

**Аналитическая платформа оценки психотипа
сотрудника и покупательского поведения
клиента с рекомендациями построения
динамического аудио-визуального контента
под индивидуальные особенности.**

ПЕРСОНАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ КЛИЕНТУ

ПОДБОР ЭФФЕКТИВНОГО ПЕРСОНАЛА

ПОСТРОЕНИЕ КОМАНДЫ



Из книги Э. Кречмера «Строение тела и характер личности». 1921.год



Пикнический тип.

Характерен широкий лоб, ожирение. Веселый, жизнерадостный, мягкий. Добросердечный. Не слишком напорист, общителен



Астенический тип.

Нервный, чувствительный, возбудимый, настойчивый, целеустремленный. Мало подвержен влиянию со стороны



Атлетический тип.

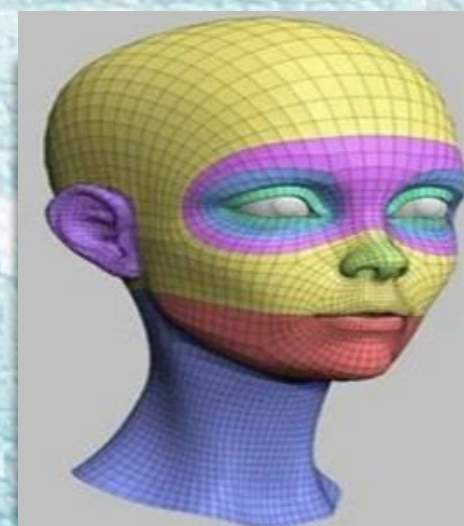
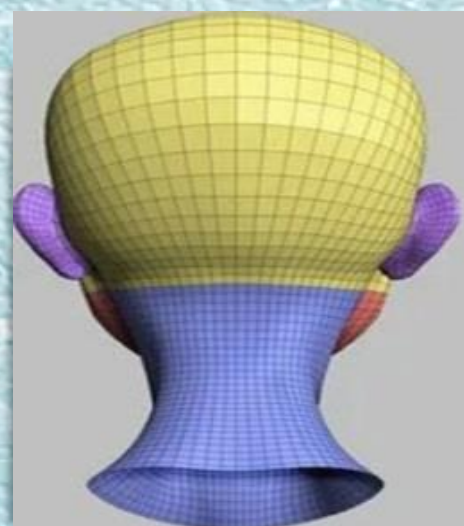
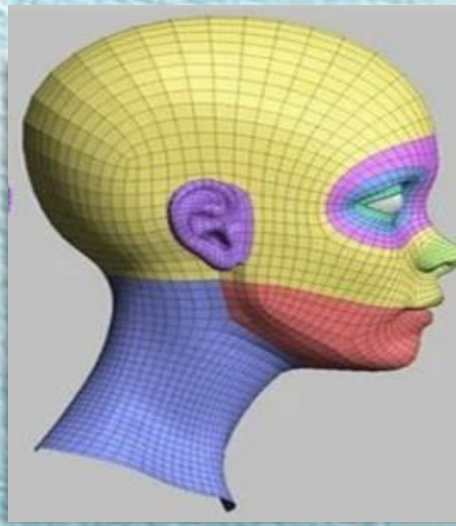
Толстокожий, равнодушный, спокойный, твердый, жесткий. Обладает сильной волей.



Нами разработаны методы психографического профилирования

Замер лица: Синий 1

Параметр №1:	0,8618	R:	-10,9607	G:	-21,4410	B:	-1,4410
Параметр №2:	0,8621	R:	2,4607	G:	10,0000	B:	-10,0000
Параметр №3:	0,3448	R:	-4,3451	G:	10,0000	B:	-10,0000
Параметр №4:	0,7586	R:	5,5808	G:	3,9738	B:	-3,9738
Параметр №5:	0,8621	R:	5,7143	G:	-14,2857	B:	-4,2958
Параметр №6:	0,5172	R:	-4,5972	G:	-11,5978	B:	8,4022



Как это работает?



3. Проводятся вычисления



2. Накладывается сетка



1. Загружаем фотографию

A

B

C

D

4. Анализ и описание психотипа

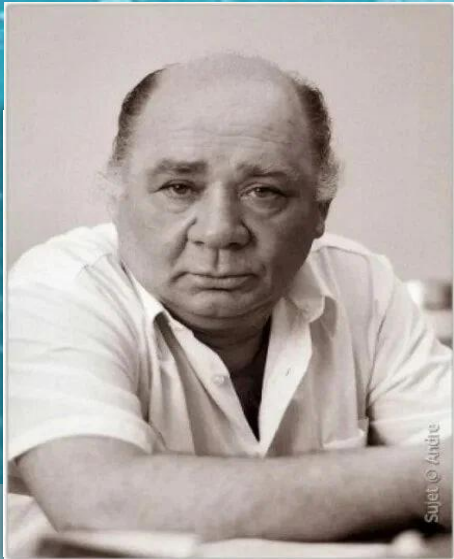
Совершенно не свойственно быстро сходиться с людьми, но если это все-таки происходит, то ты становишься «своим» на очень продолжительное время. В общении с незнакомыми людьми ты всегда подчеркнуто выдержан. Тебе требуется некоторое время, чтобы «разогреться» в компании и перейти на «ты». Обращение на «ты» с малознакомыми людьми ты можешь воспринимать как личное оскорбление

На сегодняшний нами созданы четыре бота, которые справляются с поставленными задачами

Обратите внимание на качество фотографии.

«Как на документы!»

Узнай лучше свой характер
по фото



профориентация



Потенциал и стиль
руководителя



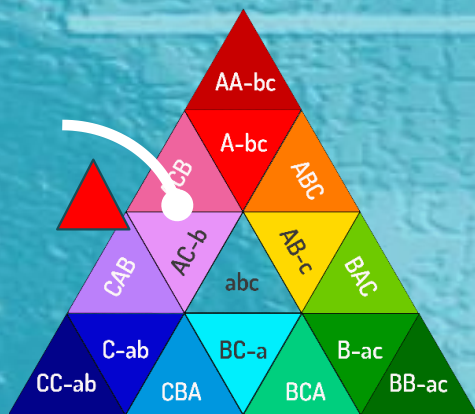
Потенциал
продавца



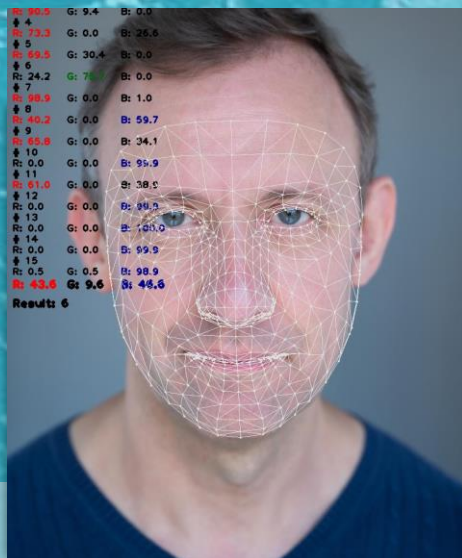
Загружены фотографии в бот и получили автоматические замеры и распределение по психотипам

Не смотря на то, что фотографии сделаны с разницей почти в 15 лет, в 5 случаях из 6 мы получили один и тот же психотип. (Из 16). CAB

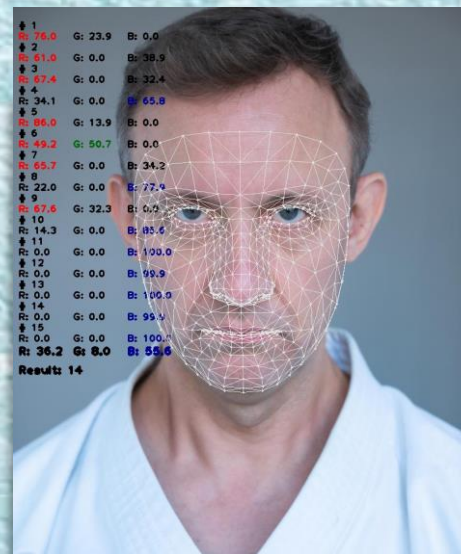
И только в одном случае мы получили соседний психотип, и то, только потому, что на фотографии мы видим улыбку и бот получил чуть-чуть другие замеры и результаты!



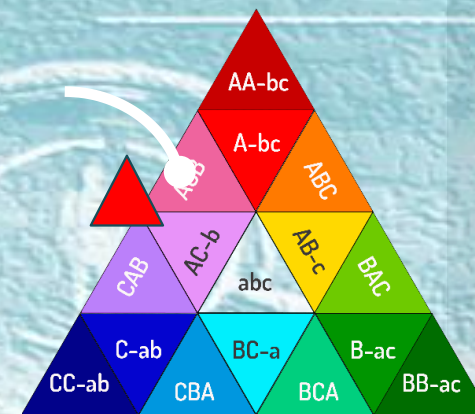
CAB



CAB



CAB



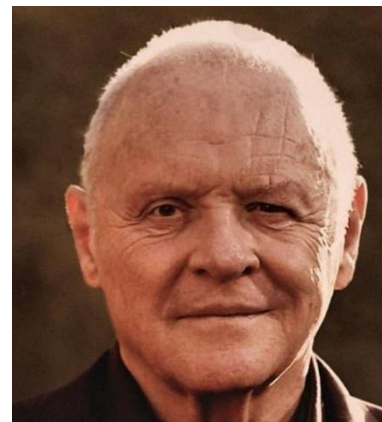
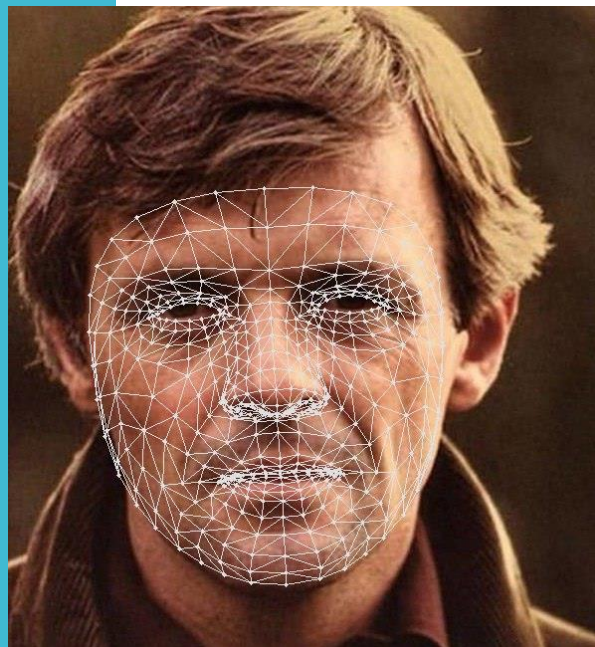
AC-B



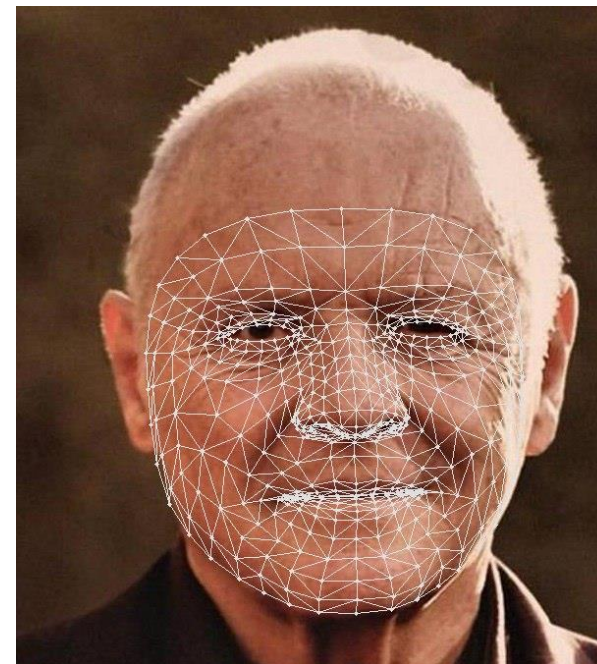
Пример диагностики. Разница между фото -около 50 лет. Э. Хопкинс. [Можно проверить тут.](#)



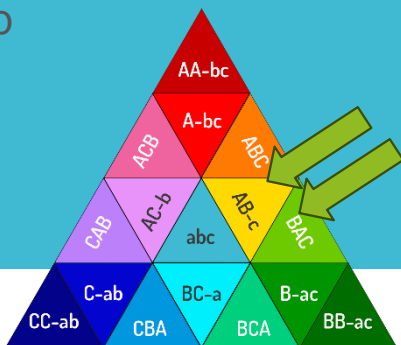
AB-c. (5)



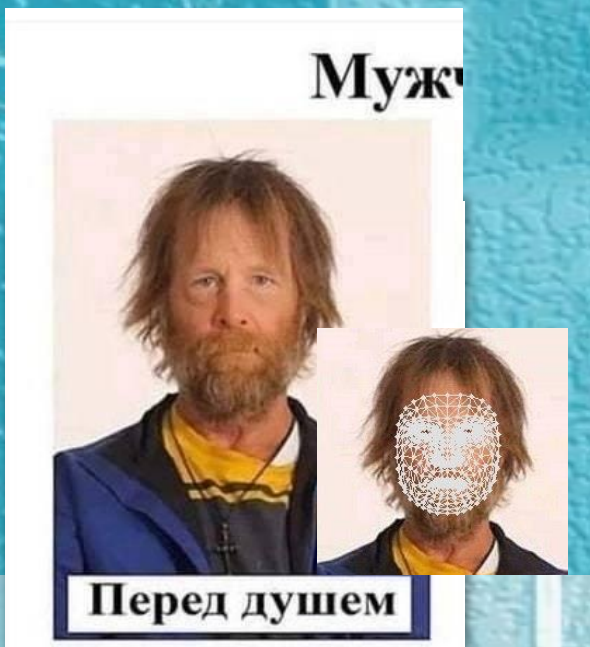
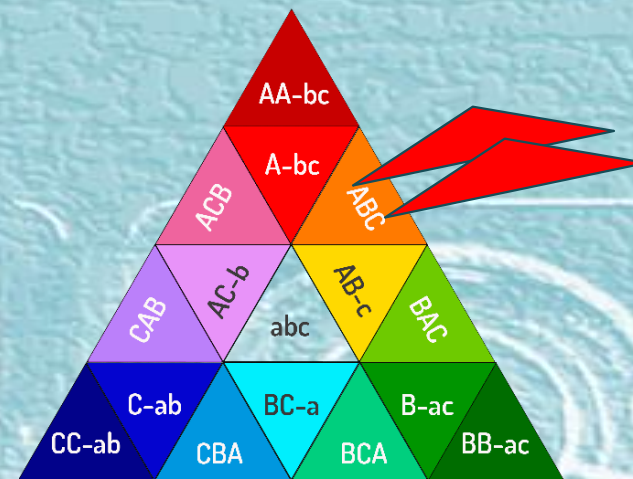
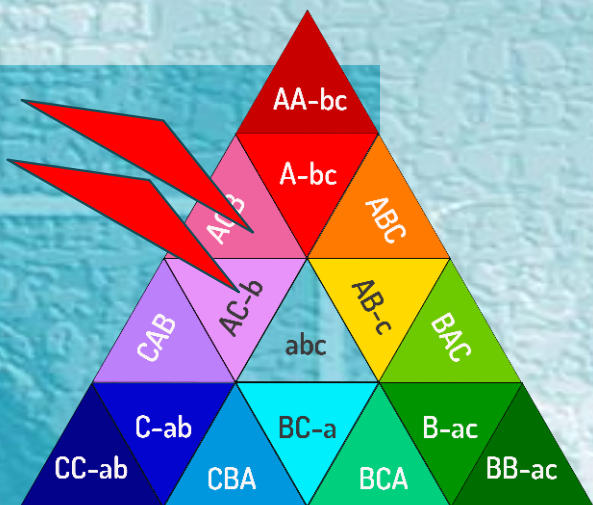
BAC. (9)



Обработка выполнена успешно! 000059-05-000



Обработка 000060-09-100 выполнена.
Результат может быть определен не совсем корректно (голова повернута в сторону и это существенно искажает результат).
Перезапустите бота и загрузите другую фотографию



Принятие кадровых решений и построение команды

Руководитель АС-в

Навыки переговорщика-93

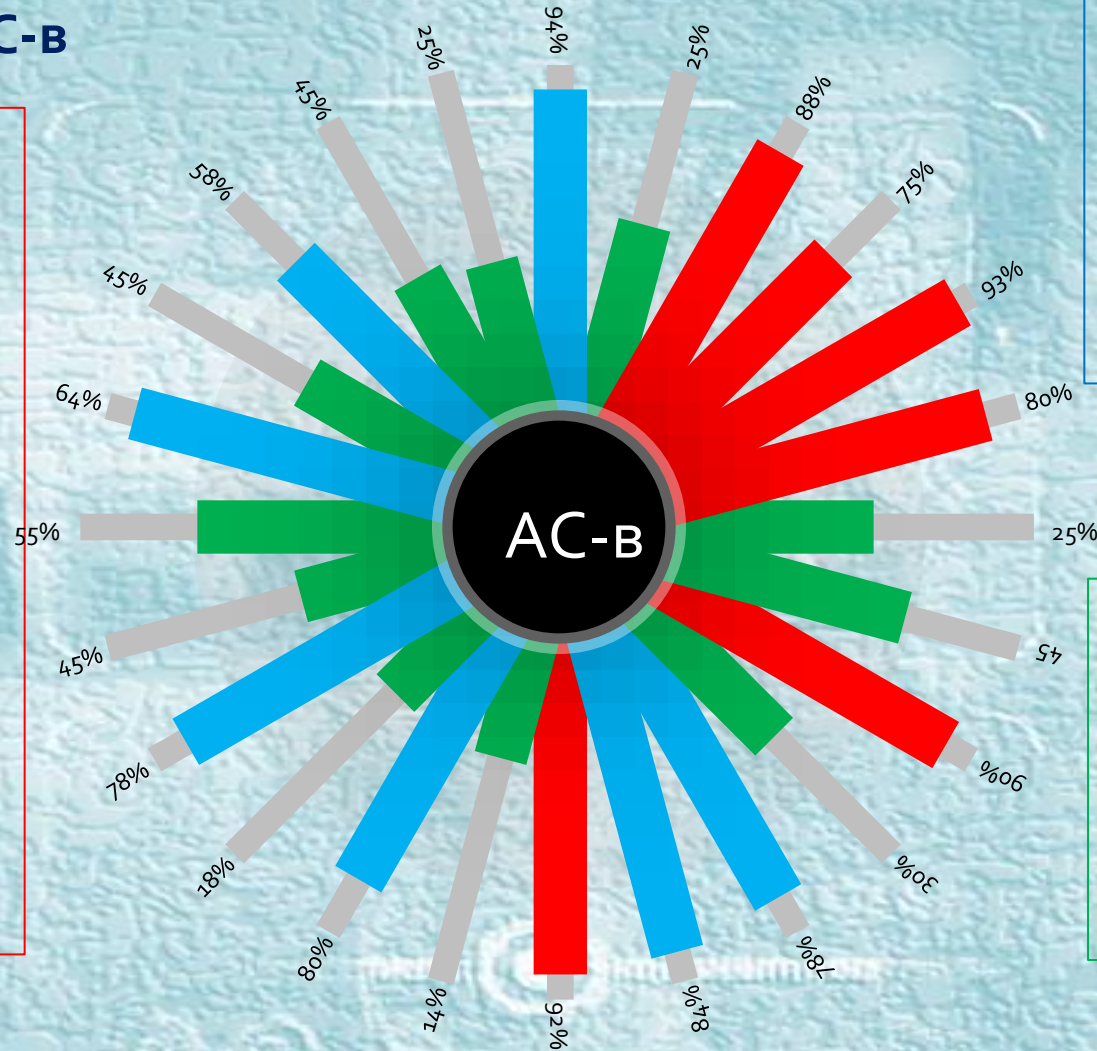
Ответственность за команду-80

Руководство в ситуациях-88

Скорость принятия решения-90

Конкурентность -92

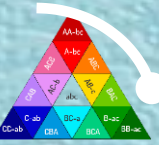
Дивергентность-75



Постановка задач -94
Независимость мышления-84
Развитие сотрудников-78
Активное приобретение знаний-80
Аналитическое мышление -78
Стратегическое мышление-64
Конвергентность-58

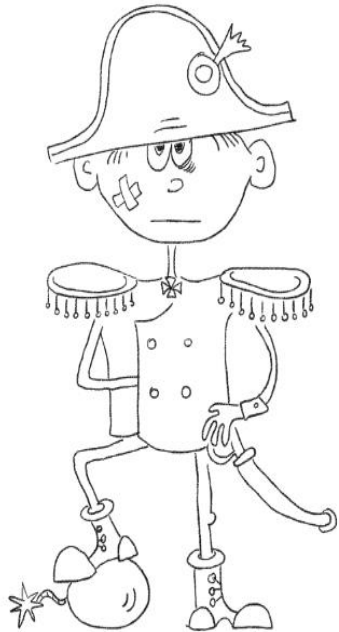
Эмпатия-50
Позитивность мышления-25
Воображение-49
Умение расположить к себе-50
Взаимодействие в коллективе-47
Отношения в коллективе-49
Включенность в процессы-50

Грамотный и быстрый подбор персонала, непосредственно работающий с клиентами



Владимир Тополов

Какие продавцы вам нужны?



Прогноз развития компетенции продавца (А-вс)	ОСВЕДОМЛЕН	ЗНАЕТ	ОПЫТ	МАСТЕР	ЭКСПЕРТ
1. Планирование и подготовка к работе			■		
2. Установление контакта с клиентом					■
3. Выявление потребностей у клиента				■	
4. Презентация товара					■
5. Работа с возражениями клиента					■
6. Умение «закрывать сделку»					■
7. Послепродажное обслуживание		■			
8. Документирование планов	■				
9. Написание отчетов	■				
10. Холодные звонки					■
11. Способность «надавить» на клиента					■
12. Бесконфликтность	■				
13. Ответственность за результат				■	
14. Чувствует себя комфортно при обсуждении цены с клиентом				■	
15. Понимание своего предложения			■		
16. Способность находиться в требуемой модели поведения с клиентом			■		
17. Соблюдение модели коммуникации, принятая в компании			■		
18. Понимание бизнеса				■	

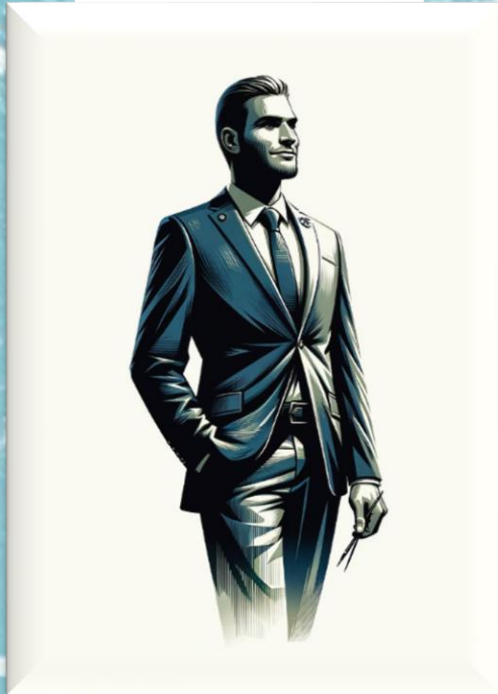
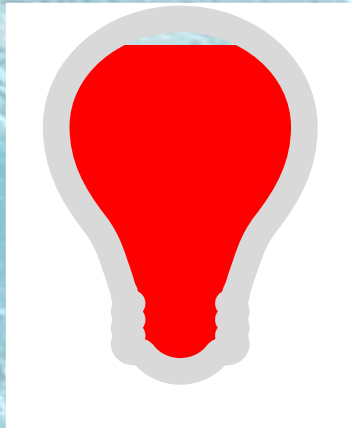
Пилотный проект в М-Видео в 2021 г.

Мы увидели, что у лучших продавцов самые высокие цифры по «красному». Совпадение?

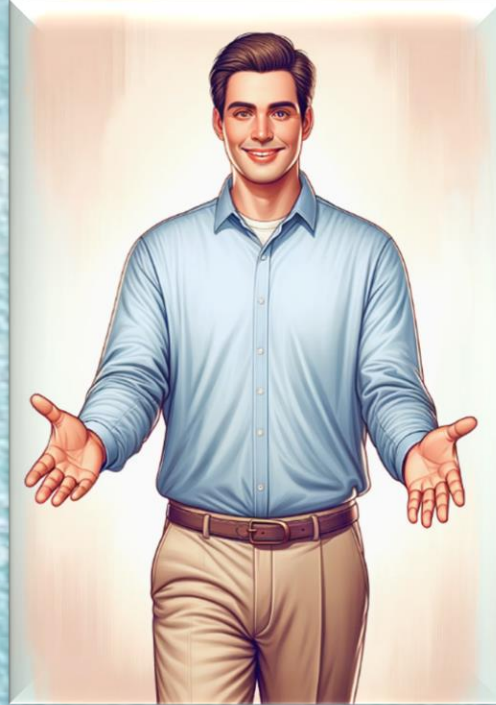
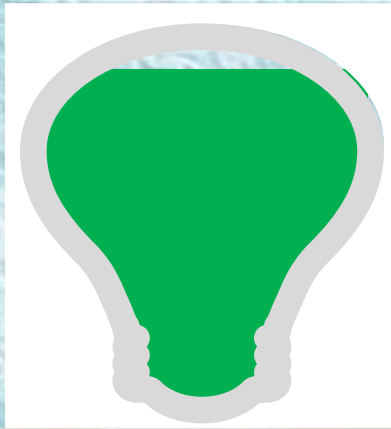
Подраздел персонала	Таб.№	ФИО сотрудника	ABC	дост	дост	A	B	C
Магазин № 536	146742	Жалеев Ильдар Рауфович						
Магазин № 536	78815	Неверов Денис Константинович						
Магазин № 536	84743	Кириченко Максим Николаевич	ABC(1)	32	19	39	33	30
Магазин № 626	103468	Исмаев Тимур Абдумаликович	C-ав	27	27	32	33	35
Магазин № 626	103880	Буторин Николай Алексеевич	авс (1)	18	12	34	33	33
Магазин № 626	106716	Назаралиева Анастасия Анатольевна						
Магазин № 626	107684	Мурындин Алексей Николаевич	A-вс(2)	35	28	42	36	22
Магазин № 626	109645	Таганиязова Динара Исаховна						
Магазин № 626	109648	Боева Маргарита Викторовна						
Магазин № 626	109669	Пеннер Иван Витальевич						
Магазин № 626	109717	Буков Антон Викторович						
Магазин № 626	110024	Перепечко Кристина Любомировна						
Магазин № 626	116819	Митина Анна Андреевна	A-вс (3)	36	34	39	30	31
Магазин № 626	118732	Бойцова Алина Владимировна						
Магазин № 626	121081	Терешина Елизавета Александровна	B-ас	38	39	33	35	33
Магазин № 626	127745	Ролдугин Андрей Андреевич						
Магазин № 626	127968	Козлов Алексей Александрович						
Магазин № 626	128675	Кузьмин Павел Александрович	BAC(1)	36	28	37	39	24
Магазин № 626	13042	Кириллова-Угрюмова Дарья Андреевна	ABC(2)	20	23	39	36	25
Магазин № 626	136602	Хохлов Андрей Сергеевич						
Магазин № 626	140591	Абалихин Антон Владимирович	BAC(1)	21	23	34	36	30
Магазин № 626	141894	Чернышев Сергей Николаевич	BAC(1)	40	15	33	36	31
Магазин № 626	143306	Габибуллаев Магомед Ахмедуллахович						
Магазин № 626	144960	Посаженикова Софья Алексеевна						
Магазин № 626	6450	Попов Евгений Александрович	BAC(1)	28	16	33	36	31
Магазин № 626	67044	Боева Ольга Викторовна	ABC(2)	32	22	37	34	29
Магазин № 626	72522	Белов Михаил Михайлович	BAC(1)	31	23	35	36	29
Магазин № 626	74489	Куликов Андрей Андреевич						
Магазин № 626	75926	Бегматов Михаил Павлович	BAC(1)	24	10	34	36	30

ПСИХОТИПЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ПОВЕДЕНИЕ КЛИЕНТА

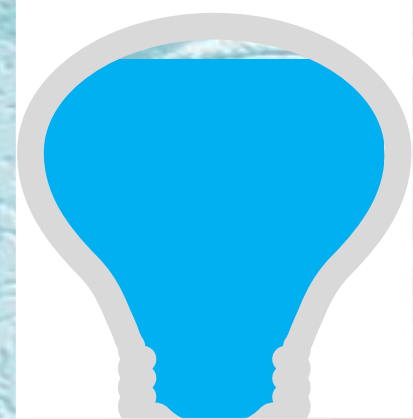
Лидер



Партнёр

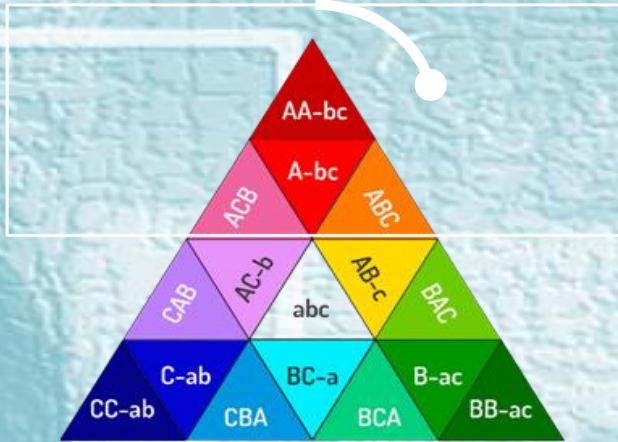


Аналитик



Особенности типов личности

Лидеры выделяются самостоятельностью, обязательностью, оптимизмом, жизнерадостью, уверенностью, решительностью, активностью, требовательностью, ответственностью, амбициозностью и конкурентоспособностью.



Запустить

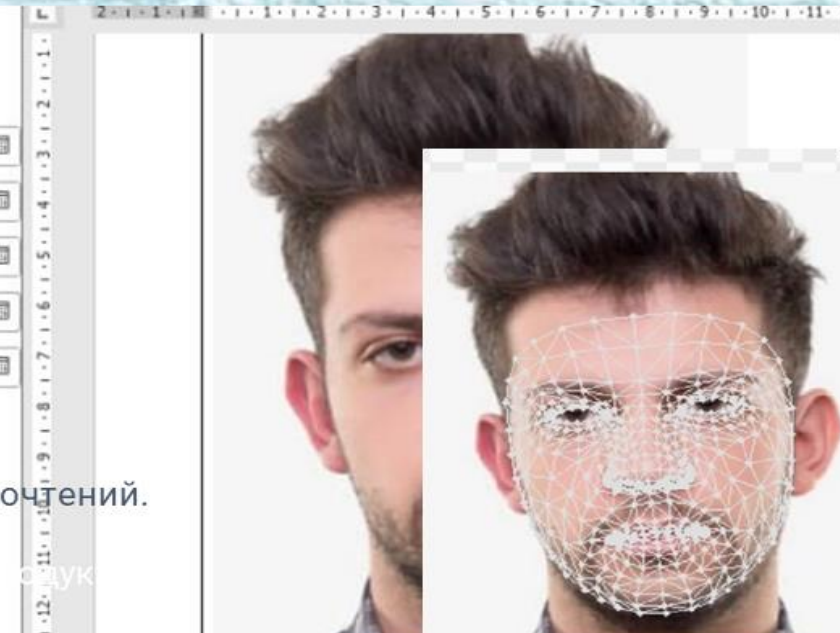
Замер лица:

Округлость лица:	<input type="text" value="0.9098"/>	R:	<input type="text" value="10.0000"/>	G:	<input type="text" value="-0.4803"/>	B:	<input type="text" value="0.4803"/>
Ширина рта:	<input type="text" value="0.8621"/>	R:	<input type="text" value="2.4607"/>	G:	<input type="text" value="10.0000"/>	B:	<input type="text" value="-10.0000"/>
Верхняя губа:	<input type="text" value="0.3793"/>	R:	<input type="text" value="10.0000"/>	G:	<input type="text" value="-4.3451"/>	B:	<input type="text" value="4.3451"/>
Подбородок:	<input type="text" value="0.6897"/>	R:	<input type="text" value="2.3843"/>	G:	<input type="text" value="-8.0611"/>	B:	<input type="text" value="8.0611"/>
Интегральный нос:	<input type="text" value="0.6552"/>	R:	<input type="text" value="7.3234"/>	G:	<input type="text" value="5.6759"/>	B:	<input type="text" value="-5.6759"/>

Поведение - Быстро принимают решения о покупке.

Особенности - Не любят излишней информации о товаре, покупают на основе личных предпочтений.

Рекламный подход - Краткость, акцент на визуальной привлекательности и



КЛИЕНТЫ-ЛИДЕРЫ

ПИРАМИДА ПСИХОТИПА
АА-ВС при выборе карты

8. КОМФОРТ ОТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАРТЫ

7. УСЛОВИЯ СНЯТИЯ НАЛИЧНЫХ, ПЕРЕВОДЫ

6. РЕЙТИНГ БАНКА

5. ПРОСТОТА И УДОБСТВО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

4. СТАТУС КАРТЫ

3. ПОЛЬЗА ЛИЧНО ДЛЯ КЛИЕНТА

2. ЭКСКЛЮЗИВНОСТЬ КАРТЫ

1. АКЦИИ. НОВИНКИ БАНКОВСКОГО РЫНКА

Аргументы, которые готов услышать клиент, располагаются по важности от основания пирамиды.

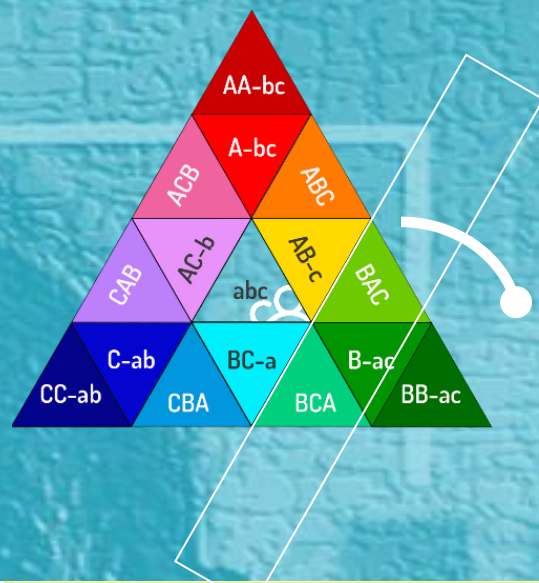
Лучше всего заранее прописать все, что вы знаете о своей услуге исходя из заявленных критериев:

- Акции. Новинки банковского рынка
- Эксклюзивность карты-
- Польза лично для клиента
- Статус карты
- Простота и удобство использования карты
- Рейтинг банка
- Условия снятия наличных, переводы
- Комфорт от использования карты



Особенности типов личности

Партнеры выделяются терпеливостью, аккуратностью, оптимизмом, жизнерадостью, бесконфликтностью, внимательностью, активностью, отзывчивостью, уступчивостью, вежливостью, доброжелательностью, общительностью и заботливостью.



Замер лица: Зеленый 4

Округлость лица:	0,9583	R:	-11,1790	G:	-0,6987	B:	-20,6987
Ширина рта:	0,8621	R:	2,4607	G:	10,0000	B:	-10,0000
Верхняя губа:	0,2759	R:	-32,9938	G:	-18,6486	B:	-38,6486
Подбородок:	0,8621	R:	-12,4978	G:	-2,0524	B:	-22,0524
Интегральный нос:	0,6552	R:	7,3234	G:	5,6759	B:	-5,6759

Поведение - Ориентируются на модные тенденции и рекомендации окружающих.

Особенности - Внимание к отзывам, скидкам, сервисному обслуживанию.

Рекламный подход - Использование отзывов, акцент на популярности и доступности продукта, информация о дополнительных услугах и скидках.

КОМАНДНАЯ



КЛИЕНТЫ-ПАРТНЁРЫ

ПИРАМИДА ПСИХОТИПА
ВВ-ас при выборе карты

8. ПРОСТОТА И УДОБСТВО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

7. РЕЙТИНГ БАНКА

6. ПЕРСОНАЛЬНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

5. СЛОЖНОСТЬ ВЫБОРА КАРТЫ

4. ПОМОЩЬ В ВЫБОРЕ (ОФОРМЛЕНИИ) КАРТЫ

3. КОМФОРТ ОТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАРТЫ

2. РЕКОМЕНДАЦИИ ТРЕТЬИХ ЛИЦ

1. ПОПУЛЯРНОСТЬ ПРЕДЛАГАЕМОЙ УСЛУГИ

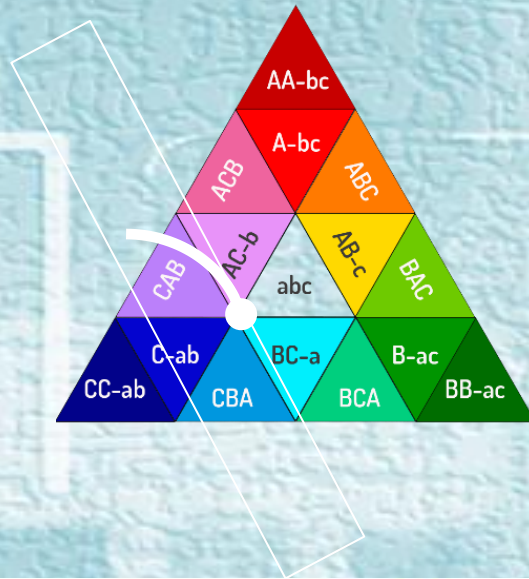
Аргументы, которые готов услышать клиент, располагаются по важности от основания пирамиды. Лучшие всего заранее прописать все, что вы знаете о своей услуге, исходя из заявленных критериев:

1. Популярность предлагаемой услуги
2. Рекомендации третьих лиц (даже не знакомых)
3. Комфорт от использования карты
4. Помощь в выборе (оформлении) карты
5. Сложность выбора карты
6. Персональное сопровождение менеджером
7. Рейтинг банка
8. Простота и удобство использования карты



Особенности типов личности

Аналитики отличаются терпеливостью, обязательностью, расчетливостью, осторожностью, аккуратностью, скромностью, детальной внимательностью, перфекционизмом, тактичностью, вежливостью, самокритичностью, бережливостью и стратегическим мышлением.



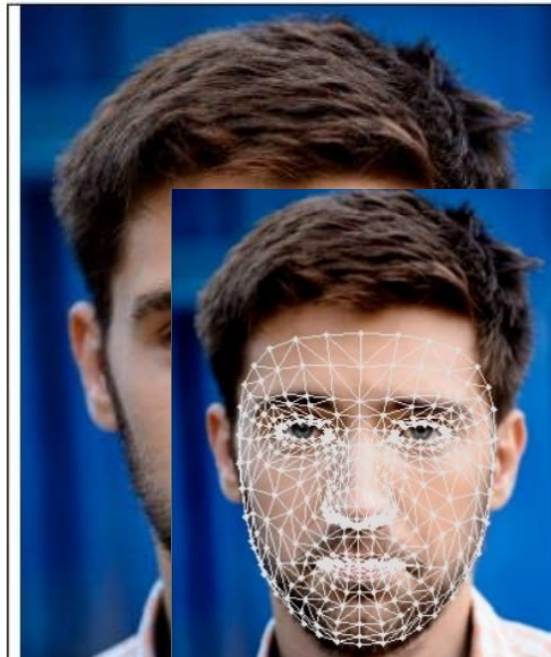
Замер лица: Синий 1

Округлость лица:	0,8618	R:	-10,9607	G:	-21,4410	B:	-1,4410
Ширина рта:	0,8621	R:	2,4607	G:	10,0000	B:	-10,0000
Верхняя губа:	0,3448	R:	-4,3451	G:	10,0000	B:	-10,0000
Подбородок:	0,7586	R:	5,5808	G:	3,9738	B:	-3,9738
Интегральный нос:	0,5172	R:	-4,5972	G:	-11,5978	B:	8,4022

Поведение - Тщательно изучают товар перед покупкой.

Особенности - Нуждаются в полной информации, технических характеристиках, цене, сертификатах.

Рекламный подход - Подробное описание продукта, предоставление всей технической информации, акцент на качестве и надежности.



Какие задачи решает данная методика??

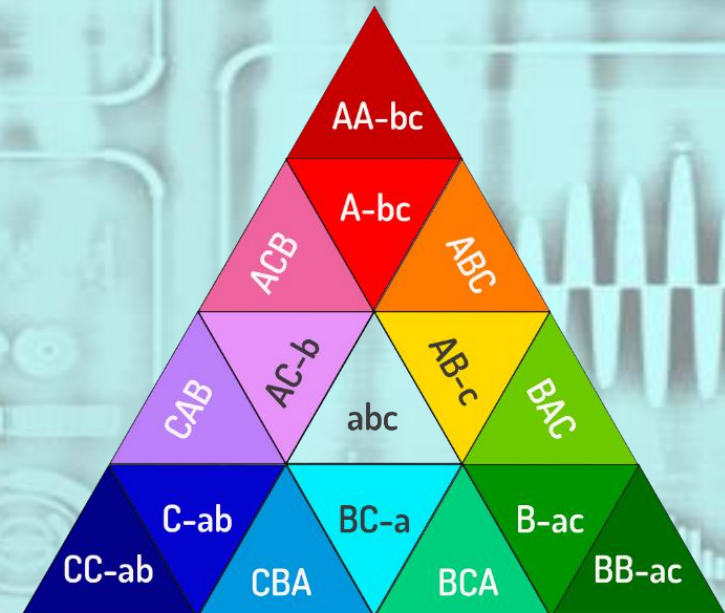
1. При подборе персонала резко снижает затраты и повышает эффективность.
2. При оценке потенциала руководителей всех уровней, что резко снижает риски.
3. При прогнозировании поведения клиентов в выборе предлагаемого продукта.
4. При проведении рекламных компаний с целями узко-таргетированных направлений.

СОБСТВЕННЫЕ МЕТОДИКИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ТЕСТИРОВАНИЯ

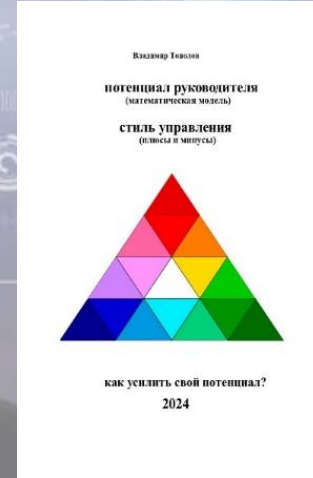
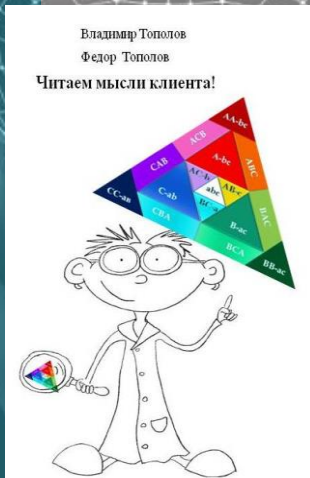
БОЛЕЕ 20 ЛЕТ СОЗДАЕМ ПОД ЗАДАЧУ КЛИЕНТА СОБСТВЕННЫЕ МЕТОДИКИ (ТЕСТЫ) ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ТЕСТИРОВАНИЯ

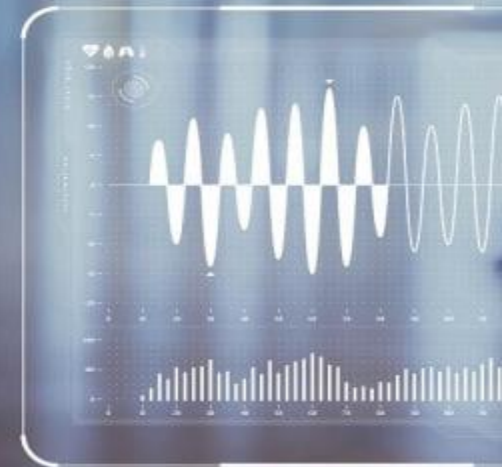
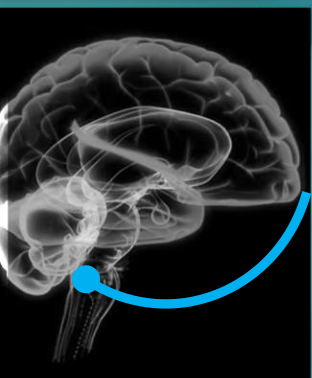
В ОСНОВЕ ДАННОЙ МЕТОДИКИ «ТЕСТ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЛИЧНОСТИ» (ТОПОЛ)

Получены патенты



ПОД ЗАДАЧИ КЛИЕНТА РАЗРАБОТАНА МЕТОДИЧЕСКАЯ ЛИТЕРАТУРА





Телефон:
8-9652435999

Wtopov@yandex.ru

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!