

iTYPE – Sales Profiler



N.N:

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)

- nach außen
- aktiv
- umgänglich
- ausdrucksstark

... wie Sie Ihre psychische Energie aufnehmen:



eher introvertiert (I)

- nach innen
- reflektierend
- reserviert
- ruhig und still

eher sinnlich (S)

- praktisch
- realistisch
- konkret
- gegenständlich

... wie Sie die Wirklichkeit wahrnehmen:



eher intuitiv (N)

- innovativ
- ideenvoll
- abstrakt
- begrifflich

eher analytisch (T)

- objektiv
- unpersönlich
- kritisch
- logisch

... wie Sie über das Wahrgenommene entscheiden:



eher wertorientiert (F)

- subjektiv
- persönlich
- annehmend
- einfühlsam

eher entscheidungsorientiert (J)

- organisiert
- entschlossen
- systematisch
- planvoll

... welche Lebenseinstellung Sie bevorzugen:



eher wahrnehmungsorientiert (P)

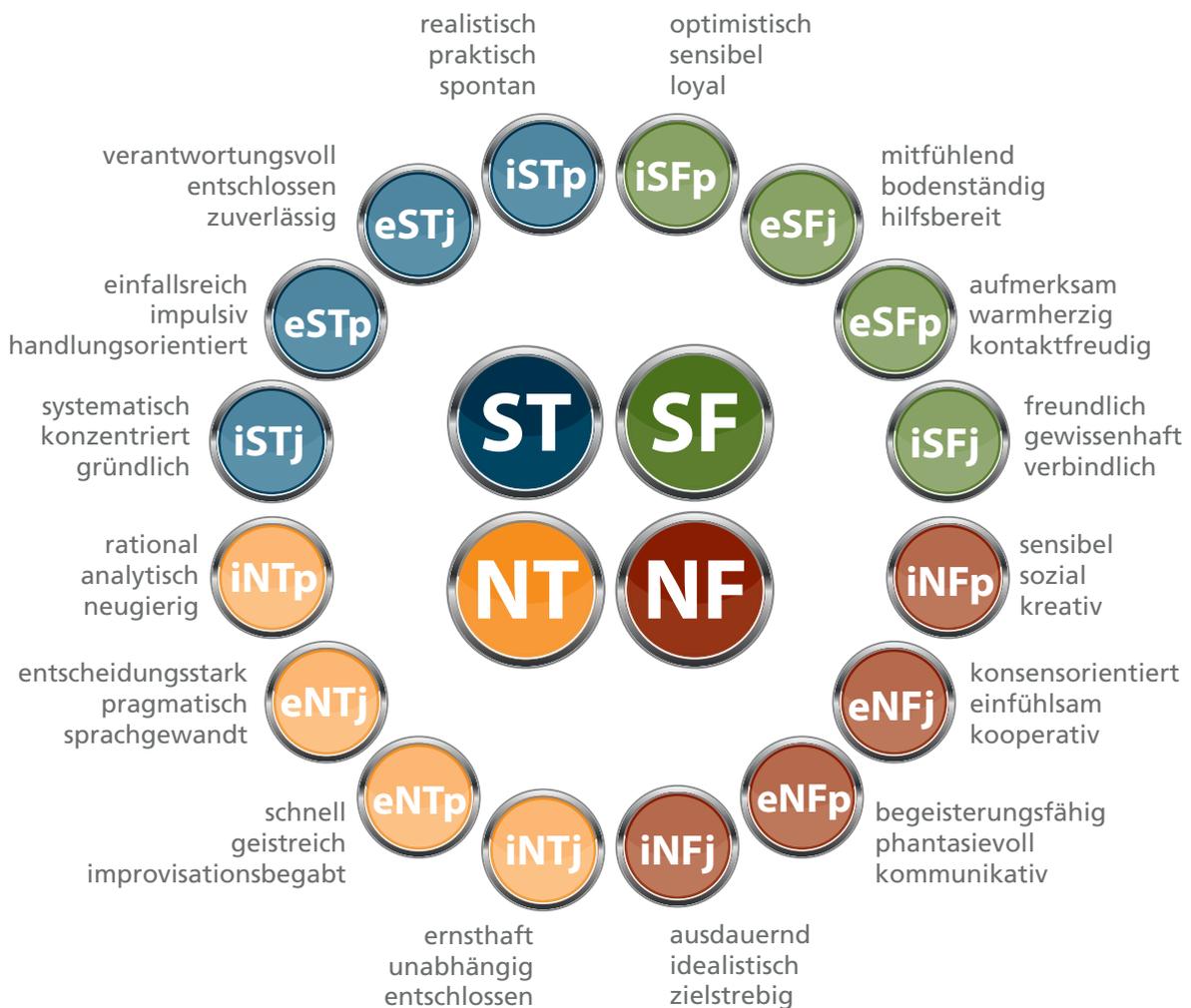
- flexibel
- vorläufig
- spontan
- situativ

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:

- **Extraversion:** (orientiert sich an der äußeren Welt und holt sich Kraft durch Kontakt zu anderen Menschen) und
- **Introversion:** (richtet den Blick nach innen und schöpft daraus seine Energie)
- **Sensing:** (zieht konkrete Informationen vor) und
- **iNtuition:** (liebt die abstrakte Welt der Ideen und Möglichkeiten)
- **Thinking:** (trifft Entscheidungen aufgrund logischer Analysen) und
- **Feeling:** (entscheidet nach persönlichen Werten und Überzeugungen) sowie
- **Judging:** (braucht Struktur und Übersicht) und
- **Perceiving:** (liebt Flexibilität und Spontaneität)

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



62 Thinking (T)

(F) Feeling 82



74 Judging (J)

(P) Perceiving 33



Name: N.N:

TAN: XYZ

ESFJ: Kurzbeschreibung



ESFJ-Typen sind kontaktfreudig und mitfühlend. Sie sind häufig die ersten, die ihre Hilfe anbieten, wenn es zu Schwierigkeiten kommt. Ihre dominierende Funktion ist das Fühlen. Das macht sie sensibel und empfänglich für die Bedürfnisse anderer. Dabei ist ihnen besonders an einem guten Verhältnis zu ihren Mitmenschen gelegen. Sie möchten gemocht und geachtet werden. In der Arbeit sind sie ausdauernd und gewissenhaft. Besonders aufgeschlossen und zufrieden sind sie dann, wenn ihnen Lob und Zuwendung zuteilwird. Auch wenn sie dazu neigen, alles persönlich zu nehmen, so sind sie doch bodenständige, realistische und praktisch veranlagte Menschen. So kommt für sie Verantwortungsbewusstsein und Pflichtgefühl weit vor Entspannung und Spaß.

Extraversion – nach außen gerichtet, reagiert auf Reize von außen

Sensing – beschäftigt sich mit Tatsachen, richtet die Aufmerksamkeit auf Details

Feeling – richtet sich nach sozialen Werten und den Menschen

Judging – möchte die Dinge klar und bestimmt haben, sucht Geschlossenheit

Menschen mit einem ESFJ-Typenprofil sind:

- warmherzig,
- hilfsbereit,
- mitfühlend,
- ordnungsliebend,
- gewissenhaft,
- gesprächig.

ESFJ-Verkäufer

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

Der ESFJ-Verkäufer:

- hat einen ausgeprägten Teamgeist,
- respektiert Vorschriften, Absprachen und Hierarchien,
- ist zuverlässig,
- arbeitet effizient und gewissenhaft,
- zeigt sich einfühlsam gegenüber den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden,
- braucht feste Strukturen und Abläufe.

ESFJs sind freundlich, taktvoll und sympathisch und tragen damit zu einer guten Verkaufsatmosphäre bei. Ihr Interesse gilt vorwiegend den Menschen ihrer nächsten Umgebung. Sie sind ausdauernd, gewissenhaft und auf Ordnung bedacht und verhalten sich loyal gegenüber Respektspersonen und Institutionen, denen sie verpflichtet sind.

ESFJs brauchen regelmäßig Lob und Zuspruch für ihr Engagement. Motivation und Zufriedenheit entwickeln sie vor allem dann, wenn in freundlicher Zusammenarbeit alle auf ihre Kosten kommen, Freude haben und die gesteckten Ziele erreicht werden. Dabei sind ihnen klare Strukturen und gut organisierte Arbeitsabläufe wichtig. Sie bevorzugen eine funktionierende Routine und es fällt ihnen schwer, spontan eine Sache anders zu machen als bisher. Wenn Veränderungen anstehen oder sie ihr Verhalten ändern sollen, brauchen sie einen konkreten Plan und lassen sich weniger durch Theorien überzeugen.

ESFJs haben die Gabe, in den Anschauungen anderer Menschen immer etwas Wertvolles zu erkennen. Das kann besonders bei schwierigen Verhandlungen hilfreich sein, wenn es gilt, durch Kompromisse Einigungen zu erzielen.

ESFJ-Verkäufer leben in der Gegenwart und nehmen mit wachem Blick wahr, was um sie herum passiert. Sie ordnen und organisieren gerne und schaffen mit ihrer zuvorkommenden und zugewandten Art eine Atmosphäre, in der jeder sich gut aufgehoben fühlt. Deshalb sind sie gerade für Präsentationen vor Gruppen besonders geeignet.

Impulse für die Weiterentwicklung

Die besonderen Stärken, welche die ESFJ-Persönlichkeit im Verkauf auszeichnen, sind geprägt von ihrer Fähigkeit zu erkennen, was andere gerade brauchen. ESFJs können ihre verkäuferischen Stärken ausbauen, indem sie ihr Verhalten kritisch auf die folgenden Muster hin überprüfen.

Sie neigen dazu,

- Konflikten aus dem Wege zu gehen,
- die eigenen Verkaufsziele zugunsten der Harmonie mit dem Kunden mitunter aus den Augen zu verlieren,
- Kritik persönlich zu nehmen,
- aufgrund ihrer guten Wahrnehmung zu glauben, dass sie am besten wüssten, was für den Kunden gut ist und ihn mit ihren Vorschlägen zu „überrennen“.

ESFJs bewerten ihre Außenwelt in erster Linie gefühlsmäßig. Das hindert sie manchmal daran, bei Diskussionen, Verhandlungen oder Auseinandersetzungen den sachlichen Anteil zu erkennen. Eine mögliche Folge dieses Verhalten ist, dass sie in einen Interessenskonflikt zwischen dem Kunden und ihren eigenen Verkaufszielen geraten. Aufgrund der ausgeprägten Fähigkeit, sich in andere Menschen hinein versetzen zu können, neigen Sie dazu, geschäftliche (und private) Beziehungen allzu persönlich und emotional zu nehmen. Deshalb ist es für den ESFJ-Verkäufer besonders wichtig, sich bewusst manchmal zurück zu nehmen und eine Situation mit Abstand zu betrachten, um auch die objektiven Aspekte eines Vorgangs aufmerksamer „sehen“ und besser berücksichtigen zu können. Da ESFJs in der Regel ausgeprägte Wertevorstellungen haben und diese auch in ihrem beruflichen Umfeld durchzusetzen versuchen, können sie unter Umständen von anderen bisweilen als eigensinnig oder verbohrt wahrgenommen werden. Hierbei ist es hilfreich, sich auf die eigene Fähigkeit zum Mitfühlen zu besinnen und bei der Durchsetzung der eigenen Werte mehr Toleranz walten zu lassen.

„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