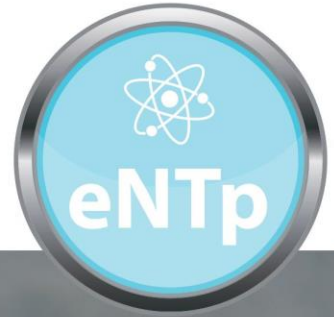


iTYPE – Sales Profiler



30.07.2024

Musterprofil

Einleitung

Der i-TYPE Sales Profiler (SP) ist ein auf visueller Wahrnehmung aufbauender Persönlichkeitsfragebogen, der ganz auf Sprache verzichtet. Der Test besteht aus einfachen Abbildungen, die sich auf unterschiedliche Weise erfassen und deuten lassen. Damit misst der SP auch Ihre unbewussten Verhaltensweisen und die Ergebnisse sind nicht durch Ihre Antworten beeinflussbar. Durch Ihre persönliche Wahrnehmung der Darstellungen erhalten Sie Hinweise, wie Sie die Welt verstehen und wie Sie dem Aufgenommenen Sinn und Bedeutung zuordnen.

Der SP ist kein Instrument, das Ihre Intelligenz erfasst. Er schlägt Ihnen weder vor, sich zu verändern, noch beurteilt er, ob Ihre Entscheidungen „richtig“ oder „falsch“ sind. Die Auswertung des SP ermöglicht Ihnen, mehr über sich selbst und Ihre Stärken im Verkauf zu erfahren. Das Bild, das Sie sich von der Welt machen, beeinflusst nämlich die Art und Weise, in der Sie sich zur Welt verhalten. Es gibt daher einen wesentlichen Zusammenhang zwischen Ihrer Wahrnehmung und Ihren Verhaltensmustern.

Wie viele etablierte Persönlichkeitstests basiert auch der SP auf den Erkenntnissen der analytischen Psychologie, die Menschen nach bestimmten Grundmustern ihres Verhaltens unterscheidet und dabei auch die Einflüsse des Unbewussten auf die Persönlichkeitsentwicklung mit einbezieht. Dahinter steht die Annahme, dass jeder Mensch eigene, ihm angeborene Präferenzen besitzt, mit deren Hilfe er seine Eindrücke ordnet und seine innere und äußere Welt organisiert. Ergänzend fließen fortlaufend die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse aus unterschiedlichen Quellen der Persönlichkeitsforschung in die Beschreibung der iTYPE Sales Profiler mit ein. Die Zuordnung zu den Persönlichkeitstypen gelingt mit dem SP direkt über die Messung individueller Unterschiede in der Wahrnehmung und Beurteilung von visuellen Signalen.

Nutzen des Sales Profiler

Erfolgreiche Verkäufer sind gut reflektierte Menschen. Sie kennen ihre Stärken und Schwächen. Sie gleichen immer wieder ihr Selbstbild mit dem Fremdbild ab. Das bedeutet, dass sie sich ihrer Wirkung auf andere Menschen bewusst sind und von ihren Gesprächspartnern genauso eingeschätzt werden, wie von sich selbst. Spitzenverkäufer wissen um die Notwendigkeit einer vertrauensvollen Kundenbeziehung und sehen dies als Herausforderung in jedem Kundengespräch. Sie sind in der Lage, sich in jeden Kunden hineinzusetzen, den individuellen Kundenwunsch aktiv zu hinterfragen, zu verstehen und ihr Verkaufsgespräch auf den Kunden auszurichten.

Durch den Sales Profiler haben Sie die Möglichkeit, noch genauer herauszufinden, wie Sie selbst die Wirklichkeit wahrnehmen und wie Sie Entscheidungen treffen. Diese Erkenntnis ist für Sie sehr wichtig, um Ihre eigenen Wahrnehmungs- und Verhaltensmuster mit denen Ihres Gesprächspartners „abgleichen“ zu können. Durch die Erkenntnis der eigenen Muster des Verhaltens gelingt es Ihnen, mit den richtigen Fragen das Wahrnehmungs- und Verhaltensmuster Ihres Gesprächspartners zu analysieren. Das bedeutet für Sie, dass Sie Ihre Argumente individuell auf Ihr Gegenüber zuschneiden können und somit Ihre Chancen wesentlich steigern, Ihren Gesprächspartner zu überzeugen.

Verkaufen ist heute einer der anspruchsvollsten Berufe überhaupt. Der Verkäufer muss Generalist und Spezialist gleichermaßen sein. Neben der Überzeugung von dem Produkt, was verkauft wird und dem Unternehmen für das verkauft wird, muss ein Verkäufer vor allem auch von sich und seinen persönlichen Stärken überzeugt sein und bereit sein, sich auf die individuellen Persönlichkeiten der Kunden einzulassen.

Daher sollten Sie wissen, ob Sie Ihre Fähigkeiten in der jetzigen Vertriebsposition optimal nutzen können oder ob Sie in einer anderen Position möglicherweise noch erfolgreicher sind. Des Weiteren gibt Ihnen der Sales Profiler Aufschluss darüber, in welchen Verkaufssituationen Sie am erfolgreichsten sind und welche Kunden Ihnen als Gesprächspartner am meisten liegen. Sie werden angeregt, Ihre persönliche Wahrnehmung und Einstellungen zu hinterfragen und Ihre Haltung gegenüber Kunden einmal mehr zu überdenken.

Der Sales Profiler zeigt Ihnen,

- welche typischen Neigungen (Präferenzen) Sie haben,
- wie diese Neigungen Sie im Verkauf beeinflussen,
- welche typischen Muster es in Ihrem Verkaufsverhalten gibt,
- welche grundsätzlichen Stärken und Potenziale Sie haben,
- welchen Einfluss diese auf Ihren Verkaufserfolg haben.

Die vier Ebenen in der Übersicht

Dem Sales Profiler liegen vier persönlichkeitsprägende Ebenen zugrunde: Energieaufnahme, Wahrnehmung, Entscheidung und Lebenseinstellung. Auf diesen Ebenen misst der SP individuelle Unterschiede, die sich als Ihre persönlichen Präferenzen im Wahrnehmen und Interpretieren visueller Eindrücke ausdrücken. Durch die Ergebnisse des Sales Profilers erfahren Sie ...

eher extravertiert (E)



... wie Sie Ihre psychische Energie aufnehmen:



eher introvertiert (I)



eher sinnlich (S)



... wie Sie die Wirklichkeit wahrnehmen:



eher intuitiv (N)



eher analytisch (T)



... wie Sie über das Wahrgenommene entscheiden:



eher wertorientiert (F)



eher entscheidungs-



... welche Lebenseinstellung Sie bevorzugen:



eher wahrnehmungs-

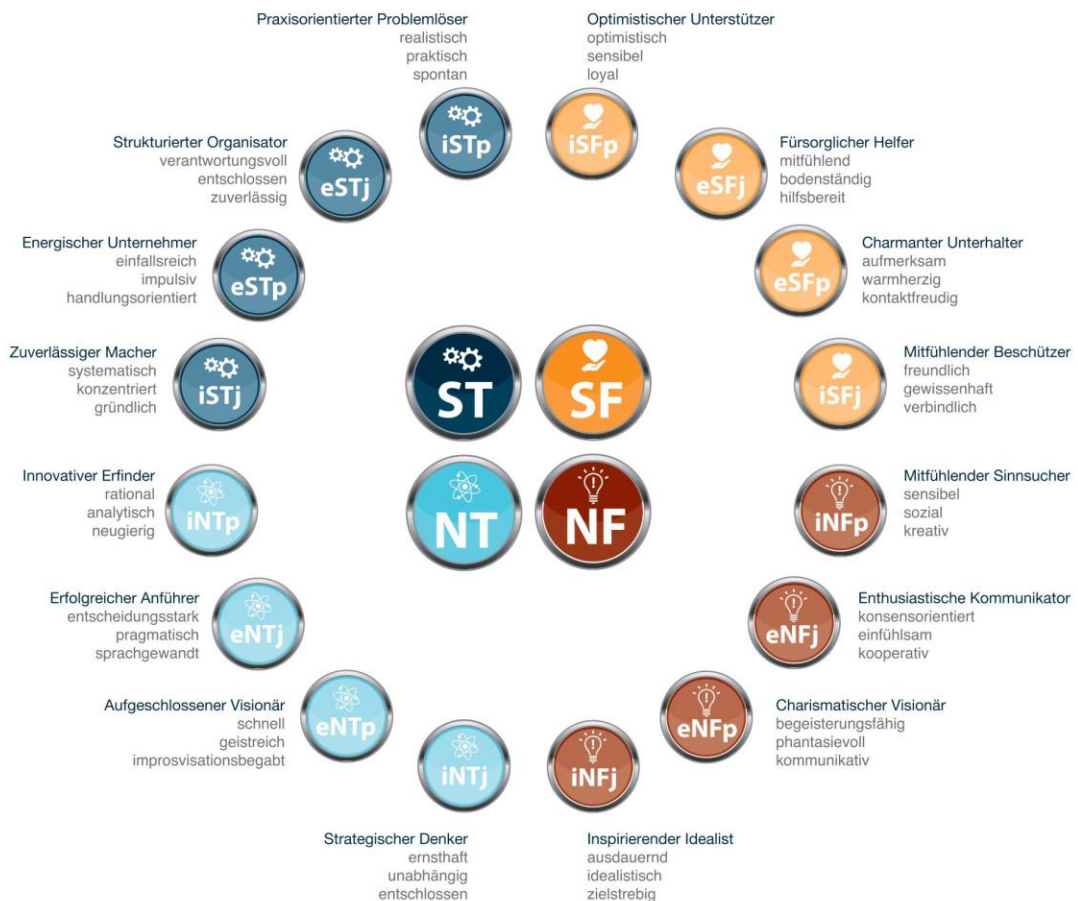


Die 16 verschiedenen Typen des Sales Profiler

Wie Sie in der vorangegangenen Übersicht bereits erfahren haben, bewegen sich die Präferenzen und Neigungen unseres Verhaltens auf vier verschiedenen Ebenen. Jede Ebene ist jeweils durch zwei Seiten gekennzeichnet, die mit dem Sales Profiler gemessen werden und bei jeder Persönlichkeit individuell ausgeprägt sind. Die Eigenschaften beider gegenüberliegender Seiten können beide sehr hoch ausgeprägt sein, beide eine sehr niedrige Ausprägung aufweisen oder eine der Seiten ist deutlich höher ausgeprägt als sein Gegenüber. Jede Persönlichkeit ist also meist durch Eigenschaften beider Seiten geprägt und ist daher nie ein „reiner Persönlichkeitstyp“, sondern in seinem Verhalten durch verschiedene Eigenschaften geprägt.

Aber was zeichnet mich als Verkäuferpersönlichkeit aus? Welche Eigenschaften und wesentlichen Merkmale des Verhaltens stehen für welchen Persönlichkeitstyp? Welche Verhaltensweisen lassen Rückschlüsse auf den einen oder anderen Kundentypen zu?

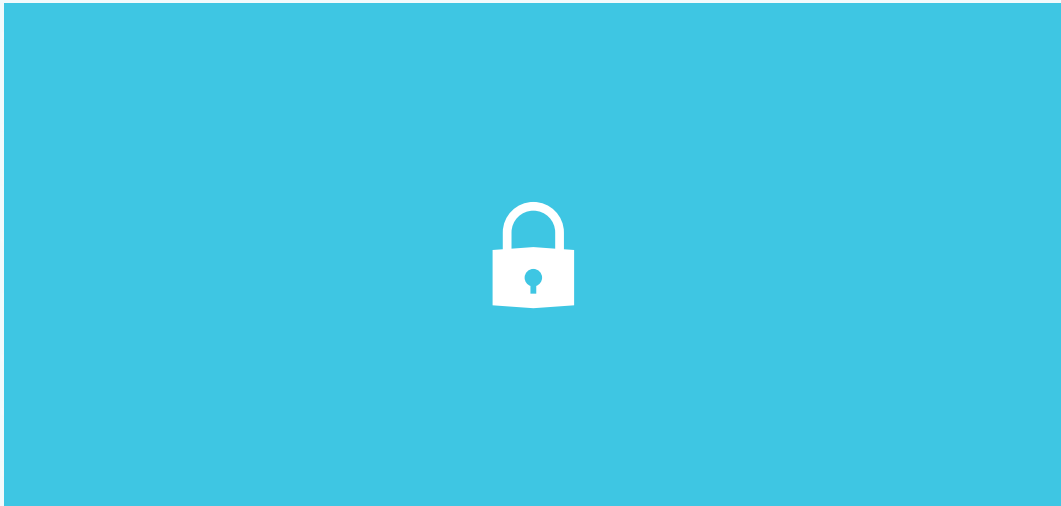
Die folgende Übersicht gibt Ihnen einen ersten Einblick, welche Grundeinstellungen welche Persönlichkeitstypen charakterisieren. Vielleicht finden Sie sich ja in dem einen oder anderen Typen wieder? Welcher Typ mag wohl Ihr letzter Kunde von gestern gewesen sein?



Die Amplitude

Die Sales Profiler zeigt Ihnen anhand einer Amplitude auf, wie sich Ihre persönlichen Neigungen und Präferenzen auf den beiden Seiten einer Ebene abzeichnen und stellt so Ihr einzigartiges Persönlichkeitsprofil dar.

Zur Erinnerung hier noch einmal die Ebenen mit den beiden Seiten in der Zusammenfassung:



Wie Sie die Amplitude richtig lesen

Die Balken innerhalb einer Ebene weisen jeweils in die eine und in die andere Richtung. Mit der Länge des abgebildeten Balkens wird verdeutlicht, auf welcher Seite Ihre individuelle Präferenz ausgeprägter ist. Je eindeutiger sich bei der Auswertung Ihre persönlichen Neigungen zu der einen oder anderen Seite einer Ebene zuordnen lassen, umso länger ist demnach der angezeigte Balken, der Ihre jeweilige Präferenzen bestimmt und umso ausgeprägter und präziser sind die individuellen Merkmale Ihres Persönlichkeitstypen. Für eine individuelle Erklärung und Auslegung Ihrer Amplitude sollten die Beschreibungen immer durch ein persönliches Gespräch mit Ihrem Coach oder Trainer ergänzt werden.

Ihr persönlicher Sales Profiler

Nachdem Sie nun mit den theoretischen Grundlagen des SP vertraut sind und wissen, wie Ihr Typenprofil entsteht, wollen wir Ihnen Ihren persönlichen Sales Profiler nicht länger vorenthalten.

Durch die Kombination Ihrer Präferenzen auf jeder einzelnen Ebene ergibt sich in der folgenden Darstellung Ihr persönlicher Typencode. Je größer Ihr Potenzial auf beiden Seiten einer Ebene ist, desto flexibler können Sie sich an Veränderungen in Ihrer Umwelt anpassen.

Ihr persönlicher Typen-Code, der aus 4 Buchstaben besteht, wird am rechten Rand der Grafik angezeigt. Auf den folgenden Seiten finden Sie dann Ihr individuelles Persönlichkeitsprofil.

92 Extraversion (E)

(I) Introversion 39



29 Sensing (S)

(N) iNtuition 90



82 Thinking (T)

(F) Feeling 16



33 Judging (J)

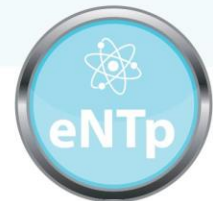
(P) Perceiving 78



Name: Musterprofil

TAN: abcdefg

ENTP: Kurzbeschreibung



ENTP-Typen sind auf vielen Gebieten schnell, geistreich und leistungsstark. Durch ihre wache und offene Art wirken sie stimulierend auf andere. Aus Spaß am Argumentieren nehmen sie auch schon mal die Gegenposition ein. Sie sind geschickt bei der Lösung von schwierigen Problemen und ein wenig nachlässig und lustlos, wenn es um trockene Routinearbeit geht. Begeistert wenden sie sich immer wieder neuen Interessen zu. Sie sind nie um ein gutes Argument verlegen, wenn sie ihre Zielvorstellungen durchsetzen wollen.

Extraversion – nach außen gerichtet, reagiert auf Reize von außen

iNtuition – beschäftigt sich mit den Möglichkeiten, interessiert sich für den großen Überblick

Thinking – richtet sich nach logischen Abläufen und Prinzipien

Perceiving – hält sich Optionen offen und ist prozessorientiert

Menschen mit einem ENTP-Typenprofil sind:



ENTP-Verkäufer

Die ENTP-Persönlichkeit zeigt in seiner verkäuferischen Tätigkeit insbesondere folgende Stärken.



Impulse für die Weiterentwicklung



Sie neigen dazu,





„Es ist nie zu spät, das zu werden, was man hätte sein können.“

George Eliot



Weitere Informationen erhalten Sie unter www.itype.eu

Bildquellen:

S. 1: Csaba Peterdi, Fotolia