



1 | Einleitung und wichtige allgemeine Hinweise

Die vorliegende Auswertung wurde erstellt auf Basis der Daten, die von dem Testteilnehmer während der Testung eingegeben wurde und deckt jenen Bereich der persönlichkeitsbezogenen Kompetenzen ab, der für den Verkaufserfolg wichtig ist.



> Der VKC misst ein Selbstbild des Testteilnehmers auf wissenschaftlich fundierte Weise. Die so gewonnenen Informationen geben wertvolle Hinweise auf die persönlichen Kompetenzen, sie können dem Testteilnehmer beispielsweise bisher unbekannte Stärken oder auch Optimierungsfelder aufzeigen. Ein Selbstbild ist aber immer eine subjektive Sichtweise da es auf den subjektiven Angaben und Antworten des Testteilnehmers basiert. Ein Vergleich der Ergebnisse mit einem Fremdbild, also der Einschätzung bzw. dem Feedback durch eine andere Person (Vorgesetzter, Recruiter, Coach, KollegIn, FreundIn etc.) kann (je nach Fragestellung) sinnvoll sein.

> Die getesteten persönlichkeitsbezogenen Kompetenzen haben einen wissenschaftlich nachgewiesenen relevanten Einfluss auf den Verkaufserfolg und sind somit eine wichtige Voraussetzung dafür. Der VKC alleine kann allerdings nicht hinreichend messen, ob der Testteilnehmer "ein guter oder schlechter Verkäufer" ist oder sein wird.

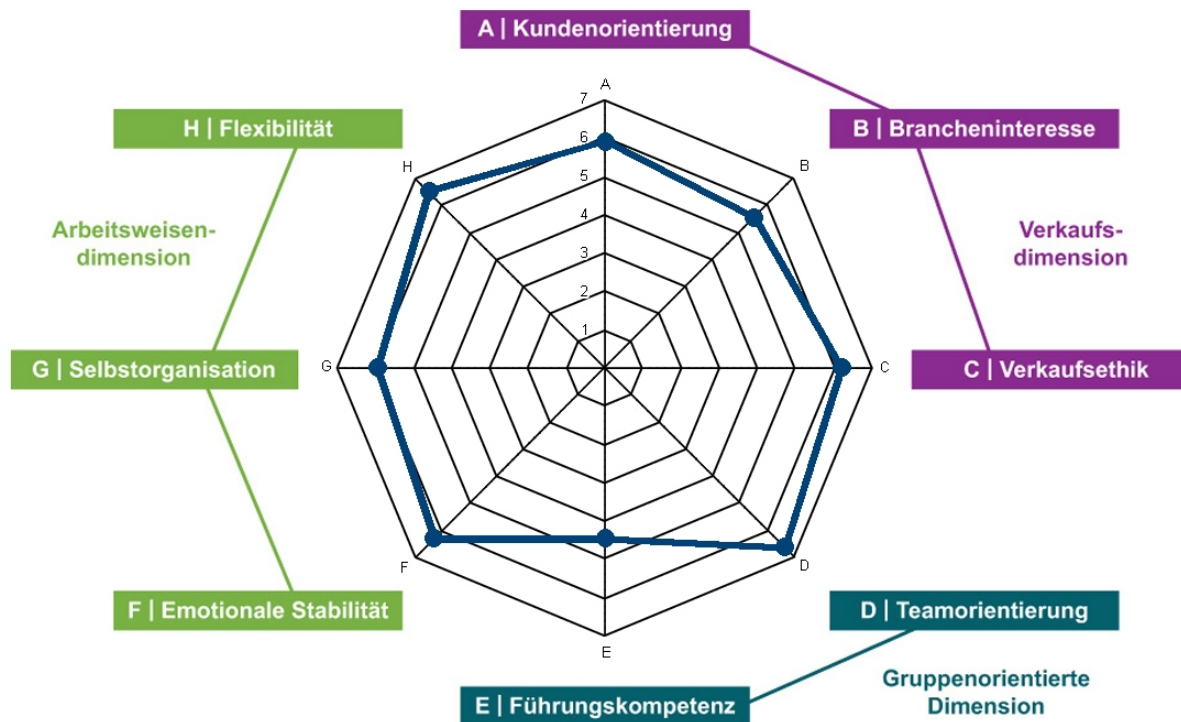
Der tatsächliche Verkaufserfolg wird über die persönlichen Kompetenzen hinausgehend auch durch viele andere interne Faktoren (wie etwa Motivation, Fachwissen, Einstellung zur eigenen Firma, zum eigenen Produkt, zum Kunden, psychische und physische Gesundheit etc.) sowie externe Faktoren (wie Marktsituation, Konkurrenz, Produktangebot, Markenimage, Preispolitik usw.) beeinflusst.

> Das Niveau der Ergebniswerte kann durch Faktoren wie besonders hohe oder niedrige Selbstkritik, Beantwortung nach sozialer Erwünschtheit etc. beeinflusst werden. Bei der Interpretation sollte überlegt werden, wie weit diese Faktoren bei der konkreten Testung eine Rolle gespielt haben könnten.

> Das persönliche Ergebnis muss immer in Relation zum Anforderungsprofil der entsprechenden Tätigkeit gesehen werden. So kann beispielsweise eine hohe persönliche Teamorientierung für eine bestimmte Tätigkeit eine wichtige Voraussetzung darstellen, zugleich aber für eine andere Tätigkeit irrelevant sein.

2 | Verkaufs-Kompetenz-Profil

Die Profildarstellung der persönlichen Verkaufs-Kompetenz enthält die wichtigsten Informationen zu den persönlichen Stärken und Entwicklungsfeldern. Die Netzgrafik zeigt Ihnen Ihre Werte für die acht getesteten verkaufsrelevanten Kompetenzen. Der höchste erreichbare Wert je Kategorie ist 7, der niedrigste 1. Mehr als die absolute Höhe der Werte (da diese z.B. durch das Maß an Selbstkritik maßgeblich mitbestimmt werden kann) ist hier in erster Linie die Form des persönlichen Profils interessant.



2.1 | Interpretationshilfe zu meinem persönlichen Profil

Eine detaillierte Beschreibung der einzelnen Dimensionen finden Sie auf den folgenden Seiten:



Folgende Fragen sollten Sie sich bei der Interpretation der Ergebnisse stellen:

> Zeigt mein Profil besonders stark ausgeprägte Faktoren (hohe Werte im Vergleich zum "Durchschnitt" meiner Werte)? War ich mir dieser Stärken bewusst? Wie kann ich diese Stärken möglichst gut und oft in meiner Verkaufstätigkeit zur Anwendung bringen? Wie kann ich diese Stärken weiter ausbauen ("Stärken stärken")?

> Zeigt mein Profil im Vergleich eher schwach ausgeprägte Faktoren (niedrige Werte im Vergleich zum Durchschnitt meiner Werte)? War ich mir dessen bewusst? Sind diese Faktoren für meine Tätigkeit relevant und wenn ja, was kann ich dazu beitragen, diese Faktoren mit der Zeit zu optimieren (Veränderung der Einstellung, Übung, Coaching etc.)?

> Zeigt mein Profil keine besonderen Stärken oder schwächer ausgeprägte Faktoren - welche der acht Dimensionen sind für meine Tätigkeit besonders wichtig

und wie kann ich meine persönliche Kompetenz diesbezüglich erhöhen?

> Zeigt das Profil generell sehr niedrige Werte, kann das auch ein Hinweis auf ein gering ausgeprägtes Selbstbewusstsein oder eine besonders starke selbstkritische Haltung hinsichtlich der getesteten Dimensionen sein. Lassen Sie sich in diesem Fall ehrliches Feedback von einer Vertrauensperson hinsichtlich des Testergebnisses geben und vergleichen sie dieses Feedback mit ihrer eigenen Sichtweise.

> Zeigt das Profil generell sehr hohe Werte, kann das auch ein Hinweis auf ein besonders stark ausgeprägtes Selbstbewusstsein oder auch eine eher schwache selbstkritische Haltung hinsichtlich der getesteten Dimensionen sein, lassen Sie sich in diesem Fall ehrliches Feedback von einer Vertrauensperson hinsichtlich des Testergebnisses geben und vergleichen sie dieses Feedback mit ihrer eigenen Sichtweise.

3 | Beschreibung der Dimensionen

Auf den folgenden Seiten werden die einzelnen Kategorien näher erläutert.

A | Kundenorientierung

Die Kundenorientierung ist die einflussreichste der 8 Dimensionen in Bezug auf den Verkaufserfolg und spielt in jeder Phase der Interaktion mit dem Kunden eine große Rolle - von der Gestaltung der Gesprächsatmosphäre über die Bedarfsanalyse, eine bedürfnisangepasste Präsentation sowie die generelle Begeisterungsfähigkeit.



Verkäufer mit hoher Kundenorientierung

- > können sich auf unterschiedliche Kunden und Situationen problemlos einstellen und gegebenenfalls auch ihren Verkaufsstil jederzeit anpassen.
- > verstehen es, ihr Produkt greifbar zu machen und durch ihre Begeisterung positive Emotionen beim Kunden zu wecken.
- > wirken durch ihr professionelles Auftreten und ihre an den Kunden angepasste Rhetorik kompetent.
- > haben Freude an ihrer Arbeit und sind sich ihrer Fähigkeiten als Verkäufer bewusst.

Personen mit geringerer Kundenorientierung stellen sich hinsichtlich Gesprächsbasis und Stil nicht so leicht auf den Kunden ein. Es fällt ihnen schwerer, ihre Begeisterung für das Produkt zu kommunizieren.

B | Brancheninteresse

Brancheninteresse behandelt nicht nur das Wissen über seine eigene Branche, sondern auch das Ausmaß, in welchem man für dieses Interesse auch aktiv tätig wird. Brancheninteresse hat sehr viel mit Informationsbeschaffung zu tun.



Personen, die über ein hohes Brancheninteresse verfügen,

- > suchen selber aktiv nach Informationen zu aktuellen Marktgeschehnissen, Mitbewerbern und dem eigenen Unternehmen.
- > eignen sich ein breites Spektrum an Wissen an, das über simples Produktwissen hinausgeht und auch die dem Verkauf vor- und nachgelagerten Prozesse beinhaltet.
- > informieren sich regelmäßig und frischen ihr Wissen immer wieder auf.

Geringes Brancheninteresse kann zu einem Wettbewerbsnachteil führen. Personen, die sich wenig für ihre eigene Branche interessieren, können für sie wichtige Entwicklungen und Trends verpassen.

C | Verkaufsethik

Verkaufsethik ist durch das Ausmaß bestimmt, wie sehr der Verkäufer seinen Kunden als gleichgestellten Partner sieht und behandelt. Ethisches Verkaufen beinhaltet eine Art "Fair Play" beim Informationsfluss. Der Verkäufer hat zumeist mehr spezifische Informationen als der Käufer und es gilt diese zum Vorteil beider und nicht nur zum Vorteil des Verkäufers zu verwenden.



Personen, die eine ausgeprägte Verkaufsethik aufweisen

- > interessieren sich für den Kunden und seine Bedürfnisse.
- > nehmen den Kunden ernst und zeigen dies auch, indem sie ihn respektvoll behandeln.
- > verkaufen dem Kunden, was er wirklich braucht.
- > nützen die ungleiche Informationsverteilung nicht nur zum eigenen Vorteil und geben alle für den Kunden relevanten Informationen an diesen weiter.

Auf der anderen Seite zeigt ein niedrigerer Wert eine geringere Wertschätzung dem Kunden gegenüber. Das Informationsungleichgewicht wird möglicherweise ausgenutzt und den wahren Bedürfnissen des Kunden zu wenig Beachtung geschenkt.

D | Teamorientierung

Teamorientierung beschreibt die Fähigkeit einer Person sich in eine Gruppe einzugliedern, darin aktiv zu werden und zu arbeiten. Dies beinhaltet auch, dass soziale Kontakte innerhalb dieser Gruppe aufgebaut werden und eine von allen akzeptierte Position in dieser eingenommen wird. Oft sind teamfähige Personen in der Gruppe produktiver und kreativer. Den Gegensatz dazu stellen Einzelgänger dar, die es vorziehen alleine zu arbeiten.

Personen mit hohen Werten in dieser Dimension

- > sind kooperativ, geben Informationen weiter, absolvieren das von ihnen erwartete Pensum mit Blick auf das Gruppenziel.
- > schaffen eine positive Atmosphäre im Team, erreichen das durch Aufmunterungen, positive Rückmeldungen und Unterstützung der anderen Gruppenmitglieder oder durch die Schaffung einer ausgeprägten Gruppenidentität.
- > sind eher bereit von anderen, seien es Vorgesetzte oder weitere Mitarbeiter, zu lernen, diese um Rat oder Unterstützung zu fragen, sie geben selbst Rat bzw. Unterstützung und übernehmen Verantwortung.

Personen mit niedrigen Werten bevorzugen eine Arbeit mit einem hohen Grad an Eigenverantwortung und Autonomie. Sie mögen es, Verantwortung alleine zu tragen, ohne auf die Unterstützung anderer angewiesen zu sein. Diese Personen sind eher Einzelkämpfer und möchten selbstständig und möglichst unabhängig agieren. Sie finden nicht, dass Einzelarbeit der Arbeit in der Gruppe unterlegen ist und sind der Meinung, dass man auch alleine zum Erfolg kommt.

E | Führungskompetenz

Führungskompetenz beschreibt die Fähigkeit, Verantwortung zu übernehmen und andere zu leiten - dies ist natürlich vor allem für Führungskräfte wichtig. Die wissenschaftliche Forschung zeigt allerdings auch, dass sich ein gewisses Maß an Führungskompetenz beim Verkäufer (ohne Leitungsposition) generell positiv auf den Verkaufsprozess auswirkt (z.B. dadurch, dass der Verkäufer eine gewisse Autorität darstellt, motivieren kann etc.).

Eine hohe Führungskompetenz zeigt sich darin, dass die Person

- > gerne in Diskussionen die Leitung übernimmt.
- > andere Personen positiv beeinflussen, koordinieren, begeistern, motivieren und von eigenen Ideen überzeugen kann.
- > in gewissen Eigenschaften im Vergleich zu anderen Personen hervorsticht.
- > es genießt im Mittelpunkt zu stehen und erwartet, dass andere Personen ihr folgen.
- > leicht anderen Menschen Anweisungen gibt sowie begeistern und motivieren kann.

Personen mit niedrigen Werten in der Führungskompetenz sehen keinen Anreiz darin, andere Menschen zu führen. Fachliche Kompetenz und Wissen sind für solche Personen wichtiger als Führungsansprüche. Als Folge fehlen ihnen oft auch typische Attribute von Führungskräften wie die Ausstrahlung von Autorität oder ein überdurchschnittliches Selbstbewusstsein. In Gruppendiskussionen und -arbeiten bemühen sie sich selten um die Leitungsfunktion.

F | Emotionale Stabilität

Die Dimension der Emotionalen Stabilität analysiert den Gemütszustand von Personen nach Rückschlägen, Misserfolgen oder während Zeiten erhöhten Stresses. Hauptpunkt ist die Art und Weise wie man mit solchen Erlebnissen umgeht und diese verarbeitet. Im Verkaufsprozess kann diese Dimension somit beispielsweise beeinflussen, wie stark und trotz zeitweiser Rückschläge man weiter am Ziel des Verkaufsabschlusses arbeitet.

Personen mit hoher emotionaler Stabilität

- > verarbeiten negative Erlebnisse und Misserfolge schnell und lassen diese nicht ihr Leben in großem Maße beeinflussen.
- > verlieren selten den Mut und können auch lange Durststrecken leichter hinter sich bringen.
- > sind stressresistenter und gehen gut mit großen und sich häufig verändernden Belastungen um.

Geringe Werte bei emotionaler Stabilität bedeuten, dass vieles persönlich genommen wird und sich die Person noch lange nach einem entsprechenden negativen Erlebnis damit auseinandersetzt. Man fühlt sich leichter entmutigt und belastet. Dies kann emotional sehr fordernd sein. Auch Stress spielt im Leben solcher Personen häufig eine große Rolle. Wenn vieles auf einmal zusammenkommt, fühlen sich Personen mit niedriger emotionaler Stabilität rascher überfordert. Das persönliche Wohlbefinden kann unter Tätigkeiten, die mit psychischem Druck und Stress verbunden sind, leiden. Bei geringer emotionaler Stabilität kann es sinnvoll sein, eine weniger belastende Tätigkeit zu finden.

G | Selbstorganisation

Der Bereich der Selbstorganisation spiegelt sich im Ziel- und Zeitmanagement sowie in der persönlichen Arbeitseinstellung wider. Klare Zielsetzungen sowie eine strukturierte Vorgehensweise begünstigen eine positive Zielerreichung und können damit beispielsweise auch einen großen Einfluss auf die Erreichung eines Verkaufsabschlusses haben.



Ein hoher Grad an Selbstorganisation bedeutet, dass die Person

- > sich klare Ziele und Prioritäten setzt und diese dann auch einhält.
- > effizient mit ihrer Zeit umgeht und gut im Voraus planen kann.
- > ordentlich ist und ihre Unterlagen überblickt.
- > Aufgaben gründlich und präzise bearbeitet.
- > konsequent und ausdauernd ist.

Fehlende Selbstorganisation kann bedeuten, dass Prioritäten nicht sinnvoll gesetzt werden oder zu erledigende Aufgaben gerne in die Zukunft verschoben werden. Oft ist Spontaneität wichtiger als das Einhalten von Fristen und Terminen. Ein scheinbarer Mangel an Zeit ist bei solchen Personen meist durch einen ineffizienten Umgang mit dieser bedingt. Auch Unordnung im persönlichen Terminkalender oder auch auf dem Arbeitsplatz ist häufig zu beobachten.

H | Flexibilität

Flexibilität steht für die Art, wie eine Person mit unerwarteten Situationen umgeht und was sie daraus macht. Flexible Personen sehen in solchen Situationen oft Herausforderungen, die es zu meistern gilt. Manchmal werden durch solche unerwarteten Situationen Höchstleistungen erbracht. Ebenso wird durch Flexibilität der Bereich Problemlösung beeinflusst, da Probleme fast immer auch unerwartete Situationen sind. Auch im Verkaufsprozess hat diese Dimension Auswirkungen darauf, wie der Verkäufer bei ungeplanten Situationen vorgeht, also beispielsweise bei überraschenden Kundeneinwänden und der darauf folgenden Einwandbehandlung.



Flexible Personen

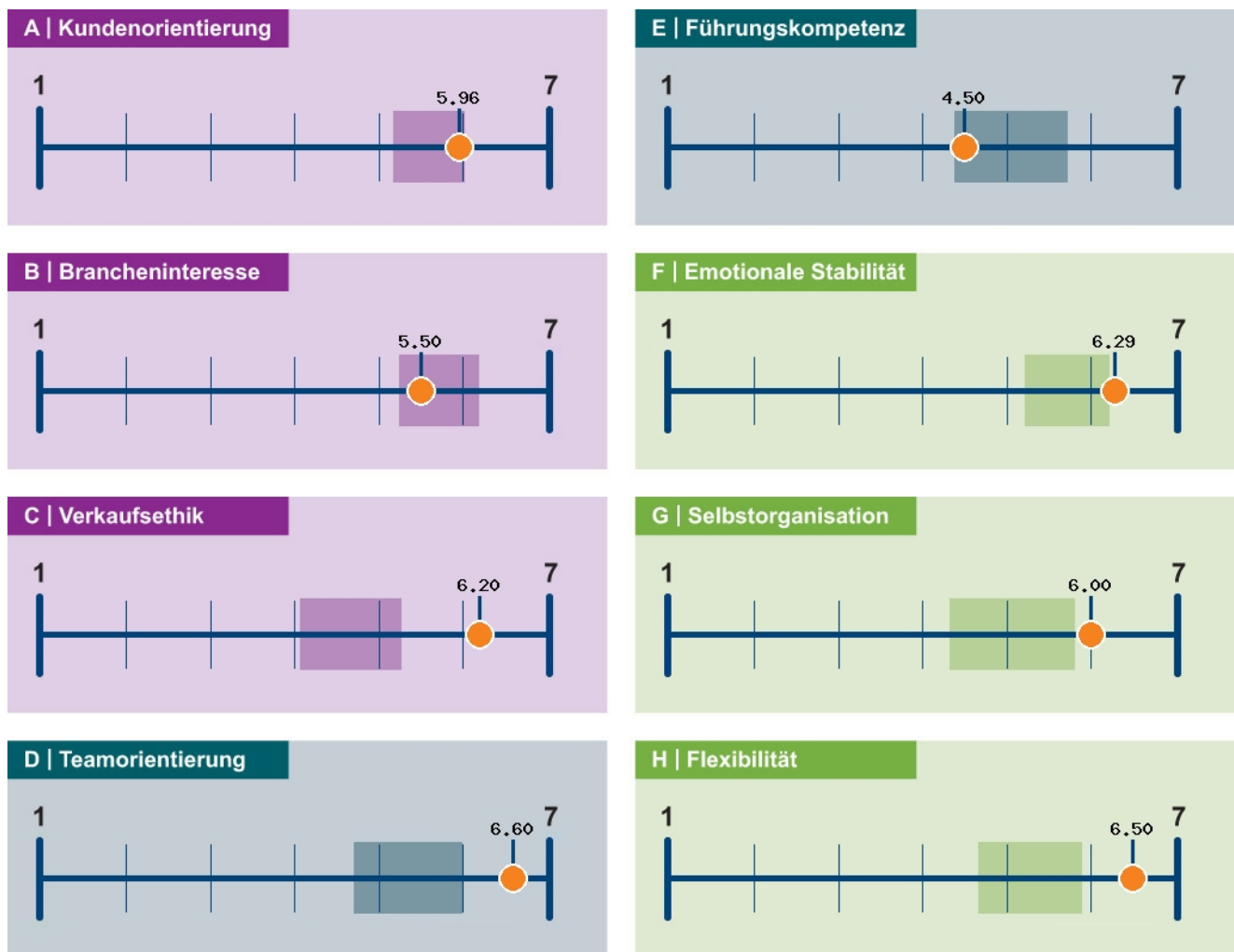
- > wachsen an neuen Herausforderungen.
- > haben die Fähigkeit mit wechselnden Situationen, Partnern und Umfeldern umzugehen.
- > können unter sich ändernden Bedingungen konstante Leistungen erbringen.
- > haben eine hohe Problemlösefähigkeit und schrecken vor unbekannten Situationen nicht zurück.
- > passen sich schnell an neue Umgebungen, Situationen oder Kunden an.

Weniger flexible Personen brauchen länger, um sich einer neuen Umgebung anzupassen und fühlen sich in einer stabilen Umgebung mit geordneten Verhältnissen wohler. Sie haben Respekt vor schwierigen und neuen Situationen. Ungewohnte Herausforderungen werden eher als Belastung empfunden. Bei ihren Aufgaben bevorzugen sie klar definierte Tätigkeiten, die eine höhere Kontinuität aufweisen.

4 | Mittelwertsvergleich

Im Folgenden werden Ihre persönlichen Werte im Vergleich zum Durchschnitt Ihrer Berufsgruppe dargestellt. Der graue Bereich bezeichnet den Durchschnittsbereich (Mittelwert und Streuung der Durchschnittsdaten um den Mittelwert), die orange Markierung zeigt den von Ihnen erzielten Wert an.

4.1 | Werte



4.2 | Interpretationshilfe zum Mittelwertsvergleich

Die Mittelwertsvergleiche können einen guten Hinweis darauf geben wie Ihre Verkaufskompetenzen im Vergleich zum Durchschnitt Ihrer Berufsgruppe ausgeprägt sind. Seien Sie sich aber bewusst, dass es sich bei den oben angeführten Mittelwert vergleichen um einen Vergleich Ihres Selbstbildes mit dem durchschnittlichen Selbstbild Ihrer Berufsgruppe handelt. Abweichungen vom Durchschnitt bedeuten nicht automatisch, dass die angegebenen Kompetenzen tatsächlich ("objektiv") schlechter, gleich gut oder besser ausgeprägt sind als beim Durchschnitt.

Weicht der persönliche Wert in einer oder mehreren Dimensionen vom Durchschnitt ab, heißt das erst einmal, dass Sie sich selbst in dieser Dimension signifikant anders bewerten als der Durchschnitt Ihrer Berufsgruppe sich selber bewertet.

Eine solche Abweichung kann einerseits daran liegen, dass Sie in diesen Dimensionen tatsächlich besondere Stärken oder auch Optimierungsfelder habe, kann aber auch daran liegen, dass Sie besonders selbstkritisch oder sich Ihrer Stärken nicht bewusst sind (bei unterdurchschnittlichen Ergebnissen) bzw. sehr wenig selbstkritisch oder sehr stark von sich selbst über-

zeugt sind (bei überdurchschnittlichen Ergebnissen). Vor allem wenn Sie viele unter- oder überdurchschnittliche Ergebnisse haben, kann dies ein Hinweis auf einen solchen subjektiven Einfluss sein.



Stellen Sie sich bei Abweichungen folgende Fragen:

> Ist die Dimension in der mein Wert vom Durchschnitt abweicht für meine berufliche Verkaufstätigkeit relevant?

> Falls ja ? was kann der Grund für die Abweichung sein? Habe ich in dieser Dimension tatsächlich eine besondere Stärke bzw. noch ein besonderes Optimierungsfeld? Wie sind meine Erfahrungen aus der beruflichen Praxis diesbezüglich?

> Oder neige ich eventuell dazu mich generell eher kritisch zu bewerten oder eher sehr positiv zu sehen. Wie würde ich die betroffene Kompetenz beurteilen wenn ich mich dieser positiven oder kritischen "Brille" entledige?

> Hebe ich mich durch besondere Stärken vom Durchschnitt ab? Wenn ja, setze ich diese Stärken bereits genügend in meiner Verkaufstätigkeit ein bzw. wie kann ich meine Stärken noch besser einsetzen?

> Habe ich noch Entwicklungsbedarf in einer für meine Tätigkeit relevanten Dimension? Wenn ja, wie kann ich mich diesbezüglich verbessern (Veränderung der Einstellung, Übung, Coaching etc.)?

Wenn Sie nicht sicher sind, wie sehr Ihr subjektives Bild die Beurteilung Ihrer tatsächlichen Kompetenzen beeinflusst, holen Sie sich zusätzlich entsprechendes Feedback von einer Vertrauensperson (Vorgesetzter, Coach, KollegIn, FreundIn etc.).