

Vertriebspotenzial-Test



VPT

CNT

Gesellschaft für Personal- und
Organisationsentwicklung mbH

Hamburg • München • Wien • Moskau



Das Wichtigste vorweg

Der **Vertriebspotenzial-Test (VPT)** ist ein arbeitspsychologisch fundierter Test zur Erfassung der Talente und Potenziale für Verkaufsaufgaben, auch bei Personen, die noch keine Vertriebserfahrungen haben. Der **VPT** liefert Ihnen ein objektives, neutrales und über alle Personen vergleichbares Bild der tatsächlichen typischen Verhaltensmuster eines Mitarbeiters oder Bewerbers.

Der **VPT** ist kein Selbsteinschätzungsfragebogen, sondern ein psychometrischer Test, der die Selbstauskünfte von Personen analysiert und interpretiert. Es kann sein, dass die Selbsteinschätzung von den Testergebnissen abweicht. Selbsteinschätzungen unterliegen oft der Tendenz, sich etwas besser darzustellen, unterscheiden häufig nicht so strikt zwischen Privatleben und Arbeitswelt und hängen von dem individuellen Erfahrungshintergrund ab.

Der Test wird im Internet durchgeführt und dauert 15 Minuten. Das Ergebnis liegt sofort in Form eines Kurzberichts vor.

Der **VPT** erfasst fünf Faktoren der Persönlichkeit, in dem Maße wie sie für verkäuferische Berufe wichtig sind. Die Auswertung bezieht sich allein auf die Arbeitswelt. Aussagen über Verhaltensweisen im Privatleben sind nicht die Zielsetzung des **VPT**.

Durchführung des Tests

Der Test wird online über das Internet durchgeführt. Der Zugang zum Test kann für jeden Bewerber frei sein, wenn er z. B. über eine Jobbörse erfolgt, oder aber er erfordert ein individuelles Passwort, wenn der Nutzer den Zugang steuern will. Der Bewerber gibt einige persönliche Daten ein und bearbeitet dann den Fragebogen zu vertriebsrelevanten Arbeits- und Verhaltensweisen. Die Testdurchführung dauert 15 Minuten. Direkt nach der Testdurchführung kann bereits – wenn vom Nutzer so voreingestellt - eine Kurzauswertung auf dem Bildschirm gezeigt werden. Zu der Kurzauswertung kann auch ein Hinweis gehören, ob das Unternehmen aktuell an einem vertiefenden Kontakt mit der Testperson interessiert ist, verbunden z. B. mit der Aufforderung, Bewerbungsunterlagen zu schicken.



Inhalte des Tests

Der Test misst in der Standardausführung folgende Merkmale:

Erfolgstreben	Für viele verkäuferische Berufe ist der Wille zum Erfolg sehr wichtig. Nur wer den Erfolg will, wird auch erfolgreich sein. Dazu gehört, die Dinge selbst in die Hand zu nehmen, besser sein zu wollen als die anderen und gutes Geld zu verdienen.
Positive Einstellung	Die Ausstrahlung eines Verkäufers ist sehr wichtig. Manche Menschen sind eher unsicher, vorsichtig und zurückhaltend, andere unbekümmert und optimistisch. Menschen, die eine positive Haltung ausstrahlen, werden als angenehmer wahrgenommen und können leichter überzeugen.
Gewissenhaftigkeit	Es gibt Verkäufer, die sind erfolgreich, weil sie geplant, systematisch und konsequent zielorientiert vorgehen. Andere sind dagegen mehr spontan und gefühlsbetont. Sie lassen die Dinge gerne auf sich zukommen und reagieren dann flexibel auf die aktuelle Situation. Diese Bandbreite der Persönlichkeitseigenschaften wird mit diesem Faktor gemessen.
Fachlicher Anspruch	Für manche Menschen ist es besonders wichtig, fachlich gut und ein Experte auf ihrem Gebiet zu sein. Für sie zählen vor allem Zahlen, Daten, Fakten. Im Verkauf sind sie eher als fachlicher Berater erfolgreich. Andere sind mehr menschenorientiert und setzen sich für ein gutes Miteinanderauskommen ein. Sie haben Spaß, etwas zu verkaufen, auch ohne das Produkt genau zu kennen.
Verkäuferische Wahrheit	Von Verkäufern erwartet man, dass sie die positiven Aspekte eines Produktes in den Vordergrund stellen. Das kann auch beinhalten, die für den Kunden negativen Seiten nicht anzusprechen. Manchmal werden auch die positiven Aspekte etwas geschönt und übertrieben dargestellt. Die Bereitschaft, mit der Wahrheit etwas taktisch umzugehen, wird mit diesem Faktor gemessen.



Um Verfälschungstendenzen im Sinne der sozialen Erwünschtheit bei den Testpersonen möglichst auszuschließen, werden die Fragen des Tests im Paarvergleichsverfahren dargeboten. Aus jeweils zwei gleich attraktiven Aussagen soll die Testperson diejenige auswählen, die im Vergleich zu anderen besser zu ihr passt.

Beispiel:

- A Ich weiß meist selber, wie ich vorgehen soll.
- B Andere halten mich für zuverlässig.

Bei der Bearbeitung des Fragebogens kann die Testperson nicht vor- und zurückblättern.

Der Fragebogen besteht aus 60 Paarvergleichsfragen.

Ergebnisansicht für das Unternehmen

Dem Auswertungsalgorithmus des Tests können die spezifischen Anforderungen des Anwenders hinterlegt werden. Nach ihnen kann eine Klassifizierung der Testergebnisse z. B. in die Kategorien

- A = gute Potenziale
- B = bedingt geeignet
- C = kein Talent

vorgenommen werden. Der Anwender hat Zugang zu allen Testergebnissen. Sie werden in einem Kurzbericht mit einer grafischen Darstellung der Merkmalsausprägungen in den fünf Faktoren dargestellt.

Die Testpersonen und ihre Ergebnisse können in der Datenbank nach den Kriterien Testdatum, Gesamtbewertung und Name sortiert werden. Direkt aus der Testdatenbank heraus kann den Bewerbern eine E-Mail geschickt werden, z. B. mit der Aufforderung, Bewerbungsunterlagen zu senden.



Validität des Tests

Der **VPT** ist ein computergestütztes Verfahren, bei dem der Proband nur mit dem Computer interagiert und dieser auch die Berechnung der Ergebnisse durchführt. Die Interpretation der Testwerte geschieht automatisch durch die Testsoftware. Im Ergebnisausdruck wird eindeutig und konkret beschrieben, was unter den einzelnen Dimensionen und den jeweiligen Merkmalsausprägungen zu verstehen ist. Der **VPT** hat somit ein Höchstmaß an Objektivität in der Durchführung, Auswertung und Interpretation.

Für die Konstruktion und wissenschaftliche Qualitätsprüfung des Tests wurden die Daten von über 2.000 Testpersonen ausgewertet und analysiert.

Als Voraussetzung für eine hohe Validität konnte für den **VPT** eine sehr hohe Reliabilität von .8 nachgewiesen werden.

Der Test kann für jeden Kunden spezifisch validiert werden. Die Subtests für die fünf Faktoren haben zwar keinen Anspruch auf eine vollständige Erfassung der Merkmale, jedoch belegt eine wissenschaftliche Studie die innere Validität der Skalen. Auf Wunsch können die Subtests ebenfalls an die spezifischen Anforderungen des Unternehmens angepasst werden.

Kundenspezifische Versionen des **VPT** erreichen eine Validität von bis zu .7, gemessen am Vertriebs- bzw. Verkaufserfolg. Damit erfasst der **VPT** nachweislich bis zu 50 % aller für den Verkaufserfolg relevanten Merkmale einer Person.

Nutzen des Tests

Wir sehen folgenden Nutzen:

Der Vertriebspotenzial-Test

- ermöglicht eine valide Vorauswahl anhand erfolgsrelevanter Softskills,
- vermittelt schnell und effizient einen ersten Eindruck von den Bewerbern,
- kann im Bewerbermarketing die Attraktivität des Bewerbungsverfahrens erhöhen,
- hilft den Bewerbern, sich zu orientieren, ob eine Bewerbung Erfolgsaussichten hat.