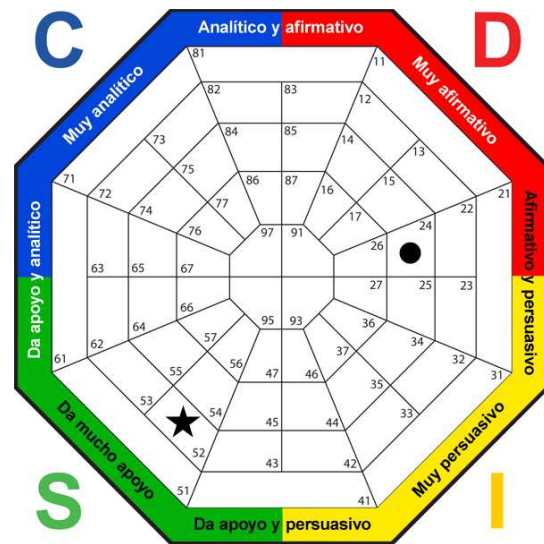


ActionCOACH

business coaching



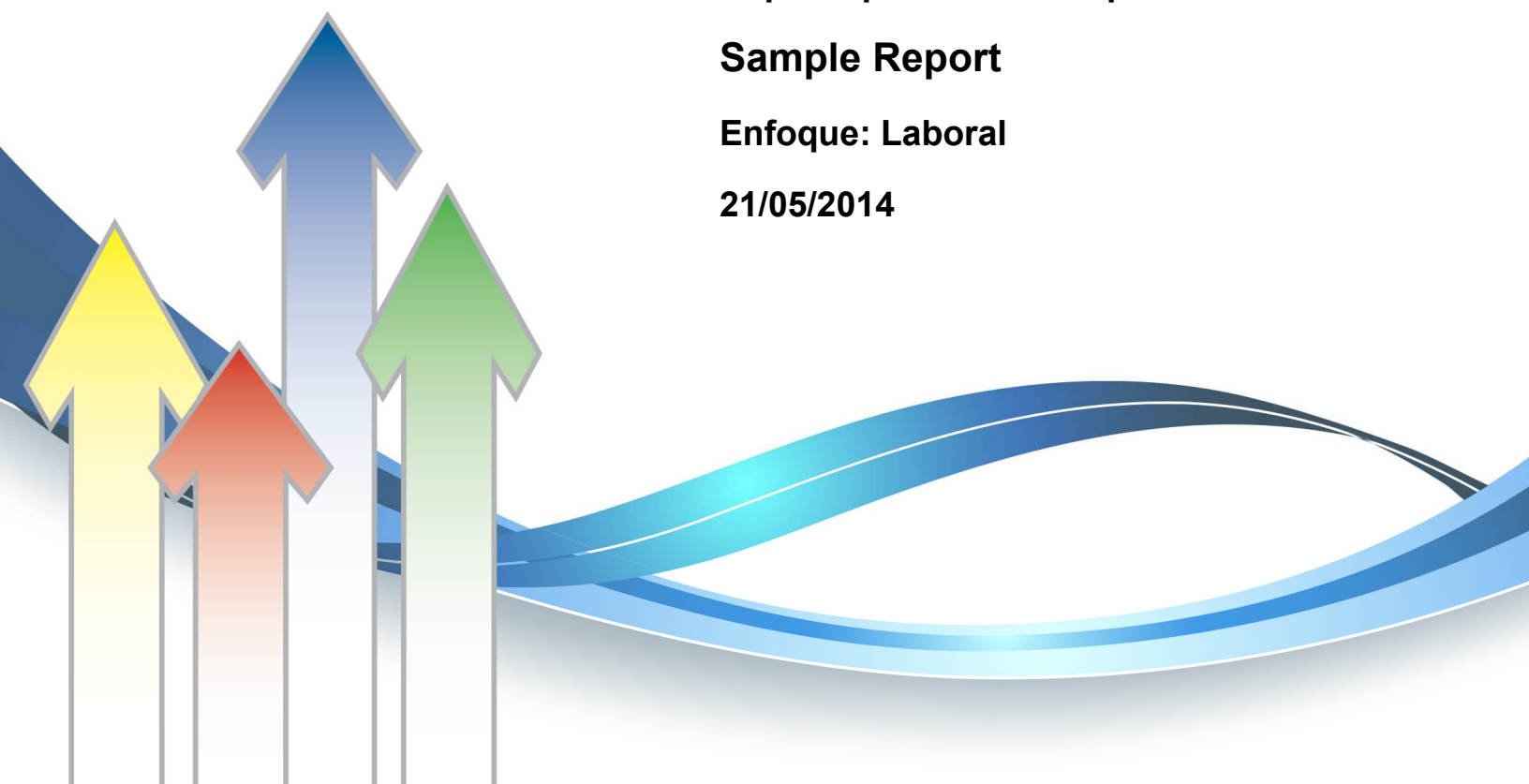
El Reporte en Línea de DISCstyles™

Reporte personalizado para:

Sample Report

Enfoque: Laboral

21/05/2014



Índice

Introducción al Reporte en Línea de DISCstyles™	3
-------------------------------------------------------	---

PARTE I ENTENDIÉNDOSE A SÍ MISMO

Vista general de su estilo de comportamiento	4
Sus Fortalezas: Lo que usted aporta a la organización	6
Qué motiva su estilo y lo que necesita	7
Qué motiva su estilo – Ambiente de trabajo ideal	8
Su comportamiento y lo que se necesita bajo estrés	9
Planes de comunicación	10
Áreas potenciales de mejora.....	13
Resumen de su estilo.....	14
Esquema de palabras: Estilo Adaptado.....	15
Esquema de palabras: Estilo Natural.....	16
Sus gráficas	17
Las 12 relaciones integradas de DISCstyles	18
Una vista del patrón de su comportamiento	22

PARTE II APLICACIÓN DE DISCSTYLES

Aplicación, aplicación, aplicación.....	23
Vista general de los cuatro estilos básicos de DISCstyles	24
Cómo identificar el estilo de comportamiento de otra persona.....	25
¿Qué es la adaptabilidad de comportamiento?	27
Cómo modificar su dirección y apertura	28
Tensión entre los estilos	29
Cómo adaptarse a los diferentes estilos de comportamiento.....	32
CONSTRUCCIÓN Y MANTENIMIENTO DE RAPPORT A LO LARGO DEL CICLO DE VENTAS	36
Tomando Posesión de su Destino	44
Renuncia	45

Introducción al Reporte en Línea de DISCstyles™

Felicidades por decidir tomar la Evaluación en Línea de DISC.

Muchos de nosotros crecemos con la “regla de oro”: tratar a otros de la forma en que nos gustaría ser tratados. Sin embargo, ahora nos damos cuenta que otra regla práctica para vivir es la regla de Platino del Dr. Tony Alessandra - Trata a otros en la forma en que ellos desean ser tratados.

Con este reporte DISC personalizado y detallado usted tendrá las herramientas que le ayudarán a ser una mejor persona y a comportarse de manera madura y productiva. Entonces usted podrá desarrollar y usar más sus fortalezas naturales mientras que reconoce, mejora y modifica sus limitaciones. Este reporte no tiene que ver con los valores ni los juicios. En su lugar, se concentra en sus tendencias naturales que influyen en su comportamiento.

Nuestro sistema en línea de DISC se concentra en patrones de comportamientos externos y observables usando escalas de dirección y apertura que exhiben cada estilo. Gracias a que podemos ver y oír estos comportamientos externos, es más fácil “leer” a la gente. Este modelo es simple, práctico, fácil de recordar y usar. Mira la parte con la vista general de los cuatro estilos básicos de DISCstyles de este reporte para ver un resumen de cada uno de los estilos.

ESTILOS DE COMPORTAMIENTO

La investigación histórica, y también la contemporánea, revela más de doce diferentes estilos de comportamiento, pero muchos comparten algo en común: la agrupación de cuatro categorías básicas de comportamiento.

CÓMO USAR ESTE REPORTE

Este reporte DISC se divide en dos partes.

Parte I se enfoca en entender las características de su estilo. Por favor observe que no existe un estilo “mejor”. Cada estilo tiene sus propias fortalezas y oportunidades para la mejora y crecimiento continuos. Cualquier descripción de comportamiento que se menciona en este reporte son tendencias únicamente para el grupo de su estilo y pueden o no aplicar específicamente para usted personalmente. **Parte II** examina el concepto de adaptabilidad y ofrece planes de acción para usted y las otras personas que interactúan con usted.

ADAPTABILIDAD

Además de ayudarle a entender su estilo de comportamiento, el reporte identificará las formas en las que usted puede aplicar las fortalezas de su estilo o modificar las debilidades del mismo con el fin de satisfacer las necesidades de una situación o relación en particular. Esto se llama adaptabilidad. Los científicos sociales llaman a esto “inteligencia social”. Recientemente se ha escrito mucho acerca de cómo su inteligencia social es tan importante como su Coeficiente Intelectual (CI) para tener éxito en el mundo de hoy en día. En algunos casos, la inteligencia social es aún más importante que el CI. Se habla del concepto de adaptabilidad con más detalle en la sección de *¿Qué es la adaptabilidad de comportamiento?* de este reporte.

ESTILO	TENDENCIAS
Dominante	Tiende a ser directo y cauteloso
Influente	Tiende a ser directo y abierto
Estable	Tiende a ser indirecto y abierto
Concienzudo	Tiende a ser indirecto y cauteloso

Parte I Entendiéndose a sí mismo

Vista general de su estilo de comportamiento

La vista general del Estilo de Comportamiento provee una vista general de su estilo de comportamiento. Esta es su zona de confort. Usted tiende a usar estos comportamientos cuando se encuentra en un modo relajado.

Sus resultados indican que usted es capaz de ayudar a iniciar procesos y actividades complejos. Esto viene de dos características específicas: orientación a gente y orientación a detalles. Las habilidades con personas pueden ser usadas para captar a otros en la idea o proceso, y las habilidades con detalles pueden ayudar a mantener un nivel de calidad de la actividad. Ésta segunda habilidad es una área de fuerza que poca gente comparte y es algo que debe intentar utilizar y maximizar.

Sample, las respuestas que hizo al instrumento indican que tiene un optimismo muy alto y un deseo de ganar. Este espíritu puede ser contagioso para otros, y una influencia positiva en el equipo. Usted califica como los que son extrovertidos y tienen un sentido de detalle y se orientan a alcanzar las metas. Usted podría sorprenderles a otros del equipo que le ven como parrandero, al poder citar algún capítulo y verso de algo específico el un proyecto o una iniciativa.

Con respecto a tomar decisiones, Sample, su pauta de resultados corresponde a los que toman decisiones por recopilar hechos y considerar las necesidades de la gente implicada. Una vez más, esto destaca el tema de equilibrar el lado de la gente y el lado de detalles de proyectos. Los resultados de sus decisiones pueden ser situaciones en las que todos ganan: la organización y la gente en ella. Éste es una habilidad rara, y una que se valora en el lugar de trabajo.

Alguna gente no siempre comprende rápidamente. Tomando eso en cuenta, usted demuestra una característica especial de poder ayudar a otros a visualizar las actividades necesarias para tener éxito en un proyecto o un diseño complejo. Especialmente a los que no lo comprenden. Usted hace esto por atraerle emocionalmente y por poder crear imágenes mentales para su audiencia sobre lo que la visión significa. Usando esas imágenes mentales, usted puede mostrar una variedad de caminos al éxito. Esté seguro de activar esta habilidad cuando haya alguien que no vea la visión.

La pauta de respuestas, Sample, indica que usted tiende a ser considerado con otros, y que usted los persuade de una manera asertiva sin ser exigente. Para decirlo de otra manera: Usted puede ser autoritario sin ser agresivo. Esto viene sobre todo de su alto grado de orientación a gente que le da un sentido de saber sus sensaciones y de responder de manera apropiada. Esto puede ser un activo al equipo especialmente cuando proyectos complejos y un grupo diverso de gente están involucrados.

Sample, usted califica como los que suelen usar el poder de posición o la orientación hacia detalles para conseguir lo que quiere. Esto a veces no es tan eficaz en conseguir resultados necesarios. Intente reducir al mínimo el uso de la autoridad, del título, o de la posición para influenciar otros, y trate de abordar los problemas con un enfoque que beneficie al grupo. Su conocimiento de específicos y detalles es una fortaleza, siempre y cuando sea usada para avanzar hacia la meta.

Usted califica como los que se vuelve algo impacientes o agresivos cuando están bajo presión. Mientras usted sea consciente de esto, su propio intelecto le ayudará a gobernarlo para llegar al éxito óptimo. Use su optimismo natural para mantener un clima positivo incluso estando bajo presión, y obtendrá resultados aún mejores, y se quedará con más personas a bordo del proyecto. Su potencial agresivo puede llevar a conflictos. Intente reducir al mínimo ésta acción a favor de un enfoque más positivo de construir el equipo.

Con respecto a habilidades de la comunicación, usted califica como los que tienen un equilibrio apropiado entre la lógica y la emoción al comunicarse con otros y motivarlos. Su orientación a las personas y su capacidad natural como comunicador le permiten responder rápidamente y mantener un clima positivo de comunicación.

SUS FORTALEZAS Lo que usted aporta a la organización

*Usted tiende a mostrar las características de sus fortalezas de manera consistente. Estas cualidades tienden a mejorar su efectividad. Usted puede incrementar su efectividad aún más al evitar una hiperextensión de estas fortalezas que pueden convertirse en una debilidad. Marque las dos fortalezas más importantes y las dos áreas con las que está comprometido a mejorar y escríbalas en la página de **Resumen de su Estilo**.*

Sus fortalezas:

- Usted tiene la capacidad de manejar a las personas y los detalles con igual destreza y confianza.
- Usted da un sentido de entusiasmo genuino al equipo y la organización.
- Usted está orientado a las personas, pero también es modesto, así que tiene la capacidad de llevarse bien con una gran variedad de otros estilos.
- Demuestra competencia técnica y destrezas del lado personal también.
- Da un sentido del humor positivo y puede romper el hielo o la hostilidad con tacto.
- Da un sentido de control de calidad a los esfuerzos del equipo.
- Muestra un nivel de respeto por los sistemas y el protocolo de la organización.

Las tendencias de estilo de trabajo:

- Usted está listo, dispuesto, y capaz de ayudar a otros para llegar a ser más eficaces y exitosos.
- Usted está motivado a demostrar buenas habilidades organizacionales y a seguir procesos.
- Usted tiene un estilo excelente de escuchar, y otros le conocen como oyente activo e interesado.
- Usted está muy motivado para ser una persona con aptitudes para trabajar bien en equipo y apoyar a los esfuerzos del equipo.
- Usted persuade a otros al ofrecer empatía, entendimiento, y amistad.
- Usted incluye a todos los miembros del equipo. Nadie se siente excluido.
- Su acercamiento al papel del trabajo es sistemático, deliberado, y persistente en desarrollar procesos o encontrar soluciones, y en mantener la participación optimista de otros en el proceso.

Qué motiva su estilo y lo que necesita

*¿Qué le motiva a usted? ¿Qué desea usted realmente? Nuestros comportamientos son formados por nuestras necesidades. Cada estilo tiene diferentes necesidades. Si una persona está estresada, es posible que requiera tiempo para estar sola; otra puede necesitar tiempo rodeada de mucha gente. Cada una es diferente y simplemente están satisfaciendo sus necesidades. Entre más necesidades sean satisfechas, más fácil es desempeñarse a un nivel óptimo. Marque los dos motivadores (deseos) más importantes y las dos necesidades más importantes y escribalas en la página de **Resumen de su Estilo**.*

Usted tiende a ser motivado por:

- Asignaciones que proporcionen una variedad de actividades que involucren a personas.
- Aceptación como un miembro importante del equipo, así como reconocimiento por los logros.
- Una unión con algunas de las tradiciones exitosas que han alcanzado el éxito en el pasado.
- Procedimientos establecidos sobre los cuales se puede construir una base de procesos exitosos.
- Un nivel moderado a mayor de seguridad en el ambiente.
- Sinceridad por parte de los compañeros y colegas.
- Un grupo u organización fuerte y visible con el cual se pueda identificar.

Personas con patrones como los suyos tienden a necesitar:

- Tiempo suficiente para una planeación efectiva.
- Asignaciones laborales de precisión y exactitud para aprovechar su orientación al detalle, pero en equilibrio con suficiente contacto interpersonal
- Responsabilidades de roles y descripciones de trabajo claras y específicas.
- Explicaciones completas de la naturaleza de un proceso y los sistemas utilizados.
- Un enfoque más amplio de la perspectiva y las operaciones.
- Un ambiente donde haya comunicación y contacto con la gente de manera frecuente.
- Tener confianza en el proyecto, producto, metas y liderazgo.

Qué motiva su estilo – Ambiente de trabajo ideal

*Todos pueden ser motivados... sin embargo, son motivados por sus propias razones, no las de alguien más. Al comprender qué lo motiva, usted puede crear un ambiente en donde estará auto-motivado con más probabilidad. Marque los dos factores ambientales más importantes y escríbalos en la página de **Resumen de su Estilo**.*

Usted tiende a ser más efectivo en ambientes que proveen:

- La capacidad de interactuar con personas de manera cómoda y tranquila.
- Un supervisor democrático y administración participativa.
- Interés sincero por las personas involucradas.
- Áreas de responsabilidad claras con mínimas ambigüedades.
- Tiempo suficiente para ajustarse a los cambios en el lugar de trabajo o los procedimientos.
- Oportunidades para trabajar con personas con las cuales ha desarrollado confianza, comunicación y credibilidad.
- Variedad en las tareas laborales y proyectos múltiples.

El comportamiento y lo que necesita una D bajo estrés

Bajo estrés usted se puede convertir:

- Intruso
- No dispuesto a cooperar
- Avasallador
- Agresivo
- Inquieto

Bajo estrés usted necesita:

- Un paso rápido para avanzar hacia las metas
- Cumplimientos
- Evidencia tangible del progreso

Sus comportamientos típicos durante conflictos:

- Porque las personas del estilo D tienden a concentrarse en sus propios resultados, tienden a llegar a ser autocráticos para obtener lo que quieren.
- Su ira está dirigida a la situación y la falta de resultados deseados, no a nadie personalmente. Sin embargo, sus arrebatos y comportamientos pueden parecer un ataque personal. Tienden a reaccionar de prisa y con frecuencia puede fallar a escoger sus palabras apropiadamente.
- Su pasión para ganar puede resultar en situaciones de ganar/perder,, haciendo que sea difícil que los demás trabajen con ellos.

Estrategias para reducir conflictos y aumentar armonía:

- Asegúrese de compartir el razonamiento detrás de sus decisiones. El incumplimiento de compartirlo las hace parecer arbitrarias. Cuando usted usa la sugerencia de otra persona, dele su reconocimiento.
- Las personas del estilo D necesitan tomar tiempo para expresar sus ideas y instrucciones de manera completa y clara. Hacen preguntas para asegurarse de que todo el mundo entienda. El tiempo dedicado a clarificar su mensaje al principio resultará en operaciones más eficientes después.
- Reconocer que otra gente puede estar menos cómoda al enfrentarse con el conflicto, la ira y la agresión. Por lo tanto, reaccionar con el comportamiento típico del D puede ser contraproducente, provocando interferencias con sus resultados deseados.

Consejos de comunicación y planes

Consejos de comunicación para otros

Las siguientes sugerencias pueden ayudar a que los que interactúan con usted, comprendan y estén conscientes de sus preferencias de comunicación. Para usar esta información de manera efectiva compártala con otros y también discuta sus preferencias.

*Marque las dos ideas más importantes a tomar en cuenta cuando otros se comunican con usted y escríbalas en la página de **Resumen de su Estilo**..*

Cuando tenga comunicación con Sample:

- Dele tiempo para verificar los asuntos y los resultados potenciales.
- Haga su tarea, ya que Sample ya habrá hecho la parte que le corresponde.
- Planee hablar acerca de cosas que apoyan sus sueños y metas.
- Sea comprometido, estimulante y con un ritmo rápido.
- Proporcione testimonios de personas que ella ve como importantes y prominentes.
- Si está de acuerdo con el resultado, dele seguimiento y haga lo que dijo que haría.
- Si no está de acuerdo con la dirección, haga una presentación organizada de su postura.

Cuando tenga comunicación con Sample, usted NO debe:

- Adquirir el hábito de manipular las ideas rápidamente.
- Usar evidencias o testimoniales poco fiables.
- Quejarse de todo el trabajo que usted tiene que hacer.
- Hablarle con aires de superioridad.
- Dejar las decisiones abiertas en el aire. Hay que estar seguro de que se ha llegado a una decisión que ha resultado en plan de acción.
- Ser poco realista con plazos.
- Ser impersonal o crítico.

Plan de comunicación con el estilo **DOMINANTE**

Características:	Entonces usted...
Le preocupa ser el #1	– Les enseña como ganar, nuevas oportunidades
Piensa de manera lógica	– Muestra razonamiento
Desea hechos y resume	– Provee información concisa
Lucha por los resultados	– Está de acuerdo en las metas y los límites, después da apoyo o se hace a un lado
Le gustan la elecciones personales	– Les permite “hacer lo suyo”, dentro de los límites
Le gustan los cambios	– Varía la rutina
Prefiere delegar	– Busca oportunidades para modificar su enfoque en la carga de trabajo
Desea que los otros se den cuenta de los logros	– Les hace cumplidos por lo que han hecho
Necesita estar a cargo	– Les permite tomar las riendas, cuando es adecuado, pero les da parámetros
Tendencia al conflicto	– Si es necesario, argumenta con convicción en puntos de desacuerdo respaldado con hechos; no argumenta con base en la “personalidad”

Plan de comunicación con el estilo **INFLUYENTE**

Características:	Entonces usted...
Busca personas y situaciones entusiastas	– Se comporta de manera optimista y provee un ambiente de ánimo
Piensa de manera emocional	– Apoya sus sentimientos cuando es posible
Desea conocer las expectativas en general	– Evita los detalles involucrados, se enfoca en el “panorama general”
Necesita involucrarse y el contacto con la gente	– Interactúa y participa con ellos
Le gustan los cambios y las innovaciones	– Varía la rutina; evita las repeticiones de largo plazo con ellos
Desea que los otros se den cuenta de ELLOS MISMOS	– Les hace cumplidos de manera personal y con frecuencia
Con frecuencia les ayuda a organizarse	– Lo hacen juntos
Busca acción y estimulación	– Conservan un ritmo rápido y animado
Se rodean de optimismo	– Apoya sus ideas y no fractura su sueños; les muestra su lado positivo
Desea la retroalimentación de que ellos “se ven bien”	– Menciona sus logros, progreso y su otra apreciación genuina

Plan de comunicación con el estilo **ESTABLE**

Características:	Entonces usted...
Busca personas y situaciones entusiastas	– Se comporta de manera optimista y provee un ambiente de ánimo
Piensa de manera emocional	– Apoya sus sentimientos cuando es posible
Desea conocer las expectativas en general	– Evita los detalles involucrados, se enfoca en el “panorama general”
Necesita involucrarse y el contacto con la gente	– Interactúa y participa con ellos
Le gustan los cambios y las innovaciones	– Varía la rutina; evita las repeticiones de largo plazo con ellos
Desea que los otros se den cuenta de ELLOS MISMOS	– Les hace cumplidos de manera personal y con frecuencia
Con frecuencia les ayuda a organizarse	– Lo hacen juntos
Busca acción y estimulación	– Conservan un ritmo rápido y animado
Se rodean de optimismo	– Apoya sus ideas y no fractura su sueños; les muestra su lado positivo
Desea la retroalimentación de que ellos “se ven bien”	– Menciona sus logros, progreso y su otra apreciación genuina

Plan de comunicación con el estilo **CONCIENZUDO**

Características:	Entonces usted...
Se preocupa con acercamientos agresivos	– Se acerca a ellos de una manera indirecta, no amenazante
Piensa de manera lógica	– Muestra razonamiento
Busca información	– Se las provee por escrito
Necesita saber el proceso	– Provee explicaciones y justificaciones
Tiene precaución	– Les permite pensar, buscar y revisar antes de tomar decisiones
Prefiere hacer las cosas usted mismo	– Cuando delega, les permite revisar antes de tomar decisiones
Prefiere hacer las cosas usted mismo	– Cuando delega, les permite revisar el progreso y desempeño de otros
Desea que otros observen su precisión	– Les hace cumplidos en su desempeño detallado y rectitud cuando es adecuado
Gravita hacia el control de calidad	– Les permite evaluar e involucrarse en el proceso cuando es posible
Evita el conflicto	– Pide con tacto el esclarecimiento y la ayuda que pueda necesitar
Necesita estar en lo correcto	– Les da tiempo para encontrar la mejor respuesta o la “correcta” dentro de los límites disponibles
Les gusta contemplar	– Decirles “por que” y “como”

Áreas potenciales de mejora

Todos tienen algunas luchas, limitaciones y debilidades. Frecuentemente, es simplemente una ampliación de sus fortalezas que se convierten en debilidades. Por ejemplo, la dirección de una D alta puede ser una fortaleza en ciertos ambientes, pero cuando se amplía, ellos tienden a volverse mandones.

*Marque las dos áreas más importantes que usted desea mejorar y escribalas en la página de **Resumen de su Estilo**.*

Áreas potenciales de mejora:

- Es posible que confíe en la gente demasiado y lo pueden defraudar en el proceso.
- Puede tender a prometer un poco más de lo que puede manejar, entonces pida la ayuda de otros para que le ayuden a entregar.
- Puede atorarse demasiado en los detalles.
- Usted puede ser optimista en exceso en la capacidad de persuadir o manejar a otros.
- Puede ser defensivo en exceso sobre su posturas, especialmente cuando se enfrenta con cambios o amenazas.
- Puede ser optimista en exceso al juzgar las habilidades de otros.
- Puede tender a vender sus ideas en exceso.

Resumen del estilo de Sample Report

La comunicación es un proceso de dos vías. Anime a otros a realizar su propia Evaluación en Línea de DISCstyles y comparta su Hoja de resumen con cada quien. Al discutir las preferencias, necesidades y deseos de las personas con las que trabaja, socializa y vive, usted puede mejorar esas relaciones y convertir lo que pudo haber sido una relación estresante en una más efectiva al simplemente entender y aplicar la información de su perfil.

SUS FORTALEZAS: LO QUE USTED APORTA A LA ORGANIZACIÓN

1. _____
2. _____

LAS TENDENCIAS DEL ESTILO DE TRABAJO

1. _____
2. _____

LO QUE LE MOTIVA A USTED (DESEOS)

1. _____
2. _____

LO QUE USTED NECESITA

1. _____
2. _____

LO QUE LE MOTIVA – AMBIENTE DE TRABAJO IDEAL

1. _____
2. _____

COMUNICACIÓN – QUÉ HACER Y EVITAR

1. _____
2. _____

ÁREAS POTENCIALES DE MEJORA

1. _____
2. _____

ESQUEMA DE PALABRAS Estilo adaptado

DISC es un instrumento observable que está motivado por las necesidades y basado en la idea de que las emociones y los comportamientos no son “buenos” ni “malos.” Más bien, los comportamientos revelan las necesidades que motivan al comportamiento. Por lo tanto, una vez que podemos observar las acciones de una persona correctamente, es más fácil “leer” y anticipar sus probables motivadores y necesidades. Nos permite predecir lo que sí y lo que no le complace y como resultado se mejoran las relaciones y se hace un ambiente de trabajo más armonioso. Esta tabla le enseña su gráfica **DISC ADAPTADO** como un “esquema de palabras.” Úsela con ejemplos para describir por qué usted hace lo que hace y lo que es importante para usted cuando viene a la (D)ominancia de problemas, (I)nfluencia de otra gente, e(S)tabilidad, o (C)umplimiento de procedimientos y reglas. Comparta más acerca de las necesidades específicas (quizás hábitos) que le empujan en cada área del **ENFOQUE**. ¿Está su punto DISC a niveles 1 y 2? Entonces sus emociones y necesidades son opuestos a los que tengan su punto a niveles 5 y 6 de la gráfica en esa área.

D**I****S****C**

Enfoque DISC →	PROBLEMAS/TAREAS	GENTE	PASO (del ambiente)	PROCEDIMIENTOS
Necesidades →	Resolver desafíos, autoridades	Relaciones sociales, ambientes amistosos	Sistemas, equipos, ambientes estables	Seguir reglas, analizar datos
Emociones →	Decisivo, corre riesgos	Optimístico, confía en otros	Paciencia, inexpresivo	Cauteloso, decisiones cuidadosas
Miedos →	Ser aprovechado de / falta del control	Ser dejado / perder la aprobación social	Cambios repentinos / perder la estabilidad y seguridad	Ser criticado / perder la exactitud y cualidad

6	argumentador atrevido exigente decisivo dominante egocéntrico	emocional entusiasta gregario impulsivo optimista persuasivo	calmante leal paciente pacífico sereno persona de equipo	certero conservador exacto buscador de datos preciso sistemático
5	aventurado toma riesgos directo enérgico	encantador influyente sociable confiado	consistente cooperativo posesivo tranquilo	concienczudo cortez centrado altos estándares
4	afirmativo competitivo determinado autosuficiente	seguro amigable generoso preparado	compuesto deliberado equilibrado estable	analítico ordenado sensible de tacto
3	riesgos calculados moderado interrogativo modesto	controlado discriminante racional reflexivo	alerta ansioso flexible movible	propia persona justo dogmático persistente
2	leve busca conclusión discreto pesa los pro/contras	contemplativo factual lógico retraído	descontento energético nervioso impetuoso	autónomo independiente firme terco
1	acordar cauteloso conservador contemplador modesto refrenado	introspectivo pesimista quieto pensativo reservado suspica	activo orientado a cambios descubre defectos impaciente inquieto espontaneo	arbitrario desafiante sin miedo obstinado rebelde sarcástico

ESQUEMA DE PALABRAS Estilo natural

DISC es un instrumento observable que está motivado por las necesidades y basado en la idea de que las emociones y los comportamientos no son “buenos” ni “malos.” Más bien, los comportamientos revelan las necesidades que motivan al comportamiento. Por lo tanto, una vez que podemos observar las acciones de una persona correctamente, es más fácil “leer” y anticipar sus probables motivadores y necesidades. Nos permite predecir lo que sí y lo que no le complace y como resultado se mejoran las relaciones y se hace un ambiente de trabajo más armonioso. Esta tabla le enseña su gráfica **DISC NATURAL** como un “esquema de palabras.” Úsela con ejemplos para describir por qué usted hace lo que hace y lo que es importante para usted cuando viene a la **(D)**ominancia de problemas, **(I)**nfluencia de otra gente, **e(S)**tabilidad, o **(C)**umplimiento de procedimientos y reglas. Comparta más acerca de las necesidades específicas (quizás hábitos) que le empujan en cada área del **ENFOQUE**. ¿Está su punto DISC a niveles 1 y 2? Entonces sus emociones y necesidades son opuestos a los que tengan su punto a niveles 5 y 6 de la gráfica en esa área.

D
I
S
C

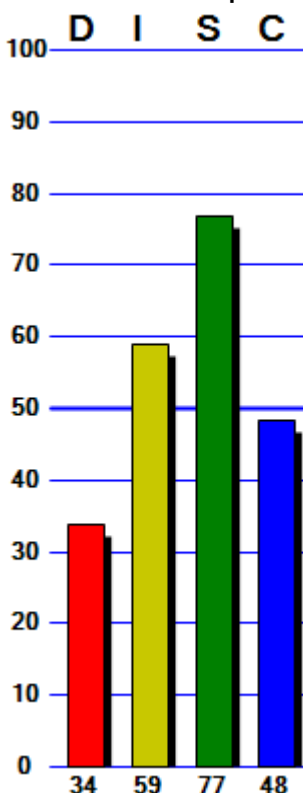
Enfoque DISC →	PROBLEMAS/TAREAS	GENTE	PASO (del ambiente)	PROCEDIMIENTOS
Necesidades →	Resolver desafíos, autoridades	Relaciones sociales, ambientes amistosos	Sistemas, equipos, ambientes estables	Seguir reglas, analizar datos
Emociones →	Decisivo, corre riesgos	Optimístico, confía en otros	Paciencia, inexpresivo	Cauteloso, decisiones cuidadosas
Miedos →	Ser aprovechado de / falta del control	Ser dejado / perder la aprobación social	Cambios repentinos / perder la estabilidad y seguridad	Ser criticado / perder la exactitud y calidad
6	argumentador atrevido exigente decisivo dominante egocéntrico	emocional entusiasta gregario impulsivo optimista persuasivo	calmante leal paciente pacífico sereno persona de equipo	certero conservador exacto buscador de datos preciso sistemático
5	aventurado toma riesgos directo enérgico	encantador influyente sociable confiado	consistente cooperativo posesivo tranquilo	conciencioso cortez centrado altos estándares
4	afirmativo competitivo determinado autosuficiente	seguro amigable generoso preparado	compuesto deliberado equilibrado estable	analítico ordenado sensible de tacto
3	riesgos calculados moderado interrogativo modesto	controlado discriminante racional reflexivo	alerta ansioso flexible movible	propia persona justo dogmático persistente
2	leve busca conclusión discreto pesa los pro/contras	contemplativo factual lógico retraído	descontento energético nervioso impetuoso	autónomo independiente firme terco
1	acordar cauteloso conservador contemplador modesto refrenado	introspectivo pesimista quieto pensativo reservado suspica	activo orientado a cambios descubre defectos impaciente inquieto espontáneo	arbitrario desafiante sin miedo obstinado rebelde sarcástico

Gráficas electrónicas para Sample Report

Su Estilo de Adaptación indica que usted tiende a usar los rasgos de comportamiento del (de los) estilo(s) «MostStyleInitials» en el enfoque «FocusName» que seleccionó. Su Estilo Natural indica que usted tiende a usar de manera natural los rasgos de comportamiento del (de los) estilo(s) «LeastStyleInitials».

Su **Estilo Adaptado** es la gráfica de la izquierda. Es su percepción de las tendencias de comportamiento que usted piensa que debe usar en su enfoque elegido (laboral, social o familiar). Esta gráfica puede cambiar cuando usted cambie papeles o situaciones. La gráfica de la derecha es su **Estilo Natural** e indica la intensidad de sus comportamientos y motivadores instintivos. Frecuentemente es un mejor indicador del “usted verdadero” y sus reacciones instintivas. Esto es cómo usted actúa cuando se siente cómodo en su ambiente propio y no está intentando impresionar. También es lo que se presenta en situaciones estresantes. Esta gráfica tiende a ser consistente, incluso en ambientes distintos.

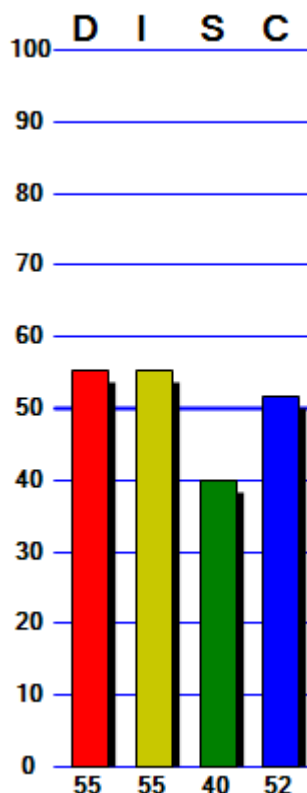
Gráfica I Estilo Adaptado



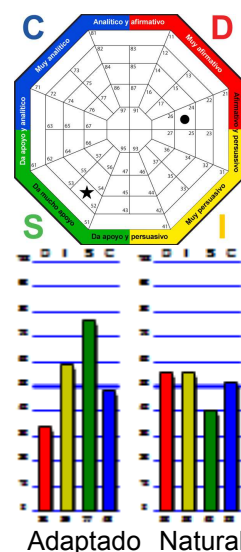
Patrón: Si (2453)

Enfoque: Laboral

Gráfica II Estilo Natural



Patrón: DIC (4434)

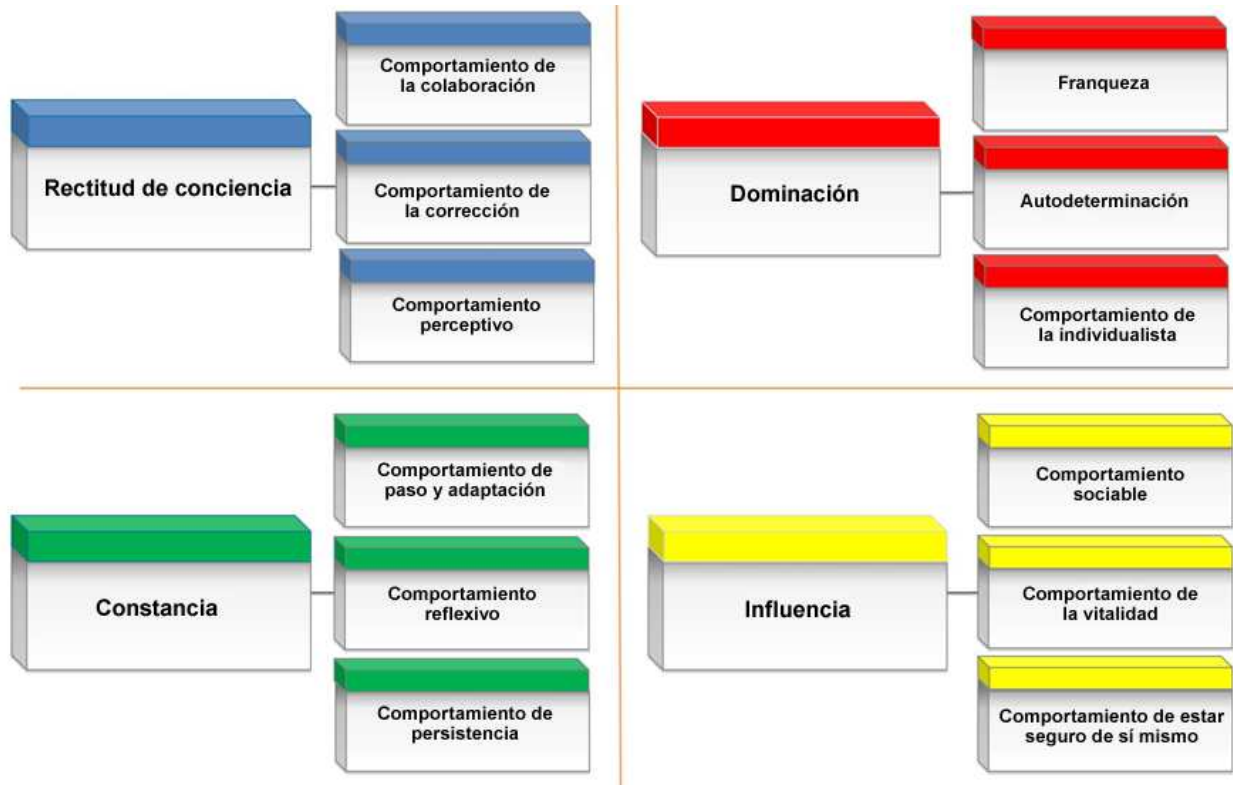


Si las dos gráficas son similares, significa que usted tiende a usar los mismos comportamientos naturales en este ambiente. Si su estilo adaptado es distinto a su estilo natural, puede causar estrés si está así durante mucho tiempo. Usted está usando comportamientos que no son ni cómodos ni naturales.

El número de cuatro dígitos (debajo de las gráficas) representa sus números de segmentos del orden DISC y dictan los adjetivos de las páginas de esquema de palabras.

Entre más alto o bajo sea cada punto D, I, S, C en sus gráficas, será más o menos su comportamiento motivado por las necesidades e impacta a sus resultados en el trabajo y a los otros a su lado. Una vez que lo conoce, usted puede adaptar su estilo. ¿Puede usted cambiar? ¡Claro que sí! Lo hace cada día dependiendo de sus situaciones. Sin embargo, los cambios permanentes del comportamiento vienen solo con conciencia y práctica. Estudie y practique usando las tablas de adaptabilidad del comportamiento de este reporte para obtener más flexibilidad.

Los 12 Estilos de Comportamiento de DISCstyles



Para una comprensión más completa del estilo de comportamiento de una persona, usted puede ver cómo cada uno de los cuatro (4) factores principales de DISC interactúa para producir doce (12) comportamientos integrados.

Al comparar cada uno de los cuatro (4) factores básicos de DISC con los demás, un grupo de doce (12) factores de comportamientos individuales pueden ser identificados. Cada persona mostrará algunos de estos factores más fuertemente que los otros.

A cada uno de los doce (12) factores se le ha asignado un descriptor específico para ayudarle a asociar naturalmente el factor con un comportamiento específico. La capacidad de identificar y medir la interacción relativa de los doce (12) factores representa una mejora notable en el uso y la aplicación del DISC para comprender mejor el comportamiento humano en el lugar del trabajo.

Podemos medir la fuerza de un factor del estilo general del comportamiento de una persona al ver el resultado de la intensidad. La intensidad es una medida de la contribución relativa de un factor específico a los comportamientos naturales de una persona que están mostrados con más frecuencia en la mayoría de las situaciones.

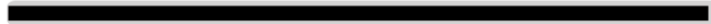
Los cinco (5) niveles de intensidad van desde Bajo (ausente en la mayoría de las situaciones) hasta Alto (mostrado claramente en la mayoría de las situaciones). Esta vista de comportamiento integrado representa una mejora que contribuye a la comprensión total del comportamiento humano. Los comportamientos definen cómo entregamos nuestros pensamientos al mundo.

Le recomendamos añadir esta visión a su caja de herramientas y utilizarla para ayudarle a entender por qué y cómo la gente forma sus comunicaciones y conexiones con otra gente en su vida.

Esta lista de doce (12) relaciones integradas de DISC revela como los cuatro (4) comportamientos primarios de DISC se combinan y trabajan juntos para crear los comportamientos que otra gente ve y experimenta. La longitud de la **barra de color negro** muestra la influencia relativa de los factores de DISC al estilo observable de comportamiento de una persona.

1. Autodeterminación (D/S) [Intensidad Moderada]


0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100



El resultado de autodeterminación mide la intensidad del esfuerzo orientado hacia los resultados y apoyado por un énfasis en urgencia y acción. Este estilo combina el esfuerzo de una persona con iniciativa con la necesidad clara de tomar acciones que se dirigen a las problemas, desafíos, y oportunidades. Resultados elevados mantienen un progreso consistente hacia sus metas con una impaciencia hacia los que no le siguen el ritmo a su horario personal. Resultados bajos no exhibirán una urgencia muy alta y tardarán tiempo para considerar con cuidado sus planes y acciones antes de actuar.

2. Comportamiento de la vitalidad (I/S) [Intensidad Moderada]


0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100



El resultado de vitalidad mide la intensidad de la relación entre usar un estilo expresivo al interrelacionarse con la gente y la cantidad de energía usada para poner las cosas en marcha. Los resultados elevados reflejan un estilo de confianza que probablemente tendrá interés en nuevas ideas y temas y la demostración abierta de este interés puede ser una fuente de influencia a otra gente. Los resultados bajos reflejan una manera pensativa y un gran cuidado al construir palabras y acciones para apoyar un progreso constante hacia una meta.

3. Comportamiento perceptivo (C/S) [Intensidad Moderada]


0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100



El resultado de perceptivo mide el deseo de operar dentro de estructuras, procedimientos, sistemas, y reglas establecidas tomando en cuenta el grado de urgencia requerida para dirigirse a problemas, desafíos, y oportunidades inmediatos. Es una medida de la conciencia que tenga una persona de sus circunstancias actuales. Resultados elevados reflejan un deseo de esforzarse por un ambiente de seguridad y reflejan la precisión de sus datos y meticulosidad de sus preparaciones. Resultados bajos sugieren un gran enfoque en la constancia y en apoyar a procedimientos y procesos actuales.

4. Comportamiento de estar seguro de sí mismo (I/C) [Intensidad Moderada]


0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100



El resultado de estar seguro de sí mismo mide la intensidad de la relación entre proyectar una confianza social en una variedad de situaciones sociales en luz de la atención prestada para establecer límites, reglas y directrices sociales. Resultados elevados en este factor a veces pueden resultar en confianza extra, una buena disposición a improvisar y a actuar de manera espontánea en vez de prepararse con antelación. Resultados bajos reflejan una tendencia de acercarse de manera cautelosa y concienzuda en actuar basado en la evidencia que contiene los datos relevantes.

5. Comportamiento de la individualista (D/C) [Intensidad Moderada]

0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100



El resultado de individualista refleja la intensidad de acercarse a problemas, desafíos, y oportunidades de una manera afirmativa e independiente mientras mantiene libertad del control. Los resultados elevados probablemente no estarán disuadidos por limitaciones potenciales o procedimientos establecidos mientras persiguen sus metas y objetivos. Los resultados bajos favorecen un cumplimiento fuerte a la política y a prácticas convencionales.

6. Comportamiento sociable (I/D) [Intensidad Moderada]

0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100



El resultado de sociable mide la intensidad de la relación entre los comportamientos extrovertidos verbales y los no-verbales y su falta de franqueza. Refleja el grado de buena disposición para acomodar, apoyar y obligar a otros. También identifica el interés en ayudar a otros tener éxito y alcanzar sus metas. Resultados elevados reflejan un énfasis en la interacción social en vez de tareas rutinarias. Resultados bajos reflejan una buena disposición para hacer decisiones difíciles y mantenerse firme en apoyar a las elecciones derivadas con un enfoque en lograr resultados.

7. Franqueza (D/I) [Intensidad Moderada]

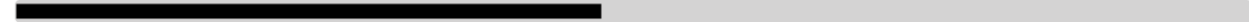
0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100



El resultado de Franqueza mide la intensidad de acercarse directamente y decir todo sin rodeos para acelerar la realización de resultados. Refleja una capacidad de dar prioridad a las tareas mientras se subordina un enfoque de relaciones con otros. Un resultado elevado sugiere una buena disposición para tomar decisiones difíciles y permanecer estricto en apoyarlas. Un resultado bajo refleja un énfasis en "humanizar" la franqueza y dar energías a la interacción social.

8. Comportamiento de la colaboración (C/D) [Intensidad Moderada]

0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100



El resultado de colaboración refleja la intensidad de usar estructura, procedimientos establecidos, sistemas y reglas para guiar su trabajo en luz de la necesidad de cumplir con las tareas, lograr resultados, y seguir adelante. Este estilo procura evitar confrontación y trabajará para encontrar soluciones que están apoyadas por otros y trabajará dentro de las directrices establecidas. Resultados elevados favorecen una necesidad fuerte de cumplir con estándares y adherir a la política y las prácticas convencionales. Resultados bajos sugieren una necesidad de controlar eventos para poder progresar libremente sin ser restringido por política y directrices establecidas.

9. Comportamiento de la corrección (C/I) [Intensidad Moderada]

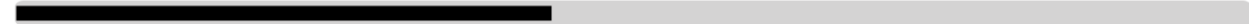
0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100



El comportamiento de la corrección mide la necesidad de actuar dentro de estructuras, procedimientos, sistemas y reglas establecidas en luz de la necesidad de tener contacto con personas expresado por establecer, conservar, y apoyar relaciones personales. Resultados elevados sugieren una dependencia en datos y protocolos lógicos, basados en hechos, y establecidos. Resultados bajos sugieren que sigue protocolos menos establecidos y que considera una influencia más emocional y persuasiva de parte de otros.

10. Comportamiento de persistencia (S/C) [Intensidad Moderada]

0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100



El resultado de persistencia mide la intensidad para exponer patrones predecibles que se concentran en las tareas y apoyan a los procesos y procedimientos actuales en luz de la necesidad de tener una corrección de acciones, fidelidad de la información, y meticulosidad de las preparaciones. Resultados elevados pondrán más énfasis en apoyo del equipo y del grupo y reflejan un estilo que favorece la planificación cuidadosa. Resultados bajos reflejan una necesidad de desarrollar y apoyar directrices y estándares establecidos.

11. Comportamiento de paso y adaptación (S/D) [Intensidad Moderada]

0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100

El resultado de paso y adaptación mide la intensidad de la capacidad de trabajar en un paso constante y lento en luz de la buena disposición de tolerar circunstancias difíciles y no familiares. Resultados elevados reflejarán la capacidad de considerar y apoyar soluciones alternativas al trabajar con otra gente. Resultados bajos reflejan menos adaptaciones ampliadas por un sentido más alto de urgencia y enfoque de "resultados ahora".

12. Comportamiento reflexivo (S/I) [Intensidad Moderada]

0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100

El resultado de reflexivo mide la intensidad del grado de atención de una persona cuando elige sus palabras y acciones en luz de una necesidad de atraer y interrelacionarse expresivamente con otros. Este comportamiento mide como se acerca a la lógica, los datos, y un análisis factual y mide el deseo de tardar en considerar los planes y las acciones con cuidado antes de implementarlos. Resultados elevados reflejan un gran cuidado y reflexión en elegir palabras y actuar. Resultados bajos reflejan una creencia libre y confidente que la mayoría, si no todas, las interacciones sociales se puede afrontar en el momento.

Guía de resultados de intensidad – La intensidad de estilos es una medida de cómo usted probablemente mostrará el comportamiento específico mientras interaccione y se comunice con otra gente en la mayoría de las situaciones.

- **Intensidad baja** – Resultados de intensidad baja indican una FALTA de este comportamiento en la MAYORÍA de las situaciones.
- **Intensidad baja moderada** – Resultados de intensidad baja moderada son observables A VECES solamente en algunas situaciones.
- **Intensidad moderada** – Resultados de intensidad moderada no significan "mesurado". Moderada significa que el comportamiento es flexible y puede sí o no llegar a ser observable basado en los requisitos de la situación específica.
- **Intensidad alta moderada** – Resultados de intensidad alta moderada son observables con frecuencia en muchas situaciones.
- **Intensidad alta** – Resultados de intensidad alta se observan claramente, aparecen con más frecuencia y se ven en la mayoría de las situaciones.

Una vista del patrón de su comportamiento

El diamante de comportamientos tiene ocho zonas de comportamiento. Cada zona identifica una combinación distinta de los rasgos de comportamiento. Los descriptores periféricos describen cómo los otros suelen ver a los individuos con su estilo. Las palabras en los bordes del diamante identifican el factor de su estilo (DISC) que dominará a los otros tres. Cuando usted avanza hacia el centro del diamante, dos y finalmente tres rasgos se combinan para moderar la intensidad de sus descriptores de estilo dentro de una zona de comportamiento específico.

GUÍA DE RESULTADOS

D = Dominación: Cómo usted se enfrenta a problemas

I = Influencia/Extroversión: Cómo usted se enfrenta a otra gente

S = Estabilidad/Paciencia: Cómo usted se enfrenta al nivel de actividad

C = Conciencioso/Cumplimiento/Estructura: Cómo usted se enfrenta con las “reglas de la organización” y cómo se concentra en detalles, exactitud y precisión

Eficiente, analítico, organizado,
factual, consciente de sus acciones,
consciente de las consecuencias de
sus acciones, práctico e innovador.

Basado en datos,
hechos y análisis.
Preciso y exacto.
Confía en el valor de la
estructura, las normas
y el orden. Ve el valor
de las “reglas”.

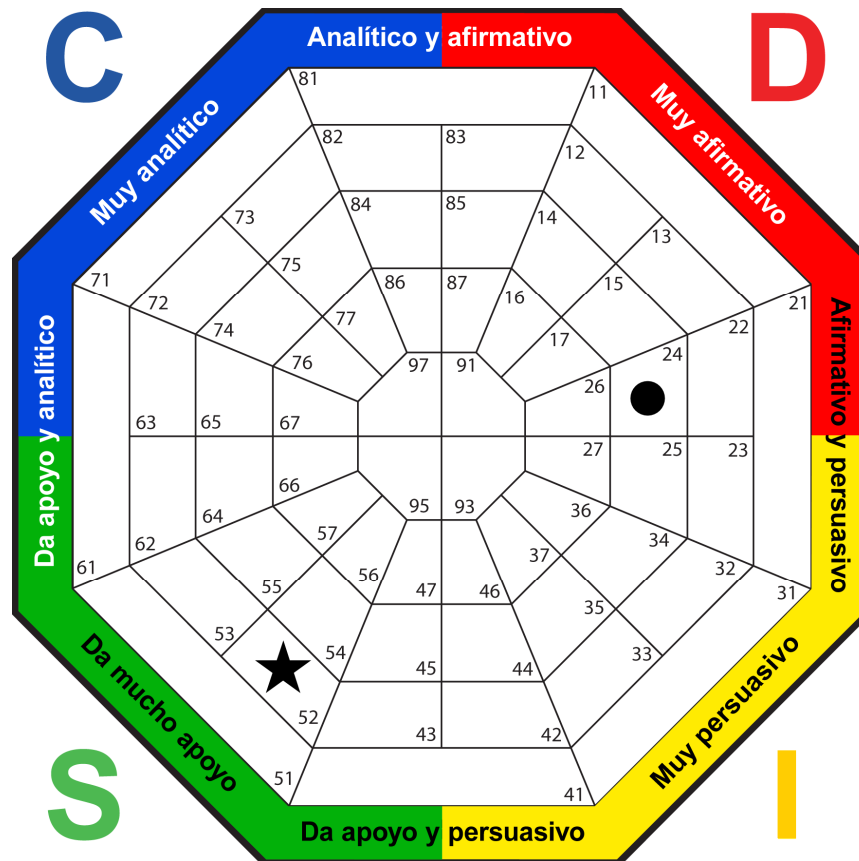
Balancea y valora los
datos y la diplomacia,
consciente de las
“reglas”. Será
concentrado en las
metas, no le gusta la
confusión y la
ambigüedad.

Muy paciente, favorece
la estabilidad y la
estructura. No toma
riesgos, le gusta operar
a un ritmo constante.

Asertivo, enfocado en los
resultados, decisiones
rápidas, buscará desafíos,
puede ser agresivo y
impaciente, desea ser líder.

Ambos asertivo y
persuasivo, probable
de adoptar conceptos
nuevos, puede ser muy
extrovertido con mucha
energía y esfuerzo.

Muy extrovertido y
persuasivo, muy orientado
hacia la gente, tiene una
perspectiva optimística,
buena aptitud para
comunicarse, le gusta la
variedad en su día.



● = Estilo de comportamiento Natural

★ = Estilo de comportamiento Adaptado

Da apoyo y persuasivo, buen
jugador de equipo, crea buena
voluntad y ofrece buen
servicio al cliente.

PARTE II Aplicación de DISCstyles

Comprender su propio estilo de comportamiento es sólo el primer paso para mejorar sus relaciones. Todo el conocimiento en el mundo no significa mucho si usted no sabe cómo aplicarlo en situaciones de la vida real. De eso se trata el resto de este reporte.

Para verdaderamente empezar a utilizar el poder de los estilos de comportamiento usted también necesita saber cómo aplicar la información con las personas y las situaciones. Recuerde, la gente quiere ser tratada de acuerdo al estilo de comportamiento de cada uno, ¡no el suyo!

ESTA SECCIÓN DE APLICACIÓN:

- Vista general de los cuatro estilos básicos de DISCstyles
- Cómo identificar el estilo de comportamiento de otra persona
- ¿Qué es la adaptabilidad de comportamiento?
- Cómo modificar su estilo
- Tensión entre los estilos
- Cómo adaptarse a los diferentes estilos de comportamiento

Esta sección le ayudará a comprender cómo ser más efectivo en relaciones y situaciones. Las buenas relaciones pueden mejorar y las relaciones desafiantes pueden hacerse buenas.

Después de revisar la información, seleccione una relación en donde las cosas no han ido tan bien como usted quisiera. Haga un compromiso de, por lo menos, tomarse el tiempo para tratar de comprender el estilo de comportamiento de otra persona y realizar unos cuantos pasos para adaptar su comportamiento para mejorar la relación. Aquí le decimos cómo hacerlo:

1 Identifique el estilo de comportamiento de la otra persona al utilizar la sección **Cómo identificar el estilo de comportamiento de otra persona**. Usted puede leer acerca de su estilo en la **Vista general de los cuatro estilos básicos de DISCself**. La sección **¿Qué es la adaptabilidad de comportamiento?** le da una perspectiva profunda de lo que es la adaptabilidad, de lo que no es y por qué es tan importante para todas sus relaciones interpersonales.

2 Una vez que sepa el estilo y las preferencias de dirección y/o apertura, usted puede utilizar la sección **Cómo modificar su dirección y apertura** para hacer ajustes en dichas áreas cuando se relacione con esa persona. Se asombrará al ver la diferencia.

3 Para comprender mejor la tensión que existe en la relación, usted se puede referir a la sección **Tensión entre los estilos** y llenar la **Hoja de trabajo de Tensión entre los estilos**. Estar consciente de las diferencias de preferencia en ritmo y prioridad, y modificar de manera acorde, puede hacer una gran diferencia en aquellas relaciones llenas de tensión.

4 Y finalmente, la última sección, **Cómo adaptarse a los diferentes estilos de comportamiento**, le dará sugerencias cuando trate con cada uno de los cuatro estilos básicos.

Vista general de los cuatro estilos básicos de DISCstyles

A continuación se proporciona una tabla para ayudarle a comprender algunas de las características de cada uno de los cuatro estilos básicos de DISCstyles para que usted pueda interactuar con cada estilo de manera más efectiva. Aunque el estilo de comportamiento es únicamente una descripción parcial de la personalidad, es bastante útil para describir cómo una persona se comporta y es percibida en situaciones personales, sociales y laborales.

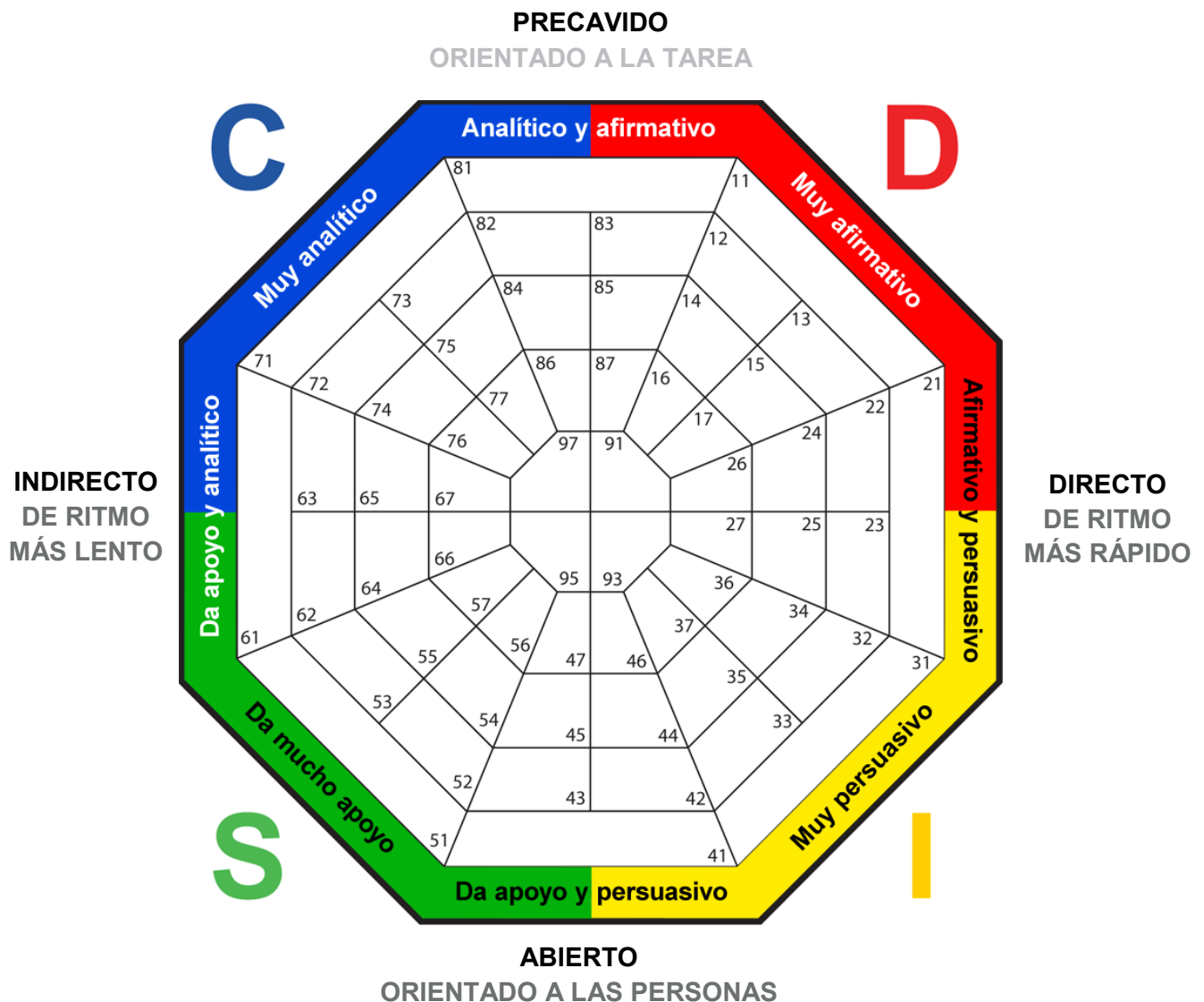
	ESTILO DOMINANTE ALTO	ESTILO INFLUYENTE ALTO	ESTILO ESTABLE ALTO	ESTILO CONCIENZUDO ALTO
RITMO	Rápido/Decisivo	Rápido/Espontáneo	Más lento/Relajado	Más lento/Sistemático
PRIORIDAD	Meta	Gente	Relación	Tarea
BUSCA	Control de la productividad	Participación Aplauso	Aceptación	Exactitud Precisión
FORTALEZAS	Administración Liderazgo Ser pionero	Persuasión Motivación Entretenimiento	Escuchar Trabajo en equipo Seguimiento de su objetivo	Planeación Sistematización Orquestación
ÁREAS DE CRECIMIENTO	Impaciente Insensible a los demás No sabe escuchar	Distraído a los detalles Corto espacio de atención Bajo seguimiento de su objetivo	Sensible en exceso Lento para iniciar acción Falta de perspectiva global	Perfeccionista Crítico Insensible
TEMORES	Que se aprovechen de él	Pérdida de reconocimiento social	Cambios repentinos Inestabilidad	Criticismo personal sobre los esfuerzos de su trabajo
IRRITACIONES	Ineficiencia Indecisión	Rutina Complejidad	Insensibilidad Impaciencia	Desorganización Incongruencia
BAJO ESTRÉS SE PUEDE CONVERTIR	Dictatorial Crítico	Sarcástico Superficial	Sumiso Indeciso	Retraído Terco
GANA SEGURIDAD A TRAVÉS DE	Control Liderazgo	Juguetería Aprobación de otros	Amistad, Cooperación	Preparación Perfección
MIDE EL VALOR PERSONAL AL	Impacto o resultados Rastrear el registro y proceso	Reconocimientos Aplauso Cumplidos	Compatibilidad con otros Profundidad de cooperación	Precisión, Exactitud Calidad de resultados
LUGAR DE TRABAJO	Eficiente Ocupado Estructurado	Interactivo Ocupado Personal	Amigable Funcional Personal	Formal Funcional Estructurado

Cómo identificar el estilo de comportamiento de otra persona

¿Cómo puede identificar de manera rápida y exacta cada uno de los cuatro estilos de comportamiento con el fin de practicar la adaptabilidad? Usted hace esto al enfocarse en dos áreas de comportamiento – **dirección y apertura**. Entonces, para identificar rápidamente los estilos de otras personas hágase las preguntas de la página siguiente.

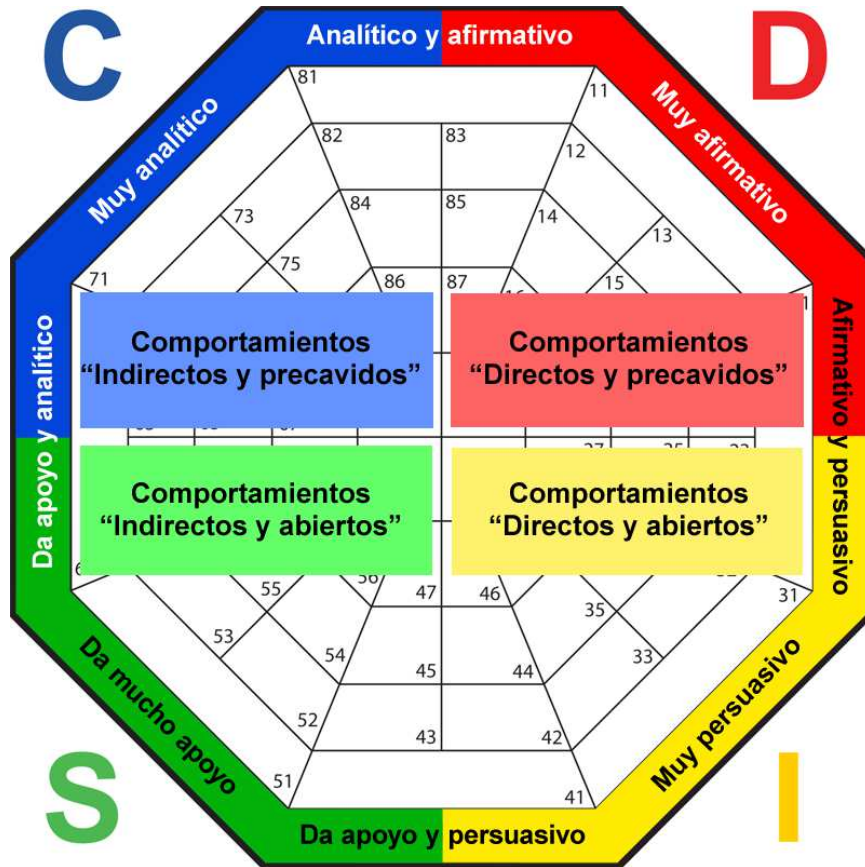
Cuando usted combina ambas escalas crea cada uno de los cuatro diferentes estilos de comportamiento. Los individuos que exhiben comportamientos precavidos y directos son Estilos Dominantes; los comportamientos directos y abiertos son Estilos Influyentes; los comportamientos abiertos e indirectos son Estilos Estables y los comportamientos indirectos y precavidos son Estilos Concienzudos.

El gran panorama



Reconocer el estilo de comportamiento de otra persona - 2 preguntas de poder:

1. ¿Es **DIRECTO** o **INDIRECTO** en sus comunicaciones?
(La dirección es el primer pronosticador del estilo. Directo a la derecha, indirecto a la izquierda).
2. ¿Es **PRECAVIDO** o **ABIERTO** en sus comunicaciones?
(La apertura es el segundo pronosticador del estilo. Abierto al fondo, precavido arriba).



Cuando integramos tanto la tendencia natural de ser o **DIRECTO** o **INDIRECTO** con la tendencia natural de ser o **PRECAVIDO** o **ABIERTO**, formamos la fundación y la base de trazar cada uno de los cuatro estilos de comportamiento:

D = Los individuos que suelen exhibir **comportamientos directos y precavidos** definen a los estilos **Dominantes**.

I = Los individuos que suelen exhibir **comportamientos directos y abiertos** definen a los estilos **Influyentes/Extrovertidos**.

S = Los individuos que suelen exhibir **comportamientos indirectos y abiertos** definen a los estilos **Estables/Pacientes**.

C = Los individuos que suelen exhibir **comportamientos indirectos y precavidos** definen a los estilos **Concienzudos/Complacientes**.

La intensidad de ser directo o indirecto y ser abierto o precavido se puede ver en el cuadrante que usted traza. Los puntos cercanos al borde del diamante reflejan **MÁS INTENSIDAD** y los más cercanos al centro reflejan una **INTENSIDAD MÁS MODERADA** de las dos características.

¿Qué es la adaptabilidad de comportamiento?

La adaptabilidad es su voluntad y habilidad para ajustarse a su acercamiento o estrategia con base en las necesidades particulares de la situación o relación en un momento en particular. Es algo aplicado a usted mismo (a sus patrones, actitudes y hábitos) en lugar de a los de otros.

Ningún estilo es naturalmente más adaptable que otro. Los ajustes estratégicos que cada estilo necesita hacer variarán para cualquier situación. La decisión para emplear técnicas específicas de adaptabilidad se toma caso por caso: usted puede elegir ser adaptable con una persona y no hacerlo de esa manera con otras. Usted puede elegir ser bastante adaptable con una persona hoy y menos adaptable con esa misma persona mañana. La adaptabilidad plantea la forma en que usted maneja sus propios comportamientos.

Usted practica la adaptabilidad cada vez que se frena en un Estilo C o S, o cuando usted se mueve un poco más rápido en los Estilos D o I. Ocurre cuando los Estilos D o C se toman el tiempo para construir la relación con un Estilo S o I, o cuando los Estilos I o S se enfocan en hechos o van directo al grano con los Estilos D o C. Significa ajustar su propio comportamiento para hacer que las demás personas se sientan más cómodas con usted y la situación.

La adaptabilidad no significa “imitación” del estilo de otra persona. Significa ajustar su propia apertura, dirección, ritmo y prioridad en la dirección de la preferencia de la otra persona, mientras conserva su propia identidad.

La adaptabilidad es importante para todas las relaciones exitosas. Con frecuencia, las personas adoptan un estilo diferente en sus vidas profesionales al que ejercen en sus vidas social y personal. Tendemos a ser más adaptables en el trabajo con las personas que conocemos menos, y tendemos a ser menos adaptables en casa con las personas que conocemos mejor.

Las personas que se adaptan efectivamente satisfacen las necesidades de otras personas y las propias. A través de la práctica son capaces de lograr un balance: manejar estratégicamente su adaptabilidad al reconocer cuando un compromiso modesto es adecuado, o cuando la naturaleza de una situación les pide, adaptarse por completo al estilo de comportamiento de la otra persona lo hacen. Las personas adaptables saben cómo negociar las relaciones de una manera que permita ganar a todos. Tienen tacto, son razonables, comprensibles y no prejuiciosas.

Su nivel de adaptabilidad influye en cómo otros juzgan sus relaciones con usted. Eleve su nivel de adaptabilidad y confíe, y su credibilidad subirá; si baja su nivel de adaptabilidad, su confianza y credibilidad bajará. La adaptabilidad le permite interactuar de manera más productiva con personas difíciles y le ayuda a evitar o manejar situaciones tensas. Con la adaptabilidad usted puede tratar a otras personas de la forma en que ellas desean ser tratadas.

Cómo modificar su dirección y apertura

En algunas situaciones interpersonales usted sólo será capaz de identificar la dirección o apertura de otra persona, pero no ambas. En estas situaciones, usted necesita saber cómo practicar la adaptabilidad, una dimensión de comportamiento a la vez. Con eso en mente, veamos lo que usted puede hacer para modificar SU nivel de Dirección o Apertura antes de observar los lineamientos específicos para ser más adaptable con cada uno de los cuatro estilos.

DIRECCIÓN

PARA AUMENTAR:

- Hablar y moverse a un ritmo más rápido
- Iniciar la conversación y las decisiones
- Dar recomendaciones
- Usar declaraciones directas en lugar de preguntas indirectas
- Usar voz fuerte y segura
- Retar y estar en desacuerdo con tacto, cuando sea apropiado
- Enfrentar el conflicto de manera abierta, pero no tener conflicto con la persona
- Incrementar el contacto visual

PARA DISMINUIR:

- Hablar, caminar y tomar decisiones con más lentitud
- Buscar y reconocer las opiniones de los demás
- Compartir la toma de decisiones y el liderazgo
- Bajar el nivel de energía; ser más tierno
- No interrumpir
- Cuando se hable, hacer pausas para dar a los otros la oportunidad de hablar
- No criticar, retar o presionar
- Cuando no se esté de acuerdo, elegir las palabras con cuidado

APERTURA

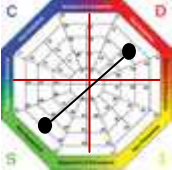
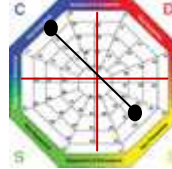
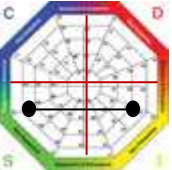
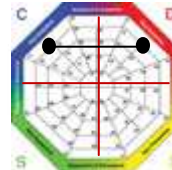
PARA AUMENTAR:

- Compartir sentimientos; mostrar más emoción
- Responder a la expresión de los sentimientos de otros
- Hacer cumplidos personales
- Tomarse el tiempo para desarrollar la relación
- Usar lenguaje amistoso
- Comunicarse más; relajarse y acercarse más
- Estar dispuesto a desviarse de la agenda


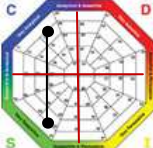
PARA DISMINUIR:

- Ir directo a la tarea – lo más importante
- Mantener una orientación más lógica y factual
- Apegarse a la agenda
- No desperdiciar el tiempo de la otra persona
- No iniciar el contacto físico
- Disminuir el entusiasmo y relajar el movimiento corporal
- Usar lenguaje formal

Tensión entre los estilos

Tensiones potenciales	Ejemplos de puntos trazados
<p><u>Tensiones dobles</u> de paciencia frente a urgencia, y gente frente a tareas</p> <p><i>Patrón 1: El paso paciente y más lento preferido de la S alta con un enfoque primario en la gente en vez de los resultados y las tareas puede causar conflictos con el sentido de urgencia y el enfoque en las tareas y los resultados de la D alta.</i></p>	 <p>S alta frente a D alta (Abajo a la izquierda frente a la parte superior a la derecha)</p>
<p><u>Tensiones dobles</u> de paciencia frente a urgencia y gente frente a tareas</p> <p><i>Patrón 2: La falta de urgencia y el enfoque primario en las tareas y los resultados de la C alta puede causar conflictos con la urgencia más alta y el enfoque primario en la gente en vez de los resultados y las tareas de la I alta</i></p>	 <p>C alta frente a I alta (Abajo a la derecha frente a la parte superior a la izquierda)</p>
<p>Tensiones de paciencia frente a urgencia:</p> <p><i>La paciencia innata de la S alta puede causar conflicto con el sentido de urgencia de la I alta.</i></p>	 <p>S alta frente a I alta (Abajo a la izquierda frente a abajo a la derecha)</p>
<p>Tensiones de paciencia frente a urgencia:</p> <p><i>El enfoque en emplear paciencia para asegurar la precisión y evitar errores de la C alta puede causar conflicto con el enfoque en resultados, soluciones de hacer las cosas AHORA y acción inmediata de la D alta.</i></p>	 <p>C alta frente a D alta (La parte arriba a la izquierda frente a arriba a la derecha)</p>

Tensión entre los estilos (continuación)

Tensiones potenciales	Puntos trazados
<p>Tensiones de gente frente a tareas</p> <p><i>El enfoque en los resultados, tareas y acción de la D alta puede causar conflicto con el enfoque en otra gente, los sentimientos y la exactitud política de la I alta.</i></p>	 <p>D alta frente a I alta (La parte arriba a la derecha frente a abajo a la derecha)</p>
<p>Tensiones de gente frente a tareas</p> <p><i>El enfoque en los datos, análisis, exactitud y precisión de la C alta puede causar conflicto con el enfoque en otra gente, el trabajar en equipo, conexiones personales y el sentido de 'familia' de la S alta.</i></p>	 <p>C alta frente a S alta (La parte arriba a la izquierda frente a abajo a la izquierda)</p>

Hoja de trabajo de tensión entre los estilos

Todas las personas tienen unas cuantas relaciones llenas de tensión. Usted puede tener una gran preocupación y/o sentimientos amorosos hacia una persona, pero aún así parece que, sin importar lo que haga, sus interacciones son generalmente estresantes. Si este es un comportamiento relacionado, aplicar La Regla de Platino™ - Tratar a los otros en la forma que ellos desean ser tratados – puede ser muy útil. Llene esta hoja de trabajo para obtener consejos en cómo mejorar la relación. Si se siente cómodo, puede discutir con la otra persona las cosas que pueden hacer para liberar la tensión.

Primero, refiérase a **Cómo identificar el estilo de otra persona** y determine su estilo primario de comportamiento. Después, refiérase al **Modelo de tensión** para identificar sus preferencias de ritmo y prioridades. Después, vea cuáles son diferentes de las suyas y observe la estrategia que tomará para modificar su comportamiento. Si ambas preferencias son las mismas que las de usted, entonces determine en donde va a permitir que las necesidades de la otra persona sean colocadas encima de las suyas. Por ejemplo, si usted es un estilo I alto con preferencias de ritmo rápido y orientado a las personas y la otra persona también, usted puede permitir que dicha persona tenga el centro de atención en momentos cuando no sea importante para usted. Un estire y afloje a lo largo del camino.

SU INFORMACIÓN

MI ESTILO: C

Ritmo: Ritmo más lento

Prioridad: Meta/Orientada a la tarea

RELACIÓN DE MUESTRA

Ritmo: Ritmo más rápido

Prioridad: Orientada a las personas

Diferencia: Ritmo y prioridad

Estrategia: Ser más personal, social, usar un ritmo más rápido y animado con Juan

RELACIÓN 1

Nombre: _____ **Estilo:** _____

Ritmo: _____

Prioridad: _____

Diferencia: _____

Estrategia: _____

RELACIÓN 2

Nombre: _____ **Estilo:** _____

Ritmo: _____

Prioridad: _____

Diferencia: _____

Estrategia: _____

Cómo adaptarse al estilo **DOMINANTE**

Son sensibles al tiempo, por lo que no lo pierden. Son organizados y van directo al grano. Déles información relevante y opiniones con probabilidades de éxito. Déles detalles escritos para leer en su tiempo libre – todo en una sola página.

Los Estilos Dominantes se orientan a la meta, por lo que debe captar su sentido de logro. Ataque sus egos al apoyar sus ideas y reconocer su poder y prestigio. Permita que el Estilo D tome las decisiones. Si usted no está de acuerdo, argumente con hechos, no sentimientos. En grupos, permítales que tengan la última palabra porque no son del tipo que esperan a que otros decidan por ellos.

En general, sea eficiente y competente con el Estilo Dominante.

En el trabajo – ayúdelos a

- Medir los riesgos de manera más realista
- Tener más precaución y deliberación antes de tomar decisiones
- Seguir las reglas, disposiciones y expectativas pertinentes
- Reconocer y pedir la participación de otros
- Decir a los otros las razones de las decisiones
- Cultivar más atención / receptividad a las emociones

Estrategias de venta y servicio con los Estilos Dominantes

- Planee estar preparado, organizado, tener un ritmo rápido e ir siempre al grano
- Salúdelos de manera profesional y formal
- Aprenda y estudie sus metas y objetivos – lo que quieren lograr, cómo están motivados para hacer las cosas y lo que les gustaría cambiar
- Sugiera soluciones con consecuencias claramente definidas y esté de acuerdo con dichas consecuencias, así como recompensas que se relacionen específicamente con sus metas
- Vaya al grano
- Provea opciones y permítales tomar la decisión cuando sea posible
- Permítales saber que usted no pretende hacerles perder el tiempo

En ambientes sociales

- Transmita apertura y aceptación de su parte
- Escuche sus sugerencias
- Haga un resumen de sus logros
- Déles su tiempo y atención total
- Aprécielos y reconózcalos cuando sea posible

Cómo adaptarse al estilo **INFLUYENTE**

Los Estilos Influyentes se rinden con el reconocimiento personal, así que reconózcalos de manera sincera. Apoye sus ideas, metas, opiniones y sueños. Intente no discutir acerca de sus visiones improbables; emocióñese con ellas.

Los Estilos I son mariposas sociales, así que esté listo para aletear junto a ellas. Se les puede ganar con una fuerte presencia, una conversación estimulante y entretenida, chistes y vivacidad. Se orientan a las personas, así que déles tiempo para socializar. Evite presionar para realizar las tareas.

En general, los Estilos Influyentes se interesan en *ellos mismos*.

En el trabajo – ayúdelos a

- Tener prioridades y organizar
- Seguir las tareas hasta su fin
- Ver a las personas y tareas de manera más objetiva
- Evitar el uso excesivo de dar y recibir consejos
- Escribir las cosas

Estrategias de ventas y servicio con los Estilos Influyentes

- Muestre interés en ellos, déjelos hablar y permita que emerja su ánimo y entusiasmo
- Tome la iniciativa al presentarse a sí mismo de una manera amistosa e informal y esté abierto a nuevos temas que parezcan ser de su interés
- Apoye sus sueños y metas
- Ilustre sus ideas con historias y descripciones emocionales que se puedan relacionar con sus metas e intereses
- Resuma claramente los detalles y dirija esto hacia objetivos y pasos de acción sobre los cuales ambos estén de acuerdo
- Proporcione incentivos para fomentar decisiones más rápidas
- Déles testimonios

En ambientes sociales

- Enfóquese en un acercamiento positivo, animado y cálido
- Escuche sus sentimientos y experiencias personales
- Responda de manera abierta y agradable
- Evite discusiones negativas o problemáticas
- Haga sugerencias que les permitan verse bien
- No requieren mucho seguimiento, detalle o compromisos a largo plazo
- Déles su atención, tiempo y presencia
- Reconózcalos de manera pública y privada
- Enfóquese en que tan feliz es usted cuando ellos tienen éxito

Cómo adaptarse al estilo **ESTABLE**

Se orientan a las personas y desean relaciones cálidas, así que tómese su tiempo, gánese su confianza, apoye sus sentimientos y muestre interés sincero. Hable en términos de sentimientos, no hechos. A los Estilos S no les gusta fanfarronear. Quieren asegurarse de que todos los aprueban, así como a sus decisiones. Déles tiempo para pedir la opinión de sus compañeros de trabajo. Nunca arrincone a un Estilo Estable. Es mucho más efectivo ser cálido para sacar a este pollo de su cascaron que romperlo con un martillo.

En general, sea sincero y no amenazante con el Estilo Estable.

En el trabajo – ayúdelos a

- Usar atajos y desechar pasos innecesarios
- Rastrear su crecimiento
- Evitar hacer cosas de la misma manera
- Darse cuenta de que hay más de un acercamiento para hacer las tareas
- Abrirse más a algunos riesgos y cambios
- Sentirse apreciados de manera sincera
- Levantar la voz y expresar sus pensamientos y sentimientos
- Modificar la tendencia de hacer lo que otros les dicen
- Obtener y aceptar crédito y alabanza, cuando sea adecuado

Estrategias de venta y servicio con los Estilos Estables

- Conózcalos de manera más personal y acérquese a ellos de una manera no amenazante, placentera y amistosa, pero profesional
- Desarrolle confianza, amistad y credibilidad a un ritmo relativamente lento
- Pídeles que identifiquen sus necesidades emocionales, así como sus expectativas en la tarea o el negocio
- Involúcrelos al enfocarse en el *elemento humano*... es decir, cómo algo les afecta personalmente y a sus relaciones con otros
- Evite apurarlos y déles aseguramientos personales y concretos, cuando sea adecuado
- Comuníquese con ellos de manera constante y regular

En ambientes sociales

- Enfóquese en un acercamiento estable y de ritmo más lento
- Evite discusiones y conflicto
- Responda de manera sensible y sensitiva
- Reconózcalos en privado con cumplidos específicos y creíbles
- Permítales dar seguimiento a tareas concretas
- Muéstreles procedimientos de paso a paso
- Compórtese de manera placentera y optimista
- Déles estabilidad y un mínimo de cambio

Cómo adaptarse al estilo **CONCIENZUDO**

Todos son disciplinados con respecto al tiempo, por lo que debe ser sensible a sus horarios. Necesitan detalles, así que déles información. Se orientan a las personas, así que no espere convertirse en su amigo antes de trabajar con ellos. La amistad se puede desarrollar después, pero, a diferencia de los Estilos Influyentes, no es un prerequisite.

Apoye a los Estilos Concienzudos en su acercamiento organizado y considerado para solucionar problemas. Sea sistemático, lógico, esté bien preparado y sea preciso con ellos. Déles tiempo para tomar decisiones y trabajar de manera independiente. Permítales hablar en detalle. En grupos de trabajo, no espere que los Estilos C sean líderes o participantes elocuentes, pero *sí* confíe en ellos para investigar, expresar números y realizar trabajos de campo detallados para el grupo. Si es adecuado, establezca lineamientos y fechas de entrega exactas. A los Estilos Concienzudos les gusta recibir cumplidos por su inteligencia, así que reconozca sus contribuciones de manera acorde.

En general, sea considerado, esté bien preparado, oriéntese a los detalles, sea formal y paciente con los Estilos Concienzudos.

En el trabajo – ayúdelos a

- Compartir su conocimiento y experiencia con otros
- Mantenerse en pie frente a las personas que prefieren evitar
- Comprometerse con fechas de entrega y parámetros realistas
- Ver a las personas y tareas con menos seriedad y crítica
- Equilibrar sus vidas con respecto a la interacción y las tareas
- Mantenerse en el curso con las tareas, revisar menos
- Mantener expectativas altas para tareas de alta prioridad, no para todo

Estrategias de venta y servicio con los Estilos Concienzudos

- Prepárese para que pueda responder la mayor parte de sus preguntas lo antes posible
- Salúdelos de manera cordial, pero prosiga rápidamente con la tarea, no inicie una conversación personal o social
- Afine sus habilidades en la práctica y la lógica
- Haga preguntas que revelen una dirección clara y que se adapten al esquema general de las cosas
- Documente cómo y por qué algo aplica
- Déles tiempo para pensar; evite presionarlos a tomar una decisión improvisada
- Dígales los pros y los contras y toda la historia
- Prosiga y entregue lo que promete

En ambientes sociales

- Use un acercamiento lógico
- Escuche sus intereses, razonamiento y sugerencias
- Más bien responda de manera formal y educada
- Las discusiones negativas están bien en tanto que no sean dirigidas de manera personal
- Reconozca su forma de pensar en privado
- Enfóquese en lo agradecido que usted está con sus procedimientos
- Solicite sus consejos y sugerencias
- Enséñeles con el ejemplo

CONSTRUCCIÓN Y MANTENIMIENTO DE RAPPORT A LO LARGO DEL CICLO DE VENTAS



Hay cinco etapas definidas para la mayoría de cada ciclo de compra. El guiar las personas a través de cada fase dará lugar a resultados positivos para ambas partes.

1. Conexión: Comprender los estilos DISC tendrá una impresión impactante en los primeros minutos del encuentro. En ese corto tiempo, precioso, que hace o deshace la venta. En ese momento, el tamaño de sus posibilidades y que determina si usted es el tipo de persona con quien él o ella le gustaría hacer negocios.

El propósito de hacer contacto con su cliente potencial es empezar a abrir líneas de comunicación. Grandes escuchador son los mejores vendedores sin lugar a duda. Cuando se domina la habilidad de escuchar efectivamente todos los demás aspectos de tus relaciones mejoran.

2. Exploración: El propósito de la exploración es obtener una imagen precisa de las necesidades del cliente y lo que se necesita para proporcionar una solución eficaz. Para ello, es necesario escuchar lo que dice el cliente, así como saber cómo hacer las preguntas correctas para obtener la información que usted necesita.

Hacer preguntas inteligentes es una habilidad crítica de ventas. No se requiere hacer muchas preguntas - sólo las correctas. Hacer preguntas es similar a pintar un cuadro. Se comienza con un lienzo en blanco y comenzar a rellenar el fondo y áspero en la foto con una amplia pinceladas. A continuación, rellena los datos con trazos más finos.

3. Colaboradores: Durante esta fase, usted y su cliente colaboraran para encontrar una solución que satisfaga las necesidades de los ambos. Se trata de un proceso de adopción de las ideas de su cliente y su combinación con sus propias ideas para llegar a una solución que tenga sentido para los dos. El intercambio de dar y tomar se puede considerar como una oportunidad para "cambiar las cabezas", Imagine decir esto a su cliente: "Si tú y yo podría cambiar las cabezas, es decir, si se pudiera saber lo que sé acerca de mi producto, y si yo pudiera saber lo que sabe acerca de su negocio, nosotros dos sabemos exactamente cómo darle la mejor solución posible para sus necesidades. "

Ese es su objetivo - para acercarse lo más posible el perfecto conocimiento que le permitirá desarrollar la solución ideal para su cliente Para lograr ese objetivo, es necesario el intercambio de información suficiente para entender y complementar el negocio de su cliente, la industria, tendencias y desafíos, y que tienen que saber tanto como sea posible sobre sus productos y servicios y cómo pueden ayudar. A medida que proponer una solución, que se relacionan con las necesidades del cliente y su potencial descubierto en la fase de Exploración y explicar cómo va a funcionar en el ambiente que se desarrolle.

4. Confirma: obtener el compromiso fluye naturalmente de las etapas de exploración y de Colaboración para el vendedor DISC. Si usted hizo un buen trabajo durante las tres primeras etapas de la venta: Contacto, Exploración y Colaboradores, el cliente no le queda otra alternativa más que cerrar el contrato.

La etapa de Confirmación es un punto crítico en la construcción de una sociedad con el cliente. Los vendedores DISC no utilizan técnicas de fantasía de cierre. No se puede trabajar en todas las etapas de la venta y luego, al final, tratar de utilizar una técnica de cierre de manipulación para cerrar el trato. No tiene sentido... y ciertamente no funciona cuando se está tratando de construir relaciones a largo plazo.

5. Asegurar: Una gran debilidad de la mayoría de los vendedores es la forma en que manejan la fase de Garantía del proceso de venta. La mayoría de los vendedores con fin de conseguir el compromiso de venta, se desaparecen de la vida del cliente, dejando el servicio, instalación, capacitación y seguimiento a los demás.

Una "vieja escuela" método de venta tiene un adagio que dice que la venta empieza cuando el cliente dice "no". En contraste directo, el trabajo real de la venta empieza cuando el cliente dice "sí".

Asegurar la satisfacción del cliente es un ingrediente secreto del éxito de ventas extraordinarias. Usted se beneficiará de dos maneras, garantizando a cada cliente. En primer lugar, lo que asegura la repetición de negocios. Casi todos los productos tienen un ciclo de vida y será reemplazado o actualizado. Los clientes tienen una tendencia a volver al vendedor que previamente a coincidir con un producto que satisfaga sus necesidades y el servicio se proporciona de manera excelente y el seguimiento. En segundo lugar, los clientes satisfechos son una excelente fuente de referencias. Los clientes hablan. Se habla de un mal servicio y se habla de un servicio extraordinario. Cuando reciben un súper servicio, se refieren a él como el vendedor que entregó en sus promesas.

Sin repetición de negocios y referencias, un vendedor debe constantemente estar haciendo llamadas en frío frío a nuevas personas. Esta no es la forma más adecuada los vendedores quieren pasar sus vidas... y ciertamente no es la mejor manera de tener éxito!

Al iniciar el proceso de venta, usted tiene la oportunidad de comenzar a construir una fuente de buenos clientes. Sin embargo, es sólo después de la venta que se asegura de que su cliente está satisfecho (de preferencia encantado!), Que realmente se alcanza una relación sólida

Fase 1: UN BUEN ENTENDIMIENTO DURANTE EL CONTACTO INICIAL

<p style="text-align: center;"><u>Conexión con "C"</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • "C" no se preocupan mucho de la interacción social (más allá de la cortesía y bromas de serie), por lo que llegar al punto es importante. • Evite hacer una pequeña charla, excepto para establecer inicialmente su credibilidad. • Hable despacio, con calma y ahorrar en palabras. • "C" se concentran en la precisión y son personas que quieren hacer su trabajo de la mejor manera posible. • Le dan mucha credibilidad a la parte intelectual y, no a las emociones. • Antes de la reunión, les proporcionan un breve resumen de la agenda y la duración de la reunión, para que sepan a qué atenerse. • Muestre una prueba lógica de fuentes confiables que precisa el documento de su calidad, su historial de logros, y los valores. • "C" tienden a ser naturalmente sospechosos de los que se elogian a ellos mismos. 	<p style="text-align: center;"><u>Conexión con "D"</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • "D" quiere saber el resultado final. • Sólo tienes que dar la información suficiente para satisfacer su necesidad de saber sobre el rendimiento general. • Ellos no quieren perder su tiempo con una descripción detallada de su producto o una presentación de una larga lista de testimonios de clientes satisfechos, o demasiado sociable con ellos - siempre recordar que ellos son directos y reservados. • Al escribir, llamar, o cumplir con una "D", lo hacen de una manera formal, seria. Ir directo al punto. Concentrarse rápidamente en la tarea. • Una mayor eficiencia, ahorro de tiempo, el rendimiento de la inversión, los beneficios, y así sucesivamente. En otras palabras, decirle lo que hay para él. • Si va a vender algo o presentar una propuesta para una "D", tenga cuidado de estar bien organizado, consciente del tiempo-, eficiente y profesional. • Ellos no les interesa construir amistades o hacer amigos lo que quieren es sacar algo de usted si piensa que tiene algo valioso que ofrecer.
<p style="text-align: center;"><u>Conexión con "S"</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • "S" son indirectos y de confiables. Sin embargo, mantener la relación sería hasta que le tengan confianza. • Ellos se preocupan por mantener la estabilidad, quieren saber paso a paso los procedimientos que puedan satisfacer sus necesidades de información y planes de acción lógica. • Organizar la presentación: con listas de detalles, las secuencias del programa, y proporcionar los datos. • Tratar con honestidad, sinceridad, y la atención personal. • Escuche con paciencia a sus historias, ideas y respuestas. • Expresar su agradecimiento por su constancia, fiabilidad, y la cooperación. • Preséntese de una manera pacífica y de agradable ambiente, pero también de una manera profesional. • Desarrollar la confianza, la credibilidad, y la amistad en un proceso relativamente lento, y ritmo informal. • Comunicarse con ellos de una manera consistente en una base regular... sobre todo desde el principio. 	<p style="text-align: center;"><u>Conexión con "I"</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Recuerde que son directos y confiables. • Cuando te encuentras con un "I", se dan la mano con firmeza, preséntate con confianza, e inmediatamente muestran interés personal. • Que se establezca el ritmo y la dirección de la conversación. • Sea un oyente atento, especialmente con "I". • Mantener una conversación positiva para hacerles saber que usted entiende y puede relacionarse con sus visiones, ideas y sentimientos. • Cuente historias humorísticas o inusual en uno mismo, para ganar su confianza. • Permitir que se sientan cómodos al escuchar sus historias, hasta el punto de hablar de temas totalmente diferentes. • Dado que "I", por lo general les gusta hablar acerca de sí mismos, hacer preguntas sobre ellos, pero estar preparado para respuestas largas. Planear las reuniones que sean necesarias con el afán de construir la relación mientras reúne todo tipo de información.

Fase 2: MANTENER BUENA RELACION EN LA FASE DE EXPLORACIÓN

Explorando con "C"

- "C" no se preocupan mucho de la interacción social (más allá de la cortesía y bromas de serie), por lo que llegar al punto es importante.
- "C" a menudo responder a las preguntas que revelan su experiencia, por lo que disfrutan ser entrevistado.
- Siempre y cuando las pregunte sean lógicas ellos disfrutan la conversación
- Preguntar de manera que sus preguntas tengan la información correcta.
- Haga preguntas abiertas y cerradas que investigan sus conocimientos, sistemas, objetivos y objeciones.
- Haga sus propias respuestas cortas y claras.
- Si usted no sabe la respuesta a algo, no fingir. Dígales que usted obtendrá la respuesta para ellos por un tiempo determinado, y luego hacerlo.

Explorando con "D"

- Mantener la conversación interesante haciendo las preguntas relevante y infamativa, Esto evitara que se vuelvan impaciente y aburridos
- "D" necesidad de considerar el propósito de la reunión, porque quieren entender el propósito las preguntas.
- Cuando a los "D" se les pregunta, que sean lo más práctico y lógico posible, también que las preguntas sean de una manera directa.
- solicitar información Sólo que no está disponible en otros lugares.
- Durante la recopilación de información, hacer preguntas que muestran que ha hecho su tarea sobre los resultados deseados y los esfuerzos actuales.
- Asegúrese de realizar las consultas que le permitan hablar acerca de los objetivos de su negocio.
- Enfoque su exploración hacia el ahorro de tiempo de "D" y la energía.

Explorando con "S"

- "S" son excelentes en las entrevistas, así que hable con gusto y de manera informal y hacer preguntas suaves y abiertas (especialmente alrededor de las zonas sensibles).
- Mostrar el tacto y la sinceridad en la exploración de sus necesidades.
- Si no tienen una buena sensación sobre su producto, o su empresa, o incluso usted, no corren el riesgo de herir sus sentimientos y se quedan callados.
- Ellos quieren evitar enfrentamientos, incluso los menores de edad. Por lo que "S" puede decir lo que piensa que quiere oír, en lugar de lo que realmente piensan.
- No es posible que sobre su insatisfacción con sus competidores. A pesar de que esto es exactamente lo que quieres oír, la "S" se pueden negar a decir algo negativo sobre ellos.
- Permitir a un montón de tiempo (posiblemente varias reuniones) para "S" para abrirse a usted y revelan sus deseos más íntimos y dolores.
- Cuanto más tiempo pasa con una "S" explorar, mayor es la probabilidad que se le de aterrizaje como un cliente.

Explorando con "I"

- "I" se aburren rápidamente cuando no están hablando de sí mismos.
- Lograr un equilibrio entre la escucha de sus historias de vida y la recopilación de la información que necesita para ser un asesor de ventas efectiva.
- Al hacer preguntas de negocios, mantenerlos breve. Si es posible, hacer preguntas exploratorias que tengan que ver con el trabajo y con cuestiones sociales.
- Cuanto mejor sea su relación con un "I" estará más dispuesto a cooperar y hablar sobre la tarea en mano.
- "I" puede ser tan confiados que pueden decirle sus esperanzas y aspiraciones. Si usted puede demostrar cómo su producto o servicio pueden acercarlos a sus sueños, pueden entusiasmar tanto que son capaces de vender ellos el producto dentro de su organización y darle las mejores referencias de usted y su servicio.

Fase 3: MANTENER BUENA RELACION EN LA ETAPA DE COLABORACIÓN

La Colaboración con "C"

- Hacer hincapié en la precisión, valor, calidad y confianza.
- Hablar por hablar sin respaldo por una evidencia o prueba. No les gusta y prefieren quedarse callados.
- Al Describir un proceso, se obtendrá los resultados que buscan.
- Obtener información específica al preguntar: "Hasta ahora cuáles son sus reacciones?" O "¿Tiene alguna pregunta que te gustaría aclarar?"
- Presentar la solución que les muestra que cuando hacen la compra están en lo correcto.
- Es necesario reivindicar los hechos, las especificaciones y los datos que se refieren específicamente a sus necesidades.
- "C" son conscientes de los costos, aumentar el valor percibido de los hechos con muchos datos.
- "C" son capases de encontrar lo negativo de las cosas lo que es importante señalar los aspectos negativos evidentes antes que ellos. Vamos a evaluar las ventajas y desventajas en relación a otros productos o servicios de la competencia (aunque imperfecta).

La Colaboración con "D"

- Su presentación debe estar orientada hacia las propiedades de los "D".
- Conducir la presentación de forma que puedan visualizar el éxito, al ahorrar tiempo, generar resultados, y hacer la vida más fácil y más eficiente, usted conseguirá su atención.
- Mucho cuidado con las declaraciones de beneficio rápido.
- Con los análisis en mano quieren ser capases de aprobar o rechazar.
- "D" prefieren el análisis rápido y conciso de sus necesidades y sus soluciones.
- "D" les encanta estar en control, a fin de darles opciones respaldadas con suficientes datos y análisis que les permita tomar una decisión inteligente.
- A continuación, guardar silencio y dejar que ellos tomen su decisión. Si usted habla o interrumpir mientras que están a punto de comprar, disminuirá considerablemente las probabilidades de hacer esta venta.

La Colaboración con "S"

- Mostrar cómo su producto o servicio va a estabilizar, simplificar, o apoyar los procedimientos y relaciones de los "S".
- Definir claramente sus funciones y objetivos en sus sugerencias, e incluyen las expectativas específicas de ellos en su plan.
- Presentar las nuevas ideas de una forma no amenazante.
- Proporcionar a tiempo para adaptarse a los cambios y los procedimientos operativos y las relaciones.
- Cuando el cambio es necesario, decirles por qué. Explicar el tiempo que se llevara para cumplir con cualquier modificación provisional de las condiciones actuales.
- Diseñar el mensaje a transmitir con sensación de estabilidad y seguridad.
- "S" les encanta que les muestren los pasos adecuados a seguir, siéntase libre a compartirlos con ellos.
- Que se involucren en la conversación y pedir su colaboración es algo que valoran.

La Colaboración con "I"

- Mostrar cómo su producto aumentaría el prestigio de la "I", imagen, o el reconocimiento.
- Hable sobre el impacto o las consecuencias favorables que sus sugerencias tendrán en sus relaciones de trabajo y que serán más agradable.
- Premiarlos cuando terminen la tarea y hacer hincapié sobre los resultados de su contribución a beneficio de los demás esto provoca una respuesta positiva por parte de ellos.
- Una presentación tiene que ser impactante para las personas con períodos cortos de atención por ende una presentación llena de colorido e impactante es preferible.
- Mostrar cómo su solución les ahorrará esfuerzo y hacer que se vean bien.
- Respalde sus afirmaciones con los testimonios de personas conocidas o de las empresas de alto perfil.
- tratar de mencionar Nombres conocidos satisfechos que ellos conocen y admiran.
- Hacerlos visualizar el futuro y preguntarles, si llegasen hacer expertos en DISC como lo usarían.

Fase 4: MANTENER UNA BUENA RELACION EN LA ETAPA DE CONFIRMACION

La Confirmación con "C"

- Hacer hincapié en la precisión, el valor de la calidad y formalidad.
- Ofrecer opciones lógicas con la documentación adecuada y el tiempo para analizar sus opciones
- Se sienten incómodos con decisiones rápidas y cuando dicen que van a pensar lo dicen en serio.
- Si presionados por las personas o las demandas excesivas, pueden utilizar "Lo voy a pensar", como una táctica vieja de escape.
- Los "C" son compradores educados, con lógica que les gusta comparar, Conoce a tu competencia para que pueda señalar sus ventajas de una manera objetiva y profesional. Mencionar los puntos fuertes de su empresa cuando usted sugiere preguntas que puedan hacer a su competencia que les permita hacer un comparativo de los costos y beneficios de las opciones y soluciones.
- Estar dispuesto a explorar el tema de un "programa piloto" condicional, como una forma de reducir su riesgo.

La Confirmación con "D"

- Con "D", que venir a la derecha y pregunte si está interesado. Una "D", a menudo le dirá "sí" o "no".
- Usted puede perder la atención y / o intereses de una "D" mediante la presentación de la información con demasiada lentitud o por pasar demasiado tiempo discutiendo los detalles minuciosos.
- Al elaborar una carta de compromiso, no gastar demasiado tiempo en los puntos de la "D" no se preocupan.
- Presentar las opciones y los resultados probables. "D", como para equilibrar la calidad con las consideraciones de costo, por lo que ofrecen las opciones con las pruebas y dejar la decisión final para ellos.
- Se ha encontrado que es eficaz para presentar una "D" con dos o tres opciones. Proporcionar un resumen breve de cada opción, junto con su recomendación de cada uno.
- Mientras que la "D" está revisando su propuesta, no los interrumpa. Las probabilidades son altas de que se va a encontrar una opción que les atrae y el cierre de los mismos frente.

Confirmar con "S"

- "S" son más lentos, los responsables de la decisión deductivo que escuchar las opiniones de los demás y tomar el tiempo para solicitar las opiniones antes de decidir. Por lo tanto, hacer un plan de acción específico y proporcionar una orientación personal, la dirección o la garantía según sea necesario para la consecución de los más seguros, más práctico curso a seguir. El brazo con la literatura, estudios de caso y toda la documentación disponible, porque van a "vender" su propuesta a los demás dentro de su organización.
- Cuando lo haga llegar a un acuerdo, explorar cuidadosamente las áreas potenciales de confusión o insatisfacción.
- "S"'s como garantía de que las nuevas acciones implicará un riesgo mínimo, por lo que ofrecen las garantías y apoyo.
- Trate de no apresurarse, pero proporcionan suaves codazos, útil para ayudarles a decidir (si es necesario).
- Involucrar a ellos por la personalización del plan y que muestra cómo se beneficiará directamente a ellos ya los demás.
- Al pedir un compromiso, les guía hacia una opción si se parecen indecisos.

Confirmar con "I"

- Mostrar cómo su producto aumentaría la "I" de prestigio, imagen, o el reconocimiento.
- Sea abierto y preguntar: "¿A dónde vamos desde aquí?" O "¿Cuál es nuestro siguiente paso?"
- Si les gusta algo, lo compran en el lugar (todos en igualdad de condiciones).
- Usted puede tener que reducir la velocidad, ya que también tienden a comprar demasiado / o comprar antes de pensar en todas las consecuencias, estos comportamientos que los dos pueden vivir para lamentar.
- "I" papeleo no les gusta y los detalles de lo que es probable que lo dude, e incluso posponer las cosas, cuando se trata de gastar el tiempo necesario en un contrato.
- Tener un acuerdo por escrito preparado por su tendencia a ser claro acerca de los procedimientos, responsabilidades y expectativas.
- Asegúrese de que usted está de acuerdo en los detalles por escrito o, más tarde, casi se puede apostar a un cierto grado de confusión y / o la decepción.

Fase 5: MANTENER BUENA RELACION EN LA ETAPA DE ASEGURAMIENTO

Asegurar la "C"

- Establecer un calendario específico para cuándo y cómo va a medir el éxito con la "C". Siguen demostrando su fiabilidad, calidad y valor.
- Esté disponible para el seguimiento de la satisfacción del cliente y solicitar información específica sobre el producto o el registro de rendimiento del servicio.
- Si tiene sugerencias para mejorar el uso de atajos o de usuario, enviar un correo electrónico a la "C" a los clientes.
- También debe preguntar por sus ideas y opiniones sobre cómo mejorar sus productos y / o servicios.
- Cuando le ofrecen sus sugerencias, en contacto con ellos acerca de cómo su compañía está incorporando sus ideas en mejoras en las futuras actualizaciones, revisiones o nuevos productos.

Asegurar "D"

- "D" por lo general no buscan relaciones personales en el trabajo debido a su enfoque en el cumplimiento de las tareas.
- Con "D", no se basan en ventas en el pasado para asegurar futuras compras. Seguimiento para saber si tiene alguna queja o problema con su producto. Si tienen quejas, abordarlos de inmediato.
- Impresione a sus clientes su intención de respaldar su producto o servicio.
- El estrés que se le de seguimiento sin tomar mucho de su tiempo.
- También puede ofrecer una garantía de devolución del dinero.
- Cualquiera que sea la promesa, asegúrese de entregar todo lo que ofrece!

Asegurar la "S"

- Seguimiento de conformidad con una "S".
- Deles su garantía personal de que se mantendrá en contacto, mantener las cosas funcionando sin problemas, y estará disponible en un "como sea necesario".
- "S" como para pensar que tienen una relación especial con usted, que usted es más que otro conocido de negocios, sino que prefieren una relación continua y predecible.
- Deles su número de celular, junto con una invitación para realizar una llamada en cualquier momento con cualquier preocupación. Rara vez se va a usar, pero se sentirá seguro sabiendo que está a su disposición.
- No les gusta una sola vez ofertas, por lo que el seguimiento de mantener su relación.
- Impersonal, computarizado de seguimiento no es muy atractiva para "S", por lo que continuará la construcción de su relación con bajo perfil, atención personalizada y asistencia.

Asegurar "I"

- "I" con frecuencia comprar antes de ser vendido lo que puede llevar al remordimiento de los compradores.
- "I" se pueden beneficiar de recordatorios en curso que han tomado la decisión correcta.
- Reforzar su decisión de dar un montón de ayuda inmediatamente después de la venta.
- Asegúrese de que realmente utilizan su producto, o pueden sentirse frustrado de un uso incorrecto y, o bien guardarlo o devolverlo para un reembolso.
- Desde que se mezclan con tanta gente, incluso se puede pedir "I" si estarían dispuestos a compartir sus testimonios elogiosos sobre usted y su producto con otros.
- Si se siente listo para usar su producto o servicio más, "I" le dará más referencias que los otros tres estilos combinados!

	Con D's	Con I's	Con S's	Con C's
conexión	<ul style="list-style-type: none"> • Saltar la charla • El plomo con el punto principal • Mostrar hasta completamente preparado 	<ul style="list-style-type: none"> • Va a necesitar tiempo y las historias antes de volver a centrarse en el negocio mano • Que se mueve al ritmo de la conversación 	<ul style="list-style-type: none"> • Vaya directamente al asunto hasta que se caliente hasta que • No se apresure a primera agenda • Tome un interés activo en los 	<ul style="list-style-type: none"> • Saltar la charla • Lleve una agenda • Mantenga fresco, tranquilo y profesional
explorar	<ul style="list-style-type: none"> • él / ella sepa que las preguntas se dirigen • Sólo pregunte por la información que está disponible en otros lugares • Responda a sus preguntas directamente 	<ul style="list-style-type: none"> • alternativo preguntas entre ellos en lo personal y de negocios • Con cuidado, guía de vuelta al tema • Mantenga el enfoque en su visión y objetivos 	<ul style="list-style-type: none"> • Sea sinceramente interesado en sus respuestas • Nunca interrumpirlos • Haga preguntas no amenazantes para sacar el paso del tiempo 	<ul style="list-style-type: none"> • Haga preguntas que revelan su experiencia • Mantenga las preguntas se centraron en el tema • alternativo preguntas abiertas y cerradas
colaborar	<ul style="list-style-type: none"> • Realice breve presentación • Enfoque en la línea de fondo y / o ahorro de tiempo • Ofrecer un análisis conciso de las necesidades junto con sus recomendaciones profesionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Involucrar a todos los sentidos como sea posible • Pregunte por sus ideas a menudo • Rocíe en los testimonios • Ofrecer incentivos para la toma de decisiones • Mostrar cómo la solución mejora su imagen y / o guarda esfuerzo 	<ul style="list-style-type: none"> • Mostrar cómo la solución va a simplificar, agregar la estabilidad o apoyo a sus objetivos • Presentar nuevas ideas de una manera no amenazante • Nunca las prisas, pero proporcionan suaves codazos, ayuda a una decisión 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfatizar el valor, la exactitud, precisión, calidad y fiabilidad • Aténgase a los hechos y la lógica; intento de reducir los riesgos cuando sea posible • Nunca presión para cualquier decisión • Mantenga frío y distante emocionalmente
confirmando	<ul style="list-style-type: none"> • fuera plana preguntar si están interesados • Presentar dos o tres opciones con las recomendaciones y los resúmenes • ¡Cállate, mientras que examinar y decidir 	<ul style="list-style-type: none"> • abiertamente preguntar, "¿Dónde cree que nos vas?" • Esté preparado para tomar su orden • Reduzca la velocidad si ellos están comprando demasiado rápido • ¿Los trámites para ellos 	<ul style="list-style-type: none"> • Son los responsables de decisiones y lento como para consultar opiniones de los demás • No presione por una decisión • Enfoque en una garantía en su caso 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer opciones lógicas con la documentación • Déle tiempo y espacio para tomar sus decisiones • Punto de cualquier inconveniente evidente de tratar si es que existe • Proponer un programa piloto o de garantía para reducir el riesgo
asegurando	<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento de garantizar they're 100% satisfecho con la solución • Mantenga la relación de negocios • Asegúrese de que cumplir con todas las promesas pequeños 	<ul style="list-style-type: none"> • Reforzar su decisión por la prestación de asistencia amplia después de la venta • Asegúrese de que no se sienten frustrados (no leer las instrucciones) • Ayuda a utilizar el producto / servicio para reducir la ansiedad 	<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar un seguimiento constante a lo largo de las garantías personales • les informa del número de teléfono privado para llegar a • les recordamos que también el deseo de una relación comercial a largo plazo 	<ul style="list-style-type: none"> • Compartir su proceso y / o calendario para su seguimiento • Revise su método de medición de satisfacción • enviarlas por correo electrónico las ideas y los accesos directos • Reforzar el valor, calidad y fiabilidad.

TOMANDO LA PROPIEDAD DE SU DESTINO

Imagine lo que habría sucedido si hubiera aplicado correctamente los principios y prácticas de la regla de platino hace diez años... o incluso cinco años atrás? Así, cientos de miles de personas como usted ya ha utilizado estos principios y experimentado un aumento espectacular del volumen de ventas, una mayor satisfacción en sus relaciones con los clientes y compañeros de trabajo (familia y amigos, también!), Y una mayor conciencia de sus propias fortalezas y debilidades. Muchas personas afirman que ya no se sienten como "un vendedor", se sienten, se comportan y tratan como a un asesor de confianza. Tienen una mayor capacidad para ayudar a la gente a encontrar soluciones a sus problemas y son más expertos en la identificación de nuevas oportunidades.

Para que usted pueda compartir también en el placer de experimentar estos beneficios, le recomendamos que para empezar en este mismo instante. En primer lugar, pensar en las metas que desea lograr en el próximo año... el mes que viene... la semana que viene... incluso al final de hoy! Desarrollar un plan para alcanzar esas metas con la regla de platino - Haz a otros lo que te habrían haréis con ellos - y los demás principios que conforman el DISCO estrategias de venta.

ACEPTA EL RETO

Este primer paso requiere de su compromiso personal con este reto y su creencia en estos principios y ponerlos a trabajar para usted. Por supuesto, cualquier habilidad requiere práctica, y que no es realista esperar que le pongan todos ellos en vigor de inmediato. Sin embargo, el momento en que empiezan a vender a la gente que forma en que desea comprar, usted comenzará a ver resultados inmediatos.

COMPROMETERSE CON EL CRECIMIENTO

"El cambio es inevitable... el crecimiento es opcional." Nos encanta que decir porque es verdad. En este momento, usted tiene la opción de tomar este momento y tomar una decisión que cambia la vida. Usted puede decidir seguir aprendiendo de ti mismo, tus fortalezas y debilidades, cómo tomar decisiones, ¿cómo te encuentras a otras personas, etc. ... Usted puede decidir para aprender más sobre los estilos de DISC y aplicar sus nuevos conocimientos en otras relaciones más allá de vender - las relaciones con sus compañeros de trabajo, hijos, cónyuge y / o familia.

Con suerte, usted puede decidir utilizar este informe como punto de partida para una nueva dirección en su carrera. Si ese pensamiento te excita, le instamos a que aprendan más sobre cómo disco puede ser aplicado en todas las fases del negocio: la prospección, la creación de redes, marketing, comunicación, servicio al cliente, la construcción de referencia, la lealtad del cliente, contratación, gestión, liderazgo, etc ... ofrecer programas, tecnología, libros, CD, DVD, a su propio ritmo cursos en línea, conferencias, y talleres en el lugar que están específicamente diseñados para ayudar a aplicar este concepto asombroso en aspectos clave de su negocio y su vida.

Aquí está deseando que siga teniendo éxito!

Renuncia

NO EXISTEN GARANTÍAS, EXPRESAS O IMPLÍCITAS, CON RESPECTO A LA EVALUACIÓN EN LÍNEA DE DISCstyles, INCLUYENDO DE MANERA ENUNCIATIVA, PERO NO LIMITATIVA, LAS GARANTÍAS DE COMERCIALIZACIÓN O ADAPTACIÓN PARA UN FIN EN PARTICULAR O CON RESPECTO A LA PRECISIÓN, INTEGRIDAD, OPERABILIDAD O UTILIDAD DE LA EVALUACIÓN EN LÍNEA DE DISCstyles O LOS RESULTADOS DE LA MISMA.

Usted asume toda la responsabilidad y Alessandra & Associates, Inc. y el Dr. Tony Alessandra no serán responsables de (i) el uso y aplicación de la Evaluación en Línea de DISCstyles por usted, (ii) la suficiencia, precisión, interpretación o utilidad de la Evaluación en Línea de DISCstyles y (iii) los resultados o información desarrollados del uso o aplicación de la Evaluación en Línea de DISCstyles por usted. Usted renuncia a cualquier reclamación o derecho de recurso por reclamaciones contra Alessandra & Associates, Inc. y el Dr. Tony Alessandra ya sea en su propio derecho o reclamaciones contra Alessandra & Associates, Inc. y el Dr. Tony Alessandra por terceras partes. Usted indemnizará y sacará a Alessandra & Associates, Inc. y al Dr. Tony Alessandra en paz y a salvo de cualquier reclamación, responsabilidad o demandas de terceras partes. La presente renuncia e indemnización aplicará para cualquier reclamación, derecho de recurso, responsabilidad o demanda por lesiones personales, daños a propiedades o cualquier otro daño, pérdida o responsabilidad que surja de, resulte de o esté relacionada con, de manera directa o indirecta, la Evaluación en Línea de DISCstyles o el uso, aplicación, suficiencia, precisión, interpretación, utilidad o manejo de la Evaluación en Línea de DISCstyles o los resultados o información desarrollados del uso o aplicación de la Evaluación en Línea de DISCstyles, ya sea que se base en una obligación contractual, responsabilidad civil extracontractual (incluyendo negligencia) u otra. En ningún caso Alessandra & Associates, Inc. o el Dr. Tony Alessandra serán responsables de la pérdida de ganancias u otros daños consecuenciales o por cualquier reclamación por usted o una tercera parte aún cuando Alessandra & Associates, Inc. y el Dr. Tony Alessandra hayan advertido la posibilidad de dichos daños.