

Client Centricity



ACTITUD Y APTITUD COMERCIAL

En el presente informe dispone de información enfocada hacia qué será capaz de hacer una persona, sus recursos y su capacidad para utilizarlos en el amplio espectro de la actividad comercial.

Ponemos el foco en las características que nutren la relación con los clientes a través de los proyectos y de la aportación de soluciones a corto, medio y a largo plazo.

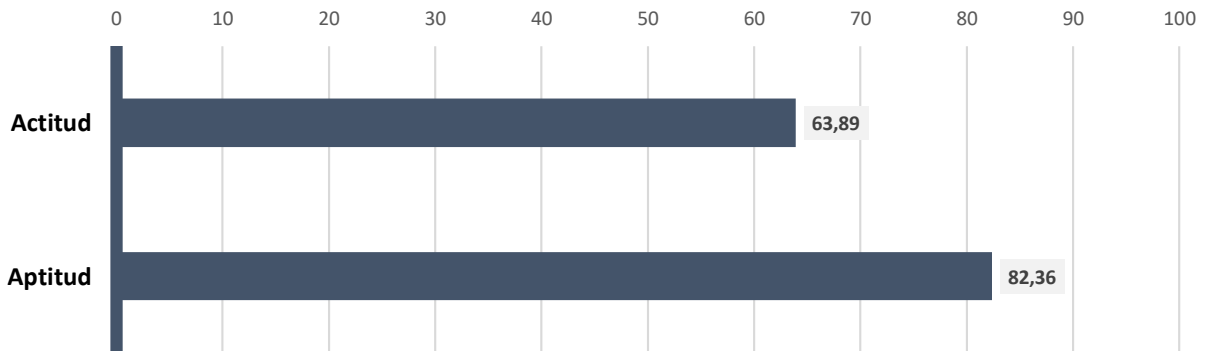
Aspectos afines a la socialización, al conocimiento del negocio, a la disposición de información, a las técnicas de negociación, etc... son esenciales para contribuir al beneficio mutuo.

Saber si los miembros de sus equipos poseen estas características, y con qué intensidad, posee un valor incalculable.

En términos generales tenemos que diferenciar entre la Actitud y la Aptitud para la venta.

- **Actitud:** Lo podríamos resumir en “Tener ganas de vender” o “Quiero vender”. Algo así como “Disponer de la fuerza de voluntad necesaria para acometer los retos de la venta con confianza, con capacidad proactiva y con positivismo”.
- **Aptitud:** Lo podríamos resumir en “Puedo vender”. Algo así como “Disponer de la capacidad para desarrollar la actividad de vender a través del uso de diferentes habilidades y técnicas de convencimiento con el objetivo de satisfacer necesidades del cliente, con un claro enfoque de beneficio mutuo.

RESULTADOS



NIVEL

Saturado (>90)	Registro con un nivel superior a 90. Indica dominancia obsesiva y una escasa manifestación del resto de registros, al margen de las intensidades obtenidas.
Óptimo (>78)	Registro con potencial de acción de intensidad elevada.
Correcto (>60)	Registro cuya intensidad es correcta.
Monitorizar (<60)	Registro a gestionar, ya sea por su reducida intensidad o por su escasa frecuencia de uso.
Rb*	Este registro posee una métrica diferente al de los demás registros.

CLIENT CENTRICITY

Resultado Global **74,85** **Correcto**

A menudo pensamos que la actividad comercial se relaciona directamente con la fase de convencimiento directo o “venta”.

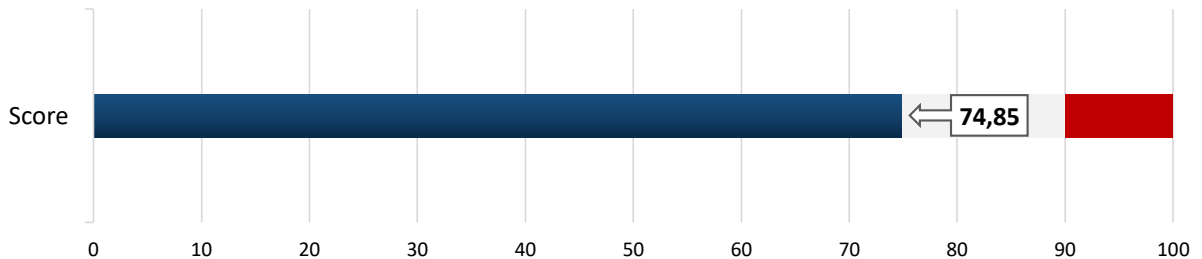
El caso es que este enfoque no ha demostrado que pueda garantizar la continuidad en los desarrollos empresariales.

Por ello, el modelo “Customer Centricity” amplía el espectro de características que debe poseer un profesional de la actividad comercial, llevándolas hasta límites hasta ahora abordados únicamente desde un punto de vista estratégico.

Ahora el cliente es el punto de referencia para un crecimiento mutuo.

En el presente apartado mostramos los indicadores alcanzados por usted así como la desviación sobre un Contraste (ideal), tanto en las 7 características globales como en todo los ítems representados en el desglose.

De esta manera, podrá enfocarse en potenciar, o incluso reducir, sus capacidades al respecto.



CLIENT CENTRICITY

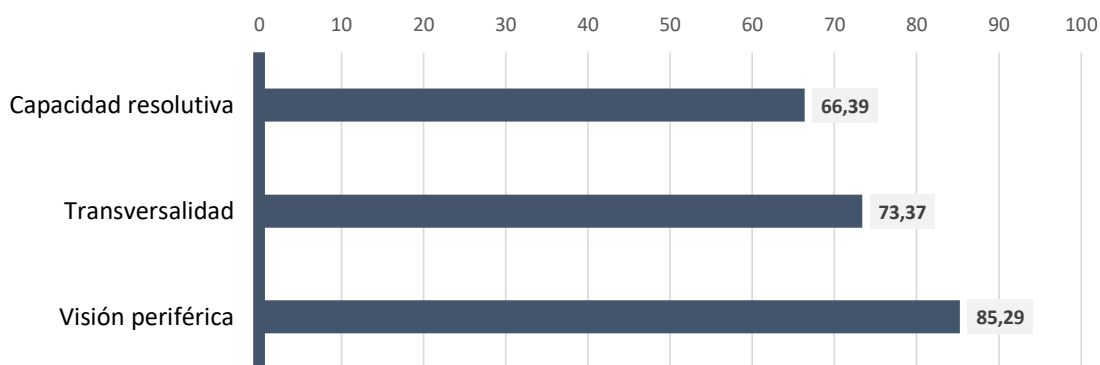
CARACTERÍSTICA	ELEMENTOS	DATA	NIVEL
MENTALIDAD DE LÍDER		72,76	Correcto
	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad resolutive • Transversalidad relacional • Visión periférica 		
CONSISTENCIA EN LA ATENCIÓN		76,67	Correcto
	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso personal • Capacidad de respuesta dinámica • Anticipación 		
MEJORA EFICIENTE		73,43	Correcto
	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones basada en datos • Planificación estructurada • Pensamiento emprendedor 		
CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO DEL CLIENTE		72,73	Correcto
	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción y observación • Aprendizaje experiencial y tenacidad sináptica • Especialización 		
CAPACIDAD RELACIONAL		78,71	Óptimo
	<ul style="list-style-type: none"> • Amplitud comunicativa • Escucha selectiva • Socialización 		
GESTIÓN DE LA CONFIANZA		72,97	Correcto
	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de conciliación • Prudencia y ecuanimidad • Intuición y astucia • Creatividad 		
ASOCIACIÓN DE INTERESES		76,67	Correcto
	<ul style="list-style-type: none"> • Empatía y simetría • Storytelling • Visión a largo plazo 		

1. MENTALIDAD DE LÍDER

Capacidad resolutive: Posee la habilidad de resolver situaciones complejas, priorizando los aspectos más importantes y flexibilizando la agenda ante imprevistos.

Transversalidad comunicativa: Se focaliza en relaciones a largo plazo más que en transacciones puntuales con todo tipo de clientes.

Visión periférica: Identifica los límites de las actuaciones a emprender, obteniendo un amplio margen de seguridad gracias al análisis perimetral de la situación.

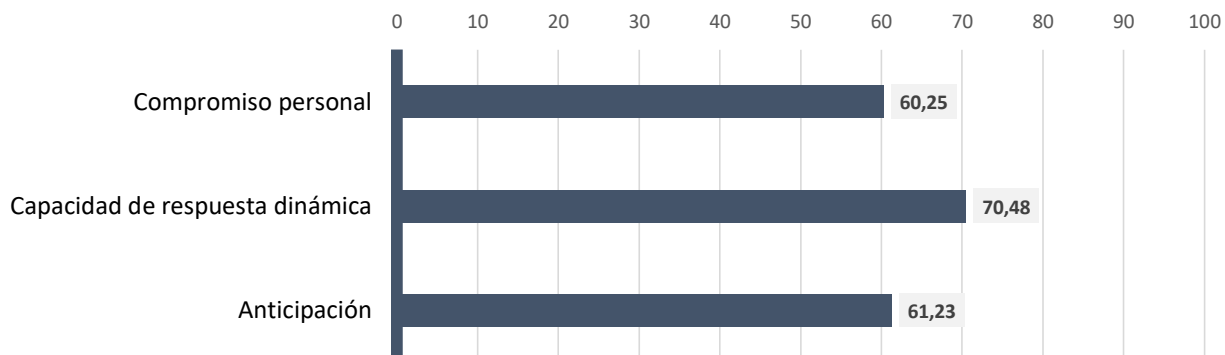


2. CONSISTENCIA EN LA ATENCIÓN

Compromiso personal: Posee un comportamiento noble, transparente y directo en busca de un resultado beneficioso para todas las partes sin perjudicar a nadie.

Capacidad de respuesta dinámica: Posee la habilidad para dar una respuesta ágil, con determinación y sostenida en el tiempo, siendo capaz de adecuar su posición a las circunstancias.

Anticipación: Tiene facilidad para visualizar acontecimientos futuros en base a cálculos predictivos.

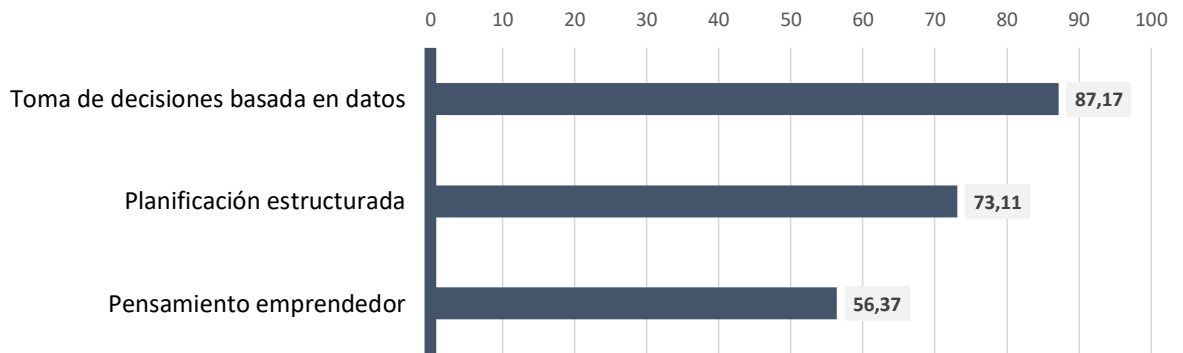


3. MEJORA EFICIENTE

Toma de decisiones basadas en datos: Tiene facilidad para analizar datos e información que me permite tomar decisiones de forma precisa.

Planificación estructurada: Actúa como arquitecto integrador de soluciones y lidera proyectos de transformación desde el principio hasta el final.

Pensamiento emprendedor: Presenta ideas innovadoras a los clientes, las cuales les permiten acceder a una posición de liderazgo en el mercado.

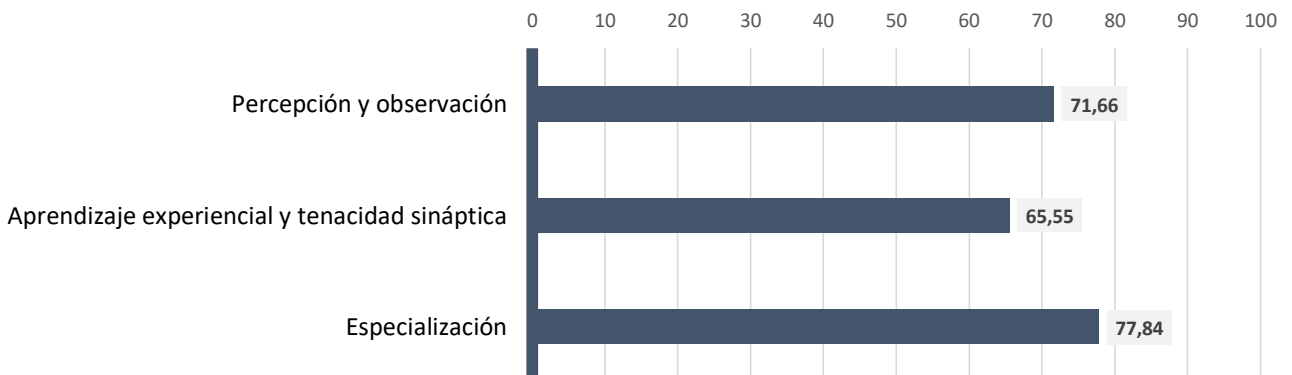


4. CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO DEL CLIENTE

Percepción y observación: Aprecia los pequeños detalles que son identificativos del modelo de negocio del cliente.

Aprendizaje experiencial y tenacidad sináptica: Asume y sintetiza con solidez lo experimentado y lo vivido.

Especialización: Profundiza en aquellos temas que son de verdadero interés para la mejora del negocio de los clientes.

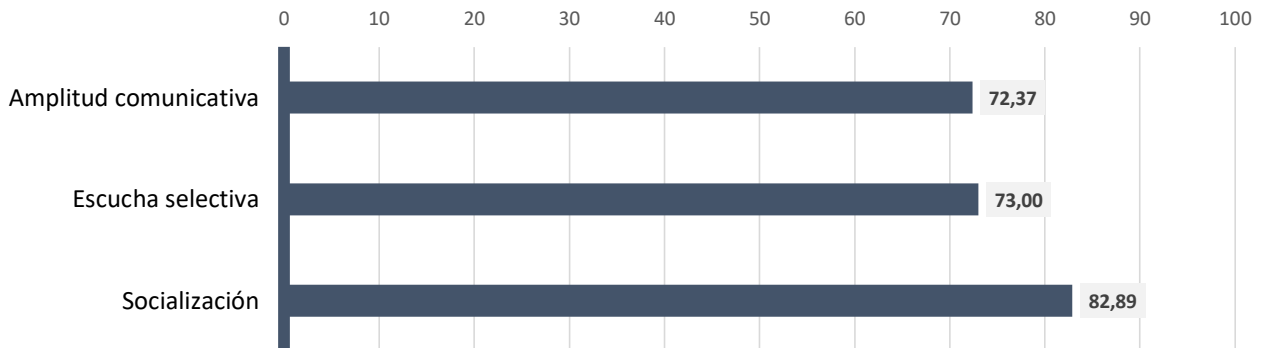


5. CAPACIDAD RELACIONAL

Amplitud comunicativa: Posee una gran facilidad para expresar su opinión sobre una gran cantidad de temas y contenidos.

Escucha selectiva: Dispone de la capacidad para seleccionar de forma rápida aquello a lo que debe atender.

Socialización: Posee la habilidad de relacionarse con un gran espectro de personas de variada cultura, ideología y condición.



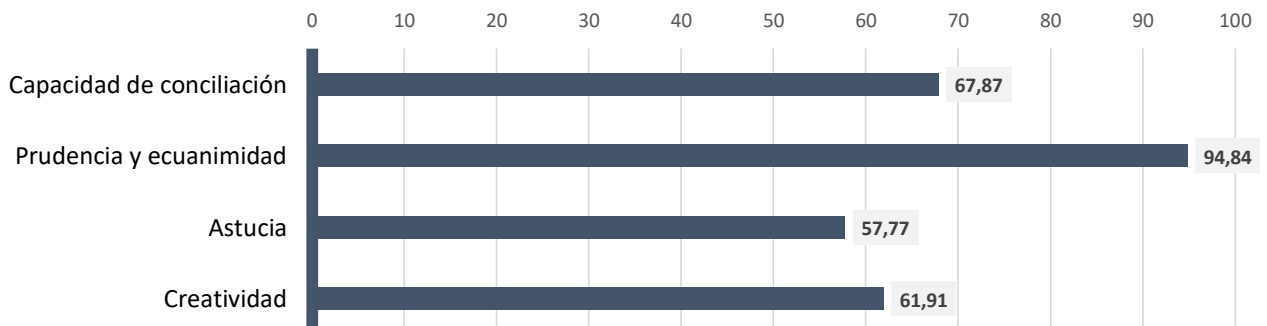
6. GESTIÓN DE LA CONFIANZA

Capacidad de conciliación: Se comporta con profesionalidad, rigor y discreción, aportando soluciones viables que satisfagan a todas las partes.

Prudencia y ecuanimidad: Actúa con mesura y con un elevado sentido de la justicia.

Astucia: Posee la capacidad de ajustar sus movimientos a los movimientos de los demás, actuando con anticipación y seguridad.

Creatividad: Posee la habilidad de convertir lo imaginado en algo tangible y de aplicación real.

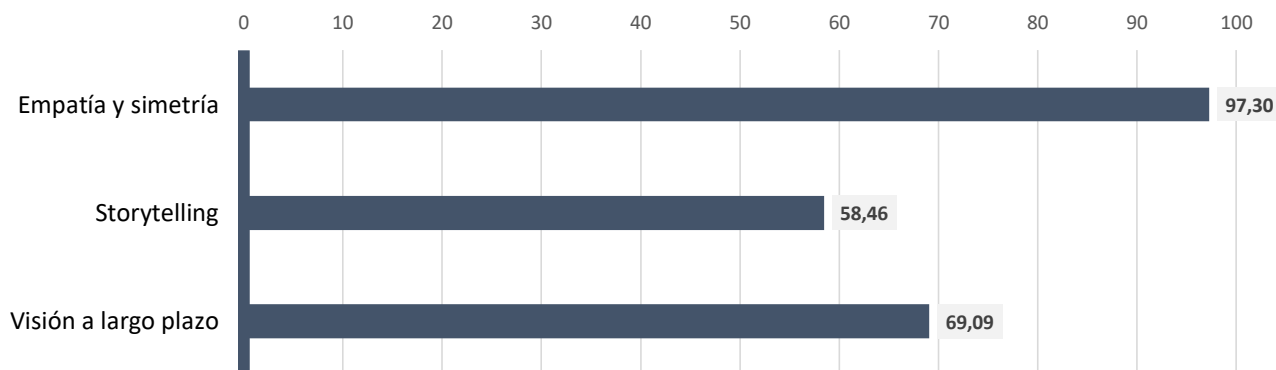


7. ASOCIACIÓN DE INTERESES

Empatía y simetría: Dispone de la habilidad de interpretar y entender los puntos de vista de los demás.

Storytelling: Comunica de forma atractiva y amena, facilitando a los demás la comprensión de mis mensajes y argumentos.

Visión a largo plazo: Posee una visión de los negocios que abarca el corto, medio y largo plazo. Mantiene una comunicación recurrente que facilita la interrelación con los clientes.



Jacobson, Steinberg & Goldman aplica los principios éticos de los Neuroderechos, los cuales establecen la libertad cognitiva del individuo, basada en su propia elección a alterar o no sus estados mentales con ayuda de neurotecnologías.

Por ello, nuestras aplicaciones basadas en la tecnología algorítmica ADNe® se sustentan en:

1. El derecho a la identidad personal. *Limitación de alterar el sentido del “Yo” a través de nuevas tecnologías.*
2. El derecho a la privacidad mental. *Mediciones de actividad sináptica y procesos de análisis con consentimiento de la persona.*
3. El derecho al acceso equitativo. *Aplicación tecnológica beneficiosa para el usuario, colectivos y sociedad, en términos éticos.*
4. El derecho al libre albedrío. *Aseguramiento de la toma de decisiones de ámbito personal con libertad y autonomía, eliminando la potencial manipulación por parte de las neurotecnologías.*
5. El derecho a la protección ante sesgos y prejuicios. *Garantía de que los conocimientos adquiridos a través de algoritmos neurotecnológicos no propicien discriminación.*

•El Código de Comportamiento ADNe® o Persotipo es único.

•Dicho código es el eje central de la expresión de los registros, de sus intensidades y de sus oscilaciones.

•En ningún caso, este informe debe ser considerado como un mecanismo relacionado con un diagnóstico clínico de una patología, desorden o trastorno.

•El nivel de Consistencia según el indicador Alfa de Cronbach es de 0.92 (Muy consistente).

•El Indicador de Probabilidad de Suceso (confiabilidad) en los resultados es de $p=0.03$ (Nivel: Significancia científica).

ADNe®, ADN Emocional®, ADN®evolution, ADNe®Solutions son propiedad de Jacobson, Steinberg & Goldman