



# LE DISC Styles™ VOTRE PROFIL **DISC**



Version Commerciale

Rapport personnalisé pour : Sample Report

Attention : Travail

23/10/2019

YOUR COMPANY  
**LOGO**  
APPEARS HERE

# Table des matières

Introduction au rapport DISC Styles™.....	3
Caractéristiques générales.....	4
Vos forces : ce que vous apportez à l'organisation .....	5
Vos motivations (désirs) et vos besoins.....	6
Vos motivations : votre environnement de travail idéal .....	7
Votre comportement et vos besoins en situation de stress .....	8
Conseils à destination de ceux qui souhaitent communiquer avec vous .....	9
Que faire pour communiquer ou coopérer de manière optimale avec les différents profils .....	10
Les domaines potentiels à améliorer.....	12
Le résumé de votre style.....	13
La cartographie des mots : style naturel .....	14
La cartographie des mots : style adapté .....	15
Votre profil sous forme de graphiques .....	16
Vue de votre modèle comportemental .....	22
L'application du modèle DISC Styles™ .....	23
Les 4 styles de base.....	24
Comment identifier le style comportemental d'une autre personne .....	26
Qu'est-ce que l'adaptabilité comportementale .....	27
Construire et maintenir une relation commerciale tout au long du cycle de vente.....	36
Et maintenant ? .....	45



# Introduction au rapport DISC Styles™

Beaucoup d'entre nous ont grandi en croyant avec sagesse qu'il faut traiter les autres comme on aimerait être traité. Nous allons bientôt réaliser qu'une autre règle permet d'améliorer l'efficacité de nos relations interpersonnelles : « traitez les autres de la manière dont ils veulent être traités ».

Ce rapport personnalisé DISC + Forces Motrices, vous permet de poser les bases d'une réflexion sur la manière dont vous pouvez agir sur vos comportements et mieux interagir avec autrui. Ainsi vous aurez la possibilité d'identifier vos points forts, de capitaliser dessus, tout en ayant également un aperçu clair de vos limites et du travail qu'il vous reste à faire pour entretenir ou initier des relations interpersonnelles plus efficaces et plus agréables. Ce rapport se concentre sur vos tendances naturelles, celles qui influencent votre comportement.

Notre système en ligne DISC se concentre sur les modèles de comportements visibles et observables issus des travaux de W. M. Marston, C. Jung et E. Spranger. Le système DISC est simple, pratique, facile à retenir et à utiliser. Consultez le chapitre « Vue d'ensemble des quatre DISC Styles™ de base » pour avoir une vue synthétique de chacun des styles.

## LES STYLES DE COMPORTEMENT

Les recherches historiques et contemporaines révèlent plus d'une dizaine de modèles divers traitant de nos préférences comportementales, mais beaucoup partagent un dénominateur commun : le regroupement de nos comportements en quatre catégories de base. Le système DISC Styles™ est fondé sur la manière dont nous percevons notre environnement et sur notre relation à celui-ci (voir le tableau ci-contre). Dès lors que l'on apprend à identifier ces comportements visibles et observables, il devient plus facile de prédire la réaction des personnes face à une situation donnée. Ce modèle est simple, pratique, facile à retenir et à utiliser. Consultez la page 24 de ce rapport pour un résumé de chacun des styles.

Style	A tendance à considérer...
D - Dominant	le monde comme <b>hostile</b> mais aussi comme un environnement sur lequel il peut <b>directement agir</b> .
I - Influent	le monde comme <b>favorable</b> mais aussi comme un environnement sur lequel il peut <b>directement agir</b> .
S - Stable	le monde comme <b>favorable</b> mais aussi comme un environnement avec lequel il doit <b>composer</b> .
C - Conforme	le monde comme <b>hostile</b> mais aussi comme un environnement avec lequel il doit <b>composer</b> .

## COMMENT UTILISER CE RAPPORT ?

Ce rapport DISC se divise en deux parties. La **1ère partie** se concentre sur la compréhension des caractéristiques de votre style DISC. Veuillez noter qu'il n'y a pas de bon ou de mauvais profil. Chaque style a ses forces et ses axes d'amélioration spécifiques. Toutes les descriptions comportementales mentionnées dans ce rapport ne sont que des tendances pour votre groupe de style et peuvent ou non s'appliquer spécifiquement à vous. La **2ème partie**, parle du concept d'adaptabilité et offre plusieurs plans d'actions pour vous et pour ceux qui interagissent avec vous.

## L'ADAPTABILITÉ

En plus de comprendre votre style, le rapport identifiera les manières dont vous pouvez mettre en application les forces de votre style ou agir sur les faiblesses de votre style pour communiquer le plus efficacement possible avec autrui. Cela s'appelle l'adaptabilité. Les sociologues l'appellent « l'intelligence sociale ». Dernièrement, on a beaucoup écrit sur le fait que l'intelligence sociale est aussi importante que le quotient intellectuel (QI) pour réussir dans le monde d'aujourd'hui. Dans certains cas, l'intelligence sociale est encore plus importante que le QI. Le concept d'adaptabilité est détaillé dans la section « **Qu'est-ce que l'adaptabilité comportementale ?** » de ce rapport.



## Caractéristiques générales

Ci-dessous vous trouverez un aperçu général de vos tendances comportementales. Il sert d'introduction au rapport qui suit, et fournit un cadre pour mieux comprendre vos résultats. Nous avons parfois fourni quelques conseils afin de vous permettre de tirer parti au mieux de vos points forts.

Vous êtes excellent(e) pour trouver des solutions aux problèmes et pour réfléchir rapidement. Vous êtes capable de le faire en raison de votre esprit de décision rapide, de votre capacité à être multitâche et de votre tendance à vous frayer votre propre chemin plutôt que de suivre les sentiers battus. Assurez-vous d'impliquer les autres dans le processus de prise de décision, car quelqu'un qui résout les problèmes "en solo" peut parfois être vu comme un fauteur de trouble.

Vous recherchez souvent de nouveaux moyens, toujours plus efficaces pour faire avancer les choses. Sample, vous avez un esprit multitâche. Pour vous, beaucoup de choses sont urgentes et vous êtes peu sensible aux risques. Vous recherchez toujours des moyens pour réduire les coûts (en temps comme en argent) et pour rendre les systèmes plus simples et plus efficaces.

Vous avez beaucoup d'idées et d'opinions propres et vous croyez fortement en ces idées. Selon votre profil, votre ego est plutôt présent. Toutefois, si vous le gérez correctement vous pouvez vous épanouir dans un climat de travail plus respectueux des personnes.

Sample, vos réponses montrent que vous vous fixez des objectifs élevés, à vous et aux autres, et que vous estimatez pouvoir les atteindre. Ce trait de caractère provient de votre esprit de décision, de votre sens de l'urgence et de votre capacité à prendre des risques. Cette combinaison est assez rare et dépeint des attentes élevées. Lorsque quelqu'un dit que quelque chose est impossible, vous vous attellez à lui montrer le contraire.

Vous montrez une grande diversité d'intérêts dans de nombreux domaines. C'est un énorme avantage à la fois dans la vie sociale et dans les affaires. Votre grande curiosité vous permet de garder un œil sur de nombreux sujets intéressants, et vous pouvez tirer profit de ce vaste éventail de connaissances.

Vous êtes très direct(e) et franc(he) avec les autres. Votre profil est celui de quelqu'un qui dir ce qu'il pense et qui préfère l'obtention de résultats à l'ambiguïté. Vous aimez quand les choses vont vite, y compris les conversations. Vous avez tendance à ne pas « enrober » inutilement le message que vous souhaitez délivrer.

Vous avez un fort esprit d'initiative, un sens élevé de l'urgence et la volonté de faire avancer les choses sans attendre. De tous les styles comportementaux, votre profil est en tête de liste en ce qui concerne l'urgence. La bonne nouvelle, c'est que vous êtes habituellement le/la premier(ère) à obtenir un service, à offrir une idée et souvent à franchir la ligne d'arrivée. Le revers de la médaille : ceux qui vous ont aidé sur le chemin pourraient se sentir oubliés. N'oubliez pas de les remercier, car vous pourriez avoir besoin de leur aide à l'avenir.

Vous avez tendance à agir au lieu de rêver. Certains rêvent de faire bouger les choses mais vous préférez travailler dur pour rendre les changements effectifs. Si quelque chose doit être fait, vous vous retrouvez les manches et vous le faites.



## VOS FORCES : Ce que vous apportez à l'organisation

*Vous trouverez ci-après une description de vos talents et des tendances comportementales dont vous faites preuve dans un environnement professionnel ou en privé. Quand vos comportements préférentiels vous permettent de répondre de manière appropriée à la situation, cela vous encourage à poursuivre vos objectifs. Toutefois, votre environnement requerra aussi d'autres réponses, d'autres comportements que les vôtres. Dans ce cas, nous vous recommandons d'avoir un échange avec votre manager afin d'étudier avec lui, la manière d'aménager votre environnement afin de préserver votre motivation. Reportez vos 2 forces principales et 2 comportements principaux au travail sur la page « Résumé de votre style ».*

### **Vos forces :**

- Vous avez l'esprit de compétition, au travail et en dehors.
- Vous avez une approche directe des choses, en gardant un œil sur les résultats.
- Vous n'hésitez pas remettre en question les procédures ou pratiques établies.
- Vous avez un esprit d'initiative et vous n'attendez pas que les choses arrivent d'elles-mêmes.
- Vous êtes autonome, avec la capacité de montrer la voie.
- Vous êtes motivé(e) par le fait de vous lancer des défis à vous et aux autres.
- Vous apportez des idées et des solutions innovantes.

### **Votre profil au travail :**

- Vous avez tendance à vous fier davantage à vos propres évaluations et décisions qu'à celles des autres.
- Vous êtes plein(e) de ressources et vous pouvez vous adapter rapidement à de nombreux environnements différents.
- Vous pouvez vous montrer critique par rapport aux procédures et aux méthodes établies.
- Vous aimez générer de nouvelles idées, permettant aux autres de travailler sur les détails du projet.
- Vous désirez un pouvoir décisionnel correspondant à votre responsabilité.
- Vous n'êtes pas facilement influencé(e) par le groupe ou par les contraintes d'un protocole ou d'un règlement.
- Vous êtes très autonome, cherchant toujours à trouver vos propres solutions.

## Vos motivations (désirs) et vos besoins

Qu'est-ce qui vous motive ? Nos comportements sont autant guidés par ce que nous voulons obtenir que par nos besoins, et chaque profil d'individu a des besoins différents. Si une personne est stressée, elle peut avoir besoin de rester seule au calme pendant un moment ; une autre peut avoir besoin de passer du temps en société avec beaucoup de gens. Chacun est différent et chacun a sa manière de répondre à ses besoins. Plus nos besoins sont satisfaits, plus nous sommes capables d'apporter des réponses efficaces. Reportez vos deux motivations (désirs) les plus importantes et vos deux besoins principaux sur la page « Résumé de votre style ».

### **Vous avez tendance à être motivé(e) par :**

- La reconnaissance les réalisations et les compétences.
- Avoir un pouvoir décisionnel à la hauteur de votre responsabilité.
- Un soutien pour vos idées et initiatives.
- Des opportunités d'exprimer vos idées et vos opinions.
- Des expériences variées et de nouveaux défis.
- De l'indépendance pour transformer les idées en actes et être capable de faire preuve de créativité dans la résolution des problèmes.
- Une culture d'entreprise axée sur le changement.

### **Les personnes ayant un profil similaire au vôtre ont tendance à avoir besoin :**

- Convaincre les gens en faisant preuve d'une plus grande empathie pour les autres.
- Des environnements avec des missions stimulantes.
- Limiter l'intensité dans les situations les moins urgentes.
- Négocier des engagements en face-à-face. Cela aide à maintenir la clarté et la responsabilité mutuelle.
- Adoucir légèrement votre approche pour ne pas être trop sec(he) ou critique.
- S'engager dans un échange proactif quand quelqu'un est en désaccord avec vos méthodes ou idées est préférable au fait d'agir dans son dos.
- Comprendre les résultats qu'on attend de vous et être jugé(e) sur les résultats, plutôt que sur les méthodes utilisées pour atteindre les résultats.



## VOS MOTIVATIONS : votre environnement de travail Idéal

Tout le monde est motivé... toutefois, chacun d'entre nous à ses propres raisons de l'être. En comprenant vos motivations, vous pouvez agir sur votre environnement afin de le rendre motivant pour vous. Reportez les deux facteurs environnementaux les plus favorables pour vous sur la page « Résumé de votre style ».

### ***You avez tendance à être plus efficace dans les environnements qui offrent :***

- De nombreuses expériences variées, comprenant occasionnellement des surprises ou des problèmes inattendus.
- Un minimum de supervision directe.
- La suppression de la routine ou du travail répétitif.
- Un public pour entendre vos idées et vos solutions.
- Une évaluation des performances basée sur les résultats obtenus, pas sur les moyens ou processus utilisés.
- Une large sphère d'influence et de responsabilité.
- Une absence de menus détails.



## Le comportement et les besoins du D en situation de stress

*La façon dont nous agissons sous stress peut conduire les autres à avoir une fausse idée sur notre véritable intention, ce qui va altérer l'efficacité de nos actions ou de nos communications avec eux. Être conscient(e) de la manière dont nos réactions peuvent être interprétées, savoir de quelle aide nous avons besoin, identifier quelle stratégie adopter face à un conflit ou une tension, tout cela peut nous permettre de mieux gérer notre stress et d'apporter une réponse efficace. Identifiez vos deux comportements et besoins les plus typiques sous stress et reportez-les sur la page « Résumé de votre style ».*

***En situation de stress, vous pouvez sembler :***      ***En situation de stress, vous avez besoin :***

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Insistant(e)</li> <li>• Irritable</li> <li>• Impatient(e)</li> <li>• Agressif(ve)</li> <li>• Critique</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• D'avancer vers vos objectifs avec un rythme rapide</li> <li>• Les réalisations</li> <li>• D'avoir le contrôle de la situation et de vous-même</li> </ul> |
|---|---|

### ***Vos comportements typiques face au conflit :***

- Vous êtes assez à l'aise avec les situations de confrontation ou conflictuelles. Souvent, vous ne réalisez pas l'impact de votre comportement sur les autres. Dans d'autres cas, toutefois, vous pouvez choisir consciemment la colère et l'agression comme une arme tactique. Dans tous les cas, vous risquez d'augmenter le niveau d'agression.
- En général, vous n'êtes pas rancunier(e). Une fois qu'un incident est terminé, il est généralement oublié sur le plan personnel, même si les facteurs qui ont produit un manque de résultats satisfaisants seront pris en considération et évalués.
- Votre envie de gagner peut entraîner des situations gagnant/perdant, ce qui rend difficile pour les autres de travailler avec vous.

### ***Vos stratégies pour réduire la tension liée au conflit et accroître l'harmonie :***

- Vous devez faire en sorte que toutes les personnes impliquées dans votre projet participent à votre processus de décision. Demandez-leur régulièrement leur avis et prenez-le en considération. Vous pouvez toujours prendre la décision finale ; à condition que vous soyez le plus informé et qu'elle soit assez aisée à accepter.
- Reconnaissez que les autres peuvent ne pas être à l'aise avec les conflits, la colère et l'agressivité. Par conséquent, votre comportement normal peut se révéler contreproductif et interférer avec les résultats désirés.
- Évitez de compliquer les choses juste pour faire en sorte qu'elles restent intéressantes. Même si cela peut vous motiver, cela aura probablement un important effet négatif sur beaucoup d'autres personnes.

# Conseils à destination de ceux qui souhaitent communiquer avec vous

*Les suggestions suivantes peuvent aider ceux qui interagissent avec vous à comprendre vos préférences dès lors que l'on communique avec vous. Partagez ces informations avec les personnes de votre entourage professionnel ou personnel et parlez aussi de leurs préférences.*

*Reportez les deux idées qui vous paraissent les plus importantes quand les autres communiquent avec vous (à faire & à ne pas faire) sur la page « Résumé de votre style ».*

## À FAIRE, lorsque vous communiquez avec Sample:

- Posez des questions axées sur le « quoi faire » pour clore le sujet.
- Venez-en rapidement au fait et évitez de vous répéter ou d'en rajouter.
- Soyez préparé(e), avec des objectifs clairs en tête, des supports de travail etc., même si vous n'utilisez pas tout.
- Soyez spécifique à propos des tâches à accomplir et à propos de qui va les accomplir.
- Quand vous êtes satisfait de quelque chose, encouragez les idées plutôt que la personne qui en est à l'origine.
- Quand vous n'êtes pas d'accord avec quelque chose, contestez les méthodes ou les procédures, pas la personne.
- Soyez clair(e) dans vos explications.

## À NE PAS FAIRE, lorsque vous communiquez avec Sample:

- Offrir des garanties que vous ne pouvez pas honorer.
- Laisser un désaccord lui porter personnellement atteinte.
- Oublier ou perdre des éléments nécessaires à la réunion ou au projet.
- Essayer de développer trop vite une relation étroite.
- Être négligeant(e) ou désorganisé(e).
- S'engager dans une discussion décousue et longue, et lui faire perdre son temps.
- Prendre des décisions pour elle.

## Que faire pour communiquer ou coopérer de manière optimale avec les différents profils ?

### Agir avec le style DOMINANT («Rouge» dominant)

CARACTÉRISTIQUES	DONC ...
Concerné par le fait d'être n°1	Montrez-lui comment gagner, les nouvelles opportunités
Pense de manière logique	Affichez votre raisonnement
Veut les faits et l'essentiel	Fournissez des données concises
S'efforce d'avoir des résultats	Accordez-vous avec lui sur l'objectif et les prérogatives, sur le soutien que vous lui apporterez, ou laissez-le agir librement
Aime les choix personnels	Permettez-lui d'agir librement dans les limites de ses prérogatives
Aime les changements	Variez les missions
Préfère déléguer	Recherchez des opportunités pour faire évoluer ses responsabilités
Veut que les autres remarquent les réalisations	Complimentez-le sur ce qu'il a fait
A besoin de prendre en charge	Laissez-lui prendre la direction, lorsque c'est approprié, mais donnez-lui les paramètres, les informations clés
A une tendance aux conflits	Si nécessaire, argumentez avec conviction sur les points de désaccord, étayez vos arguments par des faits et non par des éléments subjectifs

### Agir avec le style INFLUENT («Jaune» dominant)

CARACTÉRISTIQUES	DONC ...
Concerné par l'approbation et les apparences	Montrez-lui que vous l'appréciez
Recherche le contact avec des personnes enthousiastes et les situations excitantes	Agissez de manière optimiste et créer un environnement positif
Pense de manière émotionnelle	Soutenez ses sentiments lorsque c'est possible
Veut connaître les attentes générales	Évitez les détails, concentrez-vous sur « la vue d'ensemble »
Besoin d'implication et de contact humain	Interagissez et participez avec lui
Aime les changements et les innovations	Variez les missions ; évitez de lui demander de réaliser un travail répétitif sur le long terme
Veut que les autres LE remarquent	Complimentez-le personnellement et souvent
A souvent besoin d'aide pour s'organiser	Faites les choses ensemble
Recherche l'action et la stimulation	Gardez un rythme rapide, animé
Se montre optimiste	Soutenez ses idées et ne plombez pas ses rêves ; montrez-lui votre côté positif
Recherche des feedbacks positifs	Reconnaissez ses réalisations, sa progression et donner lui des appréciations sincères



## Agir avec le style STABLE (« Vert » dominant)

CARACTÉRISTIQUES	DONC ...
Recherche la stabilité	Montrez-lui que votre idée minimise le risque
Pense de manière logique	Détaillez et structurez votre raisonnement
Veut de la documentation et des faits	Fournissez des données et des preuves
Aime l'implication personnelle	Démontrez-lui votre intérêt
A besoin de connaître la séquence étape par étape	Donnez-lui un aperçu et/ou une ou deux instructions quand vous le « croisez »
Veut que les autres reconnaissent sa patience et sa persévérance	Complimentez-le pour son suivi régulier
Évite les risques et les changements	Donnez-lui des assurances personnelles
N'aime pas le conflit	Agissez avec bienveillance, concentrez-vous sur l'intérêt commun ou le soutien à apporter
S'adapte aux autres	Donnez-lui l'occasion de rendre service ou de soutenir les autres
Cherche le calme et la paix	Veillez à ce que l'ambiance soit relaxante, amicale
Apprécie le travail en équipe	Intégrez-le dans un groupe coopératif
Veut un retour sincère sur le fait d'être apprécié	Reconnaissez l'utilité de ses efforts, lorsque c'est approprié

## Agir avec le style CONFORME (« Bleu » dominant)

CARACTÉRISTIQUES	DONC ...
Préoccupé par les approches agressives	Approchez-le avec tact et bienveillance
Pense de manière logique	Démontrez-lui la qualité de votre raisonnement
Recherche des données	Donnez-lui des données écrites, des résultats d'études fondées
A besoin de connaitre le processus utilisé	Expliquez-lui de manière rationnelle le processus
Fait preuve de précaution	Donnez-lui la possibilité de réfléchir, d'enquêter et de vérifier avant de prendre des décisions
Préfère faire les choses lui-même	Lorsque vous lui déléguez une tâche, laissez-le vérifier les procédures, et contrôlez les progrès et performances passées avant qu'il ne prenne une décision
Souhaite que les autres remarquent sa précision	Complimentez-le sur sa minutie et son exactitude lorsque cela est approprié
Est sensible à la notion de qualité et son contrôle	Laissez-le évaluer le processus et montrez-vous impliqué dans son bon déroulement lorsque cela est possible
Évite le conflit	Demandez-lui des clarifications avec tact, ainsi que son assistance
A besoin d'avoir raison	Donnez-lui suffisamment de temps pour trouver la meilleure réponse ou la réponse « correcte », dans les limites disponibles
Aime réfléchir	Dîtes-lui le « pourquoi » et surtout le « comment » des choses

## Les domaines potentiels à améliorer

Tout le monde a parfois le sentiment de toucher ses limites, d'être face à ses faiblesses. Celles-ci sont souvent le résultat d'une mobilisation exagérée de vos points forts. Par exemple, l'affirmation naturelle d'une personne avec une dimension « Dominance » élevée peut se révéler être une force dans certaines situations, mais peut la faire apparaître autoritaire dès lors qu'elle la sur-mobilise, notamment sous l'effet du stress.

Identifiez, selon vous, vos deux principaux axes de progression et reportez-les sur la page « Résumé de votre style ».

### Domaines potentiels à améliorer :

- Vous vous impatientez si vous n'êtes pas au coeur d'un projet ou d'un événement.
- Vous pourriez mieux utiliser vos « aptitudes en relations humaines » pour motiver et fédérer les autres.
- Vous trouvez difficile de prêter attention aux sujets qui ne sont pas urgents.
- Vous pouvez parfois devenir un peu trop menaçant(e) pour persuader ou motiver les autres.
- Vous avez tendance à vous impacter et à le dire quand les choses ne se passent pas comme prévu.
- Vous pouvez parfois accepter trop de tâches car vous préférez travailler sous pression.
- Votre approche peut être un peu trop abrupte pour ceux qui n'apprécient pas que votre égo soit si développé.

## Le résumé de votre style

*La communication est un processus à double sens. En discutant avec votre entourage professionnel ou personnel de vos préférences, besoins et désirs respectifs, vous pouvez transformer ce qui peut potentiellement être une relation stressante en une relation efficace. Complétez la feuille de travail ci-dessous à partir des pages précédentes de ce rapport et préparez ainsi vos prochains échanges avec les personnes avec lesquelles vous travaillez.*

### VOS FORCES : CE QUE VOUS APPORTEZ À L'ORGANISATION

1

2

### LES TENDANCES DE VOTRE STYLE DE TRAVAIL

---

---

### VOS MOTIVATIONS (DÉSIRS)

---

---

### VOS BESOINS

---

---

### VOS MOTIVATIONS : ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL IDÉAL

---

---

### À FAIRE & À NE PAS FAIRE LORS DE LA COMMUNICATION AVEC VOUS

---

---

### DOMAINES POTENTIELS À AMÉLIORER

---

---

## LA CARTOGRAPHIE DES MOTS - Style naturel

**Le DISC décrit des comportements motivés par les besoins et est fondé sur l'idée que les émotions et les comportements ne sont ni « bons » ni « mauvais ». Nos comportements révèlent donc nos besoins. Par conséquent, dès lors que nous pouvons observer précisément les actions de quelqu'un, il est plus facile de comprendre et d'anticiper ses motivations et ses besoins probables. Cela nous permet de prédire ce qui lui plaira ou pas, d'adapter nos comportements en conséquence, ce qui permet d'entretenir de meilleures relations et de créer un cadre de travail plus harmonieux et productif ! Ce tableau décrit votre profil NATUREL sous forme de « cartographie de mots ». Recherchez des exemples pour décrire pourquoi vous agissez ainsi et identifiez ce qui est important pour vous quand vous cherchez à (D)ominator une situation, à (I)influencer autrui, à maintenir une certaine (S)tabilité, ou à vous (C)onformer aux procédures et aux règles. Partagez vos besoins spécifiques, ceux qui vous poussent à agir de manière particulière dans chacune des dimensions du DISC. Si, pour chacune des dimensions, la description de vos comportements préférentiels se situe aux niveaux 1 et 2, alors ces derniers sont à l'opposé des comportements figurant aux niveaux 5 et 6.**

Focus	D	I	S	C
	PROBLÈMES et TÂCHES	PERSONNES	RYTHME et ENVIRONNEMENT	PROCÉDURES
Besoins	Relever des défis, pouvoir exercer librement son autorité	Nouer des relations sociales, travailler dans un environnement amical	Mettre en place des systèmes, apporter son soutien à l'équipe, préserver la stabilité de l'environnement	Agir selon les règles et décider sur la base de données suffisantes
Emotions et attitudes	Se montrer décisif, prendre des risques	Se montre optimiste et confiant	Fait preuve de patience, exprime peu ses émotions	Se montre prudent et rationnel
Peurs	Que l'on tire avantage de lui / De perdre le contrôle	Être délaissé(e) / Ne pas être apprécié(e) par les autres	Faire face à un changement soudain, à l'instabilité et l'insécurité	Être critiqué(e) pour son travail / l'absence de précision et de qualité

6	Argumentatif Audacieux Exigeant Décisif Dominateur Egocentrique	Emotionnel Enthousiaste Gréginaire Impulsif Optimiste Persuasif	Calmant Loyal Patient Paisible Serein Travaille en équipe	Exact Conservateur Exigeant Enquêteur Précis Systématique
5	Aventureux Prend des risques Direct Energique	Charmant Influent Sociable Confiant	Constant Coopératif Possessif Détendu	Consciencieux Courtois Concentré Standards élevés
4	Assuré Compétiteur Déterminé Autonome	Confident Amical Généreux Posé	Composé Délibéré Stable Constant	Analytique Soigné Sensible Tact
3	Risques calculés Modéré Interrogateur Sans prétention	Contrôlé A du discernement Rationnel Réfléchi	Alerte Dynamique Flexible Mobile	Personnel Satisfait de lui Entêté Tenace
2	Léger Cherche le consensus Discret Pèse le pour et le contre	Réfléchi Factuel Logique Réservé	Mécontent Energique Agité Impétueux	Autonome Indépendant Ferme Obstiné
1	Acceptant Précautionneux Conservateur Contemplatif Modeste Contenu	Introspectif Pessimiste Calmé Pensif Réticent Suspicioux	Actif Axé sur le changement Trouve à redire Impatient Inquiet Spontané	Arbitraire Provocateur Courageux Obstiné Rebelles Sarcastique



## LA CARTOGRAPHIE DES MOTS - Style adapté

**Le DISC décrit des comportements motivés par les besoins et est fondé sur l'idée que les émotions et les comportements ne sont ni « bons » ni « mauvais ». Nos comportements révèlent donc nos besoins. Par conséquent, dès lors que nous pouvons observer précisément les actions de quelqu'un, il est plus facile de comprendre et d'anticiper ses motivations et ses besoins probables. Cela nous permet de prédire ce qui lui plaira ou pas, d'adapter nos comportements en conséquence, ce qui permet d'entretenir de meilleures relations et de créer un cadre de travail plus harmonieux et productif ! Ce tableau décrit votre profil ADAPTÉ sous forme de « cartographie de mots ». Recherchez des exemples pour décrire pourquoi vous agissez ainsi et identifiez ce qui est important pour vous quand vous cherchez à (D)ominator une situation, à (I)influencer autrui, à maintenir une certaine (S)tabilité, ou à vous (C)onformer aux procédures et aux règles. Partagez vos besoins spécifiques, ceux qui vous poussent à agir de manière particulière dans chacune des dimensions du DISC. Si, pour chacune des dimensions, la description de vos comportements préférentiels se situe aux niveaux 1 et 2, alors ces derniers sont à l'opposé des comportements figurant aux niveaux 5 et 6.**

Focus	D	I	S	C
	PROBLÈMES et TÂCHES	PERSONNES	RYTHME et ENVIRONNEMENT	PROCÉDURES
Besoins	Relever des défis, pouvoir exercer librement son autorité	Nouer des relations sociales, travailler dans un environnement amical	Mettre en place des systèmes, apporter son soutien à l'équipe, préserver la stabilité de l'environnement	Agir selon les règles et décider sur la base de données suffisantes
Emotions et attitudes	Se montrer décisif, prendre des risques	Se montre optimiste et confiant	Fait preuve de patience, exprime peu ses émotions	Se montre prudent et rationnel
Peurs	Que l'on tire avantage de lui / De perdre le contrôle	Être délaissé / Ne pas être apprécié par les autres	Faire face à un changement soudain, à l'instabilité et l'insécurité	Être critiqué pour son travail / l'absence de précision et de qualité

6	Argumentatif Audacieux Exigeant Décisif Dominateur Egocentrique	Emotionnel Enthousiaste Gréginaire Impulsif Optimiste Persuasif	Calmant Loyal Patient Paisible Serein Travaille en équipe	Exact Conservateur Exigeant Enquêteur Précis Systématique
5	Aventureux Prend des risques Direct Energique	Charmant Influent Sociable Confiant	Constant Coopératif Possessif Dépendant	Consciencieux Courtois Concentré Standards élevés
4	Assuré Compétiteur Déterminé Autonome	Confident Amical Généreux Posé	Composé Délibéré Stable Constant	Analytique Soigné Sensible Tact
3	Risques calculés Modéré Interrogateur Sans prétention	Contrôlé A du discernement Rationnel Réfléchi	Alerte Dynamique Flexible Mobile	Personnel Satisfait de lui Entêté Tenace
2	Léger Cherche le consensus Discret Pèse le pour et le contre	Réfléchi Factuel Logique Réservé	Mécontent Energique Agité Impétueux	Autonome Indépendant Ferme Obstiné
1	Acceptant Précautionneux Conservateur Contemplatif Modeste Contenu	Introspectif Pessimiste Calmé Pensif Réticent Suspicioux	Actif Axé sur le changement Trouve à redire Impatient Inquiet Spontané	Arbitraire Provocateur Courageux Obstiné Rebelles Sarcastique

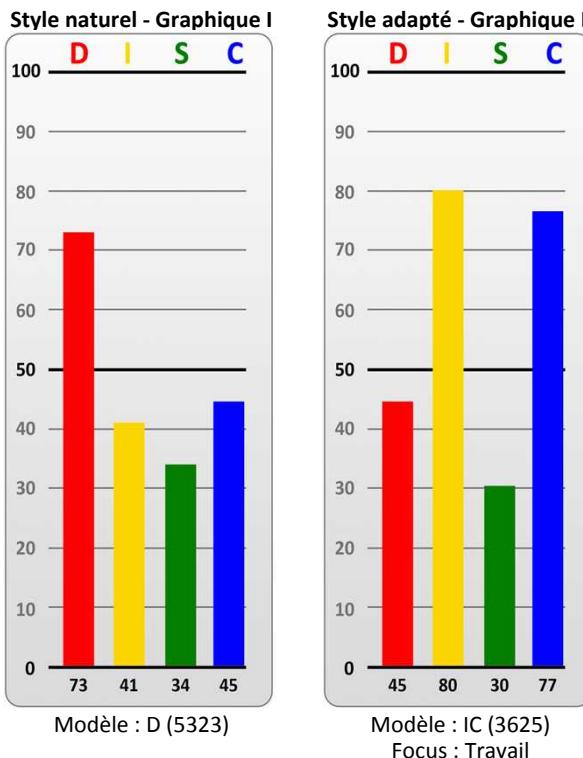


## Votre profil sous forme de graphiques

Votre style adapté vous indique que vous avez tendance à utiliser les traits comportementaux du/des style(s) **IC avec un focus** sur la notion de Travail. Votre style naturel indique que vous avez naturellement tendance à utiliser les traits comportementaux du/des style(s) **D**.

Votre **style adapté** correspond aux comportements que vous pensez devoir mobiliser, et ce avec un focus spécifique (travail, société ou famille), pour répondre à une situation présentant des contraintes. Votre profil adapté peut changer dès lors que vous faites face à une nouvelle situation.

Votre **style naturel** correspond aux comportements que vous mettez en place de manière quasi automatique dans le cadre de situations familiaires ou ne présentant aucune contrainte particulière. Il est assez constant dans le temps et traduit vos motivations. C'est souvent le meilleur indicateur de « qui vous êtes vraiment ».



Si les deux graphiques se ressemblent, cela signifie que vous avez tendance à mobiliser les mêmes comportements naturels quel que soit l'environnement. Si votre style adapté est différent de votre style naturel, cela signifie que vous cherchez à vous adapter en réaction à un stress en adoptant des comportements qui ne sont pas naturels pour vous.

Les nombres à quatre chiffres (sous les graphiques) représentent les niveaux de description de vos comportements préférentiels dans la cartographie de mots. Le premier chiffre correspondant à la caractéristique D, le second à caractéristique I, le troisième à la caractéristique S et le quatrième à la C.

Plus vos caractéristiques D, I, S, C sont élevées, plus vos comportements auront un impact sur votre environnement et ceux avec qui vous travaillez. Une fois conscient(e) de ce phénomène, vous pouvez adapter votre style. Toutefois, changer de comportement de manière durable nécessite d'être conscient(e) de la nécessité de ce changement et implique de la pratique. Référez-vous aux tableaux d'adaptabilité comportementale présents dans ce rapport pour gagner en flexibilité comportementale.

## Les 12 Tendances Comportementales en synthèse

Les styles dominants - D, I, S et C - sont chacun influencés par les trois autres. Ainsi les comportements de chaque personne ne sont pas seulement la résultante de l'un de ces styles, mais plutôt le produit de la combinaison des quatre styles DISC et de l'influence de chacun d'entre eux sur les trois autres. Les tendances comportementales ci-après sont déterminées en fonction de la façon dont les styles DISC se combinent et s'influencent mutuellement. Sur cette page, vous trouverez une synthèse des 12 tendances comportementales.

Comportements	Naturel	Adapté
<b>La Motivation</b> <i>Par quoi cet individu est motivé pour agir : servir les autres ou servir ses propres objectifs.</i>	Axé sur soi	Selon les situations
<b>Le Mode de collaboration</b> <i>Comment cet individu travaille avec les autres.</i>	Directif	Collaboratif
<b>La Transmission des Instructions</b> <i>Comment cet individu donne ses directives et ses attentes.</i>	Direct & impulsif	Indirect & Sens du Détail
<b>Les critères de choix</b> <i>Quels critères cette personne privilégie au moment de faire un choix : se montrer juste et fiable ou objective et précise.</i>	Selon les situations	Précision & Objectivité
<b>L'Investissement personnel dans la Relation</b> <i>Que recherche cette personne lorsqu'elle interagit avec autrui : à se montrer prévenante ou bien engageante.</i>	Selon les situations	Engageant
<b>Le Mode de Raisonnement privilégié</b> <i>Sur quoi se fonde cette personne pour réfléchir et résoudre un problème : son intuition ou les faits.</i>	Selon les situations	Selon les situations
<b>Le Mode de communication (Ouverture vs. Vigilance)</b> <i>Quel est le mode de communication privilégié de cet individu.</i>	Selon les situations	Selon les situations
<b>Le Mode Décisionnel</b> <i>Comment cette personne aborde-t-elle les décisions et les actions à prendre (avec quel degré de prudence ou d'enthousiasme).</i>	Selon les situations	Spontané
<b>Le Processus de Travail Préférentiel</b> <i>Que privilégie cette personne quand elle accomplit une tâche.</i>	Selon les situations	Précision
<b>Le critères de choix</b> <i>Sur quoi cette personne met l'accent lorsqu'elle décide d'agir : le résultat ou le respect des règles.</i>	Résultats	Règles
<b>La Priorité dans la Relation</b> <i>Sur quoi l'individu se concentre-t-il lorsqu'il interagit avec les autres.</i>	Axé sur les résultats	Axé sur la relation
<b>La Résistance au changement</b> <i>Quelle résistance cette personne oppose-t-elle au changement.</i>	Moteur	Selon les situations



## Les 12 tendances comportementales – Détails & Graphes

Chacune des 12 tendances, est illustrée par un graphique et est assortie d'un commentaire spécifique sur le style naturel du candidat comme sur style naturel nécessaire à la tenue du poste (style naturel "cible"). Les scores et les constats révèlent quelles combinaisons de styles sont les plus observables et décrivent comment chacun exprime la tendance en fonction de sa propre combinaison DISC.

## Notes d'interprétation :

1. **Fréquence observée** : Les tendances comportementales sont présentées dans l'ordre suivant : des plus fréquemment observées aux moins fréquemment observées.
    - **ELEVE** - Clairement observées dans la plupart des situations, vues le plus souvent.
    - **EM** (Elevé à Modéré) - Fréquemment observées dans de nombreuses situations.
    - **MOD** (Modéré) - Peuvent ou non être observées selon la situation.
    - **FM** (Faible à Modéré) - Parfois observées dans certaines situations.
    - **FAIBLE** – Non observées dans la plupart des situations.
  2. **Sens de votre score** – Selon que le graphique se déplace vers la droite ou la gauche, cela montre la probabilité qu'une personne a de mettre en œuvre un comportement type ou son opposé. Si les valeurs du candidat sont proches du centre du graphique, le comportement type, comme le comportement opposé auront autant de probabilité d'apparaître et dépendront de la situation.
  3. **Comparaison avec la population globale** - Le cadre bleu représente la population qui en majorité adopte cette tendance comportementale. Environ 68 % des personnes se situent dans cette fourchette (à l'intérieur du cadre bleu).

	Selon les situations
La Motivation	
<p><b>Natural (HM):</b> Vous êtes relativement autodéterminé(e), souvent concentré(e) sur le fait d'agir afin d'atteindre des résultats et des objectifs. Vous agirez probablement en réponse à vos besoins et motivations, et serez plutôt entreprenant(e). Sachez que soutenir et aider les autres peut être également opportun.</p> <p><b>Adapted (MOD):</b> Vous portez autant attention au fait d'agir de manière autonome/individuelle que d'agir en prenant en compte les autres, et mettez l'accent sur les actions permettant un résultat rapide tout en restant conscient des limites de cette approche. Vous êtes probablement motivé à la fois par le désir de répondre à vos propres besoins et motivations, et par le désir de soutenir et d'aider les autres dans ce processus.</p>	
Le Mode de collaboration	
<p><b>Natural (HM):</b> Vous êtes plutôt axé(e) sur les résultats, concentré(e) sur le fait d'accomplir les tâches rapidement et avec efficacité; et êtes susceptible d'agir principalement de manière indépendante et directe. Vous travaillez probablement mieux dès lors que vous pouvez gérer votre productivité et votre efficacité en toute autonomie. Assurez-vous de ne pas trop vous isoler.</p> <p><b>Adapted (LM):</b> Vous êtes très soucieux(se) d'impliquer les autres, préférant atteindre des résultats avec eux, ce qui peut renforcer votre efficacité. Vous serez probablement très efficient(e) en collaboration avec d'autres personnes. Sachez que de trop nombreux échanges peuvent nuire à votre productivité ou votre efficacité.</p>	



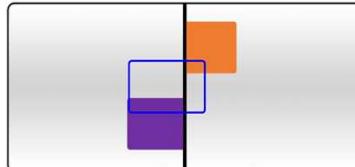
**Selon les situations****La Transmission des Instructions**

**Natural (HM):** Vous êtes plutôt direct(e) et axé(e) sur les résultats, et vous préférez plutôt définir les orientations et indiquer aux autres comment agir plutôt que de vous conformer aux attentes établies. Le fait de se réunir avec d'autres personnes pour développer de nouvelles réflexions et établir de nouvelles perspectives peut mener à de meilleurs résultats.

**Adapted (LM):** Vous êtes plus enclin à suivre avec précision des directives capables de structurer votre action ainsi que des procédures établies, et êtes conscient de la nécessité d'être précis et de respecter les instructions et protocoles. Parfois, il est important de contourner légèrement les règles pour obtenir les meilleurs résultats.

Indirect &amp; Sens du Détail

Direct &amp; impulsif

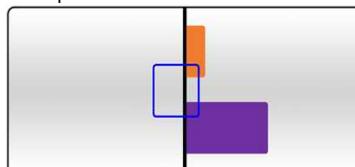
**Les critères de choix**

**Natural (MOD):** Votre fonctionnement est caractérisé par la combinaison de réflexions minutieuses visant à assurer des résultats de qualité et des systèmes et processus qui permettent de progresser dans un environnement stable. Vous êtes probablement conscient des aspects prévisibles et précis de vos plans. Vous aimerez avoir des résultats plus positifs en utilisant une planification équilibrée.

**Adapted (HM):** Vous mettez souvent l'accent sur la précision, l'organisation, l'ordre et la précision dans tout ce que vous faites, en veillant à ce que les résultats soient de grande qualité. Cela vous conduit à vous concentrer sur le fait que vous devez être irréprochable et faire les choses correctement. Bien que le fait de le faire de la bonne façon aide grandement au succès, il est également utile de faire preuve de fiabilité et d'homogénéité dans les processus de planification.

Fiabilité &amp; Ethique

Précision &amp; Objectivité

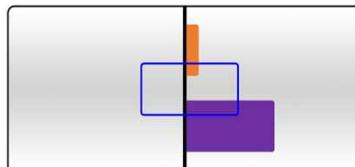
**L'Investissement personnel dans la Relation**

**Natural (MOD):** Vous pouvez être engageant(e) et persuasif(ve) tout en faisant preuve de constance et de soutien dans vos relations avec les autres. Vous pouvez concilier les besoins des personnes tout en créant des relations et en vous assurant que leurs besoins soient satisfaits. Cela peut effectivement créer des relations fidèles et de confiance.

**Adapted (HM):** Vous êtes très engageant(e), charmant(e), persuasif(ve) et influent(e). Vous êtes souvent en relation avec autrui, ce qui vous permet d'établir une relation de confiance. Vous vous investissez avec les autres pour créer une relation, pour bâtir une amitié et vous assurer leur collaboration. Attention à ne pas trop vous investir, parfois les relations d'affaires doivent rester des relations d'affaires.

Prévenant

Engageant

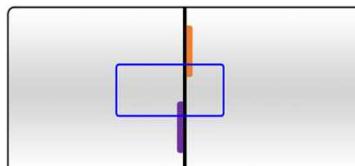
**Le Mode de Raisonnement privilégié**

**Natural (MOD):** You may rely somewhat on your feelings and interactions with others to make decisions, and choose what is likely to be considered acceptable but will seek to back up judgments with evidence and verification. When reasoning, you likely rely on a balanced approach of logic and emotion, and look at the circumstances with a logical perspective and also paying attention to what feels right.

**Adapted (MOD):** Cohérent(e) avec son style naturel

Intuitif

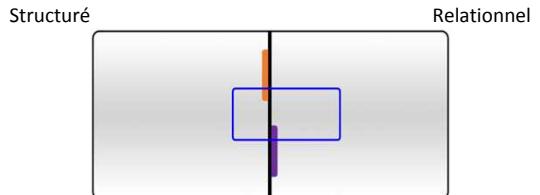
Factuel



**Selon les situations****Le Mode de communication (Ouverture vs. Vigilance)**

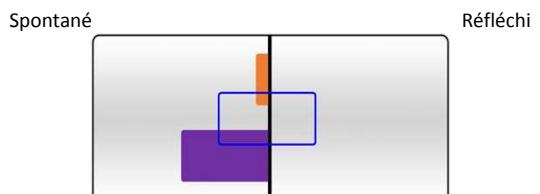
**Natural (MOD):** Vous êtes tout aussi à l'aise pour interagir avec les autres et nouer des liens personnels, que pour adopter une approche structurée, centrée sur les tâches et caractérisée par un goût pour les détails et la précision. Toutefois, vous pouvez parfois avoir du mal à maintenir un rythme de travail régulier ou une concentration constante. Vous pouvez vous fier aussi bien aux avis des personnes avec qui vous êtes en relation qu'aux informations factuelles pour établir votre propre point de vue.

**Adapted (MOD):** Cohérent(e) avec son style naturel

**Le Mode Décisionnel**

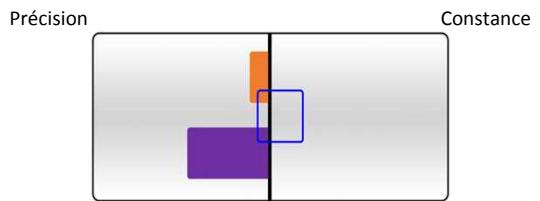
**Natural (MOD):** Vous pouvez étudier les risques avec attention ou bien agir de façon impulsive, selon votre intuition ou vos tripes. Vos décisions peuvent être fondées sur une approche mêlant logique et émotion, vous conduisant à agir selon ce qui vous semble être à la fois juste et sensé, le tout en restant attentif(ve) aux risques encourus.

**Adapted (LM):** Vous êtes plutôt impulsif(ve). Vous décidez selon ce que vous ressentez et ne prenez pas souvent le temps de réfléchir aux risques et aux conséquences. Vous réagissez plutôt de manière spontanée, vous fiant à votre instinct et choisissant ce qui vous semble juste. Parfois, il est également important de prendre des décisions rationnelles, et non juste des décisions en accord avec nos convictions.

**Le Processus de Travail Préférentiel**

**Natural (MOD):** Votre démarche comme le suivi de vos actions sont caractérisés par la volonté de maintenir une approche méthodique selon un rythme constant. Vous êtes toutefois également motivé(e) par le fait de travailler selon des normes de qualité élevées visant à aboutir à un résultat exact et précis. Il peut vous arriver de prêter autant attention au fait de traiter les informations et suivre les actions avec précision et qu'au fait de progresser avec constance, ce qui vous assure le moyen d'atteindre de très bons résultats.

**Adapted (LM):** Votre démarche comme le suivi de vos actions sont souvent guidés par la volonté de respecter des normes de qualité élevées visant à aboutir à un résultat exact et précis. Vous portez une attention particulière au fait de traiter les informations avec précision. A certains moments la cohérence a autant d'importance que la précision. N'oubliez pas d'équilibrer les deux approches.



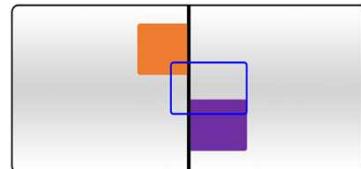
**Selon les situations****Le critères de choix**

**Natural (LM):** Vous êtes souvent centré(e) sur le fait d'atteindre de manière spécifique et directe des résultats immédiats et agissez en ce sens, vous montrant de ce fait moins concerné(e) par le respect des consignes en vigueur. Vous vous concentrerez en priorité sur le résultat final. Bien que celui-ci soit certainement un élément clé à vos yeux, assurez-vous également de prendre en considération les règles et les contraintes de votre situation.

**Adapted (HM):** Vous privilégiez souvent le respect des directives et des procédures établies afin d'assurer l'atteinte de résultats qualitatifs, le tout en accordant une grande importance à l'exactitude, l'ordre et la précision. Il est probable qu'entre respecter les règles et atteindre les résultats, vous choisirez plutôt les règles. Bien que les règles et les procédures conditionnent le succès et qu'elles soient à ce titre importantes, assurez-vous de savoir quel devrait être le résultat final.

Résultats

Règles

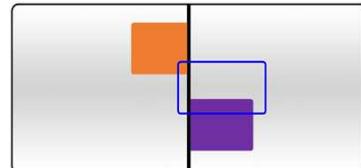
**La Priorité dans la Relation**

**Natural (LM):** Dans le cadre de vos relations avec autrui, vous êtes plutôt axé sur les résultats. Vous préférez ne pas établir de liens sociaux sauf si ceux-ci permettent d'atteindre un résultat ou un but précis. Vous avez tendance à vous concentrer sur les résultats et êtes animés(es) par le désir d'atteindre un objectif ou d'accomplir une tâche, plutôt que par l'envie de créer des liens ou d'établir des relations. N'oubliez pas que certaines personnes aimeraient peut-être davantage vous connaître lorsqu'elles travaillent avec vous.

**Adapted (HM):** Vous êtes plutôt sociable et êtes plus susceptible de vous concentrer sur le développement des relations et la création de liens plutôt que sur l'atteinte d'un objectif ou la réalisation d'une tâche. N'oubliez pas qu'il y a parfois des choses qui doivent être faites.

Axé sur les résultats

Axé sur la relation

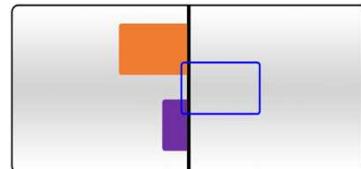
**La Résistance au changement**

**Natural (LM):** Vous pouvez vous montrer plus ferme en période de changement, préférant diriger les activités avec la volonté d'atteindre un résultat ou de trouver des solutions. Il est probable que vous lancerez des actions et affronterez les situations pour mettre en oeuvre le changement. Vous pouvez vouloir changer les choses afin de voir la différence. Dans ces moments, conserver une certaine cohérence peut parfois également s'avérer bénéfique.

**Adapted (MOD):** Accepter le changement peut vous prendre du temps. En fonction du risque et du résultat attendu, vous pouvez vous montrer très attaché(e) à vos idées. A certains moments, vous vous engagerez activement dans le changement et à d'autres vous souhaiterez avoir plus d'information et de visibilité en terme de planification. Vous serez probablement engagé dans le changement, tant que les choses auront du sens.

Moteur

Résistant



## Vue du modèle comportemental (VMC)

La VMC est composée de huit zones, chacune d'entre elle identifie une combinaison spécifique de traits comportementaux. Les descriptions figurant sur la roue décrivent comment les autres peuvent me percevoir. Les initiales dans les coins de la figure correspondent aux styles de base du modèle DISC. Plus votre profil est proche de la périphérie de la roue, plus votre profil sera marqué. A contrario, plus votre profil est proche du centre, plus votre profil sera « équilibré » entre les différentes dimensions.

### LÉGENDE DE SCORE

**D = Dominance :** Comment vous gérez les situations, les challenges, les problèmes.

**I = Influence/Extraversion :** Comment vous gérez les personnes, la relation interpersonnelle.

**S = Stabilité/Patience :** Comment vous gérez le rythme de votre activité et la cohérence de ce que vous faites.

**C = Conformité/Conscience/Structure :** Comment vous gérez les contraintes, le respect des règles et des procédures ainsi que les détails, la justesse et la précision.

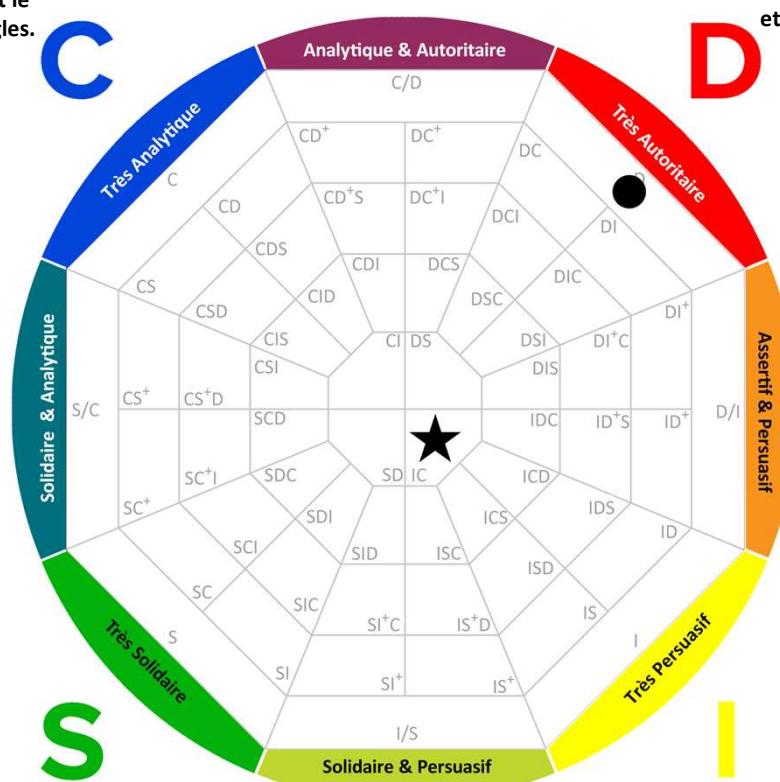
Axé(e) sur les données, les faits et l'analyse. Précis(e) et exact(e), il/Elle croit en l'intérêt d'une approche structurée et apprécie l'ordre et le respect des standards et des règles.

Efficace, analytique, organisé(e), factuel(le), conscient(e) des conséquences de ses actions, il/elle a le sens pratique et sait se montrer innovant(e).

Affirmé(e), voire autoritaire, axé(e) sur les résultats, les décisions rapides, il/elle recherchera les défis. Il/Elle aime diriger et peut se montrer agressif(ve) et impatient(e) si les choses n'avancent pas assez vite.

Il/Elle est axé(e) sur les données et recherche des relations équilibrées. Diplomatique et conscient(e) des « règles », il/elle est centrée sur les tâches à accomplir et déteste la confusion et l'ambiguïté.

Très patient(e), il/elle favorise la stabilité et la structure. Il/Elle ne prend pas de risque et travaille selon un rythme régulier.



Affirmé(e) et persuasif(ve), il/elle aime les nouveaux concepts et faire bouger les choses. Il/Elle est extraverti(e) et agit avec énergie et engagement.

Très extraverti(e) et persuasif(ve), très orienté(e) sur la relation, et optimiste, il /elle possède de vrais talents en communication et aime accomplir des choses variées dans une seule et même journée.

**●** = Style Comportemental naturel

**★** = Style Comportemental adapté

Il/Elle soutient, persuade, et se montre solidaire de l'équipe. Il/Elle génère de la bonne volonté autour de lui/d'elle et délivre un bon niveau de service.

## PARTIE II : l'application du modèle DISC Styles™

Comprendre votre propre style comportemental n'est que la première étape pour améliorer vos relations interpersonnelles. Tout le savoir du monde n'a que peu de valeur si vous ne savez pas comment l'appliquer dans les situations concrètes. C'est tout l'objet de ce qui suit.

Afin de réellement commencer à mettre à profit l'intérêt des styles comportementaux, vous devez aussi savoir comment gérer les situations et la relation interpersonnelle à partir des préférences des uns et des autres. Rappelez-vous que les gens veulent être traités en fonction de leur style comportemental, pas du vôtre !

#### **CETTE SECTION COMPREND LES THÈMES SUIVANTS :**

- Une présentation des 4 styles DISC de base
  - Comment Identifier le Style Comportemental d'une autre personne ?
  - Qu'est-ce que l'Adaptabilité Comportementale ?
  - Comment modifier votre Style ?
  - Les tensions entre les Styles
  - Comment s'adapter aux différents Styles Comportementaux ?

Cette section vous permettra de comprendre comment être plus efficace dans la gestion des relations interpersonnelles et des situations. De bonnes relations peuvent s'améliorer et des relations difficiles peuvent devenir de bonnes relations.

Après avoir examiné ces informations, choisissez une relation pour laquelle tout ne s'est pas aussi bien passé que ce vous l'auriez souhaité. Engagez-vous au moins à prendre le temps de comprendre le style comportemental de l'autre personne et faites quelques efforts pour adapter votre comportement afin d'améliorer la relation. Voici comment faire :

1) Identifier le style comportemental de l'autre personne à l'aide de la section intitulée « Comment identifier le Style Comportemental d'une autre personne ? ». Vous trouverez des informations sur leur style dans le chapitre « Présentation des 4 Styles DISC de base ». Le chapitre intitulé « Qu'est-ce que l'Adaptabilité Comportementale ? » vous offre, quant à lui, une vision exhaustive de ce qu'est l'adaptabilité, et vous explique pourquoi chercher à s'adapter aux comportements d'autrui est si important pour une relation interpersonnelle de qualité.

2) Une fois que vous connaissez son style et ses préférences pour la réactivité/proactivité ou/et l'orientation opérationnelle/relationnelle, vous pouvez vous référer au chapitre intitulé « Comment modifier vos orientations ? » afin de vous adapter aux préférences de cette personne en matière de communication. Vous serez surpris(e) de la différence.

3) Pour comprendre plus en détails les tensions qui peuvent exister dans la relation, vous consultez le chapitre intitulé « Tensions entre les Styles » et complétez la Fiche de travail. Connaitre ce qu'implique les différentes préférences en matière de rythme et de gestion des priorités, et s'adapter en conséquence, peut faire la différence.

4) Et, enfin, le dernier chapitre, « Comment s'adapter aux différents Styles Comportementaux ? », vous apportera des suggestions concernant chacun des quatre styles basiques.



## Les 4 styles DISC de base

Le schéma ci-dessous doit vous permettre de comprendre certaines des caractéristiques de chacun des 4 styles DISC de base, afin que vous puissiez interagir avec chaque style plus efficacement. Si le style comportemental n'est qu'une description partielle de la personnalité, il n'en reste pas moins utile pour décrire comment se comporte une personne, et comment elle est perçue dans le cadre de situations professionnelles ou privées.

	<b>STYLE DOMINANT</b>	<b>STYLE INFLUENT</b>	<b>STYLE STABLE</b>	<b>STYLE CONFORME</b>
<b>SON RYTHME</b>	• Rapide/Décisif	• Rapide/Spontané	• Plus lent/Détendu	• Plus lent/Systématique
<b>SA PRIORITÉ</b>	• Atteindre son objectif	• Avoir des interactions avec un grand nombre de personnes	• Entretenir la relation	• Appliquer les bonnes procédures
<b>CE QU'IL RECHERCHE</b>	• La Performance • Le Contrôle • L'indépendance	• La Participation • L'Approbation	• L'Harmonie • Le Consensus	• L'Exactitude • La Précision • Le respect des règles
<b>SES POINTS FORTS</b>	• La Gestion • Le Leadership • Un Esprit Pionnier	• Persuasif • Motivant • Divertissant	• L'Ecoute • Le Travail en Groupe • La Persévérance	• La Préparation • La Systématisation • L'Organisation
<b>SES AXES D'AMÉLIORATION</b>	• Se montrer patient • Faire preuve d'empathie • Se montrer persévérand	• Etre plus organisé et attentif aux détails • Savoir suivre les actions sur la durée • Maîtriser ses émotions	• Se montrer plus assertif • Être plus réactif • Développer une vision plus globale	• Être moins perfectionniste • Être moins critique • Être plus chaleureux
<b>SES PEURS</b>	• Que l'on tire avantage de lui	• Perte de reconnaissance sociale	• Les changements brusques, l'instabilité	• Que l'on critique son travail
<b>SES IRRITANTS</b>	• L'Inefficacité • L'Indécision	• Les Routines • La Complexité	• L'Insensibilité • L'Impatience	• La Désorganisation • L'Inconvenance
<b>SES REACTIONS SOUS L'EFFET DU STRESS</b>	• Dictatorial • Agressif • Critique	• Sarcastique • Superficiel • Manipulateur	• Soumis • Indécis • Dépendant	• Renfermé • Entêté • Distant
<b>CE QUI LE RASSURE</b>	• Le contrôle • La prise de leadership	• L'optimisme • L'approbation d'autrui	• L'amitié sincère • La coopération	• La préparation • La minutie
<b>MESURE LA VALEUR PERSONNELLE PAR</b>	• L'impact ou les résultats • Les Antécédents et les réalisations	• La reconnaissance • L'approbation • Les compliments • La force de persuasion	• La compatibilité avec les autres • Le niveau de contribution	• La Précision • L'Exactitude • La qualité des résultats
<b>SE MONTRÉ AU TRAVAIL</b>	• Efficace • Occupé • Structuré • Rapide	• Interactif • Amical • Occupé • Personnel	• Attentionné • Pratique • Altruiste • Personnel	• Formel • Rationnel • Structuré • Concret
<b>FAIT PREUVE DE MATURETÉ QUAND...</b>	• Il réussit à déléguer le contrôle des actions	• Il réussit à gérer avec objectivité les objections	• Il sait gérer un conflit, une confrontation avec assertivité	• Il reste ouvert aux critiques



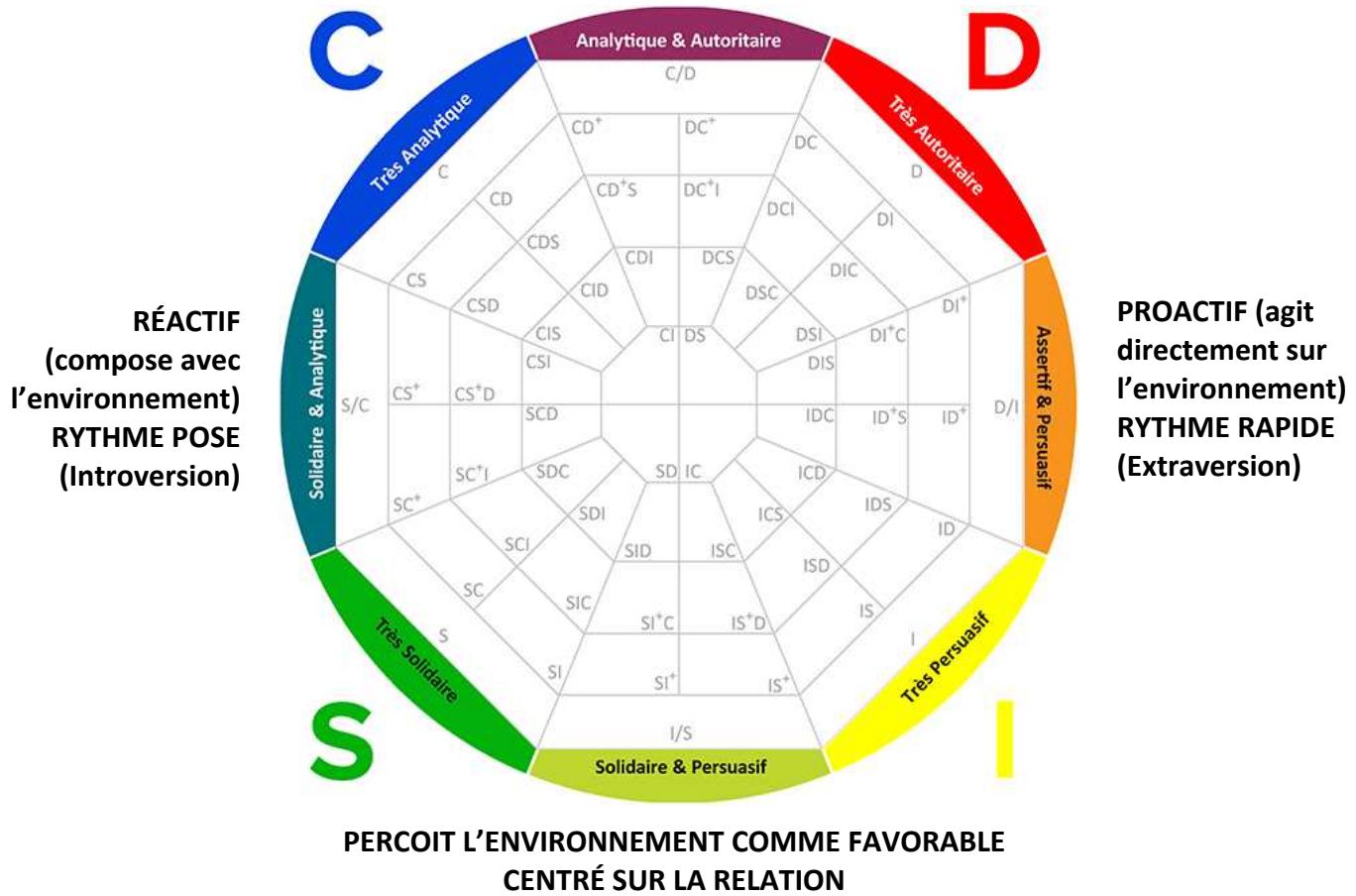
## Comment identifier le style comportemental d'une autre personne ?

Comment identifier rapidement et précisément chacun des quatre styles comportementaux afin de travailler son agilité, sa capacité à adapter sa communication aux préférences d'autrui ? Cela est possible dès lors que l'on se concentre sur les deux dimensions comportementales suivantes : L'ORIENTATION DE L'ENERGIE (Extraversion vs. Introversion) et L'ORIENTATION DE L'INTERÊT (Orientation sur la tâche vs. Orientation sur la relation). Donc, pour identifier le style ou le profil d'une autre personne posez les questions qui figurent sur la page suivante.

Vous retrouvez chacun des quatre styles comportementaux de base en combinant ces deux caractéristiques. Les individus qui manifestent des comportements réservés et directs appartiennent aux Styles *Dominance*; les comportements directs et ouverts aux styles *Influence*; les comportements ouverts et indirects aux Styles *Stabilité*; et les comportements indirects et réservés aux Styles *Conformité*.

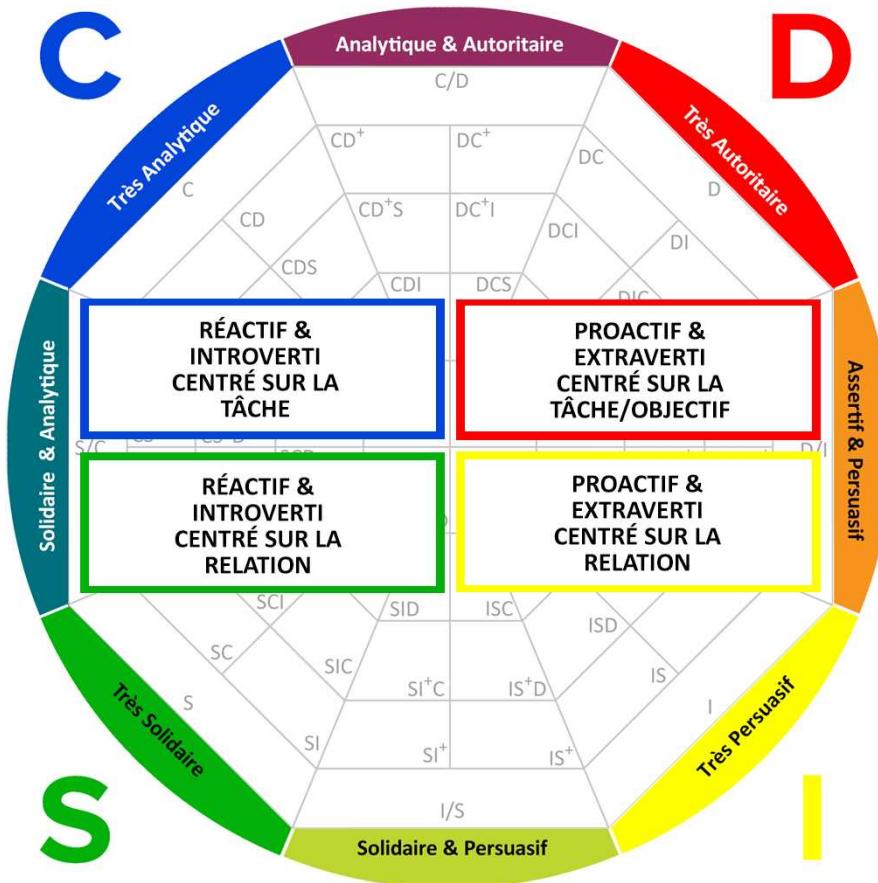
### La Perspective Générale

#### PERCOIT L'ENVIRONNEMENT COMME HOSTILE CENTRÉ SUR LES TÂCHES/OBJECTIFS



Pour reconnaître le style comportemental d'une autre personne, posez-vous 2 questions et adaptez-vous selon les réponses :

1. Est-ce qu'ils interagissent sur un mode Extraverti ou Introverti ?  
(Style D/I ou S/C ?).
2. Est-ce qu'ils sont centrés sur la relation ou les aspects opérationnels lorsqu'ils communiquent ?  
(Style D/C ou I/S ?).



Lorsqu'on intègre à la fois la tendance naturelle à être soit DIRECT, soit INDIRECT avec la tendance naturelle à être soit RESERVE, soit FRANC, on détermine la base des quatre styles comportementaux :

**D** = regroupe les personnes qui manifestent en général des *comportements extravertis et orientés sur l'opérationnel (réalisation des tâches et objectifs)*, dont le style est marqué par le principe de Dominance et de Proactivité (*l'action directe sur l'environnement*).

**I** = regroupe les personnes qui manifestent des *comportements extravertis et orientés sur la relation interpersonnelle*, dont le style est marqué par les principes d'*Influence* et de *Proactivité*.

**S** = regroupe les personnes qui manifestent des *comportements introvertis et orientés sur la relation interpersonnelle*, dont le style est marqué par la *Stabilité*, la *Patience* et la *Réactivité* (*la composition avec l'environnement*).

**C** = regroupe les personnes qui manifestent des *comportements introvertis et orientés sur l'opérationnel (réalisation des tâches e des objectifs)*, dont le style est marqué par le principe de Conformité, de réactivité et par un caractère *Consciencieux*.

Plus les caractéristiques seront **INTENSES**, plus le profil se situera dans les cases périphériques, plus celle-ci seront **MODÉRÉE**, plus le profil se situera au centre du graphique.

## Qu'est-ce que l'Adaptabilité Comportementale ?

L'adaptabilité est votre volonté et capacité à modifier votre approche ou stratégie en fonction des requis particuliers de la situation ou de l'état de la relation avec une personne à un temps donné. Elle concerne vos tendances comportementales, attitudes et habitudes, plutôt que celles des autres.

Aucun style n'est naturellement plus adaptable qu'un autre. Quelle que soit la situation, les ajustements stratégiques que chaque style requiert peuvent varier. La décision consistant à adapter ses comportements de manière spécifique est prise au cas-par-cas : vous pouvez choisir de vous adapter aux comportements d'une personne et pas à ceux d'une autre. Vous pouvez, également choisir d'être adaptable avec une personne aujourd'hui et choisir de l'être moins avec cette même personne demain.

Vous vous montrez adapté chaque fois que vous ralentissez votre rythme pour un style **C** ou **S**; ou quand vous augmentez votre rythme pour les styles **D** ou **I**. Cela advient quand les styles **D** ou **C** prennent le temps de construire la relation avec un style **S** ou **I**; ou quand les styles **I** ou **S** se concentrent sur les faits ou vont droit au but avec les styles **D** ou **C**. Cela implique d'ajuster votre propre comportement pour faire que les gens soient plus à l'aise avec vous et dans la situation.

Adaptabilité ne signifie pas "imitation" du style de l'autre personne. Cela implique seulement d'ajuster vos comportements dans le sens des préférences de l'autre personne, tout en maintenant votre propre identité.

L'adaptabilité est importante pour toutes les relations réussies. Les gens adoptent souvent un style différent dans leur vie professionnelle et dans leur vie personnelle. Nous avons tendance à être plus adaptable au travail avec des personnes que nous connaissons moins et à être moins adaptable chez soi, avec notre entourage proche.

L'adaptabilité poussée à l'extrême pourrait vous faire apparaître comme une personne sans consistance et hypocrite. Une personne faisant preuve d'une forte adaptabilité dans toutes les situations peut toutefois se retrouver en stress et être inefficace. Adopter un style très opposé à son style naturel peut générer du stress. Cela est en général temporaire et peut valoir le coup si cela vous permet de rendre vos relations avec les autres plus efficaces. À l'opposé, l'absence d'adaptabilité, c'est-à-dire le fait de se comporter selon ses préférences en termes de rythme et de priorité, va vous faire apparaître comme une personne rigide, intransigeante aux yeux des autres.

Les personnes capables de s'adapter avec efficacité satisfont à la fois les besoins de leurs interlocuteurs et les leurs. En s'exerçant, ils sont capables d'atteindre un équilibre : faire l'effort de s'adapter à l'autre ou à la situation, tout en favorisant l'atteinte de leur objectif et de leurs besoins. Les personnes sachant s'adapter savent comment négocier, gérer la relation et faire en sorte que tout le monde sorte gagnant. Ils agissent avec tact, se montrent raisonnables, compréhensifs, et ne portent pas de jugements.

Votre capacité d'adaptabilité influence la façon dont les autres voient leur relation avec vous. Plus vous développez votre capacité à vous adapter, plus vos interlocuteurs vous considéreront comme une personne crédible et de confiance, et inversement. L'adaptabilité vous permet d'interagir de façon plus productive avec autrui. Elle vous évite de gérer des situations tendues. Avec l'adaptabilité vous traitez les autres de la façon dont ils souhaitent être traités.



## Comment modifier vos orientations ?

Dans certaines situations, vous serez uniquement capable d'identifier chez l'autre :

- Soit l'orientation de son énergie (son extraversion ou son introversion guidée par sa relation à l'environnement et conduisant à des comportements proactifs ou réactifs),
- Soit sa priorité (est-elle centrée sur la tâche et l'objectif ou sur la relation ?) et la manière dont il considère l'environnement (hostile ou amical ?), mais pas les deux.

Dans ces situations, vous devez savoir comment travailler l'adaptabilité, une dimension comportementale à la fois. En gardant cela à l'esprit, regardons ce que vous pouvez faire pour modifier VOTRE niveau de proactivité ou de réactivité et votre orientation opérationnelle (orientation sur la tâche) ou relationnelle avant de considérer les recommandations spécifiques pour être plus adapté(e) à chacun des quatre styles.

### Proactivité vs. Réactivité (agit directement sur l'environnement vs. compose avec celui-ci)

#### POUR DEVELOPPER :

- Parlez, bougez et prenez des décisions plus rapidement
- Initiez des conversations et décisions
- Dispensez des recommandations
- Faites des annonces directes plutôt que d'utiliser des questions détournées
- Parlez avec une voix suffisamment forte, confiante
- Remettez en question et exprimez votre désaccord avec tact, quand cela est approprié
- Faites face au conflit ouvertement, sans toutefois entrer en confrontation avec la personne
- Développez votre contact visuel

#### POUR REDUIRE :

- Parlez, marchez et prenez des décisions plus lentement
- Recherchez et reconnaisssez les opinions des autres
- Partagez le processus de prise de décision
- Soyez plus détendu(e)
- N'interrompez pas les gens
- Quand vous parlez, faites des pauses afin de permettre aux autres de s'exprimer
- Évitez de critiquer, de remettre en question ou d'être insistant(e)
- Quand vous êtes en désaccord, faites attention aux mots que vous employez

### Relationnel vs. Opérationnel (centré(e) sur la relation vs. la tâche/l'objectif)

#### POUR DEVELOPPER :

- Partagez vos sentiments ; manifestez plus d'émotions
- Répondez à l'expression de sentiments par d'autres personnes
- Faîtes des compliments personnels
- Prenez le temps de développer la relation
- Utilisez un langage amical
- Communiquez davantage ; détendez-vous et rapprochez-vous
- Soyez prêt(e) à vous éloigner du programme

#### POUR REDUIRE :

- Concentrez-vous directement sur la tâche - l'objectif final
- Maintenez une orientation plus logique, factuelle
- Suivez le programme
- Ne gâchez pas le temps de l'autre personne
- Évitez le contact physique
- Modérez votre enthousiasme et votre langage corporel, vos gestes
- Employez un langage professionnel



## Les tensions entre les styles

### Les tensions potentielles

#### Doubles Tensions : Patience vs. Urgence ET Personnes vs. Tâche

**Type 1 :** Les vrais S préfèrent un rythme posé, se montrer patient et ont un intérêt premier pour les personnes plutôt que pour les résultats et les tâches. Ce qui peut générer une tension avec le sens de l'urgence des Vrais D et leur intérêt premier pour les tâches, les résultats et l'instant présent.

#### Doubles Tensions : Patience vs. Urgence ET Personnes vs. Tâche

**Type 2 :** Les vrais C ont besoin de temporiser et ont un intérêt premier pour les Tâches/Résultats. Ce qui peut générer une tension avec le sens aigüe de l'urgence des vrais I et leur intérêt premier pour les personnes plus que pour les résultats ou la réalisation des tâches.

#### Tensions Patience vs. Urgence :

La patience naturelle des vrais S peut entrer en conflit avec le sens de l'urgence des vrais I.

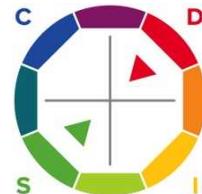
#### Tensions Patience vs. Urgence :

L'intérêt que portent les vrais C au fait d'être posé et patient afin de garantir l'exactitude des résultats (éviter les erreurs) peut générer une tension avec le besoin qu'ont les vrais D d'obtenir des résultats rapides, des solutions immédiates et d'agir sans attendre.

### Les dimensions opposées

#### S Elevé + D Elevé

(Quadrant Inférieur Gauche c/ Supérieur Droit)



#### C Elevé + I Elevé

(Quadrant Supérieur Gauche c/ Inférieur Droit)



#### S Elevé + I Elevé

(Quadrant Inférieur Gauche c/ Inférieur Droit)



#### C Elevé + D Elevé

(Quadrant Supérieur Gauche c/ Supérieur Droit)



## Les tensions entre les styles (suite)

### Les tensions potentielles

### Les dimensions opposées

#### Tensions Personnes vs. Tâches :

Les Vrais D se concentrent sur les Résultats, Tâches, et l'Action, ce qui peut entrer en conflit avec l'Intérêt des Vrais I pour les Personnes, Sentiments, et la Tenue en Société.

#### D Elevé + I Elevé

(Quadrant Supérieur Droit c/ Inférieur Droit)

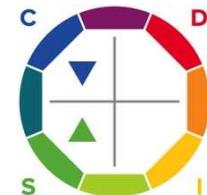


#### Tensions Personnes vs. Tâches :

Les Vrais C se concentrent sur les Données, l'Analyse, l'Exactitude, et la Précision et peuvent entrer en conflit avec l'Intérêt des Vrais S pour les Personnes, le Travail de Groupe, le Connexion Personnelle et le Sentiment d'être une Famille.

#### C Elevé + S Elevé

(Quadrant Supérieur Gauche c/ Inférieur Gauche)



## FICHE DE TRAVAIL - Tension Entre les Styles

Tout le monde fait face à des relations tendues. Vous avez beau avoir le plus grand respect ou la plus grande affection pour la personne, quoi que vous fassiez, vos relations restent en général tendues. Si cela est une question de comportement, appliquez la « Platinum Rule® », à savoir, traitez les autres de la façon dont ils souhaitent être traités. Cela peut s'avérer utile. Nous vous proposons de remplir cette fiche de travail pour savoir comment améliorer vos relations interpersonnelles. Si vous vous sentez à l'aise, discutez avec votre interlocuteur des moyens qui permettraient de réduire les tensions.

Tout d'abord, consultez la section « Comment identifier le style d'une autre personne » et déterminez son style comportemental principal. Ensuite, identifiez ses préférences en termes de rythme et de priorité. Puis, évaluez les différences de comportements avec vous (section « Les tensions entre les styles ») et décidez des adaptations à réaliser pour modifier votre comportement. Si ses deux préférences sont identiques aux vôtres, vous devez alors déterminer à quel moment vous ferez passer ses besoins avant les vôtres. Par exemple, si vous êtes également un « Vrai I », centré(e) sur les personnes et aimant travailler sur un rythme rapide, vous pouvez alors laisser une place centrale à votre interlocuteur dès lors que cela n'a guère d'important pour vous. Bref, les petits compromis seront efficaces.

### Mon Profil :

**Style dominant :** c

**Orientation de l'énergie :** introversion

**Rythme :** Plus lent

**Priorité :** Centré sur la tâche

**Similitude(s) :** Aucune dimension en commun

**Différence(s) :** Orientation de l'énergie, *Rythme et Priorité*

**Ma stratégie :** Etre plus avenant, social, optimiste/joyeux, et plus rapide dans mes prises de décision avec Jean, me concentrer sur l'essentiel et accepter un certain niveau de risque.

### EXEMPLE

#### RELATION

**Nom :** Jean Dupond

**Style Dominant :** /

**Orientation de l'énergie :** Extraversion

**Rythme :** Plus rapide

**Priorité :** Centré sur les Personnes

**Similitude(s) :** Aucune dimension en commun

**Différence(s) :** Orientation de l'énergie, *Rythme et Priorité*

### RELATION 1

**Nom :**

**Style Dominant :**

**Rythme :**

**Priorité :**

**Similitude(s) :**

**Différence(s) :**

**Ma stratégie :**

### RELATION 2

**Nom :**

**Style Dominant :**

**Rythme :**

**Priorité :**

**Similitude(s) :**

**Différence(s) :**

**Ma stratégie :**



## Comment s'adapter au Style DOMINANT

Les personnes de style Dominant (D) sont sensibles au fait d'optimiser le temps ; par conséquent ne gâchez pas le leur. Soyez organisé(e) et allez droit au but. Donnez-leur des informations et des choix pertinents, en évaluant les chances de succès. Fournissez-leur des synthèses qui tiennent sur une page maximum. Faites appel à leur sens du challenge. Laissez-les aux commandes, dès que cela est possible. Si vous êtes en désaccord, discutez des faits, et non de ce que vous ressentez. En groupe, laissez-les parler, car elles ne se contenteront pas d'un rôle secondaire par rapport aux autres. Dans l'ensemble, soyez efficace et compétent(e).

### AU TRAVAIL, AIDEZ-LES À ...

- Estimer les risques de façon plus réaliste
- Analyser plus attentivement la situation avant de prendre des décisions
- Suivre les règles et les attentes pertinentes d'autrui
- Reconnaître et à solliciter les contributions des autres
- Expliquer aux autres les raisons de leurs décisions
- Développer plus d'attention aux émotions d'autrui

### EN VENTE ET SERVICE ...

- Prévoyez d'être préparé(e), organisé(e), rapide, et allez toujours droit au but
- Présentez-vous à eux de façon professionnelle et sérieuse
- Intéressez-vous à leurs aspirations et objectifs – à ce qu'ils/elles veulent accomplir, à ce qui les motive, et à ce qu'ils/elles aimeraient changer
- Proposez-leur des solutions avec des suites clairement définis et décidées au préalable
- Allez droit au but
- Offrez-leur des choix et laissez-les prendre la décision, quand cela est possible

### DANS LE CADRE SOCIAL ...

- Faites-leur savoir que vous ne comptez pas gaspiller leur temps
- Communiquez en vous montrant ouvert(e) à leur égard
- Écoutez leurs suggestions
- Reconnaissez leurs réussites et leurs accomplissements
- Donnez-leur de votre temps et toute votre attention
- Témoignez-leur votre reconnaissance quand ils/elles vous apportent leur aide

### LEUR MODE D'APPRENTISSAGE...

- Ils/Elles aiment apprendre rapidement ; peuvent devenir impatient(e) face à des personnes fonctionnant sur un rythme plus lent
- Ce sont des personnes auto-motivées qui apprennent pour elles-mêmes
- Ils/Elles peuvent aimer créer leurs propres modalités d'apprentissage
- Ils/Elles apprécient le fait de mener des études de manière individuelle et indépendante
- Ils/Elles apprécient le fait de pouvoir définir leurs propres objectifs
- Ils/Elles peuvent faire preuve d'une faible capacité de concentration

## Comment s'adapter au Style INFLUENT

Les personnes de style « Influent » (I) apprécieront tout particulièrement de faire l'objet de reconnaissances personnelles, donc n'hésitez pas à les féliciter si cela est nécessaire. Encouragez-les à réaliser leurs idées, leurs objectifs, leurs rêves. Évitez de contester systématiquement leurs visions même si elles vous paraissent utopiques ; Montrez-vous enthousiaste dès lors que l'objectif vous semble atteignable. Elles sont très sociables, donc soyez prêts à passer du temps avec elles. Une forte présence, des conversations stimulantes et à bâtons rompus, des blagues, et de l'engouement leur plaira. Elles sont très attachées aux gens, laissez-leur suffisamment de temps pour discuter et entretenir leur réseau relationnel. Dans l'ensemble, montrez-leur de l'intérêt.

### AU TRAVAIL, AIDEZ-LES À ...

- Établir des priorités et s'organiser
- Mener des tâches jusqu'au bout
- Envisager les gens et tâches plus objectivement
- Maîtriser le temps passé à échanger avec autrui, à prendre ou à donner des conseils
- Écrire les choses

### EN VENTE ET SERVICE ...

- Montrez-leur qu'ils/elles vous intéressent, laissez-les parler, faites part de votre enthousiasme
- Prenez l'initiative et présentez-vous de façon amicale et informelle. Soyez ouvert à de nouveaux sujets, notamment à ceux qui ont l'air de les intéresser
- Encouragez-les à réaliser leurs rêves et objectifs
- Illustrer vos idées à l'aide d'anecdotes qu'ils/elles peuvent relier à leurs objectifs ou centres d'intérêts
- Résumez clairement les détails et engagez-les sur un objectif commun avec des étapes mutuellement acceptées
- Incitez-les à prendre des décisions plus rapidement
- Apportez-leur des témoignages clients

### DANS LE CADRE SOCIAL ...

- Privilégiez une approche positive, enthousiaste, chaleureuse
- Soyez à l'écoute de leurs émotions et de leurs expériences personnelles
- Répondez de façon franche et aimable
- Évitez les discussions négatives ou problématiques
- Faites des suggestions qui leur permettent de bien se faire voir
- Ne demandez pas trop de suivi, de détail ou d'engagements sur le long terme
- Donnez-leur de l'attention, de votre temps. Soyez présent(e)

### LEUR MODE D'APPRENTISSAGE...

- Ils/Elles aiment apprendre en groupe
- Ils/Elles interagissent souvent avec les autres
- Ils/Elles répondent aux compliments et encouragements
- Ils/Elles ont besoin de structure de la part de la personne qui les forme ou les encadre; ils peuvent perdre la notion du temps
- Ils/Elles ont besoin de savoir "quoi faire" et "quand le faire"
- Ils/Elles peuvent dépasser les dates butoirs si on ne les leur rappelle pas, ce qui induira des retards dans l'acquisition des connaissances ou des compétences

## Comment s'adapter au Style STABLE

Les personnes de style « Stable » (S) sont intéressées par des relations profondes, chaleureuses et douces ; donc allez-y doucement, gagnez leur confiance, soutenez-les dans les moments de doute et faites preuve d'un véritable intérêt à leur égard. Exprimez ce que vous ressentez et non juste des faits. Le Style « S » ne veut pas froisser les autres. Il est attaché au consensus. Donnez-lui le temps de solliciter les opinions de ses collègues. Ne maintenez jamais une personne de style « Stable » à l'écart. Pour obtenir son engagement, montrez-vous bienveillant(e), ne passez pas en force. Dans l'ensemble, soyez à l'écoute et sincère.

### AU TRAVAIL, AIDEZ-LES À ...

- Utiliser des raccourcis et à éviter les étapes inutiles
- Mesurer leur évolution, à prendre la mesure de leur progression
- Sortir de leur routine, à réaliser qu'il y a plus d'une façon de faire les choses
- Être plus disposé(e) à prendre des risques et à effectuer des changements
- Accepter les félicitations, surtout quand elles sont sincères
- S'exprimer à voix haute, à dire ce qu'ils/elles pensent et ressentent

### EN VENTE ET SERVICE ...

- Apprenez à les connaître de façon plus personnelle et approchez-les de façon calme, aimable, et amicale, tout en restant professionnel(le)
- Développez la confiance, l'amitié et la crédibilité de manière progressive
- Demandez-leur d'identifier leurs propres besoins, leurs attentes sur un plan opérationnel ou leurs attentes professionnelles
- Impliquez-les en vous concentrant sur l'aspect humain...c'est-à-dire, en vous préoccupant de la manière dont ils/elles sont affectés(es) par les choses ou en vous intéressant à l'impact des choses sur leur relation avec autrui
- Évitez de les brusquer et rassurez-les de façon personnelle, concrète, et quand cela est approprié
- Communiquez avec eux/elles de façon constante et régulière

### DANS LE CADRE SOCIAL ...

- Privilégiez une approche posée
- Évitez les querelles et les conflits
- Répondez avec tact, en faisant preuve de sensibilité
- Donnez-leur des signes de reconnaissance en privé, complimentez-les de manière spécifique (cela doit être crédible à leurs yeux)
- Permettez-leur de mener à bien des tâches pratiques
- Montrez-leur les procédures étape par étape
- Adoptez un comportement aimable et optimiste
- Apportez-leur de la stabilité et minimiser les changements

### LEUR MODE D'APPRENTISSAGE...

- Ils/Elles recherchent un équilibre entre le fait de travailler de manière individuelle et le fait de travailler en groupe
- Ils/Elles font preuve de patience face aux processus détaillés ou techniques
- Ils/Elles aiment prendre des notes et suivre les opérations jusqu'à leur terme
- Ils/Elles préfèrent les instructions explicites
- Ils/Elles souhaitent connaître les résultats souhaités et les attentes d'autrui
- Ils/Elles peuvent avoir besoin d'aide pour prioriser les actions à prendre dans le cadre d'une mission longue
- Ils/Elles peuvent prendre les critiques sur un plan personnel

## Comment s'adapter au Style CONFORME

Prenez soin de respecter leurs agendas. Les personnes de style « Conforme » (C) ont besoin de détails, donc fournissez-leur un maximum d'informations. Quand vous travaillez avec eux/elles, ne vous attendez pas à devenir leur ami(e). Préservez ou respectez l'organisation qu'ils/elles mettent en place pour résoudre des problèmes. Soyez méthodique, logique, bien préparé(e) et précis(e). Donnez-leur du temps pour prendre des décisions et laissez-les travailler seuls(es), de manière indépendante. En groupe, n'attendez pas d'eux/d'elles qu'ils/elles prennent le leadership ou contribuent à haute voix, mais vous pouvez leur demander de faire des recherches, des calculs, et d'exécuter des tâches pour le groupe. Donnez des consignes explicites et des dates butoirs le cas échéant. Dans l'ensemble, soyez précis(e), bien préparé(e), professionnel(le) et n'hésitez pas à entrer dans les détails.

### AU TRAVAIL, AIDEZ-LES À ...

- Partager leurs connaissances et expertise avec d'autres
- S'affirmer avec des personnes qu'ils/elles préfèrent éviter
- Établir des dates butoirs et des paramètres réalistes (attention au perfectionnisme)
- Prendre en compte les personnes et les tâches de façon moins sérieuse et critique
- Équilibrer les temps relationnels avec les temps consacrés à la réalisation des tâches
- Maintenir le rythme de progression des tâches. Pour ce faire, demandez-leur de faire moins de vérifications
- N'avoir de fortes attentes que pour les choses qui sont hautement prioritaires, et non pour tout

### EN VENTE ET SERVICE ...

- Préparez-vous à répondre à un grand nombre de questions à la fois
- Saluez-les cordialement et traitez directement les opérations à mener avec lui/elle ; Inutile de commencer l'échange par une discussion personnelle
- Montrez-vous pragmatique et logique
- Posez des questions qui révèle une direction ou une intention claire, en lien direct avec le sujet discuté
- Décrivez « le comment » et « le pourquoi » d'une solution
- Donnez-leur du temps pour réfléchir; évitez de les pousser à prendre une décision sur l'instant
- Détaillez les avantages et inconvénients d'une solution
- Allez jusqu'au bout et faites ce que vous avez promis

### DANS LE CADRE SOCIAL ...

- Utilisez une approche logique
- Prêtez attention à leurs préoccupations, raisonnements, et suggestions
- Répondez de façon formelle et avec politesse
- Les critiques sont acceptables, tant qu'elles sont rationnelles et n'ont pas de dimension personnelle
- Exprimez en privé votre reconnaissance pour la qualité de leur réflexion
- Insistez sur votre satisfaction avec leurs procédures
- Sollicitez-les pour leurs réflexions et suggestions
- Expliquez-leur par des actions, et non par des paroles

### LEUR MODE D'APPRENTISSAGE...

- Ils/elles préfèrent travailler individuellement plutôt qu'en groupe
- Ils/elles acceptent des formations moins interactives, à distance ou en ligne
- Ils/elles se montrent exigeants vis-à-vis d'eux-mêmes/d'elles-mêmes
- Ils/elles organiseront leurs propres activités sur la base d'objectifs explicites
- Ils/elles mettent l'accent sur les détails, la réflexion, et les fondements théoriques d'un apprentissage
- Ils/elles peuvent être perturbés(es) si ils/elles jugent l'environnement de la formation stressant

# Construire et maintenir une relation commerciale tout au long du cycle de vente

La plupart des cycles de vente sont découpés en 5 étapes. En conduisant chacune de ses étapes avec succès, vous obtiendrez un résultat positif tant pour vous que pour votre acheteur.

**1. La prise de contact ou l'entrée en relation :** votre compréhension des styles DISC aura un impact sur l'impression que vous faites dans les premières minutes d'une entrevue. Dans ce laps de temps très court et important, vous pouvez faire que la vente aboutisse ou non. A ce moment précis, votre prospect vous juge et détermine si vous êtes le type de personne avec qui il aimeraient faire affaire.

Le but de cette étape consiste à créer une relation avec votre prospect. Faites preuve d'emblée d'une écoute active et le reste de la relation s'en trouvera positivement impactée.

**2. Découverte ou explorer les besoins et les attentes :** l'objectif de la phase d'exploration est d'obtenir une image précise des besoins du client et de déterminer ce qu'il faudra proposer pour fournir in fine une solution efficace. Aussi, vous devez écouter votre client/prospect et savoir poser les bonnes questions pour obtenir les informations dont vous avez besoin.

Poser les bonnes questions est une compétence critique en vente. Inutile de poser beaucoup de questions, il suffit juste de poser les bonnes. L'art du questionnement est similaire à l'art pictural. On commence par remplir l'arrière-plan à l'aide de pinceaux larges, puis on se focalise sur les détails en faisant des traits de plus en plus fins.

**3. Proposer/argumenter une solution et collaborer :** Au cours de cette phase, vous et votre prospect (ou client) collaborez pour trouver une solution répondant à ses besoins. Cela revient à faire émerger les idées du prospect (ou client) et à les combiner avec les vôtres pour arriver à une solution qui a du sens pour vous deux. Si cette étape est bien menée, elle doit vous permettre d'en savoir suffisamment sur l'entreprise pour vous permettre de proposer la meilleure solution. Vous devez à l'issue de cette étape obtenir suffisamment d'informations sur l'activité de votre prospect (ou client) comme sur ses objectifs, ses motivations et enjeux, et en même temps faire en sorte que celui-ci visualise bien comment votre offre peut l'aider à répondre à ces mêmes objectifs/motivations et enjeux. Pour ce faire, au moment de proposer une solution, faites référence aux besoins et attentes exprimés dans l'étape précédente et expliquez-lui quelle forme cette solution prendra dans son environnement, comment elle sera déployée.

**4. Engager – conclure l'accord :** Obtenir l'engagement de son client/prospect est une chose qui découle naturellement du bon déroulement des 3 étapes précédentes. Cela est d'autant plus vrai si vous êtes un vendeur conscient des comportements préférentiels d'autrui et capable de vous y adapter.

La manière dont vous concluez votre vente est critique pour la construction d'un partenariat sur le long terme avec votre client. Si vous avez correctement mis en œuvre les étapes précédentes, tout recours à des techniques de conclusion sophistiquées ou manipulatoires serait inutile, voire dangereux.

**5. S'assurer de la satisfaction du client :** L'une des erreurs les plus fréquentes consiste à ne plus s'occuper du client/prospect une fois la vente conclue, laissant à d'autres le soin de mettre en service le produit ou de mettre en œuvre la solution, de former le client à son utilisation ou tout simplement de suivre ce dernier.

Autrefois, l'on disait que la vente commence quand le client dit « NON ». Aujourd'hui on pourrait dire qu'elle commence lorsqu'il dit « OUI ».



**S'assurer de la satisfaction du client est le moyen :**

1 - de s'assurer un « repeat business ». Presque tous les produits ont un cycle de vie et seront à terme remplacés ou améliorés. Plus les clients sont suivis et bénéficient d'une bonne qualité de service, plus ils ont tendance à ne pas remettre en question la relation commerciale.

2 - de conquérir de nouveaux clients. Tout client satisfait peut devenir une source de business, une référence. Si vous tenez vos promesses et fournissez le bon niveau de service, vous serez recommandé par vos clients.

Sans « repeat business » et recommandations, un vendeur est contraint à proscrire sans cesse dans le dur. Lors d'une vente, vous avez l'opportunité de construire une relation commerciale fructueuse.

Toutefois, ce n'est qu'après la vente, une fois que vous vous êtes assuré de la satisfaction du client, que vous « cimentez » la relation commerciale.

Nb : les étapes du cycle de vente sont celles évoquées dans le livre de Jim Cathcart, « la vente relationnelle et les huit compétences des meilleurs vendeurs ». Elles correspondent également aux différentes dimensions de l'évaluation Sales IQ Plus.

**Phase 1 : créer la relation durant le contact initial.****Entrer en relation avec un client/une cliente à dominante « Rouge » (D)**

- Les personnes à dominante « Rouge » (D) sont principalement intéressées par le résultat final
- Donnez-leur juste assez d'informations pour satisfaire leur besoin d'avoir une vue globale de la performance du service ou produit que vous offrez
- Sachant qu'ils sont peu enclins à perdre leur temps, évitez les descriptions détaillées de votre produit ou les longues listes de témoignages de clients satisfaits. Rappelez-vous qu'ils sont directs.
- Lorsque vous écrivez à une personne à dominante « Rouge » (D), lorsque vous lappelez ou que vous la rencontrez, soyez à la fois formel et professionnel. Allez droit au but et centrez-vous rapidement sur le plan d'action et l'objectif final.
- Faites référence au résultat final, aux gains d'efficacité, à l'économie de temps, au retour sur investissement, aux bénéfices, etc. En d'autres termes, dites-lui ce qu'il a à gagner.
- Si vous envisagez de vendre quelque chose ou de présenter une proposition à une personne à dominante « Rouge » (D), veillez à être bien organisé, concis, efficace et professionnel.
- Ils ne recherchent pas une relation amicale, et cherchent plutôt à obtenir quelque chose de vous dès lors qu'ils pensent que vous avez quelque chose d'intéressant à offrir

**Entrer en relation avec un client/une cliente à dominante « Jaune » (I)**

- Rappelez-vous qu'ils sont directs et qu'ils apprécient les interactions, les échanges ouverts
- Face à une personne à dominante « Jaune » (I) serrez-lui la main avec vigueur, montrez-vous confiant(e) et témoignez-lui de l'intérêt
- Laissez-lui imprimer le rythme et la direction que prendra la conversation.
- Soyez particulièrement attentif et à l'écoute
- Donnez-lui un feedback positif et faites-lui savoir que vous comprenez leurs visions, idées et sentiments.
- Racontez des anecdotes pour gagner leur attention
- Mettez-les à l'aise en vous montrant attentif à leurs histoires, même si cela vous conduit à vous écarter un peu du sujet
- Puisque les personnes à dominante « Jaune » aiment généralement parler d'elles-mêmes, posez-leur des questions sur elles-mêmes tout en sachant que les réponses peuvent être longues. Prévoyez d'avoir autant de réunions que nécessaire pour établir la relation et recueillir de l'information.



## Entrer en relation avec un client/une cliente à dominante « Verte » (S)

- Les personnes à dominante « Verte » (S) abordent les choses de manière indirecte, tout en se montrant ouvertes et sensibles aux relations interpersonnelles. Cependant, restez sur le champ professionnel tant qu'elle ne vous invite pas à entrer dans une relation plus amicale
- Elles apprécient la stabilité et aiment découvrir les choses étape après étape, dans le détail et selon un ordre logique
- Organisez votre présentation : listez les spécificités de votre offre dans le détail, progressez selon des séquences logiques et fournissez des données précises
- Soyez honnête, sincère et attentionné
- Écoutez patiemment leurs histoires, idées et réponses
- Montrez que vous les appréciez pour leur stabilité, leur fiabilité et leur esprit de coopération
- Montrez-vous bienveillant, agréable, amical, mais toujours professionnel.
- Cherchez à développer régulièrement et de manière informelle votre capital confiance, votre crédibilité
- Communiquez avec eux de manière régulière... surtout au début.

## Entrer en relation avec un client/une cliente à dominante « Bleue » (C)

- Les personnes à dominante « Bleu » (C) ne cherchent pas à développer des relations chaleureuses (au-delà de la courtoisie habituelle et des plaisanteries communes). Allez donc droit au but.
- Évitez les digressions, sauf si vos commentaires vous permettent d'asseoir votre crédibilité
- Parlez lentement, calmement et économisez vos mots (soyez concis)
- Les personnes à dominante « Bleue » (C) aiment la précision et cherchent à faire leur travail de la meilleure façon possible.
- Construisez votre crédibilité en développant des raisonnement logiques et rationnels
- Avant d'entamer votre entrevue, donnez-leur un bref aperçu de l'ordre du jour et de la durée de l'entretien, afin qu'ils sachent à quoi s'attendre.
- Montrez-leur des preuves logiques provenant de sources fiables, des éléments documentés avec précision et qui témoigne de la qualité de votre proposition, de vos résultats

## Phase 2 : Maintenir la relation au moment de la découverte des besoins et des attentes

### Réaliser la découverte des besoins et des attentes avec un client/une cliente à dominante « Rouge » (D)

- Pour éviter l'impatience des personnes à dominante « Rouge » (D), maintenez leur intérêt en alternant questions et informations pertinentes
- L'entretien doit être utile à leurs yeux, de ce fait elles veulent comprendre le sens de vos questions
- Vos questions doivent être perçues comme utiles et logiques. Elles doivent poser l'enjeu clé et être formulées de manière simple et directe
- Ne demandez que des informations que vous ne pourriez avoir par ailleurs
- Lors de la collecte d'informations, posez des questions montrant que vous vous êtes préparé et que vous connaissez les résultats souhaités ainsi que ce qui est actuellement fait pour les atteindre
- Assurez-vous de les faire parler de leurs objectifs et des performances économiques visées
- Orientez votre phase d'exploration sur les questions de retours sur investissements, de gains de temps et d'énergie



## Réaliser la découverte des besoins et des attentes avec un client/une cliente à dominante « Jaune » (I)

- Les personnes à dominante « Jaune » (I) s'ennuient rapidement quand elles ne parlent pas d'elles
- Par votre stratégie de questionnement, veillez à collecter les informations dont vous avez besoin tout en leur laissant suffisamment d'espace pour raconter des anecdotes
- Vos questions doivent être brèves, concises et alternées avec des échanges ayant pour but d'entretenir la relation
- Plus votre relation avec une personne à dominante « Jaune » (I) est bonne, plus celle-ci sera disposée à coopérer et à parler de l'objectif à atteindre et des actions à entreprendre pour l'atteindre
- Les personnes à dominante « Jaune » (I) sont tellement ouvertes sur le plan relationnel qu'elles peuvent vite vous confier leurs aspirations et attentes les plus importantes. Si vous êtes en mesure de démontrer comment votre produit ou service peut les aider à y répondre, elles peuvent alors devenir enthousiastes au point de vous vendre/recommander, vous et vos produits/services, à tous les autres membres de leur entreprise.

## Réaliser la découverte des besoins et des attentes avec un client/une cliente à dominante « Verte » (S)

- Les personnes à dominante « Verte » (S) peuvent se révéler très coopératives lors de cette phase d'exploration. Soyez chaleureux(se), informel(le), mais posé(e). Posez des questions ouvertes avec bienveillance et autour de sujets qu'elles jugent importants et qui met en avant leurs valeurs (équité, loyauté, solidarité...)
- Faites preuve de tact et de sincérité dans l'exploration de leurs besoins
- Si elles n'ont pas une bonne opinion de votre produit, de votre entreprise ou même de vous, il y a peu de chance qu'elles se risquent à vous le dire, de peur de vous blesser
- Les clients/clientes à dominante « Verte » (S) cherchent à éviter les confrontations, même mineures. De ce fait elles peuvent vous dire ce que vous souhaitez entendre et non ce qu'elles pensent vraiment
- Elles peuvent taire ou minimiser leur mécontentement à propos d'un concurrent car elles peuvent hésiter à dire quoi que ce soit de négatif à son sujet.
- Prévoyez suffisamment de temps (ou plusieurs rendez-vous) pour que les personnes à dominante « Verte » (S) s'ouvrent à vous et vous révèlent des attentes plus personnelles
- Plus vous passerez de temps avec une personne à dominante « Verte » (S) à explorer ses besoins et attentes, plus vous aurez de chance de faire d'elle un client/une cliente.

## Réaliser la découverte des besoins et des attentes avec un client/une cliente à dominante « Bleue » (C)

- Les personnes à dominante « Bleue » (C) aiment avant tout répondre à des questions qui leur permettent de démontrer leur expertise
- Tant que vous posez des questions logiques et pertinentes, axées sur les faits, elles auront plaisir à parler avec vous
- Exprimez vos questions de manière explicite pour les aider à vous donner les bonnes informations
- Posez alternativement des questions ouvertes et fermées pour examiner et valider l'état de leurs connaissances, la nature de leur écosystème et son organisation, leurs objectifs et leurs objections potentielles
- Si vous ne n'avez pas la réponse à leur question, ne faites pas semblant. Dites-leur que vous prenez note de leur question et que vous leur communiquerez la réponse plus tard (mais surtout faites-le).

## Phase 3 : Conforter la relation au moment d'apporter des solutions argumentées et de coopérer

### Apporter des solutions et coopérer avec un client/une cliente à dominante « Rouge » (D)

- Votre argumentation doit exclusivement traiter ses priorités
- Orientez-la sur les moyens de mieux réussir à atteindre l'objectif, sur les moyens de gagner du temps, ou de générer plus de résultats, ou encore sur les moyens de se faciliter la vie tout en étant efficace
- Mettez en exergue les résultats finaux mais aussi sur les premiers gains à court terme
- Présentez avec concision votre analyse de la situation, les diverses solutions possibles et laissez-lui le choix parmi les alternatives
- Les personnes à dominante « Rouge » (D) aiment être en contrôle. Donnez-leur le choix entre plusieurs solutions étayées par suffisamment de faits et données pour leur permettre de prendre une décision logique
- Au moment où le client à dominante « Rouge » (S) prend sa décision, taisez-vous. Si vous parlez ou l'interrompez dans son raisonnement au moment du choix, vous réduirez considérablement vos chances de conclure la vente.

### Apporter des solutions et coopérer avec un client/une cliente à dominante « Jaune » (I)

- Montrez en quoi votre offre peut les servir, en quoi elle peut leur épargner des efforts ou en quoi elle peut rendre leurs relations professionnelles plus agréables
- Incitez-les à agir en insistant sur le fait que leur contribution profitera aux autres et suscitera des réactions positives
- Votre argumentation doit être suffisamment concise et interactive pour maintenir leur attention
- Renforcez votre argumentation avec des témoignages de personnes connues ou venant de sociétés de premier plan. Faîtes référence à des personnes satisfaites qu'ils/elles connaissent et admirent.
- Incitez-les à se projeter dans l'utilisation du produit ou du service à l'aide de questions du genre : « Si vous aviez ce logiciel, comment l'utiliseriez-vous ? »

### Apporter des solutions et coopérer avec un client/une cliente à dominante « Verte » (S)

- Montrez en quoi votre produit ou service simplifiera ou soutiendra les procédures actuelles et en quoi il favorisera le maintien de bonnes relations au sein de l'entreprise
- Suggérez le rôle qu'ils pourraient jouer et prenez en compte leurs attentes spécifiques dans votre proposition
- Présenter toute nouvelle idée de manière rassurante, démontrez-leur qu'elle ne remet pas en cause l'ordre actuel
- Donnez-leur le temps de s'adapter au changement et expliquez-leur en quoi il est nécessaire, le temps qu'il prendra et les étapes nécessaires à sa mise en place
- Argumentez tout en transmettant un sentiment de stabilité et de sécurité
- Impliquez-les en leur demandant leur avis et encouragez-les à vous faire part de leurs commentaires

### Apporter des solutions et coopérer avec un client/une cliente à dominante « Bleue » (C)

- Mettez l'accent sur la précision, la qualité et la fiabilité de votre produit ou service



- Etayez votre argumentaire par des preuves
- Décrivez sous forme de processus ce qu'apportera votre produit ou service
- Obtenez régulièrement une réaction explicite de sa part : « Jusqu'à présent, quelles sont vos réactions ? ou « Avez-vous des questions, des points que vous aimeriez que je clarifie ? »
- Fondez vos arguments sur des faits, des spécifications et des données en lien direct avec leurs besoins
- Les personnes à dominante « Bleue » (C) sont conscientes de la valeur des choses ; insistez sur la question du retour sur investissement en vous appuyant sur des données factuelles pour accroître la valeur perçue de votre produit ou service
- Sachant que les personnes à dominante « Bleue » identifient facilement les inconvénients d'une offre ou d'un produit, prenez l'habitude de signaler ceux qui sont évidents avant qu'elles ne le fassent. Laissez-les évaluer les compromis relatifs au choix entre des produits ou services concurrents (mais imparfaits).

## Phase 4 : Maintenir la relation au moment de conclure

### Maintenir la relation au moment de conclure avec un client/une cliente à dominante « Rouge » (D)

- Au moment de conclure, demandez-lui directement si il/elle est intéressé(e). Elle vous dira "oui" ou "non" sans hésiter
- Ne discutez pas les moindres détails et évitez de passer l'ensemble de l'offre en revue, vous risqueriez de perdre son attention/de l'impatienter
- Présentez-lui les options possibles et les résultats qu'il/elle peut en attendre pour chacune d'entre elle. Une personne à dominante « Rouge » (D) aime avoir le choix et décider du rapport qualité/prix qui lui convient le mieux
- Pendant qu'une personne à dominante « Rouge » (D) examine votre proposition, ne l'interrompez pas. Laissez-lui évaluer parmi les options celle qui lui conviendra le mieux.

### Maintenir la relation au moment de conclure avec un client/une cliente à dominante « Jaune » (I)

- Montrez en quoi votre offre peut contribuer à améliorer l'image de son entreprise, de son service ou lui permettre d'obtenir la reconnaissance d'autrui
- Montrez-vous ouvert et curieux, demandez-lui comment elle envisage les prochaines étapes.
- Assurez-vous qu'elle a bien « pesé » ce qu'implique l'achat. Une personne à dominante « Jaune » (I) peut parfois acheter de manière impulsive, ce que vous pourriez tous deux regretter
- Une personne à dominante « Jaune » (I) n'aime pas la paperasse et les détails. Préparez à l'avance le contrat pour rendre l'étude de celui-ci rapide et simple et éviter qu'elle n'hésite ou remette à plus tard sa décision
- Face à son manque de formalisme, veillez à ce que le contrat stipule clairement quelles sont les obligations, responsabilités et attentes de chacune des parties. Assurez-vous ensuite de son accord sur les termes du contrat afin d'éviter toute incompréhension ou déception.

### Maintenir la relation au moment de conclure avec un client/une cliente à dominante « Verte » (S)



- Les personnes à dominante « Verte » (S) prennent leur temps pour prendre une décision. Elles opèrent de manière déductive, sollicitent et écoutent les opinions des autres avant de se décider. Par conséquent, au moment de conclure, donnez-lui des conseils sur la manière d'utiliser votre produit, de mettre en œuvre votre offre ou de la présenter à d'autres au sein de son entreprise. Rassurez-la et donnez-lui des gages personnels à propos de la simplicité d'utilisation de votre produit et de l'aspect pratique de votre offre. Laissez-lui une documentation la plus complète possible, car elles « vendront » votre proposition à d'autres membres de leur entreprise
- Lorsque vous parvenez à un accord, examinez soigneusement avec elle les zones potentielles d'incompréhension ou d'insatisfaction
- Si votre offre implique de mener de nouvelles actions, apportez-leur la preuve que celles-ci ne perturberont pas l'organisation déjà en place et n'impliqueront quasiment aucun risque. Au-delà des assurances que vous pouvez offrir, proposez-leur de les accompagner dans les premiers temps
- Ne cherchez pas à accélérer leur prise décision. Apportez plutôt votre soutien ponctuel ou des « coups de pouce » utiles pour les aider à se décider, si cela s'avère nécessaire
- Impliquez-les dans la mise en œuvre de votre offre : questionnez-les sur la manière dont elles comptent mettre en œuvre votre offre et personnalisez au maximum votre service, le tout en soulignant en quoi leur choix sera bénéfique pour elles et pour les autres
- Si elles vous apparaissent indécises au moment de décider, guidez-les.

## Maintenir la relation au moment de conclure avec un client/une cliente à dominante « Bleue » (C)

- Au moment de conclure, mettez l'accent sur la précision, la valeur ajoutée, la qualité et la fiabilité de votre offre
- Fournissez des options logiques, remettez des documents et laissez-leur du temps pour analyser leurs options
- Les personnes à dominante « Bleue » (C) sont mal à l'aise avec les décisions instantanées. Si elles vous disent qu'elles vont y penser, ce sera effectivement le cas. Toutefois, si elle se sentent acculées ou qu'elles jugent que vos exigences sont excessives, elles peuvent vous dire « Je vais réfléchir » afin de couper court à la discussion
- Les clients/ clientes à dominante « Bleue » (C) sont des acheteurs avertis et rationnels. Ils choisissent de manière logique et font des comparatifs. Connaissez l'offre de la concurrence afin d'indiquer vos avantages comparatifs de manière factuelle et professionnelle. Suggérez-leur les questions qu'ils pourraient poser à la concurrence. Questions qui bien entendu, seront en lien avec les atouts de votre offre et leur permettront de faire une analyse comparative
- Soyez prêt(e) à vous lancer dans un « programme pilote » ou un essai dont le succès conditionnera l'achat. C'est pour eux/elles le moyen de réduire le risque.

## Phase 5 : S'assurer de la satisfaction du client

### S'assurer de la satisfaction d'un client/une cliente à dominante « Rouge » (D)

- Inutile de chercher à nouer une relation personnelle, les clients(es) à dominante « Rouge » (D), ils sont principalement attachés à la performance du service ou du produit que vous offrez
- Ne comptez pas sur vos ventes passées pour assurer vos ventes futures. Suivez vos clients/ clientes à dominante « Rouge » (D) pour savoir s'ils/elles rencontrent des problèmes avec votre produit ou ont quelques griefs par rapport à l'utilisation de votre service. Si ils ou elles ont des plaintes, traitez-les sans attendre
- Démontrez-leur la qualité de votre suivi en faisant preuve de réactivité. Assurez-vous que vos actions soient menées avec rapidité
- Quelle que soit la promesse, assurez-vous de délivrer tout ce que vous offrez !



## S'assurer de la satisfaction d'un client/une cliente à dominante « Jaune » (I)

- Rappelez-leur régulièrement en quoi ils/elles ont pris une bonne décision en vous faisant confiance
- Apportez-leur toute l'aide nécessaire pour mettre en place votre offre dès la vente conclue
- Assurez-vous qu'ils/elles utilisent correctement votre produit, dans le cas contraire, ils/elles peuvent être frustrés et vous le retourner
- Sachant qu'ils/elles ont un réseau de connaissances assez développé, demandez-leur si ils/elles seraient disposés(ees) à vous recommander, surtout si l'utilisation de votre produit/service met en avant le fait qu'ils/elles ont fait un choix judicieux.

## S'assurer de la satisfaction d'un client/une cliente à dominante « Verte » (S)

- Faîtes un suivi fidèle de ce que vous avez annoncé
- Garantissez-leur que vous les suivrez en personne ; assurez-vous régulièrement que tout fonctionne bien et que vous serez disponible « au besoin »
- Les clients/clientes à dominante « Verte » (S) apprécieront d'avoir une relation qui va au-delà de la simple relation d'affaire ; si vous montrez attentif et prévoyant, ils/elles accepteront de partager des choses plus personnelles
- Donnez-leur votre numéro de téléphone portable, et invitez-les à vous appeler à tout moment quel que soit le problème rencontré. Ils/elles l'utiliseront rarement, mais se sentiront sécurisés(ees) en sachant que vous êtes à leur disposition
- Faîtes un suivi personnalisé, régulier et démontrez une attention discrète.

## S'assurer de la satisfaction d'un client/une cliente à dominante « Bleue » (C)

- Définir avec lui/elle un calendrier de suivi spécifique et le processus que vous comptez suivre pour réaliser un suivi qui prouvera votre fiabilité et votre valeur ajoutée
- Rendez-vous disponible pour assurer le suivi et demandez-lui de vous faire de commentaires spécifiques pour vous aider à mieux suivre son dossier. Sollicitez son avis sur la manière d'améliorer vos produits ou services
- Formalisez par écrit (e-mail) vos conseils d'utilisation
- Quand il/elle vous fait des suggestions, revenez vers lui/elle pour lui faire savoir comment votre entreprise intègre ses idées, comment elle en tire parti pour améliorer son produit/son service.

Phase	Avec les « Rouges » (D)	Avec les « Jaunes » (I)	Avec les « Verts » (S)	Avec les « Bleus » (C)
Prise de contact	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evitez les salamalecs</li> <li>• Allez droit au but</li> <li>• Montrez que vous êtes bien préparé(e)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceptez de discuter de choses plus personnelles avant d'entamer la relation commerciale</li> <li>• Laissez-les imprimer le rythme de la conversation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Restez centré sur les aspects professionnels tant qu'ils ne vous invitent pas à avoir une relation plus personnelle</li> <li>• N'entrez pas d'emblée dans l'agenda de l'entretien</li> <li>• Montrez-vous à l'écoute de manière active</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evitez les salamalecs</li> <li>• Arrivez avec un agenda clair</li> <li>• Soyez calme, sobre et professionnel</li> </ul>



Découverte/ Exploration	<ul style="list-style-type: none"> <li>Soyez explicite sur le sens de vos questions</li> <li>Posez des questions pour lesquelles vous ne pouvez trouver la réponse sans eux</li> <li>Répondez directement à leur question</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Posez à la fois des questions sur eux et sur ce qui a attiré au rendez-vous (professionnel)</li> <li>Recentrez-les sur le sujet de votre entretien</li> <li>Restez concentré(e) sur leurs objectifs et leur vision des choses</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Montrez-vous à l'écoute et sincèrement intéressé(e) par ce qu'ils racontent</li> <li>Ne les interrompez pas</li> <li>Posez-leur des questions sans pour autant qu'elles ne révèlent une menace</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Posez des questions qui mettent en avant leur expertise</li> <li>Restez centrés sur l'objectif à travers vos questions</li> <li>Alternez des questions fermées avec des questions ouvertes</li> </ul>
Proposition	<ul style="list-style-type: none"> <li>Soyez bref(ve) dans votre exposé</li> <li>Restez centré(e) sur le résultat final et l'économie de temps</li> <li>Faites une analyse des besoins et des recommandations concises</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Soyez à la fois kynesthésique, visuel et auditif dans votre manière de communiquer</li> <li>Solicitez leurs idées</li> <li>Faites part de vos références</li> <li>Encouragez-les à décider</li> <li>Montrez en quoi leur décision aura un impact positif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Démontrez en quoi votre solution peut simplifier ou faciliter l'atteinte de leur objectif</li> <li>Démontrez que la nouveauté ne sera pas déstabilisante pour l'équipe</li> <li>Ne faites pas pression pour obtenir leur décision, mais conseillez-les avec subtilité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mettez l'accent sur la valeur ajoutée de votre proposition, sur la précision, la qualité et la fiabilité de votre solution</li> <li>Mondez-vous factuel et logique</li> <li>Ne faites pas pression pour obtenir une décision</li> <li>Restez calme et détaché (sur le plan émotionnel)</li> </ul>
Conclusion	<ul style="list-style-type: none"> <li>Creusez leurs besoins dès lors qu'ils se montrent intéressés</li> <li>Présentez en synthèse 2 ou 3 options avec vos recommandations</li> <li>Restez silencieux(euse) au moment où ils étudient votre offre et décident</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Demandez-leur ouvertement quelles sont les prochaines étapes</li> <li>Soyez prêt(e) à prendre en compte leur commande</li> <li>Incitez-les à réfléchir si vous pensez qu'ils décident trop rapidement</li> <li>Réalisez les aspects administratifs pour eux/elles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Donnez-leur du temps pour consulter et se faire un avis</li> <li>Ne faites pas pression sur eux</li> <li>Faites référence aux garanties que vous offrez si nécessaire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proposez des options logiques et de la documentation</li> <li>Donnez-leur du temps pour prendre leur décision</li> <li>Signalez à l'avance tout inconvénient pour le traiter sans attendre</li> <li>Suggérez un programme pilote ou un essai visant à prévenir le moindre problème</li> </ul>
Suivi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faites un suivi avec pour objectif une satisfaction totale</li> <li>Maintenez la relation sur un plan professionnel</li> <li>Assurez-vous de respecter la moindre de vos promesses</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renforcez la relation en offrant une assistance importante après la vente</li> <li>Assurez-vous qu'ils/elles utilisent correctement votre produit/service pour éviter qu'ils/elles soient insatisfaits(tes) (ils/elles ne lisent pas les modes d'emploi)</li> <li>Montrez-leur comment utiliser votre produit ou service</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faites un suivi conforme à vos engagements en donnant des garanties personnelles</li> <li>Donnez-leur votre numéro de portable pour vous joindre à tout moment</li> <li>Rappelez-leur que vous recherchez une relation commerciale à long-terme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accordez-vous sur la planification du suivi et les processus envisagés</li> <li>Vérifiez avec eux la façon dont ils mesurent leur satisfaction</li> <li>Transmettez-leur par Email vos idées pour améliorer le suivi</li> <li>Faites preuve de fiabilité</li> </ul>



## Et Maintenant ?

Ce rapport est rempli d'informations à propos de votre style et de chacun des quatre styles comportementaux primaires que vous observerez chez les autres. Il y a de nombreuses suggestions dans la section d'application de ce rapport pour que vous puissiez appliquer ces informations sur le style comportemental. Allez plus loin et FAITES les exercices si vous les avez sauté. Ne rangez pas ce rapport sur une étagère ou dans un dossier. Connaître votre propre style n'est que le début - vous devez pouvoir être capable d'utiliser cette information pour améliorer toutes vos relations.

Utilisez toujours ce rapport comme outil de référence. Il contient beaucoup d'informations et il n'a jamais été conçu pour être intégré d'une seule traite. Essayez de faire quelques petits changements dans votre comportement et observez les résultats. Vous serez peut-être surpris ! Rappelez-vous de la Platinum Rule® : "Traitez les autres de la façon dont ils souhaitent être traités." Utilisez vos nouvelles connaissances DISC pour se faire et vous aurez beaucoup plus de succès dans toutes vos relations !

## Autres Evaluations ?

Il y a un total de cinq évaluations qui, à la fois, mesurent et forment les utilisateurs concernant les cinq aspects différents, mais d'égale importance, du comportement et/ou connaissance humain(e). Elles forment dès lors la base de notre catalogue et nous les avons intitulé nos cinq Evaluations Essentielles

- 1. DISC** - Notre évaluation la plus appréciée et l'outil de profilage comportemental numéro 1 dans le monde. DISC offre une analyse très détaillée des styles comportementaux Naturels (c.-à-d. personnel/interne) et Adaptatif (c.-à-d. lieu de travail/externe) de chaque individu. Le comportement d'un individu est souvent le meilleur indicateur d'adéquation; que ce soit pour un travail particulier, en tant que membre d'une équipe ou en tant que dirigeant d'une organisation. En substance, DISC prédit "Comment ?" une personne se comportera dans un rôle ou une situation spécifique. Il offre également les leçons normatives nécessaires pour maximiser le résultat de n'importe quelle communication interpersonnelle ou professionnelle.
- 2. Motivators** – L'évaluation accessoire idéale à associer à DISC, Motivators mesure les Sept Dimensions Universelles de Motivation qui nous motivent tous : Esthétique, Economique, Individualiste, Politique, Altruiste, Régulatoire et Théorique. Alors que DISC prédit "Comment ?" une personne se comportera, Motivators explique "Pourquoi ?" Si vous n'utilisez que DISC, vous ne faites qu'effleurer la surface de ce que les évaluations peuvent permettre aux individus et organisations.
- 3. Hartman Value Profile (HVP)** - Le Hartman Value Profile offre la troisième clé essentielle du puzzle humain. Basé sur les recherches d'axiologie formelle de Robert S. Hartman, cette évaluation unique mesure les compétences de résolution de problème de chaque individu et leur capacité à éviter les angles morts associés avec une situation pré-déterminée. Dans l'absolu, l'évaluation HVP mesure - avec une extrême précision - la réflexion, le jugement et les capacités décisionnelles d'un individu.
- 4. Intelligence Emotionnelle (QIE)** - L'évaluation Intelligence Emotionnelle (QIE) aide les utilisateurs à comprendre la corrélation entre la façon dont ils appliquent leur QIE actuel et le résultat de leurs interactions avec les autres. Cela se prête à une meilleure capacité décisionnelle, leadership, pour discerner les émotions des autres et s'engager plus souvent pour des résultats professionnels mutuellement bénéfiques. Voici la clé : le QIE peut en fait être amélioré et perfectionné avec le temps ce qui en fait une excellente évaluation du développement personnel.
- 5. Styles d'apprentissage** - Notre cinquième et ultime Evaluation Essentielle, Styles d'Apprentissage, comme son nom l'indique, identifie les meilleures méthodes d'apprentissage et de mémorisation de nouvelles informations pour chaque individu. Certaines personnes aiment traiter des informations grâce à l'écrit alors que d'autres ont besoin de supports visuels et d'images. Certaines personnes assimilent mieux les informations seul, alors que d'autres préfèrent apprendre en groupe. Il y a des personnes qui retiennent des informations de façon intuitive, alors que d'autres préfèrent suivre une réelle structure. Pour faire court, comprendre les styles d'apprentissage est la clé pour maximiser l'efficacité d'une organisation en termes de formation, pour éclairer ses équipes de management et même former des équipes ultra performantes.