



Jane Doe

Estilo: Desafiador (DC)

International Sales Style Report

jueves, 21 de enero de 2021

Introducción

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

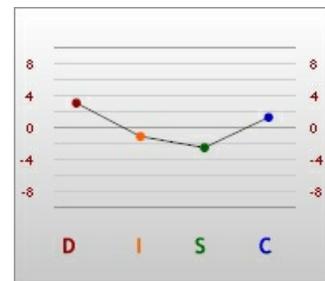
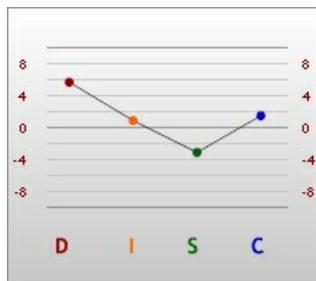
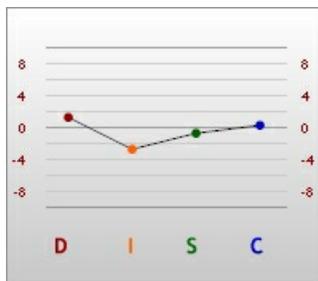


El cuadro inferior ayuda a poner las cuatro dimensiones del comportamiento en perspectiva.

	D = Dominante	I = Influencia	S = Estable	C = Cumplidor
Busca	Control	Reconocimiento	Aceptación	Precisión
Fortalezas	Administración Liderazgo Determinación	Persuadir Entusiasmo Entretener	Escuchar Trabajo en equipo Seguimiento	Planificar Sistemas Organización
Retos	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
No le gusta	Ineficiencia Indecisión	Rutinas Complejidad	Insensibilidad Impaciencia	Desorganización Incorrección
Decisiones	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 DISC menos intensas. Es posible saber las 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 Jane se identifica con el término "Desafiador".

En su estilo Desafiador, Jane es sensible a los problemas y muestra mucha creatividad para resolverlos. El estilo Desafiador puede completar muchas tareas importantes en poco tiempo debido a su fuerte determinación. Para solucionar un problema examinará y tratará todas las posibles vías. Muestra una gran perspicacia cuando se enfoca en proyectos. Se esfuerza en ser correcto, lo que contrapesa su deseo de resultados tangibles. El estilo Desafiador puede tener la tendencia de ser perfeccionista y vacilar en la toma de decisiones mientras determinan la "mejor" opción.

El estilo Desafiador puede que en ocasiones parezca poco sociable e incluso ser percibido como frío y demasiado directo. Prefiere trabajar a solas y desean un entorno en el que puedan llevar la voz cantante. Jane tiende a ser tranquilo y reservado en ambientes sociales y confía con facilidad. Generalmente, el estilo Desafiador es poco paciente con los que no siguen la forma que se presupone correcta, ya que ellos están muy motivados por su voluntad de superación. Puede llegar a aburrirse con responsabilidades rutinarias por lo que necesitará oportunidades para trabajar en proyectos nuevos. Tiende a ignorar la parte emocional de las personas para enfocarse más en la tarea que les ocupa. Sería muy beneficioso que considerase la tarea de desarrollar una actitud más cálida en sus relaciones sociales. A Jane también se sería de ayuda poner atención al valor de desarrollar un equipo y el incremento de productividad que puede representar ser un líder consistente de un equipo sólido. Jane debe trabajar para generar una cooperación más fuerte con los miembros del equipo y desarrollar una actitud paciente cuando considere las opiniones y estilos de trabajo de los demás.

Con una orientación a tareas y motivado por resultados, Jane tiende a no involucrarse emocionalmente cuando discute situaciones con los demás. El estilo Desafiador es creativo y se anticipa a pensar en lo que harán a continuación y qué efecto tendrán sus decisiones en lo que suceda a continuación. Jane es inquisitivo y le gusta tener los datos y detalles de lo que le es poco familiar.

A Jane le motiva la habilidad de liderar grupos e influenciar a los demás, tanto compañeros como amigos. Es una persona que se toma la responsabilidad del liderazgo seriamente, y suele ser capaz de tomar importantes decisiones sin demora. Jane muestra confianza y los demás responden a su capacidad natural de estar en primer línea.

Una persona reflexiva y comprensiva a la que le gusta estar con los demás, Jane es alguien que aprecia las relaciones y disfruta involucrándose en funciones sociales, pero a quien no suele importarse ser el centro de atención. Busca el equilibrio entre el tiempo social y personal, y le gusta una tarde tranquila con unos pocos amigos íntimos como ejemplo de una buena mezcla de lo social y lo personal.

Los demás ven a Jane 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 Jane como una persona "inquieta" y con tendencia a avanzar con rapidez de una cosa a la siguiente.

Jane 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. Jane 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.

Fortaleza de un gran ego
Análítico, metódico
Resolvidor de problemas
Extremadamente orientado a tareas

Características Generales

Trabajar hasta la terminación del proyecto
Autoridad para diseñar e implementar soluciones
No tener que socializar necesariamente ni jugar a la política
Obtener las herramientas necesarias para alcanzar el éxito

Motivado por

Poder diseñar y refinar
Tareas y actividades que le desafíen
Proyectos que produzcan resultados tangibles
Reconocimiento por sus habilidades analíticas

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.

Perfil Comercial

Su Estilo de Personalidad Comercial

Descripción de su Estilo Comercial Natural

Su estilo se describe con el término Desafiador (estilo "DC")

Los Desafiadores son personas intensas y sensibles hacia las necesidades de sus clientes, tienen una habilidad innata para desarrollar soluciones creativas. Pueden completar tareas importantes en poco tiempo debido a su firme decisión y determinación. El estilo comercial Desafiador suele ser muy inteligente y capaz de desarrollar una aptitud experta con una línea de productos o servicios cuando así lo deciden. Si hay problemas, siguen todas las vías posibles de solución y tienen la habilidad de responder con rapidez. Muestran una gran perspicacia al centrarse en proyectos comerciales. Su afán por conseguir resultados tangibles se compensa con su empeño en la calidad y corrección. Tienen unos estándares de calidad altos tanto para ellos mismos como para los productos y servicios que dan.

El estilo comercial Desafiador prefiere trabajar a solas y con pocas restricciones. Les gustan los entornos de ventas desafiantes y los cambios en la rutina, pero a la vez pueden trabajar bien en el mantenimiento de un proyecto que han empezado. Pueden tener mucho éxito siempre y cuando vean una "relación comercial" como una "tarea", ya que están motivados por las tareas. Los altos estándares que se imponen a sí mismos se cruzan con su determinación a resolver los problemas de los clientes y entregar un producto o servicio superior. El estilo comercial Desafiador tiende a ser tranquilo, orientado al detalle, y dará su confianza a los que se la hayan ganado.

Tienden a responder mejor a los hechos, los resultados tangibles, la comunicación directa y el completar tareas, que a llamamientos emocionales. Prefieren que los clientes comuniquen los datos objetivos y dejen de lado la parte emocional y subjetiva del problema. Tienen un enfoque a los detalles y les motivan los resultados, No suelen involucrarse emocionalmente cuando discuten algo con los clientes. Pueden entrever con claridad lo que está detrás de una preocupación u objeción y trabajarán para conseguir una solución práctica. Son creativos y piensan en el futuro, en lo que harán a continuación y en cómo las decisiones pueden afectar lo que sucederá. Son curiosos y les gusta tener tantos detalles y datos como sea posible antes de aceptar un desafío.

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 Desafiador

- Muy orientados a las tareas, ambiciosos y motivados por los objetivos de ventas, se esforzarán por superar sus objetivos
- Les motivan los diferentes puestos comerciales y distintos entornos de ventas
- Un enfoque de ventas lógico, prefieren "contarle" al cliente que "venderle"
- Presentaciones de ventas muy preparadas y un buen conocimiento técnico de los productos y servicios
- Excelentes encontrando soluciones creativas a los problemas de los clientes, les motiva el desafío de ser capaces de determinar analíticamente la mejor solución al problema.
- Es un pensador del "cuadro entero" a la vez que puede manejar los detalles del proceso

Desafíos del Estilo Comercial Desafiador

- Le gusta persuadir con datos y cifras más que por medios emocionales, lo que es bueno para algunas audiencias, pero no para otras.
- No extiende fácilmente la confianza a compañeros o clientes
- Puede parecer demasiado contundente, directo o incluso defensivo cuando responde a preguntas u objeciones
- Puede ser reactivo a aplicar el cierre hasta que haya completado su presentación, tiene una gran necesidad de ser exhaustivo.
- Puede volverse impaciente o frustrarse con clientes que son demasiado joviales, emocionales, que charlas de cosas superfluas o que no se toman en serio la presentación.

El Mejor Atributo del Estilo Comercial Desafiador

- Resuelve problemas de forma creativa y le gustan los puestos comerciales con desafíos.

Perfil Comercial

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

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

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 Desafiador

- Dele un espacio de trabajo privado, suelen ser personas más privadas.
- Provea un entorno comercial con poca rutina que aporte un desafío
- Deles oportunidad de avanzar en su carrera, aumentar su liderazgo o credibilidad
- No les limite con demasiadas restricciones, pueden ser intensos y ambiciosos, provea un entorno en el que puedan florecer
- Permita que sobresalgan haciéndose expertos en el área que elijan, los Desafiadores tienen un don para convertirse en expertos en su campo

La Mejor Forma de Dirigir al Estilo Comercial Desafiador

- Respete su espacio personal, y en ocasiones actitud sosegada
- Provea la mayor información, comparativos, estudios, etc., sobre el servicio o producto, tienden a ser escépticos así como devoradores de información
- Dele mucho feedback sobre su desempeño, evalúe tanto sus resultados como el proceso, ya que les gusta concentrarse en ambos.
- No deje las cosas sin definir o a la libre interpretación, el estilo Desafiador tiende a ser un pensador literal, no leerán entre líneas, hay que ser claros y directos.
- No divague o se vaya por las ramas, dele los datos precisos y vaya al grano.

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

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
- Presénteles 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 Desafiador

Jane Doe

Recuerde, el estilo "Desafiador" puede que quiera:

- Autoridad, tareas que promuevan el crecimiento, un enfoque "al grano", oportunidades para avanzar, habilidad para trabajar a solas

Su mayor miedo:

- Que le critiquen y se aprovechen de él

Cuando se comunique con Jane, de estilo "Desafiador":

- Sea breve, directo y conciso
- Haga preguntas del tipo "qué" y "por qué"
- Enfóquese en los negocios y los resultados
- Sugiera formas de alcanzar resultados, hacerse cargo y resolver problemas
- Subraye los beneficios lógicos de las cosas, reconozca el trabajo de calidad
- Esté de acuerdo con los hechos y las ideas más que con las personas, cuando estén de acuerdo

Cuando se comunique con Jane, de estilo "Desafiador" NO:

- Dé rodeos o se repita a sí mismo
- Se enfoque en los problemas
- Trate de ser demasiado sociable demasiado pronto
- Haga demasiadas generalizaciones o afirmaciones si base

Cuando analice la información, Jane, de estilo "Desafiador", puede:

- Querer hacerlo a solas sin consultar a nadie
- Descuidar el factor humano, tomar decisiones basados sólo en datos
- Pasar por alto las opiniones de los demás
- Ofrecer sistemas e ideas innovadoras y progresivas/li>

Características Motivacionales

- **Metas que le motivan:** Dominancia, descubrir soluciones únicas
- **Evalúa a los demás por:** Sus propios estándares, las ideas que se expresan
- **Influye en los demás por:** Competición, dar lugar al desarrollo de sistemas
- **Valor para el equipo:** Inicia cambios y mejoras, desafía la complacencia
- **Usa demasiado:** Franqueza y crítica
- **Reacción frente a la presión:** Se enfurruña, se aburre con la rutina, dictatorial, sin compasión
- **Su mayor miedo:** No ser de influencia, fallar
- **Áreas de mejora:** Muestra más calidez, se más expresivo y orientado al equipo, trata de "vender" más que de sólo "contar"



La comunicación viene y va, pero la sabiduría permanece.

- Alfred Lord Tennyson

Comunicación

con el estilo Desafiador

Valor que aporta al grupo:

- Organizador de los aspectos fundamentales
- Capacidad analítica
- No teme tomar decisiones impopulares, capaz de ser decisivo
- Obtiene resultados de forma eficiente

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

- Lidera de forma instintiva
- Manager autocrático muy bueno en las crisis
- Confianza en sí mismo
- Disciplinado
- Innovador a la hora de obtener resultados
- Mantiene el enfoque en las metas
- Específico y directo
- Supera los obstáculos
- Aporta dirección y liderazgo
- Lidera con el ejemplo
- Dispuesto a hablar
- Combina la experiencia con el conocimiento práctico
- Asume los retos sin miedo
- Funciona bien con fuertes cargas de trabajo

Áreas de crecimiento personal para el estilo "Desafiador":

- Esfuércese por aumentar su escucha activa
- Esté atento a las ideas de otros miembros del equipo hasta que se llegue al consenso
- Sea menos dominante y más amigable y accesible
- Trate de apreciar más las opiniones, sentimientos y deseos de los demás
- Ponga más energía en las relaciones personales, muestre su apoyo a los otros miembros del equipo
- Tome el tiempo para explicar el "por qué" de sus declaraciones y propuestas



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 y C se sitúan por encima de la línea media, su estilo se identifica con el término "Desafiador".

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
- **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:

- **RETRAÍDO** Introverso, esconde sus emociones
- **RETICENTE** Silencioso y poco comunicativo, no le gusta hablar, reservado

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:

- **INQUIETO** No es capaz de relajarse, inquieto
- **ORIENTADO AL CAMBIO** Le gusta la variedad, quiere cambiar
- **ESPONTÁNEO** Actuar sin restricciones de acuerdo a los sentimientos que le nacen
- **ACTIVO** Caracterizado por mucha acción o emoción, ocupado, rápido

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

- **CONVENCIONAL** Sigue las costumbres o necesita aprobación
- **CORTÉS** Educado y gentil
- **CONCIENZUDO** Escrupuloso, esfuerzo laborioso para conseguir la perfección
- **ESTÁNDARES ALTOS** Se apega a un sistema de valores fuerte



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"

Tenderás a ver a la "S" como pasiva, reservada, apática, posesiva y complaciente y poco expresiva.

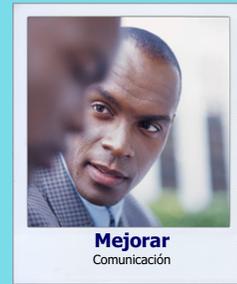
La "D" tiende a percibir a la "S" como un estilo que se mueve lentamente. Tendrán la tendencia a percibirte como confrontaciones, y puede que esto les abrume. Su ritmo rápido de actuar y pensar, puede provocar en la "S" una respuesta pasivo-agresiva.

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

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.

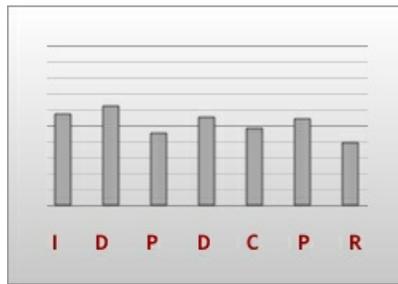
¿Cuál de sus puntos en el gráfico tiene una diferencia mayor hacia arriba o hacia abajo? ¿Qué le dice esto respecto a su reacción a la presión?

¿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 ayudarle a ver un "punto ciego" en su forma de reaccionar frente a la presión?

Power DISC™

sus fortalezas en liderazgo

Jane Doe



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 - Bien desarrollado

Probablemente es la primera opción cuando hay que supervisar un proyecto, especialmente uno con fechas límite ajustadas. Su equipo valora su ética del trabajo. Puede que en ocasiones parezca un poco distante, 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. Aprenda a conocer mejor a los otros miembros del equipo, invertir tiempo en relaciones no es perder el tiempo.

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 - Encima de la media

Tiene la habilidad de afrontar una situación de forma lógica y arreglar las cosas para que funcionen de forma más eficiente. Pone atención hasta en los detalles más pequeños y da los toques finales a los proyectos. Su entorno es eficiente y ordenado, y aprecia cuando los demás siguen el ejemplo.

CREAR - Bueno

Se siente más a gusto avanzando en áreas en las que tiene experiencia y resultados probados. A veces prefiere desacelerar un poco para completar un proyecto antes de meterse en otro nuevo.

PERSISTIR - Encima de la media

A las personas les gusta trabajar con usted porque suele hacer más de lo que comparte, y esto hace que el equipo quede bien. Mantendrá el enfoque en la tarea y dejará ver a los demás que es un buen miembro del equipo.

RELACIONAR - Adecuado

En ocasiones puede parecerle difícil tener conversaciones significativas, y tiende a no dejar que los demás conozcan demasiadas cosas personales de usted. La mayoría de las conversaciones son superficiales, dejará entrar en su mundo a un grupo de personas reducido.

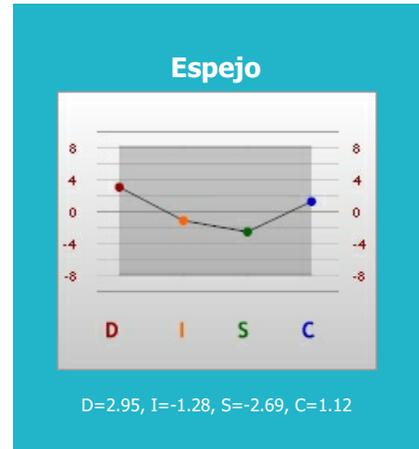
Desarrollar habilidades de comunicación excelentes es imprescindible para un liderazgo efectivo. El líder debe ser capaz de compartir conocimiento e ideas para transmitir un sentido de urgencia y entusiasmo en los demás. Si un líder no puede transmitir un mensaje de forma clara y motivar a los demás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

- Gilbert Amelio

Puntuación

página de gráficos

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.

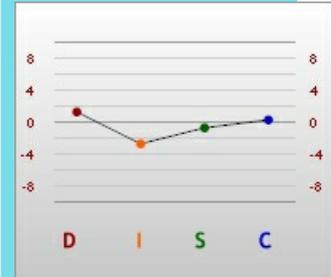


Gráfico 2 - Natural, el yo privado

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. El gráfico 2 es generado por las opciones "Mínimas" en el Sistema de Personalidad, y tiene el menor potencial de cambio.

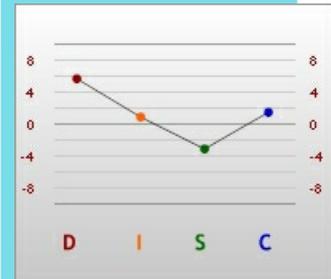
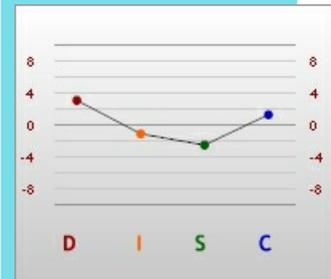


Gráfico 3 - El espejo, el yo percibido

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

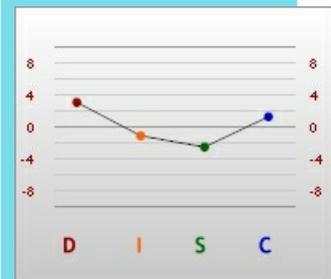
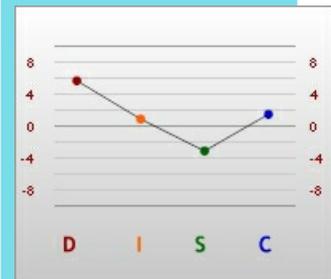
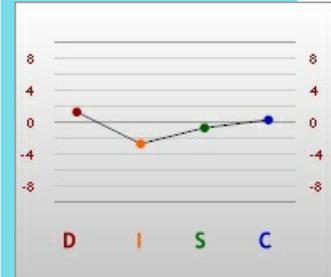
- Si el gráfico 1 es muy diferente del gráfico 2, las demandas del entorno están forzando al comportamiento, de tal modo que llega a no ser congruente con el comportamiento natural o instintivo. En una situación así, la persona trata de modificar su conducta para satisfacer las demandas del entorno y 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 Desafiador (DC)(DC) y el contenido de este informe se genera del Gráfico 3.



Plan de Acción

Mejorando Sus Habilidades Interpersonales

Plan de Acción de Jane

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 beneficioso, 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 consciente). 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.

Organiza bien	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Orientado a metas	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
No tolera mucho el error	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Ve el cuadro entero	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
No le interesan los detalles	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Busca soluciones prácticas	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Toma decisiones arriesgadas	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Avanza rápidamente a la acción	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Estimula la actividad	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Le consume la tarea o el trabajo	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Puntual y consciente de la agenda	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Pasa por alto a las personas y los sentimientos	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Estándares altos, perfeccionista	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Persistente y cuidadoso	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Ordenado y organizado	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Demasiado tiempo planificando	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Prefiere el análisis a ponerse manos a la obra	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Ve los problemas y encuentra las soluciones	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Creativo e ingenioso	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Difícil de agradar	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>



Plan de Acción

Mejorando Sus Habilidades Interpersonales

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:

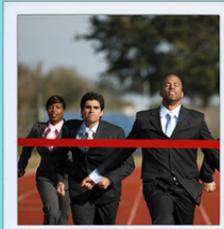
 - Acciones específicas que realizaré sobre esto en los próximos 60 a 90 días:

 - 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



Plan de Acción

Mejorando Sus Habilidades Interpersonales

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

- Albert Camus