



UPLOAD *YOUR*
LOGO or IMAGE
(up to 650 x 650 px)



Jane Doe

Stil: Herausforderer

International Sales Style Report

Donnerstag, 21. Januar 2021

Einleitung

Ihr Bericht verwendet das DISC-Persönlichkeitssystem. Das DISC-Persönlichkeitssystem ist die universelle Sprache menschlichen Verhaltens. Studien zufolge können Verhaltensweisen in vier große Gruppen zusammengefasst werden. Menschen ähnlicher Verhaltenstypen neigen dazu, bestimmte Verhaltensweisen an den Tag zu legen, die diesem Typ gemeinsam sind. Bei jedem Menschen sind diese vier Typen in verschieden starker Ausprägung vorhanden. Das Akronym DISC setzt sich aus den Anfangsbuchstaben der vier Persönlichkeitstypen zusammen:

- D = Dominant, Treiber
- I = Beeinflussend, inspirierend
- S = Stetig, stabil
- C = Korrekt, gewissenhaft

Wer das DISC-System kennt, kann sich selbst, Familienmitglieder, Kollegen und Freunde viel besser verstehen. Wenn Sie die Verhaltenstypen kennen, können Sie besser kommunizieren, Konflikte minimieren oder verhindern, die Unterschiede bei anderen Menschen wertschätzen und die Menschen in Ihrer Umgebung positiv beeinflussen.

Im Alltag kann man die Verhaltensweisen direkt erleben, da man täglich mit jedem Verhaltenstyp in einem unterschiedlichen Ausmaß zu tun hat. Wenn Sie an Ihre Verwandten, Freunde und Kollegen denken, fallen Ihnen sicher verschiedene Persönlichkeitstypen auf.

- Kennen Sie jemanden, der sich behaupten kann, alles gerne auf den Punkt bringt und konkret wissen will, „was Sache ist“?

Manche Menschen sind energisch, direkt und willensstark.

Das ist der Stil D

- Haben Sie Freunde, die sehr gut kommunizieren können und jedem, den sie kennenlernen, freundlich begegnen?

Manche Menschen sind optimistisch, freundlich und gesprächig.

Das ist der Stil I

- Gibt es Menschen in Ihrer Familie, die gut zuhören können und gute Teamplayer sind?

Manche Menschen sind stetig, geduldig, loyal und praktisch veranlagt.

Das ist der Stil S

- Haben Sie schon einmal mit jemandem zusammengearbeitet, der gerne alle Fakten und Details sammelt und alles, was er macht, gründlich macht?

Manche Menschen sind genau, sensibel und analytisch.

Das ist der Stil C

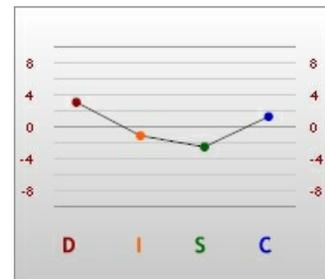
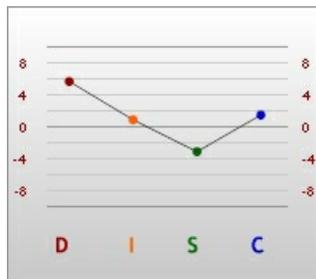
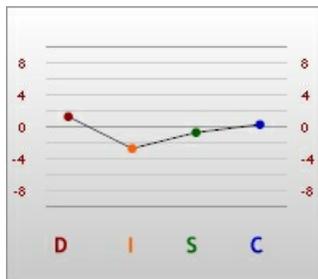


Diese Tabelle enthält nähere Angaben zu den vier Verhaltenstypen.

	D = Dominant	I = Beeinflussend	S = Stetig	C = Gewissenhaft
Strebt nach	Kontrolle	Anerkennung	Akzeptanz	Präzision
Stärken	Verwaltung Verwaltung Entschlossenheit	Überzeugend Enthusiasmus Unterhaltsam	Zuhören Teamarbeit Dinge zu Ende bringen	Planung Systeme Koordination
Schwächen	Ungeduldig Unsensibel Schlechter Zuhörer	Mangelnde Genauigkeit Kurze Aufmerksamkeitsspanne Niedrige Fertigstellungsquote	Übersensibel Kommt langsam in Gang Mag keine Veränderung	Perfektionist Kritisch Unempfänglich
Abneigungen	Ineffizienz Unentschlossenheit	Routinen Komplexität	Gefühllosigkeit Ungeduld	Desorganisation Ungehörigkeit
Entscheidungen	Entscheidungsfreudig	Spontan	Beratschlägt	Methodisch

Da die menschliche Persönlichkeit aus allen vier Verhaltenstypen in unterschiedlicher Ausprägung zusammengesetzt ist, hilft das DISC-Diagramm, den Persönlichkeitstyp bildlicher darzustellen. Das DISC-Diagramm zeigt, wie ausgeprägt jeder der vier Typen ist. Punkte oberhalb der Mittellinie weisen auf eine stärkere Ausprägung der DISC-Merkmale und Punkte unterhalb der Mittellinie auf eine schwächere hin. Es ist möglich, anhand eines DISC-Diagramms die Persönlichkeit und die Verhaltensmerkmale einer Person sofort zu erkennen.

Nachstehend finden Sie Ihre drei DISC-Diagramme sowie eine kurze Erklärung der Unterschiede zwischen den Diagrammen.



DISC-Diagramm 1 zeigt Ihr „öffentliches Ich“ (die Maske)

Dieses Diagramm zeigt das „Du“, das andere zu sehen bekommen. Es spiegelt wider, wie Sie die Anforderungen Ihres Umfelds wahrnehmen und welches Verhalten die anderen Ihrer Meinung nach von Ihnen erwarten.

DISC-Diagramm 2 zeigt Ihr „persönliches Ich“ (der Kern)

Dieses Diagramm zeigt Ihre instinktive Reaktion auf Druck und gibt an, wie Sie unter Stress oder bei Spannungen am ehesten reagieren. Das entspricht Ihrer instinktiven Reaktion.

DISC-Diagramm 3 zeigt Ihr „wahrgenommenes Ich“ (der Spiegel)

Dieses Diagramm zeigt, wie Sie Ihr typisches Verhalten wahrnehmen. Es handelt sich hierbei um Ihre Selbstwahrnehmung. Dieses Diagramm zeigt Ihr typisches Verhalten gegenüber anderen, dessen Sie sich vielleicht nicht immer bewusst sind.

Beschreibung

Das sagt Ihr Verhaltenstyp aus

Der Stil von Jane ist durch das Schlüsselwort „Herausforderer“ gekennzeichnet.

Als Herausforderer ist Jane sensibel für Probleme und weist ein hohes Maß an Kreativität auf, um sie zu lösen. Herausforderer können dank ihrer Entschlossenheit beachtliche Aufgaben in sehr kurzer Zeit erledigen. Jane ist fest entschlossen und verfügt wahrscheinlich über einen großen Scharfsinn und eine hohe Reaktionsfähigkeit. Herausforderer prüfen und verfolgen auf der Suche nach einer Problemlösung alle möglichen Strategien. Bei der Fokussierung auf Projekte beweisen sie viel Voraussicht. Ihr Bedürfnis nach Korrektheit ist im Gleichgewicht mit ihrem Bedürfnis nach greifbaren Resultaten. Herausforderer können zum Perfektionismus neigen und bei der Entscheidungsfindung schwanken, weil sie die „beste“ Wahl treffen möchten.

Herausforderer scheint es manchmal an Sensibilität gegenüber anderen zu mangeln. Sie werden mitunter als kühl und direkt wahrgenommen. Sie arbeiten lieber alleine und blühen in einer Umgebung auf, in der sie den Ton angeben können. Jane neigt in persönlichen Beziehungen dazu, still und zurückhaltend zu sein und fasst nicht leicht Vertrauen. Für Menschen, die sich nicht an den Weg halten, der für richtig befunden wurde, haben Herausforderer wenig Geduld übrig, da sie selbst unbedingt Bestleistungen erbringen möchten. Routinemäßige Arbeitsabläufe langweilen Herausforderer schnell, denn sie brauchen die Möglichkeit, an neuen Projekten zu arbeiten. Sie neigen dazu, die emotionale Seite der anderen zugunsten der zu erledigenden Aufgabe zu vernachlässigen. Sie würden davon profitieren, wenn sie die Entwicklung menschlicher Beziehungen als wichtige Aufgabe anerkennen würden. Jane wäre zudem gut beraten, der Entwicklung eines Teams mehr Bedeutung zuzumessen sowie der Produktivitätssteigerung, die möglich wäre, wenn er/sie als starke Leitfigur in einem soliden Team agierte. Jane sollte nach einer stärkeren Zusammenarbeit mit Teammitgliedern streben und hinsichtlich der Meinung und Arbeitsweisen der anderen mehr Geduld an den Tag legen.

Da Jane aufgaben- und erfolgsorientiert ist, neigt er/sie dazu, bei der Thematisierung von Problemen emotional distanziert zu bleiben. Ein Herausforderer ist kreativ und denkt immer schon über seine nächsten Schritte und über die Auswirkung von Entscheidungen nach. Jane ist neugierig und erfährt gerne alle Details und Fakten über das, was er/sie nicht kennt.

Jane motiviert die Möglichkeit, Gruppen zu führen und andere als Partner, Kollegen und Freunde zu beeinflussen. Es handelt sich um jemanden, der die Verantwortung einer Führungsposition ernst nimmt und wichtige Entscheidungen in der Regel unverzüglich treffen kann. Jane strahlt Selbstbewusstsein aus. Andere reagieren positiv auf seine/ihre natürliche Gabe, als Vorreiter zu agieren.

Als umsichtige, verantwortungsvolle Person, die die Gesellschaft anderer schätzt, legt Jane großen Wert auf Beziehungen und ist gerne in gesellschaftlichen Funktionen tätig, steht jedoch nicht gerne im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Jane strebt nach einem Gleichgewicht zwischen privatem und gesellschaftlichem Leben und verbringt in diesem Sinne gerne einen ruhigen Abend mit einigen wenigen guten Freunden.

Auf andere wirkt Jane als vielseitiger Mensch, von dem sie wissen, dass er monotone oder immer gleiche Situationen auflockern kann. Manchmal agiert er/sie lieber außerhalb des Teams und neigt daher zum Individualismus. Jane wirkt auf andere vielleicht sogar unruhig, und neigt dazu, von einer Sache zur nächsten zu hetzen.

Jane ist ein ordentlicher und praktisch veranlagter Mensch. Um Entscheidungen zu treffen, braucht er/sie entsprechende Informationen, um das Für und Wider abzuwägen. Jane kann sensibel auf Kritik reagieren und neigt dazu, Gefühle für sich zu behalten. Jane klärt Erwartungen ab, bevor neue Projekte in Angriff genommen werden und absolviert dann einen logischen Prozess, um Erfolg zu erzielen.

Starkes Ego
Analytisch, methodisch
Löst Probleme
Extrem aufgabenorientiert

Allgemeine Merkmale

Fertigstellung von Arbeit und Projekt
Autorität zur Gestaltung und Umsetzung von Lösungen
Nicht unnötig mit Leuten zu tun haben oder „taktische Spielchen“ machen zu müssen
Die nötigen Instrumente für den Erfolg bekommen

Motiviert von

Gestalten und nachjustieren können
Herausfordernde Aufgaben und Aktivitäten
Projekte mit greifbaren Resultaten
Anerkennung für ihre analytischen Fähigkeiten

Mein ideales Umfeld

Verkaufsprofil

Einleitung

Forschungen zufolge sind jene Verkäufer am erfolgreichsten, die das menschliche Verhalten genau verstehen und nicht nur das Verhalten ihrer Kunden vorhersagen, sondern sich an dieses auch anpassen können. Erfolgreiche Verkäufer kennen ihre eigenen Stärken und Einschränkungen und erkennen sofort, welche Stärken, Einschränkungen, Bedürfnisse und Vorlieben ihre Kunden haben. Im Verkauf ist Wissen macht!

In diesem Abschnitt wird Ihr Persönlichkeitstyp als Verkäufer anhand des DISC-Systems der Persönlichkeitstypen beschrieben. Es soll Ihnen dabei helfen, Ihre Stärken und Einschränkungen im Verkauf zu erkennen. Mit diesem Wissen können Sie Ihre Stärken optimal nutzen und etwaige Grenzen erkennen, die Ihren Erfolg behindern. Außerdem enthält dieser Bericht Tipps für einen Manager, die auf Ihrer bestimmten Verkaufsstrategie basieren. Schließlich zeigt dieser Bericht auf, wie Kunden je nach ihren Vorlieben, die sich aus ihrem individuellen Verkaufsverhalten ergeben, motiviert werden können.

Es ist kein Geheimnis, dass Kunden mit unterschiedlichen Persönlichkeitstypen auf verschiedene Impulse reagieren und zum Kauf angeregt werden. Und es ist die Aufgabe des Verkäufers, beim Käufer den richtigen "Knopf" zu drücken. Die Verkaufspsychologie beschäftigt sich damit, den Kunden zu verstehen und seine(n) individuellen Kaufmotivator(en) zu finden. Danach muss ein günstiges Umfeld gestaltet werden, das ihn zum Kauf anregt.

Beim Ermitteln Ihrer Verkaufsstrategie und des Kaufverhaltens Ihrer Kunden kann es interessante Erkenntnisse geben oder bereits bestehendes Wissen bestätigt werden. Sie werden neue Aspekte ihres Kommunikationsverhaltens erkennen und bereits bekannte Facetten bestätigt finden. Dieses Wissen kann in jedem Lebensbereich nützlich sein – im Berufsleben, im privaten Bereich und in jedem Bereich, in dem Sie mit anderen zu tun haben.

Ihre persönliche Verkaufsstrategie

Beschreibung Ihrer instinktiven Verkaufsstrategie

Ihr Verhaltenstyp ist der Herausforderer (Typ „DC“)

Herausforderer sind starke Persönlichkeiten, die spüren, wo die Probleme des Kunden liegen, und ein Talent dafür haben, kreative Lösungen zu entwickeln. Sie können dank ihrer Entschlossenheit beachtliche Aufgaben in sehr kurzer Zeit erledigen. Herausforderer sind in der Regel hochintelligent und können sich bei Bedarf mit einer Produkt- oder Servicereihe auf Expertenniveau vertraut machen. Wenn es ein Problem gibt, erkunden sie alle Lösungsmöglichkeiten und können rasch reagieren. Beim Fokussieren auf Verkaufsprojekte beweisen sie viel Voraussicht. Ihr Bedürfnis nach greifbaren Resultaten wird durch das ebenso große Bedürfnis nach Korrektheit und Qualität ausgeglichen. Sie setzen sich selbst hohe Standards und liefern hochwertige Produkte und Leistungen.

Herausforderer arbeiten gerne eigenständig und mit wenigen Einschränkungen. Herausfordernde Verkaufssituationen und wechselnde Abläufe gefallen ihnen. Sie verfolgen bereits gestartete Projekte jedoch auch konsequent. Herausforderer können sehr erfolgreich sein, solange sie eine „Verkaufsbeziehung“ als „Aufgabe“ sehen können, denn Aufgaben motivieren sie sehr. Die hohen Standards, die sie sich selbst vorgeben, äußern sich in ihrem starken Willen, Kundenprobleme zu lösen und Produkte oder Leistungen überlegener Qualität zu liefern. Herausforderer sind eher ruhig, unabhängig und detailorientiert und vertrauen jenen, die sich ihr Vertrauen verdient haben.

Herausforderer sprechen am besten auf Fakten, greifbare Resultate, direkte Kommunikation und fertiggestellte Aufgaben und nicht so sehr auf emotionale Appelle an. Sie bevorzugen es, wenn Kunden sagen, was Sache ist und den emotionalen und subjektiven Aspekt des Problems beiseitelassen. Da sie an Aufgaben ausgerichtet und von Resultaten angetrieben sind, lassen sie ihre Gefühle bei der Erörterung von Problemen eines Kunden nicht ins Spiel kommen. Sie haben einen klaren Blick für das zugrundeliegende Problem und arbeiten dann an einer praktischen Lösung. Sie sind kreativ und denken immer über ihren nächsten Schritt nach und wie Entscheidungen die nächsten Entwicklungen beeinflussen werden. Sie sind neugierig und möchten vor einer Entscheidung gerne viele Details und Fakten auf dem Tisch haben.

Verkaufsprofil

Ihre persönliche Verkaufsstrategie

Beschreibung Ihrer instinktiven Verkaufsstrategie

Nutzen Sie Ihre Stärken im Verkauf optimal und minimieren Sie Ihre Einschränkungen, indem Sie zunächst erkennen, wie diese Ihren Erfolg im Verkauf fördern oder behindern können. Setzen Sie Ihre größte Verkaufsstärke ein, um Ihrem Verkaufsteam Mehrwert zu geben. Gestalten Sie ein Verkaufsumfeld, in dem Sie Ihre Stärken anwenden können.

Verkaufsstärken des Typs „Herausforderer“

- Sehr aufgabenorientiert, ehrgeizig und von Verkaufszielen angetrieben; will Ziele übererfüllen
- Findet Motivation in herausfordernden Verkaufsaufgaben und -umgebungen
- Vernünftige, logische Verkaufsstrategie - er würde lieber mithilfe von Fakten überzeugen, anstatt zum Kauf zu überreden
- Sehr gut vorbereitete Verkaufspräsentationen und technisches Wissen über Produkte und Dienstleistungen
- Findet kreative Lösungen für Probleme des Kunden, findet Motivation in der Herausforderung, die beste Lösung auf analytische Art und Weise zu ermitteln.
- Sieht immer das große Ganze und kann gleichzeitig die Details im Verfahren bewältigen

Verkaufsschwächen des Typs „Herausforderer“

- Möchte mit Fakten und Daten und nicht so sehr über die emotionale Schiene überzeugen - das funktioniert bei manchen Zielgruppen, nicht jedoch bei anderen.
- Baut nicht leicht Vertrauen zu Kollegen oder Kunden auf
- Kann zu ungehobelt, direkt und sogar defensiv wirken, wenn er Fragen oder Einwände beantwortet
- Schließt den Verkauf nur widerwillig ab, wenn die Verkaufspräsentation noch nicht beendet ist, da er ein großes Bedürfnis hat, gründlich vorzugehen.
- Reagiert mit Frust oder Ungeduld auf Kunden, die zu jovial oder emotional sind, die sinnlos schwatzen oder die Präsentation nicht ernst nehmen.

Größter Pluspunkt des Typs „Herausforderer“ im Verkauf

- Kreativer Problemlöser, der gerne herausfordernde Aufgaben im Verkauf annimmt.

UMGANG MIT DISC-VERKAUFSTYPEN

Überblick über den Umgang mit den DISC-Verkaufstypen

Zu den schwierigsten Aufgaben eines Managers gehört es, Anreize für die Verkaufsmannschaft zu finden. In dieser Übersicht finden Sie Anregungen für Strategien für die verschiedenen DISC-Typen in Ihrem Verkaufsteam.

Motivation von Verkäufern vom Typ D	Motivation von Verkäufern vom Typ I
<ul style="list-style-type: none">• Verkaufsziele schriftlich geben• Möglichkeit geben, ein Verkaufsteam zu leiten• Große, herausfordernde Gebiete• Möglichkeiten für Geschäftsabschlüsse geben• Ihn fragen, welche Ideen er für die Positionierung von Produkt/Dienstleistungen hat• Provision und nicht Gehalt in den Vordergrund stellen• Ihn mit potentiellen Kunden mit großem Gewinnpotential beauftragen• Ihn bei der Einführungen neuer Produkte und Märkte und beim Aufbau des Marktanteils helfen lassen• Sein Ego mit Anerkennung streicheln, ihn in einem Newsletter vorstellen• Ihn persönlich vorstellen, Empfehlungen geben• Ihn frei von Kontrollen halten• Unterstützung für Detailarbeiten geben• Seine Resultate, nicht seine Vorgehensweise bewerten• Zum Mittagessen einladen, betriebsexterne Aktivitäten anbieten, um ihn zu beeinflussen• Verkaufswettbewerbe veranstalten• Reisepakete als Prämie einsetzen• Ihm Probleme zum Lösen geben	<ul style="list-style-type: none">• Freundlich, humorvoll und informell• Aktivitäten für den Umgang miteinander und Netzwerke außerhalb des Arbeitsplatzes anbieten• Ihm die Möglichkeit geben, neue Kunden aufzubauen• Ihm bei der Betreuung seiner bestehenden Kunden helfen• Feedback mit Schwerpunkt auf seinen Stärken und positiven Seiten geben• Provision und nicht Gehalt in den Vordergrund stellen• Hilfe für Detailarbeiten, Terminplanung und Zeitmanagement geben• Mit Verkäufer reisen und konstruktives Feedback geben• Ein abwechslungsreiches, am Menschen orientiertes Umfeld• Demokratischen Führungsstil anwenden• Projektziele, Einzelheiten und Fristen schriftlich formulieren• Ihn öffentlich anerkennen, belohnen, schmeicheln und loben• Ihn öffentlich sprechen oder Sitzungen leiten lassen• Möglichkeit, seine Meinung und sich selbst auszudrücken• Ausgleich in Form von Spaß und Reisen bieten• Ihm neue, spannende Produkte und Dienstleistungen geben

Verkaufsprofil

UMGANG MIT DISC-VERKAUFSTYPEN

Überblick über den Umgang mit den DISC-Verkaufstypen

Zu den schwierigsten Aufgaben eines Managers gehört es, Anreize für die Verkaufsmannschaft zu finden. In dieser Übersicht finden Sie Anregungen für Strategien für die verschiedenen DISC-Typen in Ihrem Verkaufsteam.

Motivation von Verkäufern vom Typ S	Motivation von Verkäufern vom Typ C
<ul style="list-style-type: none"> • Praktische, zuverlässige, "für den Menschen gemachte" Produkte und Dienstleistungen verkaufen lassen • Darauf achten, dass er von Strategien und Plänen wirklich überzeugt ist • Ernst gemeinte Anerkennung für seine harte Arbeit zeigen • Für seine Loyalität und Geduld loben • Ihm erreichbare Verkaufsziele setzen • Für längere Verkaufszyklen einsetzen • Gehalt und nicht Provision in den Vordergrund stellen • Ständig motivieren und immer weitermachen • Den Verkäufer zu einem Teil des Verkaufsteams machen • Sein Selbstbewusstsein und Selbstvertrauen aufbauen • Nicht zu Cold Calls zwingen • Professionelle Werkzeuge für die Präsentation geben • Ihm dabei helfen, das Verkaufsgespräch vorzubereiten • Flexible Arbeitszeiten bieten, damit er Zeit für die Familie hat • Oft mit dem Verkaufsmanager gemeinsam anrufen • Kritik und Veränderungen vorsichtig beibringen • Regelmäßig Feedback zur Leistung geben • Ihn mit möglichst wenigen aggressiven Menschen in Kontakt bringen 	<ul style="list-style-type: none"> • Ihm helfen, in einem Schlüsselbereich zum Experten zu werden • Ihn über Änderungen und Richtlinien am Laufenden halten • Respekt zeigen, Belohnungen und Rechte vergeben • Gehalt und nicht Provision in den Vordergrund stellen • Änderungen vorab bekanntgeben • Ihn kreativ sein lassen • Möglichkeiten bieten, Strategien zu entwickeln und Probleme zu lösen • Werkzeuge für die Recherche geben • Hochwertige Produkte für den Verkauf bieten • Hochwertige Präsentations- und technische Hilfen bieten • Für seine Loyalität, Disziplin und Beharrlichkeit loben • Mit der Betreuung bestehender Kunden beauftragen anstatt mit dem Aufbau neuer Kunden • Genau sagen, was von ihm erwartet wird • Ernst gemeintes Lob für seine harte Arbeit geben • Ihm seinen selbst organisierten, persönlichen Raum lassen • Sicherer Arbeitsplatz bieten • Für längere Verkaufszyklen einsetzen

Tipps für die Motivation und den Umgang mit Ihrem Verkaufspersonal

Leider wirken die verschiedenen Anreize nicht bei allen Typen gleich gut. Ein kostenloses Abendessen im Steakhouse wäre für einen Vegetarier keine Belohnung. Jeder Typ muss daher passend zu seinen natürlichen Vorlieben, Stärken, Bedürfnissen und zukünftigen Entwicklungen motiviert werden.

Mit den folgenden Maßnahmen können Sie die Produktivität Ihres Verkaufsteams ankurbeln, es zufriedenstellen und an das Unternehmen binden.

1. Erstellen Sie ein Profil aller Verkäufer, um ihren DISC-Typ zu ermitteln
2. Erkennen Sie anhand von DISC, was sie motiviert
3. Stellen Sie Verkaufsteams zusammen, deren Typen einander ergänzen
4. Denken Sie daran: Geld ist nicht alles, wenn es um Motivation geht

Gestalten Sie anhand der folgenden Tipps das beste und produktivste Umfeld für Ihre Teammitglieder:

Das motiviert den Typ „Herausforderer“

- Geben Sie ihm ein eigenes Büro oder einen eigenen Arbeitsplatz. Herausforderer ziehen sich gerne zurück.
- Bieten Sie ungewöhnliche Verkaufsumgebungen, die eine Herausforderung bieten.
- Geben Sie Aufstiegsmöglichkeiten, gewinnen Sie die Führung oder Glaubwürdigkeit.
- Schränken Sie den Herausforderer nicht ein, er kann stark und ehrgeizig sein, bieten Sie ein Umfeld, in dem er aufblühen kann.
- Geben Sie dem Herausforderer die Möglichkeit, in einem von ihm gewählten Bereich zum Experten zu werden; Herausforderer haben ein Talent dafür, sich im jeweiligen Bereich zu Experten zu entwickeln.

Der optimale Umgang mit dem Typ „Herausforderer“

- Respektieren Sie sein Territorium und sein manchmal ruhiges Verhalten.
- Legen Sie umfassende Informationen, Vergleiche, Studien usw. zu Produkten und Daten vor; er neigt sowohl zu Skepsis als auch zu Wissenshunger.
- Geben Sie viele Rückmeldungen zu seiner Leistung, bewerten Sie sowohl Resultate als auch Vorgehensweisen, da ihm beide wichtig sind.
- Überlassen Sie nichts der Interpretation; Herausforderer neigen dazu, alles wörtlich zu nehmen; sie möchten nicht zwischen den Zeilen lesen müssen, sondern möchten, dass es ihnen direkt und offen mitgeteilt wird.
- Werden Sie nicht ausschweifend und schwatzen Sie nicht zu viel. Sagen Sie, was Sache ist und kommen Sie auf den Punkt.

VERKAUFSQUOTE BEI KUNDEN ERHÖHEN

Ermitteln des Kaufverhaltens Ihres Kunden

Bevor Sie Ihre Verkaufsstrategie an das Kaufverhalten Ihres Kunden anpassen können, müssen Sie ihn zunächst beobachten. Achten Sie dabei auf folgende Aspekte: Welche Fragen stellt er? Wie rasch agiert er? Wie direkt und offen ist er? Achten Sie auf seine Körpersprache, die Bilder in seinem Büro, seinen Kleidungsstil. Verhält er sich formell oder ungezwungen?

<p>Wenn Ihr Kunde...</p> <ul style="list-style-type: none">• rasch agiert, auf den Punkt kommt, bestimmt auftritt• wettbewerbsorientiert, individualistisch ist• ein starkes Ego hat, selbstbewusst ist• kein Interesse daran hat, wie etwas erledigt wird• Abwechslung und Risiken mag <p>Ist Ihr Kunde ein D-Typ</p> <ul style="list-style-type: none">• Extrovertiert + direkt = D-Typ• Je höher der "D", desto größer das Bedürfnis zu dominieren <p>Er kauft Produkte auf Basis von...</p> <p>Zweckmäßigkeit, Fachkritiken, überlegener Qualität und der Möglichkeit, damit Erfolge zu erzielen</p>	<p>Wenn Ihr Kunde...</p> <ul style="list-style-type: none">• auf sein Gegenüber eingeht, charismatisch und lebhaft ist• spontan, optimistisch ist• gerne Smalltalk führt• über seine Gefühle und andere Menschen spricht• Wert auf Spaß und Geschichten legt <p>Ist Ihr Kunde ein I-Typ</p> <ul style="list-style-type: none">• Extrovertiert + freundlich = I-Typ• Je höher der "I", desto größer das Bedürfnis zu interagieren <p>Er kauft Produkte auf Basis von...</p> <p>Impuls, Ästhetik, Mundpropaganda und der Möglichkeit, ihm Prestige zu verleihen</p>
<p>Wenn Ihr Kunde...</p> <ul style="list-style-type: none">• nicht so sehr auf sein Gegenüber eingeht oder aus sich herausgeht• Fakten und Details betont, Daten vergleicht• reserviert, vorsichtig und kontrolliert erscheint• gerne unabhängig arbeitet• sehr aufgaben- und qualitätsorientiert ist <p>Ist Ihr Kunde ein C-Typ</p> <ul style="list-style-type: none">• Introvertiert + analytisch = C-Typ• Je höher der "C", desto größer das Bedürfnis für Korrektheit <p>Er kauft Produkte auf Basis von...</p> <p>nachgewiesener Eignung, Produktgarantien, verfügbaren Vergleichen und Informationen</p>	<p>Wenn Ihr Kunde...</p> <ul style="list-style-type: none">• freundlich, entspannt, angenehm ist• kooperativ ist, gern im Team arbeitet• Abwechslung und Risiken nicht mag• mehr Fragen stellt, weniger Aussagen trifft• kein Interesse daran hat, wie etwas erledigt wird <p>Ist Ihr Kunde ein S-Typ</p> <ul style="list-style-type: none">• Introvertiert + kooperativ = S-Typ• Je höher der "S", desto größer das Bedürfnis für Sicherheit <p>Er kauft Produkte auf Basis von...</p> <p>praktischer, einfacher Anwendung und der Möglichkeit, dem Benutzer mehr Sicherheit zu geben</p>

Verkaufsprofil

VERKAUFSQUOTE BEI KUNDEN ERHÖHEN

So lässt sich der Verkauf an die Kunden steigern

Nachdem Sie Ihren neuen Kunden kennengelernt haben, erzeugen Sie ein Umfeld, das seinem jeweiligen Typ zusagt. Nachfolgend finden Sie Empfehlungen für die einzelnen Typen sowie entsprechende Schritte:

1. Finden Sie heraus, welcher Typ Ihr Käufer ist. Ist er ein D-, I-, S- oder C-Typ?
2. Stellen Sie eine Beziehung her und gewinnen Sie sein Vertrauen, indem Sie Ihre Strategie an seinen Typ anpassen.
3. Führen Sie Elemente des Produkts oder der Dienstleistung vor, die ihn an meisten ansprechen.
4. Schließen Sie das Verkaufsgespräch gemäß des Kaufverhaltens des Kunden ab.
5. Bieten Sie Ihrem Kunden eine Nachbetreuung gemäß seines Kaufverhaltens.

Verkauf an Kunden vom Typ D

Sie wollen: "Greifbare Ergebnisse"

Stressoren: "Übervorteilt werden; Kontrollverlust; gegen die Konkurrenz verlieren"

So passen Sie Ihren Verkaufsstil an: mit einer ergebnisorientierten Verkaufsstrategie

- Kurz, direkt und auf den Punkt kommen
- Rein geschäftlich bleiben
- Auf die Resultate oder Vorteile des Produkts oder der Dienstleistung konzentrieren
- Beim Erklären der wichtigen Punkte bestimmt und unbeirrt auftreten
- Selbstbewusst sein: Nicht einschüchtern lassen
- Zustimmung oder Ablehnung der Fakten, jedoch nicht der Person, zum Ausdruck bringen
- Dem Kunden die Möglichkeit geben, zu gewinnen und/oder recht zu haben (letzten Endes werden auch Sie gewinnen)
- Schneller vorgehen als üblich
- Nicht zu viel versprechen
- Nicht zu viele Späße machen (außer der Kunde macht auch welche)
- Mit ja oder nein antworten, nicht mit vielleicht
- Nicht mit Kunstgriffen austricksen oder irreführende Behauptungen aufstellen; D-Typen hassen das Gefühl, übervorteilt zu werden

Verkauf an Kunden vom Typ I

Sie wollen: "Eine unterhaltsame Erfahrung"

Stressoren: "Zurückweisung, Verlust der Anerkennung durch andere, zu viel Detailarbeiten"

So passen Sie Ihren Verkaufsstil an: mit einer gesprächsorientierten Verkaufsstrategie

- Locker auftreten und Späße machen, sofern angemessen
- Jene Vorteile aufzeigen, die den Kunden gut aussehen lassen werden
- Anerkennung und Wertschätzung zeigen
- Sich anhören, was der Kunde zu erzählen hat
- Beispiele aus dem echten Leben anführen, um komplexe Dinge zu veranschaulichen
- Nachbetreuen und Ihr Wort halten
- Dem Kunden zeigen, dass Sie seine Gefühle und Ideen verstehen
- Den Kunden reden lassen, aber beim Thema bleiben
- Wenn angebracht, den Kunden anderen Teammitgliedern vorstellen
- Mit Kunden, die von einer guten Erfahrung berichten können, sprechen lassen
- Nicht zu viele Produktdetails auführen
- Literatur und Details schriftlich geben

Verkaufsprofil

VERKAUFSQUOTE BEI KUNDEN ERHÖHEN

So lässt sich der Verkauf an die Kunden steigern

Nachdem Sie Ihren neuen Kunden kennengelernt haben, erzeugen Sie ein Umfeld, das seinem jeweiligen Typ zusagt. Nachfolgend finden Sie Empfehlungen für die einzelnen Typen sowie entsprechende Schritte:

1. Finden Sie heraus, welcher Typ Ihr Käufer ist. Ist er ein D-, I-, S- oder C-Typ?
2. Stellen Sie eine Beziehung her und gewinnen Sie sein Vertrauen, indem Sie Ihre Strategie an seinen Typ anpassen.
3. Führen Sie Elemente des Produkts oder der Dienstleistung vor, die ihn an meisten ansprechen.
4. Schließen Sie das Verkaufsgespräch gemäß des Kaufverhaltens des Kunden ab.
5. Bieten Sie Ihrem Kunden eine Nachbetreuung gemäß seines Kaufverhaltens.

Verkauf an Kunden vom Typ S

Sie wollen: "Sicherheit und praktische Umsetzungsmöglichkeiten"

Stressoren: "Sicherheitsverlust, Verlust persönlicher Beziehungen, Konfrontation"

So passen Sie Ihren Verkaufsstil an: mit einer persönlichen Verkaufsstrategie

- Ernst gemeintes Interesse an seiner Person zeigen
- Freundlich, persönlich und vertrauenswürdig auftreten
- Alle Fakten, die für seine Aufgabe relevant sind, geben
- Die von ihm benötigte Bestärkung geben, auf Garantien oder Return on Investment konzentrieren
- Authentisch bleiben, S-Typen können den Charakter sehr genau beurteilen
- Abschlussfrage stellen, sobald Sie sein Vertrauen gewonnen haben
- Beispiele oder Geschichten aus dem echten Leben geben, um ihm Rückhalt zu geben
- Fragen stellen und ihn möglichst viel reden lassen
- Ihn Mitarbeitern vom Kundendienst oder Servicespezialisten vorstellen, damit er ein Gefühl der Sicherheit hat
- Nachbetreuung bieten: Halten Sie Ihr Wort
- Nicht aggressiv sein oder drängen, Tempo zurücknehmen und sich selbst in den Hintergrund stellen

Verkauf an Kunden vom Typ C

Sie wollen: "Fakten und Glaubwürdigkeit"

Stressoren: "Kritik, unfertige Aufgaben, zu einer Wahl gedrängt werden, gefühlsbetontes Verhalten"

So passen Sie Ihren Verkaufsstil an: mit einer beweis- und bestätigungsorientierten Verkaufsstrategie

- Lassen Sie ihn Fragen stellen
- Präzise Antworten geben
- Vor- und Nachteile aufzeigen, um ihn zu überzeugen
- Schritt für Schritt erklären
- Fragen mit möglichst vielen Fakten und Details beantworten
- Ihre Aussagen mit Nachweisen untermauern
- Direkt und freundlich, aber möglichst wenig Smalltalk
- Ausreichend Zeit und Platz geben
- Bis ins Details gehen
- Vertrauen des Kunden erarbeiten, indem Sie Ihr Wort halten
- Nicht zu spontanen Entscheidungen drängen
- Nicht in seine Privatsphäre eindringen oder persönliche Fragen stellen, außer er erzählt selbst davon

VERKAUFSQUOTE BEI KUNDEN ERHÖHEN

Verkaufsquote bei bestimmten Kunden erhöhen

Anleitung: Füllen Sie das Arbeitsblatt aus, um Kunden, die Sie bereits kennen, besser zu verstehen (und besser an sie zu verkaufen).

- **Spalte 1:** Geben Sie den Nachnamen oder den Firmennamen des Kunden hier ein.
- **Spalte 2:** Versuchen Sie anhand von Teil 3 und anhand dessen, was Sie über Ihren Kunden wissen, herauszufinden, welchem Typ er angehört. Beschreiben Sie seinen Typ mit 1, 2 oder 3 DISC-Buchstaben.
- **Spalte 3:** Anhand der Vorschläge in Teil 3 können Sie einen Aktionsplan für den erfolgreichen Verkauf an diesen Typ erstellen.

NAME DES KUNDEN	EINSCHÄTZUNG DES TYP (DISC)	AKTIONSPLAN
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		

Kommuniziert

mit dem Typ Herausforderer

Jane Doe

Denken Sie daran, dass ein Herausforderer Folgendes will:

- Autorität, Aufträge mit Wachstumsaussichten, gewinnorientierte Strategien, Aufstiegschancen, die Möglichkeit, alleine arbeiten zu können

Größte Angst:

- Kritik und Übervorteilung durch andere

Bei der Kommunikation mit Jane, einem Herausforderer, sollten Sie Folgendes TUN:

- Kurz, direkt und prägnant sein
- Nach dem Was und dem Warum fragen
- Schwerpunkt auf Business, Schwerpunkt auf Resultate
- Vorschlagen, wie Resultate erreicht werden können, das Kommando behalten und Probleme lösen
- Den logischen Nutzen der vorgestellten Ideen und Strategien hervorheben, seine/ihre guten Leistungen anerkennen
- Fakten und Ideen der Person zustimmen und nicht so sehr der Person an sich

Bei der Kommunikation mit Jane, einem Herausforderer, sollten Sie Folgendes NICHT TUN:

- Ausschweifend werden, sich wiederholen
- Sich auf Probleme konzentrieren
- Die Beziehung schon früh zu vertraut gestalten
- Grob verallgemeinern oder Aussagen ohne Belege treffen

Als Herausforderer kann Jane bei der Analyse von Informationen:

- Alles alleine machen wollen, ohne andere zu Rate zu ziehen
- Den menschlichen Faktor vernachlässigen; Entscheidungen auf Grund von Fakten treffen
- Die Meinung anderer übergehen
- Innovative und progressive Systeme und Ideen einbringen

Motivations merkmale

- **Motivierende Ziele:** Dominanz, Entdecken einzigartiger Lösungen
- **Bewertet andere nach:** Selbst auferlegten Standards, Ausdruck oder progressiven Ideen
- **Beeinflusst andere durch:** Wettbewerb, in entwickelnden Systemen das Tempo vorgeben
- **Wert für das Team:** Leitet Veränderungen und Verbesserungen ein, akzeptiert keine Selbstzufriedenheit
- **Setzt zu sehr auf:** Direktheit und Kritik
- **Reaktion auf Druck:** Schmolzt, findet Routineabläufe langweilig, herrisch, gefühllos
- **Größte Ängste:** Nicht einflussreich zu sein; Versagen
- **Bereiche mit Verbesserungspotential:** Herzlichkeit an den Tag legen; mehr reden und teamorientiert agieren; andere von etwas überzeugen, anstatt es ihnen anzuordnen



Wissen kommt, aber
Weisheit bleibt.

- Alfred Lord Tennyson

Kommuniziert

mit dem Typ Herausforderer

Wert für die Gruppe:

- Organisiert effizient
- Analytische Fähigkeiten
- Keine Scheu vor unpopulären Entscheidungen; entscheidungsfreudig
- Erzielt rasch Ergebnisse

Herausforderer bringen diese positiven Eigenschaften in eine Gruppe ein:

- Instinktive Führungsqualitäten
- Autokratische Manager, die in Krisen sehr gut agieren
- Selbstständig
- Selbstdiszipliniert
- Innovativ beim Erzielen von Ergebnissen
- Halten den Schwerpunkt auf Zielen
- Konkret und direkt
- Überwinden Hindernisse
- Leiten an und führen
- Gehen mit gutem Beispiel voran
- Bereit, ihre Meinung zu sagen
- Vereinen Erfahrung mit praktischem Wissen
- Treten Herausforderungen furchtlos entgegen
- Bewältigen hohe Arbeitsbelastungen gut

Ausbaufähige Bereiche für die Herausforderer-Persönlichkeit:

- Bemühen Sie sich, aktiv zuzuhören
- Berücksichtigen Sie auch die Ideen anderer Teammitglieder, bis sich alle einigen können
- Seien Sie nicht so dominant, dafür freundlicher und umgänglicher
- Versuchen Sie, Meinungen, Gefühle und Wünsche anderer mehr zu schätzen
- Investieren Sie mehr Energie in persönliche Beziehungen; beweisen Sie anderen Teammitgliedern, dass Sie sie unterstützen
- Nehmen Sie sich Zeit, um die Beweggründe für Ihre Aussagen und Vorschläge zu erläutern



Du kannst geniale Ideen haben, aber wenn du sie nicht übermitteln kannst, bringen dir die Ideen gar nichts.

- Lee Iacocca

Kommunikationstipps

bezieht sich auf andere

Ihr D- und C-Wert liegen über der Mittellinie, Ihr Verhaltenstyp ist durch das Schlüsselwort „Herausforderer“ gekennzeichnet.

Anhand der nachfolgenden Eigenschaftswörter wird beschrieben, wo Ihre DISC-Verhaltenstypen im Diagramm ungefähr liegen. Diese beschreibenden Begriffe entsprechen ganz grob den Werten in Ihrem Diagramm.

D -- Misst, wie entscheidungsfreudig, bestimmend und direkt Sie in der Regel sind. Diese Begriffe beschreiben die Ausprägung Ihres D-Wertes:

- **ENERGISCH** Voller Energie; stark; kraftvoll
- **RISIKOFREUDIG** Bereit, Risiken einzugehen
- **ABENTEUERLUSTIG** Aufregende oder spannende Unternehmungen
- **ENTSCHEIDUNGSFREUDIG** Schlichtet Streit, regelt Fragen usw.
- **NEUGIERIG** Neigt dazu, viel zu fragen; wissensdurstig

I -- Misst, wie gesprächig, überzeugend und interaktiv Sie in der Regel sind. Diese Begriffe beschreiben die Ausprägung Ihres I-Wertes:

- **ZURÜCKGEZOGEN** Zieht sich in sich selbst zurück; schüchtern; reserviert; abstrakt
- **ZURÜCKHALTEND** Ruhig oder unkommunikativ; spricht nicht gerne; reserviert

S -- Misst Ihr Bedürfnis nach Sicherheit, Frieden und Ihre Eignung als Teamplayer. Diese Begriffe beschreiben die Ausprägung Ihres S-Wertes:

- **UNRUHIG** Kann nicht innehalten oder sich entspannen; rastlos; nicht ruhig
- **ÄNDERUNGSFREUDIG** Strebt nach Veränderung; mag Abwechslung
- **SPONTAN** Handelt zwanglos in Übereinstimmung mit eigenen Gefühlen
- **AKTIV** Durch ein hohes Maß an Aktivität oder Emotion gekennzeichnet; geschäftig; schnell

C -- Misst Ihr Bedürfnis nach Struktur, Organisation und Genauigkeit. Diese Begriffe beschreiben die Ausprägung Ihres C-Wertes:

- **KONVENTIONELL** Durch allgemein übliche Vorgehensweise abgesichert oder diesen folgend
- **HÖFLICH** Freundlich und kultiviert
- **GEWISSENHAFT** Genau; sehr darum bemüht, fehlerfrei zu arbeiten
- **HOHE STANDARDS** Hat ein starkes Wertesystem



Kommunikationstipps
bezieht sich auf andere

Wir können uns nur ändern, wenn wir unser Verständnis ändern.

- Anthony De Mello

Kommunikationstipps

So kommunizieren Sie mit anderen

So kommunizieren Sie mit anderen

Bitte kehren Sie zum Abschnitt „Kommunizieren“ in diesem Bericht zurück und lesen Sie den Abschnitt „TIPPS“ für Ihren betreffenden Verhaltenstyp. Wenn Sie mehr über Ihre eigenen Vorlieben beim Kommunizieren erfahren, kann das ein Schlüsselerebnis sein oder auch nur eine Bestätigung dessen, was Sie schon wissen. In jedem Fall liegen Ihnen Ihre Kommunikationsmerkmale schriftlich vor. Diese Informationen sind auch für Ihre Kollegen, Freunde und Verwandten sehr nützlich. Andere merken nun vielleicht, dass bestimmte Herangehensweisen nicht zu Ihrem Typ passen, während andere gut von Ihnen aufgenommen werden. Außerdem gewinnen Sie so eine weitere wichtige Erkenntnis: WIE SIE ETWAS SAGEN, ist genauso wichtig wie das, WAS SIE SAGEN. Leider neigen wir alle dazu, etwas auf die Art und Weise auszudrücken, wie wir es selbst gerne hören würden, anstatt so, wie es unser Gegenüber bevorzugt.

Ihr Verhaltenstyp ist vorrangig ein D-Typ, d. h., dass Sie lieber Informationen erhalten, die RESULTATE liefern. Doch wenn Sie diese Informationen an einen Kunden oder Kollegen vermitteln, sollten Sie diese eher in Form von konkreten Fakten oder nur in Form des Endresultats mitteilen oder zeigen, wie diese ein Teil der Lösung sind, und ferner sagen, dass wir als Team arbeiten müssen.

Im Folgenden wird beschrieben, wie Ihr Verhaltenstyp mit den anderen drei dominanten Typen kommuniziert. Bestimmte Verhaltenstypen haben die Gabe, gut zu kommunizieren, während andere Typen eine scheinbar völlig andere Sprache sprechen. Da Sie Ihre „Muttersprache“ bereits perfekt beherrschen, widmen wir uns nun der Frage, wie Sie mit den anderen drei dominanten Verhaltenstypen, die andere Sprachen sprechen, am besten kommunizieren können.

Der nachfolgende Abschnitt ist insbesondere für ausgeprägte D-Typen nützlich, da Sie möglicherweise dazu neigen, aggressiver zu kommunizieren, als es anderen lieb ist.

Kompatibilität Ihres Verhaltenstyps

Zwei D-Typen kommen nur dann gut miteinander aus, wenn sie einander respektieren und als Team auf ein gestecktes Ziel hinarbeiten möchten. Eine gewisse Gefahr besteht darin, dass beide versuchen, einander auszustechen oder sich über den anderen zu stellen.

Einem D-Typ gefällt das I-Verhalten, denn ein I-Typ motiviert einen D-Typ von Natur aus. Im Arbeitsumfeld ist ein I-Typ nach Meinung eines D-Typs nicht genug aufgabenorientiert, es sei denn, der D-Typ kann anerkennen, wie der I-Typ Einfluss ausüben kann, um Erfolge zu erzielen.

D- und S-Typ arbeiten in der Regel gut zusammen, da der S-Typ den D-Typ nicht bedroht. Beide geben vollen Einsatz, um das gewünschte Ziel zu erreichen. Manchmal können die persönlichen Beziehungen strapaziert sein, weil der D-Typ hin und wieder zu aufgabenorientiert und getrieben wirkt.

D- und C-Typ müssen darauf achten, nicht zu sehr zu drängen bzw. nicht zu detailorientiert zu werden. Ein D-Typ braucht zwar die Genauigkeit des C-Typs, kann das jedoch nicht immer gut vermitteln.



Die Sprache ist der Spiegel der Seele. Wie jemand spricht, so ist er auch.

- Publilius Syros

Kommunikationstipps

Kompatibilität Ihres Verhaltenstyps

Jane Doe

So kann der D-Typ die Interaktion mit anderen Typen optimieren

D mit D

Sofern gegenseitiger Respekt besteht, sehen sich beide als anregend, visionär, offensiv, wettbewerbsorientiert und optimistisch. Solange sie über das zu erreichende Ziel einig sind, können sie sich auf die Aufgabe konzentrieren und sehr effizient sein. Wenn kein gegenseitiger Respekt besteht, sehen Sie den anderen D-Typ als streitsüchtig, herrisch, arrogant, dominant, nervös und hektisch.

Tipp für die Beziehung: Beide müssen nach gegenseitigem Respekt und nach Kommunikation streben. Wenn Sie dies als Ziel festlegen, ist schon ein großer Schritt getan. Außerdem müssen Sie die Bereiche und Grenzen der Autorität des anderen akzeptieren und respektieren lernen.

D mit I

I-Typen empfinden Sie wahrscheinlich als egoistisch, oberflächlich, übertrieben optimistisch, unüberlegt, zu selbstsicher und unaufmerksam. Es missfällt Ihnen, vom I-Typ „verkauft“ zu werden. Aufgrund Ihrer Aufgabenorientierung ärgern Sie sich über die unverbindlichen Verallgemeinerungen einer Person mit hohem I-Wert.

Tipp für die Beziehung: Sie sollten sich bemühen, freundlich zu sein, da der I-Typ persönliche Beziehungen wertschätzt. Seien Sie, wenn möglich, höflich. Hören Sie sich seine Ideen an und erkennen Sie seine Leistungen an.

D mit S

Sie nehmen den S-Typ als eher passiv, lässig, apathisch, besitzergreifend, selbstzufrieden

und zurückhaltend wahr. Auf D-Typen wirken S-Typen langsam. S-Typen empfinden Ihre Vorgangsweise hingegen als frontal. Personen mit hohem S-Wert könnte sie auch überfordern. Ihr hohes Handlungs- und Denkt tempo kann eine passive bis aggressive Reaktion hervorrufen.

Tipp für die Beziehung: Drängen Sie den anderen nicht. Erkennen Sie die Ernsthaftigkeit der guten Leistung der Person mit hohem S-Wert an. Verhalten Sie sich ihr gegenüber freundlich. Sie legt großen Wert auf Beziehungen. Bemühen Sie sich, ein wenig lockerer zu sein. Wenn Sie in einem stetigen Tempo vorgehen, können unnötige Reibereien in der Beziehung vermieden werden.

D mit C

Sie empfinden den C-Typ als zu abhängig, ausweichend, defensiv, zu sehr auf Details bedacht, übervorsichtig und unruhig. D-Typen finden oft, dass Personen mit hohem C-Wert alles überanalysieren und sich mit Details verzetteln.

Tipp für die Beziehung: Nehmen Sie das Tempo zurück. Geben Sie ihm klare, detaillierte Informationen und so viele Fakten wie möglich. Gehen Sie in Diskussionen davon aus, dass der C-Typ Zweifel, Bedenken und Fragen zu den Details anbringen wird. Nehmen Sie mögliche Bedrohungen heraus. Geben Sie nach Möglichkeit dem C-Typ Zeit, um die Probleme und Details durchzudenken, bevor Sie ihn um eine Entscheidung bitten.



Kommunikation
funktioniert für jene,
die daran arbeiten.

- John Powell

Arbeitsblatt

Arbeitsblatt: Kommunikationstipps

Änderungen in Ihren Diagrammen verweisen auf Ihre Bewältigungsmethoden. Die menschliche Persönlichkeit wird durch Veränderungen in ihrem Umfeld maßgeblich beeinflusst. In der Regel ist zwischen Diagramm 1 und Diagramm 2 eine deutliche Veränderung zu beobachten, was auf Stressfaktoren oder veränderte Umstände zurückzuführen ist. Anhand der Unterschiede oder Veränderungen zwischen diesen beiden Diagrammen können wir unseren instinktiven Bewältigungsmechanismus erkennen und daraus ableiten, wie wir uns zukünftig besser anpassen können.

Anweisungen: Jedes Ihrer Diagramme erläutert verschiedene Aspekte Ihrer Persönlichkeit. Eine nähere Betrachtung dieser Veränderungen ermöglicht wertvolle Einblicke. Bitte beziehen Sie sich auf beide Diagramme (wenn nötig, ziehen Sie bitte Daten aus Ihrem gesamten Profil heran). Vergleichen Sie die Punkte für D, I, S, und C in Diagramm 1 und 2. Lesen Sie abschließend die Analyse Ihrer Antworten und überlegen Sie, wie Ihr Umfeld sich auf Ihre Entscheidungen, Motive, Handlungen und verbalen Botschaften auswirkt.

D Veränderungen:

Vergleichen Sie Diagramm 1 und 2. Ist Ihr "D" in Diagramm 2 höher oder niedriger als das "D" in Diagramm 1? Achten Sie darauf, wie weit nach oben oder unten der Buchstabe sich bewegt. Ein höherer Wert weist darauf hin, dass die Person in stressbelasteten Situationen gerne mehr Kontrolle hat. Wenn das D sich deutlich nach oben bewegt, können Sie in Stresssituationen sehr kontrollierend werden. Ein niedrigerer Wert weist darauf hin, dass die Person in stressbelasteten Situationen nicht so viel Kontrolle haben möchte. Wenn das D sich deutlich nach unten bewegt, möchten Sie wahrscheinlich, dass jemand anders die Führung übernimmt, dem Sie dann folgen können.

I Änderungen:

Vergleichen Sie Diagramm 1 und 2. Ist Ihr "I" in Diagramm 2 höher oder niedriger als das "I" in Diagramm 1? Achten Sie darauf, wie weit nach oben oder unten der Buchstabe sich bewegt. Ein höherer Wert weist darauf hin, dass die Person in stressbelasteten Situationen gerne mehr Einfluss auf andere hat. Wenn das I sich deutlich nach oben bewegt, sollten Sie die Wogen mithilfe Ihrer Kommunikationsfertigkeiten glätten. Ein niedrigerer Wert weist darauf hin, dass die Person in stressbelasteten Situationen gerne weniger Einfluss auf andere hat. Wenn das I sich deutlich nach unten bewegt, setzen Sie weniger auf verbale Mittel, um zu einer Lösung zu gelangen.

S Änderungen:

Vergleichen Sie Diagramm 1 und 2. Ist Ihr "S" in Diagramm 2 höher oder niedriger als das "S" in Diagramm 1? Achten Sie darauf, wie weit nach oben oder unten der Buchstabe sich bewegt. Ein höherer Wert weist darauf hin, dass die Person in stressbelasteten Situationen großen Wert auf ein sicheres Umfeld legt. Wenn das S sich deutlich nach oben bewegt, neigen Sie mitunter dazu, Konflikten aus dem Weg zu gehen und auf ein günstigeres Umfeld zu warten, bevor Sie Änderungen vornehmen. Ein niedrigerer Wert weist darauf hin, dass die Person in stressbelasteten Situationen eher weniger Wert auf ein sicheres Umfeld legt. Wenn das S sich deutlich nach unten bewegt, treffen Sie Entscheidungen impulsiver.

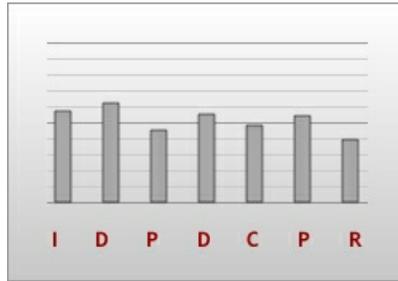
C Veränderungen:

Vergleichen Sie Diagramm 1 und 2. Ist Ihr "C" in Diagramm 2 höher oder niedriger als das "C" in Diagramm 1? Achten Sie darauf, wie weit nach oben oder unten der Buchstabe sich bewegt. Ein höherer Wert weist darauf hin, dass die Person in stressbelasteten Situationen gerne mehr Informationen bekommt, bevor sie eine Entscheidung trifft. Wenn das C sich deutlich nach oben bewegt, treffen Sie wahrscheinlich erst dann eine Entscheidung, wenn Sie deutlich mehr Informationen haben. Ein niedrigerer Wert weist darauf hin, dass die Person in stressbelasteten Situationen gerne weniger Informationen bekommt, bevor sie Entscheidungen trifft. Wenn das C sich deutlich nach unten bewegt, treffen Sie Entscheidungen vielleicht „aus dem Bauch heraus“.

Welcher Punkt bewegt sich am weitesten nach oben oder unten? Ziehen Sie daraus einen Schluss darüber, wie Sie auf Druck reagieren? Wenn ja, welchen?

Wie könnte Ihre Bewältigungsmethode Sie bei Entscheidungen unterstützen oder behindern? Wie können Sie mithilfe dieser Informationen mögliche „blinde Flecken“ bei Ihrer Reaktion auf Druck erkennen?

Ihre Stärken in der Führungsposition

**BEEINFLUSSEND** - Überdurchschnittlich

Wenn eine Führungspersönlichkeit gebraucht wird, kommt Ihr Name immer ins Spiel. Sie haben große Stärken und wissen, dass Sie erstklassige Erfahrung hinsichtlich Systemen und Mitarbeitern haben. Dank Ihres Charismas und Ihres Enthusiasmus sind andere bereit, sich Ihnen unterzuordnen. Obwohl Sie gelegentlich ein wenig zu bestimmt wirken, wissen die anderen aufgrund Ihres Optimismus und Ihrer Wärme, wie wichtig Sie für das Team sind.

LENKEND - Gut entwickelt

Wahrscheinlich wurden Sie gerade wieder einmal ausgewählt, um ein Projekt zu leiten - wahrscheinlich eines mit einem engen Zeitplan. Ihr Team schätzt Ihr Arbeitsethos. Gelegentlich gelten Sie als ein wenig distanziert, doch aufgrund Ihrer Genauigkeit und Ihres inneren Antriebs respektieren die anderen Sie und wissen, dass Ihr Beitrag zum Team sehr wertvoll ist. Lernen Sie, sich Zeit zu nehmen, um die anderen Teammitglieder kennenzulernen; in Beziehungen investierte Zeit ist keine verlorene Zeit.

UMSETZUNG - Gut

Sie können eine Idee oder ein Projekt vom Start bis zum Ziel durchziehen. Während Sie bevorzugt Rollen und Verantwortungsbereiche wechseln, behalten Sie den jeweils nötigen Arbeitsablauf bei.

GENAUIGKEIT - Überdurchschnittlich

Sie haben die Fähigkeit, eine Situation logisch zu betrachten und alles so anzuordnen, dass es effizienter bearbeitet werden kann. Sie achten auch auf das kleinste Detail und verleihen Projekten den letzten Schliff. Ihr Umfeld ist ordentlich und effizient, und Sie schätzen es, wenn andere es Ihnen leichttun.

KREATIVITÄT - Gut

Sie machen lieber in Bereichen weiter, in denen Sie Erfahrung und nachweisbare Resultate vorweisen können. Manchmal drosseln Sie das Tempo lieber, damit ein Projekt fertiggestellt werden kann, bevor ein neues in Angriff genommen wird.

DURCHHALTEVERMÖGEN - Überdurchschnittlich

Mit Ihnen arbeitet man gerne zusammen, weil Sie in der Regel mehr tun, als von Ihnen verlangt wird - und das rückt das gesamte Team in ein vorteilhaftes Licht. Sie packen gerne an und zeigen, dass Sie ein Teamplayer sind.

BEZIEHUNGEN - Ausreichend

Manchmal ist es anstrengend, gehaltvolle Gespräche zu führen, und Sie neigen dazu, anderen gegenüber nicht viel Persönliches von sich preiszugeben. Die meisten Gespräche sind Smalltalk. Einigen wenigen Menschen, die Ihnen nahestehen, gestatten Sie jedoch den Zutritt in Ihre Welt.

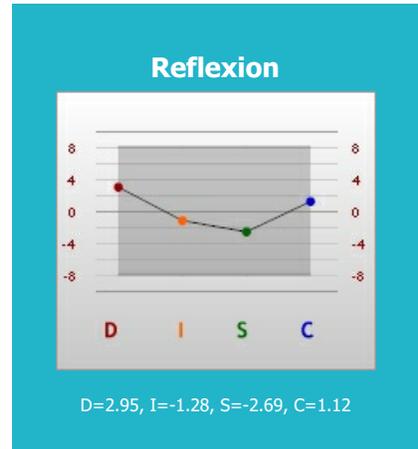
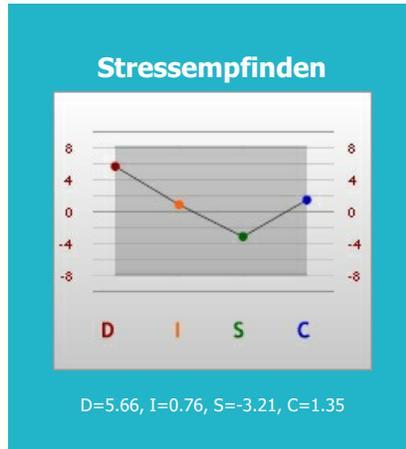
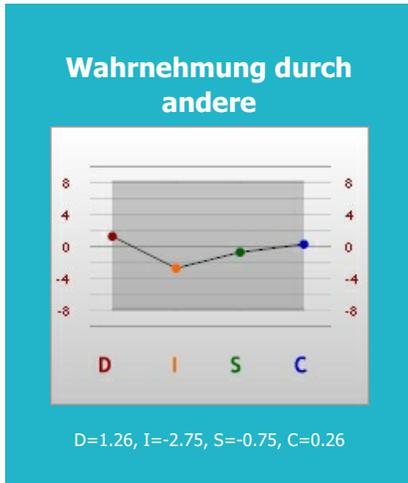
In einer Führungsposition muss man über herausragende Kommunikationsfertigkeiten verfügen. Der Leiter muss in der Lage sein, Wissen und Ideen zu vermitteln, Tempo zu machen und andere zu begeistern. Wenn ein Leiter seine Botschaft nicht klar übermitteln und andere zu deren Umsetzung motivieren kann, dann ist es egal, ob er überhaupt eine Botschaft hat.

- Gilbert Amelio

Auswertungsdaten

Diagramm Seite

Grafik für Persönlichkeitstyp



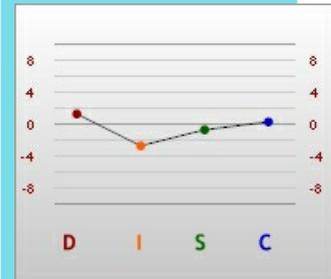
Jedes der drei Diagramme ist eine Momentaufnahme des Verhaltens in unterschiedlichen Umständen. In einem bestimmten Umfeld zeigt Diagramm 1 das „öffentliche Ich“, Diagramm 2 das „persönliche Ich“ und Diagramm 3 das „wahrgenommene Ich“.

Diese drei Diagramme oder Momentaufnahmen werden nachstehend im Detail definiert.

Grafik 1 - Maske, das öffentliche Ich

Das von den anderen erwartete Verhalten

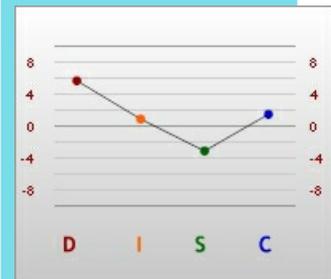
Jeder verhält sich so, wie er glaubt, dass es die anderen von ihm erwarten. Dieses Verhalten entspricht dem öffentlichen Ich, der Person, die anderen gegenübertritt. Manchmal besteht kein Unterschied zwischen dem wahren Ich und dem öffentlichen Ich. Das öffentliche Ich kann sich von der wahren Person aber auch stark unterscheiden. Es ist eine Maske. Diagramm 1 wurde aus den Antwortmöglichkeiten „Am meisten“ im Persönlichkeitssystem erstellt und hat das größte Veränderungspotential.



Grafik 2 - Kern, das persönliche Ich

Instinktive Reaktion auf Druck

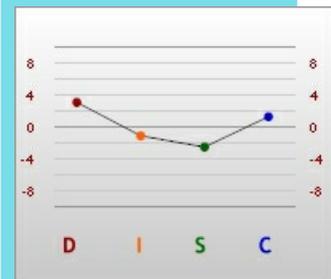
Jeder hat aufgrund seiner Vergangenheit Reaktionen entwickelt: Daher sind das Verhaltensweisen, die die Person für sich akzeptiert. Unter Druck oder Spannung treten diese erlernten Verhaltensweisen deutlich hervor. Dieses Diagramm wird sich kaum verändern, da es sich hier um natürliche und „eingefleischte“ Reaktionen handelt. Das Verhalten einer Person, wenn sie unter Druck ist, kann sich radikal von ihrem Verhalten in Diagramm 1 und 3 unterscheiden. Diagramm 2 wird aus den Antwortmöglichkeiten für „Am wenigsten“ im Persönlichkeitssystem erstellt und hat das geringste Änderungspotential.



Grafik 3 - Spiegel, wahrgenommenes Ich

Selbstbild, eigene Identität

Jeder hat bestimmte Vorstellungen von sich selbst. Diagramm 3 zeigt das mentale Bild, das jemand von sich selbst hat - das Selbstbild oder die eigene Identität. Diagramm 3 vereint die in der Vergangenheit erlernten Reaktionen mit dem aktuell vom Umfeld erwarteten Verhalten. Die eigene Wahrnehmung kann sich ändern. Diese Änderung erfolgt jedoch allmählich und basiert auf den sich ändernden Anforderungen des Umfelds. Diagramm 3 wurde aus den Unterschieden zwischen Diagramm 1 und Diagramm 2 erstellt.



Fortsetzung

Unterschiedliche Diagramme weisen auf eine Veränderung oder auf einen Übergang hin

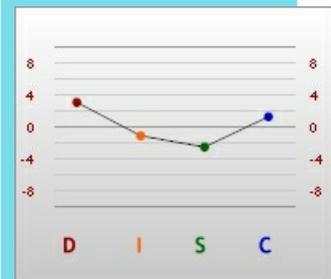
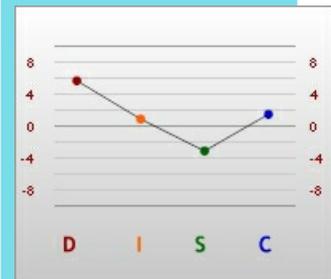
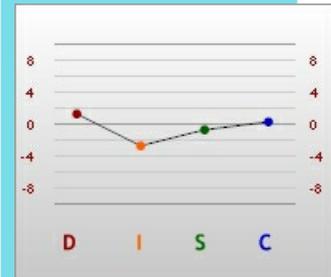
- Unterscheidet sich Diagramm 1 von Diagramm 2, erzwingen die Anforderungen des Umfelds ein Verhalten, das mit dem Kern oder dem instinktiven Verhalten nicht übereinstimmt. In so einer Situation ist eine Person, die ihr Verhalten ändern will, um den Anforderungen des Umfelds zu entsprechen, sehr wahrscheinlich Belastungen ausgesetzt.
- Unterscheidet sich Diagramm 1 von Diagramm 2, ähnelt es jedoch Diagramm 3, konnte die Person ihr Verhalten erfolgreich an die Anforderungen des Umfelds anpassen, ohne ihren Kern zu ändern. Diese Person fühlt sich mit ihrem Verhalten gemäß Diagramm 3 (wahrgenommenes Ich) wahrscheinlich recht wohl und empfindet vermutlich keine Belastung.
- Unterscheidet sich Diagramm 1 von Diagramm 3, befindet sich die Person vielleicht in einer (möglicherweise unangenehmen) Entwicklungsphase und versucht, ihr Verhalten so zu ändern, dass es den Anforderungen eines neuen Umfelds entspricht. In dieser Anpassungsphase kann das Verhalten durchaus schwanken.

Ähnliche Diagramme weisen auf geringe Änderungsnotwendigkeit hin

Eine Person, die sieht, dass die Anforderungen des aktuellen Umfelds (Diagramm 1) jenen in der Vergangenheit (Diagramm 2) im Wesentlichen entsprechen, hat wenig Grund, ihre Selbstwahrnehmung (Diagramm 3) zu ändern. Das kann auf die folgenden Faktoren zurückzuführen sein:

- Das aktuelle Umfeld erfordert ein ähnliches Verhalten wie in der Vergangenheit.
- Diese Person kontrolliert, was andere von ihr fordern.
- Das aktuelle Umfeld erfordert ein anderes Verhalten als in der Vergangenheit. Statt ihr Verhalten zu ändern, hat sich diese Person entschieden, ihren Stil zu erweitern. Zum Zwecke dieser Erweiterung umgibt sie sich mit Menschen, deren Stil ihren eigenen ergänzt, und schafft somit ein Team mit kombinierten Stärken.

Ihr durch das Schlüsselwort Herausforderer(DC) gekennzeichnete Stil und die Inhalte dieses Berichts wurden von Grafik 3 abgeleitet.



So verbessern Sie Ihre zwischenmenschliche Kompetenz

Aktionsplan von Jane

Dieses Arbeitsblatt soll die effektive Kommunikation zwischen Ihnen und anderen Personen, mit denen Sie regelmäßig interagieren, ermöglichen. Ziel ist es, Ihre Stärken zu maximieren und die Auswirkungen möglicher Beschränkungen zu minimieren. Es thematisiert arbeitsbezogene und allgemeine Eigenschaften, die Ihrem Stil insgesamt zuzuordnen sind, und wurde nicht direkt von Ihren Diagrammen abgeleitet.

In diesem Abschnitt haben Sie die Gelegenheit, gemeinsam mit einem Kollegen, Arbeitgeber, Freund, Lebenspartner usw. Ihren Persönlichkeitstyp einzuschätzen und dabei Feedback von jemandem zu bekommen, der Sie gut kennt. Das Bearbeiten dieses Abschnitts mit einer zweiten Person ist zwar nicht verpflichtend, wird aber wegen seiner positiven Auswirkungen empfohlen. Wenn Sie Feedback von einer anderen Person erhalten möchten, drucken Sie dazu bitte den Bericht aus.

Gebrauchsanweisung:

Schritt 1: Die nachstehend aufgeführten Punkte beziehen sich auf die Beziehung zwischen Ihnen und Ihren engsten Kontakten. Bitte drucken Sie diesen Bericht aus, geben Sie ihn anschließend einer Person, die Sie gut kennt (Partner, Teammitglied, Lehrer, Familienmitglied, Freund), und bitten Sie sie, jeden Punkt zu lesen. Danach soll die Person sagen, ob der Punkt Ihren Persönlichkeitsmerkmalen entspricht oder nicht. Markieren Sie anschließend neben dem jeweiligen Punkt entweder Ja oder Nein. Es wird empfohlen, einen offenen Dialog zu führen und etwaige blinde Flecken (Bereiche Ihrer Persönlichkeit, die Sie selbst nicht so klar sehen) zu besprechen. Weil Kommunikation keine Einbahnstraße ist, wird empfohlen, dass in Zweiergruppen eine Person die Arbeitsblätter der jeweils anderen ausfüllt.

Organisiert gut	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Zielorientiert	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Wenig Toleranz für Fehler	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Sieht das große Ganze	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Kümmert sich nicht um Details	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Sucht praktische Lösungen	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Trifft Entscheidungen voreilig	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Handelt schnell	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Regt Aktivität an	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Geht in der Aufgabe/Arbeit auf	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Pünktlich, achtet auf Zeitplan	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Übergeht Menschen und Gefühle	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Hohe Standards, Perfektionist	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Beharrlich und gründlich	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Ordentlich und organisiert	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Extrem lange Planungsphasen	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Zieht Analyse der Arbeit vor	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Sieht die Probleme/findet Lösungen	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Kreativ und einfallsreich	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Sehr schwer zufrieden zu stellen	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>



Aktionsplan

So verbessern Sie Ihre zwischenmenschliche Kompetenz

Ein Mensch ist nur das Produkt seiner Gedanken. Was er denkt, wird er auch.

- Mahatma Gandhi

Fortsetzung

Schritt 2: Wählen Sie nun die drei Punkte aus, die verstärkt beachtet werden sollten, um insgesamt zu profitieren. Legen Sie konkrete Ergebnisse sowie eine vernünftige Frist fest, um diese zu erreichen. Schreiben Sie die näheren Angaben sowie Anmerkungen dazu, wie die konkreten Ergebnisse erreicht werden können, in das entsprechende Feld. Vereinbaren Sie einen Termin in 60 bis 90 Tagen ab heute, um Ihren Fortschritt mit Ihrer Kontaktperson zu besprechen. Die Person, die in diesem Bereich mit Ihnen zusammenarbeitet, ist wichtig für Ihre Entwicklung und sollte Ihnen helfen, Ihren Plan bis zum Ende ernst zu nehmen.

1. Mein erster Schwerpunkt:
 - Datum der Prüfung:

 - Konkrete Schritte, die ich bezüglich dieses Punktes in den nächsten 60 bis 90 Tagen unternehmen werde:

 - Konkret zu behandeln

2. Mein zweiter Schwerpunkt:
 - Datum der Prüfung:

 - Konkrete Schritte, die ich bezüglich dieses Punktes in den nächsten 60 bis 90 Tagen unternehmen werde:

 - Konkret zu behandeln

3. Mein dritter Schwerpunkt:
 - Datum der Prüfung:

 - Konkrete Schritte, die ich bezüglich dieses Punktes in den nächsten 60 bis 90 Tagen unternehmen werde:

 - Konkret zu behandeln



Aktionsplan

So verbessern Sie Ihre zwischenmenschliche Kompetenz

Unsere Persönlichkeit entwickelt sich ein Leben lang. Wenn wir uns ganz genau kennen, können wir gleich sterben.

- Albert Camus