



ENERGÍA COMERCIAL - INFLUENCIA COMERCIAL

Test de Asimilación

Introducción

El propósito de este cuestionario es conocer su nivel de asimilación y comprensión de los conceptos vistos en el programa Energía Comercial - Desarrollo de Negocio. Por tanto, no se trata de un cuestionario solo con fines evaluativos sino de repaso. El test consta de 20 preguntas de "Verdadero" - "Falso". Lea detenidamente cada afirmación y escriba en la casilla una "V" si piensa que la afirmación es verdadera y una "F" si piensa que es "Falsa"

Muchas gracias por su colaboración.

Sus datos

Nombre y apellidos

Cuestionario

1	Uno de los síntomas más importantes de la falta de energía para un comercial es que pierde el control de la entrevista	
2	La principal competencia de un comercial es conseguir influir en su cliente para que se decide por su proposición	
3	Influir es tratar de conseguir un cambio en la otra persona, bien de comportamiento o bien de actitud	
4	La Facilidad de Contacto es la energía que se basa en conocer el punto de vista de nuestro interlocutor	
5	La Facilidad de Contacto está asociada más a la perseverancia que a la empatía	
6	La Metanoia tiene mucho que ver con la curiosidad; esta energía nos impulsa a comprender qué es lo que pasa por la mente de nuestro interlocutor	
7	Por mucha Metanoia que tengas es imposible hacer cambiar de opinión al cliente sobre aquello que cree desear o no desear	
8	La fluidez argumental y la creatividad es uno de los frutos clave del Ego Drive	
9	La traducción de Ego Strength es "Impulso del Yo"	
10	Uno de los frutos del Ego Strength es ayudar al cliente a tomar decisiones	
11	La Ley de La Adecuación consiste en adecuar nuestra postura corporal a la situación de la entrevista	
12	El "Instinto Comercial" según el texto está unido a la Fase de presentación de Soluciones	
13	La fase de Instinto Comercial necesita el equilibrio entre Facilidad de Contacto y Ego Drive.	
14	Los clientes prefieren a un comercial equilibrado a otro que no sabe gestionar sus energías bien por exceso como por defecto	
15	Un indicador de la Facilidad de Contacto es el tiempo que el cliente nos otorga en la acción comercial	
16	La capacidad para comprender lo que es realmente importante para el cliente es uno de los indicadores del Ego Strength	
17	El deseo de presentar su producto o solución con el convencimiento de tener algo distinto para el cliente es uno de los indicadores del Ego Drive	
18	Realizar preguntas inteligentes es una de las recetas de la Metanoia	
19	Ganchos de Negocio son aquellas ventajas de nuestra oferta que son valoradas de forma especial por nuestro cliente	
20	Hablar en condicional es mejor que hablar en presente porque permite al cliente decidir mejor lo que va a comprar	