DISCstyles™ Satış Rapor

Sample Report İçin Kişisel Rapor

Fokus: İş

05.11.2015

Your Company
LOGO
Appears Here

İçindekiler

DISCstyles Online Rapor Giriş 3

I.BÖLÜM KENDİNİZİ ANLAMAK

Genel Özellikler 4
Güçlü Yanlarınız: Örgüte ne katabilirsiniz 6
Motivasyonlarınız (İstekleriniz) ve İhtiyaçlarınız 7
Motivasyonlarınız: İdeal Çalışma Çevreniz 8
Stres Altında Sergilediğiniz Davranışlarınız ve İhtiyaçlarınız 9
İletişim Planları 10
Potansiyel Gelişme Alanları 13
Davranış Biçiminizin Özeti 14
Çalışma Taslağı: Uyarlanmış Biçim 15
Çalışma Taslağı: Doğal Biçim 16
Kişiselleştirilmiş eGrafikler 17
12 Entegre Edilmiş DISC Davranış Biçimleri İlişkileri 18
Davranış Kalıbı Görüşünüz 22
Satış Sürecinde İlişki Kurmak ve Yönetmek 23
1. Aşama: İlk Temasta Güven ve İlişki Kurmak 25
2. Aşama: Müşteri İhtiyacını Belirlerken İlişkiyi Yönetmek 26
3. Aşama: Müşteriye Çözüm Sunarken İlişkiyi Yönetmek 27
4. Aşama: Satışı Kapatırken İlişkiyi Yönetmek 28
5. Aşama: Müşteri Takibinde İlişkiyi Yönetmek 29
Her Satış Aşamasında Farklı Tarzlara Satış için Özet Tablo 30

II. BÖLÜM DISC STYLES UYGULAMASI

DISC Styles 31
Şimdi Ne Olacak? 32
Ek DISC Kaynakları 33
Sorumluluk Reddi 34

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

DISCstyles™ Online Rapor Giriş

DISC Online Değerlendirmeye katılma kararınızdan dolayı sizi tebrik ediyoruz.

Pek çoğumuz kendimize nasıl davranılmasını istiyorsak başkalarına karşı da öyle davranmamız gerektiği erdemine inanarak büyüdük — Altın Kural. Ama kısa süre sonra Dr. Tony Alessandra'nın Platinyum Kural® diye adlandırdığı başka bir pratik kuralla yaşanabileceğini fark ettik — Başkalarına ONLAR kendilerine nasıl davranılmasını istiyorsa öyle davran.

Bu kişiselleştirilmiş ve kapsamlı DISC raporu ile, kendinize daha iyi bir benlik kazandırmaya ve daha olgun ve verimli davranmanıza yardım edecek araçlara sahip olacaksınız. Ardından, bir yandan doğal güçlü yanlarınızın daha fazlasını geliştirecek ve kullanacaksınız, diğer yandan da zayıf yanlarınızı tanıyacak, iyileştirecek ve bunlar üzerinde değişiklikler yapacaksınız. Bu rapor değerler ya da yargılarla ilgilenmiyor. Bunun yerine, davranışınızı etkileyen doğal eğilimleriniz üzerine yoğunlaşıyor.

DISC Online Sistemimiz, her biçimin sergilediği dürüstlük ve açıklık ölçeklerini kullanarak dışsal, gözlenebilir davranış kalıplarına odaklanır. Çünkü bizler bu dışsal davranışları görür ve duyarız, böylece insanları "okumak" daha kolay olur. Bu model basit, pratik ve hatırlaması ve kullanımı kolaydır. Her biçimin özeti için bu raporun Dört Temel DISCstyles İnceleme Tablosu bölümüne bakınız.

DAVRANIŞ BİÇİMLERİ

Çağdaş araştırma gibi tarihsel araştırmanın da ortaya çıkardığı gibi davranışsal farklılıklarımızın bir dizi çeşitli modelleri bulunmaktadır, ama pek çoğu bir ortak konuyu paylaşırlar: davranışı dört temel kategoride gruplandırırlar. *DISCstyles Sistemi* her biçimin sergilediği dürüstlük ve açıklık ölçeklerini kullanarak *dışsal, gözlenebilir* davranış kalıplarına odaklanır. Bunun için aşağıdaki tabloya bakınız. Çünkü bizler bu dışsal davranışları görür ve duyarız, böylece insanları "okumak" daha kolay olur. Bu model basit, pratik ve hatırlaması ve kullanımı kolaydır. Her biçimin özeti için bu raporun 24. Sayfasına bakınız.

BİÇİMLER	EĞİLİMLER
Dominant	Yönetme ve koruma eğilimi
İz Bırakan	Yönetme ve açık olma eğilimi
Sadık	Dolaylı ve açık olma eğilimi
Ciddi	Dolaylı ve koruma eğilimi

BU RAPOR NASIL KULLANILMALI

Söz konusu bu DISC raporu iki bölüme ayrılır. **I. Bölüm** DISC biçim özelliklerinizi anlamaya yoğunlaşır. Lütfen şunu unutmayın, "en iyi" davranış biçimi diye bir şey yoktur. Her davranış biçimi, kendi eşsiz güçlü yanlarına ve gelişmeyi ve büyümeyi devam ettirmek için fırsatlara sahiptir. Bu raporda belirtilen tüm davranış tanımları yalnızca davranış biçimi grubunuzun eğilimleridir ve kişisel olarak özellikle size uygulanabilir de uygulanmaya bilirde. Raporun **II. Bölümü** **http://tinyurl.com/kege7j8** adresine giderek DISC eÇalışmakitabını indirebileceğiniz yerdir. Bu eÇalışmakitabı, görsel ve sözel olarak diğer bir insanın davranış biçimini tanımlamaktan, herhangi bir DISC davranış biçimi ile "bağlantılı" olarak kendi davranışınızı nasıl adapte edeceğinize kadar DISC konseptinin diğerleri ile nasıl kullanılması gerektiği üzerine odaklanır.

UYUM YETENEĞİ

Davranış biçiminizi anlamaya ek olarak, söz konusu bu rapor belli bir işin ya da müşterinin gerekliliklerini yerine getirmek için davranış biçiminizin güçlü yanlarına uygulayabileceğiniz ya da davranış biçiminizin zayıflıklarını değiştirebileceğiniz yollar sunacaktır. Buna uyum yeteneği denir. Sosyal bilimciler bunu "sosyal zekâ" olarak adlandırmaktadırlar. Bugünün dünyasında başarılı olmak için, son zamanlarda Entelektüel Zekanız (IQ) kadar sosyal zekanızın da nasıl aynı şekilde önemli olduğu üzerine epey bir şey yazılıp çizildi. Bazı durumlarda, sosyal zeka IQ'dan daha da önemlidir.

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

I. Bölüm Kendinizi Anlamak

Genel Özellikler

Aşağıda yer alan yazı davranışsal eğilimlerinize genel bir bakış olarak sunulmuştur. Sonuçlarınızı anlamak ve yansıtmak için bir çerçeve sunan raporun belli aşamalarını sunmaktadır. Bizler ara sıra bazı özel fikirler sunmaktayız, böylece sizler kişisel başarınızı en yüksek seviyeye çıkarmak için mümkün olan her zaman güçlü yanlarınızı destekleyebilirsiniz.

Sizin skorunuza sahip kişiler, aşırı kontrolcü olmadan sosyal açıdan dengeli kişilerdir. İçten ve doğal olarak algılanan bir biçimde güveninizi ve dengenizi sergiliyorsunuz. Başkalarının bunu farkında olması size güven ve inandırıcılık oluşturma konusunda kolaylık sağlar.

Cevaplarınız empatik bir dinleme tarzınız olduğunu gösteriyor. Bildiğiniz gibi, bu nadiren görülen bir yetenektir. Bazı dinleme becerileri öğretilebilir, ama sizin gösterdiğiniz içten dinleme doğuştan gelir.

Başkaları sizin tavsiyelerinize ve desteğinize başvurabilir. Bu sizi onların ihtiyaçlarına duyarlı biri olarak görmelerinden ve sizin istikrarlı ve doğru bir bakış açısı sunuyor olmanızdan kaynaklanıyor. Fikirlerine ve yorumlarına güvenilen bir koç ya da danışman olarak algılanabilirsiniz. Kendi görevlerinizi tamamlamanıza engel olmadığı sürece bu iyi bir özelliktir.

Bencil biri değilsiniz ve başkalarının ihtiyaçlarına karşı duyarlısınız. Bu, koşullara bağlı olmayan, gizli ajandalar ya da güdüler içermeyen ender bir cömertlik tarzıdır. Sizin skorunuza sahip kişiler başkalarına yardım etmek için doğal bir istek duyarlar. Bu işin olumlu tarafıdır. Olumsuz tarafı ise, herkese yardım etmek için çabalarken zayıf biri gibi görünmediğinizden emin olmak üzere kendinizi gözlemlemeniz gerekliliğidir.

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

Genel Özellikler (devam)

Yüzeysel ve kısa dönemli ilişkilerdense uzun dönemli ilişkiler kurmayı tercih edersiniz. Bu özelliğiniz, istikrarlı bir yaşam sürme tercihinizden kaynaklanıyor olabilir ve uzun dönemli ilişkiler size bu istikrarı sağlayabilir. Geçmişte kurmuş olduğunuz arkadaşlıklar ve ahbaplıklar sizin için çok önemlidir.

Yeni insanlarla kolaylıkla ve güvenle tanışma yeteneğine sahipsiniz. Bazı insanlar başkalarıyla tanışırken suskun olabilir, ama sizin sıcak ve rahat tarzınız yeni ahbaplıklar kurmanızı kolaylaştırıyor. Doğal iyimserliğiniz kibirli olarak algılanmadan kişisel güveninizi göstermenizi sağlıyor. Bir yandan kendinize güveninizi kontrol altında tutarken diğer yandan güven verebilmek nadir görülen bir yetenektir ve diğerleri bunu olumlu karşılama eğilimindedir.

Geniş bir yelpazede farklı tipte insanlarla iyi geçinmek için doğal bir yeteneğe sahipsiniz. Bu özelliğiniz insanlara duyduğunuz içten ilgi ve başkalarıyla çalışma konusundaki doğal sabrınızdan kaynaklanmaktadır. Başka şekilde işbirliği yapamayacak farklı tipte insanları biraraya getirebilirsiniz.

Kararlarınızı alırken bir yargıya varmadan önce tüm alternatifleri dikkatli bir şekilde dinleme eğilimindesiniz. Almış olduğunuz kararlar tepkisel ya da bir krize karşı verilen reaksiyonlar değildir. Aksine, tüm olası sonuçların değerlendirildiği üzerinde düşünülmüş kararlar alırsınız. Bu, aldığınız tüm kararların doğru olduğu anlamına gelmez, sadece bilinçli bir şekilde alınmış olduklarını gösterir.

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

GÜÇLÜ YANLARINIZ Örgüte Ne Katabilirsiniz

Güçlü yanlarınızın özelliklerini daha tutarlı bir şekilde sergileme eğilimindesiniz. Genellikle, bu nitelikler örgütünüzle birlikte verimliliğinizi zenginleştirme eğilimi gösterir. Çalışma Biçimi Tercihleri, bir işte çalıştığınızda ya da bir takım ya da aile projesi üzerinde birlikte çalıştığınızda yararlı iç görüler sağlar. Bunlar işinize katacağınız beceriler ve eğilimlerdir. En önemli iki güçlü yanları ve en önemli iki çalışma biçimi eğilimlerine göz atın ve bunları ***Davranış Biçiminizin Özeti*** *sayfasına geçirin.*

Güçlü Yanlarınız:

- İyi bir dinleyicisiniz.
- Güçlü iyimserliğiniz takımın hedefleri doğrultusunda motive olmasına yardımcı olur.
- Mükemmel dinleme tarzınız başkaları için gözlemlenecek ve takip edilecek bir rol model oluşturuyor.
- İnsan odaklı bir kişisiniz ve bunun sonucunda küçük gruplarda ya da büyük toplantılarda yeni insanlarla rahatlıkla sohbet edebilirsiniz.
- Çatışmaları kazan-kazan durumuna dönüşterecek şekilde müzakere edebilirsiniz.
- Takımdaki diğer insanlarla birlikte çalışarak ve onların çabalarını destekleyerek hedeflere ulaşmayı başarırsınız.
- Takımın hedeflerine ve amaçlarına ulaşması için çok çalışırsınız.

İşe Katacağınız İş Davranış Biçimi Eğilimleriniz:

- Takımdaki diğer kişiler tarafından iyi bir dinleyici olarak algılanırsınız.
- Sabırlı ve nazik olmak ve hem şirket içi hem de şirket dışı paydaşlarla iyi niyetli bir çalışma ortamı yaratmak için güçlü bir gereksinim duyarsınız.
- Takımda sizinle eş pozisyonlardaki kişiler için mükemmel bir öğretmen olma eğilimindesiniz.
- İyimser, mükemmel bir takım oyuncusu olmak için, motivasyon sahibi ve durumun kontrolünü elinde tutmayı tercih eden kişilerle çalışırken egonuzu geri plana atmayı becerebilen bir insansınız.
- Uzun dönemli projelerde çalışırken yüksek derecede sebatkar bir yaklaşım gösterirsiniz.
- İş yerinde fevri davranmazsınız ve bazen öfkenizi içinize atsanız da kolay kolay sinirlenmezseniz.
- Çalışma arkadaşlarınız bir projeyle ya da sorunla ilgili yardım istediğinde "hayır"dan çok "evet" deme eğilimindesiniz.

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

Motivasyonlarınız (İstekleriniz) ve İhtiyaçlarınız

Sizi ne motive eder? İnsanlar istedikleri şeylerle motive olurlar. Siz gerçekten ne istiyorsunuz? Davranışlarımız aynı zamanda ihtiyaçlarımızdan doğar. Her bir davranış biçiminin farklı ihtiyaçları vardır. Eğer bir kişi stres altındaysa, belki biraz yalnız başına kalmaya ihtiyacı vardır: bir diğeri etrafta pek çok insanın olduğu sosyal bir zamana ihtiyaç duyabilir. Her bir durum farklıdır ve basit bir şekilde kişilerin ihtiyaçlarını karşılar. İhtiyaçlarımız ne kadar iyi karşılanırsa, istenen seviyede performans göstermek daha kolaylaşır. En önemli iki motivasyonu (isteği) ve en önemli iki ihtiyacı inceleyin ve bunları ***Davranış Biçiminizin Özeti*** *sayfasına geçirin.*

Sizi motive Edenler:

- Yeni bir sürecin daha önce benzer uygulamalarda başarılı olduğuna dair kanıt.
- Aile faaliyetlerini destekleyen bir çalışma kültürü.
- Şirketle, takımla ve sorumluluk bilincine sahip kişilerle özdeşleştirilmek.
- Farklı insanlarla birarada bulunmak ve sohbet etmek için esneklik.
- Demokratik bir liderlik süreci izleyen yönetici, müdür ya da yönetim kurulu.
- Kişilerarası ilişkiler sunan projeler ve görevlendirmeler ve şirket içi ve şirket dışı paydaşlara yardım etme fırsatı.
- Takımın ve şirketin olumlu ve destekleyici bir üyesi olarak kabul edilmek.

Sizin Gibi Yapıya Sahip İnsanların İhtiyaç Duydukları:

- Sohbete ve sosyalleşmeye daha az zaman ayırarak görevlere daha fazla odaklanmak.
- Takım projelerinin bitiş tarihlerini belirlerken daha gerçekçi ve zorlayıcı olmak.
- Zayıf biri olarak görünmemek için daha sık hayır demeyi öğrenmek.
- Baskı altında olumlu ruh halinin ve iyimserliğin korunması için teşvik etmek.
- Takıma ya da şirketin bütününe aidiyet hissi.
- Karar alma konusunda aciliyet bilincini artırmak.
- Şirket içi projeler ve girişimlerle ilgili bilgilendirmelerde iletişim zincirinin içinde bulunmak.

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

MOTİVASYONLARINIZ ideal Çalışma Çevreniz

Herkes motive olur… bununla birlikte, herkes motivasyon gücünü başka birilerinin nedenlerinden değil de kendi nedenlerinden alır. Kendi motivasyonlarınızı anlayarak, kendinizi en çok motive edebileceğiniz bir çevre yaratabilirsiniz. En önemli iki çevre faktörünü inceleyin ve bunları ***Davranış Biçiminizin Özeti*** *sayfasına geçirin.*

En Fazla Etkili Olabileceğiniz Çevreler:

- Olumlu tavırların ve iyimserlik ruhunun hakim olduğu verimli bir iş ortamı.
- Başkalarını profesyonel olarak geliştirmek ve onların birşeyler öğrenmesine yardımcı olmak için duyduğunuz doğal isteğin desteklendiği bir çalışma kültürü.
- Bireysel çabalarınızın desteklenmesi ve takdir edilmesi.
- Sistemler, süreçler ve geri planda çalışan insanlarla gurur duyulan bir çalışma kültürü.
- Öngörülebilir ve istikrarlı çalışma faaliyetleri ile çeşitlilik ve kontrollü değişim arasında denge.
- Çatışma, öfke, düşmanlık ve baskının yoğun olmadığı bir iş kültürü.
- Farklı insanlarla iletişimde bulunmayı ve çalışmayı gerektiren özel görevlendirmeler.

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

Stres Altında I'ın Davranış ve İhtiyaçları

Stres Altında Şu Şekillerde Görünebilirsiniz:

- Boşa zaman harcama
- Gerçekçi olmayan
- Yüzeysel
- Düşüncesiz
- Tutarsız

Stres Altında İhtiyaç Duyduklarınız:

- Dürtüler ve heyecanlar için daha hızlı tempo
- Aksiyon ve etkileşim
- İtibar kazanmak

Çatışma Halinde Tipik Davranışlarınız:

- I'lar olumsuzlukla karşılaştıklarında aşırı heyecanlı, düşüncesiz, iğneleyici, aşırı talepkar olarak görünebilirler ve gerçekleri ya da söylediğiniz herhangi bir şeyi hiçe sayabilirler.
- Eğer bir çatışma ısrarla devam ederse ya da öfkeleri artarsa karşılarındaki kişiye ağır bir sözlü atakla saldırabilirler. Bu davranışları diğerlerinin normal davranışlarına hiç benzemediği için onları ürkütebilir.
- Bu öfke genellikle kendilerine karşı yapılan kişisel bir saldırıya cevap olarak ya da desteğine gerçekten güvendikleri birinin bu desteği vermemesi halinde ortaya çıkar. Tabii, I'lar görevlerle ilgili bir sorunu kişisel saldırı olarak yorumlayabilirler, özellikle onların problemin oluşmasına katkısıyla ilgiliyse.

Çatışmayı Azaltma ve Uyumu Artırma Stratejileri:

- I'ların bir çatışmayı yok saymadan çözümleyemeyeceğinin farkına varın. Beklentileri açıklığa kavuşturarak ve duygularını saptayarak ilişkinizi tehlikeye atmayın ya da birinin onayını kaybetmeyin. Tabii ki, başkalarının cevaplarını dikkatle dinlediğinizden emin olun.
- I'ların yüksek sesle düşünme eğilimleri vardır. Bu "beyin fırtınası" fikirlerini, diğerleri gerçek taahhütler olarak algılarlar ve yerine getirilmeyince hayal kırıklığına uğrarlar. Bu yüzden, sadece yüksek sesle düşündüğünüz ve aksiyon taahhüt etmediğiniz zamanlarda bunu diğerleriyle paylaşın.
- Başkalarının beklentilerini ve taahhütlerini aydınlığa kavuşturmak için zaman harcayın. Başkalarının ne yapacağına dair varsayımlarda bulunmayın. Her zaman spesifik bir taahhüt alın.

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

Diğerleri için İletişime Dair İpuçları ve Planlar

Aşağıdaki öneriler sizinle etkileşime geçenlere iletişim tercihlerinizi anlama ve bunların farkında olmalarına yardım edebilir. Bu bilgiyi etkili bir şekilde kullanmak için, başkaları ile paylaşın ve aynı şekilde diğerlerinin de tercihlerini tartışın.

*Diğerlerinin sizinle iletişime geçtiği zamanlardaki (yapılması ve yapılmaması gerekenler) en önemli iki fikri inceleyin ve bunları **Davranış Biçiminizin Özeti** sayfasına geçirin.*

Sample ile İletişim Kurarken, YAPILMASI GEREKENLER:

- Katılımcı olun ve hem insanlar hem de hedefleri hakkında olumlu konuşmalar yapın.
- Kısa bir kişisel yorumla başlayarak buzları kırın.
- İletişimi sonlandırırken aksiyonları planladığınızdan ve sonraki adımları net bir şekilde belirlediğinizden emin olun.
- Yorumlarını ve kararlarını teşvik edin.
- İnsanlarla ve spesifik görevlerle ilgili fikirlerini sorun.
- Samimi, açık ve sabırlı olun.
- Onunla samimiyetle alakadar olun.

Sample ile İletişim Kurarken, YAPILMAMASI GEREKENLER:

- Fikri ya da planı sonrasında destek vermeden kendi haline bırakmak.
- Aşırı derecede görev odaklı olmak.
- Kişiye yönelik olmamak ya da yargılayıcı olmak
- Ona yukardan bakmak.
- Onu anlaşmak için zorlamak ya da kandırmak.
- Mesajınızda kaba ya da tutarsız olmak.
- Kararları havada bırakmak. - Tüm karar noktalarının değerlendirildiğinden ve sonuçlar için aksiyon planlandığından emin olun.

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

DOMiNANT Davranış Biçimi ile İletişim Planı

ÖZELLİKLERİ	VE SİZ…
#1 Olmakla ilgilenir	Onlara nasıl kazanıldığını, yeni fırsatları gösterirsiniz
Mantıklı düşünür	Muhakeme gücünü sergilersiniz
Gerçekleri ve önemli noktaları görmek ister	Kısa ve öz veriler sağlarsınız
Sonuç konusunda çabalar	Hedefler ve sınırlar konusunda hem fikir olur, destekler ya da insanların yolundan çekilirsiniz
Kişisel seçimleri sever	Sınırlılıklar içinde “insanlara kendi şeylerini yapma” olanağı sağlarsınız
Değişiklikleri sever	Rutininizi değiştirirsiniz
Görev vermeyi tercih eder	İnsanların iş yükü odağı üzerinde değişiklik yapmak için fırsatlar ararsınız
Diğerlerinin başarıları görmesini ister	İnsanların yaptıklarını takdir edersiniz
Sorumluluk almak ister	Uygun olduğunda diğerlerinin görevi devralmasına olanak verir, ama parametreler koyarsınız
Çatışmaya yatkındır	Gerekliyse, anlaşmazlık konuları üzerindeki görüşleri tartışır, bunları gerçeklerle desteklersiniz: “kişilik” temelinde tartışmaya girmezsiniz

İZ BIRAKAN Davranış Biçimi ile İletişim Planı

ÖZELLİKLERİ	VE SİZ…
Onay ve dış görünüşle ilgilenir	Onlara hayran olduğunuzu ve onları sevdiğinizi gösterirsiniz
Coşkulu insanları ve durumları arar	İyimser davranır ve canlı ortamlar sağlarsınız
Duygusal düşünür	Mümkün olduğunda hislerini desteklersiniz
Genel beklentileri bilmek ister	Küçük detaylardan kaçınır, “büyük resme” odaklanırsınız
Dahil olma ve insanlarla iletişim ihtiyacındadır	Onlarla etkileşime geçer, onlara katılırsınız
Değişiklikleri ve yenilikleri sever	Rutini değiştirir; onlar nezdinde uzun süreli tekrar isteyen şeylerden kaçınırsınız
İnsanların BUNLARI fark etmesini ister	Onları kişisel olarak ve sıklıkla takdir edersiniz
Sıklıkla organize olma konusunda yardıma ihtiyacı vardır	Beraber yaparsınız
Hareket ve teşvik arar	Hızlı, canlı bir tempo tutturursunuz
Kendilerini iyimserlikle çevirirler	İnsanların fikirlerini destekler ve hayallerinde bir delik açmazsınız; onlara olumlu yanınızı gösterirsiniz
“İyi göründükleri” konusunda dönüt isterler	İnsanların başarılarından, ilerlemesinden ve diğer samimi takdirlerinizden bahsedersiniz

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

SADIK Davranış Biçimi ile İletişim Planı

ÖZELLİKLERİ	VE SİZ…
Kararlılıkla ilgilenir	Fikrinizin riski nasıl minimize ettiğini gösterirsiniz
Mantıklı düşünür	Muhakeme gücünü sergilersiniz
Belgelendirme ve gerçekleri ister	Veri ve kanıt sağlarsınız
Kişisel katılımı sever	Onlara karşı ilginizi gösterirsiniz
Bir biri ardına gelen şeyleri adım adım bilmek ister	Kişisel olarak "en ince detayına kadar incelediğiniz" için taslak ve/ya da bir-iki-üç açıklama sağlarsınız
Sabırlı tahammül güçlerini diğerlerinin fark etmesini ister	İstikrarlı iş bitirmelerinden dolayı onları takdir edersiniz
Risk ve değişikliklerden kaçınır	Kişisel güvenceler verirsiniz
Çatışmayı sevmez	Agresif davranmaz, ortak çıkara ya da gereken desteğe yoğunlaşırsınız
Diğerlerine uyum sağlar	Hizmet etmeleri ya da diğerlerini desteklemeleri için onlara imkan tanırsınız
Huzur ve barış arar	Rahatlatıcı, arkadaşça bir atmosfer sağlarsınız
Takım çalışmasını sever	Bir işbirliği yapan grup sağlarsınız
Takdir edildiklerine dair samimi dönüt ister	Uygun olduğunda insanların anlayışlı tavırlarını ve yardım sever çabalarını takdir edersiniz

CİDDİ Davranış Biçimi ile İletişim Planı

ÖZELLİKLERİ	VE SİZ…
Sert yaklaşımlarla ilgilenir	İnsanlara dolaylı, tehdit teşkil etmeyen bir şekilde yaklaşırsınız
Mantıklı düşünür	Muhakeme gücünü gösterirsiniz
Veri arar	İnsanlara yazılı veriler verirsiniz
Süreci bilmek ister	Açıklama ve mantıksal gerekçeler sunarsınız
İhtiyatlılığı elden bırakmaz	İnsanların düşünmesine, araştırmasına olanak verir ve karar vermeden evvel insanları kontrol edersiniz
Kendi başlarına iş yapmayı tercih ederler	Görev verdiğinizde, insanların karar vermeden önce süreçlere, diğer gelişmelere ve performansa göz atmalarına izin verirsiniz
Hatasızlıklarını diğerlerinin fark etmesini isterler	Uygun olduğunda onları mükemmelliklerinden ve doğruluklarından dolayı tebrik edersiniz
Kalite kontrolüne yönelirler	Mümkün olduğunda süreci değerlendirmelerine ve sürecin içinde yer almalarına izin verirsiniz
Çatışmadan kaçınırlar	İhtiyacınız olabilecek açıklama ve desteği nazik bir şekilde istersiniz
Doğru olmak durumundadırlar	Mevcut sınırlar içinde en iyi ya da "doğru" cevabı bulmaları konusunda onlara zaman sunarsınız
Düşünüp taşınmayı severler	Onlara "niçin" ve "nasıl" olduğunu söylersiniz

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

Potansiyel Gelişme Alanları

Herkesin bir takım olası güçlükleri, sınırlılıkları ve zayıflıkları bulunmaktadır. Çoğu kez zayıflık olmaya başlayan basit bir şekilde, güçlü yanlarınızın aşırı gerilmesidir. Örneğin, Patron D'nin yönetimi belli çevrelerde güçlü bir yan olabilir, ama aşırıya gittiğinde otoriter olma eğilimi gösterebilir.

Kendinizi iyileştirmeye adadığınız iki en önemli alana göz atın ve bunları ***Davranış Biçiminizin Özeti*** *sayfasına geçirin.*

Potansiyel Gelişme Alanları:

- İnsanlara iradenizi zorla dayatmak istemediğiniz için talimat verirken dolaylı olabilirsiniz.
- Size bağlı kişileri gücendirmekten korktuğunuz için onları düzeltmekten ve disipline etmekten çekinebilirsiniz.
- Sizi eleştirenlere karşı kin besleyebilirsiniz.
- Bir projenin verimlilik boyutuna daha az ilgi gösterebilir ve insani boyutuna daha fazla vurgu yapabilirsiniz.
- Zaman yönetimi konusunda, örneğin daha zorlayıcı bitiş tarihleri belirlemekte koçluk almaya ihtiyaç duyabilirsiniz.
- Her durumun insan boyutunu irdeleme eğiliminizin sonucunda hızlı karar almakta zorluk yaşayabilirsiniz.
- Yapıcı bir eleştiriyi kişisel algılama eğiliminde olabilirsiniz ve eleştirinin konuyla ilişkisine olan odağınızı kaybedebilirsiniz.

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

Sample Report'ın Davranış Biçiminin Özeti

İletişim iki yönlü bir süreçtir. Kendi DISCstyles Online Değerlendirmelerini tamamlamak için diğerlerini teşvik edin ve ardından Özet Sayfalarını birbirleri ile paylaşmaları konusunda cesaret verin. Birlikte çalıştığınız, birlikte sosyalleştiğiniz ve birlikte yaşadığınız insanların tercihlerini, ihtiyaçlarını ve isteklerini tartışarak, söz konusu ilişkileri zenginleştirebilir ve yalnızca DISCstyles bilgisini anlayıp uygulayarak eskiden stresli olmuş olan bir ilişkiyi verimli bir ilişkiye dönüştürebilirsiniz. Bu raporun önceki sayfalarının yardımı ile aşağıdaki sayfayı doldurun.

GÜÇLÜ YANLARINIZ: ÖRGÜTE NE KATABİLİRSİNİZ

1._____

2._____

ÇALIŞMA BİÇİMİ EĞİLİMLERİNİZ

1._____

2._____

MOTİVASYONLARINIZ (İSTEKLERİNİZ)

1._____

2._____

İHTİYAÇLARINIZ

1._____

2._____

MOTİVASYONLARINIZ: İDEAL ÇALIŞMA ÇEVRENİZ

1_____

2._____

İLETİŞİMDE YAPILMASI VE YAPILMAMASI GEREKENLER

1._____

2._____

POTANSİYEL GELİŞME ALANLARI

1._____

2._____

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

KELİME ŞEMASI Uyarlanmış Davranış Biçimi

DISC duygu ve davranışların ne "iyi" ne de "kötü" olmadığı görüşüne dayanan gözlenebilir "ihtiyaç-odaklı" bir araçtır. *Bundan ziyade, davranışlar, özünde davranışlarımızı motive eden ihtiyaçları açığa vururlar. Bu nedenle, bir defa tam olarak herhangi bir kişinin hareketini gözlemlediğimizde, söz konusu bu kişinin motivasyonlarını ve ihtiyaçlarını "okumamız" ve tahmin etmemiz daha kolaylaşır. Bu da bizim insanları neyin memnun ettiğini ve neyin etmediğini tahmin etmemize olanak sağlıyor, bu da ilişkileri iyileştiriyor ve daha uyumlu ve verimli iş yeri meydana geliyor. Bu tablo bir "Kelime Şaması" şeklinde sizin* ***UYARLANMIŞ DISC Grafiğinizi*** *göstermektedir. Bunu yaptığınız şeyleri neden yaptığınızı tanımlamak ve sıra Problemlere* ***H****akim Olmaya,* *diğer İnsanları* ***E****tkilemeye, Hızın* ***D****urağanlığına ya da Prosedürlere ve Kurallara* ***U****ymaya gelince sizin için neyin önemli olduğunu ifade etmek için örneklerle kullanın. Bu her bir* ***ODAK*** *alanında sizi harekete geçiren özel ihtiyaçlar (şimdi belki alışkanlıklar) hakkında daha fazlasını paylaşın. Sizin DISC puanınız 1 ve 2 seviyesinde mi? O zaman duygularınız ve ihtiyaçlarınız söz konusu alanda grafiği 5 ve 6 seviyesinde olanların karşıtıdır.*

	D	I	S	C
DISC Odağı →	**PROBLEMLER/GÖREVLER**	**İNSANLAR**	**HIZ (çevre)**	**SÜREÇLER**
İhtiyaçlar →	Çözüm için meydan okuma, Otorite	Sosyal ilişkiler, arkadaş canlısı çevre	Sistemler, takımlar, istikrarlı çevre	Takip edilecek kurallar, Analiz edilecek veriler İhtiyatlılık, dikkatli kararlar
Duygular →	Kararlı, risk-alan	İyimser, diğerlerine güvenme	Sabırlı, sakin	Eleştirilmek/ Hatasızlık ve nitelik kaybı
Korkular →	Sömürülme / kontrol eksikliği	Dışarda bırakılma/sosyal onay kaybı	Ani değişim/istikrar ve güven kaybı	
6	**eleştirel** **cesur** **talepkar** **kararlı** **otoriter** **ben merkezci**	**duygusal** **hevesli** **girişken** **çarpıcı** **iyimser** **ikna edici**	**yatıştırıcı** **sadık** **sabırlı** **huzurlu** **dingin** **takım oyuncusu**	**dikkatli** **tutucu** **mükemmeliyetçi** **araştırmacı** **kesin** **sistematik**
5	**maceraperest** **risk alan** **direkt** **zorlayıcı**	**çekici** **etkileyici** **sosyal** **güvenen**	**tutarlı** **işbirlikçi** **sahiplenen** **rahat**	**dürüst** **kibar** **odaklanan** **yüksek standartlı**
4	**iddialı** **rekabetçi** **azimli** **güvenli**	**güvenilir** **arkadaş canlısı** **cömert** **hazır**	**kendi halinde** **düşünceli** **istikrarlı** **sebatkar**	**analitik** **düzenli** **hassas** **titiz**
3	**hesaplanmış riskler** **ölçülü** **sorgulayan** **mütevazi**	**kontrollü** **seçici** **akılcı** **düşünceli**	**tetikte** **hevesli** **esnek** **devingen**	**dediğim dedik** **kendini üstün gören** **fikrinden dönmeyen** **ısrarcı**
2	**ılımlı** **fikir birliği arayan** **ketum** **fayda zarar ölçen**	**dalgın** **gerçekçi** **mantıklı** **çekingen**	**hoşnutsuz** **enerjik** **kıpır kıpır** **aceleci**	**özerk** **bağımsız** **sabit** **inatçı**
1	**katılımcı** **tedbirli** **tutucu** **irdeleyici** **alçak gönüllü** **bastırılmış**	**içgörülü** **kötümser** **sessiz** **endişeli** **ağzı sıkı** **şüpheci**	**aktif** **değişim odaklı** **kusur bulan** **sabırsız** **vesveseli** **spontan**	**keyfi** **küstah** **korkusuz** **dik kafalı** **asi** **iğneleyici**

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

KELİME ŞEMASI Doğal Davranış Biçimi

DISC duygu ve davranışların ne "iyi" ne de "kötü" olmadığı görüşüne dayanan gözlenebilir "ihtiyaç-odaklı" bir araçtır. *Bundan ziyade, davranışlar, özünde davranışlarımızı motive eden ihtiyaçları açığa vururlar. Bu nedenle, bir defa tam olarak herhangi bir kişinin hareketini gözlemlediğimizde, söz konusu bu kişinin motivasyonlarını ve ihtiyaçlarını "okumamız" ve tahmin etmemiz daha kolaylaşır. Bu da bizim insanları neyin memnun ettiğini ve neyin etmediğini tahmin etmemize olanak sağlıyor, bu da ilişkileri iyileştiriyor ve daha uyumlu ve verimli iş yeri meydana geliyor. Bu tablo bir "Kelime Şaması" şeklinde sizin* ***DOĞAL DISC Grafiğinizi*** *göstermektedir. Bunu yaptığınız şeyleri neden yaptığınızı tanımlamak ve sıra Problemlere* ***H****akim Olmaya,* *diğer İnsanları* ***E****tkilemeye, Hızın* ***D****urağanlığına ya da Prosedürlere ve Kurallara* ***U****ymaya gelince sizin için neyin önemli olduğunu ifade etmek için örneklerle kullanın. Bu her bir* ***ODAK*** *alanında sizi harekete geçiren özel ihtiyaçlar (şimdi belki alışkanlıklar) hakkında daha fazlasını paylaşın. Sizin DISC puanınız 1 ve 2 seviyesinde mi? O zaman duygularınız ve ihtiyaçlarınız söz konusu alanda grafiği 5 ve 6 seviyesinde olanların karşıtıdır.*

	D	I	S	C
DISC Odağı →	**PROBLEMLER/GÖREVLER**	**İNSANLAR**	**HIZ (çevre)**	**SÜREÇLER**
İhtiyaçlar → **Duygular →** **Korkular →**	Çözüm için meydan okuma, Otorite Kararlı, risk-alan Sömürülme / kontrol eksikliği	Sosyal ilişkiler, arkadaş canlısı çevre İyimser, diğerlerine güvenme Dışarda bırakılma/sosyal onay kaybı	Sistemler, takımlar, istikrarlı çevre Sabırlı, sakin Ani değişim/istikrar ve güven kaybı	Takip edilecek kurallar, Analiz edilecek veriler İhtiyatlılık, dikkatli kararlar Eleştirilmek/ Hatasızlık ve nitelik kaybı
6	**eleştirel** **cesur** **talepkar** **kararlı** **otoriter** **ben merkezci**	**duygusal** **hevesli** **girişken** **çarpıcı** **iyimser** **ikna edici**	**yatıştırıcı** **sadık** **sabırlı** **huzurlu** **dingin** **takım oyuncusu**	**dikkatli** **tutucu** **mükemmeliyetçi** **araştırmacı** **kesin** **sistematik**
5	**maceraperest** **risk alan** **direkt** **zorlayıcı**	**çekici** **etkileyici** **sosyal** **güvenen**	**tutarlı** **işbirlikçi** **sahiplenen** **rahat**	**dürüst** **kibar** **odaklanan** **yüksek standartlı**
4	**iddialı** **rekabetçi** **azimli** **güvenli**	**güvenilir** **arkadaş canlısı** **cömert** **hazır**	**kendi halinde** **düşünceli** **istikrarlı** **sebatkar**	**analitik** **düzenli** **hassas** **titiz**
3	**hesaplanmış riskler** **ölçülü** **sorgulayan** **mütevazi**	**kontrollü** **seçici** **akılcı** **düşünceli**	**tetikte** **hevesli** **esnek** **devingen**	**dediğim dedik** **kendini üstün gören** **fikrinden dönmeyen** **ısrarcı**
2	**ılımlı** **fikir birliği arayan** **ketum** **fayda zarar ölçen**	**dalgın** **gerçekçi** **mantıklı** **çekingen**	**hoşnutsuz** **enerjik** **kıpır kıpır** **aceleci**	**özerk** **bağımsız** **sabit** **inatçı**
1	**katılımcı** **tedbirli** **tutucu** **irdeleyici** **alçak gönüllü** **bastırılmış**	**içgörülü** **kötümser** **sessiz** **endişeli** **ağzı sıkı** **şüpheci**	**aktif** **değişim odaklı** **kusur bulan** **sabırsız** **vesveseli** **spontan**	**keyfi** **küstah** **korkusuz** **dik kafalı** **asi** **iğneleyici**

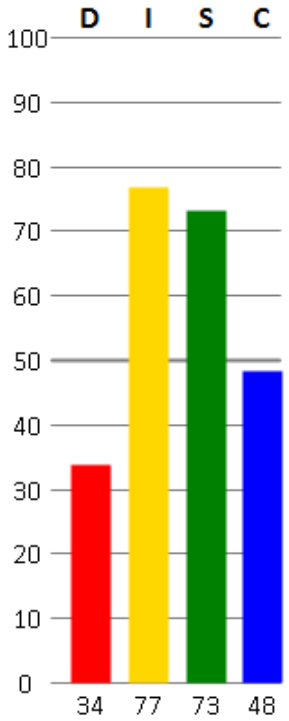
Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

Sample Report için DISCstyles eGrafikler

Uyarlanmış Davranış Biçimleriniz, seçtiğiniz İş odağında IS davranış biçim(ler)inin davranışsal özelliklerini kullanmaya eğilimli olduğunuza işaret eder. Doğal Davranış Biçimleriniz Isc davranış biçim(ler)inin davranışsal özelliklerini kullanmaya doğal olarak eğilim gösterdiğinize işaret eder.

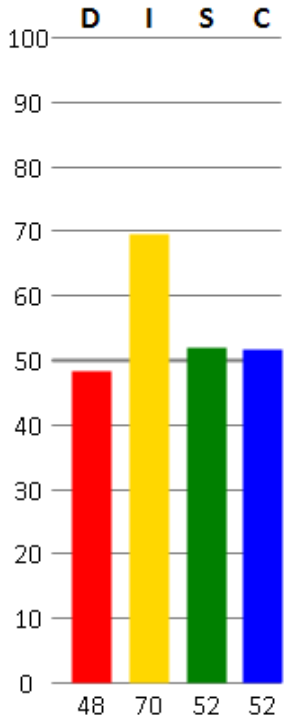
Uyarlanmış Davranış Biçimleriniz sol tarafta sergilenen grafiğinizdir. Seçtiğiniz odakta (iş, sosyal, aile) kullanmanız gerektiğini düşündüğünüz davranışsal eğilimlerin algılamasıdır. Bu grafik siz rol ya da durum değiştirdiğinizde değişebilir. Sağdaki grafik ise **Doğal Davranış Biçiminizdir** ve içgüdüsel davranışlarınızın ve motivasyonlarınızın yoğunluğuna işaret eder. Sıklıkla "gerçek sizin" ve "refleksle yapılan" içgüdüsel davranışlarınızın daha iyi bir göstergesidir. Bu ev ortamında rahat hissettiğinizde nasıl hareket ettiğinizle ilgilidir ve etkilemeye çalışmaz. Bu aynı zamanda stresli durumlarda nelerin oraya çıktığını gösterir. Bu grafikler farklı çevrelerde dahi oldukça tutarlı olma eğilimindedirler.

Uyarlanmış Davranış Biçimi - Grafik I

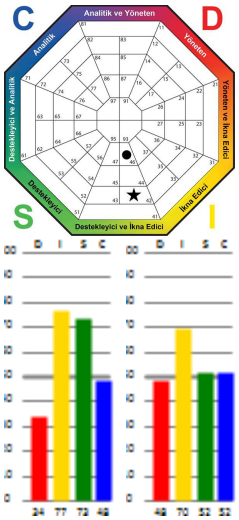


Şekil: IS (2553)
Odak: İş

Doğal Davranış Biçimi - Grafik I



Şekil: Isc (3544)



Uyarlanmış Doğal

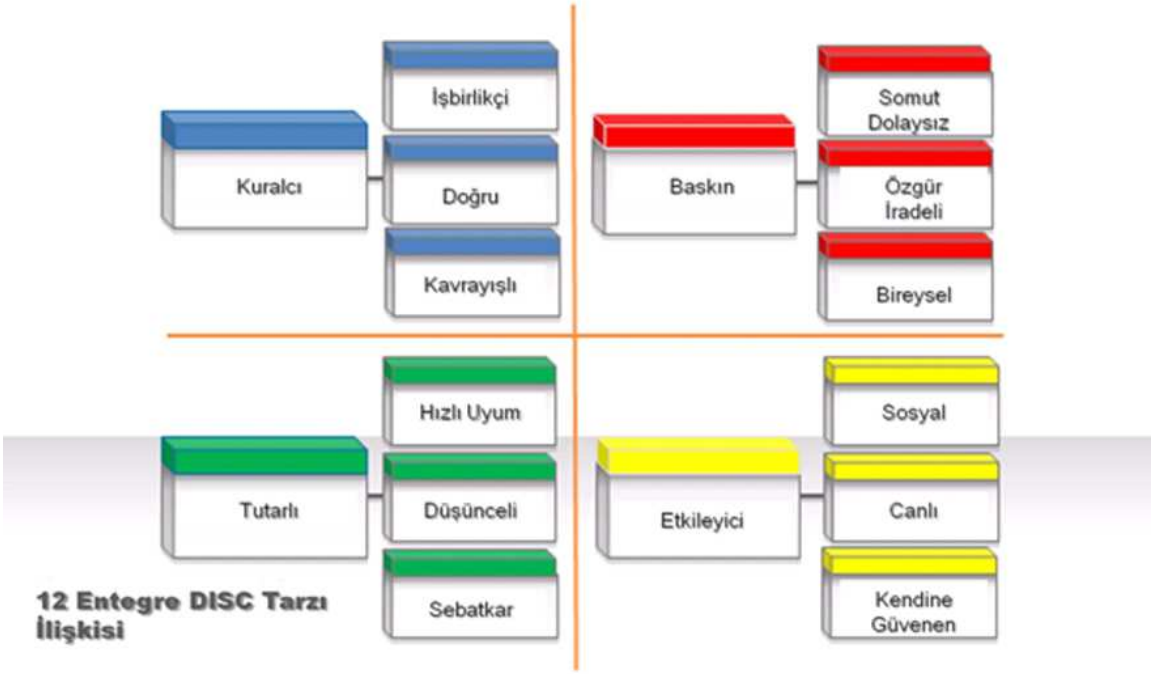
Eğer iki bar da benzer çıkarsa, söz konusu çevrede aynı doğal davranışları kullanmaya eğilimli olduğunuz anlamına gelir. Uyarlanmış Davranış Biçiminiz Doğal Davranış Biçiminizden farklıdır, bu eğer uzun bir süre sürerse strese neden olabilir. O zaman rahat ya da sizin için doğal olan davranışları kullanıyor olmazsınız.

Dört haneleri sayılar (grafiğin altındaki) DISC sırasındaki segment numaranızı gösterir ve Kelime Şeması sayfalarında belirtilen sıfatları dikte eder.

Grafiğinizde yüksek ya da düşük her bir D, I, S, C puanı, büyük ya da küçük ihtiyaç-temelli davranışlarınız işte ve diğerleri çevrenizdeyken sonuçlarınızı etkiler. Bir kez bunun farkına vardığınızda davranış biçiminizi buna uyarlayabilirsiniz. Değişebilir misiniz? Tabi ki! Bunu durumunuza bağlı olarak her gün yapıyorsunuz. Bununla birlikte, kalıcı davranışsal değişiklik yalnızca farkında olma ve pratikle meydana gelir. Davranışsal esneklik kazanmak için bu rapordaki Davranışsal Uyum Yeteneği Tablolarını kullanarak çalışın ve pratik yapın. Daha fazla bilgi ya da kişisel destek için danışmanınızla iletişime geçin.

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

12 Entegre DISC Davranış Biçimleri İlişkileri



Bir bireyin davranış stilinin tamamının daha kapsamlı ve tam olarak anlaşılması için, her bir öncelikli dört DISC faktörünün (12) on iki entegre davranışı ortaya çıkarmak için nasıl etkileştiğini görüntüleyebilirsiniz.

Söz konusu bu (4) dört temel DISC faktörünü diğerleri ile karşılaştırdığınızda, bir grup (12) on iki bireysel davranış faktörü tanımlanabilir. Her bir kişi bu faktörlerden bazılarını diğerlerinden daha güçlü bir şekilde gösterecektir.

Bu (12) on iki faktörden her birine, doğal olarak söz konusu faktörü belli bir davranışla ilişkilendirmenize yardım etmek için spesifik bir tanımlayıcı(lar) saptanmıştır. Söz konusu bu (12) on iki faktörün göreceli etkileşimini belirleme ve ölçme yeteneği, insanın çalışma yeri davranışını daha iyi anlamak için DISC'in kullanılmasında ve uygulanmasında dramatik bir iyileşme sergiliyor.

Yoğunluk puanını görüntüleyerek bir kişinin tüm davranış stilinde bir faktörün gücünü ölçebilirsiniz. Yoğunluk, pek çok durumda oldukça sık bir şekilde gösterilen bir kişinin gözlenebilir doğal davranışlarına spesifik bir faktörün göreceli katkısının ölçülmesidir.

Düşükten (pek çok durumda yoktur) yükseğe (açık bir şekilde pek çok durumda sergilenir) (5) beş yoğunluk seviyesi vardır. Bu entegre davranışsal görüntüleme, insan davranışının bir bütün olarak anlaşılmasına katkıda bulunan bir iyileşmeyi temsil eder. Davranışlar düşüncemizi gün yüzüne nasıl çıkardığımızı tanımlar.

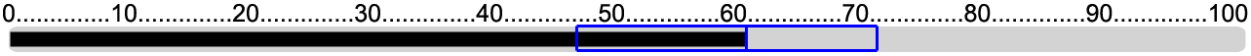
Bu güçlü yeni görüşü araç takımınıza eklemenizi ve insanların yaşamlarında diğer insanlarla iletişimlerini ve bağlantılarını nasıl ve niçin şekillendirdiğini anlamanıza destek olmak üzere kullanmanızı öneriyoruz.

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

Bu (12) on iki Entegre DISC ilişkileri listesi, (4) dört Öncelikli DISC davranışının diğerlerinin gördüğü ve deneyim ettiği sosyalleşmiş davranışları oluşturmak için nasıl birleştiğini ve çalıştığını ortaya serer. **Siyah barın** uzunluğu bir kişinin gözlenebilir davranış stilinin tamamındaki DISC faktörlerinin göreceli etkisini gösterir.

1. Sosyallik [Yüksek-Orta Yoğunluk]

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



Sosyallik skoru, doğrudan olma eksikliğinin kişinin sözlü ve sözsüz davranışlarına etkisinin yoğunluğunun ölçülmesidir. Sosyallik, uzlaşmacılığın, başkalarına yardım etmenin ve destek vermenin derecesini yansıtır. Aynı zamanda, hedeflerine ulaşmaları ve başarılı olmaları için yardım etme isteğini de tanımlar. Vurgu rutin işler yerine sosyal etkileşimlerdedir.

2. Özgüven [Orta Yoğunluk]

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

Özgüven skoru, türlü sosyal olaylar karşısında kişinin sosyal özgüveninin yoğunluğunun ölçülmesidir. Bu faktördeki yüksek skorlar bazen kendine fazla güvenmeye ve içinden geldiği gibi hareket etmeye neden olabilir.

3. Dışadönüklük [Orta Yoğunluk]

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

Dışadönüklük skoru, enerji ve ısrarın açıklıkla ifade edilme yoğunluğunu ölçer. Bu ilgi çekici tarz, yeni fikirlere ve güncel konulara ilgi duyar ve bu ilginin dışarıya gösterilmesi başkalarını etkilemenin kaynağı olabilir.

4. Uyumluluk [Orta Yoğunluk]

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

Uyumluluk skoru, kişinin yavaş ve istikrarlı bir tempoda çalışma kapasitesini ölçer. Bu faktör, aynı zamanda zor durumları tolere etmeye hazır olma derecesini de ölçer. Yüksek skorlar, başkalarıyla çalışırken alternatif çözümler üretme kapasitesini yansıtır.

5. Sistemsellik [Orta Yoğunluk]

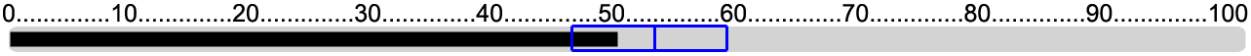
0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100

Sistemsellik skoru, çalışmalarına kılavuzluk etmesi için prosedürleri, sistemleri, kuralları ve yapıları kullanma yoğunluğunu gösterir. Bu kişiler saptanmış yönergelere bağlı kalırlar. Bu tarz, çatışmadan kaçınma ve başkaları tarafından desteklenen çözümler bulmak için çalışma eğilimindedir.

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

6. Sebat Etme [Orta Yoğunluk]

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



Sebat Etme skoru, görev üzerinde çalışmaya devam etme ve mevcut prosedür ve süreçleri destekleme yoğunluğunu ölçer. Bu faktördeki yüksek skorlar, değişime daha fazla direnç gösteren ve mevcut yöntemlere, yaklaşımlara sıkı sıkıya bağlanan bir tarzı yansıtır.

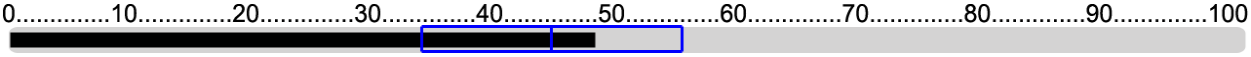
7. Algılama [Orta Yoğunluk]

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

Algılama skoru, bir kişinin mevcut şartlarının farkındalığının yoğunluğunu ölçer. Bu kişiler, problemlere, yanlışlıklara, hatalara ve prosedürlere karşı duyarlı ve tetikte olurlar. Bu davranış kişiye acil ihtiyaçları karşılama fırsatını verir. Bu faktördeki yüksek skorlar, öngörülen bir aksiyonu ya da çözümü fazlasıyla destekleyici görülebilir.

8. Benmerkezcilik [Orta Yoğunluk]

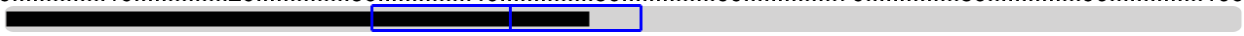
0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100



Benmerkezcilik skoru, problemleri, zorlukları ve fırsatları ele alırken kontrol edilmeksizin iddialı ve bağımsız yaklaşım sergilemenin yoğunluğunu ölçer. Yüksek benmerkezcilik skorları, hedeflerinin ve amaçlarının peşinde koşarken muhtemel kısıtlamalara kulak asmayacaklardır.

9. Sonuç Odaklılık [Orta Yoğunluk]

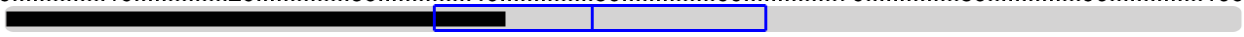
0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100



Sonuç Odaklılık skoru, aciliyet hissi ve tezcanlılığın etkisiyle hareket etme yoğunluğunun ölçülmesidir. Bu tarz, girişkenlik dürtüsü ile problemler, zorluklar ve fırsatlar karşısında aksiyon alma ihtiyacını kombine eder. Bu faktördeki yüksek skorlar, hedeflerine ulaşmak için azimle çabalarlar ve kendi gündemlerinin temposunu yakalayamayan kişilere karşı sabırsızlık gösterirler.

10. Düşüncelilik [Orta Yoğunluk]

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

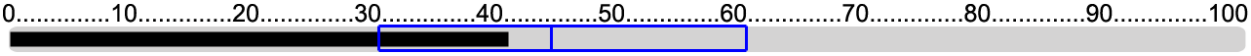


Düşüncelilik skoru, kişinin aksiyon almadan ve konuşmadan önce düşünme süresinin yoğunluğunun ölçümüdür. Yüksek skorlar işleri yaparken yüksek aciliyet hissi veya kesin aksiyonlar anlamına GELMEZ. Bu faktör mantık, veri ve gerçekçi analizleri vurgular. Kişinin harekete geçmeden önce aksiyonlarını ve planlarını dikkatle irdelemek için zaman harcama isteğini ölçer.

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

11. Doğruculuk [Orta Yoğunluk]

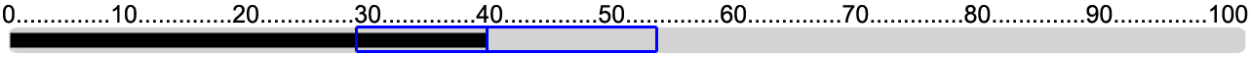
0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100



Doğruculuk skoru hatalardan kaçınma, yanlışsızlık, detaylara, düzene ve yöntemlere dikkat etme yoğunluğunu ölçer. Bu tarza sahip olan kişi, bir iddia öne sürmek için doğru kanıtları kullanmaya odaklanır ve karar alırken duygularına ve inançlarına güvenmektense kanıtların doğruluğunu değerlendirme eğiliminde olur.

12. Somutluk - Dolaysızlık [Düşük-Orta Yoğunluk]

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



Somutluk-Dolaysızlık skoru sonuçlara ulaşmak için doğrudan, direkt ve elle tutulur bir tarz kullanma yoğunluğunu ölçer. Bu tarz, kişinin bir ilişki odağını korurken görevleri önceliklendirebilme kapasitesini yansıtır. Bu davranıştaki yüksek skorlar, zor kararlar verebilme ve bu seçimlerin arkasında durabilme yeteneğini belirtir.

Yoğunluk Skor Anahtarı – DISC Style yoğunluğu birçok durumda başkalarıyla etkileşimde bulunup iletişime geçerken belirli bir davranışı göstermeye ne kadar yatkın olduğunuzu ölçer.

- **Düşük Yoğunluk** – Düşük yoğunluk skoru ÇOĞU durumda bu davranışın GÖZLEMLENMEYECEĞİNE işaret eder.
- **Orta Düşük** – Orta Düşük Yoğunluk skorları davranışın BAZI durumlarda BAZEN gözlemlenebilir olduğunu gösterir.
- **Orta Yoğunluk** – Orta Yoğunluk skorları davranışın “hafif” olduğunu belirtmez. Orta, davranışı esnek olduğunu ve belirli bir durumda gözlemlenip gözlemlenmeyeceğinin <u>değişken</u> olduğunu belirtmektedir.
- **Orta Yüksek** – Orta Yüksek skorlara sahip davranışlar birçok durumda sık sık gözlemlenir.
- **Yüksek Yoğunluk** - Yüksek Yoğunluk Skoru açıkça gözlemlenebilir, daha sık ortaya çıkar ve birçok durumda görülür.

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

Davranış Kalıbı Tablosu

DKT sekiz davranışsal bölgeye ayrılmaktadır. Her bir bölge farklı davranışsal özelliklerin kombinasyonundan oluşur. Kenarlarda bulunan tanımlayıcılar başkalarının sizin davranış biçiminize sahip olan bireyleri nasıl gördüklerini belirtmektedir. Şeklin kenarlarında bulunan harfler ise hangi faktörün diğer üç faktörü (DISC) domine ettiğini göstermektedir. Şeklin merkezine doğru ilerlediğinizde belirli bir davranışsal bölgede iki ve en sonunda da üç davranış özelliği bir araya gelerek davranış biçiminizi yumuşatmaktadır.

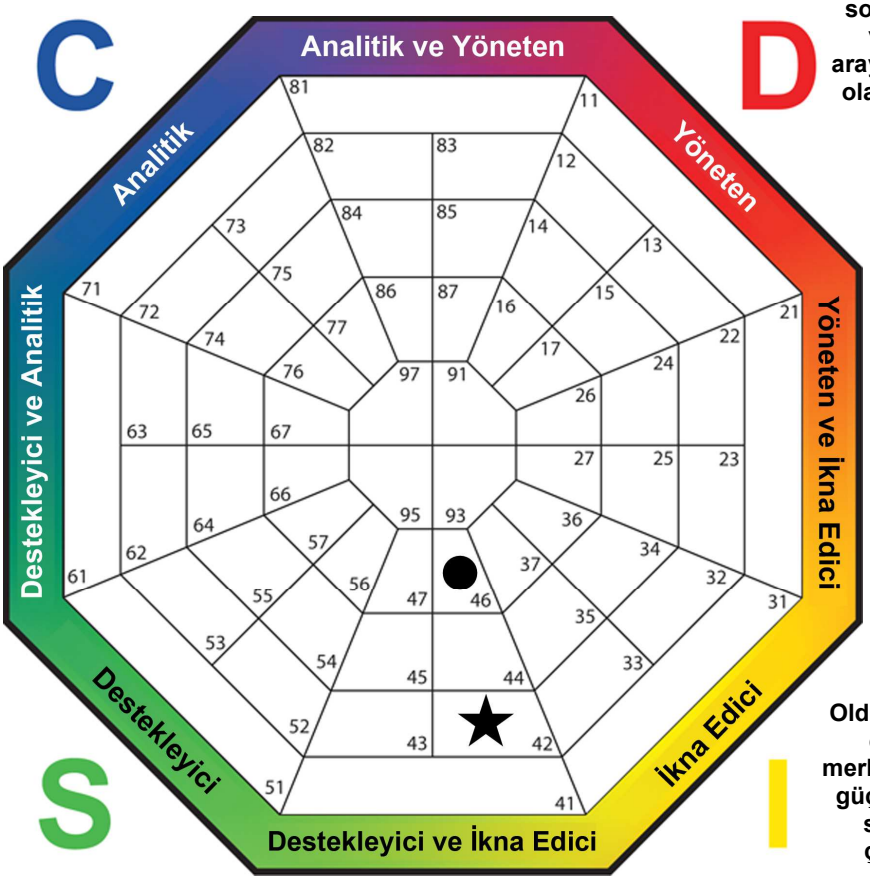
TABLO ANAHTARI

D = Dominant: Sorunlarla nasıl başa çıktığınız
I = İz Bırakan: Başka insanlarla nasıl başa çıktığınız
S = Sadık: Etkinlik seviyenizle nasıl başa çıktığınız
C = Ciddi: Ayrıntılar, doğruluk ve tutarlılık odağı ile birlikte "Organizasyon Kuralları" ile nasıl başa çıktığınız

Etkin, analitik, düzenli, gerçekçi, durumun ve sonuçlarının farkında, pratik ve yenilikçi.

Veri, rakam & analiz odaklı. Tutarlı & doğru. Yapının, Standartların & düzenin değerine inanır. "Kuralların" değerini bilir.

Kendinden emin, iddialı, sonuç odaklı, hızlı karar veren, yeni hedefler arayan, agresif ve sabırsız olabilir ve liderlik yapma arzusundadır.



Veri & Diplomasiyi dengeler ve değer verir, "Kuralları" bilir. Amaç odaklıdır, belirsizlik ve karmaşayı sevmez.

Hem kendinden emin, hem de ikna edici, yeni konseptleri benimsemeye yatkın, gidişata yön veren, yüksek enerjisi ve çabası ile oldukça dışa dönük olabilir.

Çok sabırlıdır & istikrarı ve yapıyı sever. Risk almaz; düzenli, sabit bir hızda ilerlemeyi sever.

Oldukça dışa dönük & ikna edici, oldukça insan merkezli, iyimser bakış açılı, güçlü iletişim becerilerine sahip, gün içerisinde çeşitlilikten hoşlanır.

● = **Doğal Davranış Biçimi**

★ = **Uyumlandırılmış Davranış Biçimi**

Destekleyici & İkna edici, iyi bir takım oyuncusu, iyi niyet oluşturur & iyi müşteri hizmetleri sunar

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

Satış Sürecinde İlişki Kurmak ve Yönetmek

Bir satış sürecinde 5 farklı aşama tanımlanabilir. Potansiyel müşterileri bu aşamalarda doğru yönlendirmek, hem onlar hem de sizin için olumlu sonuçlar verecektir.

1. Güven ve İlişki Kurmak: DISC tarzlarını anlamak, bir satış görüşmesinin ilk dakikalarında potansiyel müşteriniz üzerinde bırakacağınız izlenime olumlu etkide bulunacaktır. Bu kısa ve değerli süre, satış sürecinin olumlu ya da olumsuz seyrini belirleyecek en önemli zaman dilimidir. Bu zamanda potansiyel müşteriniz sizi tanımaya ve birlikte iş yapabileceği biri olup olmadığınızı anlamaya çalışmaktadır.

Potansiyel müşterinizle ilişki kurmaktaki amacınız iletişim kanallarınızı açmaya başlamaktır. En iyi satıcılar müşterilerini dinlemesini bilenlerdir. Etkin dinleme becerinizi geliştirirseniz her türlü ilişkinizin yoluna girdiğini göreceksiniz.

2. İhtiyaç Belirlemek: Bu aşamanın amacı müşterinin ihtiyaçlarını doğru anlamak ve bu ihtiyaçları karşılamak için sunulacak geçerli çözümler bulmaktır. Bunu başarabilmek için müşterilerinizin söylediklerini dinlemeli ve ihtiyacınız olan bilgiye ulaşmak için hangi doğru soruları sormanız gerektiğini bilmelisiniz.

Akılcı sorular sormak çok önemli bir satış becerisidir. Çok fazla soru sormanıza gerek yoktur, sadece doğru soruları sormanız gerekir. Soru sormak resim yapmaya benzer. Boş bir tuvalle işe başlarsınız, arka planı doldurursunuz ve genel fırça darbeleriyle resmin kabasını hazırlarsınız. Sonra ince fırça darbeleri ile detayları tamamlarsınız.

3. Çözüm Sunmak: Bu aşamada siz ve potansiyel müşteriniz, onun ihtiyaçlarını karşılayacak bir çözüm üretmek için işbirliği yaparsınız. Bu süreçte, müşterinizin fikirlerini alırsınız ve her ikinizin de aklına yatacak bir çözüme ulaşmak için kendi fikirlerinizle birleştirirsiniz. Bu karşılıklı fikir alışverişi, müşterinizle yer değiştirmek için bir fırsat olarak düşünülmelidir. Müşterinize şunu söylediğinizi hayal edin: “Sizinle yer değiştirsek, ürünlerim hakkında bildiğim her şeyi siz de biliyor olurdunuz ve ben de sizin işinizle ilgili bildiğiniz her şeyi biliyor olurdum. Ve şu an ikimiz de sizin ihtiyaçlarınız için en iyi çözümü biliyor olurduk.”

İşte sizin hedefiniz – potansiyel müşteriniz için ideal çözümü geliştirmenizi sağlayacak doğru bilgiye mümkün olduğunca çok yaklaşabilmek. Bu hedefi başarmak için müşterinizin yaptığı işi, sektörünün trendlerini ve zorluklarını tam olarak kavramanızı sağlayacak yeterli bilgi alışverişi yapmalısınız. Müşteriniz de sizin ürün ve hizmetleriniz hakkında mümkün olduğunca çok şey bilmeli ve bunların kendisine nasıl yardım edeceğini anlamalı. Bir çözüm sunarken, bu çözümü ihtiyaç belirleme aşamasında öğrendiğiniz müşterinizin ihtiyaçlarıyla ilişkilendirin ve nasıl işe yarayacağını açıklayın.

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

4. Satışı Kapatmak: Satışı kapatmak, DISC satıcıları için İhtiyaç Belirleme ve Çözüm Sunma aşamalarının doğal bir sonucudur. Satışın ilk üç aşaması olan Güven ve İlişki Kurma, İhtiyaç Belirleme ve Çözüm Sunma aşamalarında mükemmel bir iş çıkardıysanız, işi bitirdiniz demektir.

Satışı Kapatma aşaması, müşterinizle iş ortaklığı kurmakta çok kritik bir noktadır. DISC satıcıları süslü kapanış teknikleri kullanmazlar. Satışın tüm aşamalarında çalışmanız mümkün değil mi? O zaman anlaşmayı sağlama almak için kendi çıkarlarınızı düşünerek müşterinizi sömürün. Kulağa hiç mantıklı gelmiyor, değil mi?… Ve büyük olasılıkla bu teknik uzun dönemli müşteri ilişkileri kurmakta tek atışlık satışları basit bir biçimde kapatmaktan daha fazla işe yaramayacaktır.

5. Müşteri Takibi: Satıcıların en zayıf olduğu nokta satış sürecinin takip aşamasını yönetememeleridir. Çoğu satıcı, satış taahhüdünü aldıktan sonra ortadan kaybolur ve servis, kurulum, eğitim safhalarını başkalarına bırakır.

Satışın eski moda metodlarından birinde “Satış müşteri hayır dediğinde başlar” diye bir deyim vardır. Tersine, asıl satış işi müşteri evet dediğinde başlar.

Müşteri memnuniyetini garanti altına almak olağanüstü satış başarısının püf noktasıdır. Müşterilerinize güvence vererek iki açıdan kazançlı çıkacaksınız. İlk olarak, bu size işin devamlılığını garanti edecek. Hemen her ürünün bir kullanım süresi vardır ve yenilenmesi ya da değiştirilmesi gerekir. Müşteriler, daha önce kendilerine ihtiyaçlarını karşılayan bir ürün sunmuş olan ve sonrasında mükemmel bir şekilde hizmet veren satıcılara geri dönme eğilimindedir.

İkinci olarak, memnun kalan müşteriler sizin için mükemmel bir referans kaynağı olacaktır. Müşteriler her zaman konuşurlar. Çevrelerindeki kişilere aldıkları kötü hizmetten de mükemmel hizmetten de mutlaka bahsederler. Çok iyi hizmet aldıklarında ise, sözlerini tutmuş olan satıcıyı başkalarına da önerirler.

Tekrarlanan iş ve referanslar olmazsa, satıcı sürekli olarak yeni müşteriler aramak ve hiç tanımadığı kişilerle görüşme yapmak zorunda kalır. Bu yol, satış işinde çalışanların hayatlarını geçirmek istedikleri bir yol değildir… Kuşkusuz ki, başarılı olmak için de iyi bir yol değildir!

Satış sürecine başladığınızda iyi bir müşteri ilişkisi kurma şansınız vardır. Ama bu ilişkiyi kalıcı kılmak için satıştan sonra müşterinizin memnun olduğundan emin olmanız gerekir.

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

1. Aşama: İLK TEMASTA GÜVEN VE İLİŞKİ KURMAK

Mavilerle İlişki Kurmak

- Maviler sosyal etkileşimi pek önemsemezler (genel nezaketin ve kibar sözlerin dışında), bu yüzden sadede gelin
- Önemsiz konuşmalardan kaçının (başlangıçta güven kurmanın haricinde)
- Yavaş ve sakin konuşun. Kelimelerinizi tasarruflu seçin
- Maviler işlerini mümkün olan en iyi şekilde yapmak isteyen doğruluk odaklı kişilerdir
- Güven oluşturmak için duygularınıza değil aklınıza başvurun
- Görüşmeden önce, gündeminizin kısa bir özetini ve görüşmenin süresini bildirin, böylelikle ne bekleyeceklerini bilirler
- Güvenilir kaynaklardan kalitenizi, değerinizi ve başarınızı belgeleyen mantıklı kanıtlar sunun
- Maviler kendilerini methedenlere şüpheyle yaklaşma eğilimindedirler

Kırmızılarla İlişki Kurmak

- Kırmızılar konunun özünü bilmek isterler
- Sadece genel hatları bilme ihtiyaçlarını karşılayacak kadar bilgi verin
- Ürününüz/hizmetiniz hakkında gerekli gereksiz açıklamalarla zamanını harcamanızdan, uzun listelerle müşteri referanslarınızı sunmanızdan ya da çok samimi davranmanızdan hoşlanmazlar – Düşünen ve dışa dönük olduğunu unutmayın
- Bir Kırmızıyı arayacak, ona yazacak ya da buluşacaksınız bunu resmi ve ciddi bir yaklaşımla yapın. Konuya odaklanın ve hemen sadede gelin
- Nihai sonuçlara, artan verime, zaman tasarrufuna, yatırımın geri dönüşüne, kara atıfta bulunun. Başka bir deyişle, ona ne kazandıracağını anlatın
- Kırmızıya bir şey satmayı ya da teklif sunmayı planlıyorsanız, iyi hazırlanmaya, zamana, konuya hakim ve ciddi olmaya dikkat edin
- Sizinle arkadaş olmak istemezler; teklif edecek değerli bir şeyiniz olduğuna inanırlarsa sizden bir şeyler koparmaya çalışacaklardır

Yeşillerle İlişki Kurmak

- Yeşiller hisseden ve içe dönüktürler. Yine de, size ısınana kadar ilişkinizi ciddi tutun
- İstikrarı koruma endişesi taşırlar; detay öğrenme ihtiyaçlarını karşılayacak adım adım prosedürler ve mantıklı aksiyon planları görmek isterler
- Sunumunuzu organize edin: özellikleri listeleyin, sırayı gösterin ve verileri sunun
- Dürüst, samimi bir şekilde davranın ve kişisel ilgi gösterin
- Hikayelerini, fikirlerini ve cevaplarını sabırla dinleyin
- Tutarlı, güvenilir ve işbirliğine açık oldukları için minnetinizi belli edin
- Kendinizi arkadaş canlısı, hoş, tehditkâr olmayan biri olarak sunun, ama profesyonelliği elden bırakmayın
- Nispeten yavaş, resmi olmayan bir şekilde güven, itimat ve arkadaşlık geliştirin
- Düzenli olarak tutarlı bir yaklaşım sergileyin… Özellikle başlangıçta

Sarılarla İlişki Kurmak

- Hisseden ve dışa dönük olduklarını unutmayın.
- Sarılarla tanıştığınızda elini sağlamca sıkın, kendinizi özgüvenle tanıtın ve hemen kişisel olarak ilgi gösterin
- Konuşmanın temposunu ve yönünü onun tayin etmesine izin verin
- Sarılarla birlikteyken ilgili bir dinleyici olun
- Vizyonlarını, fikirlerini ve duygularını anladığınızı bilmeleri için olumlu geribildirim verin
- Kalplerini kazanmak için kendiniz hakkında esprili, sıra dışı hikayeler anlatın
- Konudan kaymanıza sebep olsa bile hikayelerini dinleyerek kendilerini rahat hissettirin
- Sarılar kendileri hakkında konuşmayı sevdikleri için sorular sorun, ama uzun cevaplara hazırlıklı olun. İlişki kurmak ve bilgi toplamak için mümkün olduğunca çok toplantı planlayın

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

2. Aşama: MÜŞTERİ İHTİYACINI BELİRLERKEN İLİŞKİYİ YÖNETMEK

Mavilerin İhtiyacını Belirlemek

- Sarılar sosyal etkileşimi pek önemsemezler (genel nezaketin ve kibar sözlerin dışında), bu yüzden sadede gelin
- Genellikle uzmanlıklarını ortaya koyan soruları cevaplamayı severler, iyi bir görüşmeci olabilirler
- Mantıklı, gerçeklere dayalı, geçerli sorular sorduğunuz sürece sizinle konuşmaktan zevk alırlar
- Size doğru bilgileri vermelerini sağlayacak sorular sorun
- Bilgilerini, sistemlerini, amaçlarını ve hedeflerini anlayabileceğiniz açık ve kapalı uçlu sorular sorun
- Kısa ve kesin cevaplar verin
- Bir şeyin cevabını bilmiyorsanız uydurmayın. Belirli bir sürede cevabı öğreneceğinizi söyleyin ve yapın

Kırmızıların İhtiyacını Belirlemek

- Henüz ortaya çıkmadan sabırsızlıklarını yenmek için sorular sorarak ve geçerli bilgiler vererek konuşmanızı ilginç tutun
- Kırmızılar görüşmenin bir amacı olduğunu görmek isterler, dolayısıyla sorularınızın nereye varacağını bilmek isterler
- Kırmızıya soru soracağınız zaman mümkün olduğunca mantıklı ve pratik olun. Amaçlı sorular en önemli noktadır ve sorularınızı dolaysız sormanız gerekir.
- Sadece başka bir yerde bulamayacağınız bilgileri isteyin
- Bilgileri toparlarken onlara ev ödevinizi yaptığınızı göstermek için hedefledikleri sonuçlar ve gündemlerindeki işlerle ilgili sorular sorun
- İş hedefleri hakkında konuşmalarını sağlayacak sorular sorduğunuzdan emin olun
- İhtiyaç belirlemeyi Kırmızının zamanını ve enerjisini koruyacak şekilde organize edin.

Yeşillerin İhtiyacını Belirlemek

- Yeşiller mükemmel görüşmeci olabilirler, sıcak ve resmi olmayan bir dille konuşun, onları konuya çekmek için açık ve nazik sorular sorun (özellikle hassas konularda)
- İhtiyaçlarını belirlerken nezaketinizi ve içtenliğinizi gösterin
- Ürünleriniz, şirketiniz ve hatta sizin için iyi şeyler hissetmeseler bile bunu size söyleyerek duygularınızı incitmek istemeyeceklerdir
- Yeşiller önemsiz bile olsa çatışmadan kaçınmak isteyeceklerdir. Bu yüzden, size gerçek düşüncelerini değil sizin duymak istediklerinizi söylerler
- Rakiplerinizle ilgili memnuniyetsizliklerinden size bahsetmezler. Duymak istediğiniz şey bu olsa bile, onlar hakkında olumsuz bir şey söylemekten kaçınacaklardır
- Yeşillerin size açık olması ve en derinlerindeki arzularını ya da sıkıntılarını ortaya çıkarmak için mümkün olduğunca çok zaman ayırın (birden fazla toplantı)
- Yeşillerin ihtiyacını belirlemekiçin ne kadar çok zaman harcarsınız, onları müşteri olarak kazanma olasılığınız o kadar yüksek olur

Sarıların İhtiyacını Belirlemek

- Sarılar kendilerinden konuşmadıkları zaman çabuk sıkılırlar
- Onların hayat hikayelerini dinlemekle etkili bir satış danışmanı olabilmek için ihtiyaç duyduğunuz bilgiyi toplamak arasında bir denge kurun
- İşle ilgili sorular sorarken kısa tutun. Yapabilirseniz bu ihtiyaç belirleme sorularını sosyal soruların içine yedirin
- Sarılarla ilişkiniz ne kadar iyi olursa, sizinle işbirliği yapmaya ve konuyu ele almaya o kadar açık olurlar
- Sarılar en pervasız arzularını ve beklentilerini bile açıkça ifade edebilirler. Eğer ürününüzün/hizmetinizin onları hayallerine ne kadar yaklaştıracağını gösterebilirseniz, ürününüz/hizmetiniz (ve sizin) hakkında heyecan duymaya başlarlar ve hem sizi hem de ürününüzü/hizmetinizi şirketteki herkese satmaya hevesli olurlar

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

3. Aşama: MÜŞTERİYE ÇÖZÜM SUNARKEN İLİŞKİYİ YÖNETMEK

Mavilere Çözüm Sunmak

- Geçerliliği, değeri, kaliteyi ve güvenilirliği vurgulayın
- Kanıtlarla desteklenmemiş konuşmalardan hoşlanmazlar
- İstedikleri sonuçları üretecek bir süreci tarif edin.
- "Şu ana kadarki izlenimleriniz nelerdir?" ya da "Açıklığa kavuşturmamı istediğiniz sorularınız var mı?" gibi sorularla spesifik geribildirim isteyin
- Çözümünüzü satın almakla doğru bir iş yapmış olacaklarını gösterecek şekilde sunun
- İddialarınızı gerçeklere, teknik özelliklere ve onların ihtiyaçlarıyla ilgili verilere dayandırın
- Maviler maliyet bilincine sahiptir, gerçekleri ve yatırımın geri dönüşü ile ilgili verileri kullanarak değer algılarını artırın
- Maviler kusurları görme eğilimindedirler, aşikar olumsuzlukları onlardan önce siz gösterin. Henüz kusurları olan ürün veya hizmetler arasından seçim yapacakları zaman kazanacakları değerleri ve vazgeçmeleri gereken değerleri ölçüp biçmelerine izin verin

Kırmızılara Çözüm Sunmak

- Sunumunuz Kırmızının öncelikleri ile donatılmış olmalıdır
- Sunumunuzda, nasıl daha başarılı olabileceklerini, nasıl zaman kazanacaklarını, hayatlarının nasıl daha kolay ve verimli olacağını gösterin; dikkatlerini çekeceksiniz
- Son satırda hızlı yararları gösteren ifadelerle vurucu olun
- Analizi sizin yapmanızı ve kabul ya da reddetmeleri için önlerine sermenizi isterler
- İhtiyaçlarının ve sizin çözümlerinizin hızlı, kısa ve öz analiz edilmesinden hoşlanır
- Kırmızılar kontrolü elde tutmayı severler, onlara yeterli veri ve analizlerle desteklenmiş seçenekler sunun ve akıllı bir karar vermelerine izin verin
- Bu aşamada sessiz olun ve karar vermelerine izin verin. Konuşur ya da sözünü keserseniz satışı yapma şansınızı önemli ölçüde düşürürsünüz

Yeşillere Çözüm Sunmak

- Ürün veya hizmetin prosedürlerini ve ilişkilerini nasıl kolaylaştıracağını, dengeleyeceğini ya da destekleyeceğini gösterin
- Önerilerinizde onların rollerini ve hedeflerini açıkça tanımlayın ve planınıza onların spesifik beklentilerini dahil edin
- Yeni fikirleri onları korkutmadan sunun
- İşletme prosedürlerinde ve ilişkilerinde oluşacak değişikliklere uyum sağlamaları için zaman tanıyın
- Değişim gerekli hale geldiği zaman sebebini anlatın. Mevcut koşullarda oluşacak geçici değişiklikleri ve değişimin ne kadar süreceğini açıklayın
- Mesajınızı istikrar ve güvenlik bilinci içerecek şekilde tasarlayın
- Yeşiller takip edilecek uygun adımları görmeyi severler, bunları paylaşın
- Fikirlerini sorarak ve geribildirim vermeleri için cesaretlendirerek onları konuya dahil edin

Sarılara Çözüm Sunmak

- Ürününüzün Sarıların prestijini, imajını ve tanınırlığını nasıl artıracağını gösterin
- Önerilerinizin, iş ilişkilerini daha eğlenceli hale getirmek için yapacağı etkiyi ya da sonuçları anlatın
- İştiraklerinin başkalarına yapacağı katkının ve gelecek olumlu tepkileri vurgulayarak görevleri tamamlamaları için onlara teşvikler sunun
- Dikkat süreleri kısa olan insanlara yapılacak sunumların vurucu etkilere ihtiyacı vardır, mümkün olduğu kadar çok duygu katın
- Çözümünüzle daha az çaba sarf edeceklerini ve daha iyi görüneceklerini gösterin
- İddialarınızı tanınmış insanların ya da iyi bilinen şirketlerin yorumlarıyla destekleyin
- Ürününüzden/hizmetinizden memnun kalan, hayranlık duydukları kişilerin isimlerini verin
- Ürüne/hizmete sahip oldukları zamanı gözlerinde canlandıracak sorular sorun: "Şu anda bu ürüne/hizmete sahip olsanız nasıl kullanırdınız?"

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

4. Aşama: SATIŞI KAPATIRKEN İLİŞKİYİ YÖNETMEK

Mavilerle Satışı Kapatmak

- Geçerliliği, değeri, kaliteyi ve güvenilirliği vurgulayın
- Uygun belgelerle mantıklı opsiyonlar sunun ve bunları analiz etmeleri için zaman verin
- Ani verilen kararlardan rahatsızlık duyarlar ve "düşüneceğim" dediklerinde gerçekten düşünecekleri anlamına gelir!
- Baskı ya da aşırı taleple karşılaşırlarsa "düşüneceğim" diyerek zaman kazanırlar
- Maviler eğitimli, mantıklı ve karşılaştırma yapabilen alıcılardır. Rakiplerinize göre avantajlarınızı gerçekçi ve profesyonel bir şekilde ortaya koymak için rakiplerinizi tanıyın. Seçenekler ve çözümler arasında maliyet-fayda analizi yaparak karşılaştırma yapabilmek için rakiplerinize sorabilecekleri sorular önerirken şirketinizin güçlü yönlerinden bahsedin
- Risklerini düşürmek için pilot program önermeye hazır olun

Kırımızılarla Satışı Kapatmak

- Kırmızılarla birlikteyken cesaretinizi toplayın ve ilgilenip ilgilenmediklerini sorun. Genellikle "evet" ya da "hayır" diyeceklerdir
- Bilgileri çok yavaş aktarır ya da detaylara çok zaman ayırırsanız onun dikkatini ve ilgisini hızla kaybedersiniz
- Bir taahhütname hazırlarken Kırmızının önemsemediği konulara fazla zaman harcamayın
- Opsiyonları ve olası çıktıları sunun. Kırmızılar kalite ile maliyet arasında denge kurmak isterler. Kanıtlarla desteklediğiniz seçenekler sunun ve nihai kararı vermelerine izin verin
- Bir Kırmızıya iki ya da üç opsiyon sunmak etkili olacaktır. Her seçeneğin özetini önerilerinizle birlikte sunun
- Teklifinizi değerlendirirken onları bölmeyin. Kendilerine uygun bir opsiyon bulma ve satışı kendi kendilerine kapatma ihtimalleri yüksektir.

.

Yeşillerle Satışı Kapatmak

- Yeşiller tümdengelim yöntemi kullanarak başkalarının fikrini alırlar ve bu fikirleri değerlendirerek yavaş karar verirler. Spesifik bir aksiyon planı yapın ve en güvenli ve pratik yolu izlemeleri için rehberlik edin, yönlendirin. Onları literatürle, vaka çalışmalarıyla vb. dokümanlarla donatın, çünkü teklifinizi şirketteki diğer kişilere satabilirler.
- Anlaşma aşamasına geldiğinizde çıkabilecek yanlış anlaşmaları ya da memnuniyetsizlikleri dikkatle araştırın
- Yeni aksiyonların risklerinin düşük olduğuna dair garanti almayı severler, onlara garantiler sunun ve destekleyin
- Onları acele ettirmemeye çalışın, ama gerekirse karar vermelerine yardımcı olmak için nazikçe yönlendirebilirsiniz
- Planınızı onlara özel hale getirin ve hem onlara hem de diğerlerine nasıl fayda sağlayacağını gösterin
- Satışı kapatmak istediğinizde tereddütlü görünürlerse bir seçeneğe doğru yönlendirin

Sarılarla Satışı Kapatmak

- Ürununüzün Sarıların prestijini, imajını ve tanınırlığını nasıl arttıracağını gösterin
- Açık olun ve "Sonraki adımımız ne olacak?" ya da "Bundan sonra nasıl ilerliyoruz?" gibi sorular sorun
- Eğer bir şeyi beğenirlerse, hemen orada satın alırlar
- Onları yavaşlatmanız gerekir, çünkü aynı zamanda aşırı alma ve/veya ölçüp biçmeden alma eğilimindedirler. Daha sonra ikinizin de pişmanlık yaşayabileceği davranışlara karşı dikkatli olun.
- Sarılar evrak işlerinden ve detaylar hoşlanmazlar ve kontrat hazırlama zamanı gelince duraksayabilir ve hatta erteleyebilirler
- Prosedürler, sorumluluklar ve beklentiler hakkında net olmama eğilimleri olduğu için yazılı bir anlaşma hazırlayın
- Anlaştığınız unsurları yazıya dökün, aksi takdirde ileride yanlış anlaşmalar ya da hayal kırıklıkları yaşayabilirsiniz

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

5. Aşama: MÜŞTERİ TAKİBİNDE İLİŞKİYİ YÖNETMEK

Mavileri Takip Etmek	Kırmızıları Takip Etmek
• Başarıyı ne zaman ve nasıl ölçeceğinize dair bir zaman çizelgesi hazırlayın. Kalitenizi, değerinizi ve güvenilirliğinizi göstermeye devam edin. • Müşteri memnuniyetini takip etmek için ulaşılabilir olun ve ürün ya da hizmetin performansı hakkında sorular sorun • Kullanımı geliştirmek için ipuçlarınız ya da bildiğiniz kısa yollar varsa yollayın • Ürünlerinizi/hizmetlerini geliştirmek için onlardan geribildirim de istemelisiniz • Size tavsiyelerde bulunurlarsa, onlara geri dönün ve şirketinizin ürünleri/hizmetleri geliştirmek ya da yeni ürünler/hizmetler çıkarmak için fikirlerini nasıl kullandığını anlatın	• Kırmızılar görevleri tamamlamaya odaklandıklarından genellikle işte kişisel ilişkiler aramazlar • Kırmızılar söz konusu olduğunda gelecekteki satın almalar için geçmiş satışlarınıza güvenmeyin. Ürününüzle ilgili herhangi bir sıkıntıları ya da problemleri olup olmadığını takip edin. Şikayetleri varsa hemen aksiyon alın • Müşterinize ürününüzün/hizmetinizin arkasında olduğunuz izlenimini verin • Takibinizi fazla zamanlarını almadan yapacağınızı vurgulayın • Ayrıca geri ödeme garantisi de sunabilirsiniz. • Her ne söz verirseniz verin yerine getirdiğinizden emin olun
Yeşilleri Takip Etmek	**Sarıları Takip Etmek**
• Yeşillerle işi sürekli takip edin • İletişimde kalacağınıza, işleri pürüzsüz halledeceğinize ve ihtiyaç duyduklarında ulaşılabilir olacağınıza dair kişisel garanti verin • Yeşiller sizinle özel bir ilişkilerinin olmasından hoşlanırlar. İş yaptıkları tanıdıklarından biri olmanızın ötesinde sürekli ve ön görülebilir bir ilişkiyi tercih ederler • Herhangi bir sorunları olduğunda sizi arayabileceklerini söyleyerek cep telefonu numaranızı verin. Bunu nadiren kullanırlar, ama istedikleri zaman size ulaşabileceklerini bildikleri için kendilerini güvende hissederler • Bir kereye mahsus anlaşmalardan hoşlanmazlar, ilişkinizi sürdürmek için çaba gösterin • Kişisel olmayan, bilgisayarla yürütülen memnuniyet takibi Yeşillere hitap etmez. Bu sebeple, kişisel dikkatinizi, desteğinizi ve ölçülü ilişkinizi devam ettirin.	• Sarılar sıklıkla siz ürünü/hizmeti satmadan kendileri alırlar ve bu davranışları pişmanlığa yol açabilir • Sarılar doğru karar verdiklerini sürekli anımsamaktan hoşlanırlar • Satıştan hemen sonra destek vermeye başlayarak kararlarını sağlamlaştırın • Ürününüzü/hizmetinizi gerçekten kullandıklarından emin olun, aksi takdirde yanlış kullanıp sinirlenebilirler ve bir kenara kaldırabilir ya da iade edebilirler • Sürekli insanlarla birlikte oldukları için çevrelerine sizinle ve ürününüzle ilgili olumlu referans verebilirler mi diye sorabilirsiniz • Ürününüzü/hizmetinizi kullandıkları için kendilerini akıllı hissediyorlarsa, Sarılar sizin için diğer üç tarzın toplamından daha fazla referans verebilirler!

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

Aşama	Kırmızılarla	Sarılarla	Yeşillerle	Mavilerle
Güven ve İlişki Kurmak	● Önemsiz konuşmaları geçin ● Konunun ozone odaklanın ● İyi hazırlanmış olarak karşılarına çıkın	● Odağınızı işe döndürmeden önce hikayelere ve zaman geçirmelerine izin verin ● Konuşmanın temposunu belirlemelerine izin verin	● Size ısınına kadar iş konusu dışına çıkmayın ● Gündem maddelerine geçmek için acele etmeyin ●Onlara aktif ilgi gösterin	● Önemsiz konuşmaları geçin ● Gündemle gelin ● Sakin ve profesyonel olun
Müşteri İhtiyacını Belirlemek	● Soruların nereye varacağını bilmelerini sağlayın ● Sadece başka yerde olmayan bilgiler verin ● Sorularına dolaysız yanıtlar verin	● Soruları iş ve kişisel alanlarda değiştirerek sorun ● Kibarca konuya yönlendirin ● Odağınızı hedeflerinde ve vizyonlarında tutun	● Cevaplarını samimiyetle dinleyin ● Asla sözlerini kesmeyin ● Sorgularken tehdit edici olmayan sorular sorun	● Uzmanlıklarını vurgulayan sorular sorun ● Sorularınızı konuyla ilgili tutun ● Açık ve kapalı uçlu soruları değiştirerek sorun
Müşteriye Çözüm Sunmak	● Özet sunumlar yapın ● Sonuca ve zaman yönetimine odaklanın ● Gerekli analizleri az ve öz tutun ve profesyonel önerilerinizle birlikte sunun	● Mümkün olduğunca çok duygu katın ● Sıklıkla fikirlerini sorun ●Referanslardan bahsedin ● Karar vermeleri için teşvikler sunun ● Çözümün imajlarına katkısından ve eforlarını azaltacağından bahsedin	● Çözümünüzün hayatı kolaylaştıracağını, istikrarı koruyacağını ve hedeflerini destekleyeceğini gösterin ● Yeni fikirleri korkutmadan sunun ● Acele ettirmeden yavaş yavaş yönlendirin	● Geçerlilik, kalite, değer, doğruluk ve güvene vurgu yapın ● Gerçeklere ve mantığa bağlı kalın, riski düşürmeye çalışın ● Karar için baskı kurmayın ● Duygulardan arının ve sakin kalın
Satışı Kapatmak	● İlgileniyorlar mı diye sorun ● Önerlerinizle ve özetlerle birlikte iki ya da üç seçenek sunun ● Değerlendirme yaparlarken ve karar verirlerken sessiz kalın	● Açıkça sonraki adımın ne olacağını sorun ● Siparişlerini almaya hazır olun ● Satın almak için çok hızlı karar veriyorlarsa onları yavaşlatın ● Evrak işini siz yapın	● Yavaş karar verirler ve başkalarının görüşlerine de başvururlar ● Karar için zorlamayın ● Uygunsa bir garantiye odaklanın	● Belgelerle birlikte mantıklı seçenekler sunun ● Karar vermeleri için zaman ve boşluk verin ● Varsa kusurları siz söyleyin ● Riski düşürmek için pilot program ya da garanti önerin
Müşteriyi Takip Etmek	● Çözümden %100 tatmin olduklarına emin olun ● İlişkiyi sadece işle ilgili tutun ● En küçük sözlerinizi bile yerine getirdiğinizden emin olun	● Satıştan hemen sonra destek vererek kararlarını pekiştirin ● Kullanım kılavuzu okumazlar; ürünü/hizmeti kullanamadıklarından dolayı kızgın olmadıklarına emin olun ● Gerginliklerini gidermek için ürünü kullanmalarına yardım edin	● Kişisel garantilerle sürekli takip sağlayın ● Size ulaşmaları için özel telefonunuzu verin ● Uzun süreli bir ilişki kurmak istediğinizi hatırlatın	● Takip için süreci ve zaman çizelgesini paylaşın ● Memnuniyeti ölçmek için metodlarını kontrol edin ● Kısa yolları ve ipuçlarını yollayın ● Değer, kalite ve güveni vurgulayın

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

II. BÖLÜM DISC Styles Uygulaması

Bu raporun ikinci bölümü için https://www.e-junkie.com/ecom/gb.php?c=cart&i=1248217&cl=244896&ejc=2 adresinden DISC eWorkbook çalışma kitabını indirin. Bu bölüm başkalarıyla DISC konseptini nasıl uygulayacağınız, başka bir kişinin biçimini görsel ve sözlü olarak nasıl tanıyabileceğiniz ve dört ana DISC biçimi ile "bağlantı kurmak" için davranışlarınızı nasıl adapte etmeniz gerektiği hakkındadır. İkinci bölüm DISC biçimlerinin tüm ilişkilerinizde başarılı bir şekilde uygulanması için çok önemlidir. Davranış biçiminizin temel özellikleri ve bunun başkalarıyla ilişkileri üzerinde çalışın. Başkalarının size gönderdiği sinyalleri 'okumayı' deneyin ve bu konuda uzmanlaşın. Başarınız tamamen kurduğunuz ilişkiye bağlıdır. Bu ilişkiyi başarısı kanıtlanmış, güvenilir beceriler üstüne kurmaya ne dersiniz?

İşte DISC eWorkbook çalışma kitabında bulacaklarınız:

Giriş 5
Ofiste Bir Gün 6
Davranışsal Kimya ve DISC Platin Kuralı 10
Karakteristik Davranışlar 11
Özet: Açık ve Kapalı Davranışlar 12
Tanıdığınız İnsanlara Açıklığınız 13
Özet: Doğrudan ve Dolaylı Davranışlar 14
Tanıdığınız İnsanlara Doğrudan Davranışınız 15
Dört Davranışsal Biçim 16
Davranış Biçimlerinin Özet: Dominant, İz Bırakan, Sadık, Ciddi 17
Benim DISC Davranışsal Biçimimin Özeti 21
Biçimlerin Özeti 22
Biçimlerin Tanımlayıcıları 23
Biçimlerin Her İki Yanı 24
Biçimleri Tespit Etmek 25
Dört Biçimde Gözlemlenebilir Özellikler 28
Seminer 30
İlişki Stresi 32
Stres Altında Davranış 36
Uyumluluğu Aydınlatmak 37
Davranışsal Uyumlanabilirlik 40
Davranışsal Uyumlanabilirliği Artırmak 41
Davranışsal Tipe Göre Genel Stratejiler 42
Eylem Planları 43
Toplantı Odası Hikayesi 44
Karıştır ve Eşleştir 45
Uyumlanabilirlik için Reçeteler 47
Yüksek Performanslı Liderlik 48
Biçime Göre Yönetim 50
Ekipleri İşler Hale Getirmek 51
Satışlar & Hizmet 53
Biçime Göre Satış 55
Biçime Göre Hizmet 56
DISC Platin Kural Eylem Planı 57
Diğer "Biçim" Konseptleri ile Karşılaştırma 58
Cevap Anahtarı 59
Bibliyografi 60

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

Şimdi Ne Olacak?

Bu rapor stiliniz ve dört birincil davranış biçiminizin her birisi hakkında bilgilerle doldurulmuştur. Artık dört farklı davranışsal biçim hakkında bilgi sahibisiniz ve bu biçimlerin farkındasınız.

Bu davranışsal biçim bilgilerini uygulamanız için bu raporun uygulama bölümünde birçok öneri bulunuyor. Şimdi bir sonraki adımı atın ve daha önce yapmadıysanız egzersizleri YAPIN.

Bu raporu bir dosyaya veya rafa koyup unutmayın. Elde ettiğiniz bu bilgiyi kullanarak başkaları ile daha anlamlı bir diyaloğa girmek ve tüm ilişiklerinizi daha iyi bir seviyeye getirmek davranış biçiminizi öğrenmekten çok daha önemlidir. Bu raporu bir başvuru kaynağı olarak kullanın. Bu raporda birçok bilgi bulunuyor ve bu bilgileri tek bir okumayla hazmedemeyebilirsiniz.

Davranışlarınızda ufak tefek değişiklikler yaparken bunun keyfine varın ve sonuçları görün. Şaşıracaksınız! **Platin Kuralı® Unutmayın**: “Başkalarına **ONLARIN** istediği gibi davranın”. Bu şekilde tüm ilişkilerinizde çok daha başarılı olacaksınız!

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

Ek DISC Kaynakları

ÜCRETSİZ KAYNAKLAR

- ***DISC eWorkbook*** – Hangi biçimin güç peşinde olduğunu ve hangisinin sonuç odaklı olduğunu öğrenin. Kim tutarlılık ister ve kim değişimden korkar? Bu bilgi size fikirlerinizi nasıl pazarlayıp insanları nasıl kazanabileceğinizi gösterir. DISC eWorkbook çalışma kitabını kendinizi ve projelerinizi en iyi hale getirmek için kullanın.
  İndirme adresi: http://assessmentdownloads.com/offer
- ***PeopleSmart in Business eKitap*** – Kimin tanınma, kimin sonuç peşinde olduğunu öğrenin. Kim tutarlılık ister ve kim değişimden korkar? Bu bilgi size fikirlerinizi nasıl pazarlayıp insanları nasıl kazanabileceğinizi gösterir. Daha önce ulaşılamaz görünen noktalara ulaşacaksınız. Bir işin gerçekten yapılması gerektiğinde, People Smarts'ı bu iş için doğru kişiyi bulmak için kullanın. Ve kazanmak için hem kendinizi hem de projelerinizi en iyi hale getirin.
  İndirme adres: http://assessmentdownloads.com/offer
- ***DISC İlişki Stratejileri 68dk. YouTube Videosu –*** Dr. Tony Alessandra tarafından sunulan bu eğlenceli ve önemli 68 dakikalık DVD'de şunları öğreneceksiniz:

  *Davranışsal biçimleri öğrenmek için faydalı teknikler *Yabancılarla buzları kırmak

  *Karşılaştığınız herkesle daha iyi ilişi kurmak *Uyum sağlamak için en iyi yöntemler

  *İnsanları hızlıca tartmak *Başkalarını daha rahat hissettirmek için davranış biçiminizi hemen uyumlu hale getimek

  İndirme adresi: http://www.youtube.com/watch?v=E4NzSq_tOpI

EN DISC KAYNAKLARI

- Diğer DISC ürünleri - http://www.alessandra.com/tadisc.asp

BİBLİYOGRAFİ/EK OKUMALAR

- Alessandra, Tony, Ph.D., Michael J. O'Connor, Ph.D., ve Janice Van Dyke, Ph.D. 2006. *People Smart in Business.* La Jolla, CA: Platinum Rule Press.
- Alessandra, Tony, Ph.D., Michael J. O'Connor, Ph.D., ve Janice Van Dyke, Ph.D. 2006. *People Smart with Family, Friends & Significant Others.* La Jolla, CA: Platinum Rule Press.
- Alessandra, Tony, Ph.D., ve Michael J. O'Connor, Ph.D. 1994. *People Smarts.* San Diego, CA: Pfeiffer & Company.
- Geier, John G., Ph.D. 1989. *Personality Analysis.* Aristos Pub. House
- Marston, William Moulton, 1928. *Emotions of Normal People.* New York: Harcourt, Brace and Company
- Mehrabian, Albert. 1971. Silent Messages. Belmont, CA: Wadsworth.

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.

Sorumluluk Reddi

Online DISCstyles değerlendirmesi ile ilgili olarak açıkça belirtilmiş veya ima edilmiş olarak herhangi bir garanti bulunmamaktadır. Bu konuda tüm sorumluluğu almış sayılırsınız ve Assessments 24x7 LLC şirketi (i) DISCstyles Değerlendirmesini kullanımınızdan, (ii) DISCstyles Değerlendirmesinin yeterliliğinden, doğruluğundan, yorumlanmasından veya faydasından ve (iii) DISCstyles Değerlendirmesini kullanımınız veya uygulamanızdan elde ettiğiniz her türlü bilgi veya sonuçtan hiçbir şekilde sorumlu tutulamaz.

ASSESSMENTS 24X7 LLC şirketine karşı olarak kendi hakkınızda ve ASSESSMENTS 24X7 LLC şirketine karşı üçüncü taraflar için rücu hakkınızdan vazgeçmiş sayılırsınız. ASSESSMENTS 24X7 LLC şirketini her türlü iddiadan, sorumluluktan, talepten veya üçüncü tarafların davalarından bağışık tutmayı kabul etmiş sayılırsınız.

Yukarıdaki feragat ve güvence DISCstyles Değerlendirmesi ile veya DISCstyles Değerlendirmesinin kullanımı uygulanması, yeterliliği, doğruluğu, yorumlanması, faydalılığı veya yönetimi ile veya DISCstyles Değerlendirmesinin kullanımı veya uygulanması sonucu elde edilen sonuçlar veya bilgiler ile doğrudan veya dolaylı olarak herhangi bir şekilde ilişkili olabilecek veya bu değerlendirmeden doğabilecek ve kontrat zorunluluğu, haksız fiil sorumluluğu (ihmal de dahil olmak üzere) veya başka herhangi bir zorunluluk da olsa, her türlü kişisel sakatlık, maddi zarar veya diğer herhangi bir hasar, kayıp veya sorumluluk hakkındaki he türlü iddia, rücu hakkı, sorumluluk, talep veya dava hakkı için geçerlidir.

ASSESSMENTS 24X7 LLC hiçbir şekilde kar kaybı veya ilişkili başka hasarlar veya bir üçüncü taraf tarafından size karşı bulunulan iddialardan dolayı, ASSESSMENTS 24X7 LLC bir veya daha fazla defa bu gibi hasarlarla ilgili olarak sizi uyarmış olsa bile, sorumlu tutulamaz.

Telif Hakkı © 1996-2014 A & A, Inc. Her hakkı saklıdır.