

DISC gedragsanalyse

Gepersonaliseerd rapport voor:
Brandon Parker

5-12-2014



Inhoudsopgave

3 Introductie van de DISC gedragsanalyse

Deel I: Jezelf begrijpen

- 4 Algemene kenmerken
- 6 Je sterke punten
- 7 Je motivaties – Wensen en behoeften
- 8 Je motivaties – Je ideale werkomgeving
- 9 Gedrag en behoeften onder stress
- 10 Communicatietips
- 11 Potentiële gebieden voor ontwikkeling
- 12 Samenvatting van de stijl van Brandon Parker
- 13 Woordschets Responsstijl
- 14 Woordschets Basisstijl
- 15 DISC grafieken van Brandon Parker
- 16 Waarneembaar gedrag en de 12 geïntegreerde relaties
- 21 Overzicht gedragspatroon

DEEL II: Toepassing van de DISC stijlen

- 22 Toepassing van de DISC stijlen
- 23 Overzicht van de vier basis DISC stijlen
- 26 Hoe herken ik de gedragsstijl van een ander?
- 28 Wat is aanpassingsvermogen?
- 29 Hoe pas je je gedrag aan?
- 30 Spanning binnen de stijlen
- 31 Hoe kan ik me aanpassen aan de verschillende gedragsstijlen?
- 35 Het opbouwen en onderhouden van verstandhoudingen gedurende de verkoopcyclus
- 48 Hoe nu verder?

Introductie van de DISC gedragsanalyse

Beste Brandon, velen van ons zijn opgegroeid met de leefregel dat je anderen moet behandelen zoals je zelf behandeld wilt worden; ook wel de Gulden regel genoemd. Er is echter een nog betere leefregel, die we de Platinum regel® noemen: Behandel anderen zoals ZIJ behandeld willen worden.

Dit gepersonaliseerde en uitgebreide DISC rapport helpt je om je gedrag te verbeteren, zodat je je professioneler en productiever kun opstellen. Je leert hoe je je sterke kanten kunt ontwikkelen en beter kunt benutten, je leert omgaan met je beperkingen en je valkuilen herkennen. Dit rapport geeft geen oordelen. Het geeft juist inzicht in de factoren die je gedrag beïnvloeden.

Onze DISC gedragsanalyse richt zich op waarneembaar gedrag. Dit gedrag wordt getoetst op basis van vier stijlen: extravert-introvert en taakgericht-mensgericht. Omdat deze zogeheten DISC stijlen zichtbaar zijn, wordt het veel makkelijker om mensen te 'lezen'. Ons model is simpel, praktisch en gemakkelijk te onthouden en toe te passen. In 'Het overzicht van de vier basis DISC stijlen' op pagina 24 van dit rapport vind je een samenvatting van deze stijlen.

Gedragsstijlen

Uit historisch en hedendaags onderzoek zijn meer dan tien verschillende modellen van gedragstypen voortgekomen. Veel van deze modellen hebben één ding gemeen: ze delen het gedrag in vier basiscategorieën in. Zie het overzicht hiernaast.



Hoe je dit rapport kunt gebruiken

Dit DISC rapport is in twee delen opgesplitst.

DEEL I richt zich op het begrijpen van je DISC stijl kenmerken. Hou in gedachten dat er geen 'beste' stijl is. Elke stijl heeft zijn eigen unieke, sterke punten en mogelijkheden om te groeien. De gedragsbeschrijvingen die in dit rapport worden vermeld zijn gedragskenmerken die bij jouw stijl horen. Op basis van de antwoorden die je hebt ingevuld kunnen we voorspellen welke gedragskenmerken zichtbaar zijn bij je.

DEEL II gaat over ons aanpassingsvermogen. Het biedt verschillende actieplannen voor jou en voor degenen die met jou omgaan.

Aanpassingsvermogen

Dit rapport biedt inzicht in jouw persoonlijke stijl. Je leert hoe je de sterke punten van je stijl kunt benutten en de zwakke punten van je stijl kunt aanpassen. Zo stem je jezelf af op een specifieke klant of relatie. Dit heet aanpassingsvermogen. Sociale wetenschappers noemen het 'sociale intelligentie.' Er wordt tegenwoordig vaak gesteld dat sociale intelligentie net zo belangrijk is als het Intelligentie Quotiënt (IQ), wanneer je in de hedendaagse maatschappij succesvol wilt zijn. In sommige gevallen is sociale intelligentie zelfs belangrijker dan IQ. Het begrip aanpassingsvermogen wordt in het hoofdstuk 'Wat is gedrag aanpassingsvermogen?' van dit rapport uitgebreid beschreven.

DEEL I Jezelf begrijpen

Algemene kenmerken

Onderstaande informatie dient als een algemeen overzicht van jouw gedragstendensen. De omschrijving hieronder is tot stand gekomen op basis van de antwoorden die je hebt gegeven. Het is de aanzet voor het rapport dat er op volgt en biedt een kader voor het begrijpen van en reflecteren op je gedragsanalyse. Hier en daar verstrekken we enkele ideeën, zodat je je sterke punten waar mogelijk kunt gebruiken om je persoonlijke succes te maximaliseren.

- » Brandon, je scoort zoals diegenen die voldoening halen uit hard werken en doelen bereiken, en die minder geneigd zijn anderen te motiveren om iets te bereiken. Aan het einde van de dag tel jij eerder de resultaten die zijn behaald, dan het aantal mensen dat aan boord is. Omdat je erg geduldig bent, laat je het soms na om anderen te corrigeren tijdens het proces, en klaag je in plaats van dit onder vier ogen met de ander te bespreken.
- » Je scoort zoals diegenen die persoonlijke en groepsdoelen willen verenigen voor een optimaal succes. Je bent het meest gemotiveerd voor projecten die aansluiten bij je vaardigheden. Wanneer projecten niet volledig aansluiten bij je vaardigheden, ervaar je een gebrek aan motivatie.
- » Het patroon van jouw antwoorden duidt op een score voor mensen die hard werken, en actief en scherpzinnig zijn. Brandon, dit komt deels voort uit je grote bekwaamheid om geduldig te zijn, je handen uit de mouwen te steken en anderen te laten komen met oplossingen.
- » Brandon, jouw antwoorden op de vragenlijst wijzen erop dat je iemand bent die introvert is en dat je jouw mening alleen uit wanneer dingen je frustreren of ergeren. Deze rapportage en training is bedoeld om jou te helpen meer assertief en extravert te zijn, ook wanneer dingen vlot verlopen.

Algemene kenmerken (vervolg)

- » Je bent vaak direct, positief, en openhartig in je communicatie met anderen. Je bent in staat om "te zeggen waar het op staat" en dat kan een groot voordeel zijn, zeker gecombineerd met een kalme, objectieve presentatie. Anderen kijken naar je op dankzij je toewijding en gevoel voor autoriteit.
- » Brandon, je hebt de neiging om anderen te beoordelen op hun bekwaamheid om grondige, concrete resultaten te behalen die je ook van jezelf verwacht. Je scoort ook als diegenen die belangrijke beslissingen emotioneel kunnen loslaten en tot een besluit komen gebaseerd op objectieve feitenanalyse.
- » Je blijft rustig in conflictsituaties. Brandon, dit betekent dat je meer geduld kan opbrengen dan anderen in het team. Je kan het team terug bij zijn taak brengen door te handelen en niet te commanderen. Je kan bovendien teamleden gerust stellen en geïrriteerde teamleden kalmeren zodat zij alternatieve standpunten kunnen overwegen.
- » Je leidt anderen door verantwoordelijkheid te tonen voor je eigen werk. En je verwacht van de anderen uit het team dat ze hetzelfde doen. Dit wordt vaak positief onthaald bij teamleden omdat zij beseffen dat je niet meer van hen verwacht dan van jezelf.



Je sterke punten

Wat neem je mee naar de organisatie?

*Het is erg waarschijnlijk dat je jouw sterke kenmerken vrij consistent vertoont. Meestal versterken deze kwaliteiten je effectiviteit binnen jouw organisatie. Werkstijl voorkeuren bieden nuttige inzichten wanneer je je werk doet of wanneer je samenwerkt in een team of project. Dit zijn de talenten en tendensen die je naar je werk meeneemt. **Bekijk je twee belangrijkste sterke punten en je twee belangrijkste werkstijl tendensen en zet ze op de pagina 'Samenvatting van je stijl'.***

Sterke punten van Brandon

- Je verkrijgt respect van anderen door zowel taken zelf op te lossen als ze aan anderen te delegeren. Je bent altijd bereid om je steentje bij te dragen en te helpen.
- Men kan er altijd op rekenen dat je je afspraken nakomt.
- Je streeft voortdurend naar prestaties en bent er trots op dat je overal klaar voor bent.
- Je kunt succesvol werken, zowel zelfstandig als met anderen, een eigenschap die je deelt met anderen die veel "D" en "S" voorkeuren vertonen.
- Je bent constant op zoek naar betere manieren om complexe problemen op te lossen.
- Je komt moeiteloos voor je meningen uit nadat je kwesties op een objectieve manier hebt geanalyseerd.
- Je hebt de bekwaamheid om inefficiënties en overlappende inspanningen in een systeem of project te identificeren.

De werkstijl tendensen die Brandon meeneemt naar het werk

- Op het werk zet je je in om geduldig en vriendelijk te zijn en om een omgeving van welwillendheid te creëren voor interne en externe belanghebbenden.
- Op het werk heb je geen kort lontje, dus je wordt niet snel boos, hoewel je de woede soms deels mee naar huis neemt om te luchten.
- Je wordt door anderen in het team gezien als iemand die goed luistert.
- Je ontmoet makkelijk nieuwe mensen en je werkt liever met anderen dan alleen te moeten werken.
- Je dringt je eigen ideeën niet op aan anderen in de vorm van bevelen, maar eerder door overwogen suggesties aan te bieden.
- Je bent optimistisch en gemotiveerd om een uitstekende teamspeler te zijn, die in staat is zijn eigen ego opzij te zetten, wanneer je werkt met anderen die graag meer grip op de situatie willen hebben.
- Je laat een groot uithoudingsvermogen zien wanneer je aan projecten werkt, vooral op de lange termijn.



Je motivaties Wensen en behoeften

*Wat motiveert je? Mensen worden gemotiveerd door wat ze willen. Wat wil je echt? Ons gedrag wordt gedreven door onze behoeften. Elke stijl heeft andere behoeften. De ene persoon heeft tijd voor zichzelf nodig; de ander heeft juist de behoefte om onder de mensen te zijn. Iedereen is anders en voorziet simpelweg in zijn eigen behoeften. Hoe beter in onze behoeften wordt voorzien, hoe makkelijker het is om optimaal te functioneren. **Bekijk hier je twee belangrijkste drijfveren (wensen) en je twee belangrijkste behoeften en zet ze op de pagina 'Samenvatting van je stijl'.***

Brandon heeft de tendens om gemotiveerd te worden door

- Bewijsmateriaal dat een nieuw proces zich in gelijksoortige applicaties succesvol heeft bewezen.
- Projecten en opdrachten die afwisselend persoonlijk contact bieden, en een mogelijkheid om zowel interne als externe belanghebbenden te kunnen helpen.
- Acceptatie als een positief en ondersteunend lid van de organisatie en het team.
- Een werkcultuur die familie activiteiten en verplichtingen steunt.
- Flexibiliteit om kunnen te circuleren en met een verscheidenheid aan mensen te kunnen praten.
- Een leidinggevende, manager of directie waarbij sprake is van een democratisch leiderschapsproces.
- Identificatie met de organisatie, het team en anderen met wie positieve verantwoordelijkheden zijn ontwikkeld.

Mensen met patronen zoals die van Brandon hebben behoefte aan

- Het ontwikkelen van inzicht in de waarden van anderen, en een waardering voor hun wensen en behoeften.
- Praktische en materiële beloningen.
- Introducties met nieuwe interne belanghebbenden en externe groepen.
- Teamwork begrijpen, alsmede de rol van iedereen in het team.
- Medewerkers in het team die even capabel en verantwoordelijk zijn en over een gelijk werkethos beschikken.
- Eén-op-één verplichtingen afstemmen.
- Je scoort als diegenen die langetermijn relaties willen opbouwen, eerder dan korte, oppervlakkige. Dit komt wellicht door je voorkeur voor stabiliteit in je leven en langetermijn relaties brengen stabiliteit. Vrienden en kennissen uit het verleden zijn nu nog steeds belangrijk voor jou.



Je motivaties Je ideale werkomgeving

*Iedereen is gemotiveerd... Let wel: iedereen wordt gemotiveerd door zijn eigen beweegredenen, niet door die van anderen. Door je motivaties te begrijpen, kun je een omgeving creëren waarin je het beste gemotiveerd wordt. Hieronder vind je wat jij prettig en leuk vindt vanuit jouw gedragsvoorkeuren. **Bekijk de twee belangrijkste omgevingsfactoren en zet ze op de pagina 'Samenvatting van je stijl'.***

Brandon is geneigd om het meest effectief te zijn in omgevingen die voorzien in

- Een werkcultuur met weinig vijandigheid, confrontatie, woede of druk.
- Duidelijke verantwoordelijkheden en bevoegdheden om verwarring of overlappende initiatieven te voorkomen.
- Steun en waardering voor je individuele inspanningen.
- Een gunstig werkklimaat met een positieve instelling en een optimistische sfeer.
- Een betrokken manager of directie met wie een democratische relatie is opgebouwd.
- Gespecialiseerde opdrachten waarbij met een verscheidenheid aan mensen gewerkt en gecommuniceerd moet worden.
- Een balans tussen stabiele, voorspelbare werkzaamheden en regelmatige variatie en verandering.



De stijl van Brandon onder stress

Gedrag en de behoeften onder stress

Stress is onvermijdelijk. De manier waarop we ons gedragen onder stress kunnen een beeld creëren van ons die we niet willen zijn.

Ze kunnen onze effectiviteit en onze interactie met anderen beïnvloeden. We hebben mogelijk extra ondersteuning nodig gedurende perioden van stress. Door te weten hoe we ons gedragen onder stress en te weten welke ondersteuning nuttig kan zijn bij stress, kunnen we ons beter voorbereiden op hoe we ons gedragen bij conflicten. Hierdoor zijn we in staat om strategieën te bedenken hoe we conflicten kunnen verminderen. Op basis van je hoogste stijl D,I,S of C zijn onderstaande omschrijvingen tot stand gekomen.

Onder stress lijkt je:

- Agressief
- Prikkelbaar
- Nieuwsgierig en opdringerig
- Kritisch
- Opdringerig

Je gedrag tijdens conflicten:

- D's hebben weinig problemen met conflicten, agressie en woede. Vaak beseffen ze de impact van hun gedrag op anderen niet. In andere gevallen zetten ze bewust woede en agressie in als tactisch wapen. In die gevallen laten zij de agressie vaak zelfs toenemen.
- Hun passie om te winnen kan leiden tot een win/verlies situatie waardoor het voor anderen moeilijk is om met hen samen te werken.
- D's koesteren zelden wraak. Zodra een aanvaring voorbij is, vergeven en vergeten zij op persoonlijk vlak direct. Maar factoren die geleid hebben tot teleurstellende resultaten zullen zowel bekijken en evalueren.

Onder stress heb je behoefte aan:

- Tastbaar bewijs van vooruitgang
- Een hoog tempo bij het nastreven van doelen
- Realisaties

Strategieën om conflicten te reduceren en de harmonie te verhogen:

- Leg het waarom van je beslissingen uit, anders lijken ze willekeurig. Als je gebruik maakt van iemands suggestie, geef de betreffende persoon dan ook erkenning hiervoor.
- D's moeten alle mensen in een project betrekken bij hun beslissingsproces. Vraag regelmatig om hun input en neem deze ook mee. Je kunt dan altijd nog de eindbeslissing nemen, maar het is dan meer een besluit dat in overleg is genomen, zodat anderen er sneller mee akkoord gaan.
- Schep geen onenigheid of onrust uitsluitend om mensen te prikkelen. Dit geeft jou misschien nieuwe energie, maar kan ernstige negatieve effecten hebben op veel anderen.



Communicatietips

De onderstaande suggesties kunnen anderen die met jou omgaan helpen om te begrijpen wat jouw voorkeuren zijn als ze met jou communiceren. Om deze informatie effectief te gebruiken, kun je het met anderen delen en ook hun voorkeuren bespreken.

Bepaal de twee belangrijkste ideeën voor wanneer anderen met jou communiceren (do's & don'ts) en zet ze op de pagina 'Samenvatting van je stijl'.



WEL DOEN

wanneer je communiceert met Brandon:

- Overtuig door te verwijzen naar doelstellingen en resultaten.
- Verstrek schriftelijke details van het probleem of de kwestie.
- Steun de resultaten wanneer je het er mee eens bent, in plaats van de persoon die verantwoordelijk is voor de resultaten.
- Wees duidelijk, specifiek, bondig en kom meteen ter zake.
- Richt je op specifieke vragen, en leg de focus bij voorkeur op de "wat" en "hoe" kwesties om erachter te komen hoe hem hierover denkt.
- Hou je ogen open voor tekenen van onenigheid of ontevredenheid.
- Begin je conversatie met een persoonlijke opmerking, al is het maar kort; het zal het ijs breken.



NIET DOEN

wanneer je communiceert met Brandon:

- Klets maar wat of verspil de tijd van hem.
- Dwing hem om snel op je doelstellingen te reageren.
- Manipuleer hem om een overeenkomst af te dwingen.
- Laat onenigheid op een persoonlijke manier op hem reflecteren.
- Bied zekerheden en garanties die je niet kunt nakomen.
- Verneder of kwets met aansporingen of steken onder water.
- Dreig met functie of macht.



Potentiële gebieden voor ontwikkeling

Iedereen heeft zijn gedragsvalkuilen, beperkingen en zwaktes. Als iemand op zijn sterke punten doorschiet, kan zijn kracht echter makkelijk een zwakte worden. De directheid van iemand kan in bepaalde situaties een kracht zijn, maar wanneer dit gedrag te ver doorschiet, kan het bazing worden.

*Hieronder staan de potentiële gebieden waarop jij je kan ontwikkelen. **Vink de twee belangrijkste gebieden aan die je graag wilt verbeteren en noteer ze op de pagina 'Samenvatting van je stijl'.***

Potentiële gebieden voor ontwikkeling

- » Je hebt wellicht wat aanmoediging nodig om alternatieve benaderingen van taken in overweging te nemen.
- » Je hebt de neiging om te vaak te veel hooi op je vork te nemen.
- » Brandon, uit jouw antwoorden blijkt dat je attent bent voor anderen en dat je hen op een assertieve manier kan overtuigen, zonder veeleisend te worden. Dit kan een aanwinst betekenen voor het team, vooral bij complexe projecten waarbij verschillende soorten mensen betrokken zijn.
- » Wanneer je ergens mee geconfronteerd wordt, heb je de neiging om de schuld bij anderen te leggen, je fouten te ontkennen en je positie te verdedigen.
- » Je geeft je meerderen soms onterecht het gevoel dat je het met hen eens bent.
- » Wellicht moet je aan je flexibiliteit werken, en meer bereid zijn om compromissen te sluiten wanneer dit nodig is.
- » Je bent soms bot, tactloos en halsstarrig.

Samenvatting van de stijl van:

Brandon Parker

*Communicatie is tweerichtingsverkeer. Spoor anderen aan om hun eigen DISC gedragsanalyse in te vullen en deel dan de samenvattingspagina met elkaar. Door voorkeuren, motivaties en wensen te bespreken met de mensen waarmee je werkt, kun je de communicatie beter op elkaar afstemmen en kun je deze relaties verbeteren. Zo verander je een mogelijk stressvolle relatie in een effectieve relatie, als je de DISC stijlen eenmaal begrijpt en toepast. **Vul het gehele werkblad in met de vorige pagina's van dit rapport.***

Je sterktes: wat jij naar de organisatie brengt

1.
2.

De aanleg van je werkstijl

1.
2.

Je motivatie (eisen)

1.
2.

Wat je nodig hebt

1.
2.

Je motivaties: ideale werkomgeving

1.
2.

Communicatie: Do's & Don't s

1.
2.

Potentiële gebieden voor ontwikkeling

1.
2.

Woordschets Responsstijl

DISC is een motivatie-observeringsinstrument gebaseerd op het idee dat emoties en gedrag niet 'goed' of 'slecht' zijn. Integendeel, gedrag laat juist zien waar iemand behoefte aan heeft. Als je iemands gedrag nauwkeurig observeert, is het makkelijker iemand te 'lezen' en in te spelen op wat iemand nodig heeft en motiveert. Dit geeft ons de mogelijkheid om te voorspellen wat iemand wel of niet blij maakt, wat de relatie verbetert en wat zorgt voor een meer harmonieuze en productieve werkomgeving! Op basis van jouw antwoorden laat deze tabel je respons **DISC** zien als een 'Woordschets'. Gebruik het in verschillende situaties om te beschrijven waarom je doet wat je doet en wat belangrijk voor je is als het gaat om **(D)**ominantie bij problemen, **(I)**nvloed van andere mensen, **(S)**tandvastigheid van het tempo, of **(C)**onformistisch gedrag bij het volgen van procedures en regels. Ontdek de specifieke behoeften die jou (misschien onbewust) motiveren in elk FOCUS gebied. Zit je DISC punt bij level 1 en 2? Dan zijn je emoties en behoeftigheden exact tegenovergesteld aan die van degenen die bij level 5 en 6 in dat gebied zitten.

				
DISC focus	Problemen/taken	Mensen	Tempo van de omgeving	Procedures
Behoeftigheden	Uitdagingen/autoriteit	Sociale relaties Vriendelijke omgeving	Systemen, teams, stabiele omgeving	Regels, data om te analyseren
Emoties	Beslist, neemt risico's	Optimistisch, vertrouwd anderen	Geduld, uit zich niet	Voorzichtig, behoedzame beslisser
Angsten	Gebruikt worden/ controle verliezen	Buiten gesloten worden/ verlies van sociale goedkeuring	Plotselinge verandering/ verlies van stabiliteit en veiligheid	Kritiek krijgen/ verlies van precisie en kwaliteit
6	betogend uitdagend veeleisend besluitvaardig dominerend egocentrisch	emotioneel enthousiast gezellig impulsief optimistisch overtuigend	kalmerend loyaal geduldig vredig sereen team player	accuraat conservatief veeleisend feit-vinder precies systematisch
5	avontuurlijk risico-nemer direct krachtig	charmant invloedrijk gezellig betrouwbaar	consistent coöperatief bezitterig ontspannend	consciëntieus beleefd geconcentreerd hoge standaarden
4	assertief competitief vastberaden zelfstandig	zelfverzekerd vriendelijk gul in balans	kalm doelbewust stabiel gestaag	analytisch netjes gevoelig tactvol
3	gecalculeerde risico's bescheiden vragend onpretentius	gecontroleerd oordeelkundig rationeel reflectief	alert gedreven flexibel mobiel	eigen persoon zelfverzekerd eigenzinnig volhardend
2	mild zoekt overeenstemming onopvallend weegt voordelen/nadelen af	beschouwend feitelijk logisch ingetogen	ontevreden energiek ongedurig onstuimig	autonoom onafhankelijk standvastig koppig
1	instemmend voorzichtig conservatief beschouwend bescheiden terughoudend	zelfbeschouwend pessimistisch stil nadenkend terughoudend achterdochtig	actief verandering-georiënteerd fouten-opsporend ongeduldig rusteloos spontaan	willekeurig tartend onverschrokken halsstarrig rebels sarcastisch

Woordschets Basisstijl

DISC is een motivatie-observeringsinstrument gebaseerd op het idee dat emoties en gedrag niet 'goed' of 'slecht' zijn. Integendeel, gedrag laat juist zien waar iemand behoefte aan heeft. Als je iemands gedrag nauwkeurig observeert, is het makkelijker iemand te 'lezen' en in te spelen op wat iemand nodig heeft en motiveert. Dit geeft ons de mogelijkheid om te voorspellen wat iemand wel of niet blij maakt, wat de relatie verbetert en wat zorgt voor een meer harmonieuze en productieve werkomgeving! Op basis van jouw antwoorden laat deze tabel je basis DISC zien als een 'Woordschets'. Gebruik het in verschillende situaties om te beschrijven waarom je doet wat je doet en wat belangrijk voor je is als het gaat om **(D)**ominantie bij problemen, **(I)**nvloed van andere mensen, **(S)**tandvastigheid van het tempo, of **(C)**onformistisch gedrag bij het volgen van procedures en regels. Ontdek de specifieke behoeften die jou (misschien onbewust) motiveren in elk **FOCUS** gebied. Zit je DISC punt bij level 1 en 2? Dan zijn je emoties en benodigdheden exact tegenovergesteld aan die van degenen die bij level 5 en 6 in dat gebied zitten.

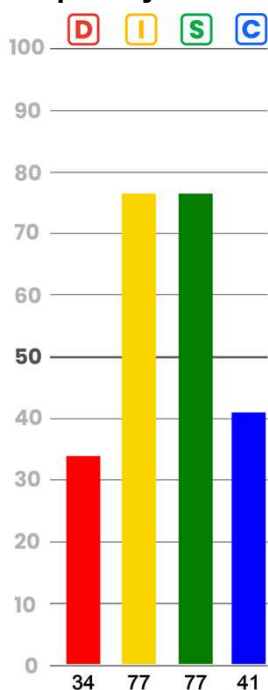
	D	I	S	C
DISC focus	Problemen/taken	Mensen	Tempo van de omgeving	Procedures
Benodigdheden	Uitdagingen/autoriteit	Sociale relaties Vriendelijke omgeving	Systemen, teams, stabiele omgeving	Regels, data om te analyseren
Emoties	Beslist, neemt risico's	Optimistisch, vertrouwd anderen	Geduld, uit zich niet	Voorzichtig, behoedzame beslisser
Angsten	Gebruikt worden/ controle verliezen	Buiten gesloten worden/ verlies van sociale goedkeuring	Plotselinge verandering/ verlies van stabiliteit en veiligheid	Kritiek krijgen/ verlies van precisie en kwaliteit

6	betogend uitdagend veeleisend besluitvaardig dominerend egocentrisch	emotioneel enthousiast gezellig impulsief optimistisch overtuigend	kalmerend loyaal geduldig vredig sereen team player	accuraat conservatief veeleisend feit-vinder precies systematisch
5	avontuurlijk risico-nemer direct krachtig	charmant invloedrijk gezellig betrouwbaar	consistent coöperatief bezitterig ontspannend	conscientieus beleefd geconcentreerd hoge standaarden
4	assertief competitief vastberaden zelfstandig	zelfverzekerd vriendelijk gul in balans	kalm doelbewust stabiel gestaag	analytisch netjes gevoelig tactvol
3	gecalculeerde risico's bescheiden vragend onpretentius	gecontroleerd oordeelkundig rationeel reflectief	alert gedreven flexibel mobiel	eigen persoon zelfverzekerd eigenzinnig volhardend
2	mild zoekt overeenstemming onopvallend weegt voordelen/nadelen af	beschouwend feitelijk logisch ingetogen	ontevreden energiek ongedurig onstuimig	autonoom onafhankelijk standvastig koppig
1	instemmend voorzichtig conservatief beschouwend bescheiden terughoudend	zelfbeschouwend pessimistisch stil nadenkend terughoudend achterdochtig	actief verandering-georiënteerd fouten-opsporend ongeduldig rusteloos spontaan	willekeurig tartend onverschrokken halsstarrig rebels sarcastisch

DISC grafieken van Brandon Parker

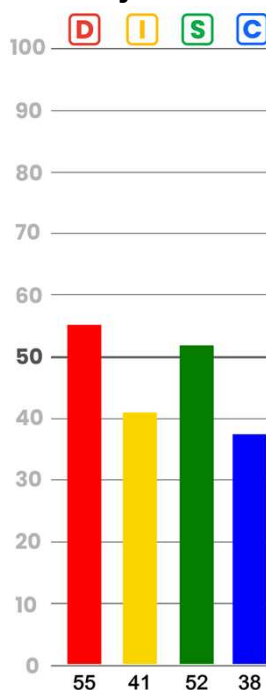
Je **responsstijl** is links weergegeven. Dit is het gedrag dat je vertoont, omdat je denkt dat dit wenselijk is in je geselecteerde aandachtsgebied (werk, sociaal, familie). Deze grafiek zou kunnen veranderen als je van rol wijzigt of in een andere situatie belandt. De grafiek aan de rechterkant is je **basisstijl** en laat je instinctieve, natuurlijke gedrag en motivatie zien. Het is vaak een betere indicatie van wie je echt bent en hoe je automatisch en instinctief reageert.

Responsstijl - Grafiek I



Patroon: IS (2553)

Basisstijl - Grafiek II



Patroon: DS (4343)

Als de grafieken vergelijkbaar zijn, betekent dit dat je basisgedrag dicht bij je responsgedrag in de geselecteerde omgeving ligt. Als je responsstijl sterk verschilt van je basisstijl, dan kan dit stress opleveren op langere termijn. Je vertoont dan gedrag waarbij je je niet comfortabel voelt en dat ver van je basisgedrag af ligt.

De viercijferige getallen (onder de grafiek patroon:) zijn de segmentnummers in DISC volgorde en verwijzen naar de genummerde bijvoeglijke naamwoorden in de indeling op de 'Woordschets' pagina.

Hoe hoger of lager elk D, I, S, C punt is in je grafieken, des te groter of kleiner is de invloed van je neiging om je behoeftes na te streven op je werk en de mensen om je heen. Als je je hier eenmaal van bewust bent, kun je je gedrag aanpassen.

Waarneembaar gedrag en de 12 geïntegreerde relaties

Samenvatting

In ons gedrag zie je niet alleen de primaire of dominante stijl, ook de andere drie stijlen hebben invloed op je gedrag. Je gedrag is niet zomaar één van deze stijlen; je gedrag is het resultaat van alle vier stijlen en hoe ze elkaar beïnvloeden. De volgende gedragstendensen worden gescoord op basis van de manier waarop je DISC-stijlen combineren en elkaar beïnvloeden. Op deze pagina zie je alle 12 gedragstendensen in samenvatting, en op de volgende pagina's gaan we in op de details van deze metingen.

Gedrag	Basis	Repons
Geeft instructies <i>Hoe deze persoon de richting en verwachtingen bepaalt.</i>	Situationeel	Situationeel
Volgen van het werkproces <i>Hoe deze persoon werkprocessen volgt op het werk.</i>	Situatie afhankelijk	Consistentie
Zelfvertrouwen <i>Hoe deze persoon werkt binnen een team.</i>	Situatie afhankelijk	Samenwerking
Zorgvuldige Besluitvorming <i>Hoe deze persoon beslissingen en acties benadert.</i>	situatie afhankelijk	situatie afhankelijk
Openheid <i>Hoe deze persoon openheid laat zien.</i>	Situatie afhankelijk	Sociaal
Gedrevenheid <i>Hoe deze persoon gedreven wordt.</i>	Situatie afhankelijk	Door anderen gedreven
Weerstand tegen verandering <i>Hoe deze persoon zich tegen verandering verzet.</i>	Situatieafhankelijk	Terughoudend bij verandering
Redenering <i>Hoe deze persoon bewijsmateriaal gebruikt om problemen door te denken en op te lossen.</i>	Situatie afhankelijk	Intuïtie-gebaseerd
Interactie met klanten en teams <i>Hoe deze persoon omgaat met klanten en belanghebbenden, intern en extern.</i>	Situatie afhankelijk	Situatie afhankelijk
Mensgericht <i>Hoe deze persoon zich focust in de omgang met anderen.</i>	Situatie afhankelijk	Gericht op relaties
Nauwkeurigheid <i>Hoe deze persoon zich richt op juistheid en nauwkeurigheid.</i>	Situatieafhankelijk	Voorspelbaarheid
Prioriteiten stellen <i>Hoe deze persoon de volgorde bepaalt voor het aanpakken van punten of taken op basis van vastgestelde regels en structuur.</i>	Situatie afhankelijk	Situatie afhankelijk

Waarneembaar gedrag en de 12 geïntegreerde relaties

Details en grafieken

Voor elk van de 12 geïntegreerde relaties zie je een grafiek en een gepersonaliseerde verklaring voor je natuurlijke en aangepaste stijl. Deze scores en verklaringen onthullen welke gedragsstijl combinaties het meest waarneembaar zijn en beschrijven hoe je die tendens tot uitdrukking brengt.

Interpretatie opmerkingen:

Waargenomen frequentie: De gedragsneigingen worden gepresenteerd in de volgorde van Meest Voorkomende tot Minst Vaak waargenomen.

HI - Duidelijk waargenomen in de meeste situaties, vaker gezien

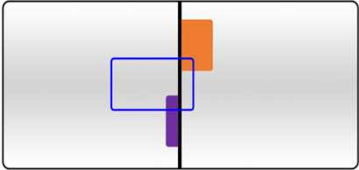
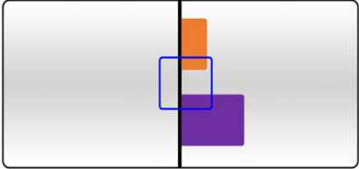
HM - (High Moderate) - Vaak waargenomen in veel situaties

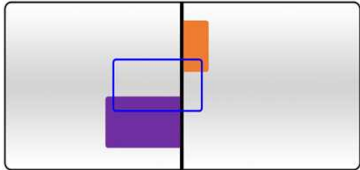
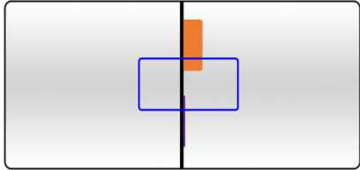
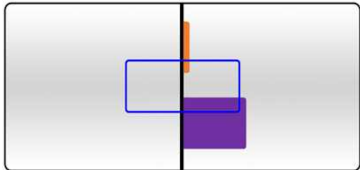
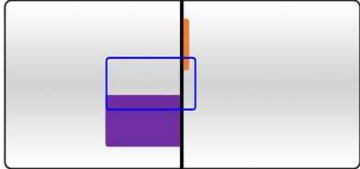
MOD - Kan wel of niet worden nageleefd, afhankelijk van de situatie

LM - Soms waargenomen in bepaalde situaties

LAAG - Afwezigheid van het gedrag in de meeste situaties

1. **Richting van uw score** - Als de grafiek naar rechts of links beweegt, laat het zien hoe je waarschijnlijk zult reageren. Als de grafieken zich in de buurt van het midden bevinden, is het resultaat een gebalanceerd gedragseffect, dat inspeelt op de situatie.
2. **Algemene populatie vergelijking** - Het **blauwe blok** vertegenwoordigt de algemene populatie in deze gedragstendens. Ongeveer 68% van de mensen scoort in dit bereik.

Gedragstendensen	Voorkeuren
Geeft instructies Basis (MOD): Je bent in staat een evenwicht te vinden tussen de wens om de doelstellingen te bepalen en het protocol te volgen afhankelijk van de situatie. Je kunt de vastgestelde structurele en procedurele richtlijn volgen wanneer deze de doelstellingen ondersteunen. Houd er rekening mee dat dit soms moeilijk kan zijn voor personen die minder gericht zijn op taken en meer gericht op relaties. Repons (MOD): In overeenstemming met de basis stijl	Gereserveerd en gedetailleerd (C) Directief (D)  A bar chart with a vertical axis and a horizontal axis. The vertical axis has two labels: 'Gereserveerd en gedetailleerd (C)' on the left and 'Directief (D)' on the right. The horizontal axis has a central vertical line. There are two bars: an orange bar on the left and a purple bar on the right. The orange bar is slightly taller than the purple bar. A blue square is positioned in the center, overlapping both bars.
Volgen van het werkproces Basis (MOD): Jouw aanpak bestaat uit de afweging tussen zaken methodisch en stabiel houden en het handhaven van kwaliteitsnormen om er voor te zorgen dat wat je doet nauwkeurig en accuraat is. Je bent in staat om informatie te verwerken op basis van aandacht voor nauwkeurigheid en voor consistentie. Samen zorgen deze beide voor geweldige resultaten. Repons (HM): Jouw proces en aanpak wordt vaak gedreven door de wens om de zaken consistent te houden en in een methodisch, gestaag tempo vooruit te gaan. Je zult waarschijnlijk informatie analyseren op consistentie en voorspelbaarheid.	Nauwkeurigheid Consistentie  A bar chart with a vertical axis and a horizontal axis. The vertical axis has two labels: 'Nauwkeurigheid' on the left and 'Consistentie' on the right. The horizontal axis has a central vertical line. There are two bars: an orange bar on the left and a purple bar on the right. The orange bar is slightly taller than the purple bar. A blue square is positioned in the center, overlapping both bars.

Gedragstendensen	Voorkeuren
Zelfvertrouwen Basis (MOD): Je brengt resultaten en interactie in balans, je krijgt dingen efficiënt gedaan, en je betreft anderen erbij om dit zo effectief mogelijk te bereiken. Je werkt meestal productief en efficiënt, of je nu zelfstandig of in samenwerking met anderen werkt. Repons (LM): Je hecht veel belang aan het betrekken van anderen, waarbij je er de voorkeur aan geeft om samen resultaten te bereiken. Samen met anderen werk je het best. Wees je ervan bewust dat te veel interactie kan leiden tot enige vertraging in productiviteit of efficiëntie.	Samenwerking Directief 
Zorgvuldige Besluitvorming Basis (MOD): Je houdt rekening met risico's, maar je kunt ook impulsief handelen, in overeenstemming met je gevoel en intuïtie. Je beslissingen zijn gebaseerd op een evenwichtige benadering van logica en emotie, waarbij je doet wat goed voelt en wat zinvol is. Repons (MOD): In overeenstemming met de basis stijl	Impulsief Zorgvuldig 
Openheid Basis (MOD): Je zult je waarschijnlijk op je gemak voelen als je de gelegenheid hebt om met anderen te discussiëren en persoonlijke contacten op kan bouwen, terwijl je ook aandacht besteedt aan structuur, detail en nauwkeurigheid. Je kunt moeite hebben met het handhaven van een consistent tempo of focus. Je kunt vertrouwen op je sociale interactievaardigheden en op je vermogen informatie te verstrekken waarbij jouw perspectief onderbouwd wordt. Repons (HM): Je bent zeer op je gemak in de omgang met anderen, snel en gericht op persoonlijke contacten, en kan de neiging hebben om dingen te verfraaien om de aandacht te trekken. Je bent waarschijnlijk zelfverzekerd en op je gemak in de omgang met anderen, en vertrouwt op informatie van mensen die je vertrouwt. Vergeet niet dat het soms ook belangrijk is om de ondersteunende documentatie te hebben.	Gestructureerd Sociaal 
Gedrevenheid Basis (MOD): Je vastberadenheid is in balans tussen innerlijke drijfveren en afgestemd-zijn op anderen, met de focus op acties en resultaten. Je bent je bewust van de risico's en de gevolgen van je acties. Je wordt waarschijnlijk gedreven door je behoefte anderen te ondersteunen en te helpen in het proces. Repons (LM): Je vastberadenheid is redelijk stabiel. Je houdt rekening met de gevolgen voor de samenwerking met anderen voordat je actie onderneemt. Je wordt waarschijnlijk gedreven tot actie op basis van de verwachtingen van anderen, wat kan betekenen dat je meer op je neemt dan nodig zou zijn wanneer je afspraken maakt.	Door anderen gedreven Zelf gedreven 

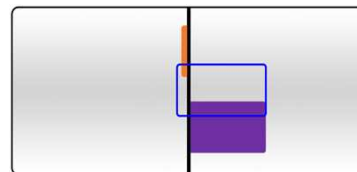
Weerstand tegen verandering

Basis (MOD): Je acceptatie van verandering verloopt soms traag, je hecht soms meer waarde aan je eigen gedachten en ideeën, afhankelijk van het risiconiveau en het te verwachten resultaat. Er situaties waarin je veranderingen accepteert en actief betrokken bent bij de veranderingen en andere situaties waarin je het gevoel hebt dat meer informatie en planning nuttig zou zijn. Als het zinvol is, stem je meestal wel in.

Repons (HM): Je staat enigszins open voor verandering, zolang je je maar kunt voorbereiden en begrijpt wat de verwachtingen zijn en de redenen voor de noodzakelijke aanpassingen. Je reactie op verandering is waarschijnlijk eerst begrip ontwikkelen en dan te plannen hoe je succesvol kunt handelen. Je zult niet altijd de tijd hebben om je volledig voor te bereiden, dus flexibiliteit en openheid kunnen een voordeel zijn.

Stimuleert verandering

Terughoudend bij verandering



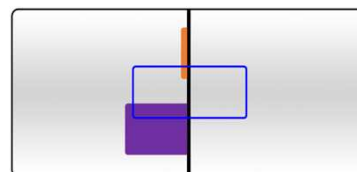
Redenering

Basis (MOD): Je zult wellicht enigszins vertrouwen op je gevoelens en interacties met anderen om beslissingen te nemen en te kiezen wat waarschijnlijk aanvaardbaar wordt geacht. Je zult echter wel proberen je oordeel te onderbouwen met bewijs en verificatie. Wanneer je redeneert, vertrouw je waarschijnlijk op een evenwichtige benadering van logica en emotie, en kijk je naar de omstandigheden met een logisch perspectief en besteed je ook aandacht aan wat goed voelt.

Repons (LM): Je rekent vaak op je gevoelens en interacties met anderen om beslissingen te nemen en te kiezen wat waarschijnlijk sociaal aanvaardbaar is. Je denkt vaak na op basis van emoties in plaats van logica, vertrouwend op je intuïtie. Wees je ervan bewust dat evenwichtig denken zowel naar de emoties als naar de logica kijkt.

Intuïtie-gebaseerd

bewijs-gebaseerd



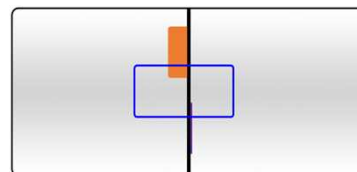
Interactie met klanten en teams

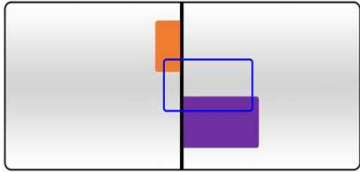
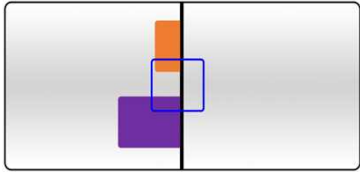
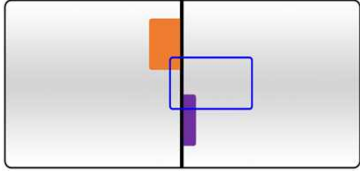
Basis (MOD): Je kunt betrokken en overtuigend zijn en tegelijkertijd ondersteuning en stabiliteit bieden in je contacten met anderen. Je bent waarschijnlijk in staat om aan de behoeften van anderen tegemoet te komen en een relatie te creëren. Dit kan leiden tot loyale en betrouwbare relaties.

Repons (MOD): In overeenstemming met de basis stijl

Ondersteunen

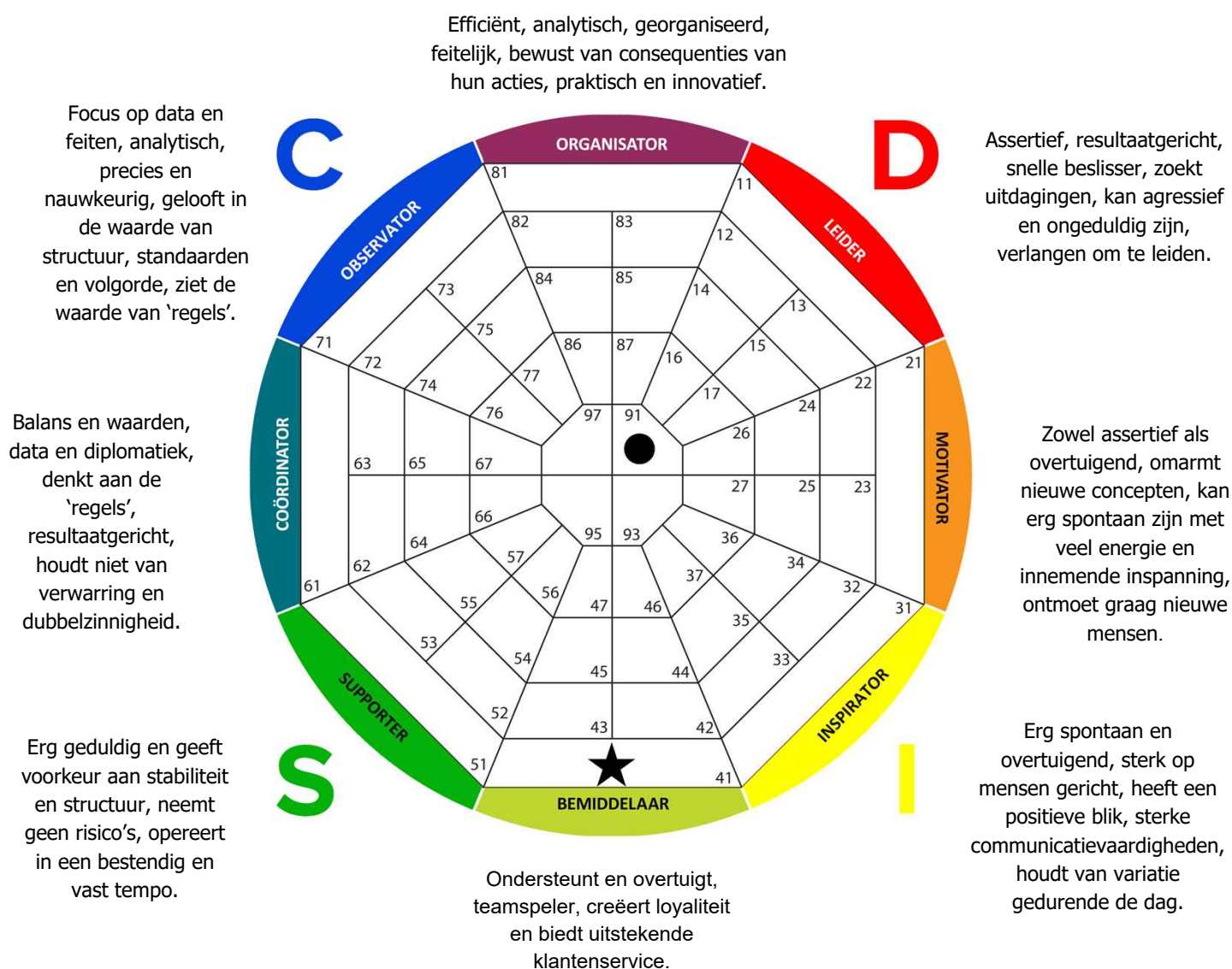
Innemend



Gedragstendensen	Voorkeuren
Mensgericht Basis (MOD): Je interacties worden gedreven door de wens om een sociale band met anderen op te bouwen en om het werk gedaan te krijgen en resultaten te bereiken. Als je beide tegelijk kunt doen, is dat geweldig. Repons (HM): Je bent nogal sociaal en meer geneigd je te richten op het opbouwen van een relatie en het leggen van verbindingen, dan op het bereiken van een doel of het voltooien van een taak. Houd voor ogen dat er soms dingen gedaan moeten worden.	Resultaatgericht Gericht op relaties 
Nauwkeurigheid Basis (MOD): Je streeft naar een combinatie van zorgvuldig overleg om de kwaliteit van je plannen te waarborgen en systemen en processen op te zetten die het mogelijk maken om vooruitgang te boeken in een stabiele omgeving. Je bent je waarschijnlijk bewust van zowel voorspelbaarheid als precisie bij het maken van plannen. Je zult waarschijnlijk positievere resultaten hebben bij het gebruik van een evenwichtige planningsmethode. Repons (LM): Je richt je vaak op het zo voorspelbaar en stabiel mogelijk maken van processen en systemen om anderen te ondersteunen bij het bereiken van het beste resultaat. Je hebt waarschijnlijk een aversie voor risico. Voorspelbaarheid en consistentie zijn ongelooflijk belangrijk bij het nemen van beslissingen, maar onthoud ook dat redelijkheid belangrijk is.	Voorspelbaarheid Precisie 
Prioriteiten stellen Basis (MOD): Je hebt aandacht voor vastgestelde richtlijnen om resultaten van hoge kwaliteit te garanderen en bent gericht op acties die onmiddellijke prestaties leveren. Je weegt waarschijnlijk zowel de regels als de resultaten bij het stellen van prioriteiten en erkent dat beide van belang zijn voor een succesvolle ervaring en resultaat. Repons (MOD): In overeenstemming met de basis stijl	Resultaten Regels 

Overzicht gedragspatroon

Het overzicht gedragspatroon bestaat uit acht gedragszones. Elke zone omvat verschillende gedragstrekken. De omschrijvingen aan de buitenkant beschrijven hoe anderen normaal gesproken iemand definiëren die jouw gedragsstijl vertoont. De vakken aan de buitenste randen van de diamant tonen welke factor (DISC) van je stijl de andere drie domineert. Als je richting het midden van de diamant kijkt, zie je twee en uiteindelijk drie karaktertrekken gecombineerd die de intensiteit van je omschreven gedragsstijl matigen binnen een specifieke gedragszone.



LEGENDA

D DOMINANTIE	hoe je omgaat met problemen	● Basis gedragsstijl
I INVLOED	hoe je omgaat met andere mensen	★ Respons gedragsstijl
S STABILITEIT	hoe je omgaat met het tempo van je omgeving	
C CONFORMISTISCH	hoe je omgaat met de 'regels van de organisatie' en ook de focus op details, nauwkeurigheid en precisie	

DEEL II Toepassing van de DISC stijlen

Om relaties te verbeteren moet je allereerst je eigen gedrag begrijpen. Alle kennis in de wereld betekent niet veel als je niet weet hoe je deze moet toepassen in echte situaties. Dat is exact waar de rest van dit rapport over gaat.

Om echt te beginnen met het gebruik van gedragsstijlen, dien je te weten hoe de informatie moet worden toegepast op mensen en situaties. Onthoud dit: mensen willen behandeld worden naar hun gedragsstijl, niet naar die van jou!

Dit gedeelte zal je helpen te begrijpen hoe je effectiever met relaties en situaties om kunt gaan.

Deze toepassingssectie bevat:

- » Overzicht van de vier basis DISC stijlen
- » Hoe identificeer je de gedragsstijl van andere personen?
- » Wat is aanpassingsvermogen van gedrag?
- » Hoe verander je jouw stijl?
- » Spanningen tussen de stijlen
- » Hoe kun je je aanpassen aan de verschillende gedragsstijlen?

Goede relaties kunnen nog beter worden en uitdagende relaties worden wellicht goed. Na het doornemen van de informatie kies je een relatie waar de dingen niet zo gladjes zijn verlopen als je zou willen. Beloof jezelf op zijn minst de tijd te nemen om begrip te krijgen voor de gedragsstijl van de andere persoon en neem een aantal stappen om je gedrag aan te passen en zo de relatie te verbeteren. Zo pak je het aan:

1. Identificeer de gedragsstijl van de ander door gebruik te maken van de **Hoe identificeer ik de gedragsstijl van een ander** sectie. Je kunt meer over andermans stijl te weten komen in het **Overzicht van de vier basis DISC stijlen**. Het gedeelte over **Wat is aanpassingsvermogen** biedt je een diepgaand inzicht in wat aanpassingsvermogen is, wat het niet is, en waarom het zo belangrijk is voor je interpersoonlijke relaties.
2. Zodra je weet wat de stijl en voorkeur is van de ander met betrekking tot introvert/extravert en/of taakgericht/mensgericht gedrag kun je de **Hoe pas je je extravertheid/introvertheid en taakgerichtheid/mensgerichtheid aan** sectie gebruiken om je aan te passen in situaties waarbij deze persoon betrokken is. Je zult versteld staan van het verschil.
3. Om meer begrip te krijgen voor de spanning die de relatie wellicht kent, kun je terecht bij de **Spanning bij de stijlen** sectie en het **Spanning binnen de stijlen werkblad** voltooien. Door je bewust te zijn van de verschillen in voorkeur wat betreft tempo en prioriteit en je aan de hand daarvan aan te passen, kun je een groot verschil maken in gespannen relaties.
4. En tot slot, de laatste sectie, **Hoe kan ik me aanpassen aan verschillende gedragsstijlen** geeft je suggesties voor situaties waarin je met één van de vier basisstijlen te maken hebt.

Overzicht van de vier basis DISC stijlen

Onderstaand vind je een tabel die je helpt om enkele kenmerken van elk van de vier basis DISC stijlen te begrijpen, zodat je op een effectievere manier met elke stijl kunt omgaan. Hoewel de gedragsstijl slechts een gedeeltelijke beschrijving is van persoonlijkheid, is hij erg nuttig voor het beschrijven van iemands gedrag en hoe iemand door anderen wordt waargenomen in persoonlijke, sociale en werksituaties.

	D HOOG DOMINANTE STIJL	I HOOG BEÏNVLOEDENDE STIJL	S HOOG STABIELE STIJL	C HOOG CONFORMISTISCHE STIJL
TEMPO	Snel/Beslissend	Snel/Spontaan	Langzamer/Relaxed	Langzamer/Systematisch
PRIORITEIT	Doel	Mensen	Relatie	Taak
ZOEKT NAAR	Productiviteit Controle	Deelname Bijval	Acceptatie	Nauwkeurigheid Precisie
STERKE PUNTEN	Administratie Leiderschap Baanbrekend	Overtuigend Motiverend Entertainend	Luisteren Teamwork Nakomen	Plannen Systematiseren Ordenen
GROEI GEBIEDEN	Ongeduldig Ongevoelig naar anderen Slechte luisteraar	Onoplettend naar details Korte aandachtsspanne Slecht in nakomen	Overgevoelig Begint langzaam Tekort aan totaaloverzicht	Perfectionist Kritisch Onverschillig
ANGSTEN	Dat er misbruik wordt gemaakt	Verlies van sociale erkenning	Plotselinge veranderingen Instabiliteit	Persoonlijke kritiek op hun werk
IRRITATIES	Inefficiëntie Besluiteloosheid	Routines Complexiteit	Ongevoeligheid Ongeduldigheid	Disorganisatie Ongepastheid
WORDT ONDER STRESS	Overheersend Kritisch	Sarcastisch Oppervlakkig	Onderdanig Besluiteloos	Teruggetrokken Koppig
VERKRIJGT ZEKERHEID DOOR	Controle Leiderschap	Speelsheid Goedkeuring van anderen	Vriendschap Samenwerking	Vorbereiding Grondigheid
MEET PERSOONLIJKE WAARDE DOOR	Impact of resultaten en producten	Dankwoorden Bijval Complimenten	Verenigbaarheid met anderen Mate van deelname	Precisie Nauwkeurigheid Kwaliteit van de resultaten
WERKPLEK	Efficiënt Druk Gestructureerd	Interactie Druk Persoonlijk	Vriendelijk Functioneel Persoonlijk	Formeel Functioneel Gestructureerd

Communicatieplan voor de DOMINANTE STIJL

KARAKTERISTIEKEN

DUS JIJ...

- Streeft ernaar de #1 te zijn
 - Denkt logisch na
 - Wil feiten en highlights
 - Streeft naar resultaten
 - Maakt graag zelf keuzes
 - Houdt van verandering
 - Geeft voorkeur aan delegeren
 - Wil erkenning van anderen
 - Wil de leiding hebben
 - Heeft neiging om conflicten te veroorzaken
- » Laat hen zien hoe ze kunnen winnen, nieuwe kansen
 - » Beredeneert helder
 - » Overlegt beknopte data
 - » Stemt in met doelen en grenzen en biedt ondersteuning of laat ze hun gang gaan
 - » Staat toe dat ze 'hun eigen ding doen', binnen grenzen
 - » Varieert in de routine
 - » Gaat op zoek naar kansen om de focus van de werklust te verleggen
 - » Complimenteert hen met wat ze hebben gedaan
 - » Laat hen de leiding nemen als dit gepast is, maar geeft hen wel parameters mee
 - » Beargumenteert als het nodig is met overtuiging de punten waarover je het oneens bent, benoemt feiten en betoogt niet op een 'persoonlijke' basis

Communicatieplan voor de INVLOED STIJL

KARAKTERISTIEKEN

DUS JIJ...

- Wil goedkeuring en goed overkomen vindt
 - Zoekt enthousiaste mensen en situaties
 - Denkt met emotie
 - Wil de algemene verwachtingen weten
 - Heeft betrokkenheid en menselijk contact nodig
 - Houdt van verandering en innovatie
 - Wil dat anderen HEN opmerken
 - Heeft vaak hulp nodig om te organiseren
 - Is op zoek naar actie en stimulatie
 - Omgeeft zichzelf met optimisme
 - Wil feedback dat ze het 'goed doen'
- » Laat weten dat ze gewaardeerd zijn en dat je hen aardig
 - » Gedraagt je optimistisch en schept een enthousiaste sfeer
 - » Biedt steun aan hun gevoelens waar mogelijk
 - » Vermijdt details, concentreert je op het grote plaatje
 - » Toont interactie en verleent medewerking
 - » Wijzigt de routine, vermijdt repeterend werk op de lange termijn voor hen
 - » Geeft hen vaak persoonlijke complimenten
 - » Doet het samen
 - » Zorgt voor een snel, levendig tempo
 - » Geeft steun aan hun ideeën, geeft geen kritiek op details en laat hen je positieve kant zien
 - » Benoemt de prestaties, voortgang en toont welgemeende Waardering

Communicatieplan voor de STABIELE STIJL

KARAKTERISTIEKEN

DUS JIJ...

- Streeft naar stabiliteit
 - Denkt logisch na
 - Wil documentatie en feiten
 - Vindt persoonlijke betrokkenheid fijn
 - Wil een stap-voor-stap aanpak
 - Vindt conflicten onprettig
 - Helpt graag anderen
 - Op zoek naar rust en vrede
 - Geniet van teamwork
 - Wil oprechte feedback en waardering ontvangen
- » Laat zien hoe je risico's minimaliseert
 - » Beredeneert helder
 - » Voorziet in data en feiten
 - » Toont interesse in hen
 - » Voorziet in een ruwe schets en/of één-twee-drie instructies en loopt deze persoonlijk met hen door
 - » Complimenteert hen met hun volharding
 - » Biedt hen persoonlijke zekerheden
 - » Handelt niet agressief, focust op gemeenschappelijk belang of benodigde hulp
 - » Staat toe dat ze service of hulp aan anderen kunnen bieden
 - » Voorziet in een relaxte, vriendelijke sfeer
 - » Plaatst hen in een groep die meewerkt
 - » Erkent hun spontaniteit en hulpvolle inspanningen, wanneer dit in de situatie past

Communicatieplan voor de CONFORMISTISCHE STIJL

KARAKTERISTIEKEN

DUS JIJ...

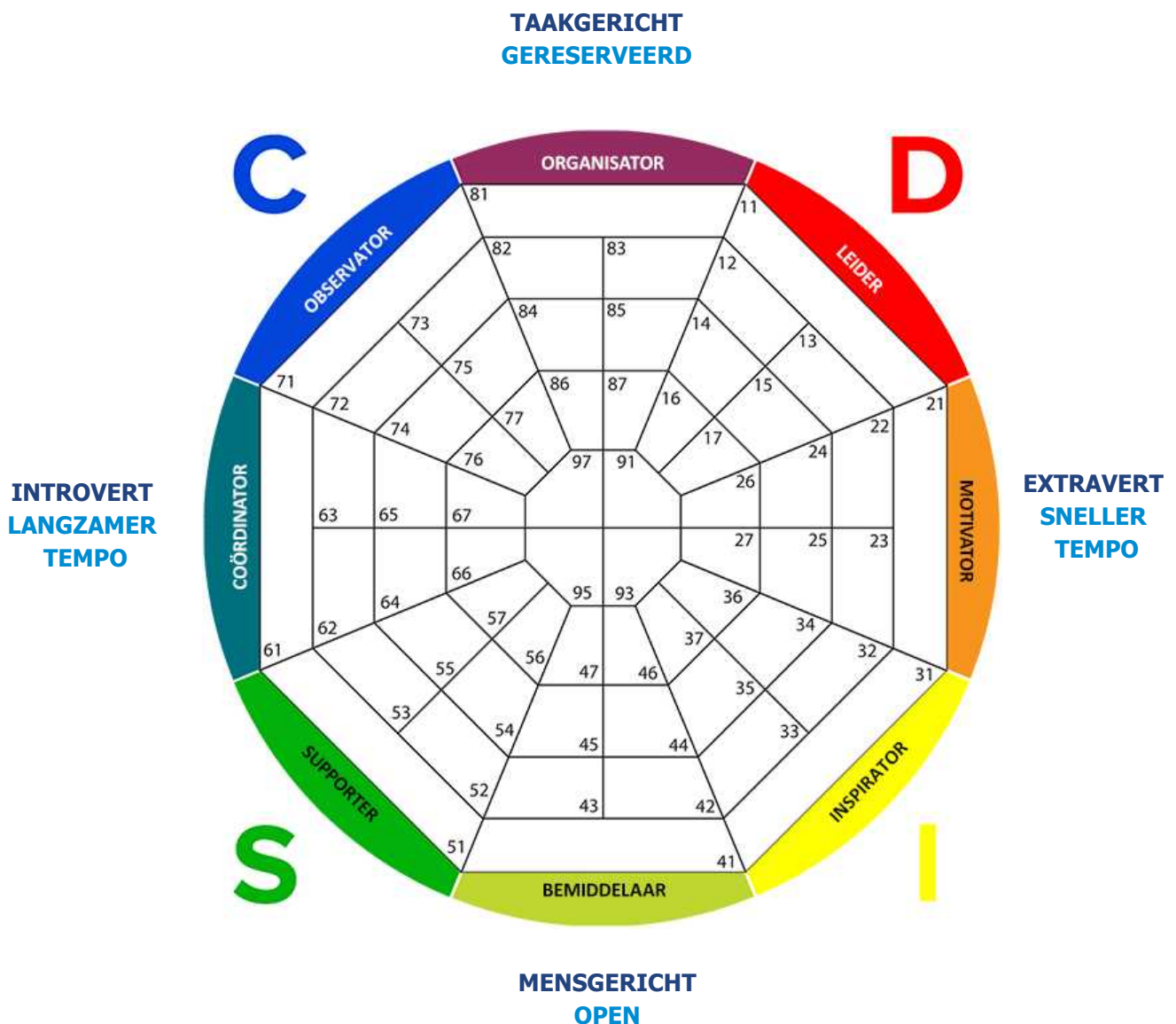
- Houdt niet van een agressieve benadering
 - Denkt logisch na
 - Zoekt informatie
 - Moet het proces kennen
 - Betracht voorzichtigheid
 - Doet het graag zelf
 - Wil dat anderen hun nauwkeurigheid zien
 - Legt nadruk op kwaliteitscontrole
 - Vermijdt conflicten
 - Wil in het gelijk gesteld worden
 - Vindt het fijn om te overpeinzen
- » Benadert hen op een indirecte, niet bedreigende manier
 - » Beredeneert helder
 - » Geeft informatie zwart op wit
 - » Geeft uitleg en motivering
 - » Biedt ruimte om na te denken, vragen te stellen en te controleren voordat ze beslissingen nemen
 - » Laat een delegerende hoge C procedures, voortgang en prestaties controleren voordat ze beslissingen nemen
 - » Complimenteert hen voor hun grondigheid en correctheid als het passend is
 - » Laat hen inschattingen maken en betrokkenheid tonen in het proces als dit mogelijk is
 - » Vraagt om opheldering op een tactvolle manier en biedt assistentie waar nodig
 - » Geeft hen tijd om het beste of 'correcte' antwoord te vinden binnen bepaalde grenzen
 - » Vertelt hen 'waarom' en 'hoe'

Hoe herken ik de gedragstijl van een ander?

Hoe kun je snel en nauwkeurig elk van de vier gedragstijlen herkennen om zo je aanpassingsvermogen te trainen? Dit kan door je te richten op twee gedragsgebieden: is iemand meer extravert of introvert en is iemand meer taakgericht of mensgericht? Om snel de stijlen van andere mensen te identificeren kun je de vragen op de volgende pagina beantwoorden.

Wanneer je beide gedragsgebieden combineert, ontstaan de vier verschillende gedragstijlen. Individuen die taakgericht en direct gedrag vertonen hebben Dominante stijlen, extravert en mensgericht gedrag staat voor Beïnvloedende stijlen, mensgericht en introvert gedrag voor Stabiele stijlen en introvert en taakgericht gedrag voor Conformistische stijlen.

Het hele Plaatje



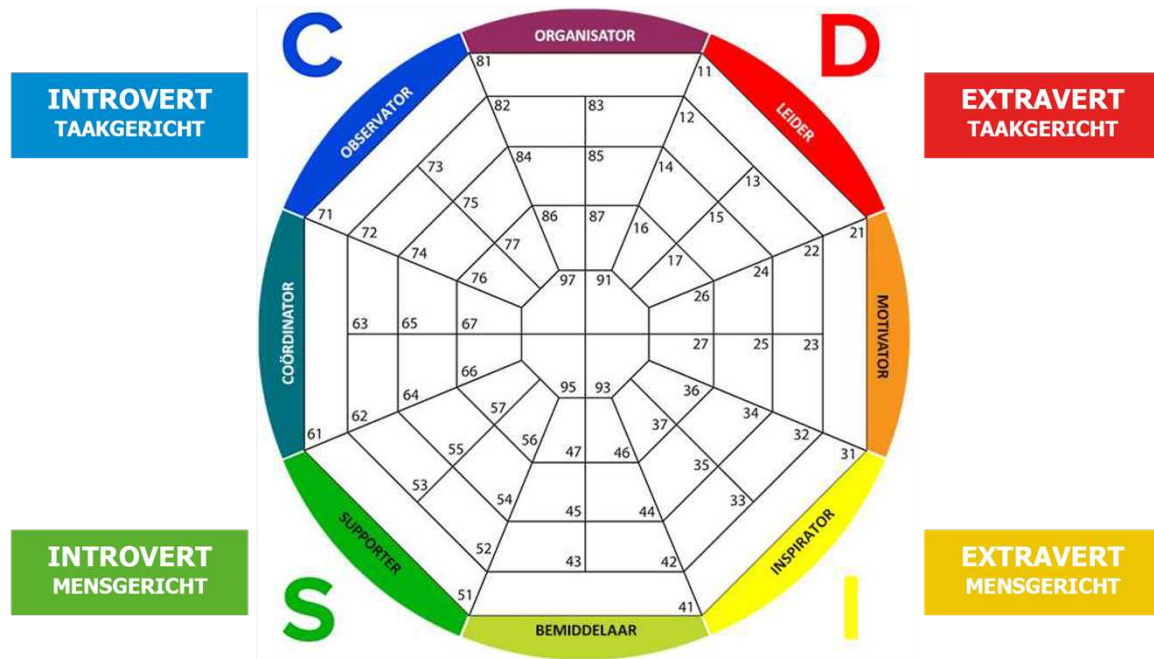
Het herkennen van de gedragstijl van een ander in 2 vragen

1. Is de persoon **EXTRAVERT** of **INTROVERT** in zijn communicatie?

(Extravert of introvert is de 1e voorspeller van stijl. Extravert aan de rechterkant, introvert aan de linkerkant).

2. Is de persoon **TAAKGERICHT** of **MENSGERICHT** in zijn communicatie?

(Taakgericht of mensgericht is de 2e voorspeller van stijl. Mensgericht beneden, taakgericht boven).



Wanneer we de natuurlijke neiging om **EXTRAVERT** of **INTROVERT** te zijn samenvoegen met de natuurlijke neiging om **TAAKGERICHT** of **MENSGERICHT** te zijn, ontstaat de basis voor het bepalen van elk van de vier gedragstijlen:

- D** Individuen die doorgaans **extravert en taakgericht gedrag** vertonen, vallen onder de Dominante stijlen
- I** Individuen die **extravert en mensgericht gedrag** vertonen, vallen onder de Beïnvloedende stijlen
- S** Individuen die **introvert en mensgericht gedrag** vertonen, vallen onder de Stabiele stijlen
- C** Individuen die **introvert en taakgericht gedrag** vertonen, vallen onder de Conformistische stijlen

De gedragsintensiteit van extravert en introvert en mensgericht of taakgericht wordt getoond in het kwadrant. De vlakken aan de buitenkant van de diamant staan voor een **HOGE INTENSITEIT** en de eigenschappen die zich dicht bij het midden bevinden staan voor een **MATIGE INTENSITEIT** van beide karakteristieken.

Wat is aanpassingsvermogen?

Aanpassingsvermogen is de bereidheid en het vermogen om je benadering of strategie op een bepaald moment af te stemmen op een bepaalde situatie of relatie. Het is iets dat meer van toepassing is op jezelf (op je patronen, houdingen en gewoonten) dan op anderen.

Geen enkele stijl is van nature meer aanpasbaar dan een andere. In elke situatie zullen de strategische aanpassingen per stijl variëren. De beslissing om specifieke aanpassingstechnieken toe te passen neem je per situatie: je kunt ervoor kiezen om je aan de ene persoon aan te passen en niet aan de ander. Je kunt ervoor kiezen om je vandaag aan een persoon aan te passen en morgen wat minder aan diezelfde persoon.

Aanpassingsvermogen draait om de manier waarop je je eigen gedrag beheert.

- » Je oefent je aanpassingsvermogen elke keer dat je je tempo verlaagt voor een **C** of **S** stijl, of wanneer je het tempo opvoert voor een **D** of **I** stijl. Er is sprake van aanpassing wanneer een **D** of **C** stijl de tijd neemt om een relatie op te bouwen met een **S** of **I** stijl, of wanneer een **I** of **S** stijl zich richt op de feiten of meteen ter zake komt bij een **D** of **C** stijl. Het betekent dat je je eigen gedrag aanpast om andere mensen zich meer op hun gemak te laten voelen bij jou of in de situatie.
- » Aanpassingsvermogen betekent niet dat je de stijl van de andere persoon 'imiteert'. Het betekent dat je je eigen extraverte/introverte stijl, taakgerichtheid/mensgerichtheid, tempo en prioriteit aanpast aan de voorkeur van de ander, terwijl je je eigen identiteit behoudt.
- » Aanpassingsvermogen is belangrijk voor alle succesvolle relaties. Mensen nemen in hun professionele levens vaak een andere stijl aan dan in hun sociale en persoonlijke levens. We hebben de neiging om ons sneller aan te passen op het werk, waar we te maken hebben met mensen die we minder goed kennen. We hebben thuis de neiging om ons wat minder aan te passen, als we bij de mensen zijn die we beter kennen.
- » Extreem aanpassingsvermogen kan je besluiteloos en onoprecht doen overkomen. Een persoon die in alle situaties een hoge mate van aanpassingsvermogen vertoont is wellicht niet in staat om stress en inefficiëntie te vermijden. Men loopt tevens het risico op spanningen van de stress die ontstaat wanneer men gedrag ver van de eigen stijl vertoont. Meestal is dit slechts tijdelijk en wellicht de moeite waard wanneer je daardoor een goede verstandhouding met anderen krijgt. Aan de andere kant kan geen aanpassingsvermogen ervoor zorgen dat anderen iemand zien als star en onbuigzaam, omdat deze persoon altijd zijn eigen natuurlijke tempo volgt en zijn eigen prioriteit bovenaan stelt.
- » Mensen met een effectief aanpassingsvermogen komen zowel aan de behoeften van anderen als aan die van henzelf tegemoet. Door te oefenen zijn ze in staat om een balans te creëren; ze zetten hun aanpassingsvermogen strategisch in en weten wanneer een bescheiden compromis volstaat en wanneer ze zich geheel moeten aanpassen aan de gedragsstijl van een ander. Mensen met een groot aanpassingsvermogen weten hoe ze in relaties zo moeten onderhandelen dat iedereen wint. Ze zijn tactvol, redelijk, begripvol en oordelen niet.
- » Jouw aanpassingsvermogen beïnvloedt de manier waarop anderen hun relatie met jou beoordelen. Verhoog je aanpassingsvermogen en het vertrouwen en de geloofwaardigheid gaan omhoog; verlaag je aanpassingsvermogen en het vertrouwen en de geloofwaardigheid gaan naar beneden. Aanpassingsvermogen biedt je de mogelijkheid om op een meer productieve manier met moeilijke mensen om te gaan en helpt je om gespannen situaties te vermijden of te beheren. Met aanpassingsvermogen kun je andere mensen behandelen op de manier waarop ZIJ behandeld willen worden.

Hoe pas je je gedrag aan?

In sommige interpersoonlijke relaties kun je alleen de extraverte/introverte of de taakgerichte/ mensgerichte kant van een ander identificeren, maar niet allebei. In dergelijke situaties moet je weten hoe je je aanpassingsvermogen kunt oefenen in één gedragsdimensie tegelijk. Laten we met dat in gedachten eens kijken naar wat je kunt doen om JOUW niveau van extravert/introvert of taakgericht/ mensgericht aan te passen. Daarna zullen we kijken naar een aantal specifieke richtlijnen waarmee je je aanpassingsvermogen aan elk van de vier stijlen kunt vergroten.

Extravertheid

VERHOGEN (verlaagt introvert gedrag):

- Spreek, beweeg en neem beslissingen op een sneller tempo
- Initieer conversaties en beslissingen
- Geef aanbevelingen
- Doe directe uitspraken en stel geen indirecte vragen
- Gebruik een sterke, zelfverzekerde stem
- Daag uit en wees tactvol wanneer je het ergens niet mee eens bent
- Ga op een open manier het conflict aan, maar zorg dat je niet met de persoon botst
- Heb meer oogcontact met de ander

VERLAGEN (verhoogt introvert gedrag):

- Spreek, loop en neem beslissingen op een rustiger tempo
- Zoek naar en erken de meningen van anderen
- Deel besluitvormingen
- Wees wat meer relaxed
- Val mensen niet in de rede
- Wanneer je praat, pauzeer dan af en toe om anderen een kans te geven te spreken
- Onthoud je van het bekritisieren of uitdagen van anderen en wees niet opdringerig
- Kies je woorden voorzichtig wanneer je het ergens niet mee eens bent

Mensgerichtheid

VERHOGEN (verlaagt taakgerichtheid):

- Deel je gevoelens; toon meer emotie
- Reageer op de expressie van andermans gevoelens
- Geef mensen persoonlijke complimenten
- Neem de tijd om relaties te ontwikkelen
- Gebruik een vriendelijke taal
- Communiceer meer; praat vrijuit en ga dichterbij staan
- Wees bereid om van de agenda af te wijken

VERLAGEN (verhoogt taakgerichtheid):

- Kom meteen ter zake
- Behoud een logische, feitelijke oriëntatie
- Wijk niet van de agenda af
- Verspil andermans tijd niet
- Initieer geen fysiek contact
- Matig je enthousiasme en lichaamstaal
- Gebruik een zakelijke taal

Spanning binnen de stijlen

Potentiële spanningen

Dubbele spanningen bij geduld vs urgentie en mensen vs taak

Patroon 1: de hoge S'en prefereren geduld en langzaam tempo met een voornaamste focus op mensen in plaats van op resultaten en taken. Zij kunnen in conflict komen met het gevoel van urgentie en de focus op taken en resultaten en het nu die kenmerkend zijn voor de hoge D's.

Dubbele spanningen van geduld vs urgentie en mensen vs taak

Patroon 2: het gebrek aan urgentie en een primaire focus op taken en resultaten die kenmerkend zijn voor hoge C's kunnen in conflict komen met de hogere urgentie en een primaire focus op mensen vs resultaten en taken van de hoge I's.

Geduld vs urgentie spanningen:

Het aangeboren geduld van de hoge S'en kan in conflict komen met het gevoel van urgentie van de hoge I's.

Geduld vs urgentie spanningen:

De focus van hoge C's op het uitoefenen van geduld om nauwkeurigheid te verzekeren en fouten te vermijden, kan in conflict komen met de focus op resultaten, de NU oplossingen en onmiddellijke actie van de hoge D's.

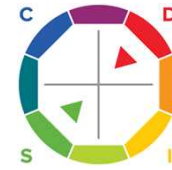
Mensen vs taken spanningen:

De focus op resultaten, taken en actie van de hoge D's kan in conflict komen met de focus op mensen, gevoelens en politieke correctheid van de hoge I's.

Mensen vs taken spanningen:

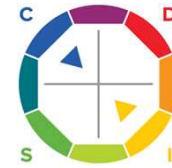
De focus op data, analyse, nauwkeurigheid en precisie van de hoge C's kan in conflict komen met de focus op mensen, teamwork, persoonlijke connectie en een 'familie' gevoel van de hoge S'en.

Voorbeeld plotpunten



Hoge S + Hoge D

(Beneden linker vs boven rechter kwadrant)



Hoge C + Hoge I

(Boven linker vs beneden rechter kwadrant)



Hoge S + Hoge I

(Beneden linker vs beneden rechter kwadrant)



Hoge C + Hoge D

(Boven linker vs boven rechter kwadrant)



Hoge D + Hoge I

(Boven rechter vs beneden rechter kwadrant)



Hoge C + Hoge S

(Boven linker vs beneden linker kwadrant).

Hoe kan ik me aanpassen aan de verschillende gedragsstijlen?

Hoe kan ik me aanpassen aan een **DOMINANTE** stijl?

Ze zijn tijdgevoelig, dus verspil hun tijd niet. Wees georganiseerd en kom ter zake. Geef hen relevante informatie en opties, met waarschijnlijke resultaten. Geef hen geschreven details die ze kunnen raadplegen wanneer ze willen – allemaal op een enkele pagina.

De Dominante stijlen zijn doelgericht, dus spreek hun gevoel van voldoening aan. Streel hun ego's door hun ideeën te ondersteunen en hun macht en prestige te erkennen. Laat de D stijl het voor het zeggen hebben. Als je het ergens niet mee eens bent, kom dan met feiten en niet met gevoelens. In groepsverband laat je hen hun zegje doen, want ze zijn niet het type dat achter de anderen aanloopt.

Met een Dominante stijl moet je over het algemeen efficiënt en competent zijn.

Op het werk help je hen om

- Risico's op een meer realistische manier te calculeren
- Voorzichtiger en doelbewuster te zijn bij het nemen van beslissingen
- Regels te volgen en aan verwachtingen te voldoen
- De bijdragen van anderen te erkennen
- Anderen de redenen voor beslissingen te vertellen
- Meer aandacht/responsiviteit te creëren voor emoties

Sales en service

- Wees voorbereid, georganiseerd en altijd to-the-point
- Ga op een professionele en zakelijke manier met hen om
- Bestudeer hun doelen – wat willen ze bereiken, wat motiveert hen, en wat willen ze graag veranderen
- Geef suggesties voor oplossingen met duidelijk gedefinieerde en overeengekomen consequenties en beloningen die relateren aan hun doelen
- Kom ter zake
- Kom met voorstellen en laat hen, wanneer dat mogelijk is, de beslissing nemen

Bij sociale gelegen- heden

- Laat hen weten dat je niet van plan bent hun tijd te verspillen
- Straal openheid en acceptatie uit
- Luister naar hun suggesties
- Som hun prestaties op
- Geef hen je tijd en je onverdeelde aandacht
- Waardeer en erken hen wanneer mogelijk

Hoe kan ik me aanpassen aan een **BEÏNVLOEDENDE** stijl?

De Beïnvloedende stijlen gedijen op persoonlijke erkenning, dus geef hen die oprecht. Steun hun ideeën, doelen, meningen en dromen. Probeer om niet de discussie aan te gaan met hun visies; wees er enthousiast over. De I stijlen zijn erg sociaal, dus wees bereid om tijd in hen te investeren. Je wint hen met een sterke aandacht, stimulerende en entertainende conversaties, grapjes en levendigheid. Ze zijn mensgericht, dus geef hen de tijd om te socialiseren. Vermijd haast.

Bij de Beïnvloedende stijlen is het in het algemeen vooral belangrijk dat je geïnteresseerd bent in hen.

Op het werk help je hen om

- Prioriteiten te stellen en te organiseren
- Taken af te maken
- Mensen en taken objectiever te bekijken
- Niet teveel advies te geven en te nemen
- Dingen op te schrijven

Sales en service

- Laat zien dat je interesse in hen hebt, laat hen praten en laat je enthousiasme zien
- Neem het initiatief door jezelf op een vriendelijke en informele manier voor te stellen en sta open voor nieuwe onderwerpen waar zij interesse in hebben
- Steun hun dromen en doelen
- Illustreer je ideeën met verhalen en emotionele beschrijvingen die zij kunnen relateren aan hun doelen of interesses
- Maak een heldere opsomming van details en relateer deze aan overeengekomen doelstellingen en stappen
- Spoor hen aan zodat ze sneller beslissingen kunnen nemen

Bij sociale gelegen- heden

- Richt je op een positieve, warme benadering
- Luister naar hun persoonlijke gevoelens en ervaringen
- Reageer op een open en sympathieke manier
- Vermijd negatieve of rommelige probleem discussies
- Doe suggesties die hen beter doen overkomen
- Vraag niet om veel details of lange-termijn verbintenissen
- Geef hen je aandacht, tijd en aanwezigheid

Hoe kan ik me aanpassen aan een **STABIELE** stijl?

Ze zijn relatiegericht en willen warme relaties, dus doe het rustig aan. Verdien hun vertrouwen, steun hun gevoelens en laat oprechte interesse zien. Praat in termen van gevoelens, niet feiten. De S stijlen willen niemand van zijn stuk brengen. Ze willen ervan verzekerd zijn dat iedereen hen en hun beslissingen goedkeurt. Geef ze de tijd om de meningen van hun collega's te vragen. Drijf een Stabiele stijl nooit in het nauw. Het is veel effectiever om een warme aanpak toe te passen. Bij de Stabiele stijl is het over het algemeen vooral belangrijk om oprecht en niet bedreigend over te komen.

Op het werk help je hen om

- Kortere wegen te benoemen en onnodige stappen uit te sluiten
- Te vermijden om dingen op dezelfde manier te doen
- Zich te realiseren dat er meerdere manieren zijn om taken uit te voeren
- Meer open te staan voor risico's en veranderingen
- Zich oprecht gewaardeerd te voelen
- Hun mond open te doen en hun gedachten en gevoelens te uiten
- Hun neiging om automatisch te doen wat anderen zeggen te minimaliseren

Sales en service

- Leer hen persoonlijk kennen en benader hen op een niet bedreigende, plezierige, vriendelijke en professionele manier
- Ontwikkel vertrouwen, vriendschap en geloofwaardigheid op een relatief rustig tempo
- Vraag hen om hun eigen emotionele behoeften te identificeren, evenals hun zakelijke verwachtingen
- Betrek hen door te focussen op het menselijke element..., dus hoe dingen hen en hun relaties met anderen beïnvloeden
- Jaag hen niet op en bied persoonlijke, concrete verzekeringen wanneer dit van toepassing is
- Communiceer op een consistente manier met hen

Bij sociale gelegen- heden

- Focus op een rustige, sociale benadering
- Vermijd argumenten en conflicten
- Reageer op een gevoelige en verstandige manier
- Erken hen met specifieke, geloofwaardige complimenten
- Vraag hen om concrete taken af te maken
- Laat hen stap-voor-stap procedures zien
- Gedraag je op een plezierige, optimistische manier
- Geef hen stabiliteit en minimale verandering

Hoe kan ik me aanpassen aan een **CONFORMISTISCHE** stijl?

Ze zijn zeer gedisciplineerd wat tijd betreft, dus houdt rekening met hun schema's. Ze hebben details nodig, dus geef hen informatie. Ze zijn taakgericht, dus verwacht niet dat je hun vriend wordt voor je met hen hebt gewerkt. Vriendschappen kunnen zich later ontwikkelen maar zijn, anders dan bij de Beïnvloedende stijlen, geen eerste vereiste.

Steun de Conformistische stijlen in hun georganiseerde, bedachtzame focus op probleemoplossing. Wees systematisch, logisch, goed voorbereid en precies. Geef hen de tijd om beslissingen te nemen en zelfstandig te werken. Biedt hen de mogelijkheid om op de details in te gaan. In werkgroepen moet je niet van de C stijlen verwachten dat ze de leiding nemen of een uitgesproken bijdrage leveren, maar je kunt op hen bouwen als het gaat om onderzoek uitvoeren, berekeningen maken en gedetailleerd werk verrichten. Wanneer van toepassing, stel je richtlijnen en precieze deadlines op. De C stijlen worden graag gecompimenteerd met hun kennis, dus erken hun bijdragen.

Met de C stijlen is het over het algemeen vooral belangrijk om grondig, goed voorbereid, detailgericht, zakelijk en geduldig te zijn.

Op het werk help je hen om

- Voor zichzelf op te komen bij de mensen die ze liever vermijden
- Hun kennis en expertise met anderen te delen
- Realistische deadlines op te stellen
- Mensen en taken minder serieus te nemen en minder kritisch te zijn
- Niet alles een hoge prioriteit te geven
- Te focussen op het werk dat gedaan moet worden en minder op het controleren van het werk

Sales en service

- Bereid je goed voor zodat je zoveel mogelijk vragen kunt beantwoorden
- Groet hen beleefd, maar ga snel over tot de orde van de dag; begin niet met het praten over persoonlijke zaken of over koetjes en kalfjes
- Stel vragen die een duidelijke richting aangeven en in het totaalplaatje passen
- Documenteer hoe en waarom iets van toepassing is
- Geef hen tijd om te denken; dwing hen niet tot een haastige beslissing
- Informeer hen over de voor- en de nadelen
- Zorg voor een goede opvolging van gemaakte afspraken en kom deze ook na

Bij sociale gelegen- heden

- Kom je beloftes na
- Gebruik een logische benadering
- Luister naar hun zorgen, redeneringen en suggesties
- Reageer op een formele en beleefde manier
- Negatieve discussies zijn oké, zolang ze niet persoonlijk zijn
- Richt je op hoe blij je bent met hun procedures
- Vraag naar hun inzichten en suggesties
- Geef hen aandacht door wat je doet, niet door wat je zegt

Het opbouwen en onderhouden van verstandhoudingen gedurende de verkoopcyclus

In vrijwel elke koopcyclus zitten vijf definieerbare fases. Het succesvol begeleiden van potentiële klanten door elke fase zal voor jullie beiden tot positieve resultaten leiden.

1. Aansluiting vinden: inzicht in de DISC stijlen heeft invloed op de indruk die je tijdens de eerste paar minuten van een ontmoeting maakt. In die korte, kostbare tijd maak je je verkoop of niet. In die tijd zal je klant je goed observeren en bepalen of jij het soort persoon bent waar hij of zij graag zaken mee zou doen.

Het doel van het maken van contact met je klant is om de communicatielijnen open te zetten. Goede luisteraars zijn de beste verkopers. Maak je de vaardigheid van effectief luisteren eigen en elk ander aspect van je relaties zal verbeteren.

2. Analysefase: Het doel van de analysefase is om een accuraat beeld te krijgen van de behoeften van de klant en wat er nodig is om een effectieve oplossing te kunnen bieden. Om dit te bereiken moet je luisteren naar wat de klant zegt, maar ook weten hoe je de juiste vragen moet stellen om de informatie te krijgen die je nodig hebt.

Het stellen van intelligente vragen is een essentiële verkoopvaardigheid. Het gaat er niet om zoveel mogelijk vragen te stellen – alleen de juiste. Het stellen van vragen kun je vergelijken met het maken van een schilderij. Je vult op een blanco doek eerst de achtergrond in en maakt een opzet met dikke penselen. Vervolgens vul je met steeds fijnere penselen de details in.

3. Aanbodfase: Gedurende deze fase werken jij en je klant samen om een oplossing te vinden die voorziet in de behoeften van de klant. Gedurende dit proces neem je de ideeën van de klant en combineer je ze met je eigen ideeën, om zodoende tot een oplossing te komen die voor jullie beiden zinvol is. Dit geven en nemen kun je zien als een kans om 'gedachten uit te wisselen' met je klant. Stel je voor dat je tegen je klant zegt: "Als jij en ik van hoofd konden wisselen, dus als jij wist wat ik weet over mijn product en als ik wist wat jij weet over jouw bedrijf, dan zouden we beiden exact weten hoe we het beste in jouw behoeften kunnen voorzien."

Dat is je doel – zijn kennis bemachtigen om de ideale oplossing voor je klant te ontwikkelen. Om dat doel te bereiken moet je voldoende informatie uitwisselen om het bedrijf, de industrie, de trends en de uitdagingen van je klant volledig te kunnen begrijpen; en hij moet zoveel mogelijk te weten komen over je producten en diensten en hoe die hem kunnen helpen. Wanneer je een voorstel doet, relateer dit dan aan de behoeften van de klant die je in de analysefase hebt geanalyseerd, en leg uit hoe dit zal werken in zijn situatie.

4. Afsluitfase: Voor de DISC verkoper resulteren de analysefase en aanbodfase in een gevoel van betrokkenheid. Wanneer je gedurende de eerste drie fases van je verkoop ('aansluiting vinden', 'analyse' en 'aanbod') grondig bent geweest, moet je de koop snel kunnen sluiten.

De afsluitfase is een kritiek punt binnen het opbouwen van een partnerschap. DISC verkopers gebruiken geen luxe sluittechnieken. Je kunt niet door alle fasen van de verkoop heen werken en vervolgens een manipulatieve techniek toepassen om de deal te sluiten. Dat slaat nergens op... en het werkt niet, zeker niet wanneer je een langdurige relatie met je klanten tracht op te bouwen in plaats van simpelweg eenmalige verkopen te doen.

5. Aftersalesfase: Eén van de grote zwaktes van verkopers is de manier waarop ze omgaan met de aftersalesfase van het verkoopproces. De meeste verkopers stoppen zodra ze de bevestiging van de verkoop in hun zakken hebben; ze verdwijnen uit het leven van de klant en laten de service, installatie, training en nazorg aan anderen over.

Volgens de 'old-school' verkoopregel begint de verkooporder wanneer de klant "nee" zegt. In werkelijkheid begint de echte verkoop pas wanneer de klant "ja" zegt.

Het waarborgen van klanttevredenheid is een geheim ingrediënt van buitengewone verkoopsuccessen. Met klantenbinding profiteer je op twee manieren. Ten eerste verzekert dit je van vervolgvakken. Vrijwel alle producten hebben een levenscyclus en zullen op een zeker punt vervangen of geüpgrade moeten worden. Klanten hebben de neiging om terug te gaan naar de verkoper die hen eerder voorzag van een product dat in hun behoeften voorzorg en hun vervolgens een uitstekende service en nazorg bood.

Ten tweede zijn tevreden klanten uitstekende referentiebronnen. Klanten praten. Ze praten over slechte service en ze praten over buitengewoon goede service. Wanneer ze een uitstekende service ontvangen, verwijzen ze anderen naar de verkoper die zijn beloften nakwam.

Zonder vervolgvakken en verwijzingen moet een verkoper constant op jacht naar nieuwe klanten. Dat is niet de manier waarop de meeste verkopers hun leven willen doorbrengen... en het is zeker niet de beste manier om succesvol te worden!

Wanneer je het verkoopproces start heb je een kans om een goede relatie met je klanten op te bouwen. Maar pas als je klant na de aankoop tevreden (of beter: razend enthousiast) blijft, kun je de relatie echt versterken.

Fase 1:

Verstandhoudingen opbouwen tijdens het eerste contact

Aansluiting vinden bij C's

- C's geven niet zoveel om sociale interactie (verder dan algemene vriendelijkheid en beleefdheden), dus kom snel ter zake.
- Vermijd *small talk*, behalve als je hiermee je eigen geloofwaardigheid wilt vaststellen.
- Spreek rustig, kalm en wees zuinig met je woorden. C's zijn gericht op precisie en willen graag hun werk op de best mogelijke manier uitvoeren.
- Versterk je geloofwaardigheid door rationeel en niet emotioneel te communiceren.
- Verstrek voorafgaand aan de ontmoeting een beknopt overzicht van de agenda en verwachte duur van de afspraak, zodat ze weten wat ze kunnen verwachten.
- Laat logisch bewijs zien uit betrouwbare bronnen die op een accurate manier je kwaliteit, prestaties en waarden aantonen.
- C's hebben de neiging om van nature wantrouwig te zijn tegenover mensen die zichzelf de hemel in prijzen.

Aansluiting vinden bij D's

- D's willen weten wat de *bottom line* is.
- Geef hun niet meer informatie dan nodig om inzicht te krijgen in de algemene performance.
- Ze willen niet dat je hun tijd verspilt met het geven van een stap-voor-stap beschrijving van je product, een waslijst met verklaringen van tevreden klanten, of dat je te intiem met hen wordt. Onthoud dat D's direct en gereserveerd zijn.
- Wanneer je met een D schrijft, belt of afsprekt, doe dit dan op een formele, zakelijke manier. Kom meteen ter zake en richt je op de taak.
- Refereer naar uiteindelijke resultaten, toegenomen efficiëntie, bespaarde tijd, het terugverdienen van investeringen, winsten, enzovoorts. Met andere woorden, vertel wat er voor hém in zit.
- Wanneer je van plan bent om iets te verkopen of de D een voorstel te doen, zorg dan dat je goed georganiseerd, tijdbewust, efficiënt en zakelijk bent.
- Ze willen geen vriendjes met je worden; ze willen iets van je hebben als ze denken dat je iets waardevols te bieden hebt.

Aansluiting vinden bij S'en

- S'en zijn indirect en open. Zorg echter dat je de relatie zakelijk houdt, totdat ze aan je gewend raken.
- Ze hechten belang aan het behouden van stabiliteit; ze willen weten wat de stap-voor-stap procedures zijn die aansluiten bij hun behoefte aan details en logische actieplannen.
- Organiseer je presentatie: maak lijstjes, laat volgordes zien en verstrek informatie.
- Behandel hen met eerlijkheid, oprechtheid en persoonlijke aandacht.
- Luister geduldig naar hun verhalen, ideeën en antwoorden.
- Uit je waardering voor hun standvastigheid, zekerheid en welwillendheid.
- Presenteer jezelf als niet bedreigend, plezierig, vriendelijk en toch professioneel.
- Ontwikkel vertrouwen, geloofwaardigheid en vriendschap op een relatief rustig en informeel tempo.
- Communiceer consistent met hen, op een regelmatige basis... zeker in het begin.

Aansluiting vinden bij I's

- Onthoud dat ze direct en open zijn.
- Wanneer je een I ontmoet, schud hem dan stevig de hand, introduceer jezelf op een zelfverzekerde manier en laat direct persoonlijke interesse zien.
- Laat hen het tempo en de richting van de conversatie bepalen.
- Wees een uitzonderlijk aandachtige luisteraar.
- Geef positieve feedback om te laten merken dat je hen begrijpt en kunt relateren aan hun visies, ideeën en gevoelens.
- Vertel grappige of ongebruikelijke verhalen over jezelf om hun hart te winnen.
- Stel hen op hun gemak door naar hun verhalen te luisteren, zelfs als dit betekent dat je van het onderwerp afwijkt.
- Omdat I's doorgaans graag over zichzelf praten, kun je vragen over hen stellen maar wees wel voorbereid op uitgebreide antwoorden. Plan zoveel meetings als nodig is om de relatie op te bouwen en informatie te vergaren.

Fase 2:

Goede verstandhoudingen behouden in de analysefase

Analyseren met C's

- C's geven niet zoveel om sociale interactie (verder dan algemene vriendelijkheid en beleefdheden), dus kom snel ter zake.
- C's beantwoorden graag vragen die hun expertise aantonen, dus ze zijn zeer goede kandidaten voor een interview.
- Zolang je logische, feitgeoriënteerde, relevante vragen stelt, zullen ze graag met je praten.
- Formuleer je vragen zó dat je hen helpt om je de juiste informatie te verstrekken.
- Stel open en gesloten vragen met betrekking tot hun kennis, systemen, doelstellingen en bezwaren.
- Zorg dat je eigen antwoorden kort en krachtig zijn.
- Als je ergens geen antwoord op weet, doe dan niet alsof. Vertel hun dat je erachter aan zult gaan en het antwoord op hun vraag later zal verstrekken (en doe dit dan ook)

Analyseren met D's

- Om te voorkomen dat de D's ongeduldig worden, zorg je dat je je conversaties interessant houdt door afwisselend vragen te stellen en relevante informatie te verstrekken.
- D's moeten de meeting als betekenisvol zien, dus ze willen begrijpen waar je vragen naar toe leiden.
- Wanneer je een D een vraag stelt, zorg dan dat deze zo praktisch en logisch mogelijk is. Richt vragen die gericht zijn op de kern van de kwestie en stel ze op een rechtstreekse manier.
- Vraag alleen om informatie wanneer je die nergens anders kunt krijgen.
- Wanneer je informatie vergaart, stel je vragen die laten zien dat je je huiswerk hebt gedaan met betrekking tot de gewenste resultaten en huidige werkzaamheden.
- Stel vragen die hun de gelegenheid bieden om over hun zakelijke doelen te praten.
- Richt je ontdekkingsfase op het besparen van de tijd en energie van de D.

Analyseren met S'en

- S'en kunnen uitstekende geïnterviewden zijn, dus praat op een warme, informele manier en stel vriendelijke, open vragen om hen uit hun schulp te halen (zeker wanneer het gaat om gevoelige kwesties).
- Wees tactvol en toon oprechtheid tijdens het analyseren van hun behoeften.
- Als ze geen goed gevoel hebben over je product, je bedrijf, of zelfs over jou, zullen ze dit niet vertellen, om je gevoelens niet te kwetsen.
- Ze willen confrontaties vermijden, zelfs kleine. De kans bestaat dus dat S'en je vertellen wat je wilt horen, in plaats van wat ze echt denken.
- Ze zullen je wellicht niet vertellen over hun ontevredenheid over je concurrenten. Hoewel dit precies is wat je wilt horen, kan de S aarzelen om iets negatiefs over hen te zeggen.
- Zorg voor ruim voldoende tijd (mogelijk meerdere meetings) zodat de S'en uit hun schulp kunnen komen en hun eigenlijke wensen en onzekerheden zullen uitspreken.
- Hoe meer tijd je besteedt aan het analyseren van een S, hoe groter de kans dat je de deal kunt sluiten.

Analyseren met I's

- I's raken snel verveeld wanneer ze niet over zichzelf praten.
- Creëer een balans tussen het luisteren naar hun levensverhalen en het vergaren van de informatie die je nodig hebt om een effectieve verkoop consultant te zijn.
- Wanneer je zakelijke vragen stelt, hou ze dan kort. Als het kan, verwerk deze kwesties dan in sociale vragen.
- Hoe beter je relatie met een I, hoe meer bereid zij zullen zijn om mee te werken en over de betreffende kwestie te praten.
- I's kunnen heel open zijn en vertellen je wellicht over hun meest dierbare dromen en aspiraties. Als je kunt laten zien hoe je product of dienst hen kan helpen om dichterbij hun dromen te komen, worden ze wellicht zo enthousiast over je product –en over jou– dat ze jou en je producten en diensten waarschijnlijk aan iedereen in hun organisatie trachten te verkopen.

Fase 3:

Het behouden van een goede verstandhouding in de aanbodfase

Samenwerken met C's in de aanbodfase

- Focus op nauwkeurigheid, waarde, kwaliteit en betrouwbaarheid.
- Ze houden niet van praatjes die niet worden ondersteund door bewijsmateriaal.
- Toon aan hoe het proces de gewenste resultaten zal brengen.
- Ontlok specifieke feedback door te vragen: "Wat denk je er tot dusver van?" of "Zijn er nog onduidelijkheden die ik kan ophelderen?"
- Presenteer een oplossing die hun laat zien dat ze de juiste keuze maken bij de aankoop.
- Baseer je claims op feiten, specificaties en data die specifiek op hun behoeften aansluiten.
- C's zijn kostenbewust; verhoog de waargenomen waarde door feiten en ROI data te presenteren.
- C's zijn geneigd om de nadelen te zien, dus wijs erop voordat zij het doen. Laat hen de relatieve trade-offs inschatten wanneer ze keuzes moeten maken tussen concurrerende (doch onvolmaakte) producten of diensten.

Samenwerken met D's in de aanbodfase

- Je presentatie moet gericht zijn op de prioriteiten van de D.
- Richt je presentatie op hoe ze succesvoller kunnen worden, meer tijd kunnen besparen, resultaten kunnen genereren en het leven gemakkelijker en efficiënter kunnen maken; je zult ongetwijfeld hun aandacht hebben.
- Richt je met bondige uitleg over de voordelen op de kern van de zaak.
- Ze willen dat jij de analyse maakt en aan hen presenteert, zodat zij deze kunnen goedkeuren of afwijzen.
- D's houden van korte, bondige analyses van hun behoeften en jouw oplossingen.
- D's willen graag de controle behouden, dus geef hen keuzes ondersteund door voldoende informatie en analyse om ze de mogelijkheid te geven een intelligente beslissing te maken.
- Wees stil en laat hen een beslissing nemen. Als je spreekt of hen onderbreekt terwijl ze kopen, zul je de kansen dat je de koop sluit dramatisch verlagen.

Samenwerken met S'en in de aanbodfase

- Laat zien hoe jouw product of dienst de procedures en relaties van de S zal stabiliseren, simplificeren of ondersteunen.
- Definieer op een heldere manier hun rollen en doelstellingen in je suggesties en sluit specifieke verwachtingen bij in je plan.
- Presenteer nieuwe ideeën op een niet bedreigende manier.
- Geef ze de tijd om zich aan te passen aan veranderingen in procedures en relaties.
- Wanneer verandering nodig is, vertel dan waarom. Leg uit hoe lang de veranderingen zullen duren en wat de tussentijdse veranderingen zijn van de huidige toestand.
- Breng je boodschap over op een manier waarop je een gevoel van stabiliteit en zekerheid kunt creëren.
- S'en willen graag zien welke stappen ze moeten nemen, dus deel deze met hen.
- Betrek ze door naar hun meningen te vragen en stimuleer ze om feedback te geven

Samenwerken met I's in de aanbodfase

- Laat zien hoe jouw product het prestige, de reputatie en erkenning van de I zal verhogen.
- Praat over de gewenste impact of consequenties die je product zal hebben, zodat hun werkrelaties plezieriger worden.
- Motiveer hen tot het afmaken van taken door te benadrukken hoe hun bijdrage anderen zal helpen en positieve reacties zal ontlokken.
- Hoge I's hebben een korte aandachtsspanne, dus activeer zoveel mogelijk van hun zintuigen.
- Laat zien hoe jouw oplossing hen moeite zal besparen en hen er goed uit zal laten zien.
- Ondersteun je claims met verklaringen van bekende mensen of gevestigde bedrijven.
- Benoem tevreden kennissen die zij kennen en bewonderen.
- Stel vragen die hun toekomstige eigendom visualiseren, bijvoorbeeld: "Als je de software nu al had, hoe zou je deze dan gebruiken?"

Fase 4:

Het behouden van een goede verstandhouding in de afsluitfase

Afsluiten met C's

- Focus op nauwkeurigheid, waarde, kwaliteit en betrouwbaarheid.
- Verstrek logische opties met gepaste documentatie en geef hun de tijd om de mogelijkheden te analyseren.
- Ze nemen niet graag snel beslissingen en wanneer ze zeggen dat ze erover na willen denken, dan menen ze het!
- Als ze onder druk worden gezet door mensen of buitensporige eisen, zullen ze "Ik zal erover nadenken" als een uitsteltechniek gebruiken.
- C's zijn goed geïnformeerde, logische en vergelijkende *shoppers*. Ken je concurrentie zodat je op een feitelijke, professionele manier kunt wijzen op jouw voordelen ten opzichte van de concurrentie.
- Vermeld de sterke punten van je bedrijf terwijl je vragen suggereert die ze wellicht aan je concurrenten zouden willen stellen. Op die manier kunnen ze een vergelijkende kosten-baten analyse maken van de mogelijkheden en oplossingen.
- Wees bereid om een voorwaardelijk *pilot programma* te overwegen om hun risico te beperken.

Afsluiten met D's

- Met D's kom je meteen ter zake: je vraagt hun of ze geïnteresseerd zijn. Een D zal je vaak "ja" of "nee" antwoorden.
- Wanneer je informatie te langzaam presenteert of teveel tijd besteedt aan de details, kun je al snel de aandacht en/of interesse van een D verliezen.
- Wanneer je een overeenkomst opstelt, besteed dan niet teveel tijd aan punten waar de D toch geen waarde aan hecht.
- Presenteer de mogelijkheden en de waarschijnlijke resultaten. D's wegen graag de kwaliteit en de kosten tegen elkaar af, dus biedt opties met ondersteunend bewijsmateriaal en laat de uiteindelijke beslissing aan hen over.
- We hebben ondervonden dat het heel effectief is om twee tot drie opties aan een D te presenteren. Bied een korte samenvatting van elke optie, samen met je aanbeveling.
- Onderbreek of stoer de D niet wanneer hij je voorstel doorneemt. De kans is groot dat ze een optie vinden die hen aanspreekt en de deal met je sluiten.

Afsluiten met S'en

- S'en zijn langzamere, deductieve beslissers die luisteren naar de mening van anderen en de tijd nemen om die meningen te overdenken voor ze hun besluit nemen. Maak daarom een specifiek actieplan en bied hun de persoonlijke begeleiding en zekerheid die ze nodig hebben om de veiligste en meest praktische weg te kiezen. Voorzie hen van literatuur, case studies en beschikbare documentatie, want zij zullen jouw voorstel aan anderen in hun organisatie verkopen.
- Wanneer je tot een overeenkomst komt, onderzoek dan voorzichtig potentiële gebieden waar misverstanden of ontevredenheid zouden kunnen ontstaan.
- S'en houden van de garantie dat nieuwe acties een minimaal risico met zich mee brengen, dus zorg voor zekerheid en ondersteuning.
- Probeer hen niet te haasten, maar bied vriendelijke, behulpzame duwtjes in de rug door hen (wanneer nodig) te helpen beslissen.
- Betrek hen erbij door het plan te personaliseren en hun te laten zien hoe zowel zij als anderen er direct hun voordeel mee kunnen doen.
- Wanneer je aanstuurt op een overeenkomst, help hen dan kiezen wanneer ze besluiteloos overkomen..

Afsluiten met I's

- Laat zien hoe jouw product het prestige, de reputatie en erkenning van de I zal verhogen.
- Wees open en vraag: "Wat is onze volgende stap?"
- Als iets hen aanspreekt, dan zullen ze het ter plekke kopen
- Wellicht moet je ze wat remmen, want ze hebben de neiging om teveel te kopen en/of dingen te kopen voor ze alle voor- en nadelen hebben overwogen; beslissingen waar jullie beiden wellicht spijt van krijgen.
- I's houden niet van papierwerk en details dus ze zullen waarschijnlijk aarzelen, of zelfs uitstellen, wanneer ze een contract moeten opstellen.
- Zorg dat je een geschreven overeenkomst klaar hebt liggen en wees voorbereid op hun neiging om onduidelijk te zijn met betrekking tot procedures, verantwoordelijkheden en verwachtingen.
- Zorg dat je het op papier eens bent over de belangrijkste zaken, of je zult later geheid te maken krijgen met misverstanden en/of teleurstellingen.

Fase 5:

Het behouden van een goede verstandhouding in de aftersalesfase

Aftersales bij C's

- Stel in een specifiek rooster vast voor hoe en wanneer je succes zal meten met de C. Blijf je betrouwbaarheid, kwaliteit en waarde bewijzen.
- Hou jezelf beschikbaar voor follow-ups met betrekking tot klanttevredenheid en vraag naar specifieke feedback over de performance van het product of de dienst.
- Als je tips hebt met betrekking tot verbeterd gebruik of shortcuts, e-mail deze dan naar je C klanten.
- Vraag naar hun ideeën en meningen over hoe je producten en/of diensten verbeterd zouden kunnen worden.
- Wanneer ze suggesties aandragen, reageer dan met informatie over hoe je bedrijf hun ideeën verwerkt in toekomstige upgrades, revisies of nieuwe producten.

Aftersales bij D's

- D's zijn in hun werk meestal niet op zoek naar persoonlijke relaties wegens hun focus op het volbrengen van hun taken.
- Met D's moet je er niet vanuit gaan dat voorgaande verkopen toekomstige verkopen verzekeren. Ga na of ze klachten of problemen hebben met je product. Als ze klachten hebben, ga hier dan direct mee aan de slag.
- Maak indruk op je klant door volledig achter je product of dienst te staan.
- Benadruk dat je een follow-up zult doen zonder teveel van hun tijd in beslag te nemen.
- Overweeg een *niet goed, geld terug* garantie.
- Wat je ook belooft, zorg dat je je beloftes nakomt!

Aftersales bij S'en

- Doe regelmatig een *follow-up* met een S.
- Geef hun je persoonlijke garantie dat je in contact zult blijven, ervoor zorgt dat alles gladjes verloopt, en beschikbaar zal zijn wanneer dat nodig is.
- S'en denken graag dat ze een speciale relatie met je hebben, dat je meer bent dan slechts een zakelijke relatie; ze willen graag een duurzame, bestendige relatie.
- Geef hun je mobiele nummer en de uitnodiging om je te bellen wanneer ze vragen hebben. Ze zullen er nauwelijks gebruik van maken, maar het feit dat ze het hebben zal hun zekerheid bieden.
- Ze houden niet van eenmalige deals, dus onderhoud je relatie.
- Onpersoonlijke, gecomputeriseerde follow-ups zijn niet erg aantrekkelijk voor S'en, dus zorg dat je aan je relatie blijft werken met een ingehouden, gepersonaliseerde aandacht en assistentie.

Aftersales bij I's

- I's kopen regelmatig voordat ze echt overtuigd zijn, wat kan leiden tot miskopen en spijt.
- I's worden er graag aan herinnerd dat ze de juiste beslissing hebben genomen.
- Bemoedig hun beslissing door na de verkoop voldoende assistentie te bieden.
- Verzeker je ervan dat ze je product ook daadwerkelijk gebruiken, of ze raken wellicht gefrustreerd door onjuist gebruik en laten het links liggen, of ze willen hun geld terug.
- Omdat ze met zoveel mensen omgaan, kun je I's vragen of ze bereid zijn om jou en je product aan te bevelen bij anderen.
- Als ze zich goed voelen door je product of dienst te gebruiken, zullen de meeste I's je meer referenties geven dan alle drie de andere stijlen bij elkaar!

Fase	Met D's	Met I's	Met S'en	Met C's
Aansluiting vinden	- Sla small talk over - Focus op de hoofdzaak - Wees voorbereid	- Reserveer tijd voor hun verhalen voordat je ter zake komt - Laat hen het tempo van de conversatie bepalen	- Blijf zakelijk totdat ze aan je gewend raken - Wees niet gehaast om meteen ter zake te komen - Wees actief geïnteresseerd	- Sla small talk over - Neem een agenda mee - Blijf gereserveerd, rustig en professioneel
Analyseren	- Laat hen weten waar je met je vragen naar toe wilt - Vraag alleen om informatie wanneer je die nergens anders vandaan kunt halen - Geef direct antwoord op hun vragen	- Stel afwisselend persoonlijke en zakelijke vragen - Stuur hen voorzichtig terug naar het onderwerp - Houd de focus op hun visie en doelstellingen	- Wees oprecht geïnteresseerd in hun antwoorden - Val hen niet in de rede - Stel niet bedreigende vragen om hen uit hun schulp te halen	- Stel vragen die hun expertise aan het licht brengen - Blijf bij het onderwerp - Wissel af tussen open en gesloten vragen
Aanbod	- Houd presentaties kort en bondig - Richt je op de hoofdkwestie en/of tijdsbesparing - Bied een beknopte analyse van de behoeften, inclusief je professionele aanbevelingen	- Activeer al hun zintuigen - Vraag regelmatig naar hun ideeën - Maak gebruik van referenties - Moedig hen aan om te beslissen - Laat zien hoe de oplossing hun reputatie verbetert en/of hen moeite bespaart	- Laat zien hoe je product hun werk eenvoudiger en stabiel maakt en hun doelen ondersteunt - Presenteer nieuwe ideeën op een niet bedreigende manier - Push hen niet, maar geef hun een zacht duwtje in de rug richting een beslissing	- Focus op waarde, nauwkeurigheid, kwaliteit en betrouwbaarheid - Hou je bij feiten en logica; reduceer risico's waar mogelijk - Dring nooit aan op een beslissing - Blijf gereserveerd en rationeel
Afsluiten	- Vraag rechtuit of ze geïnteresseerd zijn - Presenteer twee of drie opties met aanbevelingen en samenvattingen - Wees stil wanneer ze hun beslissing nemen	- Vraag openlijk: "Wat is onze volgende stap?" - Wees klaar om hun bestelling op te nemen - Rem hen af wanneer ze te snel tot de koop overgaan - Regel het papierwerk voor hen	- Het zijn langzame beslissers en ze willen graag de meningen van anderen horen - Dring niet aan op een beslissing - Bied garantie wanneer dat relevant is	- Verstrek logische opties met documentatie - Geef hun de tijd en de ruimte om beslissingen te nemen - Wijs op nadelen wanneer deze van toepassing zijn - Suggereer een pilot programma of garantie om risico's te minimaliseren

Aftersales

- Check met een follow-up of ze 100% tevreden zijn
- Houd het contact zakelijk
- Doe wat je belooft
- Bied goede service na de koop
- Voorkom frustraties (ze lezen geen instructies)
- Maak hen vertrouwd met je product/dienst
- Bied consistente follow-up en persoonlijke geruststelling
- Geef hun je telefoonnummer
- Laat blijken dat je op de lange termijn een zakelijke relatie wilt
- Geef een schema m.b.t. een follow-up
- Double-check of ze tevreden zijn
- Mail hun ideeën en links
- Focus op waarde, kwaliteit en betrouwbaarheid

Hoe nu verder?

Brandon, dit rapport staat vol met informatie over je stijl en elk van de vier primaire gedragsstijlen. Je bent je er nu van bewust en je hebt inzicht in de vier verschillende gedragsstijlen.

Er staan veel suggesties in de toepassingssectie van dit rapport om deze gedragsstijl informatie toe te passen. Neem de volgende stap en DOE de oefeningen als je ze hebt overgeslagen.

Leg dit rapport niet op de plank. Jouw stijl is niet zo belangrijk als de kans die deze informatie biedt om een betekenisvolle dialoog met anderen aan te gaan en zodoende al je relaties te verbeteren. Gebruik dit rapport als referentiebron. Het bevat heel veel informatie die niet bedoeld is om in één keer te verwerken.

We wensen je veel plezier met het maken van een aantal kleine veranderingen in je gedrag en het ervaren van de resultaten. Wellicht zal het je verrassen!

Onthoud De Platinum Regel®:

“Behandel anderen op de manier waarop ZIJ behandeld willen worden.”

Je zult zoveel meer succes hebben in je relaties!