



# Sample User

Estilo: Rector

## International Sales Style Report

jueves, 10 de enero de 2019

Este informe utiliza el Sistema de Personalidad Conductual DISC. El Sistema de Personalidad Conductual DISC es el lenguaje universal del comportamiento. Los estudios muestran que las características conductuales se puede agrupar en 4 grupos principales. Las personas con estilos similares tienden a mostrar características conductuales específicas que son comunes a dicho estilo. Todas las personas tiene estos 4 estilos o factores conductuales en diferentes medidas o intensidades. El acrónimo DISC se refiere a esos cuatro estilos conductuales representados por las letras:

- D = Dominante, decidido
- I = Influencia, inspiración
- S = Constante, Estable
- C = Correcto, cumplidor

Conocer el Sistema DISC le capacita para entenderse mejor a sí mismo, a sus compañeros de trabajo, sus familiares, y sus amigos de una forma muy profunda. Comprender los estilos conductuales le ayuda a ser un mejor comunicador, minimizar o prevenir conflictos, apreciar las diferencias en los demás, e influenciar en forma positiva en los que le rodean.

Usted puede observar en su vida diaria los diferentes estilos conductuales en acción ya que interactúa con cada uno, en diferentes medidas, continuamente. Si piensa en sus familiares, amigos o compañeros, descubrirá diferentes estilos de personalidad conductual.

- ¿Conoce alguien que es asertivo, conciso y siempre quiere los datos más importantes o determinantes?

Algunas personas son enérgicas, directas y decididas.

***Este es el estilo D***

- ¿Tiene algún amigo que es un magnífico comunicador y muy amigable con todos los que conoce?

Algunas personas son optimistas, amistosas y habladoras.

***Este es el Estilo I***

- ¿Algún miembro de su familia es un buen escuchador y un magnífico jugador de equipo?

Algunas personas son estables, pacientes, leales y prácticas.

***Este es el Estilo S***

- ¿Alguna vez ha trabajado con alguien al que le encantaba reunir datos y detalles y era concienzudo en todas sus actividades?

Algunas personas son precisas, sensibles y analíticas.

***Este es el Estilo C***

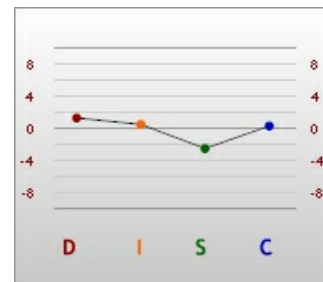
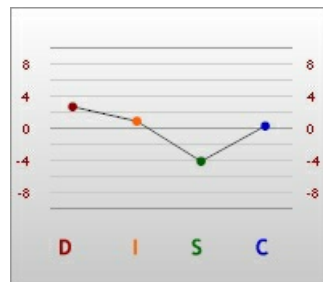
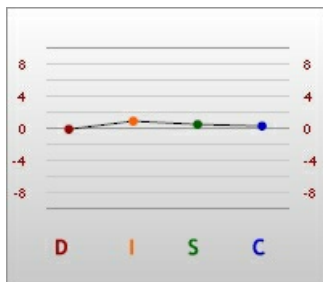


## El cuadro inferior ayuda a poner las cuatro dimensiones del comportamiento en perspectiva.

	<b>D = Dominante</b>	<b>I = Influencia</b>	<b>S = Estable</b>	<b>C = Cumplidor</b>
<b>Busca</b>	Control	Reconocimiento	Aceptación	Precisión
<b>Fortalezas</b>	Administración Liderazgo Determinación	Persuadir Entusiasmo Entretener	Escuchar Trabajo en equipo Seguimiento	Planificar Sistemas Organización
<b>Retos</b>	Impaciente Insensible Escucha deficiente	Falta de Detalles Periodos de Atención Cortos Bajo nivel de seguimiento	Hipersensible Lento para empezar No le gusta el cambio	Perfeccionista Crítico No responde
<b>No le gusta</b>	Ineficiencia Indecisión	Rutinas Complejidad	Insensibilidad Impaciencia	Desorganización Incorrección
<b>Decisiones</b>	Decisivo	Espontáneo	Acuerda	Metódico

Debido a que la personalidad conductual se compone de los 4 estilos conductuales en diferentes intensidades, el gráfico DISC no ayuda a representar la personalidad conductual de forma más visual. El gráfico DISC sitúa la intensidad de cada uno de los 4 estilos. Todos los puntos por encima de la línea media representan intensidades más fuertes, mientras que los puntos por debajo de la línea media representan características de personalidad conductual de una persona con sólo mirar al gráfico DISC.

## A continuación encontrará sus tres gráficos DISC y una breve explicación de las diferencias entre los tres.



### El gráfico 1 DISC representa su "yo público" (la máscara)

Este gráfico muestra el "yo" que otros ven. Refleja como usted percibe las demandas de su entorno, y su percepción de cómo piensa que los demás esperan que usted actúe.

### El gráfico 2 DISC representa su "yo privado" (la esencia)

Este gráfico muestra su respuesta instintiva a la presión, e identifica cómo suele usted actuar cuando se enfrenta a situaciones de estrés o tensión. Esta sería su reacción natural.

### El gráfico 3 DISC representa su "yo auto-percibido" (el espejo)

Este gráfico muestra la manera en la que usted percibe su comportamiento normal. Se le puede llamar su "auto-percepción". Aunque en ocasiones usted pueda no ser consciente del comportamiento que utiliza con los demás, este gráfico muestra su cómo suele hacerlo.

## entender su estilo

### El estilo de Sample se identifica con el término "Rector".

En su estilo Rector, Sample mezcla la diversión con los negocios para que las cosas se hagan. El estilo Rector es determinado y le gustan las personas pero que a la vez puede ocuparse de los detalles. Ya que el estilo Rector quiere que se ocupen de las cosas de la forma correcta, puede que él mismo se ocupe de terminar los proyectos para asegurarse de que están bien hechos. Sample es sociable por naturaleza y disfruta de las personas, aunque esto no es señal necesariamente de lealtad. El estilo Rector evalúa cuidadosamente tanto las tareas como a las personas. Su compromiso tanto hacia personas como hacia tareas puede cambiar con facilidad de forma aparentemente impulsiva. Suele fallar en la planificación cuidadosa y se meterá en proyectos sin la adecuada consideración.

Puede que el estilo Rector necesite ser más sensible a las necesidades de los demás. Es espontáneo tanto en el trabajo como en el ocio, pero no de cualquier forma. Sample requiere que las cosas se hagan correctamente y es sensible a la fecha límite. El estilo Rector tomará la iniciativa para empezar la actividad más que esperar a que otra persona realice el trabajo. Quiere resultados rápidos y lo que más le importa es lo fundamental. Trabaja tenazmente para resolver los problemas. Sample desea una combinación de exactitud y pensamiento rápido.

Puede que los demás perciban al estilo Rector como dogmático. Bajo presión, puede que exprese sus opiniones o sentimientos sin tener en cuenta o permitir las de los demás. Además, puede que domine los proyectos y no deje que los demás participen. El estilo Rector quiere que los demás se comuniquen de forma clara y concisa. Es visionario y creativo. Sample busca siempre aventuras nuevas y excitantes.

Sample es una persona muy creativa dispuesta a buscar nuevas soluciones a los problemas. Le gustan los desafíos y suele ser capaz de tomar decisiones fácilmente, incluso bajo presión.

Una persona cálida y abierta, Sample disfruta relacionándose con los demás. No le cuesta encontrar el lado bueno de una situación, y le suele gustar la emoción de probar cosas nuevas. Esta persona tiene el don para influir en sus compañeros y se le considera un comunicador nato. A los demás les suele resultar fácil acercarse a Sample y disfrutan de comunicación abierta.

Los demás ven a Sample como una persona versátil en quien depender para romper situaciones monótonas o rutinarias. A veces prefiere hacer cosas fuera del equipo, tiende a ser individualista. Puede que incluso se perciba a Sample como una persona "inquieta" y con tendencia a avanzar con rapidez de una cosa a la siguiente.

Sample es pulcro y ordenado y le suelen considerar como una persona práctica. Necesita la información adecuada para tomar una decisión, y tendrá en cuenta los pros y los contras. Sample puede ser muy sensible a la crítica y tenderá a internalizar sus emociones. Le gusta clarificar las expectativas antes de embarcarse en nuevos proyectos y seguirá un proceso lógico para obtener los resultados deseados.

#### Líder y portavoz natural

Capaz de hacer bien diversos tipos de actividades

Influyente y motivador

Enérgico, extrovertido y optimista

#### Características Generales

#### Poder dirigir y emprender

Poder tomar riesgos y decisiones

Libertad de rutina y "tareas mundanas"

Aprecio, alabanza y reconocimiento

#### Motivado por

#### Un ambiente competitivo con recompensas

Tareas y actividades no rutinarias que desafíen

Poder dirigir a otras personas

Libertad de controles, supervisión y detalles

#### Mi Entorno Ideal

# Perfil Comercial

## Introducción

---

Los estudios sugieren que los comerciales más efectivos son los que realmente entienden el comportamiento humano y no sólo pueden predecirlo, sino modificar el suyo propio para adaptarlo al del cliente. Los vendedores de éxito aprecian sus propias fortalezas, consideran sus debilidades y evalúan con rapidez los límites, preferencias y necesidades de sus clientes. En ventas, la información es poder!

Esta sección explica su estilo de personalidad conductual en el área comercial de acuerdo al sistema DISC. Le ayudará a identificar sus propias fortalezas y debilidades comerciales. Con esta información, usted puede capitalizar sus fortalezas e identificar cualquier debilidad que está impidiendo su éxito. En segundo lugar, este informe ofrece consejos a su director o mánager comercial basados en el estilo de vendedor que es usted. Por último, este informe incluye formas en las que interactuar con los clientes basadas en las preferencias de sus estilos de comprador.

No es un secreto que diferentes clientes, con diferentes personalidades, tiene diferentes "botones" que les harán comprar. La tarea del comercial es encontrar ese botón y pulsarlo de forma efectiva. La psicología de las ventas está en entender al cliente y dar prioridad a factores únicos de motivación, para a continuación crear un ambiente favorable que les estimule a comprar.

Identificar su estilo de vendedor y el estilo de comprador de su cliente puede llegar a ser tanto revelador, como una confirmación. Le mostrará nuevos aspectos de su comunicación así como confirmará facetas que ya conocía. Encontrará esta información extremadamente valiosa en todas las áreas de su vida, tanto personal como profesional.

## Su Estilo de Personalidad Comercial

### **Descripción de su Estilo Comercial Natural**

#### **Su estilo se describe con el término Rector (estilo "DIC" o "DCI")**

El Rector es un comercial abierto y enérgico que mantiene su enfoque en el negocio y en conseguir resultados. Es probablemente el estilo comercial innato más determinado, se gana a las personas con rapidez y está motivado por sus metas. Cuando hay estilos Rector alrededor, estimulan a los demás a la actividad. No sólo estimulan la actividad al ser extrovertidos y atractivos, sino que también pasan tiempo pensando, planificando y procesando con un ojo puesto en su meta. Son competitivos en su búsqueda y mantienen su enfoque claro. Desean socializar y relacionarse con personas debido a que es la forma más rápida de conseguir resultados comerciales. Por lo tanto, presentarse ellos mismos a desconocidos, hacer contactos y networking, son tareas que planifican con cuidado y con entusiasmo.

El estilo comercial Rector puede ser impulsivo cuando toma decisiones, no tienen que tener todos los datos y no precisan las opiniones de los demás. Aunque asumen riesgos calculados, pueden ser idealistas o ignorar riesgos potenciales de un proyecto comercial si el potencial es alto. Les gusta trabajar duro y disfrutan de entornos de ventas con poca rutina y una buena dosis de cambios. Son progresistas e innovadores y suelen ser optimistas respecto a lo que pueden lograr. Les gustan las tareas que promuevan tanto el desarrollo corporativo como el personal.

Cuando emprenden un proyecto, les gusta terminar lo que empiezan antes de pasar a la siguiente aventura. No toman las cosas al azar y les gusta poner su marca de calidad en todo lo que venden. Por lo tanto, se puede contar con ellos para dar servicio a lo que venden si eso significa seguir adelante con la calidad. También esperan el mismo nivel de calidad y energía de las personas que trabajan con ellos y no se conforman con menos. El estilo comercial Rector tendrá en cuenta las fechas límite y mantendrá sus responsabilidades al día. Cualquier cosa que no contribuye a la línea principal puede no ser necesaria o sacrificarse. Son influyentes y expresivos a los que les importa la calidad de las tareas comerciales que realizan a la vez que permanecen enfocados en sus metas.

# Perfil Comercial

## Su Estilo de Personalidad Comercial

### **Descripción de su Estilo Comercial Natural**

Capitalice sus fortalezas comerciales y minimice sus debilidades dándose cuenta de su potencial para facilitar o impedir su éxito comercial. Use sus mejores atributos comerciales para añadir valor a su equipo de ventas. Cree un ambiente comercial que favorezca sus fortalezas.

### **Fortalezas del Estilo Comercial Rector**

- Muy motivados por las metas
- Desea cerrar con rapidez, pero también es consciente de la calidad del producto o servicio que vende
- Emprendedor y autosuficiente
- Alcanza metas a través de relaciones
- Buen cerrador, no teme llegar al cierre y no retrocederá frente a las objeciones del comprador
- Persiste y persevera una vez ha establecido la meta
- Puede ser un visionario y tiene un enfoque creativo respecto a la promoción

### **Desafíos del Estilo Comercial Rector**

- Puede que domine el proyecto o las relaciones del equipo
- Puede esquivar o romper las reglas si piensa que le ayudará en las ventas o a alcanzar sus objetivos
- Puede tener dificultades a la hora de escuchar y empatizar con lo que el cliente quiere exactamente
- Crítico con la calidad del producto o servicio, o de la presentación y herramientas de marketing, o incluso los miembros del equipo y la dirección
- Puede que avance a otro desafío antes que tratar con personas que tardan en tomar decisiones
- Puede ser demasiado agresivo o intimidante

### **El Mejor Atributo del Estilo Comercial Rector**

- Determinado, motivado y enérgico comercial que puede iniciar, cerrar y dar servicio de lo que vende.

# Perfil Comercial

## CÓMO DIRIGIR LOS ESTILOS DE VENEDORES DISC

### Cuadro de Dirección de Estilos Comerciales DISC

Incentivar la fuerza de ventas es una de las tareas más difíciles a las que se enfrenta un director. Utilice este resumen para desarrollar estrategias para dirigir a comerciales con diferentes estilos personales DISC.

Cómo motivar al estilo "D" Comerciales	Cómo motivar al estilo "I" Comerciales
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presente los objetivos de venta por escrito</li> <li>• Deles oportunidades de liderar un equipo de ventas</li> <li>• Territorios de ventas amplios y desafiantes</li> <li>• Provea oportunidades para cerrar ventas</li> <li>• Pida su opinión sobre cómo "posicionar" productos o servicios</li> <li>• Enfatique las comisiones sobre el salario</li> <li>• Provea prospectos con un gran potencial de operaciones grandes</li> <li>• Ayúdeles con el lanzamiento de nuevos productos, mercados o cuotas</li> <li>• Alimente su ego con reconocimiento, póngales en la portada del newsletter</li> <li>• Deles presentaciones personales, referencias</li> <li>• Libéreles en lo posible de controles</li> <li>• Dele apoyo en el trabajo que requiera detalles</li> <li>• Evalúeles por sus resultados, no por el proceso</li> <li>• Líveles a comer, provea actividades fuera del trabajo</li> <li>• Provéales de competiciones de ventas e incentivos</li> <li>• Utilice como recompensa paquetes de viajes</li> <li>• Deles problemas que resolver</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sea amigable, divertido e informal</li> <li>• Actividades para socializar fuera del entorno laboral</li> <li>• Deles oportunidades para abrir nuevas cuentas</li> <li>• Deles soporte en su atención a clientes existentes</li> <li>• Cuando les de feedback, enfóquese en sus fortalezas y puntos positivos</li> <li>• Enfatique las comisiones sobre el salario</li> <li>• Provea apoyo para el trabajo detallado y la gestión del tiempo</li> <li>• Viaje con ellos y deles feedback constructivos</li> <li>• Un ambiente dinámico y orientado a las personas</li> <li>• Use un estilo de dirección participativo</li> <li>• Ponga las metas, los detalles y los plazos por escrito</li> <li>• Use el reconocimiento público, las recompensas, los halagos y los elogios</li> <li>• Deles oportunidad para hablar en público y liderar las reuniones</li> <li>• Oportunidades para expresar su opinión y expresarse ellos mismos</li> <li>• Provea diversión y viajes</li> <li>• Deles productos o servicios nuevos, frescos y emocionantes</li> </ul>



# Perfil Comercial

## CÓMO DIRIGIR LOS ESTILOS DE VENEDORES DISC

### Cuadro de Dirección de Estilos Comerciales DISC

Incentivar la fuerza de ventas es una de las tareas más difíciles a las que se enfrenta un director. Utilice este resumen para desarrollar estrategias para dirigir a comerciales con diferentes estilos personales DISC.

Cómo motivar al estilo "S" Comerciales	Cómo motivar al estilo "C" Comerciales
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Provea productos o servicios para vender que sean prácticos y fiables</li> <li>• Asegúrese de que están convencidos de las estrategias y planes</li> <li>• Muéstreles aprecio sincero por su dedicación</li> <li>• Reconózcalos por su lealtad y paciencia</li> <li>• Deles metas alcanzables</li> <li>• Considéreles para ciclos de venta largos</li> <li>• Enfático el salario sobre la comisión</li> <li>• Motíveles constantemente y manténgalos en movimiento</li> <li>• Hágales parte de un equipo</li> <li>• Ayúdeles a fortalecer su auto-estima y confianza</li> <li>• No les fuerce a hacer llamadas en frío</li> <li>• Provéales de herramientas profesionales para las presentaciones</li> <li>• Ayúdeles a preparar su discurso de ventas</li> <li>• Deles flexibilidad en su horario para dejarle tiempo para la familia</li> <li>• Haga llamadas junto a ellos de vez en cuando</li> <li>• Presénteles la crítica y los cambios con suavidad</li> <li>• Provea feedback sobre el desempeño de forma regular</li> <li>• Limite el número de personas "agresivas" con las que tenga que tratar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ayúdeles a incrementar sus conocimientos especializados en áreas clave</li> <li>• Manténgales informados de los cambios y las políticas</li> <li>• Muéstreles respeto, deles títulos y diplomas</li> <li>• Enfático el salario sobre las comisiones</li> <li>• Avíseles con anticipación de los cambios</li> <li>• Deje que sean creativos</li> <li>• Deles oportunidades para desarrollar estrategias y resolver problemas</li> <li>• Provea herramientas de investigación</li> <li>• Provea productos o servicios de calidad para vender</li> <li>• Provea presentaciones de calidad y ayudas técnicas</li> <li>• Recompénselos por su lealtad, disciplina y perseverancia</li> <li>• Deje que den servicio a clientes existentes en vez de hacer nuevos</li> <li>• Déjeles saber con exactitud lo que se espera de ellos</li> <li>• Reconozca su dedicación</li> <li>• Déjeles su propio espacio privado y organizado</li> <li>• Deles seguridad laboral</li> <li>• Considéreles para ciclos de venta largos</li> </ul>

# Perfil Comercial

## CÓMO DIRIGIR LOS ESTILOS DE VENEDORES DISC

### **Consejos para Motivar y Dirigir su Fuerza de Ventas**

Desafortunadamente, un incentivo que funciona para una persona, puede no funcionar para otra, por lo que cada persona debe ser motivada de acuerdo a sus preferencias naturales, fortalezas, necesidades y perspectivas.

Para ayudar a incrementar la productividad, mantener animados y retener a su equipo comercial, trate de seguir los siguientes pasos.

1. Pase a todos los vendedores por la evaluación DISC para identificar sus estilos
2. Utilice el DISC para descubrir lo que motiva a cada uno de ellos
3. Forme equipos comerciales con estilos complementarios
4. Recuerde que el dinero no es el único motivador

Use los siguientes consejos para crear el mejor y más productivo ambiente para su equipo comercial:

### **La Mejor Forma de Motivar al Estilo Comercial Rector**

- Deles la oportunidad de competir con otros buenos vendedores por recompensas y reconocimiento
- Use el aprecio sincero y el reconocimiento
- Deles la libertad de intentar nuevos e innovadores enfoques
- Involúcreles en la planificación de reuniones comerciales
- Provea desafíos y oportunidades
- Permita que trabajen con un equipo dinámico y orientado a resultados

### **La Mejor Forma de Dirigir al Estilo Comercial Rector**

- Comunique de forma directa y clara, no endulce lo que diga
- Establezca fechas límite y objetivos por escrito
- Deje que se auto-administren cuanto sea posible
- Ayúdeles a escuchar mejor y empatizar con lo que el cliente quiere exactamente
- Deles la oportunidad de promocionarse y asumir puestos de liderazgo
- Deles actividades externas para socializar y crear network

### Cómo Reconocer el Estilo de Comprador de sus Clientes

Antes de poder adaptar su estilo de ventas al estilo de comprador de su cliente, primero debe observarle. Tome notas de lo siguiente: qué tipo de preguntas hacen, su ritmo, franqueza, apertura, lenguaje corporal, las fotos que están en su oficina, su estilo de vestir, etc.

<p><b>Si su cliente...</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• es de ritmo rápido, conciso, decisivo</li><li>• es competitivo, individualista</li><li>• tiene un fuerte ego, es seguro de sí</li><li>• no está interesado en el "cómo"</li><li>• prefiere la variedad y asumir riesgos</li></ul> <p><b>Su cliente es un estilo "D"</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Extrovertido + Directo = Estilo D</li><li>• Cuanto más intenso su valor de D, más necesita dominar</li></ul> <p><b>Compran productos basándose en...</b></p> <p>experiencia, informes de expertos, calidad superior, y su capacidad para darles resultados</p>	<p><b>Si su cliente...</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• es sensible, carismático, animado</li><li>• es espontáneo, optimista</li><li>• disfruta hablando y charlando</li><li>• habla de sus sentimientos y de otras personas</li><li>• enfatiza la diversión y las historias</li></ul> <p><b>Su cliente es un estilo "I"</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Extrovertido + Amigable = Estilo I</li><li>• Cuanto más intenso el factor I, más necesita interactuar</li></ul> <p><b>Compran productos basándose en...</b></p> <p>impulso, la estética, boca a boca, su capacidad para darles prestigio</p>
<p><b>Si su cliente...</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• es amigable, relajado, conformista</li><li>• es cooperador, disfruta trabajando en equipo</li><li>• se resiste al cambio y a arriesgarse</li><li>• hace más preguntas y menos comentarios</li><li>• no le interesa mucho el "cómo"</li></ul> <p><b>Su cliente es un estilo "S"</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Introverso + Cooperador = Estilo S</li><li>• Cuanto más intenso el factor S, más necesidad de seguridad</li></ul> <p><b>Compran productos basándose en...</b></p> <p>practicidad, sencillez y su capacidad de hacerles sentir más seguros</p>	<p><b>Si su cliente...</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• es menos sensible y expresivo</li><li>• enfatiza la información y los detalles, compara datos</li><li>• parece reservado, cauto, controlado</li><li>• prefiere trabajar de forma independiente</li><li>• está muy orientado a la tarea y la calidad</li></ul> <p><b>Su cliente es un estilo "C"</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Introverso + Analítico = Estilo C</li><li>• Cuanto más intenso el factor C, más necesidad de cumplir</li></ul> <p><b>Compran productos basándose en...</b></p> <p>capacidad probada, garantías, comparativas e información provista</p>

# Perfil Comercial

## CÓMO MEJORAR LAS VENTAS

### Formas de Mejorar las Ventas con Cada Tipo de Cliente

Al pasar tiempo con su cliente, recuerde crear un ambiente favorable a su estilo en particular. Utilice las sugerencias para cada estilo y siga los pasos que se muestran a continuación:

1. Identifique el estilo de cliente de su prospecto, ¿es D, I, S o C?
2. Favorezca el rapport y la confianza al aclimatar su propio estilo al de su cliente.
3. Demuestre los elementos del producto o servicio que en base a su estilo apreciarán más.
4. Aplique un cierre de acuerdo al estilo de comprador de su cliente.
5. Haga el seguimiento siendo sensible al estilo de personalidad DISC de su cliente.

### Cómo vender a clientes de estilo D

**Quieren: "Resultados tangibles"**

**Factores de estrés: "Que se aprovechen de él/ella; Pérdida de control; Que le ganen"**

**Adapte su estilo usando: una estrategia de ventas "directa"**

- Sea breve, directo y conciso
- Manténgase en los temas del negocio
- Concéntrese en los "resultados" o los "beneficios" del producto o servicio
- Sea decisivo y firme al explicar los puntos más importantes
- Permanezca seguro, no se deje intimidar
- Muestre acuerdo o desacuerdo con los datos o hechos, no con la persona
- Deje que sientan que ganan o que están en lo correcto (al final usted también ganará)
- Vaya a un ritmo más rápido de lo normal
- No prometa lo que no puede cumplir
- No bromeo demasiado (a no ser que ellos también bromeen)
- Asegúrese de que da respuestas afirmativas o negativas, no use respuestas del tipo quizá
- No trate de usar "trucos" de vendedor o afirmaciones vacías. El estilo D odia sentir que se han aprovechado de él

### Cómo vender a clientes de estilo I

**Quieren: "Una experiencia agradable"**

**Factores de estrés: "Rechazo; Pérdida de reconocimiento social; Demasiados detalles"**

**Adapte su estilo usando: una estrategia de ventas "conversacional"**

- Si piensa que es apropiado, tengan un tiempo divertido y bromee
- Dígalos los beneficios que les harán verse mejor
- Deles reconocimiento y aprecio
- Escuche sus historias
- Deles ejemplos reales para ilustrar conceptos complejos
- Deles seguimiento y sea consecuente con sus promesas
- Deje que sepan que entiende sus sentimientos e ideas
- Deje que hablen, pero mantenga el enfoque
- Preséntele a otros miembros de su equipo si es relevante
- Deles la oportunidad de hablar con otros clientes que hayan tenido una buena experiencia con el producto o servicio
- No les dé demasiados detalles sobre el producto o servicio
- Provea los detalles por escrito

# Perfil Comercial

## CÓMO MEJORAR LAS VENTAS

### Formas de Mejorar las Ventas con Cada Tipo de Cliente

Al pasar tiempo con su cliente, recuerde crear un ambiente favorable a su estilo en particular. Utilice las sugerencias para cada estilo y siga los pasos que se muestran a continuación:

1. Identifique el estilo de cliente de su prospecto, ¿es D, I, S o C?
2. Favorezca el rapport y la confianza al aclimatar su propio estilo al de su cliente.
3. Demuestre los elementos del producto o servicio que en base a su estilo apreciarán más.
4. Aplique un cierre de acuerdo al estilo de comprador de su cliente.
5. Haga el seguimiento siendo sensible al estilo de personalidad DISC de su cliente.

### Cómo vender a clientes de estilo S

**Quieren: "Seguridad y utilidad"**

**Factores de estrés: "Pérdida de seguridad; Pérdida de la relación personal; Confrontación"**

**Adapte su estilo usando: una estrategia de venta "personal y amigable"**

- Muestre un interés sincero en ellos como personas
- Sea amigable, personal y fiable
- Deles los datos más relevantes
- Provea la seguridad que necesitan, concéntrese en garantías o beneficios sobre la inversión
- Sea usted mismo, el estilo S puede ser muy bueno discerniendo el carácter verdadero
- Haga el cierre cuando perciba que tiene su confianza
- Deles testimonio o ejemplos reales para darles seguridad
- Haga preguntas y deje que sean ellos los que hablen
- Preséntelos a otros clientes o a especialistas para que puedan sentirse seguros
- Haga seguimiento, sea consecuente con lo que promete
- No sea "agresivo" o vaya a un ritmo rápido, desacelere y muéstrese humilde

### Cómo vender a clientes de estilo C

**Quieren: "Datos y credibilidad"**

**Factores de estrés: "Crítica; Tareas incompletas; Presión para decidir; Demostraciones emocionales"**

**Adapte su estilo usando: una estrategia de venta basada en la "evidencia y la confirmación"**

- Deje que hagan preguntas
- Sea preciso con sus respuestas
- Muestre los pros y los contras para convencerles
- Enfóquese en explicaciones que muestren todos los pasos
- Responda a preguntas con datos y tantos detalles como pueda
- Deles pruebas de sus afirmaciones
- Sea directo y amigable, pero no charle mucho
- Déjeles mucho tiempo y espacio
- Pase por todos los detalles
- Trabaje para ganarse su confianza cumpliendo lo que dice
- No les presione para tomar una decisión en el momento
- No se meta en temas personales a no ser que ellos mismos abran esa puerta

# Perfil Comercial

## CÓMO MEJORAR LAS VENTAS

### Mejore las Ventas con los Diferentes Tipos de Clientes

**Instrucciones:** Rellene los campos del cuadro para ayudarle a relacionarse mejor con (o vender mejor a) clientes que ya conoce.

- **Columna 1:** Escriba el nombre del cliente o la empresa.
- **Columna 2:** Refiérase a la Parte 3 para ayudarle a identificar el estilo DISC de su cliente basado en lo que ya conoce de él. Use la combinación de letras DISC que mejor describen su estilo.
- **Columna 3:** Refiérase a las sugerencias en la Parte 3 para ideas que le puedan ayudar a establecer un plan de acción para tener éxito con cada estilo.

NOMBRE DEL CLIENTE	ESTILO PROBABLE (DISC)	PLAN DE ACCIÓN
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		

# Comunicación

## con el estilo Rector

### Recuerde, el estilo "Rector" puede que quiera:

- Autoridad, actividades variadas, prestigio, libertad, tareas que promuevan el crecimiento, oportunidades para avanzar y reconocimiento

### Su mayor miedo:

- Que se aprovechen de él, pérdida de control

### Cuando se comunice con Sample, de estilo "Rector":

- Hable de los resultados, no los procesos
- Hable de soluciones, no problemas
- Enfóquese en el negocio, recuerde, desea resultados
- Sugiera formas en las que pueda lograr resultados, ser el responsable y resolver problemas
- Deje que se quede con la visión de "todo el cuadro", ya que son visionarios
- Si están de acuerdo, que sea con los hechos e ideas más que con las personas

### Cuando se comunice con Sample, de estilo "Rector" NO:

- Dé rodeos o controle toda la conversación
- Se conforme con menos que la excelencia
- Se enfoque en los problemas
- Sea pesimista
- Se enfoque en el proceso y los detalles
- Les desafíe de forma directa

### Cuando analice la información, Sample, de estilo "Rector", puede:

- Ignorar el riesgo potencial
- No sopesar los pros y los contras
- No considerar las opiniones de los demás
- Ofrecer sistemas e ideas innovadoras y progresivas/li>

### Características Motivacionales

- **Metas que le motivan:** Calidad, quedar bien por un trabajo bien hecho
- **Evalúa a los demás por:** Capacidad expresiva de lo que dicen
- **Influye en los demás por:** Eficiencia, habilidades verbales
- **Valor para el equipo:** Capacidad multi-tarea, orientado a la calidad, puede hacer avanzar las tareas
- **Usa demasiado:** Intolerancia al estatus quo, irreflexión
- **Reacción frente a la presión:** Impulsivo, precipitado
- **Su mayor miedo:** La baja calidad, el rechazo
- **Áreas de mejora:** Ser más sensible y flexible con las necesidades de los demás, dejar que los demás compartan ideas y creencias



La comunicación viene y va, pero la sabiduría permanece.

- Alfred Lord Tennyson

### Valor que aporta al grupo:

- Líder y pensador enérgico
- Mucha energía, estimula la actividad los demás
- Capaz de ser multi tarea
- Decisivo y muy bueno en las crisis

### El estilo "Rector" tiene las siguientes características positivas en el entorno de un grupo:

- Lidera de forma instintiva
- Manager autocrático muy bueno en las crisis
- Directo y decisivo
- Innovador a la hora de obtener resultados
- Mantiene el enfoque en las metas
- Supera los obstáculos, ve el lado positivo
- Aporta dirección y liderazgo, asume riesgos
- Empuja al grupo hacia las metas
- Dispuesto a hablar, capaz de definir metas
- Excelente comunicador
- Asume los retos sin miedo
- Ve las cosas tal como son
- Puede manejar varios proyectos a la vez
- Funciona bien bajo fuertes cargas de trabajo

### Áreas de crecimiento personal para el estilo "Rector":

- Trate de ser menos controlador y dominante
- Desarrolle mayor aprecio por las opiniones y sentimientos de los demás
- Trate de poner más energía en los detalles y los procesos
- Muestre apoyo por otros miembros del equipo, aumente su escucha activa
- Tome el tiempo para explicar el "por qué" de sus declaraciones y propuestas
- Tenga más paciencia, ayude a los demás a alcanzar su potencial



Puedes tener ideas brillantes, pero si no puedes transmitirlos, tus ideas no irán a ningún lugar.

- Lee Iacocca



# Consejos de Comunicación

## relación con los demás

Su valor de D, I y C se sitúan por encima de la línea media, su estilo se identifica con el término "Rector".

En esta sección encontrará adjetivos para describir el perfil DISC que muestra su gráfico. Estas palabras descriptivas se corresponden a una aproximación a los valores que resultan de su gráfico.

La "D" mide el grado de decisión, autoridad y asertividad que suele caracterizarle. Algunas palabras que pueden describir la intensidad de su factor "D" son:

- **CONTUNDENTE** Fuerte, poderosos, vigoroso
- **ARRIESGADO** Dispuesto a aprovechar las oportunidades, se arriesga
- **AVENTURERO** Garantía de emoción o riesgo
- **DECISIVO** Resuelve una controversia o responde preguntas
- **INQUISITIVO** Curioso, tendencia a hacer muchas preguntas

La "I" mide lo hablador, persuasivo e interactivo que suele ser usted. Algunas palabras que pueden describir la intensidad de su factor "I" son:

- **GENEROSO** Generoso, desinteresado
- **ECUÁNIME** Equilibrado, estable, de trato fácil y educado
- **ENCANTADOR** Atractivo, fascinante, encantador
- **SEGURO** Seguro de sí, confiado, valiente

La "S" mide su deseo de seguridad, su ritmo y su habilidad para trabajar en equipo. Algunas palabras que pueden describir la intensidad de su factor "S" son:

- **CRÍTICO** Tiende a buscar fallos, realiza análisis cuidadosos
- **IMPETUOSO** Actuar de forma impulsiva y sin pensar antes

La "C" mide su deseo de estructura, organización y detalles. Algunas palabras que pueden describir la intensidad de su factor "C" son:

- **ANALÍTICO** Separar todas las partes de algo para descubrir su naturaleza
- **SENSIBLE** Se ofende con facilidad, muy sensible tanto emocionalmente como intelectualmente
- **MADURO** Desarrollado, maduro



Consejos de Comunicación  
relación con los demás

La única forma de  
cambiar es cambiando  
nuestro  
entendimiento.

- Anthony De Mello

# Consejos de Comunicación

## cómo se comunica usted con los demás

### Cómo se comunica con los demás

Por favor, regrese a la sección de "Comunicación" de este informe, y revise las secciones de "QUÉ HACER" y "QUÉ NO HACER" de su estilo específico. Repasar sus propias preferencias en comunicación puede ser una confirmación de lo que ya sabe, o un nuevo descubrimiento. De cualquier forma, usted dispondrá de sus características de comunicación por escrito. Esta información le puede resultar muy útil cuando trate con compañeros, amigos y familiares. Ahora las personas de su entorno podrán darse cuenta de qué enfoque comunicacional funciona mejor con usted. Tan importante como eso es que ahora usted se da cuenta de que LA FORMA EN LA QUE DICE ALGO, puede ser tan importante como LO QUE HA DICHO. Desafortunadamente, todos tenemos la tendencia a comunicarnos en la forma en la que nos gusta oír las cosas, en vez de en la forma en la que la otra persona prefiere escucharlo.

**Su estilo está caracterizado por una "D", lo que significa que cuanto recibe información quiere escuchar RESULTADOS. Pero cuando quiere transmitir la misma información a un compañero o cliente, puede que necesite "traducir" esa información para darles datos concretos, o sólo los resultados finales, o cómo ellos son parte de la solución y por lo tanto se necesita trabajar en equipo.**

Esta sección del informe trata sobre cómo su estilo conductual se comunica con los otros tres factores de comportamiento. Algunos perfiles conductuales tienen la tendencia natural a comunicarse bien, mientras que otros pudiera parecer que hablan en distinto idioma. Ya que usted está acostumbrado a comunicarse en su propio "lenguaje materno", revisaremos cómo puede mejorar su comunicación y relación con los otros "idiomas maternos" que usan los otros tres factores de comportamiento.

Esta próxima sección es particularmente útil para el perfil con un factor "D" intenso ya que puede tener la tendencia a ser más enfático o "agresivo" en su estilo de comunicación, de lo que a otros les gustaría.

### La Compatibilidad de Su Estilo Conductual

Dos perfiles "D" se relacionarán bien, siempre y cuando se respeten mutuamente y quieran trabajar como equipo para alcanzar una meta común. Se debe tener cuidado de no volverse demasiado competitivo o dominante con el otro.

A la "D" le gusta el perfil "I" porque tiene la tendencia natural a alentarle. Puede que en ocasiones la "I" no esté lo suficientemente orientada hacia las tareas para la "D" en el entorno de trabajo, a no ser que la "D" considere el valor de cómo la "I" puede influir en la obtención de resultados importantes.

La "D" y la "S" suelen trabajar bien juntos, ya que la "D" no ve a la "S" como una amenaza y además ésta suele trabajar duro para alcanzar la meta deseada. En ocasiones puede haber tensión en la relación porque la "D" puede estar demasiado enfocado en tareas y acción.

La "D" y la "C" deben tener cuidado en no volverse demasiado exigente y orientado a los detalles, respectivamente. Sin embargo, la "D" necesita la atención a los detalles que tiene el perfil "C", aunque a veces tenga dificultades en cómo comunicar esta necesidad.



**Lo que se dice es el espejo del alma; según el hombre habla, así es él.**

- Publilius Syros

# Consejos de Comunicación

## compatibilidad de su estilo conductual

Cómo puede mejorar el factor "D" su interacción con los demás estilos conductuales

### La "D" con la "D"

Si hay respeto mutuo, tenderán a verse como motivados, agresivos, competitivos y optimistas. Si están de acuerdo en la meta, se podrán enfocar en la tarea y ser muy eficientes. Si no hay respeto mutuo, tenderán a ver a la otra "D" como argumentativa, dictatorial, arrogante, dominante, nerviosa y abrupta.

**Consejo Relacional:** Deben esforzarse en conseguir el respeto mutuo y una buena comunicación, si ponen esto como una meta les ayudará a conseguirlo. También deben tratar de entender el ámbito y límites de la autoridad de cada uno, y respetar dichos límites.

### La "D" con la "I"

Tiende a ver a la "I" como egocéntrica, superficial, demasiado optimista, poco imaginativa, demasiado segura de sí y distraída. No le gustará que la "I" trate de venderle. Su enfoque hacia la tarea le llevará a disgustarse con las generalizaciones sin compromiso del estilo "I" intenso.

**Consejo Relacional:** Debe tratar de ser amigable, ya que la "I" aprecia las relaciones personales. Cuando sea posible, sea elogioso. Escuche sus ideas y reconozca sus logros.

### La "D" con la "S"

Tenderá a ver a la "S" como pasiva, indiferente, apática, posesiva y poco expresiva. La "D" tiende a percibir a la "S" como un estilo que se mueve lentamente. Tendrá la tendencia a percibirle a usted como confrontacional, y puede que esto le abrume. Su ritmo rápido de actuar y pensar, puede provocar en la "S" una respuesta pasivo-agresiva.

**Consejo Relacional:** Evite presionarles, reconozca la sinceridad del buen trabajo de la "S". Sea amigable, ellos aprecian la relaciones. Esfuércese en ser más indulgente cuando sea posible, adoptar un ritmo más constante reducirá fricciones innecesarias en la relación.

### La "D" con la "C"

Tiene la tendencia de ver a la "C" como demasiado dependiente, evasiva, defensiva, demasiado enfocada en los detalles, demasiado cauta y preocupada. La "D" suele pensar que la "C" intensa sobre analiza y se atasca con los detalles.

**Consejo Relacional:** Baje el ritmo, y dele información en forma clara y detallada con tantos datos como pueda. Cuando se discuta un tema, espere que la "C" exponga dudas, inquietudes y preguntas sobre los detalles. Elimine posibles amenazas. Cuando sea posible, dele tiempo para considerar los temas y detalles antes de pedirle que tome una decisión.



**La comunicación funciona para aquellos que la trabajan.**

- John Powell

### Hoja de Trabajo de Consejos de Comunicación

Los cambios en sus gráficos indican su método de adaptación. La personalidad humana está profundamente influenciada por los cambios en su entorno. Las personas pueden cambiar de forma significativa entre el gráfico uno y el dos, como resultado de factores de estrés o cambios en el entorno. Evaluar las diferencias o cambios entre ambos gráficos, nos ayuda a entender nuestros mecanismos de adaptación instintivos, e indica como adaptarnos mejor en el futuro.

**Instrucciones:** Cada uno de tus gráficos resalta diferentes aspectos de tu personalidad conductual. Una mirada atenta a los cambios en dichos gráficos, revelan valiosa información. Por favor, observe ambos gráficos. Compare el perfil de los factores D, I, S, y C en el gráfico 1 y el 2. Finalmente, lea el análisis del resultado de sus respuestas a las cuestiones que se presentan a continuación y considere cómo el entorno afecta sus decisiones, motivación, acciones y comunicación verbal.

#### D Retos:

Compare los gráficos 1 y 2. En el gráfico 2, ¿ es su nivel de "D" mayor o menor que en el gráfico 1? Considere cuánto se distancian hacia arriba o hacia abajo. Un nivel más alto, indica alguien que quiere más control en situaciones de presión o estrés. Si el nivel de D sube considerablemente, puede que indique una tendencia a volverse una persona controladora en situación de presión. Un nivel más bajo indica alguien que quiere menos control en situaciones de estrés. Si el nivel de la D baja considerablemente, puede que la persona quiera que sea otro el que lidere y al que usted está dispuesto a seguir.

#### I Cambios:

Compare los gráficos 1 y 2. En el gráfico 2, ¿ es su nivel de "I" mayor o menor que en el gráfico 1? Considere cuánto se distancian hacia arriba o hacia abajo. Un nivel más alto, indica alguien que desea más influencia social en una situación de presión o estrés. Si el nivel de I sube considerablemente, puede que trate de usar sus habilidades de comunicación para suavizar las cosas. Un nivel más bajo indica alguien que quiere menos influencia social en situaciones de presión. Si el nivel de I baja considerablemente, se apoya menos en medios verbales para llegar a una resolución.

#### S Cambios:

Compare los gráficos 1 y 2. En el gráfico 2, ¿ es su nivel de "S" mayor o menor que en el gráfico 1? Considere cuánto se distancian hacia arriba o hacia abajo. Un nivel más alto, indica alguien que desea un ambiente más seguro en situaciones de presión o estrés. Si el nivel de S sube considerablemente, puede que tenga la tendencia a evitar cualquier conflicto y esperar a un ambiente más favorable antes de realizar cualquier cambio. Un nivel más bajo indica alguien que no necesita tanto un entorno seguro en una situación de presión. Si el nivel de S baja considerablemente, puede que se vuelva más impulsivo en tu toma de decisiones.

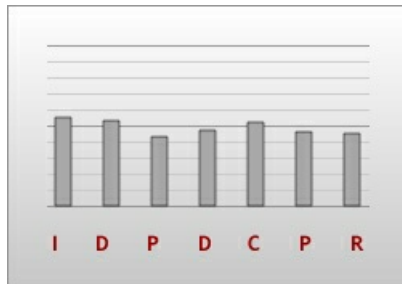
#### C Cambios:

Compare los gráficos 1 y 2. En el gráfico 2, ¿ es su nivel de "C" mayor o menor que en el gráfico 1? Considere cuánto se distancian por arriba o por abajo. Un nivel más alto, indica a alguien que desea más información antes de tomar una decisión en una situación de estrés o presión. Si el nivel de la C sube considerablemente, es probable que la persona no quiera tomar una decisión hasta que no tenga mucha más información. Un nivel más bajo indica a alguien que no necesita tanta información para tomar una decisión en una situación estresante. Si el nivel de la C desciende considerablemente, puede que la persona tome decisiones más bien basado en las emociones o intuición.

*¿Cuál de sus puntos en el gráfico tiene una diferencia mayor hacia arriba o hacia abajo? ¿Qué le dice esto respecto a su reacción a la presión?*

*¿Cómo ayuda o entorpece su método de adaptación (mecanismo de defensa o de enfrentar algo), a su proceso de toma de decisiones? ¿Cómo puede usar esta información para ayudarlo a ver un "punto ciego" en su forma de reaccionar frente a la presión?*

## sus fortalezas en liderazgo



### **INFLUENCIA** - Encima de la media

Siempre se le tiene en cuenta cuando se necesita un líder. Tiene grandes habilidades y sabe que posee una muy buena perspicacia cuando se trata de sistemas y personas. Las personas están dispuestas a seguirle debido a su carisma y entusiasmo. Aunque a veces pueda mostrar una excesiva asertividad, su optimismo y calidez en seguida recuerdan a los demás lo importante que es para el equipo.

### **DIRIGIR** - Encima de la media

El trabajo de calidad y cumplir con los plazos son sólo dos de las cualidades que los demás ven en usted. Puede que a veces parezca una persona demasiado orientada a la tarea, pero su atención a los detalles y su motivación interior hacen que los demás le respeten y vean el gran valor que aporta al equipo. Tome el tiempo para dejar que otros le conozcan mejor. Les gusta no sólo por lo que les aporta, sino por quién es como persona.

### **PROCESAR** - Bueno

Puede tomar una idea o proyecto y llevarla a cabo de principio a fin. Aunque prefiere cambiar sus responsabilidades y su papel, se mantendrá fiel a la rutina necesaria para cumplir con lo que se necesita.

### **DETALLAR** - Bueno

Los demás aprecian que se tome el tiempo necesario para asegurarse de que se han realizado los pequeños detalles. Puede tener la tendencia a empezar a ritmo rápido, pero no completar la tarea. Recuerde la necesidad de atender al papeleo y los detalles para que pueda añadir valor a sus otros rasgos más predominantes.

### **CREAR** - Encima de la media

Le gusta usar su creatividad para perfeccionar conceptos básicos que desarrollan otros miembros del equipo. Puede supervisar y ayudar a mantener la rendición de cuentas en áreas en las que otros pueden flaquear.

### **PERSISTIR** - Bueno

Es un trabajador duro y constante que quiere realizar un trabajo de calidad. Puede que cuando las cosas se ponen difíciles, busque otras alternativas para completar un proyecto. Recuerde no rendirse ni perder el enfoque en lo que ha empezado.

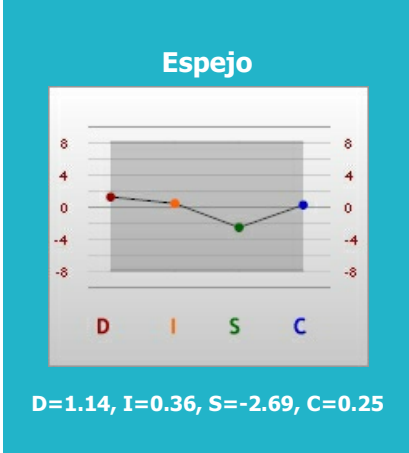
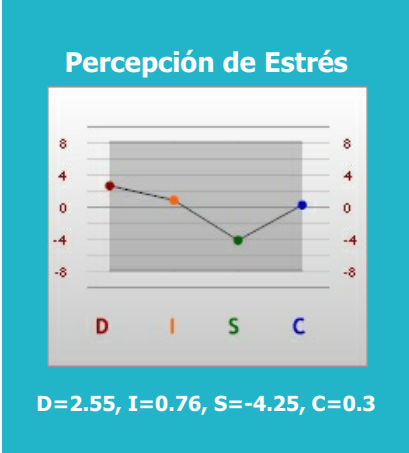
### **RELACIONAR** - Bueno

Tiende a orientarse en las tareas, pero sabe que no se puede ignorar a las personas y las relaciones. Puede que se atasques al tratar de que se hagan las cosas, pero puede subsanarlo dedicando tiempo a nutrir las relaciones.

**Desarrollar habilidades de comunicación excelentes es imprescindible para un liderazgo efectivo. El líder debe ser capaz de compartir conocimiento e ideas para transmitir un sentido de urgencia y entusiasmo en los demás. Si un líder no puede transmitir un mensaje de forma clara y motivar a los demás a actuar, entonces el hecho de "tener" un mensaje ni siquiera importa.**

- Gilbert Amelio

## Gráfico de Estilo de Temperamento (DISC)



Cada uno de los tres gráficos revela un área diferente de comportamiento, en función de las condiciones del entorno. En un entorno dado, el Gráfico 1 muestra el "Yo Público"; el Gráfico 2, muestra el "Yo Privado"; y el Gráfico 3 muestra el "Yo Percibido".

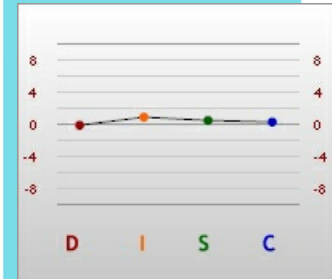
A continuación encontrará el significado de cada gráfico.

## Gráfico 1 -

La máscara, el yo público

*El comportamiento que los demás esperan*

Todos actuamos de acuerdo a cómo pensamos que los demás esperan que actuemos. Este comportamiento es el yo público, cómo la persona se proyecta hacia los demás. En ocasiones no hay diferencia entre la persona tal como es y su yo público. Sin embargo, el yo público puede variar mucho respecto al yo "real", es una máscara. El Gráfico 1 se genera con las respuestas "Más" de la evaluación, y es el área que tiene mayor potencial para el cambio.

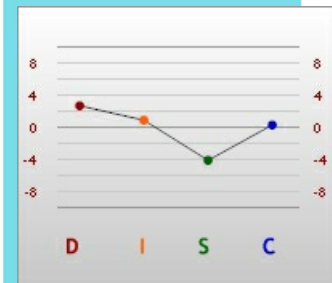


## Gráfico 2 -

Natural, el yo privado

*Respuesta instintiva a la presión*

A lo largo de los años, todos hemos asimilado formas de reaccionar o responder, que se han incorporado a nuestra forma normal y aceptada de comportamiento. Cuando estamos bajo presión o tensión, esas conductas aprendidas salen a relucir. Este es el gráfico que es menos probable que cambie, ya que es nuestra respuesta o reacción más natural y arraigada. El comportamiento de una persona bajo presión puede ser totalmente diferente al que muestre en los gráficos 1 y 3. Graph 2 is generated by the "Least" choices on The Personality System, and has the lowest potential for change.

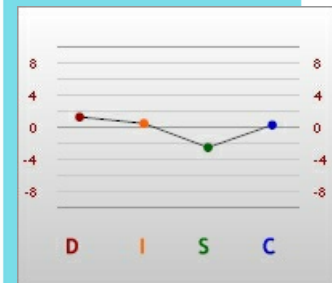


## Gráfico 3 -

El espejo, el yo percibido

*Auto-imagen, auto-identidad*

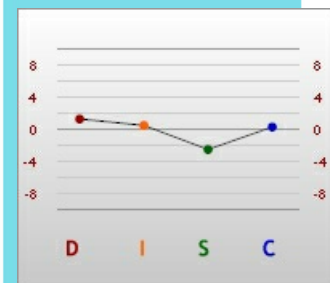
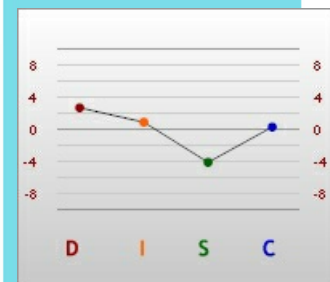
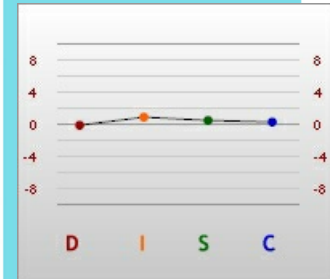
Todos nos percibimos a nosotros mismos de una forma en particular. El gráfico 3 muestra la imagen mental que uno tiene de sí mismo, la auto-imagen o auto-identidad. El gráfico 3 combina las respuestas y reacciones aprendidas en nuestro pasado con el comportamiento actual que nuestro entorno espera. Pueden suceder cambios en nuestra propia percepción, pero suelen ser graduales y basados en las demandas de cambio de nuestro entorno o situación. El gráfico 3 se genera en base a la diferencia entre el Gráfico 1 y 2.



## Continuación

### Los Gráficos con Perfiles Diferentes Indican Cambio o Transición

- Si el gráfico 1 es muy diferente del gráfico 2, las demandas del entorno están forzando al comportamiento, de tal modo que llega a no ser congruente con el comportamiento natural o instintivo. En una situación así, la persona trata de modificar su conducta para satisfacer las demandas del entorno y cuanto mayor sea esa adaptación y más prolongada, más probable será que la persona experimente estrés.
- Si el gráfico 1 es diferente del gráfico 2, pero similar al 3, la persona ha sido capaz de modificar con éxito su comportamiento para satisfacer las demandas de su entorno sin que afecte su estilo natural. Esta persona se siente probablemente cómoda con el comportamiento que muestra el gráfico 3 (el yo percibido), y posiblemente no le provoca estrés.
- Si el gráfico 1 es diferente del gráfico 3, la persona puede que se encuentre en un periodo de crecimiento o desarrollo (y algo incómoda) al tratar de alterar su comportamiento para satisfacer las demandas de su nuevo entorno. La conducta de la persona puede fluctuar durante este periodo de ajuste.



### Gráficos Similares Indican Poca Necesidad de Adaptación o Cambio

*Una persona que percibe que las demandas de su entorno (Gráfico 1) son similares a las naturales o instintivas (Gráfico 2), no tendrá la necesidad de cambiar su auto-percepción (Gráfico 3). Esto puede deberse a alguno de estos factores:*

- El perfil conductual que requiere el entorno actual es similar al perfil natural o instintivo de la persona.
- Esta persona controla lo que los demás demandan de ella.
- El comportamiento requerido por el entorno actual es diferente al natural de la persona. Sin embargo, en vez de alterar su comportamiento, esta persona ha elegido intensificar su propio estilo. Para realizar esto, probablemente la persona se ha rodeado de personas con estilos complementarios al suyo, para de esta forma crear un equipo con fortalezas combinadas.

**Si calificativo de estilo Rector(DIC) y el contenido de este informe se genera del Gráfico 3.**



# Plan de Acción

## Mejorando Sus Habilidades Interpersonales

### Plan de Acción de Sample

Esta hoja de trabajo es una herramienta para ayudarle a tener una comunicación más efectiva con las personas con las que interactúa regularmente. La meta es ayudarle a maximizar sus fortalezas y minimizar los efectos de sus potenciales limitaciones. Trata sobre las características generales y relativas a su trabajo de su estilo de personalidad conductual, y no provienen necesariamente de sus gráficos.

Esta sección le da la oportunidad de sentarse con un compañero, jefe, amigo o cónyuge y evaluar su estilo de personalidad conductual, obteniendo feedback de alguien que le conoce bien. Aunque esto es beneficio, no es un requisito el que alguien más esté presente cuando realice esta sección, o la revise. Si opta por recibir feedback de otra persona, puede imprimir una copia de este informe para hacerlo.

### Instrucciones:

**Paso 1:** Las frases listadas más abajo, son áreas en las cuales reflexionar, tanto usted como sus contactos más cercanos. Después de imprimir este informe, dele esta página a una persona que le conozca bien a usted (un asociado, compañero de equipo, profesor, familiar, amigo) y pídale que lea atentamente cada frase. La persona debe considerar si creen que esas frases describen sus rasgos (de usted). A continuación, observe en qué frase han puesto sí o no. Le animamos a que inicie un diálogo abierto sobre cualquier "punto ciego" (áreas de su personalidad de las que usted no es consiente). Ya que la comunicación en una vía de doble sentido, es recomendable que dos personas que hayan completado el DISC, realicen este ejercicio el uno al otro.

Busca soluciones prácticas	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> N	Orientado a metas	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> N
No tolera mucho el error	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> N	No analiza los detalles	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> N
Organiza bien	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> N	Toma decisiones arriesgadas	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> N
Avanza rápidamente a la acción	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> N	Puede ser abrupto y demasiado directo	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> N
Delega bien	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> N	Estimula la actividad en los demás	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> N
Le consume la tarea o el trabajo	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> N	Se crece con la oposición	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> N
Puntual y preocupado con la agenda	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> N	Pasa por alto a las personas y los sentimientos	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> N
Estándares altos, perfeccionista	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> N	Retrasa el comienzo de los proyectos	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> N
Ordenado y organizado	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> N	Demasiado tiempo planificando	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> N
Enérgico y entusiasta	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> N	A menudo se pueden desordenar sus prioridades	<input type="checkbox"/> Y <input type="checkbox"/> N



**El hombre es el producto de sus pensamientos. Lo que piensa es en lo que se convierte.**

- Mahatma Gandhi

# Plan de Acción

## Continuación

**Paso 2: Ahora, seleccione las tres áreas en las que sería más beneficioso enfocarse. Trate sobre estas áreas y determine los resultados específicos que quiere, y un periodo de tiempo razonable para su cumplimiento. Escriba los detalles en los espacios provistos, junto con notas que le ayuden a alcanzar esos resultados específicos. Fije una fecha dentro de 60 a 90 días desde ahora para tratarlo con su contacto o coach y revisar sus progresos. La persona que trabaja con usted en este proceso es muy importante para su desarrollo y debería ayudarle a rendir cuentas sobre su plan.**

**1. Lo primero en lo que me enfocaré:**

- **Fecha de revisión:**
  
- **Acciones específicas que realizaré sobre esto en los próximos 60 a 90 días:**
  
- **Aspectos a resolver**

**2. Lo segundo en lo que enfocaré:**

- **Fecha de revisión:**
  
- **Acciones específicas que realizaré sobre esto en los próximos 60 a 90 días:**
  
- **Aspectos a resolver**

**3. Lo tercero en lo que me enfocaré:**

- **Fecha de revisión:**
  
- **Acciones específicas que realizaré sobre esto en los próximos 60 a 90 días:**
  
- **Aspectos a resolver**



**Seguimos dando forma a nuestra personalidad toda la vida. Si nos conociéramos a la perfección, nos moriríamos.**

- Albert Camus