

## Urval med SPQ\*GOLD®

Skalan som mäter Säljhinder,  
Motivation, Målfokusering och Målförvirring



Ringa? Det är ju bara 55 mil.....  
Telefonfobi är bara ett av många hinder som  
får säljare att underprestera eller i värsta  
fall inte prestera alls.

---



Skillnaden mellan en bra och en dålig säljare är antalet undanflykter för att inte ta kontakt. Vi vet vilka olika hinder som påverkar dina säljares eller kandidaters förmåga att kontakta kunder och potentiella kunder. Vi vet också vilka hinder som kommer att dyka upp med tiden.

När du rekryterar säljare tror vi att du skulle vilja veta följande tre mycket viktiga frågor som vi tycker är väsentliga att ge ett så bra svar som möjligt på.

### **Hur mycket?**

Hur mycket i kronor kommer den här kandidaten sannolikt sälja för om han/hon börjar i vårt företag?

### **Hur snabbt?**

Hur lång tid, dvs tar det veckor, månader eller år innan denna kandidat säljer de kronor som angavs i hur mycket.

### **Till vilken kostnad?**

En del säljare kostar mer än andra i träning, ledning, coachning etc. Hur mycket kommer denna säljare att kosta innan han/hon når den estimerade volymen. Samtliga tre variabler anges på en skala från låg till hög.

### **Hur kan vi estimerar dessa siffror?**

Vi vet genom gedigen forskning att det finns en mycket stark korrelation mellan antal säljförsök och estimerat resultat. Vi vet också hur olika hinder påverkar säljarens förmåga till produktivitet i syfte till self-promotion och till att sälja sina varor och tjänster. Genom att göra statistiska jämförelser med de forskningsstudier vi gjort och fortfarande genomför kan vi ge en god sannolikhet för att dessa resultat ger goda indikationer. Dock är inga tester perfekta och ska användas med sunt förnuft och omdöme.

Kurser, kurser, kurser, Säljteknik, målstyrning, kundvård, förhandlingsteknik, mer säljteknik o.s.v. Säljare blir överösta av möjligheter till kunskaper och utveckling.

Oavsett hur bra träning de fått, oavsett viken personlighet de har betalar det sig först när säljaren tagit kontakt med ett tillräckligt antal möjliga kunder. Oerhört många gör inte det. De underpresterar och forskning visar på att 80% av de som börjar en säljkarriär inte överlever yrket det första året.

### **De går vidare till andra jobb. Varför?**

De säljer helt enkelt inte tillräckligt mycket för att de har inte tillräckligt med människor att sälja till, vilket i sin tur beror på att de inte har arbetat upp ett tillräckligt antal kontakter.

Orsaken till denna ineffektiva kedja är rädsla. Rädsla som tar sig uttryck i olika hinder. När rädslan slår till begränsar det förmågan att skapa nya affärer. Då kallas den Sales Call Reluctance® och är en känslomässig blockering som begränsar förmågan att generera nya kontakter och att utveckla befintliga kunder.

Vi har hittills funnit 12 hinder vilka vi vet minskar intäkterna för säljande personal. Vi har dessutom identifierat minskad förmåga beroende av för **låg Motivation, Målorientering och Målförvirring** vilket vi också mäter i testet SPQ\*Gold.

---



## Olika typer av Skenhinder som mäts med Sales Call Reluctance® skalan:

**Fysisk Energi/Motivation:** Den totala energi (fysisk energi) man har att utföra ett arbete. Ju mer desto bättre.

**Målfokusering:** Hur mycket man är fokuserad på karriärrelaterade mål.

**Målförvirring:** Hur många olika mål som slåss om individens energi och uppmärksamhet.

### Pris urval:

8.000 skr/pers inklusive SPQ\*Gold test, återkoppling till individ och ledning

För mer information eller beställning kontakta;

Joakim Lönn  
VD Rezon AB

010-709 98 03

[joakim.lonn@rezon.se](mailto:joakim.lonn@rezon.se)

---



## SPQ\*Gold®

### Theory:

Inhibited Social Contact Initiation Syndrome (ISCIS) is an aggregation of emotion-based escape and avoidance behaviors particularly associated with the act of initiating first social contact. It was originally postulated by [Dudley](#) and [Goodson](#) in the 1970's and is distinguishable from broader concepts such as social anxiety by the type, degree, onset and limited specific nature of the symptoms. ISCIS symptoms are provoked only by behaviors associated with meeting new people and subside or cease altogether once first contact has been successfully established. It can be observed across contact-dependent life and work settings such as business, government, academics, fundraising, dating and other settings where an individual's likelihood of moving closer to self-selected goals is directly linked to the frequency, quantity and quality of new social contacts.

When ISCIS limits the contact initiation behaviors of direct salespeople, called "sales prospecting," it is termed "sales call reluctance®." Although sales environments can and usually do differ radically from setting to setting, success in sales invariably requires the generation of new business, ultimately measured by increased revenue. Thus, contact initiation with prospective buyers is a core competency for salespeople, and failure to "prospect" consistently for new business is the most frequently cited reason for poor sales performance. Neural network studies, using only call reluctance measures and unambiguous (objective) outcome measures such as dollars of commissions actually earned, have shown that contact initiation with prospective buyers, or the lack thereof, can predict high and low sales producers with up to 73% accuracy. So far, 12 distinct forms of sales call reluctance® have been identified.

Contact initiation with prospective buyers is necessary but not sufficient for success in sales. Other factors become equally if not more important once first contact has been made. However, contact initiation comes first. Initiating contact with prospective buyers on a consistent basis must occur before sales can be made, regardless of product sold, sales training provided, production incentives, sales supports or market conditions.

### Assessment:

The Sales Preference Questionnaire™ (SPQ\*GOLD®) is a limited purpose self-descriptive instrument used to assess the presence, predisposition, and degree of sales call reluctance® in candidates for sales positions. It is also used to provide assessment-based support for training and developmental applications with current salespeople.

SPQ\*GOLD® measures all 12 call reluctance® types, three call reluctance "impostors," and includes three scales used to detect non-standard attitudes toward completing the instrument. One scale, the "Brake" score, is a statistical composite computed from aggregating scores from the 12 diagnostic sub-categories, and is interpreted as an overall estimate of the effort which could have been available to support sales prospecting but is instead diverted into non-productive coping behaviors intended to reduce emotional discomfort associated with prospecting for new business.

### Research:

SPQ\*GOLD® has been the subject of numerous research efforts aimed at establishing its utility when used as intended. These studies, some of which are proprietary to the sponsoring organizations, make SPQ\*GOLD® one of the most validated applications for assessing salespeople in use today. Current applications are based on more than 300,000 administrations internationally, making it the most widely used diagnostic instrument for assessing sales call reluctance® in the world. Summaries of some of the most recent studies are available for review on our [Research Page](#). New studies are regularly completed, continuing a research program originally begun in the early 1970's.

---



Sales Call Reluctance® is a registered trademark of Behavioral Sciences Research Press, Inc.  
SPQ\*GOLD® is a registered trademark of Behavioral Sciences Research Press, Inc.

