



DISC Gedragsanalyse

Gepersonaliseerd rapport voor:

Sample Report

Focus: Werk

23-10-2019

YOUR COMPANY
LOGO
APPEARS HERE

Inhoudsopgave

Introductie van het DISC stijlen rapport	3
--	---

DEEL I JEZELF BEGRIJPEN

Algemene kenmerken.....	4
Je Sterke Punten: Wat neem je mee naar de organisatie.....	6
Je Motivaties (Wensen) en Behoeften.....	7
Je Motivaties: Je ideale werkomgeving	8
Je gedrag en behoeften onder stress	9
Communicatie tips.....	10
Potentiële aandachtspunten voor ontwikkeling.....	13
Samenvatting van jouw stijl.....	14
Woordschets: Respons Stijl	15
Woordschets: Basis Stijl.....	16
Je gepersonaliseerde stijl grafiek.....	17
De 12 geïntegreerde DISC stijl relaties	18
Je gedragspatroon	22

DEEL II TOEPASSEN VAN DISC STIJLEN

Toepassen, Toepassen, Toepassen	23
Overzicht van de vier basis DISC stijlen	24
Hoe herken ik de gedragsstijl van een ander.....	25
Wat is gedrag aanpassingsvermogen?.....	27
Hoe pas je je extra/introvertheid en taak/mensgerichtheid aan?	28
Spanningen binnen de stijlen	29
Hoe kan ik me aanpassen aan de verschillende gedragsstijlen?	31
Het opbouwen en onderhouden van verstandhoudingen gedurende verkoopcyclus.....	35
Fase 1: Verstandhouding opbouwen tijdens het eerste contact	37
Fase 2: Goede verstandhoudingen behouden in de analysefase	38
Fase 3: Het behouden van een goede verstandhouding in de aanbodfase.....	39
Fase 4: Het behouden van een goede verstandhouding in de afsluitfase	40
Fase 5: Het behouden van een goede verstandhouding in de aftersalesfase	41
Het lot in eigen hand nemen	43

Introductie van de DISC gedragsanalyse

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

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

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

Gedragsstijlen

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

Stijl	Neigt naar...
Dominant	extravert en taakgericht gedrag
Invloed	extravert en mensgericht gedrag
Stabiliteit	introvert en mensgericht gedrag
Conformistisch	introvert en taakgericht gedrag

Hoe je dit rapport kunt gebruiken

Dit DISC rapport is in twee delen opgesplitst.

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

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

Aanpassingsvermogen

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

Deel I: Jezelf begrijpen

Algemene kenmerken

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

Je vertrouwt sterk op je eigen mening en niet op de bevindingen van anderen. Dit komt door je onafhankelijkheid en het kan mogelijk leiden tot problemen, met name waar regels en details belangrijk zijn. Hierdoor kan je details over het hoofd zien. Je kan dit compenseren door input te vragen aan diegenen die expertise hebben in een bepaald gebied.

Sample, je verkiest een omgeving die gericht is op verandering en je verveelt je wanneer het tempo vertraagt. Je scoort als diegenen die nieuwe ideeën hebben en zich aangetrokken voelen tot uitdagingen. Zodra het project echter met succes gestart is, kun je je interesse verliezen en richt je je aandacht al op nieuwe projecten.

Je bent meer een doener dan een dromer. Sommige mensen dromen van de realisatie van dingen maar jij werkt liever hard om veranderingen te bewerkstelligen. Als iets gedaan moet worden dan rol je je mouwen op en ga je aan de slag.

Je hebt een ruime belangstelling op verschillende gebieden. Dit is een groot voordeel zowel in het sociale als zakelijke leven. Door je brede belangstelling kan je de vinger aan de pols houden van verschillende onderwerpen van algemeen belang. Dankzij je brede kennis kan je bij heel uiteenlopende zaken worden ingezet.

Algemene kenmerken (vervolg)

Sample, uit je antwoorden blijkt dat je de lat hoog legt voor jezelf en voor anderen en je verwacht dat die doelen bereikt worden. Deze eigenschap komt voort uit je hoge dosis daadkracht, je gevoel voor urgentie en je vermogen om risico's te nemen. Deze combinatie is enigszins zeldzaam en is typerend voor iemand met hoge verwachtingen. Als iemand zegt dat het niet kan is jouw antwoord: "Wacht maar af."

Sample, je scoort als diegenen die houden van uitdagingen en competitie. Je neemt risico's die anderen niet zouden nemen en deze acties zijn meestal succesvol. Als een leider breng je je team naar een hoger niveau dankzij jouw competitieve instelling. Je houdt van uitdaging en waardeert deze eigenschap ook bij collega's.

Je hebt veel eigen ideeën en meningen en een groot vertrouwen in deze ideeën. Mensen die scoren zoals jij worden vaak beschouwd als iemand met een nogal zichtbaar aanwezig ego. Diegenen die dit onder controle hebben, kunnen toch prima gedijen in een meer mensgericht werkklimaat.

Je bent een uitstekende probleemoplosser die snel kan nadenken om onverwachte problemen op te lossen. Dit kan je heel goed dankzij jouw snelle daadkracht, je multi-task vermogen en je neiging om zelf je weg te zoeken in plaats van het gewone pad te volgen. Betrek anderen in je besluitvormingsproces omdat een onafhankelijke probleemoplosser soms beschouwd wordt als iemand die problemen veroorzaakt.

Je sterke punten

Wat neem je mee naar de organisatie?

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

Sterke punten van Sample:

- Je komt met innovatieve ideeën en oplossingen.
- Je bent in staat om situaties snel te analyseren en tot een beslissing te komen.
- Je handelt direct, zonder de bottom-line uit het oog te verliezen.
- Je bent competitief, zowel op het werk als daarbuiten.
- Je hecht waarde aan doorzettingsvermogen en geeft zelden op.
- Je stelt vragen die de tradities uitdagen.
- Je bent zelfstandig en beschikt over het vermogen en de innovatieve geest om nieuwe wegen in te slaan.

De werkstijl tendensen die Sample meeneemt naar het werk:

- Je wilt graag gezien worden als iemand die houdt van uitdagingen, concurrentie en ingewikkelde opdrachten.
- Je neigt meer naar het vertrouwen op je eigen beoordelingen en besluiten dan op de inbreng van anderen.
- Je wilt graag evenveel autoriteit als verantwoordelijkheid.
- Je kunt soms kritisch zijn over vastgestelde procedures en methodes.
- Je bent een vindingrijk individu. Je kunt je snel aanpassen aan veel verschillende omgevingen.
- Je toont interesse in veel gebieden van de organisatie.
- Je bent erg zelfstandig, altijd op zoek naar je eigen oplossingen.

Je motivaties

Wensen en behoeften

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

Sample heeft de tendens om gemotiveerd te worden door:

- Bevoegdheden die gelijk staan aan de verantwoordelijkheden die je draagt.
- Mogelijkheden om je ideeën en meningen te kunnen uiten.
- De onafhankelijkheid om op basis van ideeën te kunnen handelen, en creatief problemen te kunnen oplossen.
- Kansen met betrekking tot ontwikkeling en carrière mogelijkheden.
- Een veranderingsgerichte werkcultuur.
- Mensen om je heen die dingen op een efficiënte manier gedaan krijgen, en effectief zijn in het samenwerken met mensen.
- De controle hebben over je eigen lot en carrièrepad.

Mensen met patronen zoals die van Sample hebben behoefte aan:

- De resultaten die van je verwacht worden begrijpen, en beoordeeld worden op basis van de resultaten, in plaats van de methodes die gebruikt zijn om de resultaten te behalen.
- Omgevingen met uitdagende opdrachten.
- Herinnerd worden aan het feit dat je de tijd moet nemen, en het af en toe rustiger aan moet doen om te ontspannen en je evenwicht te herstellen.
- Deelnemen aan een proactieve confrontatie wanneer iemand het niet eens is met je methodes of ideeën. Dit heeft de voorkeur boven achter iemands rug om je ontevredenheid te uiten.
- Face-to-face verplichtingen afstemmen. Dit helpt om duidelijkheid en wederzijdse verantwoordelijkheid in stand te houden.
- Inzicht in je grenzen, om te voorkomen dat je je bevoegdheden overschrijdt.
- Je intensiteit afremmen in minder urgente situaties.

Je motivaties

Je ideale werkomgeving

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

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

- Zo min mogelijk eentonig en routinematig werk.
- Een publiek dat je ideeën en oplossingen aan wil horen.
- Mogelijkheden tot multitasken en uitvoeren van meerdere verschillende projecten.
- Weinig tot geen beperkingen met betrekking tot je autoriteit.
- Minimaal direct toezicht.
- Veel verscheidene ervaringen, waaronder incidentele, onverwachte verrassingen of problemen.
- Een omvangrijk gebied van invloed en verantwoordelijkheden.

De D stijl

Gedrag en de behoeften onder stress

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

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

Onder stress lijkt je:

- Kritisch
- Niet mee te werken
- Nieuwsgierig en opdringerig
- Bot
- Onrustig

Onder stress heb je behoefte aan:

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

Je gedrag tijdens conflicten:

- Aangezien D's de neiging hebben om te focussen op hun eigen resultaten, kunnen ze eigenmachtig handelen om hun zin te krijgen.
- De woede van een D richt zich op de situatie en op het gebrek aan gewenste resultaten. Niet op iemand persoonlijk. Toch kunnen hun uitbarstingen op een persoonlijke aanval lijken. Ze hebben de neiging om impulsief te reageren en kiezen hun woorden dan niet altijd zorgvuldig.
- D's koesteren zelden wraak. Zodra een aanvaring voorbij is, vergeven en vergeten zij direct op persoonlijke vlak. Maar factoren die geleid hebben tot teleurstellende resultaten, zullen zij evalueren.

Strategieën om conflicten te reduceren en de harmonie te verhogen:

- D's moeten tijd nemen om hun ideeën en instructies goed en duidelijk te verkondigen. Stel vragen om er zeker van te zijn dat iedereen het heeft begrepen. Tijd die je investeert in het verduidelijken van informatie, levert gedurende het project meer efficiëntie op.
- Besef dat anderen zich niet altijd gemakkelijk voelen bij een conflict of woede uitbarsting. Daarom kan een reactie met kenmerkend D-gedrag contraproductief werken en de weg naar de gewenste resultaten belemmeren.
- D's dienen alle mensen in een project betrekken bij hun beslissingsproces. Vraag regelmatig om hun input en neem deze ook mee. Je kunt dan altijd nog de eindbeslissing nemen, maar het is dan meer een besluit dat in overleg is genomen, zodat anderen er sneller mee akkoord gaan.

Communicatietips

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

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

WEL DOEN wanneer je communiceert met Sample:

- Beperk je tot zakelijke kwesties.
- Wees voorbereid om met bezwaren om te gaan.
- Blijf op schema. Praat niet over irrelevante kwesties of onderwerpen.
- Wanneer je het eens bent, steun dan de ideeën en potentiële resultaten, in plaats van de persoon die verantwoordelijk is voor de resultaten.
- Stel "wat"-gerichte vragen die de kwestie of het onderwerp afsluiten.
- Verstrek specifiek bewijsmateriaal over de kans op succes of de effectiviteit van opties.
- Doe je huiswerk en zorg dat je voorbereid bent met doelstellingen, ondersteunend materiaal, enz., maar gebruik deze niet allemaal. Zorg dat je het bij je hebt ter ondersteuning.

NIET DOEN wanneer je communiceert met Sample:

- Neem beslissingen voor haar.
- Geef garanties en zekerheden terwijl daar risico's aan kleven.
- Tracht veel te snel een veel "te vertrouwelijke" relatie op te bouwen.
- Wees slordig of ongeorganiseerd.
- Als er onenigheid is, speel dan op de persoon bij haar.
- Een discussie aangaan en de tijd verspillen van haar.
- Zaken vergeten of kwijt raken die essentieel zijn voor de meeting of het project.

Communicatieplan voor de **Dominante** stijl

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

Communicatieplan voor de **Invloed** stijl

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

Communicatieplan voor de **Stabiele** stijl

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

Communicatieplan voor de **Conformistische** stijl

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

Potentiële gebieden voor ontwikkeling

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

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

Potentiële gebieden voor ontwikkeling

- Je kunt ongeduldig worden wanneer je niet in het midden van een project of evenement staat.
- Je kunt een selectieve luisteraar zijn en alleen horen wat je wilt horen.
- Je kunt erg kritisch en zelfs sarcastisch zijn wanneer anderen niet aan je standaarden voldoen.
- Je schermt met argumenten wanneer er sprake is van onenigheid.
- Je wil de controle behouden, dus je aarzelt vaak om taken aan anderen te delegeren.
- Je neemt soms te veel hooi op je vork omdat je het fijn vindt om onder druk te werken.
- Je negeert soms belangrijke details wanneer je je focust op het "grote plaatje."

Samenvatting van de stijl van Sample Report

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

Je sterktes: wat jij naar de organisatie brengt

1.
2.

De aanleg van je werkstijl

1.
2.

Je motivatie (eisen)

1.
2.

Wat je nodig hebt

1.
2.

Je motivaties: ideale werkomgeving

1.
2.

Communicatie: Do's & Don't s

1.
2.

Potentiële gebieden voor ontwikkeling

1.
2.

Woordschets Responsstijl

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

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

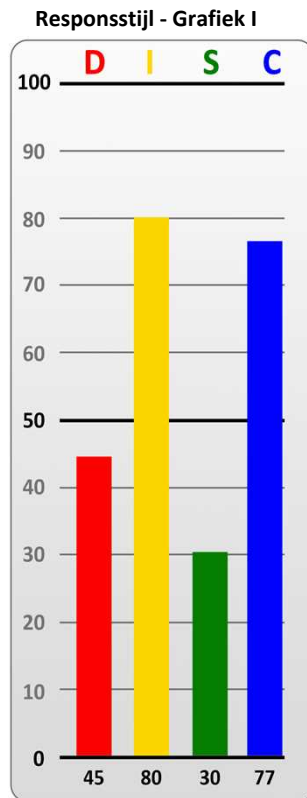
Woordschets Basisstijl

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

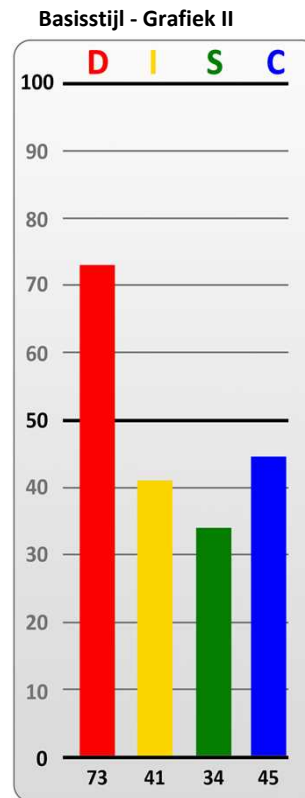
	D	I	S	C
DISC Focus	Problemen/Taken	Mensen	Tempo van de omgeving	Procedures
Benodigheden	Uitdagingen, Autoriteit	Sociale Relaties, Vriendelijke omgeving	Systemen, teams, stabiele omgeving	Regels, data om te analyseren
Emoties	Beslist, Neemt risico's	Optimistisch, vertrouwt anderen	Geduld, Uit zich niet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

DISC grafieken van Sample Report

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



Patroon: IC (3625)
Aandachtsgebied: Werk



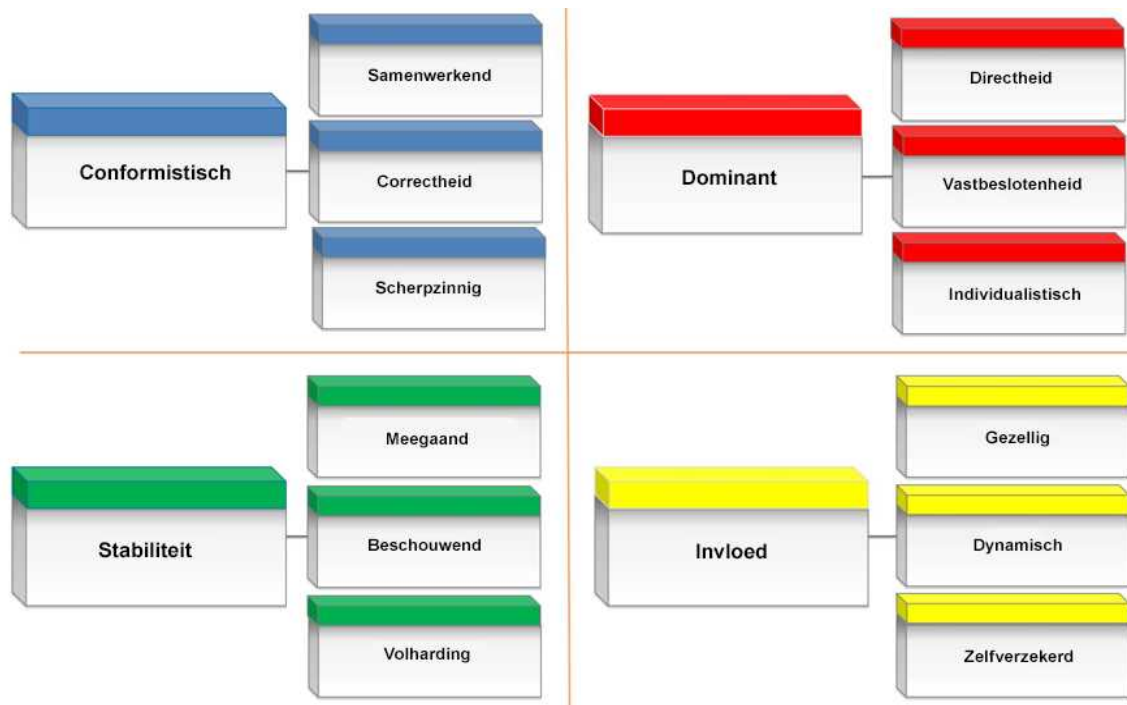
Patroon: D (5323)

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

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

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

De twaalf geïntegreerde DISC stijl relaties



Om de gedragsstijl van een persoon beter te begrijpen, is het belangrijk om te leren dat aan de primaire 4 DISC factoren 12 gedragstrekken zijn gekoppeld.

Als je de 4 basale DISC factoren bekijkt, zie je dat hier een groep van 12 gedragsfactoren bijhoren. Elke persoon zal sommige factoren laten zien, de ene sterker dan de ander.

We kunnen de sterkte van een factor in de algemene gedragsstijl van een persoon meten door te kijken naar de intensiteitsscore, een meetinstrument om te onderzoeken welke gedragsfactoren in het observeerbare basisgedrag van een persoon het hoogst scoren.

De 5 intensiteitslevels variëren van 'Laag' (niet aanwezig in de meeste situaties) tot 'Hoog' (duidelijk aanwezig in de meeste situaties). Inzicht hierin kan bijdragen aan meer begrip voor menselijk gedrag. Gedrag bepaalt hoe we ons denken overbrengen aan de wereld.

De lijst van 12 geïntegreerde DISC relaties laat zien hoe uit de 4 primaire DISC gedragstrekken bepaalde sociale gedragstrekken voortvloeien. De lengte van de zwarte balk laat de relatieve invloed van de DISC factoren op iemands algemene observeerbare gedragsstijl zien.

De twaalf geïntegreerde DISC stijl relaties

Deze lijst van (12) twaalf geïntegreerde DISC-relaties laat zien hoe de (4) vier primaire DISC-stijlen samenwerken en samenwerken om het gedrag van anderen te zien en te ervaren. Deze worden gepresenteerd in volgorde van hoog naar laagste invloed en zijn gebaseerd op de antwoorden die je hebt gegeven. De blauwe balk geeft de Nederlandse gemiddelde score aan.

Legenda van de intensiteitsscore – DISC stijl intensiteit is een instrument om te meten welk specifiek gedrag je vermoedelijk laat zien in je interactie en communicatie in de meeste situaties.

- **Lage intensiteit** – Lage intensiteit scores wijzen op de afwezigheid van dit gedrag in de meeste situaties.
- **Laag gematigd** – Lage gematigde intensiteitsscores zijn alleen af en toe zichtbaar in sommige situaties.
- **Gemiddelde intensiteit** – Gemiddeld betekent dat dit gedrag flexibel is en misschien wel of misschien niet zichtbaar is, afhankelijk van de situatie.
- **Bovengemiddeld** – Bovengemiddelde intensiteitsscores zijn vaak zichtbaar in veel situaties.
- **Hoge intensiteit** – Hoge intensiteitsscores zijn duidelijk zichtbaar in de meeste situaties.

1. Vastberadenheid (D/S) [Bovengemiddelde intensiteit]



De Vastberadenheid score laat zien in hoeverre iemand resultaat- en actiegericht is. Deze stijl combineert de drijfveer van een zelfstarter met een duidelijke drang om actie te ondernemen ten overstaan van problemen, uitdagingen en kansen. Hoge scores duiden op een consistente voortgang richting het doel, zonder veel geduld met diegenen die qua planning niet op schema zitten. Lage scores tonen minder gevoel voor urgentie en nemen de tijd om zorgvuldig hun plannen en acties te overleggen alvorens te handelen.

2. Directheid (D/I) [Bovengemiddelde intensiteit]



De Directheid score meet de graad waarin iemand een directe en rechtlijnige aanpak toepast om resultaten te bereiken. Wie hoog scoort op Directheid, geeft de prioriteit aan het uitvoeren van taken boven het onderhouden van relationele contacten. Hoge scores duiden op het vermogen snel en besluitvaardig moeilijke beslissingen te nemen. Lage scores duiden op de neiging minder direct te zijn en te focussen op sociale interactie.

3. Individualistisch Gedrag (D/C) [Bovengemiddelde intensiteit]



De Individualistische score meet de graad van assertiviteit en onafhankelijkheid bij het omgaan met problemen, uitdagingen en kansen zonder supervisie en controle. Hoge scores voelen zich gehinderd door controles en standaard procedures bij het nastreven van hun doelstellingen. Lage scores respecteren het liefst de regels en conventionele procedures.

4. Oplettend Gedrag (C/S) [Gemiddelde intensiteit]



De Oplettend score toont de mate waarin men binnen een gevestigde structuur met procedures, systemen en regels, urgente problemen, uitdagingen en kansen tegemoet treedt. Het geeft weer in welke mate iemand zich bewust is van situaties die zich voordoen. Hoge scores wijzen op de wens om te streven naar een situatie waarin fouten worden voorkomen door middel van accuratesse en grondige voorbereiding. Lage scores wijzen op een sterke drang om vast te houden aan bestaande procedures en processen.

5. Dynamisch Gedrag (I/S) [Gemiddelde intensiteit]



De Dynamische score meet de samenhang tussen het gebruik van een expressieve stijl in de omgang met mensen en de energie en urgentie waarmee iemand taken verricht. Hoge scores duiden op zelfverzekerd, vrij en innemend handelen en op belangstelling voor nieuwe ideeën en onderwerpen. Deze belangstelling wordt duidelijk geuit, wat invloed heeft op anderen. Lage scores duiden op bedachtzaamheid en behoedzaam handelen in woord en daad waarbij zorgvuldig en gestaag naar een doel wordt toegewerkt.

6. Het teamondersteuningsgedrag (C/I) [Gemiddelde intensiteit]



De Correctheid score meet de graad waarin iemand wil werken in een vaste structuur met procedures, systemen en regels en bepaalt de behoefte aan contact met mensen en het aangaan en onderhouden van persoonlijke relaties. Hoge scores duiden op een hang naar logische feiten en vaste gegevens en protocols. Lage scores duiden op een voorkeur voor minder strakke protocols en meer oor voor de emotionele invloed en overtuigingskracht van anderen.

7. Zelfverzekerd Gedrag (I/C) [Gemiddelde intensiteit]



De Zelfverzekerdheid score meet de mate waarin iemand zich zelfverzekerd opstelt in verschillende sociale situaties en in hoeverre iemand zich houdt aan sociale grenzen, regels en richtlijnen. Hoge scores in deze factor duiden soms op te veel zelfverzekerdheid en de neiging om te improviseren en spontaan te reageren zonder degelijke voorbereiding. Lage scores duiden op een behoedzame en bewuste aanpak en de neiging om alleen actie te ondernemen op basis van bewezen feiten en relevante gegevens.

8. Beschouwend Gedrag (S/I) [Gemiddelde intensiteit]



De Beschouwende score meet de mate waarin iemand zorgvuldig zijn woorden en daden afweegt bij de omgang met anderen en laat zien in hoeverre men communiceert met logica, gegevens en feitelijke analyses. Deze score geeft aan in hoeverre iemand de tijd neemt om plannen en acties zorgvuldig te overdenken alvorens ze uit te voeren. Hoge scores duiden op een grote aandacht en bedachtzaamheid bij het formuleren en bij het ondernemen van actie. Lage scores duiden op een vrije houding en de overtuiging dat de meeste, zo niet alle, sociale interactie 'vanzelf' gaat.

9. Volhardend Gedrag (S/C) [Gemiddelde intensiteit]



De Volharding score meet de mate waarin voorspelbare patronen worden getoond gericht op het uitvoeren van taken en het volgen van procedures. Deze score geeft aan in hoeverre iemand streeft naar een correcte handelwijze, accuratesse en een degelijke voorbereiding. Hoge scores focussen vooral op teamgeest en samenwerking en een zorgvuldige planning. Lage scores duiden op een sterke behoefte aan duidelijke richtlijnen en vaste regels.

10. Regels vs. Resultatengedrag (C/D) [Lage gematigde intensiteit]



De Samenwerking score toont in hoeverre iemand zich houdt aan geldende procedure en vaste regels bij het uitvoeren van zijn taken en in welke mate iemand vooruitgang wil boeken en resultaten wil bereiken. Hoge scores duiden op een conventionele werkwijze en geven aan dat iemand zich aan de regels houdt, confrontaties vermijdt en oplossingen zoekt waar iedereen achter staat. Lage scores geven aan dat iemand meer regie en vrijheid wil hebben en streeft naar vooruitgang zonder gehinderd te worden door vaste richtlijnen en regels.

11. Het sociaal gedrag (I/D) [Lage gematigde intensiteit]



De Onderhoudende score meet de graad van de relatie tussen het verbale en non-verbale gedrag van een persoon en de mate van directheid. De score weerspiegelt de bereidheid om anderen van dienst te zijn, te ondersteunen en te helpen en geeft de belangstelling weer om anderen te helpen bij het bereiken van zijn of haar doelstellingen. Hoge scores duiden op een voorkeur voor sociale interactie boven routinetaken. Lage scores duiden op de bereidheid om moeilijke beslissingen te nemen, en doelgericht te blijven focussen op het bereiken van resultaten.

12. Tempo en Inschikkelijk Gedrag (S/D) [Lage gematigde intensiteit]



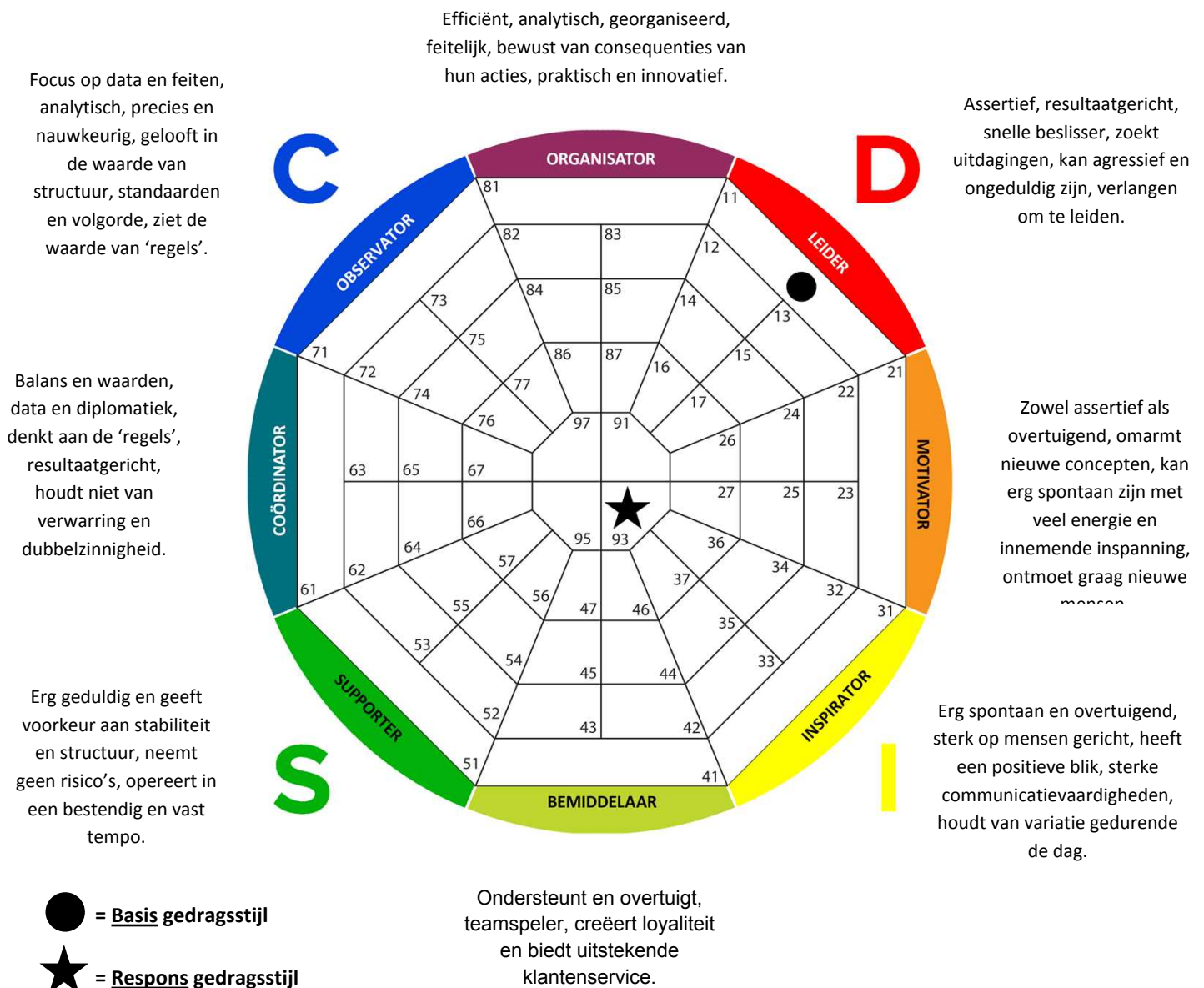
De Tempo en Inschikkelijkheid score meet hoe gelijkmatig en kalm iemand werkt en hoe iemand omgaat met lastige en ongewone situaties. Hoge scores duiden op het vermogen om alternatieve oplossingen te bedenken in de samenwerking met anderen. Lage scores duiden op een lagere inschikkelijkheid en op een duidelijke drang om vooruitgang en directe resultaten te boeken.

Overzicht gedragspatroon

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

De legenda van de scores

- D = Dominantie:** hoe je omgaat met problemen
- I = Invloed:** hoe je omgaat met andere mensen
- S = Stabiliteit:** hoe je omgaat met het tempo van je omgeving
- C = Conformistisch:** hoe je omgaat met de 'regels van de organisatie' en ook de focus op details, nauwkeurigheid en precisie



DEEL II: Toepassing van de DISC stijlen

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

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

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

DEZE TOEPASSINGSSECTIE BEVAT:

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

Goede relaties kunnen nog beter worden en uitdagende relaties worden wellicht goed.

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

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

Overzicht van de vier basis DISC stijlen

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

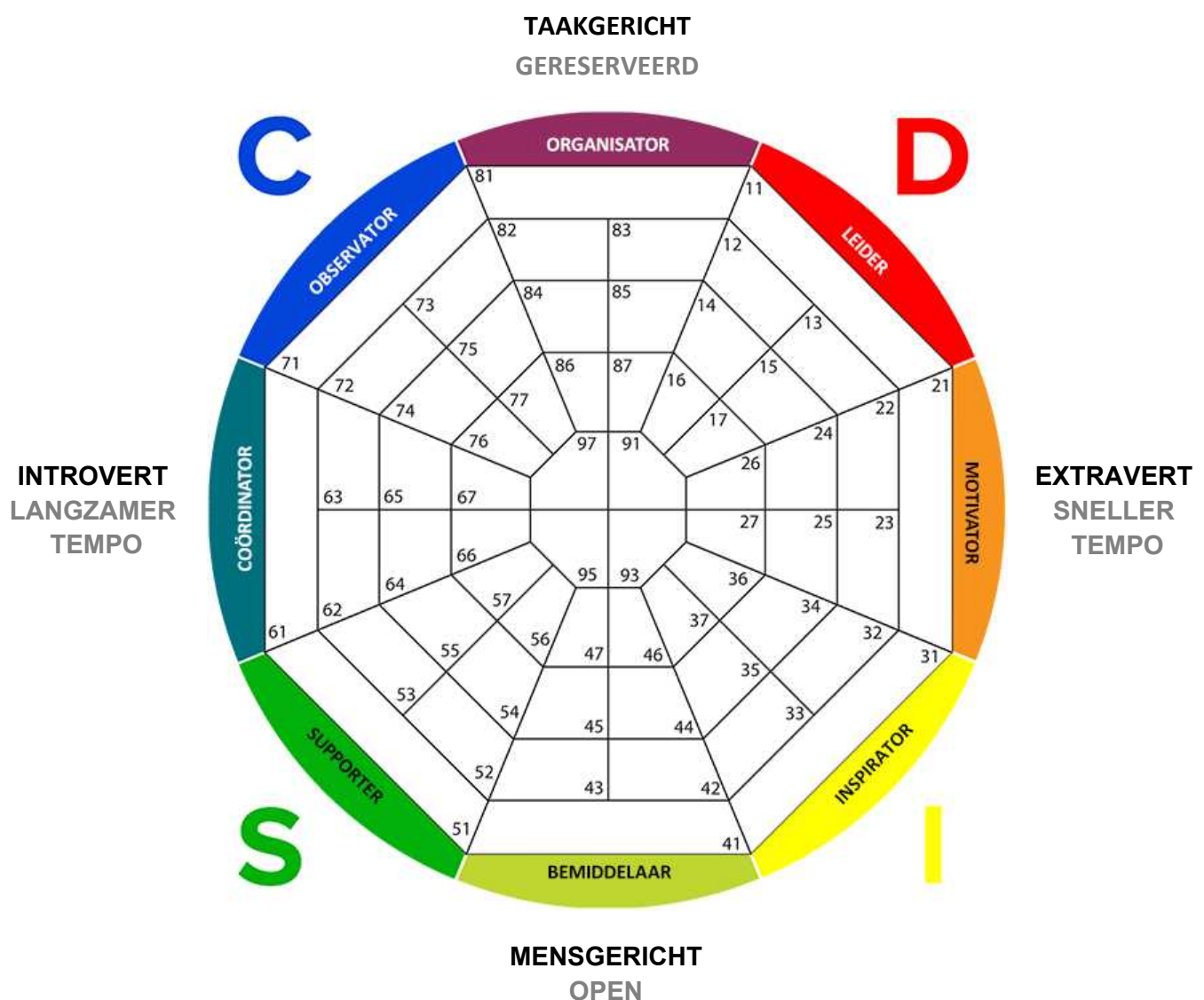
	HOOG DOMINANTE STIJL	HOOG BEÏNVLOEDEN-DE STIJL	HOOG STABIELE STIJL	HOOG CONFORMIS- TISCHE STIJL
TEMPO	Snel/Beslissend	Snel/Spontaan	Langzamer/ Relaxed	Langzamer/ Systematisch
PRIORITEIT	Doel	Mensen	Relatie	Taak
ZOEKT NAAR	Productiviteit	Deelname	Acceptatie	Nauwkeurigheid
	Controle	Bijval		Precisie
STERKE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

Hoe herken ik de gedragsstijl van een ander?

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

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

Het hele plaatje



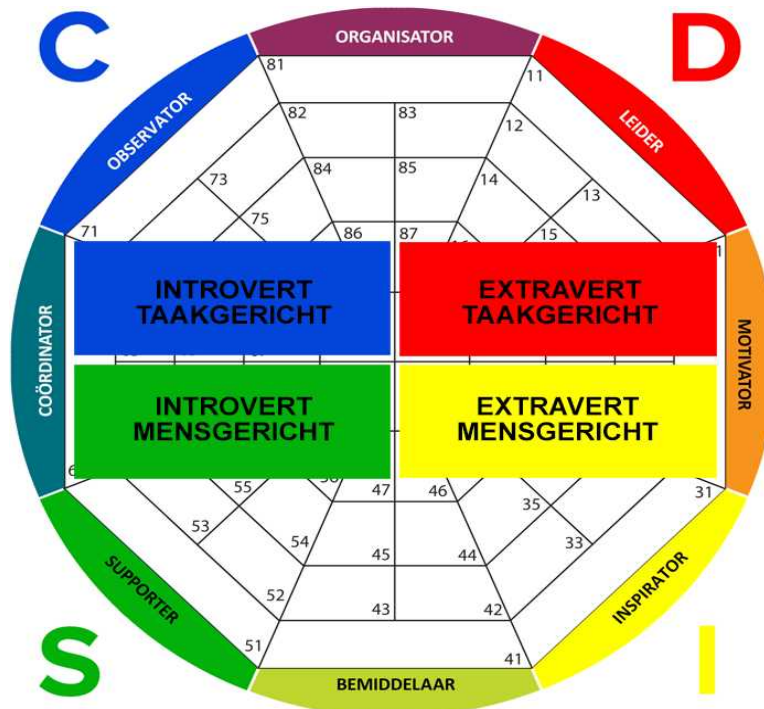
Het herkennen van de gedragsstijl van een ander in 2 vragen:

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

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

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

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



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

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

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

Wat is aanpassingsvermogen?

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

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

Je oefent je aanpassingsvermogen elke keer dat je je tempo verlaagt voor een **C** of **S** stijl, of wanneer je het tempo opvoert voor een **D** of **I** stijl. Er is sprake van aanpassing wanneer een **D** of **C** stijl de tijd neemt om een relatie op te bouwen met een **S** of **I** stijl, of wanneer een **I** of **S** stijl zich richt op de feiten of meteen ter zake komt bij een **D** of **C** stijl. Het betekent dat je je eigen gedrag aanpast om andere mensen zich meer op hun gemak te laten voelen bij jou of in de situatie.

Aanpassingsvermogen betekent niet dat je de stijl van de andere persoon 'imiteert'. Het betekent dat je je eigen extraverte/introverte stijl, taakgerichtheid/mensgerichtheid, tempo en prioriteit aanpast aan de voorkeur van de ander, terwijl je je eigen identiteit behoudt.

Aanpassingsvermogen is belangrijk voor alle succesvolle relaties. Mensen nemen in hun professionele levens vaak een andere stijl aan dan in hun sociale en persoonlijke levens. We hebben de neiging om ons sneller aan te passen op het werk, waar we te maken hebben met mensen die we minder goed kennen. We hebben thuis de neiging om ons wat minder aan te passen, als we bij de mensen zijn die we beter kennen.

Extreem aanpassingsvermogen kan je besluiteloos en onoprecht doen overkomen. Een persoon die in alle situaties een hoge mate van aanpassingsvermogen vertoont is wellicht niet in staat om stress en inefficiëntie te vermijden. Men loopt tevens het risico op spanningen van de stress die ontstaat wanneer men gedrag ver van de eigen stijl vertoont. Meestal is dit slechts tijdelijk en wellicht de moeite waard wanneer je daardoor een goede verstandhouding met anderen krijgt. Aan de andere kant kan geen aanpassingsvermogen ervoor zorgen dat anderen iemand zien als star en onbuigzaam, omdat deze persoon altijd zijn eigen natuurlijke tempo volgt en zijn eigen prioriteit bovenaan stelt.

Mensen met een effectief aanpassingsvermogen komen zowel aan de behoeften van anderen als aan die van henzelf tegemoet. Door te oefenen zijn ze in staat om een balans te creëren; ze zetten hun aanpassingsvermogen strategisch in en weten wanneer een bescheiden compromis volstaat en wanneer ze zich geheel moeten aanpassen aan de gedragsstijl van een ander. Mensen met een groot aanpassingsvermogen weten hoe ze in relaties zo moeten onderhandelen dat iedereen wint. Ze zijn tactvol, redelijk, begripvol en oordelen niet.

Jouw aanpassingsvermogen beïnvloedt de manier waarop anderen hun relatie met jou beoordelen. Verhoog je aanpassingsvermogen en het vertrouwen en de geloofwaardigheid gaan omhoog; verlaag je aanpassingsvermogen en het vertrouwen en de geloofwaardigheid gaan naar beneden. Aanpassingsvermogen biedt je de mogelijkheid om op een meer productieve manier met moeilijke mensen om te gaan en helpt je om gespannen situaties te vermijden of te beheren. Met aanpassingsvermogen kun je andere mensen behandelen op de manier waarop ZIJ behandeld willen worden.

Hoe pas je je gedrag aan?

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

Extravertheid

VERHOGEN (verlaagt introvert gedrag):

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

VERLAGEN (verhoogt introvert gedrag):

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

Mensgerichtheid







VERHOGEN (verlaagt taakgerichtheid):

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

VERLAGEN (verhoogt taakgerichtheid):

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

Spanning binnen de stijlen

Potentiële spanningen	Voorbeeld plotpunten
<p><u>Dubbele spanningen bij geduld vs urgentie en mensen vs taak</u></p> <p>Patroon 1: de hoge S'en prefereren geduld en langzaam tempo met een voornaamste focus op mensen in plaats van op resultaten en taken. Zij kunnen in conflict komen met het gevoel van urgentie en de focus op taken en resultaten en het nu die kenmerkend zijn voor de hoge D's.</p>	 <p>Hoge S + Hoge D (Beneden linker vs boven rechter kwadrant)</p>
<p><u>Dubbele spanningen van geduld vs urgentie en mensen vs taak</u></p> <p>Patroon 2: het gebrek aan urgentie en een primaire focus op taken en resultaten die kenmerkend zijn voor hoge C's kunnen in conflict komen met de hogere urgentie en een primaire focus op mensen vs resultaten en taken van de hoge I's.</p>	 <p>Hoge C + Hoge I (Boven linker vs beneden rechter kwadrant)</p>
<p><u>Geduld vs urgentie spanningen:</u></p> <p>Het aangeboren geduld van de hoge S'en kan in conflict komen met het gevoel van urgentie van de hoge I's.</p>	 <p>Hoge S + Hoge I (Beneden linker vs beneden rechter kwadrant)</p>
<p><u>Geduld vs urgentie spanningen:</u></p> <p>De focus van hoge C's op het uitvoeren van geduld om nauwkeurigheid te verzekeren en fouten te vermijden, kan in conflict komen met de focus op resultaten, de NU oplossingen en onmiddellijke actie van de hoge D's.</p>	 <p>Hoge C + Hoge D (Boven linker vs boven rechter kwadrant)</p>
<p><u>Mensen vs taken spanningen:</u></p> <p>De focus op resultaten, taken en actie van de hoge D's kan in conflict komen met de focus op mensen, gevoelens en politieke correctheid van de hoge I's.</p>	 <p>Hoge D + Hoge I (Boven rechter vs beneden rechter kwadrant)</p>
<p><u>Mensen vs taken spanningen:</u></p> <p>De focus op data, analyse, nauwkeurigheid en precisie van de hoge C's kan in conflict komen met de focus op mensen, teamwork, persoonlijke connectie en een 'familie' gevoel van de hoge S'en.</p>	 <p>Hoge C + Hoge S (Boven linker vs beneden linker kwadrant).</p>

Spanningen binnen de stijlen

WERKBLAD

Iedereen heeft wel een aantal gespannen relaties. Je kunt een hoge pet op hebben van iemand of liefdevolle gevoelens voor deze persoon koesteren. Maar ongeacht wat je doet, jullie interacties zijn doorgaans stressvol. Wanneer dit gedragsgerelateerd is, kan het toepassen van **De Platinum Regel®** -Behandel anderen zoals *ZIJ behandeld willen worden*- wellicht helpen.

Door het invullen van dit werkblad kun je inzicht krijgen in hoe je de relatie kunt verbeteren. Wanneer je je hier comfortabel bij voelt, kun je met de andere persoon bespreken hoe de spanningen verlicht zouden kunnen worden.

Eerst refereer je naar de sectie 'Hoe identificeer ik de gedragsstijl van een ander' en bepaal je iemands primaire gedragsstijl. Vervolgens bekijk je het Spanningsmodel om zijn of haar tempo en voorkeuren met betrekking tot prioriteiten te identificeren. Daarna bekijk je welke voorkeuren verschillen van die van jou en bepaal je de strategie die nodig is om je gedrag aan te passen. Wanneer beide voorkeuren hetzelfde zijn als die van jou, bepaal je waar je de behoeften van de ander boven die van jou kunt plaatsen. Wanneer je bijvoorbeeld een hoge I bent met een snel tempo en mensgeoriënteerde voorkeuren en dit ook voor de ander geldt, dan kun je ervoor kiezen om de ander af en toe het voortouw te laten nemen op momenten waarop het voor jou wat minder belangrijk is. Een beetje geven en nemen kan een hoop verschil maken.

Peter Jansen INFORMATIE		RELATIE	
Stijl	: C	Name	: Mark Verhoeven
Tempo	: Langzamer tempo	Stijl	: Hoge I
Voorkeur	: Doelgericht/taakgericht	Tempo	: Sneller tempo
		Voorkeur	: Mensgericht
		Verskil	: Tempo en prioriteit
		Strategie	: Ben meer persoonlijk, sociaal, sneller met John

RELATIE 1

Naam :

Stijl :

Tempo :

Prioriteit :

Verskil :

Strategie :

.....

.....

RELATIE 2

Naam :

Stijl :

Tempo :

Prioriteit :

Verskil :

Strategie :

.....

.....

Hoe kan ik me aanpassen aan de verschillende gedragsstijlen?

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

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

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

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

OP HET WERK HELP JE HEN OM

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

SALES EN SERVICE

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

BIJ SOCIALE GELEGENHEDEN

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

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

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

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

OP HET WERK HELP JE HEN OM

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

SALES EN SERVICE STRATEGIES

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

BIJ SOCIALE GELEGENHEDEN

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

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

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

OP HET WERK HELP JE HEN OM

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

SALES EN SERVICE STRATEGIES

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

BIJ SOCIALE GELEGENHEDEN

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

Hoe kan ik me aanpassen aan een CONFORMISTISCHE stijl?

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

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

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

OP HET WERK HELP JE HEN OM

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

SALES EN SERVICE

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

BIJ SOCIALE GELEGENHEDEN

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

Het Opbouwen en Onderhouden van Verstandhoudingen Gedurende de Verkoopcyclus

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

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

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

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

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

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

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

4. Afsluit fase: Voor de DISC verkoper resulteren de analysefase en aanbodfase in een gevoel van betrokkenheid. Wanneer je gedurende de eerste drie fases van je verkoop (Aansluiting vinden, Analyse en Aanbod) grondig bent geweest, moet je de koop snel kunnen sluiten.

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

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

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

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

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

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

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

Fase 1: VERSTANDHOUDINGEN OPBOUWEN TIJDENS HET EERSTE CONTACT

Aansluiting vinden bij "C's"

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

Aansluiting vinden bij "D's"

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

Aansluiting vinden bij "S'en"

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

Aansluiting vinden bij "I's"

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

Fase 2: GOEDE VERSTANDHOUDINGEN BEHOUDEN IN DE ANALYSE FASE

Analyseren met “C’s”

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

Analyseren met “D’s”

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

Analyseren met “S’en”

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

Analyseren met “I’s”

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

Fase 3: HET BEHOUDEN VAN EEN GOEDE VERSTANDHOUDING IN DE AANBODFASE

Samenwerken met “C’s” in de aanbodfase

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

Samenwerken met “D’s” in de aanbodfase

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

Samenwerken met “S’en” in de aanbodfase

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

Samenwerken met “I’s” in de aanbodfase

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

Fase 4: HET BEHOUDEN VAN EEN GOEDE VERSTANDHOUDING IN DE AFSLUITFASE

Afsluiten met "C's"

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

Afsluiten met "D's"

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

Afsluiten met "S'en"

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

Afsluiten met "I's"

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

Fase 5: HET BEHOUDEN VAN EEN GOEDE VERSTANDHOUDING IN DE AFTERSALESFASE

Aftersales bij "C's"

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

Aftersales bij "D's"

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

Aftersales bij "S's"

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

Aftersales bij "I's"

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

Fase	Met D's	Met I's	Met S'en	Met C's
Aansluiting vinden	<ul style="list-style-type: none"> • Sla <i>small talk</i> over • Focus op de hoofdzak • Wees voorbereid 	<ul style="list-style-type: none"> • Reserveer tijd voor hun verhalen voordat je ter zake komt • Laat hen het tempo van de conversatie bepalen 	<ul style="list-style-type: none"> • Blijf zakelijk totdat ze aan je gewend raken • Wees niet gehaast om meteen ter zake te komen • Wees actief geïnteresseerd 	<ul style="list-style-type: none"> • Sla <i>small talk</i> over • Neem een agenda mee • Blijf gereserveerd, rustig en professioneel
Analyseren	<ul style="list-style-type: none"> • Laat hen weten waar je met je vragen naar toe wilt • Vraag alleen om informatie wanneer je die nergens anders vandaan kunt halen • Geef direct antwoord op hun vragen 	<ul style="list-style-type: none"> • Stel afwisselend persoonlijke en zakelijke vragen • Stuur hen voorzichtig terug naar het onderwerp • Houd de focus op hun visie en doelstellingen 	<ul style="list-style-type: none"> • Wees oprecht geïnteresseerd in hun antwoorden • Val hen niet in de rede • Stel niet-bedreigende vragen om hen uit hun schulp te halen 	<ul style="list-style-type: none"> • Stel vragen die hun expertise aan het licht brengen • Blijf bij het onderwerp • Wissel af tussen open en gesloten vragen
Aanbod	<ul style="list-style-type: none"> • Houd presentaties kort en bondig • Richt je op de hoofdkwestie en/of tijdsbesparing • Biedt een beknopte analyse van de behoeften, inclusief je professionele aanbevelingen 	<ul style="list-style-type: none"> • Activeer al hun zintuigen • Vraag regelmatig naar hun ideeën • Maak gebruik van referenties • Moedig hen aan om te beslissen • Laat zien hoe de oplossing hun reputatie verbetert en/of hen moeite bespaart 	<ul style="list-style-type: none"> • Laat zien hoe je product hun werk eenvoudiger en stabiel maakt en hun doelen ondersteunt • Presenteer nieuwe ideeën op een niet-bedreigende manier • Push hen niet, maar geef hun een zacht duwtje in de rug richting een beslissing 	<ul style="list-style-type: none"> • Focus op waarde, nauwkeurigheid, kwaliteit en betrouwbaarheid • Hou je bij feiten en logica; reduceer risico's waar mogelijk • Dring nooit aan op een beslissing • Blijf gereserveerd en rationeel
Afsluiten	<ul style="list-style-type: none"> • Vraag rechtuit of ze geïnteresseerd zijn • Presenteer twee of drie opties met aanbevelingen en samenvattingen • Wees stil wanneer ze hun beslissing nemen 	<ul style="list-style-type: none"> • Vraag openlijk "Wat is onze volgende stap?" • Wees klaar om hun bestelling op te nemen • Rem hen af wanneer ze te snel tot de koop overgaan • Regel het papierwerk voor hen 	<ul style="list-style-type: none"> • Het zijn langzame beslissers en ze willen graag de meningen van anderen horen • Dring niet aan op een beslissing • Bied garantie wanneer dat relevant is 	<ul style="list-style-type: none"> • Verstrek logische opties met documentatie • Geef hun de tijd en de ruimte om beslissingen te nemen • Wijs op nadelen wanneer deze van toepassing zijn • Suggereer een pilot programma of garantie om risico's te minimaliseren
Aftersales	<ul style="list-style-type: none"> • Check met een follow-up of ze 100% tevreden zijn • Houd het contact zakelijk • Doe wat je belooft 	<ul style="list-style-type: none"> • Bied goede service na de koop • Voorkom frustraties (ze lezen geen instructies) • maak hen vertrouwd met je product/dienst 	<ul style="list-style-type: none"> • Bied consistente follow-up en persoonlijke geruststelling • Geef hun je telefoonnummer • Laat blijken dat je op de lange termijn een zakelijke relatie wilt 	<ul style="list-style-type: none"> • Geef een schema mbt een follow-up • Double-check of ze tevreden zijn • Mail hun ideeën en links • Focus op waarde, kwaliteit en betrouwbaarheid

HET LOT IN EIGEN HAND NEMEN

Stel je eens voor wat er gebeurd zou zijn als je tien jaar geleden de principes van *Verkopen Volgens de Platinum Regel* succesvol zou hebben toegepast... of zelfs vijf jaar geleden? Wel, honderdduizenden mensen zoals jij hebben deze principes reeds toegepast en drastische toenames in hun verkopen weten te realiseren, evenals meer voldoening in hun samenwerking met klanten en collega's (en zelfs familie en vrienden!) en een groter bewustzijn van hun eigen sterke en zwakke punten. Veel mensen geven te kennen dat zij zich niet langer "slechts een verkoper" voelen; ze voelen zich, gedragen zich en worden behandeld als een *betrouwbare adviseur*. Ze zijn beter in staat om mensen te helpen oplossingen te vinden voor hun problemen en zijn meer bedreven in het identificeren van nieuwe kansen.

Wanneer je ook graag wilt delen in het plezier dat je uit deze voordelen kunt halen, moedigen we je aan om meteen te beginnen. Denk na over de doelstellingen die je in het komende jaar wil behalen... de komende maand... de komende week... zelfs wat je voor het einde van de dag wil hebben bereikt! Vervolgens ontwikkel je een plan om met behulp van **De Platinum Regel – Behandel Anderen Zoals Zij Behandeld Willen Worden** – en de andere principes uit de **DISC Verkoop Strategieën**, die doelstellingen te bereiken.

Accepteer de Uitdaging

De eerste stap vereist je persoonlijke toewijding aan deze uitdaging, alsmede je overtuiging van deze principes en hoe ze voor jou kunnen werken. Iedere vaardigheid vereist natuurlijk oefening, en het is niet realistisch om te verwachten dat ze allemaal direct effect zullen hebben. Echter, op het moment dat je begint met verkopen aan mensen op de manier waarop *zij* willen kopen, zul je onmiddellijk resultaten zien.

Streven naar Groei

"Verandering is onvermijdelijk... groei is optioneel." We houden van dat gezegde, omdat het waar is. Je hebt nu de mogelijkheid om een levens veranderende beslissing te maken. Je kunt besluiten om over jezelf te *blijven leren*, over je sterke en je zwakke punten, over hoe je beslissingen neemt, over hoe je op anderen overkomt, enzovoorts... je kunt besluiten om meer te leren over DISC stijlen en je nieuwe kennis toe te passen op andere relaties – relaties met je collega's, kinderen, partner en/of familie.

Hopelijk besluit je om dit rapport te gebruiken als springplank om je carrière een nieuwe richting te geven. Als die gedachte je aanspreekt, raden we aan om meer te leren over hoe DISC in alle fases van het zaken doen toegepast kan worden: acquisitie, netwerken, marketing, communicatie, klantenservice, het opbouwen van referenties, klantenbinding, personeelswerving, management, leiderschap, enzovoorts...

We wensen je heel veel succes!