



Arie Voorbeeld

Stijl: Hervormer (IDS)

DISC Salesrapportage

zondag 11 januari 2026

Inleiding

Uw rapport maakt gebruik van de DISC Persoonlijkeidsanalyse. De DISC beschrijvingen geven in 'begrijpelijke taal' zicht op gedrag en communicatie. Onderzoek heeft aangetoond dat gedragskenmerken kunnen worden gegroepeerd in vier hoofdgroepen die 'persoonlijkeidsstijlen' worden genoemd. Mensen met vergelijkbare stijlen vertonen specifieke gedragskenmerken die gebruikelijk zijn voor die stijl. De vier letters D, I, S en C vertegenwoordigen de vier persoonlijkheidsstijlen:

- D = Dynamisch en Direct
- I = Interactief en Inspirerend
- S = Stabiel en Support gevend
- C = Correct en Consciëntieus

Kennis van de DISC Persoonlijkeidsanalyse geeft de mogelijkheid om uzelf, uw collega's, gezinsleden en ook vrienden op een goede manier te begrijpen. Hierdoor kunt u beter aansluiten op ieders persoonlijke communicatiebehoeften, conflicten voorkomen of verminderen, verschillen in anderen beter waarderen en bouwen aan onderling vertrouwen. In het dagelijks leven kunt u de persoonlijkheidsstijlen makkelijk herkennen.

In het dagelijkse leven kunt u zien hoe de verschillende gedragsstijlen zich uiten, omdat u in meer of mindere mate dagelijks met elke stijl in contact komt. Als u denkt aan uw familieleden, vrienden en collega's, zult u met eigen ogen zien hoe zich verschillende persoonlijkheden openbaren.

- Kent u iemand die assertief is, direct en die vooral geïnteresseerd is in hoofdlijnen?

Deze mensen zijn daadkrachtig, direct en bezitten een sterke wil.

Dit is de D stijl

- Heeft u vrienden die gemakkelijk praten en vriendelijk zijn tegen iedereen die ze tegen komen?

Deze mensen zijn optimistisch, vriendelijk en praten graag.

Dit is de I stijl

- Heeft u collega's die goede luisteraars en goede teamspelers zijn?

Deze mensen zijn stabiel, geduldig, loyaal en praktisch.

Dit is de S stijl

- Heeft u ooit samengewerkt met iemand die het leuk vindt om feiten en details te verzamelen en die grondig is in alle activiteiten?

Deze mensen zijn nauwkeurig, gevoelig en analytisch.

Dit is de C stijl

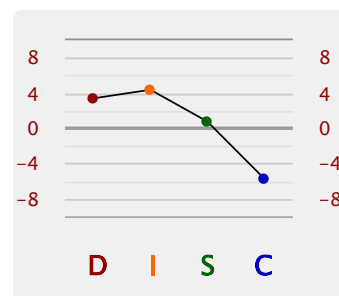
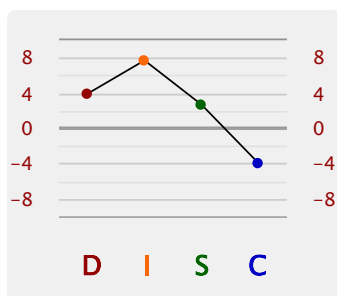
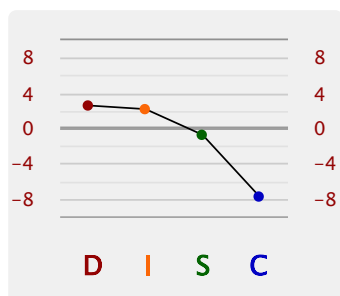


De onderstaande tabel plaatst de vier gedragsdimensies in perspectief.

	D = Direct	I = Interactief	S = Stabiel	C = Consciëntieus
Zoekt	Controle	Erkenning	Acceptatie	Nauwkeurigheid
Sterke punten	Beheer Leiderschap Doelgerichtheid	Overtuigend Enthousiasme Onderhoudend	Luisteren Teamwerk Voltooing	Plannen Systemen Integratie
Uitdagingen	Ongeduldig Ongevoelig Slechte luisteraar	Gebrek aan detail Korte concentratieboog Maakt zaken niet af	Overgevoelig Komt langzaam op gang Houdt niet van verandering	Perfectionist Kritisch Niet responsief
Houdt niet van	Inefficiëntie Besluiteloosheid	Routines Complexiteit	Ongevoeligheid Ongeduld	Wanorde Ongepastheid
Beslissingen	Besluitvaardig	Spontaan	Overleggen	Planmatig

De menselijke persoonlijkheid is volgens het DISC systeem opgebouwd uit verschillende intensiteiten van elke stijl. Daarom wordt de persoonlijkheidsstijl visueel in beeld gebracht aan de hand van de DISC grafiek. De DISC grafiek geeft de intensiteit van alle vier de stijlen weer. De punten boven de middenlijnen tonen een sterkere intensiteit, terwijl de punten onder de middenlijn wijzen op een minder sterke intensiteit van de DISC kenmerken. Met één blik op een DISC grafiek weet u meteen wat de persoonlijkheid en gedragskenmerken van iemand zijn.

Hieronder ziet u uw drie DISC grafieken en een korte uitleg over de verschillen tussen de grafieken.



DISC grafiek 1 toont uw 'Publieke Perceptie' (het masker)

Deze grafiek toont de 'u' zoals anderen u zien. Het laat zien hoe u zich aanpast aan de eisen van de omgeving en hoe u denkt wat anderen van u verwachten.

DISC grafiek 2 toont uw 'Stress Perceptie' (de kern)

Deze grafiek toont uw automatische reacties op druk. Het laat zien hoe u waarschijnlijk zult reageren wanneer er sprake is van stress en spanning.

DISC grafiek 3 toont uw 'Zelf Perceptie' (zelfbeeld)

Deze grafiek toont hoe u uw gebruikelijke gedrag waarneemt. Het kan gezien worden als het beeld dat u van uzelf heeft. Veel mensen zijn zich niet altijd bewust van hun gedrag naar anderen toe. Deze grafiek toont uw gebruikelijke benadering.

Beschrijving

Uw stijl begrijpen

De DISC stijlbeschrijving van Arie is een combinatie van de I, D en de S boven de middenlijn en komt overeen met de beschrijving die hoort bij het kernwoord **Hervormer**. Hieronder volgt de beschrijving van uw stijl.

Hervormers zijn sociaal ingestelde, vriendelijke mensen, die graag een leidinggevende positie innemen. Ze ronden processen af door gebruik te maken van hun sociale vaardigheden. Hervormers zorgen voor mensen om hen heen vanuit acceptatie. Ze richten zich volledig op het werk dat gedaan moet worden, maar zullen hierbij anderen inschakelen wanneer dit nodig is. Hervormers zijn zowel teamleiders als teamspelers; Ze delen graag de eer van hun werk met anderen. Hervormers hebben erkenning nodig en geven anderen gemakkelijk hun vertrouwen.

Hervormers werken graag - met anderen - aan de frontlinie. Conflicten weten ze door hun directe optreden snel op te lossen. Ze houden rekening met de gevoelens van anderen en willen anderen op hun gemak stellen. Hervormers zijn begaan met mensen en beschikken over goede sociale vaardigheden. Ze weten anderen te motiveren en kijken altijd naar de positieve kant van mensen en situaties tijdens een evaluatie.

Arie geeft graag leiding en stuurt graag groepen aan zoals zakenpartners, collega's en vrienden. U bent iemand die leidinggevende verantwoordelijkheid serieus neemt en doorgaans in staat bent om zonder aarzelen belangrijke beslissingen te nemen. U straalt zelfverzekerdheid uit en anderen reageren goed op de aangeboren aanleg tot koploper.

Relaties spelen een belangrijke rol in het leven van Arie. U bent al snel goed van vertrouwen en gaat graag nieuwe vriendschappen en relaties aan. U bent vaak bij meerdere dingen tegelijk betrokken en bent dol op sociale gelegenheden. U moedigt anderen graag aan en mensen zien u als iemand die anderen inspireert.

Arie onderkent de waarde van een goede relatie en is geduldig en zorgzaam in de omgang met anderen. U blijft meestal kalm, rustig en evenwichtig, zelfs in situaties waarin anderen van slag kunnen raken. U zorgt er graag voor dat de vrede bewaard wordt en vertrouwt bij het oplossen van problemen op eerder bewezen succesvolle strategieën.

Arie probeert graag nieuwe dingen uit en gaat liever op buikgevoel af dan op alleen de feiten. U bent niet bang voor nieuwe situaties en mogelijkheden en de aanpak is vaak uniek of vernieuwend. U laat de details van diverse activiteiten liever aan anderen over en richt zich het liefst op het creatieve en innovatieve aspect van de taak.

Enthousiast, innovatief
Vertrouwend, optimistisch
Overtuigend, Prater, zorgzaam
Wedijveren om erkenning maar bereid om eer te delen

Beschrijvende Kenmerken

Vleierij, populariteit
autoriteit en acceptatie
Beloningen, erkenning
Vrij zijn van regels en plichten
Anderen die details voor hun rekening nemen

Gemotiveerd door

Leiderschapsrollen
Vaak complimenten voor behaalde resultaten krijgen
Vrij zijn van controle en details
Ideeën kunnen uitwisselen

Mijn ideale omgeving

Salesprofiel

Inleiding

Uit diverse onderzoeken blijkt dat effectieve en krachtige sales professionals een goed begrip hebben van menselijk gedrag. Zij zijn daardoor niet alleen in staat om gedragingen van anderen in te schatten maar weten ook goed aan te sluiten op de behoeften van een klant. Succesvolle verkopers zijn zich bewust van hun eigen sterke en minder sterke punten en ze kunnen ook snel de sterke kanten, behoeften en voorkeuren van hun klanten inschatten. Als dealmaker is mensenkennis van cruciaal belang!

Op de volgende bladzijden wordt uw persoonlijkheidsstijl in de salesrol bekeken vanuit het DISC model. Het zal u inzicht geven in uw sterke en minder sterke punten op het gebied van sales. Met deze informatie kunt u een stap maken om uw sterke punten effectiever in te zetten en uw minder sterke kanten te identificeren. Daarnaast voorziet dit rapport in tips voor leidinggevend op basis van uw unieke salesstijl. Tot slot geeft dit rapport inzicht hoe u uw klanten het best kunt motiveren om tot een koop over te gaan gebaseerd op hun specifieke salesstijlen.

Het zal geen verrassing zijn dat verschillende klanten verschillende persoonlijkheidsstijlen hebben. Zo hebben ze ook verschillende prikkels of 'hot buttons' die hen tot kopen aanzetten. De verkoper heeft de taak om de 'hot buttons' te vinden en ze zo in te drukken dat het juiste effect ontstaat. De psychologie van verkopen is het inleven in en begrijpen van de klant, het vinden van de unieke motiverende factor(en) om van daaruit een gunstige situatie te creëren, waarin de persoon tot aankoop overgaat.

Het leren kennen van uw salesstijl en de stijl van uw klanten kan zowel onthullend als bevestigend zijn. Het zal nieuwe aspecten aan uw benadering toevoegen en voor u bekende zaken zullen worden bevestigd. Deze informatie is waardevol voor elk aspect van uw leven: op het werk, thuis en in situaties waar u anderen ontmoet.

Salesprofiel

Uw DISC Salesstijl

Beschrijving van uw Salesstijl

U heeft de DISC Salesstijl van Hervormer (IDS)

Hervormers zijn sociaal ingestelde, populaire sales professionals die graag lastige, riskante of leidinggevende salesrollen op zich nemen. Ze voeren salestaken uit met behulp van hun sociale vaardigheden, openheid en oprechtheid. Hervormers hebben niet alleen uitstekende sociale vaardigheden maar zijn ook sterk taakgericht. Ze beschouwen sales targets als een taak en rusten niet totdat ze hun doel hebben bereikt. Vaak overtuigen of mobiliseren ze anderen en delegeren ze taken. Hervormers kunnen charmant en hoffelijk zijn en klanten kopen dingen vaak gewoonweg omdat deze verkoper hen zo'n prettig gevoel gaf. Het zijn geweldige teamspelers en vaak worden zij de voortrekkers van het salesteam. Ze zoeken sociale acceptatie, waardering en erkenning en vinden het prima om ontvangen complimenten met het hele team te delen.

Hervormers behalen de beste resultaten als ze zelf de leiding over hun salesproces hebben en als ze niet te veel in hun handelen worden beperkt. Als ze worden beperkt in hun vrijheid schromen ze niet om regels te overtreden en zo de gewenste resultaten te bereiken. Ze zijn direct genoeg om conflicten aan te gaan en zij nemen vaak snel beslissingen, ook als ze onder druk staan. Het zijn effectieve sales leaders die anderen met hun passie, optimisme en positieve houding overtuigen en ze zijn gevoelig voor persoonlijke kwesties. Hervormers vinden het niet prettig om alleen leiding te geven. Ze omringen zich graag met personen die ze kunnen inspireren en motiveren en die de details van transacties administratief uitwerken.

Hervormers zijn alert op de gevoelens van anderen en zullen proberen voor iedereen een positieve sfeer te creëren. Ze hebben uitstekende sociale vaardigheden en zijn oprecht begaan met anderen. Ze weten precies hoe ze teamleden en klanten moeten motiveren. Hervormers hebben veel sociale goedkeuring nodig en vertrouwen anderen in hoge mate. Daarom zijn ze goed in het mobiliseren van en delegeren aan anderen. Ze willen een actieve inbreng hebben, voortdurend betrokken zijn bij het opbouwen van relaties en actief betrokken zijn bij nieuwe projecten. Hervormers zijn gepassioneerde, zelfbewuste, verbaal begaafde en meelevende personen die hun gedachten en meningen graag uiten als anderen oprecht geïnteresseerd zijn.

Salesprofiel

Uw DISC Salesstijl

Beschrijving van uw Salesstijl

Laat uw saleskwaliteiten nog beter uit de verf komen door uw talenten steeds vaker te benutten en uw valkuilen zoveel mogelijk uit de weg te gaan. Zet uw specifieke kwaliteiten in binnen uw salesteam en streef er met elkaar naar om precies dat te doen waar u talent voor heeft.

Welke talenten heeft een verkoper met Hervormerstijl?

- Zijn sterk toekomstgericht en voelen niet de noodzaak zich te voegen naar voorgeschreven methoden. Volgen hun instinct dat hen vaak tot een innovatieve benadering van zaken brengt
- Zijn flexibel in de omgang met klanten, passen zich aan het gewenste niveau van formaliteit aan
- Hebben leidinggevende vaardigheden. Zijn goed in het mobiliseren, inspireren, overtuigen en leiden van anderen
- Worden gemotiveerd door competitie
- Gebruiken verhalen en praktijkvoorbeelden om een sale te realiseren
- Sterke onderhandelingspartners wanneer ze klachten van klanten afhandelen, snelle denkers
- Positieve, optimistische houding, zorgzaam naar collega's en klanten

Wat zijn potentiële valkuilen voor een verkoper met Hervormerstijl?

- Zetten sommige regels en procedures soms naar hun hand als ze denken dat dat de sale ten goede komt of dat daarmee het doel kan worden bereikt
- Houden zich liever niet bezig met routineklusjes of papierwerk
- Kunnen hun geduld verliezen wanneer mensen niet snel beslissingen nemen
- Geven de voorkeur aan het benaderen van prospects met veel potentieel boven het onderhouden van bestaande klanten
- Gaan zich redelijk snel vervelen in een omgeving zonder uitdagingen, risico's, veranderingen of spanning

Grootste talent van een verkoper met Hervormerstijl

- Mogelijk sterke leiders van een salesteam. Weten resultaten te boeken. Goed in sociale relaties en bezitten over genoeg verantwoordelijkheidsgevoel om verschillende en veranderende salesprocessen te managen

Salesprofiel

DISC-VERKOOPSTIJLEN

Overzicht

Het geven van incentives aan een verkoopteam is één van de moeilijkste taken van een manager. Gebruik dit overzicht om strategieën te ontwikkelen voor verkopers met verschillende DISC-persoonlijkheden.

Incentives voor D-stijlen	Incentives voor I-stijlen
• Bied salestargets aan op papier • Bied mogelijkheden tot leiding geven aan een salesteam • Geef hen een groot en uitdagend rayon • Bied mogelijkheden om een deal te closen • Vraag naar hun visie op het positioneren van een product of dienst • Benadruk provisie - niet het salaris • Bied mogelijkheden die verzilverd kunnen worden • Betrek hen bij productlancering en het opbouwen van marktaandeel • Streel hun ego met erkenning, plaats een stuk in een nieuwsbrief over hen • Stel hen persoonlijk voor aan anderen; geef aanbevelingen • Geef hen vrijheid, geen controle • Bied ondersteuning bij detailgericht werk • Evalueer op basis van resultaat, niet het proces • Ga samen lunchen • Bied andere activiteiten aan om invloed uit te oefenen • Geef hen competitieve uitdagingen • Gebruik reizen als beloning • Geef hen problemen om op te lossen	• Wees vriendelijk, grappig en informeel • Geef hen activiteiten om te socialiseren en te netwerken buiten het werk om • Bied de mogelijkheid om nieuwe klanten te werven • Help hen hun huidige klanten te bedienen • Richt je op hun sterke- en positieve kanten tijdens het geven van feedback • Benadruk provisie - niet het salaris • Bied ondersteuning bij detailgericht werk, werkplanning en time management • Ga samen op salespad en geef constructieve feedback • Bied een veranderende, mensgerichte omgeving • Geef leiding door samen op te trekken • Zet projectdoelstellingen, details en termijnen op papier • Gebruik openlijke erkenning, beloning, vlijende en lovende woorden • Bied de mogelijkheid om in het openbaar te spreken of vergaderingen te leiden • Bied de mogelijkheid om hun mening te uiten en uitdrukking te geven aan zichzelf • Bied de mogelijkheid voor leuke dingen en reizen • Geef hen frisse, nieuwe en uitdagende producten en diensten

Salesprofiel

DISC-VERKOOPSTIJLEN

Overzicht

Het geven van incentives aan een verkoopteam is één van de moeilijkste taken van een manager. Gebruik dit overzicht om strategieën te ontwikkelen voor verkopers met verschillende DISC-persoonlijkheden.

Incentives voor S-stijlen	Incentives voor C-stijlen
- Bied praktische, betrouwbare en mensvriendelijke producten en diensten aan ter verkoop - Zorg dat ze achter strategieën en plannen staan - Toon oprechte waardering voor hun harde werk - Erken hen voor hun trouw en geduld - Geef hen haalbare verkoopdoelstellingen - Overweeg hen in te zetten voor langdurende salesklussen - Benadruk salaris - niet provisie - Blijf constant motiveren en aanmoedigen - Maak de verkoper deel van het verkoopteam - Help hen bij het versterken van hun zelfvertrouwen - Dwing hen niet om zonder aanleiding potentiële klanten te bellen - Bied professionele tools om mee te presenteren - Help hen in het voorbereiden van hun productpresentatie - Bied flexibiliteit in hun schema om tijd voor het gezin vrij te maken - Zorg voor regelmatig telefonisch contact in aanwezigheid van de verkoopleider - Wees voorzichtig in het geven van kritiek; kondig veranderingen tijdig aan - Geef regelmatig opbouwende feedback op prestaties - Beperk het aantal opdringerige mensen waarmee ze moeten omgaan	- Help hen expert te worden op één gebied - Geef regelmatig informatie omtrent veranderingen en beleid - Toon respect, geef oorkondes en onderscheidingen - Benadruk salaris - niet provisie - Kondig veranderingen tijdig aan - Geef hun creativiteit de ruimte - Bied mogelijkheden om strategieën te ontwikkelen en problemen op te lossen - Bied gereedschappen om onderzoek mee uit te voeren - Lever kwaliteitsproducten om te verkopen - Bied kwalitatief hoogwaardige hulpmiddelen voor presentaties en technische ondersteuning - Beloof hun trouw, discipline en doorzettingsvermogen - Laat hen bestaande contacten onderhouden in plaats van nieuwe contacten aan te gaan - Laat hen precies weten wat er verwacht wordt - Geef hen beloning voor hun harde werk - Geef hen hun eigen georganiseerde en privéruimte - Geef hen baangarantie - Overweeg hen in te zetten voor langdurende salesklussen

Salesprofiel

DISC-VERKOOPSTIJLEN

Tips voor het motiveren en managen van uw verkoopteam

Een incentive die voor een bepaalde persoon werkt, motiveert een andere persoon wellicht niet. Een dinertje in een steakrestaurant is niets voor een vegetariër. Elke persoon dient dus te worden gemotiveerd naar aanleiding van diens eigen voorkeuren, sterke punten, behoeften en zienswijze.

Voer om de productiviteit te verhogen, resultaten te boeken en uw verkoopteam te behouden de volgende stappen uit.

1. Maak profielen van alle verkopers om hun DISC-stijl te identificeren
2. Gebruik DISC om erachter te komen wat hen persoonlijk motiveert
3. Stel verkoopteams samen met elkaar aanvullende stijlen
4. Onthoud dat geld niet de enige motivatie is

Gebruik de volgende tips om de beste en meest productieve omgeving voor uw teamlid te creëren:

Hoe blijft een verkoper met Hervormerstijl gemotiveerd?

- Laat hen werken in een dynamische, veranderende omgeving met veel klantcontact
- Geef hen uitdagende taken samen met oprechte waardering
- Motiveer hen door hen verantwoordelijkheid te geven en streel hun ego door middel van erkenning
- Laat hen deelnemen aan plannings- en positioneringsvergaderingen
- Geef hen de verantwoordelijkheid om salesprojecten en -teams te leiden en te managen
- Geef hen de ruimte om innovatieve marketing, reclame-ideeën en -strategieën te ontwikkelen en te implementeren

Hoe ontvangt een verkoper met Hervormerstijl graag leiding?

- Geef hen veel autonomie en trek samen op
- Geef hen platform voor hun ideeën en laat hen meedenken in vergaderingen
- Bevrijd hen van beperkingen, voorschriften en controles. Stel in plaats daarvan vast wat de meest essentiële randvoorwaarden zijn met het oog op de te behalen doelstellingen
- Laat back office collega's details en routinetaken voor hen afhandelen

Salesprofiel

DE VERKOOP AAN KLANTEN VERBETEREN

De koopstijl van uw klant herkennen

Voordat u uw verkoopstijl aanpast aan de koopstijl van uw klant dient u uw klant eerst te observeren. Let op het volgende: de vragen die men stelt, tempo, directheid, openheid, lichaamstaal, illustraties in hun kantoor, kledingstijl, is men formeel of informeel?

Als uw klant... • een hoog tempo hanteert, direct en besluitvaardig is • competitief en individualistisch overkomt • een sterk ego toont en zelfverzekerd is • niet geïnteresseerd is in hoe het werk gedaan wordt • verandering en risico's geen probleem vindt Dan heeft uw klant een D-stijl • Extravert + Direct = D stijl • Hoe hoger de D, hoe sterker de drang om het gesprek te leiden D's kopen producten op basis van... Passende oplossing, deskundig oordeel, superieure kwaliteit en de mogelijkheid er resultaat mee te kunnen behalen	Als uw klant... • vlot, charismatisch en geanimeerd is • spontaan en optimistisch overkomt • makkelijk praat • over gevoelens en andere mensen praat • leuke dingen en verhalen benadrukt Dan heeft uw klant een I-stijl • Extravert + Vriendelijk = I stijl • Hoe hoger de I, hoe groter de behoefte aan sociale interactie I's kopen producten op basis van... Impuls, esthetica, mond op mond reclame, en de mogelijkheid prestige aan het product te ontlelen
Als uw klant... • minder vlot en expressief is • feiten en details benadrukt en gegevens vergelijkt • komt gereserveerd over, en is voorzichtig en beheerst • graag onafhankelijk werkt • zeer taak- en kwaliteitsgericht is Dan heeft uw klant een C -stijl • Introvert + Analytisch = C stijl • Hoe hoger de C, hoe groter de behoefte om tactisch te antwoorden C's kopen producten op basis van... Geschiktheid, garantie op producten, productvergelijking en beschikbare informatie	Als uw klant... • vriendelijk, ontspannen en prettig in de omgang is • graag samenwerkt en ervan houdt in teamverband te handelen • zich verzet tegen verandering en het nemen van risico's • meer vraagt dan zelf iets mee te delen • niet geïnteresseerd is in hoe het werk gedaan wordt Dan heeft uw klant een S-stijl • Introvert + Coöperatief = S stijl • Hoe hoger de S, hoe groter de behoefte aan zekerheid S'en kopen producten op basis van... Praktisch gebruik, eenvoud en de mogelijkheid van het bieden van zekerheid aan de gebruiker

Salesprofiel

DE VERKOOP AAN KLANTEN VERBETEREN

Manieren om uw sales rate te verhogen bij ieder klanttype

Nadat u tijd hebt doorgebracht met uw prospect, vergeet dan niet een optimale koopomgeving te creëren door aan te sluiten op hun stijl. Gebruik de onderstaande suggesties voor iedere DISC stijl en doorloop de stappen zoals beschreven:

1. Herken de persoonlijke koopstijl van de prospect. Heeft hij/zij een D, I, S, of C stijl?
2. Zorg er voor uw stijl aan die van hen aan te passen
3. Toon onderdelen van het product of dienst die het meest gewaardeerd zullen worden
4. Close de sale met uw prospect in lijn met hun koopstijl
5. Bied nazorg die past bij de koopstijl van uw klant

Verkopen aan D-stijl klanten

Zij willen: tastbare resultaten

Stressoren: misleid worden, overruled worden, verkoper die competitie aangaat

Pas uw stijl aan door: een 'no-nonsense' verkoopstrategie te gebruiken

- Wees kort, bondig en direct
- Blijf zakelijk
- Benadruk de resultaten of de voordelen van een product of dienst
- Wees besluitvaardig en standvastig tijdens het uitleggen van belangrijke punten
- Wees zelfverzekerd: laat je niet intimideren
- Wees het (on)eens over feiten, en laat daarbij de persoon buiten beschouwing
- Laat ze winnen of het 'bij het juiste eind hebben' (uiteindelijk bent u daar ook bij gebaat)
- Wees sneller dan u gewend bent
- Beloof niet wat u niet waar kunt maken
- Maak niet al teveel geintjes (tenzij zij dat ook doen)
- Geef 'ja' of 'nee' antwoorden en geen 'misschien' antwoorden
- Probeer hen niet te vangen met nutteloze extraatjes of misleidende beweringen; een D stijl heeft een hartgrondige hekel aan misleidende woorden

Verkopen aan I-stijl klanten

Zij willen: een plezierige koopervaring

Stressoren: gevoel afgewezen te worden, genegeerd worden, teveel uitleg van details

Pas uw stijl aan door: een 'gezellige en positieve' verkoopstrategie te gebruiken

- Zorg dat je het leuk hebt, maak grapjes als je denkt dat dat passend is
- Noem de voordelen waardoor zij beter 'uit de verf' zullen komen
- Geef hen erkenning en waardering
- Luister naar hun verhalen
- Gebruik levensechte voorbeelden om complexe concepten te verduidelijken
- Bied nazorg en kom uw woorden na
- Laat hen weten dat je hun gevoelens en ideeën begrijpt
- Geef hen de ruimte om te praten, maar hou het doel wel voor ogen
- Stel hen voor aan teamleden als dat zinvol is
- Bied hen de mogelijkheid met uw tevreden klanten te spreken
- Geef hen niet teveel details omtrent een product
- Geef schriftelijke achtergrondinformatie en details

Salesprofiel

DE VERKOOP AAN KLANTEN VERBETEREN

Manieren om uw sales rate te verhogen bij ieder klanttype

Nadat u tijd hebt doorgebracht met uw prospect, vergeet dan niet een optimale koopomgeving te creëren door aan te sluiten op hun stijl. Gebruik de onderstaande suggesties voor iedere DISC stijl en doorloop de stappen zoals beschreven:

1. Herken de persoonlijke koopstijl van de prospect. Heeft hij/zij een D, I, S, of C stijl?
2. Zorg er voor uw stijl aan die van hen aan te passen
3. Toon onderdelen van het product of dienst die het meest gewaardeerd zullen worden
4. Close de sale met uw prospect in lijn met hun koopstijl
5. Bied nazorg die past bij de koopstijl van uw klant

Verkopen aan S-stijl klanten

Zij willen: garanties en praktisch gebruikersgemak

Stressoren: vage verkoopbeloftes, afstandelijkheid, opdringerigheid

Pas uw stijl aan door: een 'persoonsgerichte' verkoopstrategie te gebruiken

- Toon oprechte interesse in hen als persoon
- Wees vriendelijk, persoonlijk en betrouwbaar
- Noem feiten die betrekking hebben op hun werk
- Bied de zekerheden die ze nodig hebben, en richt u op garanties of rendement
- Wees uzelf, S stijlen kunnen mensen zeer goed inschatten
- Sluit de deal wanneer u denkt hun vertrouwen te hebben gewonnen
- Gebruik levensechte voorbeelden om hen gerust te stellen
- Stel vragen en laat het praten aan hen over
- Stel hen voor aan onderhoudsspecialisten om hen gerust te stellen
- Bied nazorg en kom uw woorden na
- Wees niet opdringerig of gehaast, pas uw tempo aan en wees nederig

Verkopen aan C-stijl klanten

Zij willen: feiten en geloofwaardigheid

Stressoren: kritiek, slordigheden (ook in informatie), onder druk moeten kiezen, emotioneel appèl

Pas uw stijl aan door: een goed beargumenteerde en onderbouwde verkoopstrategie te gebruiken

- Laat hen vragen stellen
- Wees nauwkeurig tijdens het formuleren van uw antwoorden
- Geef zowel 'voors' als 'tegens' om hen te overtuigen
- Gebruik een stap-voor-stap manier van uitleggen
- Beantwoord vragen met feiten en zoveel details als u voorhanden heeft
- Lever bewijs om uw verklaringen kracht bij te zetten
- Wees direct en vriendelijk maar beperk informele gesprekken
- Geef hen veel tijd en ruimte
- Kom terug op details
- Probeer gaandeweg hun vertrouwen te winnen door woord te houden
- Zet hen niet onder druk door direct te moeten besluiten
- Kom niet aan hun persoonlijke ruimte en stel geen persoonlijke vragen tenzij ze die informatie spontaan delen

Salesprofiel

DE VERKOOP AAN KLANTEN VERBETEREN

Omzet vergroten bij specifieke klanten

Instructies: Vul het werkblad in om u te helpen, ten eerste bij uw omgang met nieuwe klanten en ten tweede bij het vergroten van uw omzet bij klanten die u al kent.

- Kolom 1: Vul hier de achternaam of bedrijfsnaam van uw klant in.
- Kolom 2: Kijk naar deel 3 (een paar bladzijden terug) om u te helpen bij het inschatten van de stijl van uw klant op basis van wat u van de klant weet. Gebruik 1, 2, of 3 van de DISC letters om hun stijl te omschrijven.
- Kolom 3: Verwijs naar de aanbevelingen in deel 3 voor tips die u kunnen helpen bij het formuleren van een actieplan voor (meer) succes met die stijl.

Klantnaam	Stijlinschatting	Actieplan
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		

Communiceren

met de Hervormer (IDS) stijl

Deze zaken zijn voor u belangrijke motivatoren

- Sociaal aanzien en acceptatie, vrijheid van details en controle, mensen om mee te praten, positieve werkomstandigheden, erkenning van capaciteiten, de kans om anderen te motiveren en inspireren, de mogelijkheid anderen te helpen

Grootste angst

- Afwijzing en verlies van invloed en acceptatie

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

- Een positieve en teamgerichte benadering
- De gelegenheid om u uit te spreken over uw ideeën, intuïtie en uw inzicht in anderen
- Een balans in aandacht voor werkzaken en sociale zaken
- Details op schrift. U zult echter niet al te lang bij deze details stilstaan
- Een samenwerkende houding en een relatie op basis van gelijkwaardigheid
- Positieve impulsen die aanzetten tot het voltooien van taken

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

- Het elimineren van sociale status (wie u bent voor anderen... doet er niet toe)
- Bedreiging van uw zekerheid
- Het negeren van uw ideeën en behaalde resultaten
- Zeggen en opleggen wat u moet doen

Bij het krijgen van informatie of bij nieuwe taken kunt u

- Te snel beginnen met spreken in plaats van goed luisteren
- Belangrijke feiten en details over het hoofd zien
- Nadenken en inzien welke gevolgen een taak of informatie op u zult hebben
- Op creatieve wijze problemen oplossen

Persoonlijke kenmerken

- **KENMERKENDE DRIJFVEREN:** leiderschap, openlijke complimenten
- **BEOORDEELT ANDEREN OP:** hoe ze samenwerken in een team
- **BEÏNVLOEDT ANDEREN DOOR:** warmte en vriendelijkheid, gezellig
- **WAARDE VOOR HET TEAM:** creatief, actief, zelfverzekerd, doelgericht
- **VALKUILEN:** wordt onoprecht, te weinig zelfbeoordeling
- **GEDRAG ONDER DRUK:** koppig, autoritair
- **GROOTSTE ANGSTEN:** sociale afwijzing, afwijzing van leiderschap
- **EFFECTIVITEIT VERHOGEN DOOR:** eigen tekortkomingen herkennen, oprechte waardering geven



Communiceren
met de Hervormer (IDS) stijl

Knowledge comes, but
wisdom lingers.

- Alfred Lord Tennyson

Communiceren

met de Hervormer (IDS) stijl

Uw talenten in een team / organisatie

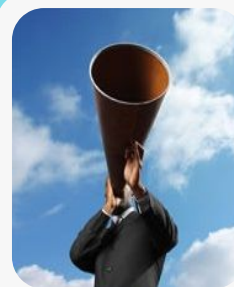
- Creatieve probleemoplosser
- Goede leider, motivator en bemoediger
- Motiveert anderen tot presteren
- Overtuigend woordvoerder
- Bemiddelt tijdens conflicten door het ondernemen van positieve actie

U kunt in teamverband de volgende talenten inzetten of ontwikkelen

- Goede communicator, goede woordvoerder
- Als leider trekt u graag samen op en daarin inspireert en leidt u
- Een team motiveren; Helpt en zorgt voor anderen
- Spontaan en meegaand
- Reageert goed op het onverwachte
- In staat om een goede en weldadige sfeer te scheppen
- Enthousiast
- Biedt richting en leiderschap
- Kan ideeën goed verwoorden
- Kan goed met anderen samenwerken, accepteert anderen
- U geeft makkelijk uw mening en uw idee
- Een positieve houding
- Bereikt doelen door anderen in te schakelen
- Goed gevoel voor humor
- Komt sterk naar voren tijdens brainstormsessies

Uw groeigebieden in effectiviteit in de stijl van Hervormer

- Weeg de voors en tegens tegen elkaar af voor u een beslissing neemt, wees minder impulsief
- Oefen uw luistervaardigheid, praat minder
- Oefen beheersing over uw woorden, acties en emoties
- Richt u meer op de details en het proces - het 'hoe van zaken' - meer dan de resultaten - het 'wat van zaken'
- Leer wanneer nodig uw tempo te verlagen voor andere teamleden
- Denk na en overweeg ideeën die andere teamleden aandragen
- Richt u er op om zaken van begin tot eind af te ronden



Communiceren
met de Hervormer (IDS) stijl

You can have brilliant ideas, but if you can't get them across, your ideas won't get you anywhere.

- Lee Iacocca

Communicatietips

omgaan met anderen

INTENSITEITSINDEX

Onderstaande woorden geven de intensiteit van uw stijl weer. Deze kernwoorden geven zowel uw kwaliteiten alsook uw mogelijke valkuilen weer. Kijk naar de grafiek waar u meer over te weten wilt komen en zoek de bijbehorende woorden op. De cijfers in de linker kantlijn staan ook in de linker en rechter kantlijn van uw grafieken.

D - meet hoe besluitvaardig, daadkrachtig en gedreven u doorgaans bent.

I - meet hoe verbaal, overtuigend en interactief u doorgaans bent.

S - meet hoe teamgericht, rustig en relatiebouwend u doorgaans bent.

C - meet hoe nauwkeurig, gestructureerd en gedetailleerd u doorgaans bent.

	IN DAADKRACHT BENT U	IN DE INTERACTIE BENT U	IN STABIEL / SAMEN ZIJN BENT U	IN CONSCIENTIEUS ZIJN BENT U
8	EGOCENTRISCH	HARTSTOCHTELIJK	PASSIEF	PERFECTIONISTISCH
	DIRECTIEF	UITBUNDIG	TOEGEVEND	STIPT
	OVERMOEDIG	VLAMMEND	STATISCH	PIETLUTTIG
6	DOMINEREND	ONBEZONNEN	VOORSPELBAAR	DIPLOMATIEK
	EISEND	EMOTIONEEL	TEAMSPELER	SYSTEMATISCH
	KRACHTIG	SNEL GELIEFD	KALM	CONVENTIONEEL
	RISICONEMER	VERTROUWEND	BESCHERMEND	WELGEMANIERD
	AVONTUURLIJK	INVLOEDRIJK	TEVREDEN	CONSCIENTIEUS
	BESLUITVAARDIG	INNEMEND	GEMOEDELIJK	BEHEERST
	ONDERZOEKEND	SOCIABEL	ONTSPANNEN	HOGE STANDAARD
	ZELFVERZEKERD	RUIMHARTIG	BEHOUDEND	ANALYTISCH
	COMPETITIEF	ONTSPANNEN	BEHOEDZAAM	GEVOELIG
	SCHERP	CHARMEREND	AARDIG	WELOVERWOGEN
	RESOLUUT	ZELFVERZEKERD		ONTWIJKEND
0	BEREKENEND RISICONEMER			AUTONOOM
	ZELFKRITISCH	OVERTUIGEND	STABIEL	ZELFRECHTVAARDIGEND
	BEDACHTZAAM	OBSERVEREND	VLOT	EIGENZINNIG
	CIJFERT	OPMERKZAAM	GEINTERESSEERD	KOPPIG
	ZICHZELF WEG	BEHEERST	LEVENDIG	EIGENWIJS
	REALISTISCH		GEESTDRIFTIG	STUG
	WEEGT VOORS	TERUGHOUDEND	KRITISCH	FERM
	EN TEGENS	ARGWANEND	WREVELIG	HARDNEKKIG
	INSCHIKKELIJK	PESSIMISTISCH	ONGEDURIG	WILLEKEURIG
	BEHOUDEND		ONSTUIMIG	REBELS
	VREEDZAAM	AFZIJDIG	STORMACHTIG	
	ZACHTAARDIG	TERUGGETROKKEN	VITTERIG	STOKEND
-6		ZELFBEWUST	ONBEZONNEN	RECALCITRANT
	RUSTIG	ZWIJGZAAM	WERVELWIND	GENADELOOS
	ONZEKER		OVERACTIEF	SARCASTISCH
-8	GEDWEE			
	ONDERDANIG			



Communicatietips
omgaan met anderen

U kunt alleen veranderen door uw inzicht te veranderen.

- Anthony De Mello

Communicatietips

hoe u met anderen communiceert

Hoe u met anderen communiceert

In de rapportage bij de kopjes DO's en DON'Ts leest u een aantal beschrijvingen over uw manier van communiceren. Het kan een eye-opener zijn als u deze beschrijvingen leest en ook bevestigen wat u al wist. Deze punten worden extra waardevol wanneer u ze deelt met uw collega's, vrienden of familie. Anderen kunnen hierdoor begrip krijgen voor de manier waarop u het beste benaderd kunt worden en wat beter niet te doen. Wat ook belangrijk is dat u zich bewust wordt dat DE MANIER WAAROP u iets zegt net zo belangrijk kan zijn als WAT ER WORDT GEZEGD.

Uw hoogste stijl is een I, de gele kleur. Dit betekent dat u graag informatie ontvangt (en zelf geeft) die gaat over (gedeelde) ervaringen, nieuwe ideeën en gevoelens. Om beter te communiceren met anderen heeft uw boodschap soms een vertaalslag nodig. De een wil graag de precieze feiten weten, een ander hoort graag het eindresultaat en weer een ander wat er concreet van het team verwacht wordt. Veel woorden gebruiken betekent niet altijd dat uw boodschap ook overkomt.

Net zoals u bepaalde voorkeuren heeft in communicatie, hebben anderen dat ook. De meeste mensen hebben de neiging om alleen te communiceren vanuit hun eigen stijl en behoeften in plaats van af te stemmen op de behoeften van de ander. Als u de stijlen ziet als een soort taal, dan heeft u voorkeur voor een bepaalde taal: uw hoogste stijl. Laten we dit de 'moedertaal' noemen. Daarnaast is het mogelijk dat u ook een beetje een andere taal spreekt en begrijpt: uw tweede of zelfs derde stijl boven de middenlijn. Sommige 'talen' zijn voor u echt 'vreemde talen'. U moet moeite doen om te begrijpen wat een ander bedoelt, hoewel over hetzelfde onderwerp wordt gesproken. Dit gedeelte geeft u inzicht in hoe u in communicatie beter kunt aansluiten op anderen.

Het onderstaand gedeelte is vooral nuttig voor de I stijl, de gele kleur. In uw communicatie neigt u er sterk naar om veel woorden te gebruiken en dat u wat minder gericht bent op resultaten en details als sommige anderen.

Hoe uw stijl aansluit op andere stijlen

I-D De I en de D kunnen over het algemeen goed met elkaar overweg. Dit komt doordat de D stijl de I stijl als aanmoedigend ervaart. In werk gerelateerde taken kan de I de D soms ervaren als dominerend en te taakgericht. En de D ervaart de I soms als te veel 'bla bla'.

I-I Twee I's bij elkaar is twee handen op een buik. Ze zijn beiden heel sociaal ingesteld en vinden het heerlijk om nieuwe ervaringen op te doen. Wanneer twee I's samenwerken, bestaat het gevaar dat deadlines niet gehaald worden en taken op detailniveau niet goed afgerond worden.

I-S In de werkomgeving kunnen de I en de S goed samenwerken. De S draagt er veelal zorg voor dat de uit te voeren taken ook samen gedaan worden. Relationeel zal de I meer gericht zijn op het algemeen sociale gedeelte (aanmoedigen, praatje hier en daar en motiveren) terwijl de S meer gericht is op de één op één relaties en de kwaliteit van die relaties bij een beperkter aantal mensen (persoonlijke aandacht, luisterend oor, oprecht meeleven).

I-C De I en de C kunnen elkaar goed aanvullen vanuit elkaars sterke kanten. Op relationeel gebied kan het botsen omdat de I sterk op het sociale gericht is en impulsief handelt terwijl de C zich voorzichtig en beheerst opstelt. De C heeft in tegenstelling tot de I geen behoefte aan constant betrokken te zijn in nieuwe of veranderende sociale situaties (d.i. bijv. met regelmaat nieuwe mensen die ergens in betrokken zouden kunnen worden).



Communiceren
met anderen

Spraak is de spiegel van de ziel. U bent wat u zegt.

- Publilius Syros

Communicatietips

Interactie verbeteren

Hoe de I (geel) de interactie met elke stijl kan verbeteren

I met D

Op slechte momenten kunt u de D zien als twistziek, dictatoriaal, arrogant, dominerend, nerveus en gehaast. U houdt er niet van verteld te worden wat te moeten doen door de D. U kunt gefrustreerd raken als uw goede ideeën onopgemerkt blijven. U gebruikt uw verbale vermogens om zich ergens in of uit te praten en zal tot uw verbazing merken dat uw charmes niet het gewenste effect hebben op de Hoge D.

Relatietip: Om een effectieve relatie te hebben dienen geschillen direct uitgesproken te worden. Hoe langer zaken blijven liggen hoe hoger frustraties kunnen oplopen. Afspraken en doelen moeten op een gelijkwaardige basis worden besproken. U moet zich naar de D richten op taken en concrete zaken, niet op allerlei mensen, gevoelens en persoonlijkheden. Wees specifiek in het benoemen van behaalde resultaten naar de D.

I met I

Relaties tussen twee I's gaan doorgaans ontzettend goed. Zij zien elkaar als inspirerend, charismatisch, gezellig en optimistisch. Ze hebben snel een relatie opgebouwd en begrijpen elkaar goed. Beiden neigen om werk en vrije tijdszaken door elkaar te laten lopen, wedijveren om erkenning en proberen elkaar te imponeren.

Relatietip: Het optimaliseren van de relatie van twee I stijlen is niet moeilijk, maar het kan wel een uitdaging zijn om het in de hand te houden. Wees vriendelijk, complimenteaus en erken elkaars prestaties. Luister meer en beter in plaats van al te bedenken wat u terug wilt gaan zeggen.

I met S

Bij tijd en wijle kunt u de S zien als passief, nonchalant, onverschillig, berustend, afschermend en gesloten. Maar u zult merken dat ze ook inschikkelijk en bereid tot relaties zijn als u uw tempo iets kunt verlagen, ook al raakt u soms gefrustreerd als een S zijn/haar gedachten en gevoelens niet op de door u gewenste manier uitdrukt. U kunt fungeren als motivator en aanmoediger van S'en.

Relatietip: Doe het wat rustiger aan, wees gemakkelijker en meer ontspannen. Toon uw oprechte waardering. U zult zien dat vriendschappen met S'en zeer lonend zijn en dat ze achter u staan. Wees vooral niet te opdringerig.

I met C

Op wat mindere dagen kunt u de C zien als overmatig afhankelijk, ontwijkend, defensief, teveel gericht op details, te voorzichtig en te bezorgd. Interactie tussen u en de C stijl kan behoorlijk stroef verlopen en vraagt inzet van beide partijen. U richt zich op mensen en gevoelens – zij op feiten en taken. U bent optimistisch – zij zijn meer kritisch of pessimistisch. U richt zich op het hele plaatje – zij zien vooral details. U wilt snel tot een besluit komen – zij willen eerst meer onderzoek en informatie.

Relatietip: Presenteer uw feiten duidelijk, zonder details of cijfers te overdrijven. Bereid u goed voor op een discussie met een C. Ga ervan uit dat ze twijfels hebben en tijd willen om de gegevens te beoordelen voordat ze een beslissing nemen. Neem mogelijke bedreigingen uit de weg, zodat ze gemakkelijk een beslissing kunnen nemen. Schrijf hen af en toe een korte notitie over de ontwikkelingen.



Verbeteren
Communicatie

Communicatie werkt voor degenen die eraan werken.

- John Powell

Communicatie

werkblad

Werkblad met communicatietips

U kunt uw reactiepatronen op stress (copingsmechanismen) zien door te kijken naar verschillen tussen de grafieken. Ons gedrag wordt sterk beïnvloed door negatieve veranderingen in onze omgeving (grafiek 1). Wanneer iemand geconfronteerd wordt met in zijn ogen stressvolle veranderingen, beweegt het gedrag van die persoon doorgaans van grafiek 1 naar grafiek 2. Als we ons bewust worden van de verschillen of veranderingen tussen deze twee grafieken, krijgen we inzicht in ons automatische reactiepatronen (of overlevingsmechanismen) en kunnen we leren hoe we ons in stressvolle situaties beter kunnen handhaven of aanpassen.

Instructies: elke grafiek belicht verschillende aspecten van uw persoonlijkheid. Een nadere blik op die verschillen onthult waardevolle inzichten. Kijk nu naar de twee grafieken en vergelijk op welke manier de D, I, S en C in grafiek 1 en 2 van elkaar verschillen. Lees hieronder wat die verschillen betekenen. Denk eens na over concrete situaties waarin u stress ervaart en op welke manier dat invloed had op uw beslissingen, gedachten, handelingen en verbale boodschappen.

Veranderingen in D:

Vergelijk grafiek 1 en 2. Als u naar grafiek 2 kijkt, is uw D dan hoger of lager dan de D in grafiek 1? Kijk hoe hoog of hoe laag het punt bij de D staat. Als het punt hoger staat, geeft dit aan dat iemand meer controle wenst in stressvolle situaties. Als de D flink omhoog gaat, kunt u erg overheersend zijn als u gestrest raakt. Wanneer het punt lager staat geeft dit aan dat iemand minder controle wenst in stressvolle situaties. Als de D flink omlaag gaat, wilt u graag dat iemand anders dan uzelf het initiatief en beslissingen neemt. U volgt wel.

Veranderingen in I:

Vergelijk grafiek 1 en 2. Als u naar grafiek 2 kijkt, is uw I dan hoger of lager dan de I in grafiek 1? Kijk hoe hoog of hoe laag het punt bij de I staat. Als het punt hoger staat, geeft dit aan dat iemand meer sociale invloed aanwendt in stressvolle situaties. Als de I flink omhoog gaat, gebruikt u uw verbale capaciteiten en vaardigheden om uw doel te bereiken. Wanneer het punt lager staat geeft dit aan dat iemand minder de sociale invloed inzet in stressvolle situaties. Als de I flink omlaag gaat, steunt u minder op verbale kracht en spreekt u zich niet uit om tot een oplossing te komen.

Verandering in S:

Vergelijk grafiek 1 en 2. Als u naar grafiek 2 kijkt, is uw S dan hoger of lager dan de S in grafiek 1? Kijk hoe hoog of hoe laag het punt bij de S staat. Als het punt hoger staat geeft dit aan dat iemand een vertrouwde omgeving en mensen wenst in stressvolle situaties. Als de S flink omhoog gaat, gaat u conflicten liever uit de weg en wacht u tot een gunstiger moment voordat u zaken verandert. Wanneer het punt lager staat geeft dit aan dat iemand minder behoefte heeft aan allerlei zekerheden in stressvolle situaties. Als de S flink omlaag gaat, wordt u impulsiever bij uw acties.

Veranderingen in C:

Vergelijk grafiek 1 en 2. Als u naar grafiek 2 kijkt, is uw C dan hoger of lager dan de C in grafiek 1? Kijk hoe hoog of hoe laag het punt bij de C staat. Als het punt hoger staat geeft dit aan dat iemand meer informatie en argumenten wenst voordat hij tot een standpunt komt in stressvolle situaties. Als de C flink omhoog gaat, komt u pas tot een standpunt als u over een berg informatie, argumenten en onderbouwingen beschikt. Wanneer het punt lager staat geeft dit aan dat iemand genoeg heeft aan hoofdlijnen om een standpunt in te nemen in stressvolle situaties. Als de C flink omlaag gaat, neemt u een standpunt in door op uw buikgevoel af te gaan.

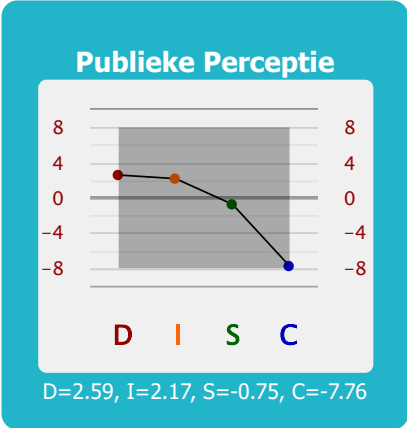
Welk punt ging bij u het meeste omhoog of omlaag? Wat zegt dat over hoe u reageert op stress?

Op welke manier helpen of belemmeren uw reactiepatronen op stress u bij het nemen van beslissingen? Hoe kunt u deze inzichten gebruiken om bewuster om te gaan met uw mogelijk blinde vlekken wanneer u stress ervaart?

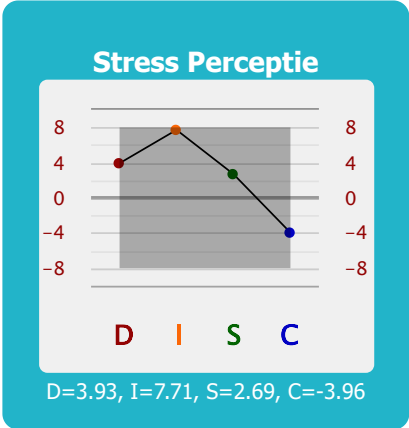
Persoonlijkheidsanalyses gegevens

pagina met grafieken

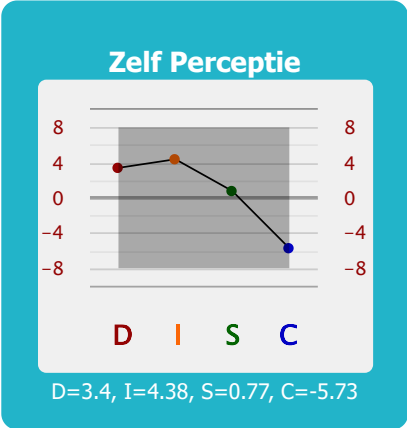
Karakter Grafiek (DISC)



Grafiek Scores D=10, I=5, S=4, C=0



Grafiek Scores D=2, I=0, S=4, C=10



Grafiek Scores D=8, I=5, S=0, C=-10

Uitleg betekenis grafieken

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

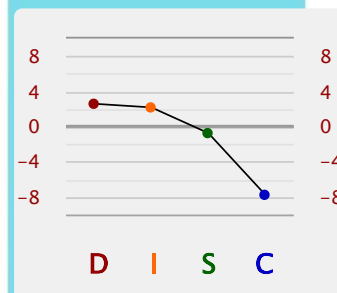
Deze drie grafieken of wel inzichten worden hieronder in nader detail omschreven.

Grafiek 1 -

Masker, Publieke Perceptie

Gedrag verwacht door anderen

Mensen gedragen zich op zo'n manier als zij denken dat een omgeving van hen verwacht. Dit gedrag is de 'Publieke Perceptie', de persoon zoals die naar anderen toe wordt 'gepresenteerd', een masker. Soms is er geen verschil tussen de werkelijke persoon van binnen (grafiek 2) en hoe de persoon zich presenteert. Dit kan ook van elkaar verschillen. De persoon probeert zich dan aan te passen aan de omgevingseisen. Grafiek 1 wordt gevormd door de "MEEST" keuzes in de DISC Analyse. In deze grafiek bevindt zich de grootste potentiële verandering.

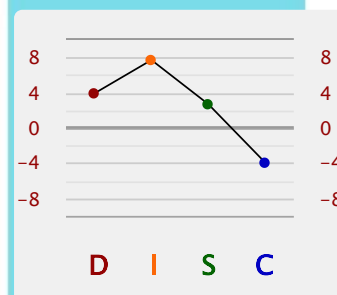


Grafiek 2 -

Stress Perceptie

Automatische reactie op stress

Iedereen heeft reacties vanuit het verleden aangeleerd. Dit zijn veelal ingesleten gedragingen die vertrouwd aanvoelen. Onder druk of spanning komen deze gedragingen naar voren. Deze grafiek is gebaseerd op uw 'Minste' keuzes en heeft het minste potentieel voor verandering, omdat de gedragingen oude ingesleten reacties zijn. Het gedrag van een persoon onder druk kan opmerkelijk veel verschillen van de gedragingen die uit zowel grafiek 1 als 3 naar voren komen. Let op! Dit is niet het ideale zelf of 'authentieke' zelf. Het geeft aan hoe iemand reageert op stressvolle situaties.

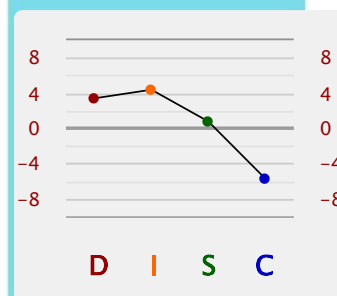


Grafiek 3 -

Zelf Perceptie

Zelfbeeld, identiteit

Ieder persoon ziet zichzelf op een bepaalde manier. Grafiek 3 toont het mentale plaatje dat iemand van zichzelf heeft. Dit is het zelfbeeld. Grafiek 3 combineert aangeleerde reacties uit het verleden met het huidige gedrag op basis van verwachtingen uit de omgeving. Verandering in zelfperceptie kan optreden, maar is meestal geleidelijk en gebaseerd op de eisen van de omgeving. Grafiek 3 is gebaseerd op de verschillen tussen Grafiek 1 en Grafiek 2 en is het uitgangspunt bij grafiekinterpretatie.

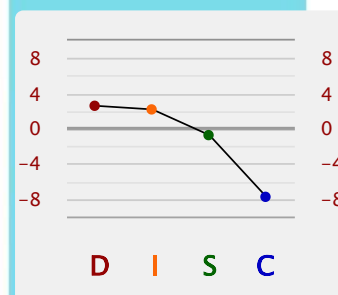


Uitleg betekenis grafieken

Vervolg

Verschillen tussen de grafieken geven verandering of transitie aan

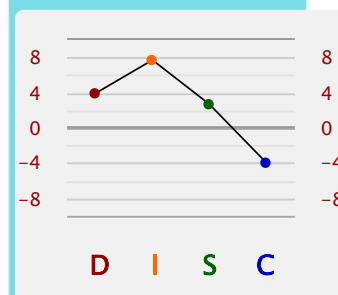
- Als Grafiek 1 verschilt van Grafiek 2, dan dwingen de omgevingseisen gedrag af dat niet in overeenstemming is met de oude reactiepatronen. In zo'n situatie zal een persoon zijn/haar gedrag aanpassen om aan de omgevingseisen te kunnen voldoen. Dit veroorzaakt in veel gevallen stress.
- Als Grafiek 1 verschilt ten opzichte van Grafiek 2, maar niet ten opzichte van Grafiek 3, dan is een persoon in staat zijn/haar gedrag aan te passen aan de omgevingseisen. De persoon heeft waarschijnlijk weinig moeite met het gedrag zoals weergegeven in Grafiek 3, en ervaart daardoor ook geen stress.
- Als Grafiek 1 verschilt ten opzichte van Grafiek 3, kan een persoon een groeiperiode doormaken, wat met enige moeite gepaard kan gaan, omdat hij/zij aan de eisen van een nieuwe omgeving probeert te voldoen. Het gedrag van de persoon kan tijdens deze periode fluctueren.



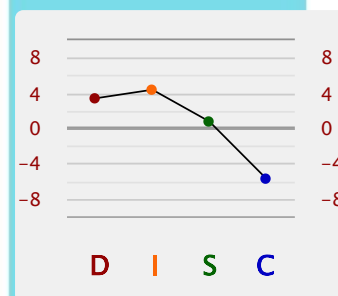
Grafieken die op elkaar lijken, duiden dat er weinig noodzaak is om te veranderen

Een persoon die de huidige omgevingseisen (Grafiek 1) als hetzelfde ervaart als zijn/haar verleden (Grafiek 2), heeft weinig reden tot het aanpassen van de zelfperceptie (Grafiek 3). Dit kan worden veroorzaakt door de volgende factoren:

- Het gedrag dat gevraagd wordt in de huidige omgeving, verschilt niet van de eisen die er in het verleden gesteld werden.
- De persoon bepaalt zelf wat er van hem/haar verwacht wordt.
- Het gedrag dat verlangd wordt door de omgeving verschilt ten opzichte van eisen aan gedrag in het verleden. In plaats van het gedrag aan te passen, heeft de persoon er bewust voor gekozen een andere stijl te hanteren. Om deze stijl goed te blijven hanteren, zal de persoon zich moeten omringen met mensen met verschillende aanvullende stijlen om een team te vormen waarin ieder zijn/haar sterke kanten kan tonen.



Deze rapportage is gebaseerd op Grafiek 3 en heeft de stijlbeschrijving met het sleutelwoord 'Hervormer (IDS)(IDS)'.



Plan van aanpak

Uw interpersoonlijke vaardigheden verbeteren

Plan van aanpak van Arie

Deze werkbladen helpen u om toe te werken naar een betere communicatie tussen u en anderen. Het doel is om uw sterke kanten te maximaliseren en het effect van uw minder sterke kanten te minimaliseren in communicatie en gedragingen. U richt zich met deze oefening op algemene en werkgerelateerde uitingen die kenmerkend zijn voor iedereen met dezelfde DISC stijlcombinatie als u.

U kunt dit gedeelte doornemen met uw werkgever, coach, collega, vriend(in), partner, etc. om zo van hen feedback te ontvangen op uw functioneren. U kunt hen voor dit doel deze pagina's (of het hele rapport) laten lezen. Natuurlijk kunt u het ook alleen invullen hoewel de feedback van anderen u juist verder kan helpen.

Instructies:

Stap 1: Hieronder staan korte statements waarover iemand anders over u kan reflecteren. Vraag de ander elk statement te lezen en er over na te denken in hoeverre dit op u van toepassing is. Achter elk statement kunt u aangeven of dit wel of niet herkend wordt. Door open te staan wat de ander over u te vertellen heeft, kunt u zich bewust worden van uw sterke en minder sterke kanten en uw eventuele blinde vlekken zoals dat door de ander beleefd wordt. Een open dialoog bevordert vertrouwen. Dialoog betekent dat twee mensen met elkaar in gesprek gaan, dus geen eenrichtingsverkeer. We willen u aanmoedigen om op elkaar te reflecteren.

Biedt zich vrijwillig aan of neemt initiatief bij projecten	☐ ☐ ☐ ☐	Door te veel praten komt werk in gedrang	☐ ☐ ☐ ☐
Vergeet vaak verplichtingen	☐ ☐ ☐ ☐	Maakt dingen vaak niet af	☐ ☐ ☐ ☐
Creatief en kleurrijk	☐ ☐ ☐ ☐	Maakt makkelijk contact en persoonlijk	☐ ☐ ☐ ☐
Het begin van nieuwe projecten is goed	☐ ☐ ☐ ☐	Overmatig afhankelijk van gevoelens	☐ ☐ ☐ ☐
Inspireert anderen	☐ ☐ ☐ ☐	Snel afgeleid	☐ ☐ ☐ ☐
Overziet het grote geheel	☐ ☐ ☐ ☐	Werkt met gemak details uit	☐ ☐ ☐ ☐
Kan goed organiseren	☐ ☐ ☐ ☐	Maakt ondoordachte besluiten	☐ ☐ ☐ ☐
Gaat snel over tot handelen	☐ ☐ ☐ ☐	Is vaak abrupt / zeer direct	☐ ☐ ☐ ☐
Beschikt over goede administratieve vaardigheden	☐ ☐ ☐ ☐	Heeft moeite ergens aan te beginnen	☐ ☐ ☐ ☐
Is soms slordig of inefficiënt	☐ ☐ ☐ ☐	Functioneert goed onder druk	☐ ☐ ☐ ☐



Plan van aanpak

Uw interpersoonlijke vaardigheden verbeteren

Een mens is enkel een product van zijn gedachten. Hij wordt wat hij denkt.

- Mahatma Gandhi

Plan van aanpak

Vervolg

Stap 2: Kies nu 2 of 3 items uit waar u komende tijd uw aandacht aan wilt gaan besteden. Bespreek deze items en schrijf op welk specifiek resultaat u behaald wilt hebben binnen een redelijk tijdsbestek. Schrijf ook eventuele opmerkingen op die nuttig zijn voor het realiseren van uw doelen. Plan een datum over 60 à 90 dagen om de voortgang van uw ontwikkeling te bespreken. Maak een commitment voor het doel en spreek af hoe degene die u begeleidt u daarin kan bijstaan.

1. Het eerste doel waar ik me op ga richten:
 - Revisiedatum:
 - Specifieke acties die ik voor dit doel ga ondernemen in de komende 60 à 90 dagen:
 - Specifieke resultaten die ik wil bereiken
2. Het tweede doel waar ik me op ga richten:
 - Revisiedatum:
 - Specifieke acties die ik voor dit doel ga ondernemen in de komende 60 à 90 dagen:
 - Specifieke resultaten die ik wil bereiken
3. Het derde doel waar ik me op ga richten:
 - Revisiedatum:
 - Specifieke acties die ik voor dit doel ga ondernemen in de komende 60 à 90 dagen:
 - Specifieke resultaten die ik wil bereiken



Plan van aanpak

Uw interpersoonlijke vaardigheden verbeteren

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

- Louis Hoyaack