



# Jane Doe

Stijl: Uitdager (DC)

## International Sales Style Report

donderdag 21 januari 2021

# Inleiding

Uw rapport maakt gebruik van de DISC Persoonlijkeidsanalyse. De DISC beschrijvingen geven in 'begrijpelijke taal' zicht op gedrag en communicatie. Onderzoek heeft aangetoond dat gedragskenmerken kunnen worden gegroepeerd in vier hoofdgroepen die 'persoonlijkheidsstijlen' worden genoemd. Mensen met vergelijkbare stijlen vertonen specifieke gedragskenmerken die gebruikelijk zijn voor die stijl. De vier letters D, I, S en C vertegenwoordigen de vier persoonlijkheidsstijlen:

- D = Dynamisch en Direct
- I = Interactief en Inspirerend
- S = Stabiel en Support gevend
- C = Correct en Consciëntieus

Kennis van de DISC Persoonlijkeidsanalyse geeft de mogelijkheid om uzelf, uw collega's, gezinsleden en ook vrienden op een goede manier te begrijpen. Hierdoor kunt u beter aansluiten op ieders persoonlijke communicatiebehoefte, conflicten voorkomen of verminderen, verschillen in anderen beter waarderen en bouwen aan onderling vertrouwen. In het dagelijks leven kunt u de persoonlijkheidsstijlen makkelijk herkennen.

In het dagelijkse leven kunt u zien hoe de verschillende gedragsstijlen zich uiten, omdat u in meer of mindere mate dagelijks met elke stijl in contact komt. Als u denkt aan uw familieleden, vrienden en collega's, zult u met eigen ogen zien hoe zich verschillende persoonlijkheden openbaren.

- Kent u iemand die assertief is, direct en die vooral geïnteresseerd is in hoofdlijnen?
- Deze mensen zijn daadkrachtig, direct en bezitten een sterke wil.

***Dit is de D stijl***

- Heeft u vrienden die gemakkelijk praten en vriendelijk zijn tegen iedereen die ze tegen komen?
- Deze mensen zijn optimistisch, vriendelijk en praten graag.

***Dit is de I stijl***

- Heeft u collega's die goede luisteraars en goede teamspelers zijn?
- Deze mensen zijn stabiel, geduldig, loyaal en praktisch.

***Dit is de S stijl***

- Heeft u ooit samengewerkt met iemand die het leuk vindt om feiten en details te verzamelen en die grondig is in alle activiteiten?
- Deze mensen zijn nauwkeurig, gevoelig en analytisch.

***Dit is de C stijl***

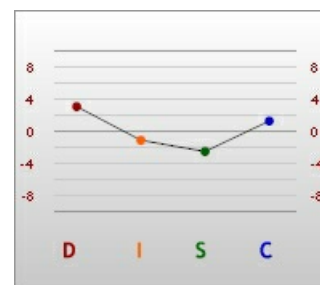
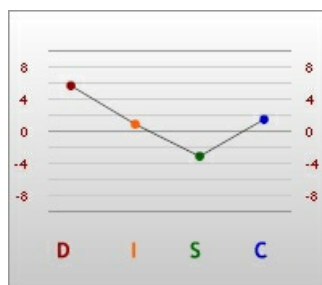
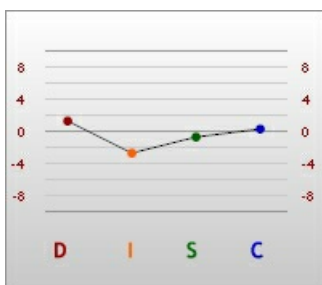


## De onderstaande tabel plaatst de vier gedragsdimensies in perspectief.

|                       | <b>D = Direct</b>                              | <b>I = Interactief</b>   | <b>S = Stabiel</b>  | <b>C = Consciëntieus</b>                     |
|-----------------------|--|--|---|--|
| <b>Zoekt</b>          | Controle                                       | Erkenning  | Acceptatie  | Nauwkeurigheid                               |
| <b>Sterke punten</b>  | Beheer<br>Leiderschap<br>Doelgerichtheid       | Overtuigend<br>Enthousiasme<br>Onderhoudend                        | Luisteren<br>Teamwerk<br>Voltooing                                  | Plannen<br>Systemen<br>Integratie            |
| <b>Uitdagingen</b>    | Ongeduldig<br>Ongevoelig<br>Slechte luisteraar | Gebrek aan detail<br>Korte concentratieboog<br>Maakt zaken niet af | Overgevoelig<br>Komt langzaam op gang<br>Houdt niet van verandering | Perfectionist<br>Kritisch<br>Niet responsief |
| <b>Houdt niet van</b> | Inefficiëntie<br>Besluiteloosheid              | Routines<br>Complexiteit   | Ongevoeligheid<br>Ongeduld  | Wanorde<br>Ongepastheid                      |
| <b>Beslissingen</b>   | Besluitvaardig                                 | Spontaan   | Overleggen  | Planmatig                                    |

De menselijke persoonlijkheid is volgens het DISC systeem opgebouwd uit verschillende intensiteiten van elke stijl. Daarom wordt de persoonlijkheidsstijl visueel in beeld gebracht aan de hand van de DISC grafiek. De DISC grafiek geeft de intensiteit van alle vier de stijlen weer. De punten boven de middenlijnen tonen een sterkere intensiteit, terwijl de punten onder de middenlijn wijzen op een minder sterke intensiteit van de DISC kenmerken. Met één blik op een DISC grafiek weet u meteen wat de persoonlijkheid en gedragskenmerken van iemand zijn.

## Hieronder ziet u uw drie DISC grafieken en een korte uitleg over de verschillen tussen de grafieken.



### DISC grafiek 1 toont uw 'Publieke Perceptie' (het masker)

Deze grafiek toont de 'u' zoals anderen u zien. Het laat zien hoe u zich aanpast aan de eisen van de omgeving en hoe u denkt wat anderen van u verwachten.

### DISC grafiek 2 toont uw 'Stress Perceptie' (de kern)

Deze grafiek toont uw automatische reacties op druk. Het laat zien hoe u waarschijnlijk zult reageren wanneer er sprake is van stress en spanning.

### DISC grafiek 3 toont uw 'Zelf Perceptie' (zelfbeeld)

Deze grafiek toont hoe u uw gebruikelijke gedrag waarneemt. Het kan gezien worden als het beeld dat u van uzelf heeft. Veel mensen zijn zich niet altijd bewust van hun gedrag naar anderen toe. Deze grafiek toont uw gebruikelijke benadering.

## Uw stijl begrijpen

**De DISC stijlbeschrijving van Jane** is een combinatie van de D en de C boven de middenlijn en komt overeen met de beschrijving die hoort bij het kernwoord **Uitdager**. Hieronder volgt de beschrijving van uw stijl.

Uitdaggers zijn uiterst effectief in het oplossen van problemen. Ze bezitten een creatief karakter en kunnen in korte tijd grote hoeveelheden werk verzetten door hun sterke focus. Uitdaggers hebben een vooruitziende blik, waardoor ze alle mogelijkheden in het zoeken naar oplossingen de revue laten passeren. Hun streven naar eerlijkheid staat in evenredige verhouding tot hun behoefte naar tastbare resultaten. Uitdaggers zijn perfectionistisch ingesteld en schuiven besluitvorming het liefst voor zich uit. Het zijn mensen die graag alleen werken, zonder opgelegde beperkingen. In hun zoeken naar feiten en details - vooral wanneer 'het onbekende' wordt onderzocht - vergeten ze (vaak) de emotionele kant van mensen.

De grootste angsten van een Uitdager zijn faalangst en 'geen grip op een situatie hebben'. Ze zijn niet persoonlijk betrokken maar wél heel taak en resultaat gericht. Ondanks dat ze zich niet snel emotioneel ergens bij betrokken voelen zullen ze altijd eerlijk zijn. Ze zijn bereid een status quo ter discussie te stellen, wanneer een situatie verbeterd zou kunnen worden. Ook gaan ze confrontatie met een meerdere niet uit de weg. Uitdaggers kunnen onverschillig overkomen, omdat ze zich meer richten op feiten en resultaten, dan op gevoelens en relaties. Uitdaggers moeten hun werktempo leren aanpassen en tijd voor ontspanning vrijmaken. Omdat ze hoog inzetten, zijn ze vaak te hard voor zichzelf. Uitdaggers houden hun administratie goed bij en vinden altijd wel een manier om werk tóch gedaan te krijgen.

Jane geeft graag leiding en stuurt graag groepen aan zoals zakenpartners, collega's en vrienden. U bent iemand die leidinggevende verantwoordelijkheid serieus neemt en doorgaans in staat bent om zonder aarzelen belangrijke beslissingen te nemen. U straalt zelfverzekerdheid uit en anderen reageren goed op de aangeboren aanleg tot koploper.

Jane is oplettend en zorgzaam, waardeert relaties en contact met anderen en is graag betrokken bij sociale gelegenheden, maar wil meestal niet in het middelpunt van de belangstelling staan. U zoekt steeds een balans tussen persoonlijke aandacht en algemeen sociaal zijn en brengt graag tijd door met een paar goede vrienden als de ideale combinatie van de twee.

Anderen zien Jane als een veelzijdig persoon die eentonige of standaard situaties gegarandeerd kan doorbreken. U doet dingen soms liever buiten het team om en bent meestal individualistisch ingesteld. U kunt overkomen als rusteloos en kan snel overstappen van het ene op het andere.

Jane is netjes en geordend en wordt door anderen meestal gezien als praktisch ingesteld. U zoekt naar voldoende informatie om beslissingen te kunnen nemen en weegt de voor- en nadelen tegen elkaar af. U bent gevoelig voor kritiek maar houdt emoties meestal voor uzelf. Graag spreekt u uw verwachtingen uit voordat aan nieuwe projecten wordt begonnen, om zo een logisch proces te volgen en succesvolle resultaten te boeken.

**Sterk ego**  
**Analytisch, systematisch**  
**Probleem oplosser**  
**Bijzonder taakgericht**

### *Beschrijvende Kenmerken*

**Werk- en taakafronding**  
**Oplossingen ontwikkelen en implementeren**  
**Vrij van verplicht sociaal zijn / politieke spelletjes**  
**Juist 'gereedschap' krijgen voor resultaat**

### *Gemotiveerd door*

**Kan ontwerpen en verfijnen**  
**Uitdagende taken en activiteiten**  
**Projecten met tastbare resultaten**  
**Erkenning voor uw analytische vermogen**

### *Mijn ideale omgeving*

## Inleiding

---

Uit diverse onderzoeken blijkt dat effectieve en krachtige sales professionals een goed begrip hebben van menselijk gedrag. Zij zijn daardoor niet alleen in staat om gedragingen van anderen in te schatten maar weten ook goed aan te sluiten op de behoeften van een klant. Succesvolle verkopers zijn zich bewust van hun eigen sterke en minder sterke punten en ze kunnen ook snel de sterke kanten, behoeften en voorkeuren van hun klanten inschatten. Als dealmaker is mensenkennis van cruciaal belang!

Op de volgende bladzijden wordt uw persoonlijkheidsstijl in de salesrol bekeken vanuit het DISC model. Het zal u inzicht geven in uw sterke en minder sterke punten op het gebied van sales. Met deze informatie kunt u een stap maken om uw sterke punten effectiever in te zetten en uw minder sterke kanten te identificeren. Daarnaast voorziet dit rapport in tips voor leidinggevendend op basis van uw unieke salesstijl. Tot slot geeft dit rapport inzicht hoe u uw klanten het best kunt motiveren om tot een koop over te gaan gebaseerd op hun specifieke salesstijlen.

Het zal geen verrassing zijn dat verschillende klanten verschillende persoonlijkheidsstijlen hebben. Zo hebben ze ook verschillende prikkels of 'hot buttons' die hen tot kopen aanzetten. De verkoper heeft de taak om de 'hot buttons' te vinden en ze zo in te drukken dat het juiste effect ontstaat. De psychologie van verkopen is het inleven in en begrijpen van de klant, het vinden van de unieke motiverende factor(en) om van daaruit een gunstige situatie te creëren, waarin de persoon tot aankoop overgaat.

Het leren kennen van uw salesstijl en de stijl van uw klanten kan zowel onthullend als bevestigend zijn. Het zal nieuwe aspecten aan uw benadering toevoegen en voor u bekende zaken zullen worden bevestigd. Deze informatie is waardevol voor elk aspect van uw leven: op het werk, thuis en in situaties waar u anderen ontmoet.

### **Beschrijving van uw Salesstijl**

#### **U heeft de DISC Salesstijl van Uitdager (DC)**

Uitdaggers zijn sterke persoonlijkheden met een neus voor het oplossen van problemen van klanten. Door hun wilskracht en doorzettingsvermogen bereiken ze veel in weinig tijd. Uitdaggers zijn sterk in het logisch doordenken van zaken en zijn vaak deskundig in een bepaald vakgebied of dienstverlening. Problemen worden doorgaans snel opgelost. Bij salestrajecten hebben ze een vooruitziende blik doordat ze snel een inschatting maken. Ze streven naar het snel behalen van tastbare resultaten met een sterke nadruk op correctheid en kwaliteit. Ze stellen hoge eisen aan zichzelf en leveren hoogwaardige producten en diensten.

Uitdaggers werken het liefst alleen en met veel vrijheid van handelen. Ze houden van nieuwe uitdagingen in salessituaties en zijn in staat hun routines snel aan te passen. Werken aan een langduriger project is ook geen probleem. Uitdaggers kunnen bijzonder succesvol zijn zolang ze een relatie met de klant beschouwen als een taak. Ze zijn dan ook meer taakgericht dan relatiegericht. De hoge eisen die ze aan zichzelf stellen, komen tot uiting in hun vastberadenheid om problemen van klanten op te lossen en steeds weer een superieur product of een superieure dienst te willen leveren. Uitdaggers zijn rustige, onafhankelijke, op details gerichte personen die mensen vertrouwen die hebben bewezen dat ze dat vertrouwen verdienen.

Uitdaggers reageren beter op feiten, tastbare resultaten, directe communicatie en voltooide taken dan op een beroep op hun emoties. Ze hebben liever dat klanten de hoofdlijnen duidelijk maken en de emotionele en subjectieve kant van het probleem niet bespreken. Uitdaggers zijn taakgericht en worden gedreven door resultaten. Ze raken niet emotioneel betrokken wanneer ze problemen met klanten bespreken. Ze doorzien duidelijk het onderliggende probleem en zullen naar een praktische oplossing toewerken. Ze zijn vindingrijk en denken vooruit in logische stappen die verband met elkaar houden. Ze zijn nieuwsgierig en zetten graag veel details en feiten op een rijtje, voordat ze een uitdaging aangaan.

## Uw DISC Salesstijl

### **Beschrijving van uw Salesstijl**

Laat uw saleskwaliteiten nog beter uit de verf komen door uw talenten steeds vaker te benutten en uw valkuilen zoveel mogelijk uit de weg te gaan. Zet uw specifieke kwaliteiten in binnen uw salesteam en streef er met elkaar naar om precies dat te doen waar u talent voor heeft.

#### **Welke talenten heeft een verkoper met Uitdagerstijl?**

- Bijzonder taakgericht, ambitieus en gemotiveerd door salesdoelstellingen, ze zullen proberen deze doelstellingen te overtreffen
- Ze worden gemotiveerd door uitdagende salesposities en -situaties
- No-nonsense, logische salesbenadering, ze geven eigenlijk de voorkeur aan de 'tell, not sell'-aanpak
- Bijzonder goed voorbereide salespresentaties en technische kennis van producten en services
- Zijn erg goed in het vinden van creatieve oplossingen voor problemen van klanten. Hun motivatie bestaat uit het feit dat ze in staat zijn op analytische wijze de beste oplossing voor het probleem te vinden
- Het zijn mensen die het overzicht behouden en de details van het proces aankunnen

#### **Wat zijn potentiële valkuilen voor verkopers met Uitdagerstijl?**

- Ze overtuigen klanten liever aan de hand van feiten en gegevens dan gevoelens aan te spreken. Deze benadering werkt niet bij alle type klanten
- Vinden het moeilijk om collega's of klanten te vertrouwen
- Komen soms te direct, bot of zelfs defensief over als ze vragen beantwoorden of bezwaren weerleggen
- Zijn soms niet bereid een deal te sluiten totdat hun salespresentatie is voltooid, hebben de behoefte grondig te werk te gaan
- Kunnen gefrustreerd raken of hun geduld verliezen met klanten die te joviaal of amicaal doen of die te veel kletsen en de presentatie niet serieus nemen

#### **Grootste talent van een verkoper met Uitdagerstijl**

- Bedenken vindingrijke oplossingen voor problemen en zijn sterk in de ingewikkelde en uitdagende salessituaties.

# Salesprofiel

## DISC-VERKOOPSTIJLEN

### Overzicht

Het geven van incentives aan een verkoopteam is één van de moeilijkste taken van een manager. Gebruik dit overzicht om strategieën te ontwikkelen voor verkopers met verschillende DISC-persoonlijkheden.

| Incentives voor D-stijlen   | Incentives voor I-stijlen   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Bied salestargets aan op papier</li><li>• Bied mogelijkheden tot leiding geven aan een salesteam</li><li>• Geef hen een groot en uitdagend rayon</li><li>• Bied mogelijkheden om een deal te closen</li><li>• Vraag naar hun visie op het positioneren van een product of dienst</li><li>• Benadruk provisie - niet het salaris</li><li>• Bied mogelijkheden die verzilverd kunnen worden</li><li>• Betrek hen bij productlancering en het opbouwen van marktaandeel</li><li>• Streel hun ego met erkenning, plaats een stuk in een nieuwsbrief over hen</li><li>• Stel hen persoonlijk voor aan anderen; geef aanbevelingen</li><li>• Geef hen vrijheid, geen controle</li><li>• Bied ondersteuning bij detailgericht werk</li><li>• Evalueer op basis van resultaat, niet het proces</li><li>• Ga samen lunchen</li><li>• Bied andere activiteiten aan om invloed uit te oefenen</li><li>• Geef hen competitieve uitdagingen</li><li>• Gebruik reizen als beloning</li><li>• Geef hen problemen om op te lossen</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Wees vriendelijk, grappig en informeel</li><li>• Geef hen activiteiten om te socialiseren en te netwerken buiten het werk om</li><li>• Bied de mogelijkheid om nieuwe klanten te werven</li><li>• Help hen hun huidige klanten te bedienen</li><li>• Richt je op hun sterke- en positieve kanten tijdens het geven van feedback</li><li>• Benadruk provisie - niet het salaris</li><li>• Bied ondersteuning bij detailgericht werk, werkplanning en time management</li><li>• Ga samen op salespad en geef constructieve feedback</li><li>• Bied een veranderende, mensgerichte omgeving</li><li>• Geef leiding door samen op te trekken</li><li>• Zet projectdoelstellingen, details en termijnen op papier</li><li>• Gebruik openlijke erkenning, beloning, vlijende en lovende woorden</li><li>• Bied de mogelijkheid om in het openbaar te spreken of vergaderingen te leiden</li><li>• Bied de mogelijkheid om hun mening te uiten en uitdrukking te geven aan zichzelf</li><li>• Bied de mogelijkheid voor leuke dingen en reizen</li><li>• Geef hen frisse, nieuwe en uitdagende producten en diensten</li></ul> |



# Salesprofiel

## DISC-VERKOOPSTIJLEN

### Overzicht

Het geven van incentives aan een verkoopteam is één van de moeilijkste taken van een manager. Gebruik dit overzicht om strategieën te ontwikkelen voor verkopers met verschillende DISC-persoonlijkheden.

| Incentives voor S-stijlen  | Incentives voor C-stijlen   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Bied praktische, betrouwbare en mensvriendelijke producten en diensten aan ter verkoop</li><li>• Zorg dat ze achter strategieën en plannen staan</li><li>• Toon oprechte waardering voor hun harde werk</li><li>• Erken hen voor hun trouw en geduld</li><li>• Geef hen haalbare verkoopdoelstellingen</li><li>• Overweeg hen in te zetten voor langdurende salesklussen</li><li>• Benadruk salaris - niet provisie</li><li>• Blijf constant motiveren en aanmoedigen</li><li>• Maak de verkoper deel van het verkoopteam</li><li>• Help hen bij het versterken van hun zelfvertrouwen</li><li>• Dwing hen niet om zonder aanleiding potentiële klanten te bellen</li><li>• Bied professionele tools om mee te presenteren</li><li>• Help hen in het voorbereiden van hun productpresentatie</li><li>• Bied flexibiliteit in hun schema om tijd voor het gezin vrij te maken</li><li>• Zorg voor regelmatig telefonisch contact in aanwezigheid van de verkoopleider</li><li>• Wees voorzichtig in het geven van kritiek; kondig veranderingen tijdig aan</li><li>• Geef regelmatig opbouwende feedback op prestaties</li><li>• Beperk het aantal opdringerige mensen waarmee ze moeten omgaan</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Help hen expert te worden op één gebied</li><li>• Geef regelmatig informatie omtrent veranderingen en beleid</li><li>• Toon respect, geef oorkondes en onderscheidingen</li><li>• Benadruk salaris - niet provisie</li><li>• Kondig veranderingen tijdig aan</li><li>• Geef hun creativiteit de ruimte</li><li>• Bied mogelijkheden om strategieën te ontwikkelen en problemen op te lossen</li><li>• Bied gereedschappen om onderzoek mee uit te voeren</li><li>• Lever kwaliteitsproducten om te verkopen</li><li>• Bied kwalitatief hoogwaardige hulpmiddelen voor presentaties en technische ondersteuning</li><li>• Beloon hun trouw, discipline en doorzettingsvermogen</li><li>• Laat hen bestaande contacten onderhouden in plaats van nieuwe contacten aan te gaan</li><li>• Laat hen precies weten wat er verwacht wordt</li><li>• Geef hen beloning voor hun harde werk</li><li>• Geef hen hun eigen georganiseerde en privéruimte</li><li>• Geef hen baangarantie</li><li>• Overweeg hen in te zetten voor langdurende salesklussen</li></ul> |

### **Tips voor het motiveren en managen van uw verkoopteam**

Een incentive die voor een bepaalde persoon werkt, motiveert een andere persoon wellicht niet. Een dinertje in een steakrestaurant is niets voor een vegetariër. Elke persoon dient dus te worden gemotiveerd naar aanleiding van diens eigen voorkeuren, sterke punten, behoeften en zienswijze.

Voer om de productiviteit te verhogen, resultaten te boeken en uw verkoopteam te behouden de volgende stappen uit.

1. Maak profielen van alle verkopers om hun DISC-stijl te identificeren
2. Gebruik DISC om erachter te komen wat hen persoonlijk motiveert
3. Stel verkoopteams samen met elkaar aanvullende stijlen
4. Onthoud dat geld niet de enige motivatie is

Gebruik de volgende tips om de beste en meest productieve omgeving voor uw teamlid te creëren:

#### **Hoe blijft een verkoper met Uitdagerstijl gemotiveerd?**

- Geef hen een eigen kantoor of werkruimte. Uitdaggers zijn vaak vrij gesloten personen
- Bied hen de lastigere en soms ongebruikelijke salesituaties die een uitdaging vormen
- Geef hen de mogelijkheid carrière te maken, een positie in het leiderschap en/of mogelijkheden zichzelf te kunnen bewijzen
- Leg hen geen beperkingen op. Het zijn hard werkende en ambitieuze personen. Geef hen dus een omgeving waarin ze tot bloei kunnen komen
- Geef Uitdaggers de kans uit te blinken door deskundig te worden op het gebied van hun keuze. Uitdaggers worden vaak experts in hun vakgebied

#### **Hoe ontvangt een verkoper met Uitdagerstijl graag leiding?**

- Respecteer hun persoonlijke ruimte en hun soms koel ogende, rustige gedrag
- Verschaf veel informatie, vergelijkend materiaal, onderzoek, etc. over producten en diensten. Uitdaggers zijn vaak niet alleen sceptisch, maar willen ook zo veel mogelijk informatie
- Geef hen veel feedback op hun prestaties, evalueer zowel hun resultaten als hun processen, aangezien ze zich graag op beide facetten concentreren
- Laat geen onduidelijkheid bestaan, Uitdaggers zijn letterlijke en logische denkers en willen liever niet interpreteren. Ze geven de voorkeur aan directe, duidelijke aanwijzingen
- Praat niet te veel en verspil geen tijd aan koetjes en kalfjes. Geef de kern aan en zeg waar het op staat

## DE VERKOOP AAN KLANTEN VERBETEREN

### De koopstijl van uw klant herkennen

Voordat u uw verkoopstijl aanpast aan de koopstijl van uw klant dient u uw klant eerst te observeren. Let op het volgende: de vragen die men stelt, tempo, directheid, openheid, lichaamstaal, illustraties in hun kantoor, kledingstijl, is men formeel of informeel?

|   |  |
|---|--|
| <p><b>Als uw klant...</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• een hoog tempo hanteert, direct en besluitvaardig is</li><li>• competitief en individualistisch overkomt</li><li>• een sterk ego toont en zelfverzekerd is</li><li>• niet geïnteresseerd is in hoe het werk gedaan wordt</li><li>• verandering en risico's geen probleem vindt</li></ul> <p><b>Dan heeft uw klant een D-stijl</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Extravert + Direct = D stijl</li><li>• Hoe hoger de D, hoe sterker de drang om het gesprek te leiden</li></ul> <p><b>D's kopen producten op basis van...</b></p> <p>Passende oplossing, deskundig oordeel, superieure kwaliteit en de mogelijkheid er resultaat mee te kunnen behalen</p> | <p><b>Als uw klant...</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• vlot, charismatisch en geanimeerd is</li><li>• spontaan en optimistisch overkomt</li><li>• makkelijk praat</li><li>• over gevoelens en andere mensen praat</li><li>• leuke dingen en verhalen benadrukt</li></ul> <p><b>Dan heeft uw klant een I-stijl</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Extravert + Vriendelijk = I stijl</li><li>• Hoe hoger de I, hoe groter de behoefte aan sociale interactie</li></ul> <p><b>I's kopen producten op basis van...</b></p> <p>Impuls, esthetica, mond op mond reclame, en de mogelijkheid prestige aan het product te ontlenen</p>   |
| <p><b>Als uw klant...</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• minder vlot en expressief is</li><li>• feiten en details benadrukt en gegevens vergelijkt</li><li>• komt gereserveerd over, en is voorzichtig en beheerst</li><li>• graag onafhankelijk werkt</li><li>• zeer taak- en kwaliteitsgericht is</li></ul> <p><b>Dan heeft uw klant een C -stijl</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Introvert + Analytisch = C stijl</li><li>• Hoe hoger de C, hoe groter de behoefte om tactisch te antwoorden</li></ul> <p><b>C's kopen producten op basis van...</b></p> <p>Geschiktheid, garantie op producten, productvergelijking en beschikbare informatie</p>  | <p><b>Als uw klant...</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• vriendelijk, ontspannen en prettig in de omgang is</li><li>• graag samenwerkt en ervan houdt in teamverband te handelen</li><li>• zich verzet tegen verandering en het nemen van risico's</li><li>• meer vraagt dan zelf iets mee te delen</li><li>• niet geïnteresseerd is in hoe het werk gedaan wordt</li></ul> <p><b>Dan heeft uw klant een S-stijl</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Introvert + Coöperatief = S stijl</li><li>• Hoe hoger de S, hoe groter de behoefte aan zekerheid</li></ul> <p><b>S'en kopen producten op basis van...</b></p> <p>Praktisch gebruik, eenvoud en de mogelijkheid van het bieden van zekerheid aan de gebruiker</p> |

## DE VERKOOP AAN KLANTEN VERBETEREN

---

### **Manieren om uw sales rate te verhogen bij ieder klanttype**

Nadat u tijd hebt doorgebracht met uw prospect, vergeet dan niet een optimale koopomgeving te creëren door aan te sluiten op hun stijl. Gebruik de onderstaande suggesties voor iedere DISC stijl en doorloop de stappen zoals beschreven:

1. Herken de persoonlijke koopstijl van de prospect. Heeft hij/zij een D, I, S, of C stijl?
2. Zorg er voor uw stijl aan die van hen aan te passen
3. Toon onderdelen van het product of dienst die het meest gewaardeerd zullen worden
4. Close de sale met uw prospect in lijn met hun koopstijl
5. Bied nazorg die past bij de koopstijl van uw klant

### **Verkopen aan D-stijl klanten**

**Zij willen: tastbare resultaten**

**Stressoren: misleid worden, overruled worden, verkoper die competitie aangaat**

**Pas uw stijl aan door: een 'no-nonsense' verkoopstrategie te gebruiken**

- Wees kort, bondig en direct
- Blijf zakelijk
- Benadruk de resultaten of de voordelen van een product of dienst
- Wees besluitvaardig en standvastig tijdens het uitleggen van belangrijke punten
- Wees zelfverzekerd: laat je niet intimideren
- Wees het (on)eens over feiten, en laat daarbij de persoon buiten beschouwing
- Laat ze winnen of het 'bij het juiste eind hebben' (uiteindelijk bent u daar ook bij gebaat)
- Wees sneller dan u gewend bent
- Beloof niet wat u niet waar kunt maken
- Maak niet al teveel geintjes (tenzij zij dat ook doen)
- Geef 'ja' of 'nee' antwoorden en geen 'misschien' antwoorden
- Probeer hen niet te vangen met nutteloze extraatjes of misleidende beweringen; een D stijl heeft een hartgrondige hekel aan misleidende woorden

### **Verkopen aan I-stijl klanten**

**Zij willen: een plezierige koopervaring**

**Stressoren: gevoel afgewezen te worden, genegeerd worden, teveel uitleg van details**

**Pas uw stijl aan door: een 'gezellige en positieve' verkoopstrategie te gebruiken**

- Zorg dat je het leuk hebt, maak grapjes als je denkt dat dat passend is
- Noem de voordelen waardoor zij beter 'uit de verf' zullen komen
- Geef hen erkenning en waardering
- Luister naar hun verhalen
- Gebruik levensechte voorbeelden om complexe concepten te verduidelijken
- Bied nazorg en kom uw woorden na
- Laat hen weten dat je hun gevoelens en ideeën begrijpt
- Geef hen de ruimte om te praten, maar hou het doel wel voor ogen
- Stel hen voor aan teamleden als dat zinvol is
- Bied hen de mogelijkheid met uw tevreden klanten te spreken
- Geef hen niet teveel details omtrent een product
- Geef schriftelijke achtergrondinformatie en details

## DE VERKOOP AAN KLANTEN VERBETEREN

---

### **Manieren om uw sales rate te verhogen bij ieder klanttype**

Nadat u tijd hebt doorgebracht met uw prospect, vergeet dan niet een optimale koopomgeving te creëren door aan te sluiten op hun stijl. Gebruik de onderstaande suggesties voor iedere DISC stijl en doorloop de stappen zoals beschreven:

1. Herken de persoonlijke koopstijl van de prospect. Heeft hij/zij een D, I, S, of C stijl?
2. Zorg er voor uw stijl aan die van hen aan te passen
3. Toon onderdelen van het product of dienst die het meest gewaardeerd zullen worden
4. Close de sale met uw prospect in lijn met hun koopstijl
5. Bied nazorg die past bij de koopstijl van uw klant

### **Verkopen aan S-stijl klanten**

**Zij willen: garanties en praktisch gebruikersgemak**

**Stressoren: vage verkoopbeloftes, afstandelijkheid, opdringerigheid**

**Pas uw stijl aan door: een 'persoonsgerichte' verkoopstrategie te gebruiken**

- Toon oprechte interesse in hen als persoon
- Wees vriendelijk, persoonlijk en betrouwbaar
- Noem feiten die betrekking hebben op hun werk
- Bied de zekerheden die ze nodig hebben, en richt u op garanties of rendement
- Wees uzelf, S stijlen kunnen mensen zeer goed inschatten
- Sluit de deal wanneer u denkt hun vertrouwen te hebben gewonnen
- Gebruik levensechte voorbeelden om hen gerust te stellen
- Stel vragen en laat het praten aan hen over
- Stel hen voor aan onderhoudsspecialisten om hen gerust te stellen
- Bied nazorg en kom uw woorden na
- Wees niet opdringerig of gehaast, pas uw tempo aan en wees nederig

### **Verkopen aan C-stijl klanten**

**Zij willen: feiten en geloofwaardigheid**

**Stressoren: kritiek, slordigheden (ook in informatie), onder druk moeten kiezen, emotioneel appèl**

**Pas uw stijl aan door: een goed beargumenteerde en onderbouwde verkoopstrategie te gebruiken**

- Laat hen vragen stellen
- Wees nauwkeurig tijdens het formuleren van uw antwoorden
- Geef zowel 'voors' als 'tegens' om hen te overtuigen
- Gebruik een stap-voor-stap manier van uitleggen
- Beantwoord vragen met feiten en zoveel details als u voorhanden heeft
- Lever bewijs om uw verklaringen kracht bij te zetten
- Wees direct en vriendelijk maar beperk informele gesprekken
- Geef hen veel tijd en ruimte
- Kom terug op details
- Probeer gaandeweg hun vertrouwen te winnen door woord te houden
- Zet hen niet onder druk door direct te moeten besluiten
- Kom niet aan hun persoonlijke ruimte en stel geen persoonlijke vragen tenzij ze die informatie spontaan delen

## DE VERKOOP AAN KLANTEN VERBETEREN

---

### Omzet vergroten bij specifieke klanten

**Instructies:** Vul het werkblad in om u te helpen, ten eerste bij uw omgang met nieuwe klanten en ten tweede bij het vergroten van uw omzet bij klanten die u al kent.

- **Kolom 1:** Vul hier de achternaam of bedrijfsnaam van uw klant in.
- **Kolom 2:** Kijk naar deel 3 (een paar bladzijden terug) om u te helpen bij het inschatten van de stijl van uw klant op basis van wat u van de klant weet. Gebruik 1, 2, of 3 van de DISC letters om hun stijl te omschrijven.
- **Kolom 3:** Verwijs naar de aanbevelingen in deel 3 voor tips die u kunnen helpen bij het formuleren van een actieplan voor (meer) succes met die stijl.

| Klantnaam | Stijlinschatting | Actieplan |
|-----------|------------------|-----------|
| 1.        |                  |           |
| 2.        |                  |           |
| 3.        |                  |           |
| 4.        |                  |           |
| 5.        |                  |           |
| 6.        |                  |           |
| 7.        |                  |           |

# Communiceren

## met de Uitdager (DC) stijl

### Deze zaken zijn voor u belangrijke motivatoren

- Gezag kunnen uitoefenen, taken die tot groei leiden, "bottom line" aanpak, doorgroeimogelijkheden, de mogelijkheid om alleen te werken

### Grootste angst

- Kritiek krijgen en het gevoel dat anderen u gebruiken voor hun eigen doelen

### In gesprek met anderen vindt u dit belangrijke aandachtspunten (DO)

- Kort van stof zijn, direct en 'to the point'
- 'Wat' en 'waarom' vragen die beantwoord worden
- Gericht zijn op zaken en resultaten
- Voorstellen die tot resultaten leiden, u wilt leiding geven en problemen oplossen
- Instemming op de overeengekomen feiten en ideeën, niet op de persoon
- Een nadruk op de logische voordelen van een nieuw idee of plan van aanpak
- Erkenning van de door u geleverde hoogwaardige kwaliteit

### U haakt af in een gesprek bij deze benadering (DO NOT)

- Veelheid van woorden en onnodige herhalingen
- Gericht zijn op problemen
- Te sociaal gedrag aan het begin van een relatie
- Grove generalisaties of uitspraken zonder onderbouwing

### Bij het krijgen van informatie of bij nieuwe taken kunt u

- Geneigd zijn zaken alleen te willen doen zonder anderen daarbij te betrekken
- De menselijke factor vergeten en besluiten te veel baseren op basis van feiten
- Andermans meningen over het hoofd zien
- Vernieuwende systemen en ideeën aandragen

### Persoonlijke kenmerken

- **KENMERKENDE DRIJFVEREN:** omgeving beheersen, unieke oplossingen ontdekken
- **BEOORDEELT ANDEREN OP:** aan zichzelf opgelegde maatstaven, uitingen of progressieve ideeën
- **BEÏNVLOEDT ANDEREN DOOR:** competitie, voorop lopen in het ontwikkelen van systemen
- **WAARDE VOOR HET TEAM:** veranderingen en verbeteringen initiëren, zelfgenoegzaamheid uitdagen
- **VALKUILEN:** bot en kritisch overkomen
- **GEDRAG ONDER DRUK:** wordt chagrijnig, heeft genoeg van routine, autoritair, geen mededogen
- **GROOTSTE ANGSTEN:** geen invloed / grip hebben op situaties, mislukking
- **EFFECTIVITEIT VERHOGEN DOOR:** warmte en inlevingsvermogen tonen, meer praten en teamgericht zijn, overtuigender zijn in plaats van gebiedend



Knowledge comes, but  
wisdom lingers.

- Alfred Lord Tennyson

# Communiceren

## met de Uitdager (DC) stijl

Jane Doe

### Jane's talenten in een team / organisatie

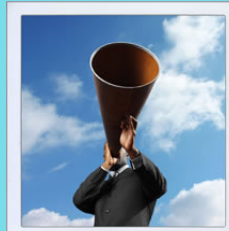
- Organiseert het geheel
- Groot analytisch vermogen
- Niet bang om impopulaire besluiten te maken; Besluitvaardig
- Behaalt op efficiënte wijze resultaten

### U kunt in teamverband de volgende talenten inzetten of ontwikkelen

- Geeft graag leiding
- Autocratisch leider die goed functioneert in crisissituaties
- Zelfstandig, gedisciplineerd
- Vernieuwend in het behalen van resultaten
- Het doel voor ogen houdend
- Nauwkeurig en direct
- Kan goed met hindernissen omgaan
- Bieden van richting en leiderschap
- 'Het voordoen zoals het gedaan moet worden' - geeft het goede voorbeeld
- Aarzelt niet om zich uit te spreken
- Kan ervaring en praktische kennis goed combineren
- Gaat uitdagingen zonder angst aan
- Functioneert goed onder hoge werkdruk

### Uw groeigebieden in effectiviteit in de stijl van Uitdager

- Doe uw best om actief te luisteren
- Wees attent op de ideeën van andere teamleden totdat iedereen een gevoel van consensus heeft
- Wees minder koel, afstandelijk en dominerend en wees meer benaderbaar en vriendelijk
- Ontwikkel een hogere waardering voor de meningen, gevoelens en verlangens van anderen
- Steek meer energie in persoonlijke relaties; toon uw support naar andere teamleden
- Neem tijd om de 'waaroms' van uw uitspraken en voorstellen uit te leggen



**Communiceren**  
met de Uitdager (DC) stijl

You can have brilliant ideas, but if you can't get them across, your ideas won't get you anywhere.

- Lee Iacocca



# Communicatietips

## omgaan met anderen

**Uw D en C komen boven de middellijn uit. Uw stijl wordt gedefinieerd door het sleutelwoord 'uitdager'.**

In dit volgende gedeelte worden bijvoeglijke naamwoorden gebruikt om te beschrijven waar uw DISC-stijlen ongeveer in uw grafiek staan. Deze beschrijvende woorden komen ruwweg overeen met de waarden in uw grafiek.

**D -- meet hoe besluitvaardig, gezaghebbend en direct u doorgaans bent. De intensiteit van uw D wordt onder meer beschreven door de volgende woorden:**

- **DAADKRACHTIG** Vol daadkracht, krachtig, beslist
- **RISICONEMER** Is bereid risico's te nemen
- **AVONTUURLIJK** Onderneemt spannende of gevaarlijke acties
- **BESLUITVAARDIG** Lost geschillen, vragen, etc. op
- **NIEUWSGIERIG** Is geneigd veel vragen te stellen, leergierig

**I -- meet hoe spraakzaam, overtuigend en interactief u doorgaans bent. De intensiteit van uw I wordt onder meer beschreven door de volgende woorden:**

- **TERUGGETROKKEN** Trekt zich terug in zichzelf, verlegen, gereserveerd, abstract
- **ZWIJGZAAM** Stil of gesloten, niet tot praten geneigd, gereserveerd

**S -- meet uw behoefte aan veiligheid en vrede en uw vermogen om een teamspeler te zijn. De intensiteit van uw S wordt onder meer beschreven door de volgende woorden:**

- **RUSTELOOS** Niet in staat te rusten of te ontspannen, onrustig, niet kalm
- **GERICHT OP VERANDERING** Behoeft aan verandering, houdt van afwisseling
- **SPONTAAN** Handelt volgens een natuurlijk gevoel zonder remmingen
- **ACTIEF** Gekenmerkt door veel actie of emotie, druk, snel

**C -- meet uw behoefte aan structuur, organisatie en details. De intensiteit van uw C wordt onder meer beschreven door de volgende woorden:**

- **CONVENTIONEEL** Bekrachtigd door of op basis van gebruiksgewoonten
- **WELGEMANIERD** Beleefd en hoffelijk
- **CONSCIËNTIEUS** Scrupuleus, probeert zeer nauwgezet om correct te werk te gaan
- **HOG EISEN** Houdt zich aan een sterk waardensysteem



U kunt alleen  
veranderen door uw  
inzicht te veranderen.

- Anthony De Mello

# Communicatietips

## hoe u met anderen communiceert

### Hoe u met anderen communiceert

In de rapportage bij de kopjes DO's en DON'Ts leest u een aantal beschrijvingen over uw manier van communiceren. Het kan een eye-opener zijn als u deze beschrijvingen leest en ook bevestigen wat u al wist. Deze punten worden extra waardevol wanneer u ze deelt met uw collega's, vrienden of familie. Anderen kunnen hierdoor begrip krijgen voor de manier waarop u het beste benaderd kunt worden en wat beter niet te doen. Wat ook belangrijk is dat u zich bewust wordt dat DE MANIER WAAROP u iets zegt net zo belangrijk kan zijn als WAT ER WORDT GEZEGD.

**Uw hoogste stijl is een D, de rode kleur.** Dit betekent dat u graag informatie ontvangt (en zelf geeft) die gaat over resultaten, hoofdlijnen, doelen en mogelijkheden. Om beter te communiceren met anderen heeft uw boodschap soms een vertaalslag nodig. De een wil graag de precieze feiten weten, een ander hoe ze een onderdeel kunnen zijn van de oplossing en weer een ander wat er concreet van het team verwacht wordt.

Net zoals u bepaalde voorkeuren heeft in communicatie, hebben anderen dat ook. De meeste mensen hebben de neiging om alleen te communiceren vanuit hun eigen stijl en behoeften in plaats van af te stemmen op de behoeften van de ander. Als u de stijlen ziet als een soort taal, dan heeft u voorkeur voor een bepaalde taal: uw hoogste stijl. Laten we dit de 'moedertaal' noemen. Daarnaast is het mogelijk dat u ook een beetje een andere taal spreekt en begrijpt: uw tweede of zelfs derde stijl boven de middenlijn. Sommige 'talen' zijn voor u echt 'vreemde talen'. U moet moeite doen om te begrijpen wat een ander bedoelt, hoewel over hetzelfde onderwerp wordt gesproken. Dit gedeelte geeft u inzicht in hoe u in communicatie beter kunt aansluiten op anderen.

Het onderstaand gedeelte is vooral nuttig voor de D stijl, de rode kleur. In uw communicatie bent u bijzonder recht toe recht aan en to-the-point. Anderen hebben daar soms moeite mee.

### Hoe uw stijl aansluit op andere stijlen

**D-D** Twee D stijlen spreken elkaars taal. Daarin is het belangrijk dat ze elkaar ruimte geven en elkaar respecteren. Ze moeten erop gericht zijn om samen een bepaald doel te bereiken zonder te vervallen in (sterke) competitie of het 'domineren' van de ander.

**D-I** De D kan over het algemeen goed overweg met de I. Dit komt doordat de I van nature een aanmoediger is. In de ogen van de D kan de I soms te weinig taakgericht zijn in een werksituatie. Dit kan wellicht gecompenseerd worden als de D zijn/haar blik richt op hoe de I resultaten boekt door de positieve manier van mensen beïnvloeden.

**D-S** Een D en een S werken normaal gesproken goed samen. Dit komt doordat de S geen 'bedreiging' vormt voor de D en doordat de S over het algemeen hard werkt om gewenste doelen te bereiken. Soms kan de relatie verstoort raken doordat de D te taakgericht en te gedreven over komt.

**D-C** De D en C zijn qua snelheid tegenovergestelde stijlen wat kan leiden tot fricties. De D moet daarom oppassen niet te opdringerig en gehaast over te komen en de C moet oppassen niet te veel in details te verzanden. Toch heeft de D de detailgerichtheid van de C hard nodig. De D heeft soms moeite om deze behoefte goed te communiceren.



Spraak is de spiegel  
van de ziel. U bent  
wat u zegt.

- Publilius Syros

## Interactie verbeteren

### Hoe de D (rood) de interactie met elke stijl kan verbeteren

#### D met D

Als er wederzijds respect is, beschouwt u elkaar als gedreven, visionair, doortastend, competitief, en optimistisch. Zolang u het samen eens bent over het te behalen resultaat, kunt u heel efficiënt zijn. Bij gebrek aan wederzijds respect kunnen er behoorlijke spanningen ontstaan. U kunt elkaar dan zien als twistziek, dictatoriaal, arrogant, dominant, nerveus en gejaagd.

Relatietip: Blijven werken aan wederzijds respect en goede communicatie is nodig ter voorkoming van conflicten. Dit als doel stellen is al een grote stap in de juiste richting. Beide partijen moeten elkaars denkwereld en gezagsgrenzen begrijpen en respecteren.

#### D met I

Bij tijd en wijle kunt u de I zien als te veel op zichzelf gericht, oppervlakkig, te optimistisch, onnadenkend, te zelfverzekerd en onoplettend. U wordt niet graag 'overgehaald' of 'gepaaid' door een I. Doordat u sterk taakgerichtheid bent, kunt u geïrriteerd raken door nietszeggende generalisaties van de I.

Relatietip: Benader de I op een vriendelijke wijze want de I waardeert persoonlijke relaties. Wees waar mogelijk complimenteus. Luister naar hun ideeën (u hoeft er niet meteen mee aan de slag!) en erken hun prestaties met complimenten.

#### D met S

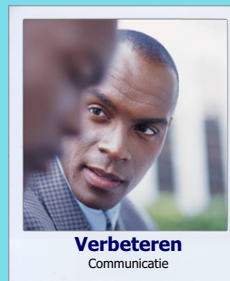
Op slechte momenten kunt u de S zien als passief, nonchalant, onverschillig, afschermend, berustend en gesloten. D's vinden soms dat S'en moeilijk vooruit te branden zijn, het tempo is in de beleving van de D te traag. Confrontatie en een directe aanpak overweldigen de S. Het hoge handelings- en denktempo van de D kunnen een extreem passieve reactie teweeg brengen bij de S.

Relatietip: Voorkom het gevoel van opdringerigheid bij de S door uw tempo te verlagen. Toon oprechte erkenning en waardering voor het goede werk van de S. U doet er goed aan uw uiterste best te doen om vriendelijk en gemakkelijk in de omgang te zijn. S'en zijn heel relatiegericht! Door te zorgen voor een gelijkmatig rustig tempo zal onnodige frictie in de relatie voorkomen kunnen worden.

#### D met C

Op wat mindere dagen bent u geneigd om de C te zien als te afhankelijk, ontwijkend, defensief, teveel gericht op details, te voorzichtig en te bezorgd. D's hebben vaak het gevoel dat de C te veel analyseert en vastloopt op details.

Relatietip: Verlaag uw tempo in hoge mate. Geef de C zoveel mogelijk heldere details en informatie als maar mogelijk is. Wees voorbereid op twijfels, bezorgdheden en vragen over de details en blijf vriendelijk en rustig. Toon oprechte erkenning voor het goede werk van de C. Geef de C tijd om rustig na te denken over zaken en details alvorens een beslissing van hen te verlangen.



Communicatie werkt voor degenen die eraan werken.

- John Powell

### Werkblad met communicatietips

U kunt uw reactiepatronen op stress (copingsmechanismen) zien door te kijken naar verschillen tussen de grafieken. Ons gedrag wordt sterk beïnvloed door negatieve veranderingen in onze omgeving (grafiek 1). Wanneer iemand geconfronteerd wordt met in zijn ogen stressvolle veranderingen, beweegt het gedrag van die persoon doorgaans van grafiek 1 naar grafiek 2. Als we ons bewust worden van de verschillen of veranderingen tussen deze twee grafieken, krijgen we inzicht in ons automatische reactiepatronen (of overlevingsmechanismen) en kunnen we leren hoe we ons in stressvolle situaties beter kunnen handhaven of aanpassen.

Instructies: elke grafiek belicht verschillende aspecten van uw persoonlijkheid. Een nadere blik op die verschillen onthult waardevolle inzichten. Kijk nu naar de twee grafieken en vergelijk op welke manier de D, I, S en C in grafiek 1 en 2 van elkaar verschillen. Lees hieronder wat die verschillen betekenen. Denk eens na over concrete situaties waarin u stress ervaart en op welke manier dat invloed had op uw beslissingen, gedachten, handelingen en verbale boodschappen.

#### Veranderingen in D:

Vergelijk grafiek 1 en 2. Als u naar grafiek 2 kijkt, is uw D dan hoger of lager dan de D in grafiek 1? Kijk hoe hoog of hoe laag het punt bij de D staat. Als het punt hoger staat, geeft dit aan dat iemand meer controle wenst in stressvolle situaties. Als de D flink omhoog gaat, kunt u erg overheersend zijn als u gestrest raakt. Wanneer het punt lager staat geeft dit aan dat iemand minder controle wenst in stressvolle situaties. Als de D flink omlaag gaat, wilt u graag dat iemand anders dan uzelf het initiatief en beslissingen neemt. U volgt wel.

#### Veranderingen in I:

Vergelijk grafiek 1 en 2. Als u naar grafiek 2 kijkt, is uw I dan hoger of lager dan de I in grafiek 1? Kijk hoe hoog of hoe laag het punt bij de I staat. Als het punt hoger staat, geeft dit aan dat iemand meer sociale invloed aanwendt in stressvolle situaties. Als de I flink omhoog gaat, gebruikt u uw verbale capaciteiten en vaardigheden om uw doel te bereiken. Wanneer het punt lager staat geeft dit aan dat iemand minder de sociale invloed inzet in stressvolle situaties. Als de I flink omlaag gaat, steunt u minder op verbale kracht en spreekt u zich niet uit om tot een oplossing te komen.

#### Verandering in S:

Vergelijk grafiek 1 en 2. Als u naar grafiek 2 kijkt, is uw S dan hoger of lager dan de S in grafiek 1? Kijk hoe hoog of hoe laag het punt bij de S staat. Als het punt hoger staat geeft dit aan dat iemand een vertrouwde omgeving en mensen wenst in stressvolle situaties. Als de S flink omhoog gaat, gaat u conflicten liever uit de weg en wacht u tot een gunstiger moment voordat u zaken verandert. Wanneer het punt lager staat geeft dit aan dat iemand minder behoefte heeft aan allerlei zekerheden in stressvolle situaties. Als de S flink omlaag gaat, wordt u impulsiever bij uw acties.

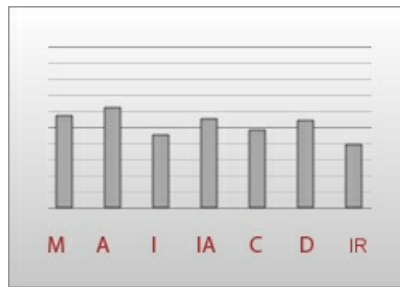
#### Veranderingen in C:

Vergelijk grafiek 1 en 2. Als u naar grafiek 2 kijkt, is uw C dan hoger of lager dan de C in grafiek 1? Kijk hoe hoog of hoe laag het punt bij de C staat. Als het punt hoger staat geeft dit aan dat iemand meer informatie en argumenten wenst voordat hij tot een standpunt komt in stressvolle situaties. Als de C flink omhoog gaat, komt u pas tot een standpunt als u over een berg informatie, argumenten en onderbouwingen beschikt. Wanneer het punt lager staat geeft dit aan dat iemand genoeg heeft aan hoofdlijnen om een standpunt in te nemen in stressvolle situaties. Als de C flink omlaag gaat, neemt u een standpunt in door op uw buikgevoel af te gaan.

***Welk punt ging bij u het meeste omhoog of omlaag? Wat zegt dat over hoe u reageert op stress?***

***Op welke manier helpen of belemmeren uw reactiepatronen op stress u bij het nemen van beslissingen? Hoe kunt u deze inzichten gebruiken om bewuster om te gaan met uw mogelijk blinde vlekken wanneer u stress ervaart?***

## uw sterke punten op het gebied van leiderschap

**MENSGERICHT LEIDERSCHAP** - Bovengemiddeld

Men denkt al snel aan u wanneer een leidinggevende nodig is. U bent sterk op dit gebied en u heeft een talent voor systemen en mensen. Mensen volgen u graag vanwege uw charisma en enthousiasme. Hoewel u soms te assertief over kan komen, compenseren uw warmte en optimisme dit en hebben anderen het gevoel dat u belangrijk bent voor het team.

**AANSTUREN** - Sterk ontwikkeld

Projecten leiden en een strakke planning hanteren daar bent u goed in. Mensen met wie u samenwerkt waarderen uw hoge werkstandaard. U kunt van tijd tot tijd afstandelijk overkomen en tegelijkertijd dwingen uw aandacht voor details en innerlijke drive respect af, hetgeen ook ervaren wordt als uw toegevoegde waarde aan het team. Neem ook de tijd om uw teamleden te leren kennen en te bouwen aan relaties. U zult zien dat dit goed bestede tijd is.

**IMPLEMENTEREN** - Goed ontwikkeld

U bent in staat een idee of project goed te beginnen en door te zetten tot het einde. Hoewel u een voorkeur voor afwisselende rollen, taken en verantwoordelijkheden heeft, bent u ook in staat om routinematige zaken te doen wanneer het nodig is.

**INFORMATIEANALYSE** - Bovengemiddeld

U benadert situaties met logica en weet daarin op zo'n manier te ordenen dat zaken efficiënter lopen. U hebt oog voor de kleinste details en doet de finishing touch in projecten. Uw omgeving is netjes en efficiënt en u ziet graag dat anderen dat ook doen.

**CREATIVITEIT** - Goed ontwikkeld

U voelt zich comfortabel op gebieden waar u ervaring in hebt. Soms verlaagt u liever het tempo om een project af te ronden voordat er een nieuw project wordt gestart.

**DOORZETTINGSVERMOGEN** - Bovengemiddeld

Anderen werken graag met u samen, omdat u doorgaans meer doet dan van u gevraagd wordt. Uiteindelijk zorgt u ervoor dat het team goed voor de dag komt. U bent praktisch en laat duidelijk zien dat u een teamspeler bent.

**INTERPERSOONLIJKE RELATIES** - Toereikend

Het kost u soms moeite om een gesprek betekenisvol te laten zijn en u laat anderen niet veel persoonlijke dingen over uzelf weten. De meeste gesprekken gaan over algemene dingen, koetjes en kalfjes. U laat een enkeling wel toe tot uw persoon.

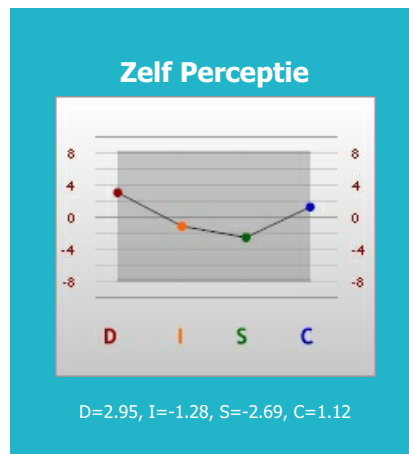
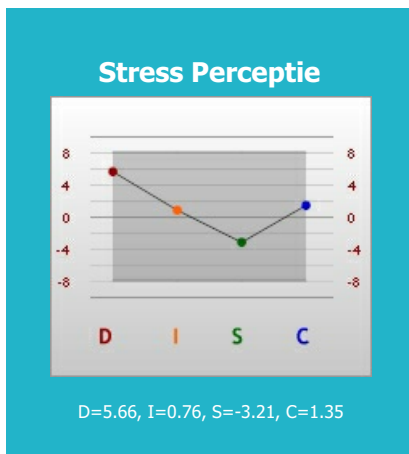
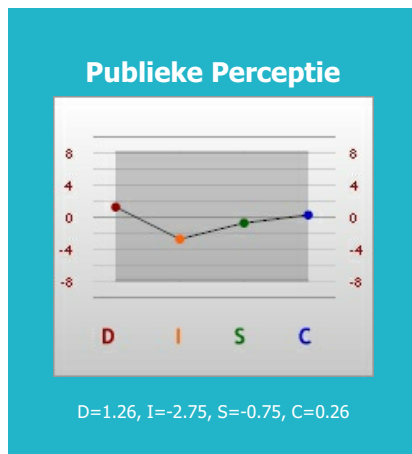
Het ontwikkelen van uitstekende communicatievaardigheden is cruciaal voor effectief leiderschap. Een leider moet in staat zijn om kennis en ideeën te delen om zo een gevoel van noodzaak en enthousiasme op anderen over te brengen. Als een leider zijn/haar boodschap niet duidelijk kan overbrengen en anderen niet kan motiveren tot actie, heeft de boodschap geen zin.

- Gilbert Amelio

# Persoonlijkheidsanalyses gegevens

pagina met grafieken

## Karakter Grafiek (DISC)



Elk van de drie grafieken geeft een andere invalshoek op gedrag, afhankelijk van de voorwaarden die de omgeving stelt. Binnen de gekozen omgeving toont grafiek 1 'Publieke Perceptie', grafiek 2 'Stress Perceptie', en grafiek 3 'Zelf Perceptie'.

**Deze drie grafieken of wel inzichten worden hieronder in nader detail omschreven.**

## Grafiek 1 - Masker, Publieke Perceptie

### *Gedrag verwacht door anderen*

Mensen gedragen zich op zo'n manier als zij denken dat een omgeving van hen verwacht. Dit gedrag is de 'Publieke Perceptie', de persoon zoals die naar anderen toe wordt 'gepresenteerd', een masker. Soms is er geen verschil tussen de werkelijke persoon van binnen (grafiek 2) en hoe de persoon zich presenteert. Dit kan ook van elkaar verschillen. De persoon probeert zich dan aan te passen aan de omgevingseisen. Grafiek 1 wordt gevormd door de "MEEST" keuzes in de DISC Analyse. In deze grafiek bevindt zich de grootste potentiële verandering.

## Grafiek 2 - Stress Perceptie

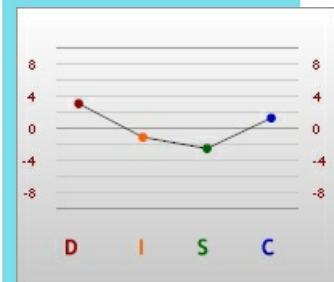
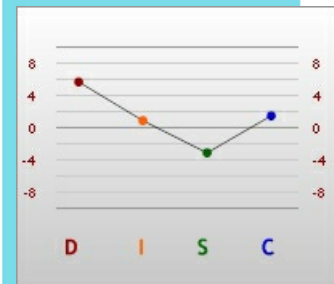
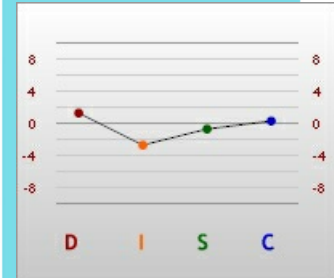
### *Automatische reactie op stress*

Iedereen heeft reacties vanuit het verleden aangeleerd. Dit zijn veelal ingesleten gedragingen die vertrouwd aanvoelen. Onder druk of spanning komen deze gedragingen naar voren. Deze grafiek is gebaseerd op uw 'Minste' keuzes en heeft het minste potentieel voor verandering, omdat de gedragingen oude ingesleten reacties zijn. Het gedrag van een persoon onder druk kan opmerkelijk veel verschillen van de gedragingen die uit zowel grafiek 1 als 3 naar voren komen. Let op! Dit is niet het ideale zelf of 'authentieke' zelf. Het geeft aan hoe iemand reageert op stressvolle situaties.

## Grafiek 3 - Zelf Perceptie

### *Zelfbeeld, identiteit*

Ieder persoon ziet zichzelf op een bepaalde manier. Grafiek 3 toont het mentale plaatje dat iemand van zichzelf heeft. Dit is het zelfbeeld. Grafiek 3 combineert aangeleerde reacties uit het verleden met het huidige gedrag op basis van verwachtingen uit de omgeving. Verandering in zelfperceptie kan optreden, maar is meestal geleidelijk en gebaseerd op de eisen van de omgeving. Grafiek 3 is gebaseerd op de verschillen tussen Grafiek 1 en Grafiek 2 en is het uitgangspunt bij grafiekinterpretatie.



## Vervolg

### Verschillen tussen de grafieken geven verandering of transitie aan

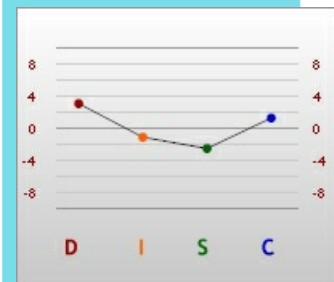
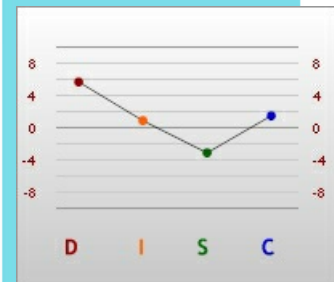
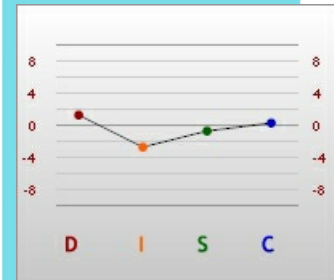
- Als Grafiek 1 verschilt van Grafiek 2, dan dwingen de omgevingseisen gedrag af dat niet in overeenstemming is met de oude reactiepatronen. In zo'n situatie zal een persoon zijn/haar gedrag aanpassen om aan de omgevingseisen te kunnen voldoen. Dit veroorzaakt in veel gevallen stress.
- Als Grafiek 1 verschilt ten opzichte van Grafiek 2, maar niet ten opzichte van Grafiek 3, dan is een persoon in staat zijn/haar gedrag aan te passen aan de omgevingseisen. De persoon heeft waarschijnlijk weinig moeite met het gedrag zoals weergegeven in Grafiek 3, en ervaart daardoor ook geen stress.
- Als Grafiek 1 verschilt ten opzichte van Grafiek 3, kan een persoon een groeiperiode doormaken, wat met enige moeite gepaard kan gaan, omdat hij/zij aan de eisen van een nieuwe omgeving probeert te voldoen. Het gedrag van de persoon kan tijdens deze periode fluctueren.

### Grafieken die op elkaar lijken, duiden dat er weinig noodzaak is om te veranderen

**Een persoon die de huidige omgevingseisen (Grafiek 1) als hetzelfde ervaart als zijn/haar verleden (Grafiek 2), heeft weinig reden tot het aanpassen van de zelfperceptie (Grafiek 3). Dit kan worden veroorzaakt door de volgende factoren:**

- Het gedrag dat gevraagd wordt in de huidige omgeving, verschilt niet van de eisen die er in het verleden gesteld werden.
- De persoon bepaalt zelf wat er van hem/haar verwacht wordt.
- Het gedrag dat verlangd wordt door de omgeving verschilt ten opzichte van eisen aan gedrag in het verleden. In plaats van het gedrag aan te passen, heeft de persoon er bewust voor gekozen een andere stijl te hanteren. Om deze stijl goed te blijven hanteren, zal de persoon zich moeten omringen met mensen met verschillende aanvullende stijlen om een team te vormen waarin ieder zijn/haar sterke kanten kan tonen.

**Deze rapportage is gebaseerd op Grafiek 3 en heeft de stijlbeschrijving met het sleutelwoord 'Uitdager (DC)(DC)'.**





# Plan van aanpak

## Uw interpersoonlijke vaardigheden verbeteren

### Plan van aanpak van Jane

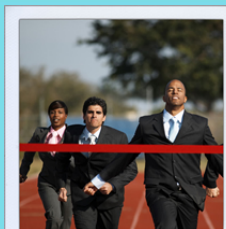
Deze werkbladen helpen u om toe te werken naar een betere communicatie tussen u en anderen. Het doel is om uw sterke kanten te maximaliseren en het effect van uw minder sterke kanten te minimaliseren in communicatie en gedragingen. U richt zich met deze oefening op algemene en werkgerelateerde uitingen die kenmerkend zijn voor iedereen met dezelfde DISC stijlcombinatie als u.

U kunt dit gedeelte doornemen met uw werkgever, coach, collega, vriend(in), partner, etc. om zo van hen feedback te ontvangen op uw functioneren. U kunt hen voor dit doel deze pagina's (of het hele rapport) laten lezen. Natuurlijk kunt u het ook alleen invullen hoewel de feedback van anderen u juist verder kan helpen.

### Instructies:

**Stap 1:** Hieronder staan korte statements waarover iemand anders over u kan reflecteren. Vraag de ander elk statement te lezen en er over na te denken in hoeverre dit op u van toepassing is. Achter elk statement kunt u aangeven of dit wel of niet herkend wordt. Door open te staan wat de ander over u te vertellen heeft, kunt u zich bewust worden van uw sterke en minder sterke kanten en uw eventuele blinde vlekken zoals dat door de ander beleefd wordt. Een open dialoog bevordert vertrouwen. Dialoog betekent dat twee mensen met elkaar in gesprek gaan, dus geen eenrichtingsverkeer. We willen u aanmoedigen om op elkaar te reflecteren.

|   |   |  |   |
|---|---|--|---|
| Kan goed organiseren                      | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Doelgericht                                | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Intolerant jegens fouten                  | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Overziet het grote geheel                  | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Geeft niet om details                     | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Zoekt praktische oplossingen               | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Maakt ondoordachte besluiten              | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Gaat snel over tot handelen                | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Spoort anderen aan tot handelen           | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Door de taak of het werk opgeslokt         | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Punctueel en zich bewust van tijdschema's | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Gaat voorbij aan andermans gevoelens       | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Hoge standaarden / perfectionist          | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Volhardend en grondig                      | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Geordend en georganiseerd                 | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Buitensporig veel tijd nodig voor planning | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Analyseert liever dan te werken           | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Ziet de problemen / vindt oplossingen      | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Creatief en vindingrijk                   | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Moeilijk blij te maken                     | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |



**Plan van aanpak**

Uw interpersoonlijke vaardigheden verbeteren

Een mens is enkel een product van zijn gedachten. Hij wordt wat hij denkt.

- Mahatma Gandhi

# Plan van aanpak

## Vervolg

**Stap 2:** Kies nu 2 of 3 items uit waar u komende tijd uw aandacht aan wilt gaan besteden. Bespreek deze items en schrijf op welk specifiek resultaat u behaald wilt hebben binnen een redelijk tijdsbestek. Schrijf ook eventuele opmerkingen op die nuttig zijn voor het realiseren van uw doelen. Plan een datum over 60 à 90 dagen om de voortgang van uw ontwikkeling te bespreken. Maak een committent voor het doel en spreek af hoe degene die u begeleidt u daarin kan bijstaan.

1. Het eerste doel waar ik me op ga richten::

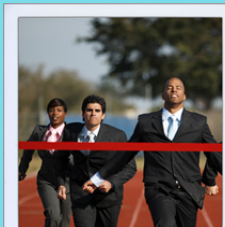
- Revisiedatum:
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- Specifieke acties die ik voor dit doel ga ondernemen in de komende 60 à 90 dagen:
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- Specifieke resultaten die ik wil bereiken

2. Het tweede doel waar ik me op ga richten:

- Revisiedatum:
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- Specifieke acties die ik voor dit doel ga ondernemen in de komende 60 à 90 dagen:
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- Specifieke resultaten die ik wil bereiken

3. Het derde doel waar ik me op ga richten:

- Revisiedatum:
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- Specifieke acties die ik voor dit doel ga ondernemen in de komende 60 à 90 dagen:
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- Specifieke resultaten die ik wil bereiken



**Plan van aanpak**

Uw interpersoonlijke vaardigheden verbeteren

Onze meest gespeelde rol in het leven, ook met onszelf als toeschouwer, noemen we onze persoonlijkheid.

- Louis Hoyack