



**UNLOCKING HUMAN POTENTIAL**

## **Sample User**

Stijl: Voorzitter (DIC)

**International Sales Style Report**

donderdag 10 januari 2019

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***

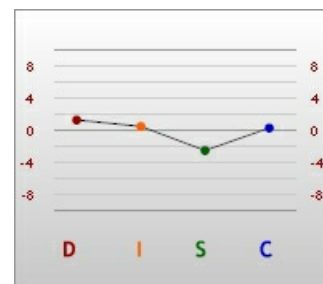
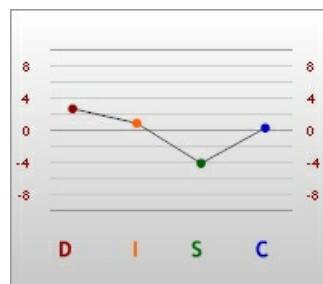
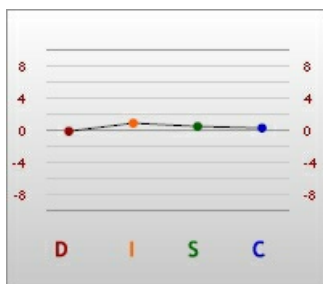


## De onderstaande tabel plaatst de vier gedragsdimensies in perspectief.

	<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 Leiderschap Doelgerichtheid	Overtuigend Enthousiasme Onderhoudend	Luisteren Teamwerk Voltooiing	Plannen Systemen Integratie
<b>Uitdagingen</b>	Ongeduldig Ongevoelig Slechte luisteraar	Gebrek aan detail Korte concentratieboog Maakt zaken niet af	Overgevoelig Komt langzaam op gang Houdt niet van verandering	Perfectionist Kritisch Niet responsief
<b>Houdt niet van</b>	Inefficiëntie Besluiteloosheid	Routines Complexiteit	Ongevoeligheid Ongeduld	Wanorde 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 Sample** is een combinatie van de D, I en de C boven de middenlijn en komt overeen met de beschrijving die hoort bij het kernwoord **Voorzitter**. Hieronder volgt de beschrijving van uw stijl.

Voorzitters bezitten een energieke stijl waarmee ze anderen helpen het doel voor ogen te houden om dingen gedaan te krijgen. Ze zijn extravert van aard en genieten van mensen; dit betekent echter niet dat ze altijd trouw zijn. Voorzitters zijn vastberaden en sociaal ingesteld. Ze zorgen dat ook details de nodige aandacht krijgen. Voorzitters eisen grondigheid en wanneer ze niet zeker zijn van de grondigheid waarmee anderen een opdracht uitvoeren, maken ze een project liever zelf af om zodoende kwaliteit te handhaven. Op die manier hopen ze op het respect van - en de autoriteit over - anderen. Soms veronachtzamen ze zorgvuldige planning en gaan projecten aan zonder de haalbaarheid vooraf te bepalen. Desondanks eisen ze een grondige aanpak van zaken en zijn ze zich bovendien zeer bewust van deadlines.

Een Voorzitter zal zelden aarzelen in het overgaan tot actie. Ze worden gedreven door eindresultaten en wensen deze snel te behalen. Zij werken hardnekkig door aan probleemoplossing, waar ze nauwkeurigheid combineren met snel denken. Onder druk neigen Voorzitters ernaar hun gevoelens te uiten zonder anderen toe te staan hun adviezen te delen. In een gesprek eisen ze van anderen dat deze duidelijk en beknopt communiceren. Voorzitters zijn altijd op zoek naar nieuwe uitdagingen, die ze met beide handen aangrijpen.

Sample heeft een sterk creatief oplossingsvermogen. U bent vaak bereid om nieuwe oplossingen voor problemen te vinden, weet uzelf te motiveren en u werkt in een hoog tempo om doelen te bereiken. U bent iemand die houdt van nieuwe uitdagingen en u neemt gemakkelijk beslissingen, zelfs onder druk.

Een warme, enthousiaste persoon die graag veel interactie met anderen zoekt, dat karakteriseert Sample. U vindt in moeilijke situaties gemakkelijk een 'lichtpuntje' en probeert doorgaans graag nieuwe mogelijkheden uit. U weet collega's snel en goed te enthousiasmeren en wordt gezien als een vlotte en intuïtieve communicator. Anderen vinden Sample gemakkelijk te benaderen en ervaren de open houding als gemakkelijk en prettig.

Anderen zien Sample 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.

Sample 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.

**Natuurlijke leider en woordvoerder**  
**Nauwkeurige multitasker**  
**Invloedrijk en motiverend**  
**Veel energie, extravert, optimistisch**

### *Beschrijvende Kenmerken*

**Kunnen regisseren en pionieren**  
**Gezag en autoriteit**  
**Vrij zijn van routine en sleur**  
**Waardering en erkenning vanuit de omgeving**

### *Gemotiveerd door*

**Een competitieve omgeving die beloont**  
**Routineloos met uitdagende taken en activiteiten**  
**Richtinggevend zijn**  
**Vrij van controle, supervisie en details**

### *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 leidinggevenden 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 Voorzitter (DIC/DCI)**

Voorzitters zijn openhartige en energieke sales professionals die zich richten op het werk en op het bereiken van resultaten. Dit is waarschijnlijk de meest vastberaden salesstijl. Voorzitters weten mensen snel voor zich te winnen en worden vooral gedreven door hun doelstellingen. Voorzitters zijn in staat anderen aan te sporen om tot actie over te gaan. Ze stimuleren activiteiten niet alleen door hun overtuigingskracht en door mensen bij de taken te betrekken, ze besteden ook veel tijd aan het doordenken, plannen en organiseren, altijd gericht op hun doelstellingen. Ze zijn competitief tijdens hun werk en blijven altijd gefocust. Ze zijn sociaal en communiceren graag met personen, omdat dat de snelste manier is om salesresultaten te bereiken. Ze leggen makkelijk contact met onbekenden, onderhouden contacten en werken aan hun netwerk. Al deze activiteiten worden zorgvuldig en enthousiast als taken gepland en uitgevoerd.

Voorzitters kunnen impulsief beslissingen nemen, waarbij ze niet alle feiten nodig hebben en de mening van anderen niet belangrijk voor hen is. Ze nemen een berekend risico en kunnen idealistisch zijn of de mogelijke risico's van een deal negeren als er mogelijk een groot voordeel te behalen valt. Ze werken hard, kunnen zich ook prima ontspannen en beschouwen niet-routinematige salesituaties als een aangename afwisseling. Ze zijn progressief, innovatief en over het algemeen optimistisch over wat ze kunnen bereiken. Ze houden van taken die zowel tot persoonlijke als zakelijke groei leiden.

Voorzitters houden ervan een project dat ze zijn gestart te voltooien voordat ze verder gaan met hun volgende onderneming. Ze laten niets aan het toeval over en zorgen dat alles wat ze verkopen van hoge kwaliteit is. Er kan dus op hen worden gerekend voor wat betreft de service van de door hen verkochte producten, ze leveren kwalitatief goede nazorg. Ze verwachten dezelfde kwaliteit en energie van hun collega's en nemen geen genoegen met minder. Voorzitters zijn zich bewust van deadlines en houden hun verantwoordelijkheden goed in de gaten. Zaken die niet bijdragen aan hun targets worden wellicht uitgesteld of opgeofferd. Voorzitters zijn invloedrijke en sterke personen die veel aandacht schenken aan de kwaliteit van de uitvoering van hun taken, gericht op hun doel.

### **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 Voorzitterstijl?**

- Bijzonder doelgericht
- Willen snel een deal sluiten zonder in te moeten leveren op de benodigde kwaliteit van het product of dienst en de nazorg
- Sterk vertrouwen in zichzelf
- Bereiken doelstellingen via mensen
- Goed in sluiten van een deal. Ze zijn niet bang om erom te vragen en zijn niet direct bereid concessies te doen na bezwaren van klanten
- Vasthoudend als het doel eenmaal is vastgesteld
- Zien snel kansen en weten kansen te verzilveren

#### **Wat zijn potentiële valkuilen voor een verkoper met Voorzitterstijl?**

- Domineren wellicht project- of teaminteracties
- Overtreden wellicht de regels als ze denken dat dat de sale ten goede komt of dat daarmee doelstellingen kunnen worden bereikt
- Vinden het wellicht lastig om te luisteren naar de klant en precies te begrijpen wat deze nodig heeft
- Kritisch ten opzichte van de kwaliteit van de dienst of het product, van presentatie- en promotiemiddelen, teamgenoten en management
- Stappen wellicht liever over op een andere uitdaging in plaats van om te gaan met trage besluitvormers
- Zijn wellicht te direct of intimiderend

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

- Vastberaden, gedreven en energieke salesmedewerkers die in staat zijn nieuwe klanten te winnen, deals te closen en opvolging te verzorgen

# 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 Voorzitterstijl gemotiveerd?**

- Geef hen de ruimte te concurreren met collega's voor prestige en erkenning
- Toon oprechte waardering en geef hen erkenning
- Geef hen de vrijheid nieuwe, innovatieve benaderingen uit te proberen
- Betrek hen bij vergaderingen op het gebied van salesplanning
- Geef hen uitdagingen en kansen
- Laat hen werken met een resultaatgericht, snelwerkend team

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

- Communiceer duidelijk en rechtstreeks, vind geen doekjes om de boodschap
- Leg deadlines en doelstellingen schriftelijk vast
- Geef hen de ruimte, autonomie en bevoegdheid om dingen te doen.
- Help hen om beter te leren luisteren en precies te begrijpen wat de klant nodig heeft
- Geef hen kans op promotie en leidinggevende taken
- Laat hen ook taken buiten kantoor uitvoeren voor sociale interactie en om een netwerk op te bouwen

## 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 ontlenuen</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>	<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>

# Salesprofiel

## 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

# Salesprofiel

## 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 Voorzitter (DIC) stijl

### Deze zaken zijn voor u belangrijke motivatoren

- Gezag, afwissellende activiteiten, prestige, vrijheid, taken die tot groei leiden, promotiemogelijkheden, erkenning

### Grootste angst

- Onrechtvaardig behandeld worden, controle verlies

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

- Praten over resultaten in plaats van de werkwijze
- Spreken over oplossingen in plaats van problemen
- Gericht zijn op het gespreksonderwerp; daarin bent u op de resultaten gericht
- Suggesties over hoe u resultaten kunt behalen, u wilt graag leiding geven en de problemen oplossen
- Informatie aangaande het grote geheel; u bent visionair ingesteld
- In de eerste plaats overeenstemming bereiken over de feiten en ideeën en daarna pas overeenstemming over personen

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

- Veelheid van woorden en dat u weinig spreektijd krijgt
- Dat er genoeg wordt genomen met iets middelmatig
- Als anderen alleen maar problemen zien
- Pessimisme
- Als de nadruk vooral ligt op het proces en de details
- Als u op de man af uitgedaagd wordt

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

- Mogelijke risico's negeren
- De voors en tegens te weinig of niet tegen elkaar afwegen
- Andermans mening te weinig of niet in acht nemen
- Vernieuwende systemen en ideeën aandragen

### Persoonlijke kenmerken

- **KENMERKENDE DRIJFVEREN:** kwaliteit, een goede indruk maken met goed werk
- **BEOORDEELT ANDEREN OP:** uitspraken die gedaan worden
- **BEÏNVLOEDT ANDEREN DOOR:** efficiëntie, mondelinge vaardigheden
- **WAARDE VOOR HET TEAM:** multitasker, kwaliteitsgericht, brengt zaken in beweging/vooruit
- **VALKUILEN:** intolerantie jegens de status quo, impulsiviteit
- **GEDRAG ONDER DRUK:** impulsief, gehaast
- **GROOTSTE ANGSTEN:** slechte kwaliteit afleveren, afwijzing
- **EFFECTIVITEIT VERHOGEN DOOR:** gevoeliger zijn, flexibeler zijn tegenover de behoeften van anderen, anderen ideeën en meningen laten delen



Knowledge comes, but  
wisdom lingers.

- Alfred Lord Tennyson

# Communiceren

## met de Voorzitter (DIC) stijl

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

- Energiek in leiderschap en goede denker
- Veel energie, zet aan tot activiteit
- Kan meerdere dingen tegelijkertijd doen
- Besluitvaardig en effectief in crisis situaties

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

- U neemt/geeft graag (de) leiding
- Autocratisch leider die goed functioneert in crisissituaties
- Directief en besluitvaardig
- Vernieuwend in het behalen van resultaten
- Gericht blijven op het te behalen doel
- Goed in communiceren
- Kan goed met hindernissen omgaan; u ziet er het goede van in
- Bieden van richting en leiderschap
- Accepteert risico's
- Een groep naar hun doelstelling toe werken
- Aarzelt niet om zich uit te spreken
- Kan doelstellingen definiëren
- Doorgaans optimistisch ingesteld
- Gaat uitdagingen zonder angst aan
- Ziet de dingen zoals ze zijn
- Kan meerdere projecten tegelijk aan
- Functioneert goed onder hoge werkdruk

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

- Wees minder controlerend en dominerend
- Ontwikkel een grotere waardering voor de meningen, gevoelens en verlangens van anderen
- Stop meer energie in de details en het proces
- Toon meer support / ondersteuning naar andere teamleden
- Oefen om actief te luisteren
- Neem tijd om de 'waaroms' van uw uitspraken en voorstellen uit te leggen
- Oefen uw geduld en help anderen hun hoger potentieel te bereiken



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, I en C komen boven de middellijn uit. Uw stijl wordt gedefinieerd door het sleutelwoord 'kanselier'.**

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, onderneemt riskante acties
- **AVONTUURLIJK** Onderneemt spannende of gevaarlijke acties
- **BESLUITVAARDIG** Lost geschillen op of beantwoordt vragen
- **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:**

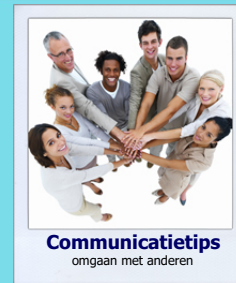
- **GUL** Bereid om te geven of te delen, onbaatzuchtig, vrijgevig
- **ONTSPANNEN** Evenwichtig, stabiel, ongedwongen, waardig
- **CHARMANT** Aantrekkelijk, fascinerend, plezierig
- **ZELFVERZEKERD** Zelfverzekerd, zelfbewust, doortastend

**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:**

- **KRITISCH** Geneigd om tekortkomingen te constateren, gekenmerkt door zorgvuldige analyse
- **ONBEZONNEN** Handelt plotseling zonder na te denken, haastig, impulsief

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

- **ANALYTISCH** Ontleedt een geheel in de samenstellende delen om de aard ervan bloot te leggen
- **GEVOELIG** Snel gekwetst, intellectueel en emotioneel zeer responsief
- **VOLWASSEN** Volledig volgroeid, ontwikkeld, ervaren



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

# Communicatietips

## 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

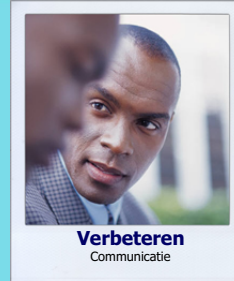
Op slechte momenten kunt u de S zien als passief, nonchalant, onverschillig, afschermend, berustend en gesloten. D's vinden soms dat S'en moeilijk vooruit te branden zijn, het tempo is in de beleving van de D te traag. Confrontatie en een directe aanpak overweldigen de S. Het hoge handelings- en denktempo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

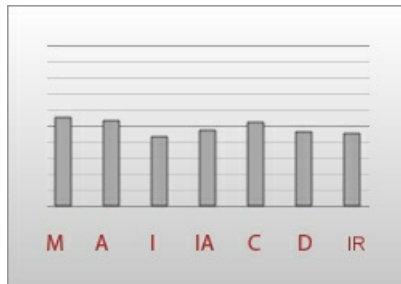
#### Veranderingen in C:

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** - Bovengemiddeld

Kwaliteitswerk afleveren en het halen van strakke deadlines zijn slechts twee van uw sterke kanten die door anderen gezien worden. U lijkt van tijd tot tijd sterk taakgericht. Uw aandacht voor details en uw innerlijke drive dwingen respect af en tonen voor anderen uw toegevoegde waarde binnen het team. U heeft de indruk dat mensen u vooral waarderen om wat u doet en bereikt. Als u tijd neemt om hen te leren kennen ontdekt u dat ze u ook waarderen om de persoon die u bent.

**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** - Goed ontwikkeld

Anderen waarderen het als u zorgt dat ook de kleine dingen af komen. U begint vaak in hoog tempo aan iets, maar maakt het niet altijd af. Papierwerk doen en letten op details zijn noodzakelijk en door daar aandacht aan te besteden, komen uw andere sterke eigenschappen nog meer uit de verf.

**CREATIVITEIT** - Bovengemiddeld

U gebruikt graag uw creativiteit om eenvoudige concepten van andere teamleden te perfectioneren. U kunt zaken overzien en er bij helpen om ruggegraat te tonen waar anderen compromissen zouden sluiten.

**DOORZETTINGSVERMOGEN** - Goed ontwikkeld

U bent een sterke, stabiele kracht die kwaliteitswerk levert. Als het moeilijk wordt, zoekt u soms naar alternatieven in plaats van een project af te ronden. Stel uzelf ten doel om niet te stoppen en blijf uzelf op de gestelde taak richten.

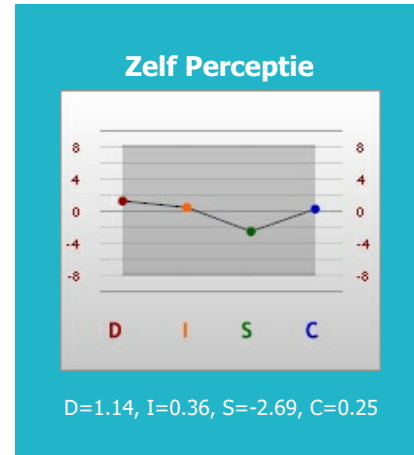
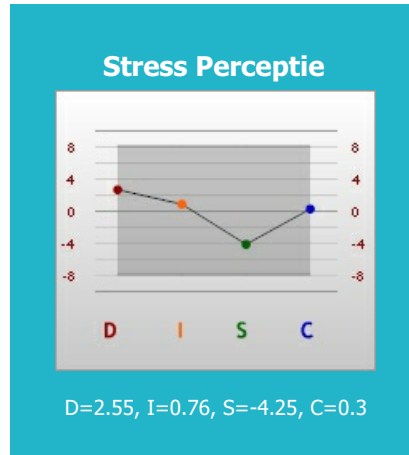
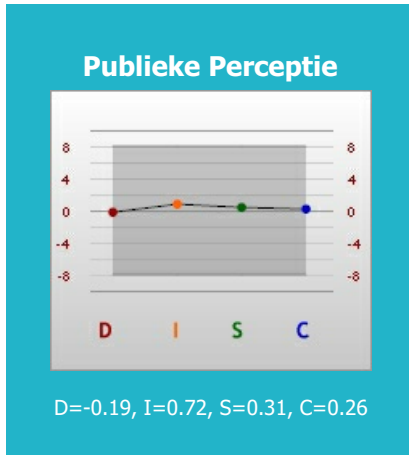
**INTERPERSOONLIJKE RELATIES** - Goed ontwikkeld

U bent sterk taakgericht, maar weet ook dat mensen en relaties niet genegeerd moeten worden. U kunt zich verliezen in het afkrijgen van taken. U kunt veel winnen en goedmaken door tijd te nemen om relaties te versterken.

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

## Karakter Grafiek (DISC)



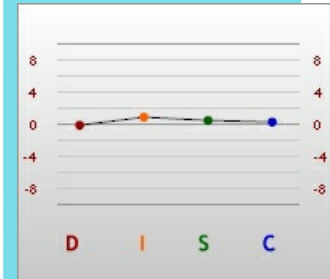
Elk van de drie grafieken geeft een andere invalshoek op gedrag, afhankelijk van de voorwaarden die de omgeving stelt. Binnen de gekozen omgeving toont grafiek 1 'Publieke Perceptie', grafiek 2 'Stress Perceptie', en grafiek 3 'Zelf Perceptie'.

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

## Grafiek 1 - Masker, Publieke Perceptie

### *Gedrag verwacht door anderen*

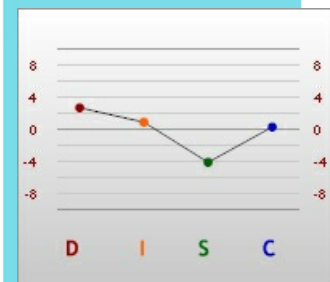
Mensen gedragen zich op zo'n manier als zij denken dat een omgeving van hen verwacht. Dit gedrag is de 'Publieke Perceptie', de persoon zoals die naar anderen toe wordt 'gepresenteerd', een masker. Soms is er geen verschil tussen de werkelijke persoon van binnen (grafiek 2) en hoe de persoon zich presenteert. 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*

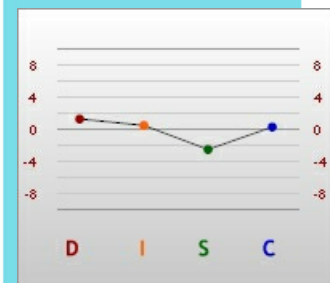
Iedereen heeft reacties vanuit het verleden aangeleerd. Dit zijn veelal ingesleten gedragingen die vertrouwd aanvoelen. Onder druk of spanning komen deze gedragingen naar voren. Deze grafiek is gebaseerd op uw 'Minste' keuzes en heeft het minste potentieel voor verandering, omdat de gedragingen oude 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*

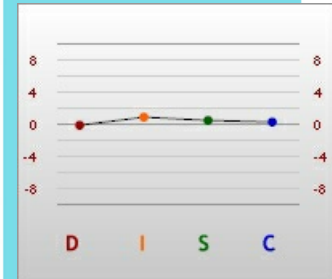
Ieder persoon ziet zichzelf op een bepaalde manier. Grafiek 3 toont het mentale plaatje dat iemand van zichzelf heeft. Dit is het zelfbeeld. Grafiek 3 combineert aangeleerde reacties uit het verleden met het huidige gedrag op basis van verwachtingen uit de omgeving. Verandering in zelfperceptie kan optreden, 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

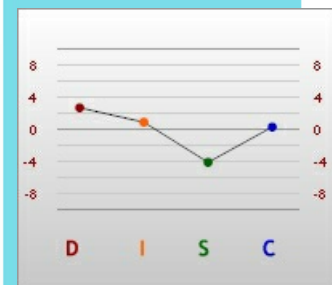
- Als Grafiek 1 verschilt van Grafiek 2, dan dwingen de omgevingseisen gedrag af dat niet in overeenstemming is met de oude reactiepatronen. In zo'n situatie zal een persoon zijn/haar gedrag aanpassen om aan de omgevingseisen te kunnen voldoen. Dit veroorzaakt in veel gevallen stress.
- Als Grafiek 1 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.



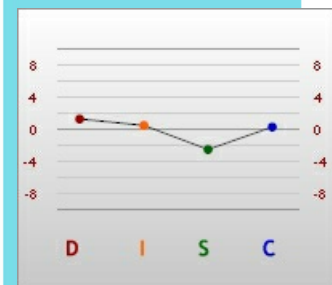
### Grafieken die op elkaar lijken, duiden dat er weinig noodzaak is om te veranderen

***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 'Voorzitter (DIC)(DIC)'.**





# Plan van aanpak

## Uw interpersoonlijke vaardigheden verbeteren

### Plan van aanpak van Sample

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.

Zoekt praktische oplossingen	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Doelgericht	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Intolerant jegens fouten	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Analyseert niet tot in detail	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Kan goed organiseren	<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"/>	Is vaak abrupt / zeer direct	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Kan goed delegeren	<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"/>	Bloeit op door tegenstand	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Punctueel en zich bewust van schema'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"/>	Begint niet snel aan iets nieuws	<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"/>
Is energiek en enthousiast	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Stelt vaak de verkeerde prioriteiten	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>



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



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

- Louis Hoyack