuación)

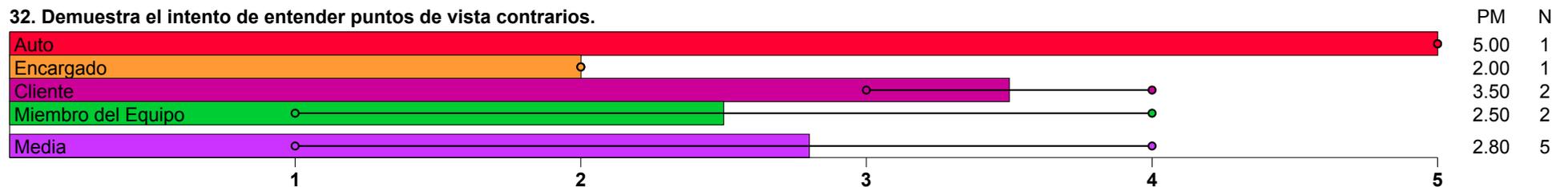
Resolución de Conflicto



6. Dirige las discusiones hacia un acuerdo donde todos ganan.

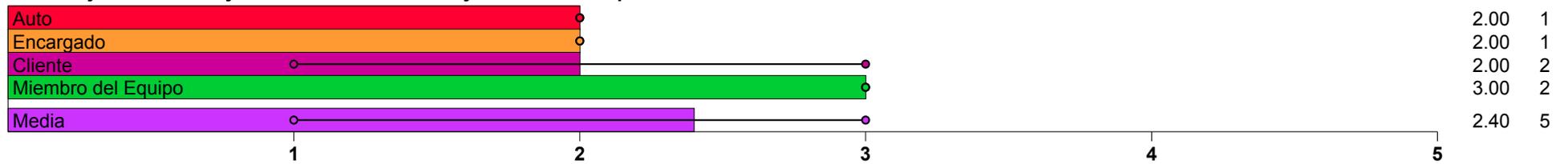


32. Demuestra el intento de entender puntos de vista contrarios.



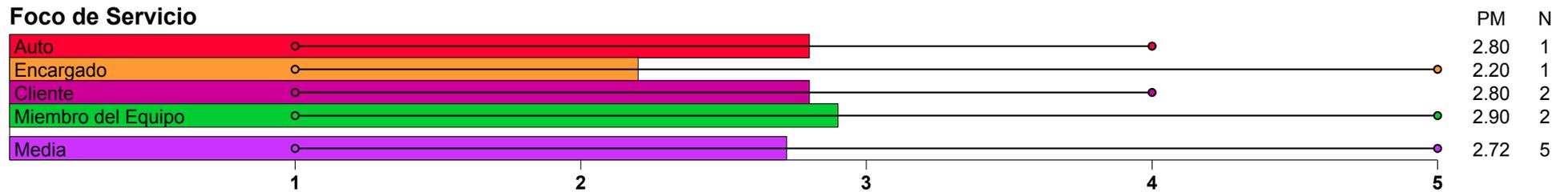
Resumen de Comportamientos (Continuación)

19. Maneja con eficacia y resuelve las diferencias y conflictos interpersonales con otros.

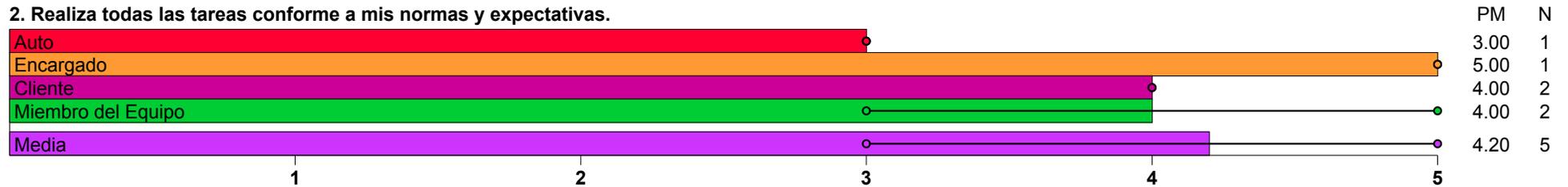


Resumen de Comportamientos (Continuación)

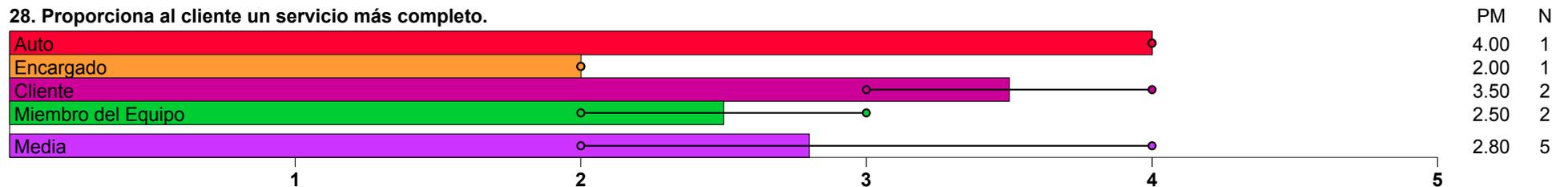
Foco de Servicio



2. Realiza todas las tareas conforme a mis normas y expectativas.

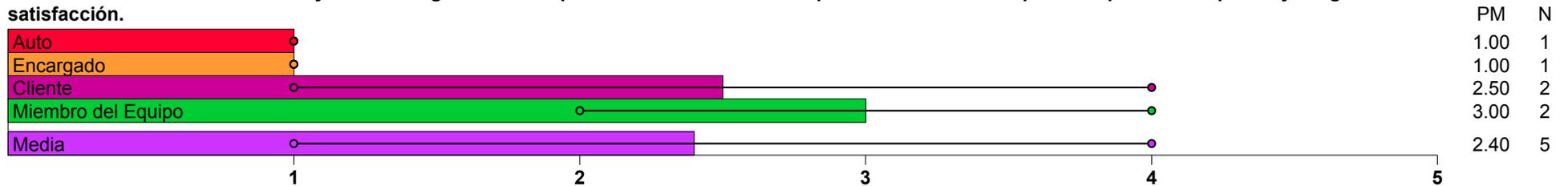


28. Proporciona al cliente un servicio más completo.

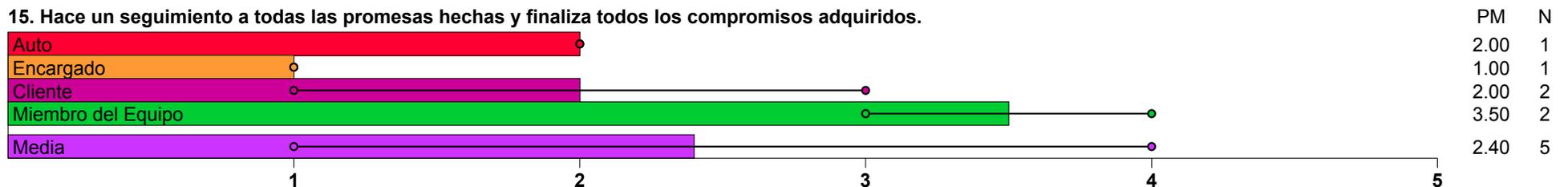


Resumen de Comportamientos (Continuación)

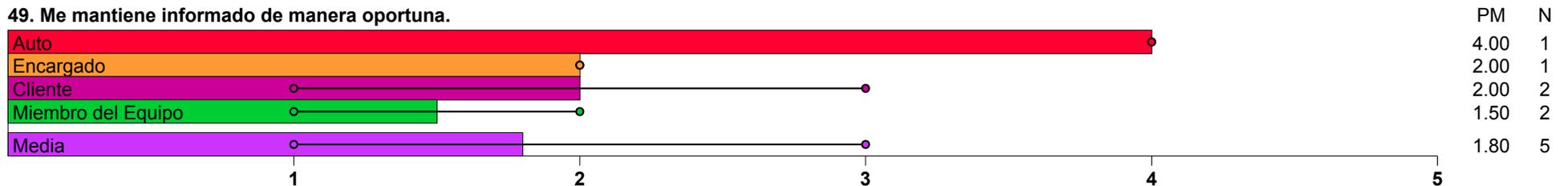
41. Mantiene informado al cliente y hace un seguimiento después de cada conversación para documentar cualquier compromiso adquirido y asegurar su satisfacción.



15. Hace un seguimiento a todas las promesas hechas y finaliza todos los compromisos adquiridos.

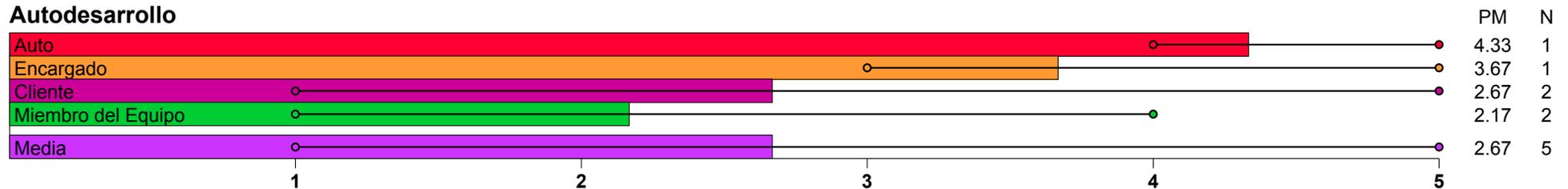


49. Me mantiene informado de manera oportuna.



Resumen de Comportamientos (Continuación)

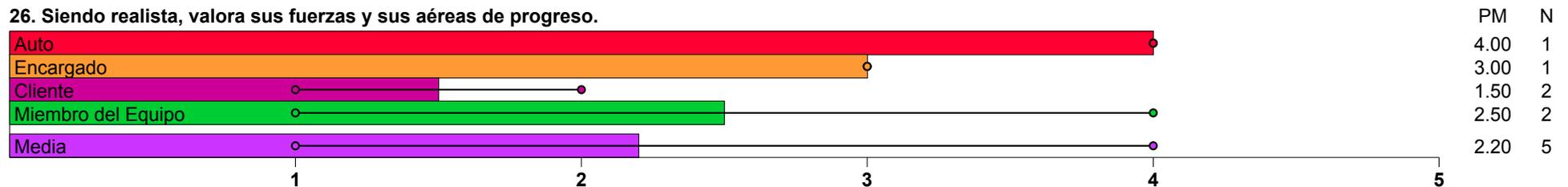
Autodesarrollo



13. Persigue el estudio continuo y el autodesarrollo del conocimiento, experiencias y habilidades.

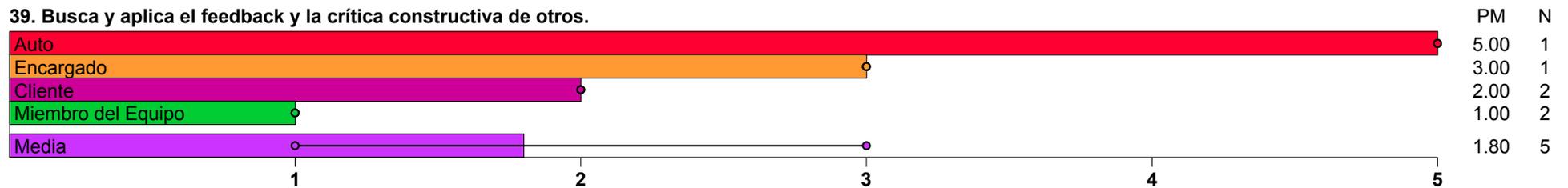


26. Siendo realista, valora sus fuerzas y sus áreas de progreso.



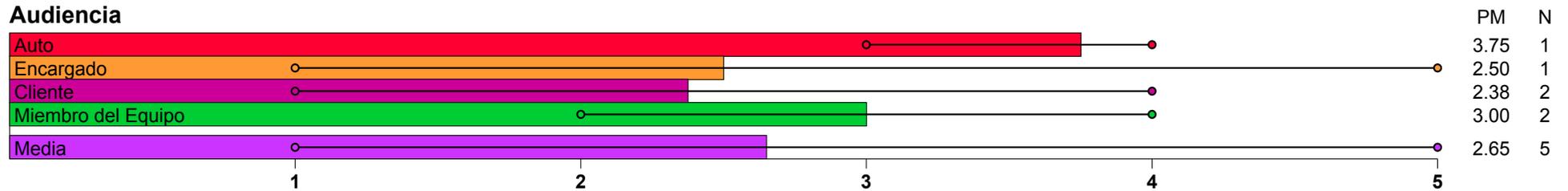
Resumen de Comportamientos (Continuación)

39. Busca y aplica el feedback y la crítica constructiva de otros.

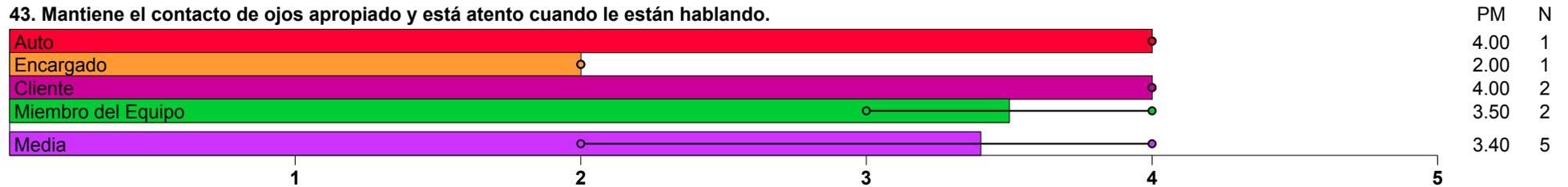


Resumen de Comportamientos (Continuación)

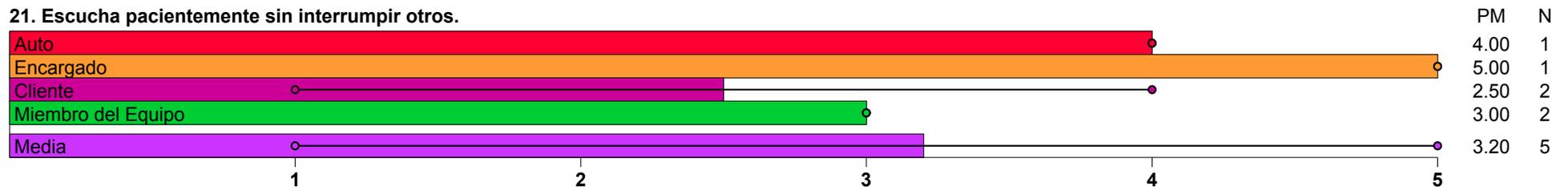
Audiencia



43. Mantiene el contacto de ojos apropiado y está atento cuando le están hablando.



21. Escucha pacientemente sin interrumpir otros.

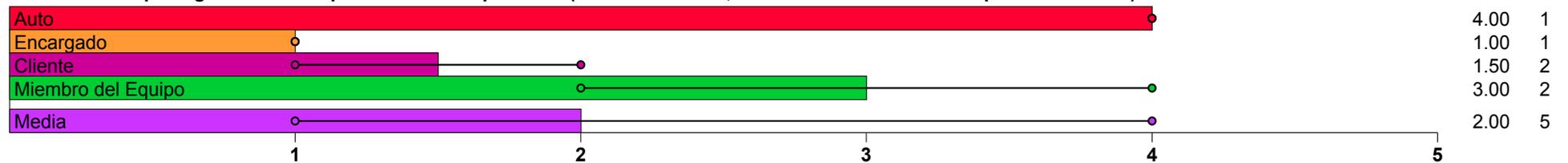


Resumen de Comportamientos (Continuación)

34. Resume y parafrasea lo que he dicho para asegurar la comprensión de lo que se ha dicho.

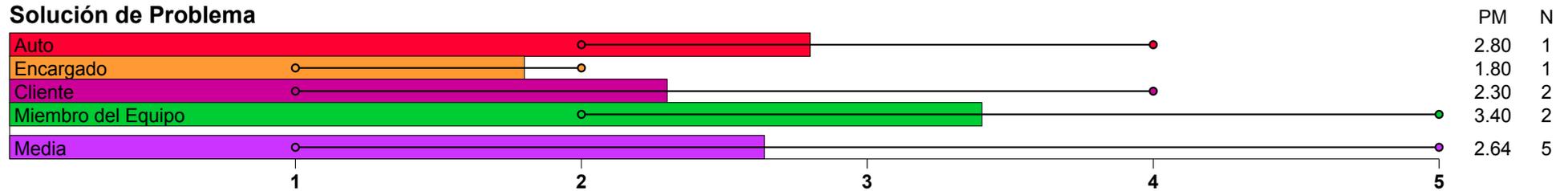


8. Escucha lo que digo de manera que muestra comprensión (usa frases como, "Usted siente ..." o "Usted parece decir ...").

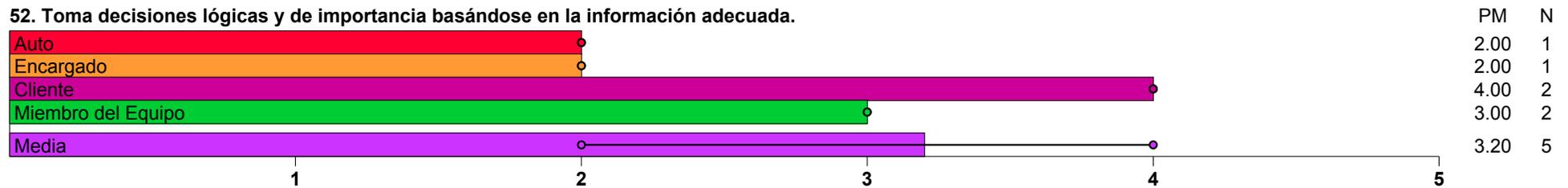


Resumen de Comportamientos (Continuación)

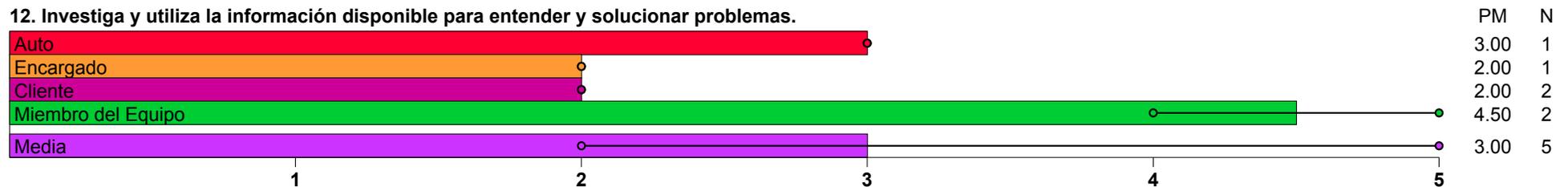
Solución de Problema



52. Toma decisiones lógicas y de importancia basándose en la información adecuada.



12. Investiga y utiliza la información disponible para entender y solucionar problemas.

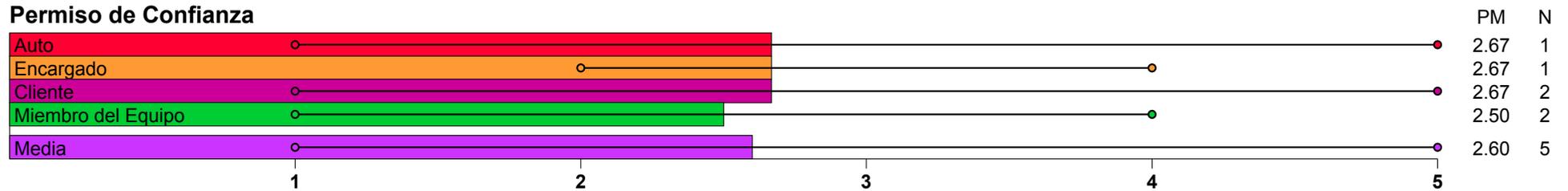


Resumen de Comportamientos (Continuación)



Resumen de Comportamientos (Continuación)

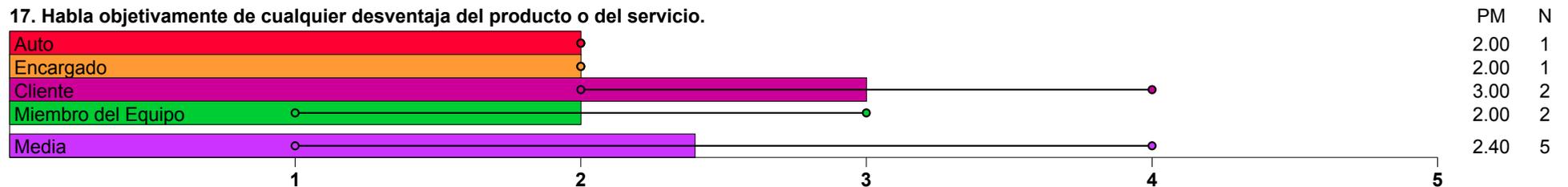
Permiso de Confianza



30. Tiene la misma actitud a la hora de prestar su servicio y cubrir todas las necesidades, incluso cuando no existe ningún incentivo.

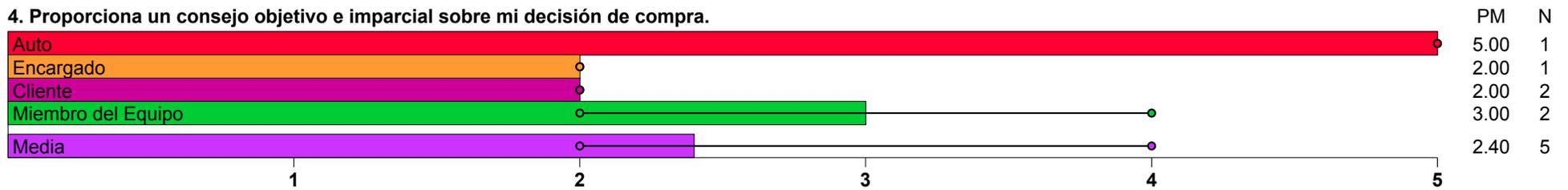


17. Habla objetivamente de cualquier desventaja del producto o del servicio.



Resumen de Comportamientos (Continuación)

4. Proporciona un consejo objetivo e imparcial sobre mi decisión de compra.



Introducción a los Comentarios finales

Usted y sus evaluadores tuvieron la oportunidad de proporcionar comentarios escritos acerca de sus fortalezas y áreas de desarrollo posibles.

Estos comentarios se proporcionan en las páginas a continuación y están incluidos sin identificar el evaluador para asegurar la confidencialidad.

- ✓ Por favor proporcione cualquier comentario escrito en cuanto a lo que el individuo podría hacer más para ser efectivo en el trabajo.
- ✓ Por favor proporcione cualquier comentario escrito en cuanto a lo que el individuo podría hacer menos para ser efectivo en el trabajo.
- ✓ Por favor proporcione cualquier comentario escrito en cuanto a lo que el individuo podría hacer diferente para ser efectivo en el trabajo.

Compare los comentarios finales proporcionados en las páginas a continuación con los gráficos y el resto de información del informe de feedback.

Por favor, tenga en cuenta que no todos los comentarios serán fáciles de entender - no todo el mundo puede proporcionar feedback concreto, específico y constructivo.

Es importante buscar tendencias o temas cuando lea estos comentarios - es fácil encontrar un comentario algo desagradable o hasta parcial. Sin embargo, si un número de comentarios enfocan un área específica usted podría poner un mayor énfasis sobre estos comportamientos específicos para cambiar o realzar su eficacia total.

Las siguientes preguntas pueden ser útiles para analizar los comentarios finales

- ✓ ¿Los comentarios son consistentes y refuerzan el resto de feedback que ha recibido?
- ✓ ¿Añaden alguna nueva información acerca de su eficacia?
- ✓ ¿Puede observar alguna tendencia en los comentarios?
- ✓ ¿Cómo puede realzar sus fortalezas?
- ✓ ¿Qué áreas se compromete a desarrollar en su plan de acción?

Resumen de Comentarios finales

Hacer más:

Resumen de Comentarios finales (Continuación)
Hacer menos:

Resumen de Comentarios finales (Continuación)
Hacer diferente:

Guía de Plan de Desarrollo

Examinando su Informe de Feedback de SalesView360

Las reacciones a su informe de feedback SalesView360 le proporcionarán información que no es sólo útil para interpretar los resultados, ya que, además, le ayudará a decidir que es lo que puede hacer con ellos. Empiece con sus sentimientos acerca de los resultados.

Si tuvieras que expresar en una sola palabra lo que sientes, qué palabra utilizarías:

¿Por qué el resultado le hace sentir así?

¿Qué ideas nuevas, si hay alguna, ha obtenido de los resultados?

¿Cómo son sus autopuntuaciones comparadas con las de otros grupos? ¿Qué tendencia puede observar, hay algo que le sorprende o que confirme?

¿Qué experiencias o feedback por parte de otros consideras coherente con estos resultados? ¿Qué experiencias o feedback por parte de otros consideras incoherente con estos resultados?

Guía de Plan de Desarrollo (Continuación)

Decidiendo en qué Competencias trabajar

La tabla a continuación resume las 13 SalesView360 competencias. Ponga una cruz al lado de las que usted puntuaría como más importantes en su posición actual. La segunda columna refleja las competencias que los otros evaluadores han identificado como áreas de desarrollo preferidas. Ponga una cruz al lado de aquellas competencias que los demás han visto como áreas de desarrollo potenciales. Si alguna competencia tiene una cruz en las dos columnas, esto nos sugiere que nos encontramos ante una área de desarrollo crítica. Deberían ser fijadas como objetivos en su Plan de Desarrollo.

Grupo de Competencias	Competencia	Importancia	Desarrollo
Ventas	Orientación Consultiva De las ventas		
	Foco de Servicio		
	Dirección de Planificación/Territorio De las ventas		
Interpersonal	Permiso de Confianza		
	Demostración de Respeto		
	Resolución de Conflicto		
	Influya en Negociación		
	Audiencia		
	Comunicación Oral/escrita		
Intrapersonal	Esfuerzos de Logro		
	Resistencia		
	Solución de Problema		
	Autodesarrollo		

Guía de Plan de Desarrollo (Continuación)

Decidiendo en qué Competencias trabajar (Continuación)

Enumere tres fortalezas basándose en sus resultados de SalesView360:

1. _____
2. _____
3. _____

Enumere tres áreas de desarrollo basándose en los resultados de SalesView360:

1. _____
2. _____
3. _____

Desarrollar habilidades puede ser muy desafiante ya que casi siempre significa cambiar un comportamiento por una nueva pauta de comportamiento. ¡Esto no es fácil! Las investigaciones sugieren que un cambio que se desea hacer suele ser más exitoso cuando:

- ✓ La competencia deseada está definida específicamente
- ✓ Existe compromiso y motivación para cambiar el comportamiento
- ✓ El plan de acción se comparte con otros
- ✓ Se realiza un análisis de las razones potenciales de la falta de éxito
- ✓ Otras personas apoyan el cambio de comportamiento
- ✓ Los resultados del comportamiento son visibles y pueden medirse

Guía de Plan de Desarrollo (Continuación)

La hoja de trabajo de plan de acción en la página siguiente le ayudará a desarrollar las habilidades que ha identificado basada en los resultados de su SalesView360. Cuando empiece su plan de acción, considere lo siguiente:

- ✓ Céntrese en ser específico
- ✓ Use las recomendaciones de su informe de feedback para basar su plan de comportamiento
- ✓ Mantenga su plan sencillo y póngalo por escrito
- ✓ Defina cómo observar y evaluar los resultados

Guía de Plan de Desarrollo (Continuación)

Competencia:	
Actividades de Desarrollo:	Fechas Objetivo:
Apoyo/Recursos Necesarios:	
Medición del Éxito:	
Resultados:	