



Prueba DISC Spain

Estilo: Persuasor (ID)

DISC Ventas

viernes, 27 de julio de 2018

Introducción

Este informe utiliza el Sistema de Personalidad Conductual DISC. El Sistema de Personalidad Conductual DISC es el lenguaje universal del comportamiento. Los estudios muestran que las características conductuales se puede agrupar en 4 grupos principales. Las personas con estilos similares tienden a mostrar características conductuales específicas que son comunes a dicho estilo. Todas las personas tienen estos 4 estilos o factores conductuales en diferentes medidas o intensidades. El acrónimo DISC se refiere a esos cuatro estilos conductuales representados por las letras:

- D = Dominante, decidido
- I = Influencia, inspiración
- S = Constante, Estable
- C = Correcto, cumplidor

Conocer el Sistema DISC le capacita para entenderse mejor a sí mismo, a sus compañeros de trabajo, sus familiares, y sus amigos de una forma muy profunda. Comprender los estilos conductuales le ayuda a ser un mejor comunicador, minimizar o prevenir conflictos, apreciar las diferencias en los demás, e influenciar en forma positiva a los que le rodean.

Usted puede observar en su vida diaria los diferentes estilos conductuales en acción ya que interactúa con cada uno, en diferentes medidas, continuamente. Si piensa en sus familiares, amigos o compañeros, descubrirá diferentes estilos de personalidad conductual.

- ¿Conoce alguien que es asertivo, conciso y siempre quiere los datos más importantes o determinantes?

Algunas personas son enérgicas, directas y decididas.

Este es el estilo D

- ¿Tiene algún amigo que es un magnífico comunicador y muy amigable con todos los que conoce?

Algunas personas son optimistas, amistosas y habladoras.

Este es el Estilo I

- ¿Algún miembro de su familia es un buen escuchador y un magnífico jugador de equipo?

Algunas personas son estables, pacientes, leales y prácticas.

Este es el Estilo S

- ¿Alguna vez ha trabajado con alguien al que le encantaba reunir datos y detalles y era concienzudo en todas sus actividades?

Algunas personas son precisas, sensibles y analíticas.

Este es el Estilo C

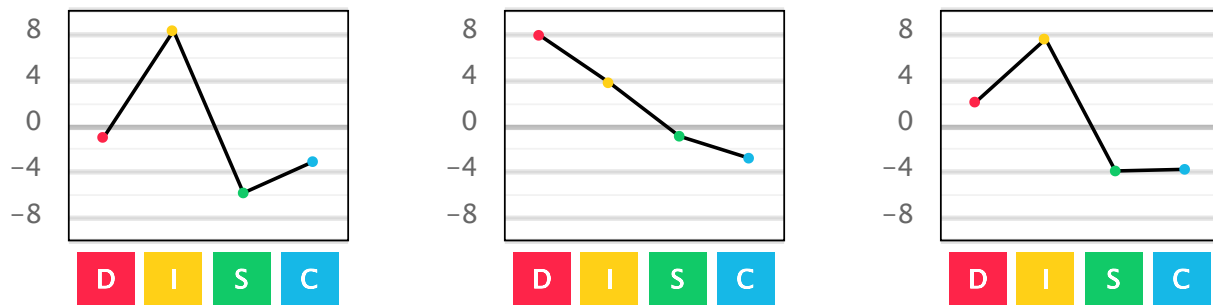


El cuadro inferior ayuda a poner las cuatro dimensiones del comportamiento en perspectiva.

	D = Dominante	I = Influencia	S = Estable	C = Cumplidor
Busca	Control	Reconocimiento	Aceptación	Precisión
Fortalezas	Administración Liderazgo Determinación	Persuadir Entusiasmo Entretener	Escuchar Trabajo en equipo Seguimiento	Planificar Sistemas Organización
Retos	Impaciente Insensible Escucha deficiente	Falta de Detalles Periodos de Atención Cortos Bajo nivel de seguimiento	Hipersensible Lento para empezar No le gusta el cambio	Perfeccionista Crítico No responde
No le gusta	Ineficiencia Indecisión	Rutinas Complejidad	Insensibilidad Impaciencia	Desorganización Incorrección
Decisiones	Decisivo	Espontáneo	Acuerda	Metódico

Debido a que la personalidad conductual se compone de los 4 estilos conductuales en diferentes intensidades, el gráfico DISC no ayuda a representar la personalidad conductual de forma más visual. El gráfico DISC sitúa la intensidad de cada uno de los 4 estilos. Todos los puntos por encima de la línea media representan intensidades más fuertes, mientras que los puntos por debajo de la línea media representan características de DISC menos intensas. Es posible saber las características de personalidad conductual de una persona con sólo mirar al gráfico DISC.

A continuación encontrará sus tres gráficos DISC y una breve explicación de las diferencias entre los tres.



El gráfico 1 DISC representa su "yo público" (la máscara)

Este gráfico muestra el "yo" que otros ven. Refleja como usted percibe las demandas de su entorno, y su percepción de cómo piensa que los demás esperan que usted actúe.

El gráfico 2 DISC representa su "yo privado" (la esencia)

Este gráfico muestra su respuesta instintiva a la presión, e identifica cómo suele usted actuar cuando se enfrenta a situaciones de estrés o tensión. Esta sería su reacción natural.

El gráfico 3 DISC representa su "yo auto-percibido" (el espejo)

Este gráfico muestra la manera en la que usted percibe su comportamiento normal. Se le puede llamar su "auto-percepción". Aunque en ocasiones usted pueda no ser consciente del comportamiento que utiliza con los demás, este gráfico muestra cómo suele hacerlo.

Descripción

entender su estilo

El estilo de Prueba se identifica con el término "Persuasor".

En su estilo Persuasor, Prueba es un líder integrador que trabaja con la gente y a través del equipo. El estilo Persuasor tiene un espíritu extrovertido, gran interés en las personas, y la capacidad de ganarse el respeto y la admiración de diversos tipos de personas. Hacen negocios de forma amigable, a la vez que se esfuerzan por sumar a otros a sus objetivos y venderles su punto de vista. Puede que pasen por alto los detalles. El estilo Persuasor puede actuar de forma impulsiva, ser demasiado entusiasta y "sobre-vender". Puede que sobrevalore su habilidad de motivar a los demás o cambiar sus comportamientos. Prueba quiere liberarse de la rutina y busca autoridad y prestigio. El estilo Persuasor necesita actividades variadas y trabaja de forma más efectiva cuando otros le aportan la información analítica. Prueba necesita tareas que requieran movilidad y desafíos.

En su estilo Persuasor, a Prueba puede que le cueste descansar. Puede que parezca nervioso o inquieto, siempre está activo y en medio de alguna actividad. Prueba es muy optimista y motivador, sabe como obtener resultados! El estilo Persuasor es un buen comunicador y tiene verdadero interés en las personas. Es buen resolutor de problemas, pero necesita relajarse y bajar su ritmo. Haría bien en recordar que no siempre tiene que tomar la posición de líder, también puede ser ayudante o dar apoyo. Debe aprender a relajarse y no tratar de controlar todo y a todos. El estilo Persuasor quiere tener personas a su alrededor para comunicar de forma efectiva. Prueba tiende a tomar decisiones rápidas y se siente cómodo arriesgándose.

El estilo Persuasor suele percibirse como demasiado confiado o engreído, y puede parecer agresivo, especialmente cuando se comunica con personas a las que le gusta poner atención en todos y cada uno de los puntos. Es optimista y tiende a sobrestimar las habilidades de los demás debido a su exceso de confianza y optimismo en los que le rodean.

A Prueba le motiva la habilidad de liderar grupos e influenciar a los demás, tanto compañeros como amigos. Es una persona que se toma la responsabilidad del liderazgo seriamente, y suele ser capaz de tomar importantes decisiones sin demora. Prueba muestra confianza y los demás responden a su capacidad natural de estar en primer línea.

Prueba es una persona muy extrovertida y social, tiende a hacer amigos con facilidad y le gusta disfrutar con los demás. Esta persona quiere comprometerse, incluso aunque no sea capaz de mantenerlo. Esto se debe a su gran deseo de agradar, pero no necesariamente con la intención de engañar a nadie. Prueba es una persona que tiende a ser espontánea, y se aburre con facilidad con tareas rutinarias.

Los demás ven a Prueba como una persona versátil en quien depender para romper situaciones monótonas o rutinarias. A veces prefiere hacer cosas fuera del equipo, tiende a ser individualista. Puede que incluso se perciba a Prueba como una persona "inquieta" y con tendencia a avanzar con rapidez de una cosa a la siguiente.

No teme arriesgarse, Prueba es una persona dispuesta a desafiar el status quo. Original y creativa, esta persona actúa con confianza cuando implementa nuevas soluciones. Prueba tiene a equilibrar la intuición con los datos cuando toma decisiones. Una vez tomada la decisión, no temerá actuar en consecuencia.

Entusiasta e innovador
Confiado, optimista
Persuasivo, comunicativo
Compite por el reconocimiento

Características Generales

Halagos, alabanza, popularidad, aceptación
Recompensas y reconocimiento
Libertad de demasiadas reglas y regulaciones
Que otras personas se ocupen de los detalles

Motivado por

Papeles de liderazgo
Felicitaciones regulares por los logros
Libertad de control y detalles
Un foro donde expresar las ideas

Mi Entorno Ideal

Perfil Comercial

Introducción

Los estudios sugieren que los comerciales más efectivos son los que realmente entienden el comportamiento humano y no sólo pueden predecirlo, sino modificar el suyo propio para adaptarlo al del cliente. Los vendedores de éxito aprecian sus propias fortalezas, consideran sus debilidades y evalúan con rapidez los límites, preferencias y necesidades de sus clientes. En ventas, la información es poder!

Esta sección explica su estilo de personalidad conductual en el área comercial de acuerdo al sistema DISC. Le ayudará a identificar sus propias fortalezas y debilidades comerciales. Con esta información, usted puede capitalizar sus fortalezas e identificar cualquier debilidad que está impidiendo su éxito. En segundo lugar, este informe ofrece consejos a su director o mánager comercial basados en el estilo de vendedor que es usted. Por último, este informe incluye formas en las que interactuar con los clientes basadas en las preferencias de sus estilos de comprador.

No es un secreto que diferentes clientes, con diferentes personalidades, tiene diferentes "botones" que les harán comprar. La tarea del comercial es encontrar ese botón y pulsarlo de forma efectiva. La psicología de las ventas está en entender al cliente y dar prioridad a factores únicos de motivación, para a continuación crear un ambiente favorable que les estimule a comprar.

Identificar su estilo de vendedor y el estilo de comprador de su cliente puede llegar a ser tanto revelador, como una confirmación. Le mostrará nuevos aspectos de su comunicación así como confirmará facetas que ya conocía. Encontrará esta información extremadamente valiosa en todas las áreas de su vida, tanto personal como profesional.

Perfil Comercial

Su Estilo de Personalidad Comercial

Descripción de su Estilo Comercial Natural

Su estilo se describe con el término Persuasor (estilo "ID")

El estilo comercial Persuasor es un líder que puede motivar mucho a los comerciales, siempre trabaja con y a través de las personas para cumplir sus objetivos. Son abiertos, con un alto interés en los demás y la habilidad de ganarse el respeto y la admiración de varios tipos de clientes. Venden de forma amigable, a la vez que se esfuerzan por ganarse a los demás para sus objetivos y venderse ellos mismos además de sus puntos de vista. Prefieren no gastar el tiempo manejando los detalles y suelen sobresalir cuando pueden animar a otros a que se encarguen de ellos. Son entusiastas, optimistas, y carismáticos muy dotados para ver el "cuadro completo" y promover sus ideas a los demás. Suelen impresionar por su capacidad de motivar e inspirar a través de su personalidad magnética. No les gustan las tareas rutinarias y brillan en posiciones en las que pueden tener prestigio y autoridad.

El estilo comercial Persuasor quiere estar activo y no le importa variar sus rutinas de ventas, sus circunstancias o compañeros, de hecho, buscan el cambio. Prefieren una variedad de actividades divertidas para estimular e inspirar a sus clientes. Son muy buenos determinando el incentivo apropiado para el cliente en concreto, y pueden ser muy efectivos consiguiendo resultados a través de las personas en su trabajo. Son innovadores, laboriosos y no temen probar nuevos enfoques o arriesgarse. Toman decisiones rápidas y son buenos resolviendo problemas, aceptan los desafíos con una buena actitud.

Quieren que las personas que les rodean se comuniquen con ellos de forma eficiente y efectiva. Son seguros de sí mismos y cuya influencia puede hacer que los clientes se sientan más valientes para comprar. El estilo comercial Persuasor no es espectador, toman la iniciativa y alcanzan puestos de liderazgo en donde pueden ser tan inspiradores como asertivos con los demás. Debido a su apertura y optimismo, tienden a confiar mucho en los demás y por lo tanto también en los clientes.

Perfil Comercial

Su Estilo de Personalidad Comercial

Descripción de su Estilo Comercial Natural

Capitalice sus fortalezas comerciales y minimice sus debilidades dándose cuenta de su potencial para facilitar o impedir su éxito comercial. Use sus mejores atributos comerciales para añadir valor a su equipo de ventas. Cree un ambiente comercial que favorezca sus fortalezas.

Fortalezas el Estilo Comercial Persuasor

- Tiene una actitud ganadora, positiva y segura
- Un enfoque de ventas muy innovador y original
- Le motiva mucho la competición
- Muy persuasivo, usa un lenguaje dinámico, así como el lenguaje no verbal y el carisma para influir
- Muy motivados por las metas, utiliza la charla para calentar al cliente, pero no perderá el enfoque de su meta
- No teme pedir el cierre ni hacerlo rápidamente
- Un negociador duro cuando está resolviendo una queja del cliente, piensa con rapidez
- Utilizará preguntas tipo "por qué" para saber lo que piensa el cliente

Desafíos del Estilo Comercial Persuasor

- Se aburre con las mismas ventas o territorios, busca el cambio y el riesgo
- Puede parecerle demasiado agresivo a estilos más pasivos, puede llegar a intimidar o incomodar
- Prefiere abrir nuevas cuentas con gran potencial que dar servicio a las antiguas
- Puede esquivar o romper las reglas si piensa que le ayudará en las ventas o a alcanzar sus objetivos
- Puede tener la tendencia a aplicar el cierre demasiado pronto para pasar al siguiente desafío
- Se vuelve impaciente con clientes lentos para decidir
- No quiere que le aburran con los detalles o el papeleo

El Mejor Atributo del Estilo Comercial Persuasor

- Su confianza y carisma que realmente disfruta influenciando a otros hacia su punto de vista

Perfil Comercial

CÓMO DIRIGIR LOS ESTILOS DE VENEDORES DISC

Cuadro de Dirección de Estilos Comerciales DISC

Incentivar la fuerza de ventas es una de las tareas más difíciles a las que se enfrenta un director. Utilice este resumen para desarrollar estrategias para dirigir a comerciales con diferentes estilos personales DISC.

Cómo motivar al estilo "D" Comerciales	Cómo motivar al estilo "I" Comerciales
• Presente los objetivos de venta por escrito • Deles oportunidades de liderar un equipo de ventas • Territorios de ventas amplios y desafiantes • Provea oportunidades para cerrar ventas • Pida su opinión sobre cómo "posicionar" productos o servicios • Enfatique las comisiones sobre el salario • Provea prospectos con un gran potencial de operaciones grandes • Ayúdeles con el lanzamiento de nuevos productos, mercados o cuotas • Alimente su ego con reconocimiento, póngales en la portada del newsletter • Deles presentaciones personales, referencias • Libéreles en lo posible de controles • Dele apoyo en el trabajo que requiera detalles • Evalúeles por sus resultados, no por el proceso • Lléveles a comer, provea actividades fuera del trabajo • Provéales de competiciones de ventas e incentivos • Utilice como recompensa paquetes de viajes • Deles problemas que resolver	• Sea amigable, divertido e informal • Actividades para socializar fuera del entorno laboral • Deles oportunidades para abrir nuevas cuentas • Deles soporte en su atención a clientes existentes • Cuando les de feedback, enfóquese en sus fortalezas y puntos positivos • Enfatique las comisiones sobre el salario • Provea apoyo para el trabajo detallado y la gestión del tiempo • Viaje con ellos y deles feedback constructivos • Un ambiente dinámico y orientado a las personas • Use un estilo de dirección participativo • Ponga las metas, los detalles y los plazos por escrito • Use el reconocimiento público, las recompensas, los halagos y los elogios • Deles oportunidad para hablar en público y liderar las reuniones • Oportunidades para expresar su opinión y expresarse ellos mismos • Provea diversión y viajes • Deles productos o servicios nuevos, frescos y emocionantes

Perfil Comercial

CÓMO DIRIGIR LOS ESTILOS DE VENEDORES DISC

Cuadro de Dirección de Estilos Comerciales DISC

Incentivar la fuerza de ventas es una de las tareas más difíciles a las que se enfrenta un director. Utilice este resumen para desarrollar estrategias para dirigir a comerciales con diferentes estilos personales DISC.

Cómo motivar al estilo "S" Comerciales	Cómo motivar al estilo "C" Comerciales
• Provea productos o servicios para vender que sean prácticos y fiables • Asegúrese de que están convencidos de las estrategias y planes • Muéstreles aprecio sincero por su dedicación • Reconózcalos por su lealtad y paciencia • Deles metas alcanzables • Considéreles para ciclos de venta largos • Enfátice el salario sobre la comisión • Motíveles constantemente y manténgalos en movimiento • Hágales parte de un equipo • Ayúdeles a fortalecer su auto-estima y confianza • No les fuerce a hacer llamadas en frío • Provéales de herramientas profesionales para las presentaciones • Ayúdeles a preparar su discurso de ventas • Deles flexibilidad en su horario para dejarle tiempo para la familia • Haga llamadas junto a ellos de vez en cuando • Presénteles la crítica y los cambios con suavidad • Provea feedback sobre el desempeño de forma regular • Limite el número de personas "agresivas" con las que tenga que tratar	• Ayúdeles a incrementar sus conocimientos especializados en áreas clave • Manténgales informados de los cambios y las políticas • Muéstreles respeto, deles títulos y diplomas • Enfátice el salario sobre las comisiones • Avíseles con anticipación de los cambios • Deje que sean creativos • Deles oportunidades para desarrollar estrategias y resolver problemas • Provea herramientas de investigación • Provea productos o servicios de calidad para vender • Provea presentaciones de calidad y ayudas técnicas • Recompénselos por su lealtad, disciplina y perseverancia • Deje que den servicio a clientes existentes en vez de hacer nuevos • Déjeles saber con exactitud lo que se espera de ellos • Reconozca su dedicación • Déjeles su propio espacio privado y organizado • Deles seguridad laboral • Considéreles para ciclos de venta largos

Perfil Comercial

CÓMO DIRIGIR LOS ESTILOS DE VENEDORES DISC

Consejos para Motivar y Dirigir su Fuerza de Ventas

Desafortunadamente, un incentivo que funciona para una persona, puede no funcionar para otra, por lo que cada persona debe ser motivada de acuerdo a sus preferencias naturales, fortalezas, necesidades y perspectivas.

Para ayudar a incrementar la productividad, mantener animados y retener a su equipo comercial, trate de seguir los siguientes pasos.

1. Pase a todos los vendedores por la evaluación DISC para identificar sus estilos
2. Utilice el DISC para descubrir lo que motiva a cada uno de ellos
3. Forme equipos comerciales con estilos complementarios
4. Recuerde que el dinero no es el único motivador

Use los siguientes consejos para crear el mejor y más productivo ambiente para su equipo comercial:

La Mejor Forma de Motivar al Estilo Comercial Persuasor

- Provéale un equipo orientado a resultados con quien trabajar
- Use como incentivos tareas desafiantes, liderazgo y libertad de los detalles
- Deles la oportunidad de expresar sus ideas y visión profesional
- Tareas que cambien de vez en cuando

La Mejor Forma de Dirigir al Estilo Comercial Persuasor

- Deje que se auto gestionen, no les supervise demasiado, deles objetivos claros por escrito
- Provéales a otros que pueden manejar las tareas administrativas y los detalles
- Minimice las reglas y los límites
- Ayúdeles cuando lo necesiten con tareas de organización o manejo del tiempo

Perfil Comercial

CÓMO MEJORAR LAS VENTAS

Cómo Reconocer el Estilo de Comprador de sus Clientes

Antes de poder adaptar su estilo de ventas al estilo de comprador de su cliente, primero debe observarle. Tome notas de lo siguiente: qué tipo de preguntas hacen, su ritmo, franqueza, apertura, lenguaje corporal, las fotos que están en su oficina, su estilo de vestir, etc.

Si su cliente... • es de ritmo rápido, conciso, decisivo • es competitivo, individualista • tiene un fuerte ego, es seguro de sí • no está interesado en el "cómo" • prefiere la variedad y asumir riesgos Su cliente es un estilo "D" • Extrovertido + Directo = Estilo D • Cuanto más intenso su valor de D, más necesita dominar Compran productos basándose en... experiencia, informes de expertos, calidad superior, y su capacidad para darles resultados	Si su cliente... • es sensible, carismático, animado • es espontáneo, optimista • disfruta hablando y charlando • habla de sus sentimientos y de otras personas • enfatiza la diversión y las historias Su cliente es un estilo "I" • Extrovertido + Amigable = Estilo I • Cuanto más intenso el factor I, más necesita interactuar Compran productos basándose en... impulso, la estética, boca a boca, su capacidad para darles prestigio
Si su cliente... • es amigable, relajado, conformista • es cooperador, disfruta trabajando en equipo • se resiste al cambio y a arriesgarse • hace más preguntas y menos comentarios • no le interesa mucho el "cómo" Su cliente es un estilo "S" • Introvertido + Cooperador = Estilo S • Cuanto más intenso el factor S, más necesidad de seguridad Compran productos basándose en... practicidad, sencillez y su capacidad de hacerles sentir más seguros	Si su cliente... • es menos sensible y expresivo • enfatiza la información y los detalles, compara datos • parece reservado, cauto, controlado • prefiere trabajar de forma independiente • está muy orientado a la tarea y la calidad Su cliente es un estilo "C" • Introvertido + Analítico = Estilo C • Cuanto más intenso el factor C, más necesidad de cumplir Compran productos basándose en... capacidad probada, garantías, comparativas e información provista

Perfil Comercial

CÓMO MEJORAR LAS VENTAS

Formas de Mejorar las Ventas con Cada Tipo de Cliente

Al pasar tiempo con su cliente, recuerde crear un ambiente favorable a su estilo en particular. Utilice las sugerencias para cada estilo y siga los pasos que se muestran a continuación:

1. Identifique el estilo de cliente de su prospecto, ¿es D, I, S o C?
2. Favorezca el rapport y la confianza al aclimatar su propio estilo al de su cliente.
3. Demuestre los elementos del producto o servicio que en base a su estilo apreciarán más.
4. Aplique un cierre de acuerdo al estilo de comprador de su cliente.
5. Haga el seguimiento siendo sensible al estilo de personalidad DISC de su cliente.

Cómo vender a clientes de estilo D

Quieren: "Resultados tangibles"

Factores de estrés: "Que se aprovechen de él/ella; Pérdida de control; Que le ganen"

Adapte su estilo usando: una estrategia de ventas "directa"

- Sea breve, directo y conciso
- Manténgase en los temas del negocio
- Concéntrese en los "resultados" o los "beneficios" del producto o servicio
- Sea decisivo y firme al explicar los puntos más importantes
- Permanezca seguro, no se deje intimidar
- Muestre acuerdo o desacuerdo con los datos o hechos, no con la persona
- Deje que sientan que ganan o que están en lo correcto (al final usted también ganará)
- Vaya a un ritmo más rápido de lo normal
- No prometa lo que no puede cumplir
- No bromea demasiado (a no ser que ellos también bromeen)
- Asegúrese de que da respuestas afirmativas o negativas, no use respuestas del tipo quizá
- No trate de usar "trucos" de vendedor o afirmaciones vacías. El estilo D odia sentir que se han aprovechado de él

Cómo vender a clientes de estilo I

Quieren: "Una experiencia agradable"

Factores de estrés: "Rechazo; Pérdida de reconocimiento social; Demasiados detalles"

Adapte su estilo usando: una estrategia de ventas "conversacional"

- Si piensa que es apropiado, tengan un tiempo divertido y bromea
- Dígales los beneficios que les harán verse mejor
- Deles reconocimiento y aprecio
- Escuche sus historias
- Deles ejemplos reales para ilustrar conceptos complejos
- Deles seguimiento y sea consecuente con sus promesas
- Deje que sepan que entiende sus sentimientos e ideas
- Deje que hablen, pero mantenga el enfoque
- Preséntele a otros miembros de su equipo si es relevante
- Deles la oportunidad de hablar con otros clientes que hayan tenido una buena experiencia con el producto o servicio
- No les dé demasiados detalles sobre el producto o servicio
- Provea los detalles por escrito

Perfil Comercial

CÓMO MEJORAR LAS VENTAS

Formas de Mejorar las Ventas con Cada Tipo de Cliente

Al pasar tiempo con su cliente, recuerde crear un ambiente favorable a su estilo en particular. Utilice las sugerencias para cada estilo y siga los pasos que se muestran a continuación:

1. Identifique el estilo de cliente de su prospecto, ¿es D, I, S o C?
2. Favorezca el rapport y la confianza al aclimatar su propio estilo al de su cliente.
3. Demuestre los elementos del producto o servicio que en base a su estilo apreciarán más.
4. Aplique un cierre de acuerdo al estilo de comprador de su cliente.
5. Haga el seguimiento siendo sensible al estilo de personalidad DISC de su cliente.

Cómo vender a clientes de estilo S

Quieren: "Seguridad y utilidad"

Factores de estrés: "Pérdida de seguridad; Pérdida de la relación personal; Confrontación"

Adapte su estilo usando: una estrategia de venta "personal y amigable"

- Muestre un interés sincero en ellos como personas
- Sea amigable, personal y fiable
- Deles los datos más relevantes
- Provea la seguridad que necesitan, concéntrese en garantías o beneficios sobre la inversión
- Sea usted mismo, el estilo S puede ser muy bueno discerniendo el carácter verdadero
- Haga el cierre cuando perciba que tiene su confianza
- Deles testimonio o ejemplos reales para darles seguridad
- Haga preguntas y deje que sean ellos los que hablen
- Preséntelos a otros clientes o a especialistas para que puedan sentirse seguros
- Haga seguimiento, sea consecuente con lo que promete
- No sea "agresivo" o vaya a un ritmo rápido, desacelere y muéstrese humilde

Cómo vender a clientes de estilo C

Quieren: "Datos y credibilidad"

Factores de estrés: "Crítica; Tareas incompletas; Presión para decidir; Demostraciones emocionales"

Adapte su estilo usando: una estrategia de venta basada en la "evidencia y la confirmación"

- Deje que hagan preguntas
- Sea preciso con sus respuestas
- Muestre los pros y los contras para convencerles
- Enfóquese en explicaciones que muestren todos los pasos
- Responda a preguntas con datos y tantos detalles como pueda
- Deles pruebas de sus afirmaciones
- Sea directo y amigable, pero no charle mucho
- Déjeles mucho tiempo y espacio
- Pase por todos los detalles
- Trabaje para ganarse su confianza cumpliendo lo que dice
- No les presione para tomar una decisión en el momento
- No se meta en temas personales a no ser que ellos mismos abran esa puerta

Perfil Comercial

CÓMO MEJORAR LAS VENTAS

Mejore las Ventas con los Diferentes Tipos de Clientes

Instrucciones: Rellene los campos del cuadro para ayudarle a relacionarse mejor con (o vender mejor a) clientes que ya conoce.

- Columna 1: Escriba el nombre del cliente o la empresa.
- Columna 2: Refiérase a la Parte 3 para ayudarle a identificar el estilo DISC de su cliente basado en lo que ya conoce de él. Use la combinación de letras DISC que mejor describen su estilo.
- Columna 3: Refiérase a las sugerencias en la Parte 3 para ideas que le puedan ayudar a establecer un plan de acción para tener éxito con cada estilo.

NOMBRE DEL CLIENTE	ESTILO PROBABLE (DISC)	PLAN DE ACCIÓN
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		

Comunicación

con el estilo Persuasor

Recuerde, el estilo "Persuasor" puede que quiera:

- Aceptación y estima social, libertad de control y detalles, personas con las que hablar, condiciones laborales positivas, reconocimiento por sus habilidades, oportunidad para motivar e influir a otras personas

Su mayor miedo:

- Rechazo y pérdida de influencia

Cuando se comunique con Prueba, de estilo "Persuasor":

- Deje que tenga autoridad y control
- Permita actividades y posiciones variadas
- Dele la oportunidad de hablar, opinar y proveer soluciones
- Provea los detalles por escrito
- Haga las cosas en el momento oportuno
- Cree incentivos para que se terminen las tareas

Cuando se comunique con Prueba, de estilo "Persuasor" NO:

- Obvie el estatus social
- Controle toda la conversación o le desafíe
- Ignore sus ideas o logros
- Le diga lo que tiene que hacer

Cuando analice información, Prueba, de estilo "Persuasor", puede:

- Hablar antes de escucharlo todo
- Dejar pasar hechos y datos importantes
- Interrumpir
- Ser creativo en la resolución de problemas

Características Motivacionales

- **Metas que le motivan:** mantener la amistad, aumentar en autoridad y prestigio
- **Evalúa a los demás por:** Que le acepten así como a sus ideas
- **Influye en los demás por:** Relaciones personales, acomodación
- **Valor para el equipo:** Edifica confianza, positivo y entusiasta, rinde cuentas, sentido de urgencia
- **Usa demasiado:** Hablar, optimismo vs realismo
- **Reacción frente a la presión:** Dominancia, no escucha a los demás, egoísta, fuerza
- **Su mayor miedo:** Rechazo, que se aprovechen de él o aventajen
- **Áreas de mejora:** Sea más realista, reduzca su necesidad de gustar a todos, hable menos y escuche más



Comunicación
con el estilo Persuasor

La comunicación viene y va, pero la sabiduría permanece.

- Alfred Lord Tennyson

Comunicación

con el estilo Persuasor

Valor que aporta al grupo:

- Resuelve problemas de forma creativa
- Excelente líder, orador convincente
- Motiva y anima a los demás a cumplir
- Negocia los conflictos mediante la adopción de medidas positivas

El estilo "Persuasor" tiene las siguientes características positivas en el entorno de un grupo:

- Comunicador innato
- Manager participativo que influye y motiva a los demás
- Espontáneo, pensador rápido
- Responde bien a lo inesperado
- Crea un ambiente de bienestar
- Entusiasta
- Aporta dirección y liderazgo
- Expresa bien ideas, dogmático
- Trabaja bien con otras personas en la gestión o el equipo
- Hace bien de portavoz
- Tiene una actitud positiva de "se puede lograr"
- Alcanza metas a través de las personas
- Buen sentido del humor
- Se le dan bien las "tormentas de ideas"

Áreas de crecimiento personal para el estilo "Persuasor":

- Sopesa los pros y los contras antes de tomar una decisión, sea menos impulsivo
- No pase por alto los detalles
- Recuerde desacelerar su ritmo para que los demás le puedan seguir
- Hable menos y escuche más, sea más paciente
- Debe considerar y evaluar las ideas de los demás miembros del equipo
- Concéntrase en seguir con la tarea hasta el final



Comunicación
con el estilo Persuasor

Puedes tener ideas brillantes, pero si no puedes transmitirlos, tus ideas no irán a ningún lugar.

- Lee Iacocca

Consejos de Comunicación

relación con los demás

Su valor de I y D se sitúan por encima de la línea media, su estilo se identifica con el término "Persuasor".

En esta sección encontrará adjetivos para describir el perfil DISC que muestra su gráfico. Estas palabras descriptivas se corresponden a una aproximación a los valores que resultan de su gráfico.

La "D" mide el grado de decisión, autoridad y asertividad que suele caracterizarle. Algunas palabras que pueden describir la intensidad de su factor "D" son:

- **SEGURO DE SÍ** Certero, seguro
- **COMPETITIVO** Rivalidad, deseo de competir
- **RÁPIDO** Mucha capacidad de comprensión y aprendizaje, discierne bien
- **SELF-DEPENDIENTE** Depende y confía en sus propias habilidades

La "I" mide lo hablador, persuasivo e interactivo que suele ser usted. Algunas palabras que pueden describir la intensidad de su factor "I" son:

- **ENTUSIASTA** Supernatural Inspirador, visionario, intenso
- **SOCIABLE** El más entrañable, sociable
- **PERSUASIVO** Poder para persuadir, influyente
- **EMOCIONAL** Muy emocional, llora o se enfada con rapidez

La "S" mide su deseo de seguridad, su ritmo y su habilidad para trabajar en equipo. Algunas palabras que pueden describir la intensidad de su factor "S" son:

- **INQUIETO** No es capaz de relajarse, inquieto
- **ORIENTADO AL CAMBIO** Le gusta la variedad, quiere cambiar
- **ESPONTÁNEO** Actuar sin restricciones de acuerdo a los sentimientos que le nacen
- **ACTIVO** Caracterizado por mucha acción o emoción, ocupado, rápido

La "C" mide su deseo de estructura, organización y detalles. Algunas palabras que pueden describir la intensidad de su factor "C" son:

- **DESAFIANTE** Abierto, resiste con valentía la autoridad
- **OBSTINADO** Empeñado en hacerlo a su manera, testarudo



Consejos de Comunicación
relación con los demás

La única forma de
cambiar es cambiando
nuestro
entendimiento.

- Anthony De Mello

Consejos de Comunicación

cómo se comunica usted con los demás

Cómo se comunica con los demás

Por favor, regrese a la sección de "Comunicación" de este informe, y revise las secciones de "QUÉ HACER" y "QUÉ NO HACER" de su estilo específico. Repasar sus propias preferencias en comunicación puede ser una confirmación de lo que ya sabe, o un nuevo descubrimiento. De cualquier forma, usted dispondrá de sus características de comunicación por escrito. Esta información le puede resultar muy útil cuando trate con compañeros, amigos y familiares. Ahora las personas de su entorno podrán darse cuenta de qué enfoque comunicacional funciona mejor con usted. Tan importante como eso es que ahora usted se da cuenta de que LA FORMA EN LA QUE DICE ALGO, puede ser tan importante como LO QUE HA DICHO. Desafortunadamente, todos tenemos la tendencia a comunicarnos en la forma en la que nos gusta oír las cosas, en vez de en la forma en la que la otra persona prefiere escucharlo.

Su estilo está caracterizado por una "I" intensa, lo que significa que usted prefiere recibir la información en una forma que resalte la EXPERIENCIA. Sin embargo, al transmitir esa misma información a un compañero o cliente, puede que tenga que "traducirlo" para dar datos concretos, o quizá sólo el resultado final, o puede que ellos sean parte de la solución y por lo tanto deben trabajar en equipo.

Esta sección del informe trata sobre cómo su estilo conductual se comunica con los otros tres factores de comportamiento. Algunos perfiles conductuales tienen la tendencia natural a comunicarse bien, mientras que otros pudiera parecer que hablan en distinto idioma. Ya que usted está acostumbrado a comunicarse en su propio "lenguaje materno", revisaremos cómo puede mejorar su comunicación y relación con los otros "idiomas maternos" que usan los otros tres factores de comportamiento.

Esta próxima sección es particularmente útil para un perfil con "I" intensa, ya que puede tener la tendencia a ser más expresivo y menos enfocado en resultados y detalles que otras personas en su entorno.

La Compatibilidad de Su Estilo Conductual

La "I" con la "D" suelen combinar bien en lo que a relaciones se refiere, ya que la "I" es un buen motivador para la "D". Puede que en lo que se refiere a las tareas necesarias para llevar a cabo el trabajo, la "I" sienta que la "D" es en ocasiones demasiado exigente y orientada a tareas.

Dos "I" combinan muy bien en lo que a relación personal se refiere. Ambos son muy sociales y les gusta experimentar nuevas cosas. Cuando trabajan juntas, dos "I" pueden tener la tendencia a pasar por alto las fechas límite y a no fijarse mucho en los detalles para completar las tareas.

La "I" y la "S" combinan bien en el ámbito del trabajo, ya que la "S" servirá de apoyo a la "I" al asegurarse de que las tareas se mantienen en la dirección correcta. Respecto a las relaciones, la "I" puede que esté más orientada a socializar que la "S", quien prefiere pasar más tiempo de calidad con menos personas en actividades fuera.

La "I" y la "C" trabajan bien juntos ya que sus fortalezas tienen a complementarse. En lo que se refiere a relaciones, pueden surgir conflictos, ya que la "I" está mucho más motivada por la socialización y es más impulsiva que la "C".



Comunicación
con los demás

Lo que se dice es el
espejo del alma;
según el hombre
habla, así es él.

- Publilius Syros

Consejos de Comunicación

compatibilidad de su estilo conductual

Cómo puede mejorar el factor "I" su interacción con los demás estilos conductuales

La "I" con la "D"

La "I" tiende a ver a la "D" como argumentativa, dictatorial, arrogante, dominante, nerviosa y abrupta. Como "I" no le gustará que la "D" le diga lo que tiene que hacer. Se frustrará cuando no se dé cuenta de sus ideas. Debido a que suele ser capaz de manejar su habilidad comunicacional para entrar o salir de una confrontación, es probable que se sorprenda al descubrir que su encanto no produce una respuesta favorable por parte del estilo "D" intenso.

Consejo Relacional: Para hacer que esta relación funcione, debe mantener una comunicación directa. Trate los temas directamente. Trate de negociar compromisos y metas en igualdad de condiciones. Enfóquese más en las tareas y los temas, y menos en las personas y las personalidades. Destaque logros concretos.

La "I" con la "I"

El estilo "I" disfruta de su relación con otras "I"... totalmente. Se verán como estimulantes, carismáticos, abiertos y optimistas, con muy buena relación mutua y que desarrollan relaciones con rapidez. Ambos tendrán la tendencia a mezclar los negocios con el placer, tratarán de impresionar al otro, posiblemente incluso hasta el punto de competir por el reconocimiento.

Consejo Relacional: Mejorar la relación de dos "I" no es difícil, es mantenerles bajo control lo que requiere un esfuerzo. Sean amigables, halagadores, y reconózcanse los logros mutuamente. Escuche con atención en vez de estar pensando en lo siguiente que quiere decir.

La "I" con la "S"

Tiende a ver al estilo "S" intenso como pasivo, indiferente, apático, posesivo y poco expresivo. Pero también le encontrará tolerante y dispuesto a desarrollar una amistad si está en disposición de bajar su ritmo, incluso aunque pueda tender a frustrarse cuando la "S" no exprese sus pensamientos y sentimientos como usted quisiera que hiciera. Puede ser de motivación y aliento para la "S".

Consejo Relacional: Baje el ritmo, sé más tolerante. Muéstrole aprecio sincero y descubrirá una amistad muy reconfortante. Sobre todo, no presione mucho.

La "I" con la "C"

La "I" ve al estilo "C" como demasiado dependiente, evasivo, defensivo, demasiado enfocado en los detalles, demasiado cauto y preocupado. La interacción entre ambos sufrirá tensiones debido a las características de ambos estilos, y por lo tanto requerirá de trabajo. Usted se enfocará en las personas y ellos en los hechos. Usted será optimista y ellos parecerán pesimistas. Usted verá el cuadro completo y ellos sólo los detalles. Usted querrá tomar una decisión, y ellos querrán recolectar más datos.

Consejo Relacional: Presente su caso con claridad y no exagere los detalles o las cifras. Prepárese bien para la posibilidad de discutir el tema con la "C". Espere de ellos que expresen dudas y necesiten tiempo para evaluar los datos antes de tomar una decisión. Elimine cualquier potencial amenaza, haciendo su decisión lo más fácil que sea posible.



Mejorar
Comunicación

La comunicación funciona para aquellos que la trabajan.

- John Powell

Comunicación

hoja de trabajo

Hoja de Trabajo de Consejos de Comunicación

Los cambios en sus gráficos indican su método de adaptación. La personalidad humana está profundamente influenciada por los cambios en su entorno. Las personas pueden cambiar de forma significativa entre el gráfico uno y el dos, como resultado de factores de estrés o cambios en el entorno. Evaluar las diferencias o cambios entre ambos gráficos, nos ayuda a entender nuestros mecanismos de adaptación instintivos, e indica como adaptarnos mejor en el futuro.

Instrucciones: Cada uno de tus gráficos resalta diferentes aspectos de tu personalidad conductual. Una mirada atenta a los cambios en dichos gráficos, revelan valiosa información. Por favor, observe ambos gráficos. Compare el perfil de los factores D, I, S, y C en el gráfico 1 y el 2. Finalmente, lea el análisis del resultado de sus respuestas a las cuestiones que se presentan a continuación y considere cómo el entorno afecta sus decisiones, motivación, acciones y comunicación verbal.

D Retos:

Compare los gráficos 1 y 2. En el gráfico 2, ¿es su nivel de "D" mayor o menor que en el gráfico 1? Considere cuánto se distancian hacia arriba o hacia abajo. Un nivel más alto, indica alguien que quiere más control en situaciones de presión o estrés. Si el nivel de D sube considerablemente, puede que indique una tendencia a volverse una persona controladora en situación de presión. Un nivel más bajo indica alguien que quiere menos control en situaciones de estrés. Si el nivel de la D baja considerablemente, puede que la persona quiera que sea otro el que lidere y al que usted está dispuesto a seguir.

I Cambios:

Compare los gráficos 1 y 2. En el gráfico 2, ¿es su nivel de "I" mayor o menor que en el gráfico 1? Considere cuánto se distancian hacia arriba o hacia abajo. Un nivel más alto, indica alguien que desea más influencia social en una situación de presión o estrés. Si el nivel de I sube considerablemente, puede que trate de usar sus habilidades de comunicación para suavizar las cosas. Un nivel más bajo indica alguien que quiere menos influencia social en situaciones de presión. Si el nivel de I baja considerablemente, se apoya menos en medios verbales para llegar a una resolución.

S Cambios:

Compare los gráficos 1 y 2. En el gráfico 2, ¿es su nivel de "S" mayor o menor que en el gráfico 1? Considere cuánto se distancian hacia arriba o hacia abajo. Un nivel más alto, indica alguien que desea un ambiente más seguro en situaciones de presión o estrés. Si el nivel de S sube considerablemente, puede que tenga la tendencia a evitar cualquier conflicto y esperar a un ambiente más favorable antes de realizar cualquier cambio. Un nivel más bajo indica alguien que no necesita tanto un entorno seguro en una situación de presión. Si el nivel de S baja considerablemente, puede que se vuelva más impulsivo en tu toma de decisiones.

C Cambios:

Compare los gráficos 1 y 2. En el gráfico 2, ¿es su nivel de "C" mayor o menor que en el gráfico 1? Considere cuánto se distancian por arriba o por abajo. Un nivel más alto, indica a alguien que desea más información antes de tomar una decisión en una situación de estrés o presión. Si el nivel de la C sube considerablemente, es probable que la persona no quiera tomar una decisión hasta que no tenga mucha más información. Un nivel más bajo indica a alguien que no necesita tanta información para tomar una decisión en una situación estresante. Si el nivel de la C desciende considerablemente, puede que la persona tome decisiones más bien basado en las emociones o intuición.

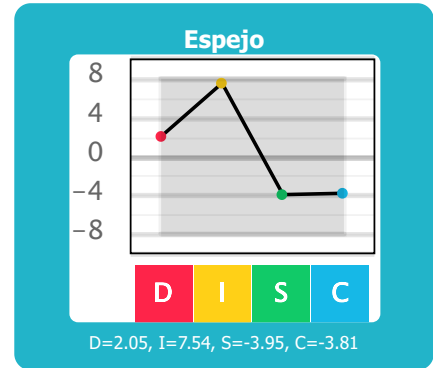
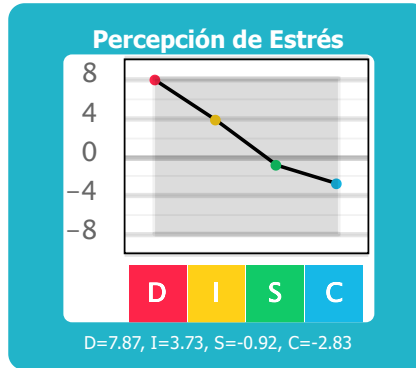
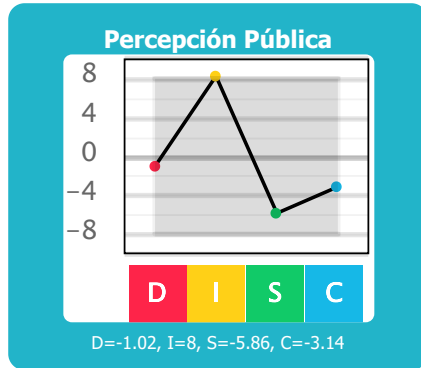
¿Cuál de sus puntos en el gráfico tiene una diferencia mayor hacia arriba o hacia abajo? ¿Qué le dice esto respecto a su reacción a la presión?

¿Cómo ayuda o entorpece su método de adaptación (mecanismo de defensa o de enfrentar algo), a su proceso de toma de decisiones? ¿Cómo puede usar esta información para ayudarlo a ver un "punto ciego" en su forma de reaccionar frente a la presión?

Puntuación

página de gráficos

Gráfico de Estilo de Temperamento (DISC)



Explicación de los Gráficos

Cada uno de los tres gráficos revela un área diferente de comportamiento, en función de las condiciones del entorno. En un entorno dado, el Gráfico 1 muestra el "Yo Público"; el Gráfico 2, muestra el "Yo Privado"; y el Gráfico 3 muestra el "Yo Percibido".

A continuación encontrará el significado de cada gráfico.

Gráfico 1 - La máscara, el yo público

El comportamiento que los demás esperan

Todos actuamos de acuerdo a cómo pensamos que los demás esperan que actuemos. Este comportamiento es el yo público, cómo la persona se proyecta hacia los demás. En ocasiones no hay diferencia entre la persona tal como es y su yo público. Sin embargo, el yo público puede variar mucho respecto al yo "real", es una máscara. El Gráfico 1 se genera con las respuestas "Más" de la evaluación, y es el área que tiene mayor potencial para el cambio.

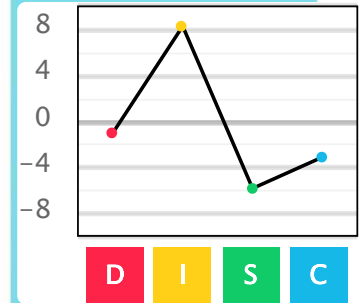


Gráfico 2 - Natural, el yo privado

Respuesta instintiva a la presión

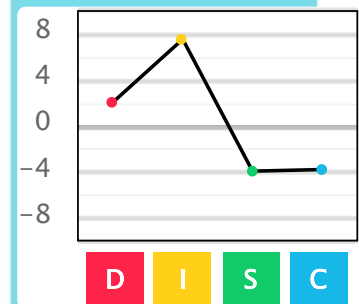
A lo largo de los años, todos hemos asimilado formas de reaccionar o responder, que se han incorporado a nuestra forma normal y aceptada de comportamiento. Cuando estamos bajo presión o tensión, esas conductas aprendidas salen a relucir. Este es el gráfico que es menos probable que cambie, ya que es nuestra respuesta o reacción más natural y arraigada. El comportamiento de una persona bajo presión puede ser totalmente diferente al que muestre en los gráficos 1 y 3. El gráfico 2 es generado por las opciones "Mínimas" en el Sistema de Personalidad, y tiene el menor potencial de cambio.



Gráfico 3 - El espejo, el yo percibido

Auto-imagen, auto-identidad

Todos nos percibimos a nosotros mismos de una forma en particular. El gráfico 3 muestra la imagen mental que uno tiene de sí mismo, la auto-imagen o auto-identidad. El gráfico 3 combina las respuestas y reacciones aprendidas en nuestro pasado con el comportamiento actual que nuestro entorno espera. Pueden suceder cambios en nuestra propia percepción, pero suelen ser graduales y basados en las demandas de cambio de nuestro entorno o situación. El gráfico 3 se genera en base a la diferencia entre el Gráfico 1 y 2.



Explicación de los Gráficos

Continuación

Los Gráficos con Perfiles Diferentes Indican Cambio o Transición

- Si el gráfico 1 es muy diferente del gráfico 2, las demandas del entorno están forzando al comportamiento, de tal modo que llega a no ser congruente con el comportamiento natural o instintivo. En una situación así, la persona trata de modificar su conducta para satisfacer las demandas del entorno y cuanto mayor sea esa adaptación y más prolongada, más probable será que la persona experimente estrés.
- Si el gráfico 1 es diferente del gráfico 2, pero similar al 3, la persona ha sido capaz de modificar con éxito su comportamiento para satisfacer las demandas de su entorno sin que afecte su estilo natural. Esta persona se siente probablemente cómoda con el comportamiento que muestra el gráfico 3 (el yo percibido), y posiblemente no le provoca estrés.
- Si el gráfico 1 es diferente del gráfico 3, la persona puede que se encuentre en un periodo de crecimiento o desarrollo (y algo incómoda) al tratar de alterar su comportamiento para satisfacer las demandas de su nuevo entorno. La conducta de la persona puede fluctuar durante este periodo de ajuste.

Gráficos Similares Indican Poca Necesidad de Adaptación o Cambio

Una persona que percibe que las demandas de su entorno (Gráfico 1) son similares a las naturales o instintivas (Gráfico 2), no tendrá la necesidad de cambiar su auto-percepción (Gráfico 3). Esto puede deberse a alguno de estos factores:

- El perfil conductual que requiere el entorno actual es similar al perfil natural o instintivo de la persona.
- Esta persona controla lo que los demás demandan de ella.
- El comportamiento requerido por el entorno actual es diferente al natural de la persona. Sin embargo, en vez de alterar su comportamiento, esta persona ha elegido intensificar su propio estilo. Para realizar esto, probablemente la persona se ha rodeado de personas con estilos complementarios al suyo, para de esta forma crear un equipo con fortalezas combinadas.

Si calificativo de estilo Persuasor (ID)(ID) y el contenido de este informe se genera del Gráfico 3.

