



DISC Service och Sälj

En DISCstyles™ Online Rapport

Rapport för: **Sample Report**

Stil: **IC/D**

Fokus: **Arbete**

Datum: **2019-10-24**

YOUR COMPANY
LOGO
APPEARS HERE

Innehållsförteckning

Introduktion till din rapport.....	3
------------------------------------	---

Del I Förstå dig själv

Allmänna egenskaper	4
Dina styrkor: Vad du bidrar med i organisationen.....	6
Motivation och behov.....	7
Din ideala miljö	8
Din stil under stress	9
Kommunikationstips för andra	10
Potentiella förbättringsområden	11
Summering av din stil	12
Dina grafer	13
Beskrivning av din anpassade stil	14
Beskrivning av din naturliga stil	15
Ditt beteendemönster	16
De 12 beteendetendenserna	17

DEL II Tillämpning av DISC i service- och säljsituationer

Översikt av de fyra grundläggande DISC-stilarna.....	22
Hur man identifierar en annan persons beteendestil.....	23
Bedöm en annan persons beteendestil	24
Vad är beteendemässig anpassningsförmåga?.....	25
Skapa och bibehåll intresset under hela service- och säljcykeln	26
Service- och säljcykelns olika faser	28
Service- och säljcykelns DISC-översikt	33
Ta makten över ditt eget öde	34
Vad händer nu?	35
Friskrivning.....	36

Introduktion till din rapport

Tack för att du tagit dig tid för att besvara denna DISC-analys. Den inriktar sig på att illustrera din naturliga beteende- och kommunikationsstil i den givna situation du valt.

Vi hanterar dina svar med respekt och värnar om din personliga integritet. Inga av dina uppgifter kommer, utan din kännedom, att visas för eller på annat sätt vidarebefordras till tredje part. Vänligen läs igenom nedanstående information innan du går vidare i rapporten.

Många av oss växte upp i tron att det kloka är att behandla andra som vi själva vill bli behandlade - vilket är Bibelns gyllene regel. Tony Alessandra tar detta till en annan nivå då han har myntat en praktiskt inriktad regel för kommunikation som kallas Platinaregeln® - Behandla andra på det sätt de vill bli behandlade på. Med denna rapport får du verktyg som hjälper dig att utveckla och använda mer av dina naturliga styrkor, samtidigt som du får insikt om, förbättrar och modifierar ditt beteende så du lättare når fram till andra. Rapporten är inte värderande eller dömande utan inriktar sig på dina naturliga möjligheter att påverka ditt beteende

Beteendestil

Rapporten beskriver externt observerbara beteenden med hjälp av skalor för direktitet och öppenhet som varje person har. Den beskrivande texten och din naturliga beteende- och kommunikationsstil är ett resultat av de alternativ du valde när du besvarade frågorna.

Observera att det inte finns någon "bästa" stil. Varje stil har sina unika styrkor och möjligheter som kan förfinas och mogna när de utvecklas över tid.

Eftersom vi kan se och höra dessa externa beteenden, blir det mycket lättare att "läsa" människor.

Dominant	tenderar att vara direkt och formell
Influera	tenderar att vara direkt och informell
Stabiliserande	tenderar att vara indirekt och informell
Conform	tenderar att vara indirekt och formell

Adaptabilitet

Förutom att förstå din egen stil, kommer rapporten att identifiera sätt som du kan använda för att möta behoven hos en viss person eller kund. Du kan då använda din stils styrkor eller modifiera din stils svagheter. Detta kallas adaptabilitet (anpassningsförmåga). Samhällsvetare kallar det "social intelligens." Din sociala intelligens är lika viktig som din intelligenskvot (IQ) för att lyckas i dagens värld. I vissa fall är social intelligens ännu viktigare än IQ.

Hur du använder denna rapport

Denna rapport är indelad i två delar;

Del I fokuserar på att förstå dina egna kommunikationsegenskaper och öka din självkännedom.

Del II beskriver begreppet anpassningsförmåga och erbjuder kunskap och handlingsalternativ för dig då du interagerar med personer som har olika beteendestilar.

Ingen rapport i världen kan beskriva en människa i detalj utan vi vill uppmana dig att ha tolkningsföreträde och fokusera på det du känner igen när du läser rapporten. Eventuella beteendebeskrivningar som nämns i denna rapport är endast tendenser för din grupps stil och kan stämma in eller inte stämma in för dig personligen.

Läs igenom rapporten och markera det du känner igen. I rapporten finns en sida för att ge dig en personlig sammanfattning av sådant som du känt igen på de olika sidorna.

Del I: Förstå dig själv

Allmänna egenskaper

Beskrivningen nedan fungerar som en allmän översikt över dina beteendemässiga tendenser. Den skapar förutsättningar för rapporten som följer och ger en ram för att förstå och reflektera över dina resultat. Emellanåt får du vissa frågor eller förslag så att du kan utnyttja dina styrkor på bästa möjliga sätt.

Du visar en mängd olika intressen inom skilda områden. Det är till enorm fördel i både ditt sociala och professionella liv. Din stora nyfikenhet ger dig möjlighet att ha koll på olika områden inom varierande ämnen. Allt eftersom dessa ämnesområden berör varandra på olika sätt kan du få en position där du kan ha fördel av dessa breda kunskaper.

Du har många egna idéer och åsikter och en hög grad av tilltro till dessa idéer. Man kan säga att människor som svarar som du, tenderar att ha ett synligt egocentriskt sätt. De som lyckas hantera detta kan ändå trivas i ett människovänligt arbetsklimat.

Du är mycket direkt och rakt på sak i din kommunikation med andra. Du bedömer dig som de som säger vad de tänker, säger som det är, och föredrar slutresultat framför tvetydigheter. Du tycker om att få saker gjorda snabbt och det gäller även konversationer. Du tycker inte om att "sockra" meddelanden med onödigt fluff.

Du är en utmärkt problemlösare som snabbt kan lösa uppkomna problem. Du kan detta tack vare din snabba beslutsförmåga, talangen att kunna göra flera saker samtidigt och din strävan att "gå din egen väg" snarare än att följa den upptrampade stigen. Var säker på att du involverar andra i beslutsprocessen, då en oberoende problemlösare ibland kan uppfattas som problemskaparen.

Del I: Förstå dig själv, fortsättning

Allmänna egenskaper

Beskrivningen nedan fungerar som en allmän översikt över dina beteendemässiga tendenser. Den bildar en grund för rapporten. Underlaget följer och ger en ram som underlättar för dig att förstå och reflektera över dina resultat. Emellanåt får du vissa frågor eller förslag så att du kan utnyttja dina styrkor på bästa möjliga sätt.

Du letar ständigt efter nya, bättre och mer effektiva sätt att få saker gjorda på. Sample, du bedömer dig som någon som gör flera saker samtidigt. Du tenderar att ha bråttom och tvekar inte att ta risker. Du söker ofta vägar att minska kostnader (både pengar och tid), och gör system mer rationella och effektiva.

Du tenderar att vara mer av en handlingsmänniska än en drömmare. Vissa människor drömmer om att få saker att hända, men du föredrar att arbeta hårt för att skapa förändring. Om något behöver göras, kavlar du upp ärmarna och gör det.

Sample, ditt svarsmönster i rapporten visar att du sätter upp höga mål för dig själv och andra, och förväntar dig att nå dessa mål. Detta karaktärsdrag grundar sig på din stora grad av beslutsamhet, din drivkraft och din förmåga att ta risker. Denna kombination är ganska ovanlig och utmärker någon som har höga förväntningar. Om någon säger att saker inte går att göra, kan din reaktion bli " kolla hur jag gör".

Du bedömer likt de personer som säger vad de tänker och kan vara rakt på sak, och ibland även sarkastiska. Samtidigt som detta ger resultat kan det också göra folk, som är viktiga för att nå resultat, missnöjda. Vi föreslår att du visar en något mjukare attityd.

Dina styrkor

Vad du visar i ditt valda fokus

*Du kommer troligtvis att uppvisa dina karakteristiska styrkor ganska konsekvent. För det mesta tenderar dessa egenskaper att öka din effektivitet i fokusmiljön. Kunskap om den stil du föredrar ger värdefulla insikter när du arbetar ensam eller tillsammans i grupp/projekt. Det är dina talanger och egenskaper som du tar med in i situationen. Identifiera de två punkter som du tycker stämmer bäst nedan och överför dem till sidan **Summering av din stil**.*

Dina styrkor:

- Du är en tävlingsinriktad spelare både på och utanför jobbet.
- Du ställer frågor som utmanar traditioner.
- Du har förmågan att snabbt analysera situationer och nå ett beslut.
- Du bidrar med innovativa idéer och lösningar.
- Du är självgående och väntar inte på att yttre saker ska hända.
- Du handlar direkt, med ett öga på slutresultatet.
- Du är en snabb och effektiv problemlösare.

De egenskaper som du tar med in i fokusmiljön:

- Du vill uppfattas som en person som älskar utmaningar, tävling och svåra uppdrag.
- Du litar mycket på din egen förmåga och letar alltid efter dina egna lösningar.
- Du påverkas inte lätt av gruppen eller begränsningar i organisatoriska regelverk.
- Du visar intresse för många olika delar av organisationen.
- Som en väldigt påhittig person kan du snabbt anpassa dig till många olika miljöer.
- Du verkar lita mer på dina egna omdömen och beslut än andras.
- Du gillar att komma med nya idéer och låter andra arbeta med detaljerna i ett projekt.

Motivation och behov

Vad motiverar dig? Människor motiveras oftast av vad de vill men också av sina behov. Alla människor har olika behov; Vissa personer behöver lugn och ro när de är stressade, medan andra kan behöva social tid tillsammans med andra människor. Alla är olika och vi behöver helt enkelt möta dessa behov. Genom att förstå din egen motivation kan du skapa en miljö där det är mest sannolikt att du kan vara självmotiverad.

*Identifiera de två viktigaste av nedanstående punkter och överför dem till sidan **Summering av din stil**.*

Utifrån dina svar tenderar du att motiveras av:

- Ha kontroll över ditt eget öde och karriärsväg.
- Möjligheter att uttrycka dina idéer och åsikter.
- Erkännande för prestationer och kompetens.
- En mångfald av erfarenheter och nya utmaningar.
- Människor omkring dig som är effektiva med att få saker gjorda och effektiva i arbetet med andra.
- Ha lika makt som ansvar.
- Möjlighet till befordran och karriärutveckling.

Människor som svarat som du brukar behöva:

- Rak och direkt kommunikation
- Att tygla intensiteten i mindre akuta situationer.
- Miljöer med utmanande uppdrag
- Att förhandla åtaganden ansikte mot ansikte. Det kan hjälpa till att behålla tydlighet och ömsesidigt ansvar.
- Att vara involverad och aktiv för att få saker att hända så att du inte blir uttråkad med massor av rutinarbete.
- Att mjuka upp ditt förhållningssätt något och dämpa dig ett snäpp för att inte framstå som okänslig och kritisk.
- Att förstå de resultat som förväntas av dig och att bli bedömd på resultaten, snarare än på de metoder som använts för att nå resultaten.

Din ideala miljö

*Alla motiveras ... men alla motiveras av sina egna anledningar, inte någon annans. Genom att förstå dina motiv kan du skapa en miljö där det är mest sannolikt att du kan vara själv-motiverad. Identifiera de två viktigaste miljöfaktorerna och överför dem till sidan **Summering av din stil**.*

Personer som svarat som du tenderar att vara mest effektiva i miljöer som ger:

- Avlägsnande av rutiner och repetitivt arbete.
- Uppskattning baserad på resultaten som uppnåtts, inte medlen eller vägen som använts.
- Ett minimum av direkt övervakning.
- Många varierande upplevelser inklusive några enstaka oväntade överraskningar eller problem.
- En innovativ och entreprenöriell atmosfär i framkanten med massor av handlingsfrihet att uttrycka dina idéer.
- En publik som lyssnar till dina idéer och lösningar.
- Få, om ens några, kontroller och begränsningar i din auktoritet.

Din stil under stress

Välj ut två av nedanstående punkter som du vill förbättra och överför dem till sidan **Summering av din stil**.

Under stress kan du verka:

- Avtrubbad
- Påflugan
- Kritisk
- Samarbetsovillig
- Orolig

Under stress kan du behöva:

- Påtagliga bevis för framsteg.
- Framgångar.
- Ett snabbt tempo för att gå mot mål.

Typiska konfliktbeteenden för din stil kan vara:

- Eftersom du tenderar att fokusera på dina egna resultat kan du riskera att bli enväldig för att få det på ditt sätt.
- Din ilska riktas oftast mot situationer och bristen på önskat resultat, inte mot någon personligen. Du tenderar att reagera snabbt och misslyckas ibland med att välja dina ord på ett lämpligt sätt. På det sättet kan din ilska och ditt beteende framstå som personangrepp.
- Din passion för att vinna kan resultera i vinna / förlora situationer vilket gör det svårt för andra att arbeta med dig.

Strategier för att minska konflikter och öka harmonin:

- Undvik att skapa kontroverser eller "röra om i grytan" bara för att hålla saker intressanta. Detta kan öka din egen energi för uppgiften. Däremot kan det sannolikt få en mycket negativ effekt på många andra.
- Var noga med att dela resonemanget bakom dina beslut med andra. Låter du bli det riskerar anledningarna att uppfattas som godtyckliga. När du använder någon annans förslag, bekräfta personen som kom på det.
- Du behöver inkludera alla människor som arbetar med ett projekt i ditt beslutsfattande. Be om deras synpunkter regelbundet och ta hänsyn till dem. Du kan fortfarande behöva ta det slutliga beslutet men det är mer sannolikt att det blir ett mer välgrundat beslut och att andra är mer benägna att stödja det om de varit inkluderade.

Kommunikationstips för andra

*Följande förslag kan hjälpa andra som interagerar med dig att förstå och vara medveten om dina kommunikationspreferenser. För att effektivt använda denna information föreslår vi att du delar med dig av innehållet och diskuterar dina preferenser med de andra. Välj ut de två viktigaste förslagen nedan om när andra kommunicerar med dig (Gör & Undvik) och överför dem till sidan **Summering av din stil**.*

Vid kommunikation med Sample, GÖR:

- Presentera dina saker på ett logiskt sätt.
- Var specifik med vad som behöver göras och vem som ska göra det.
- När du inte samtycker, ifrågasätt metoderna eller procedurerna, inte personen.
- Gör din hemläxa och var förberedd med mål, syften och kompletterande material, etc. men planera inte för att använda alla. Ta med materialet som stöd.
- Håll dig till ämnet. Prata inte om oväsentligheter.
- Håll dig bara till affärsbiten.
- Var förberedd på att hantera några invändningar.

Vid kommunikation med Sample, UNDIK:

- Att ge löften och garantier i lägen där det finns risk att inte kunna uppfylla dem.
- Försök att komma personen alltför nära alltför snabbt.
- Låt kryphål eller otydligheter bli "hängande i luften".
- Att ta beslut åt hen.
- Att inleda en konversation när du inte instämmer.
- Att låta samtalet sväva ut och slösa med tid.
- Att glömma eller tappa bort saker som är nödvändiga för mötet eller uppdraget.

Potentiella förbättringsområden

*Alla har sannolikt bekymmer, begränsningar eller svagheter. Ibland är det helt enkelt en överanvändning av styrkor som kan bli en svaghet. Exempelvis kan en hög D: s direktitet vara en styrka i vissa miljöer, men när den överanvänds kan den tendera att bli diktatorisk. Välj ut de två viktigaste områdena nedan som du vill förbättra och överför dem till sidan **Summering av din stil**.*

Potentiella förbättringsområden:

- Du tenderar att gå utanför dina ramar och utgå ifrån att du har befogenhet.
- Du kan bli otålig om du inte är i centrum i ett projekt eller tillställning.
- Du sätter mycket höga prestationskrav för andra, vilket kan leda till att vissa mål inte kan uppnås.
- Din krävande attityd kan öka avståndet till andra som inte har din energi.
- Du kan ta på dig för mycket eftersom du föredrar att arbeta i pressade situationer.
- Du skulle kunna använda dig mer av social kompetens när det gäller att motivera och leda andra.
- Du är ibland okänslig och kritisk och du glömmer att vara tillräckligt taktfull.

Summering av Sample Report's stil

Kommunikation är en dubbelriktad process. Uppmuntra andra att göra sin egen DISC-stil rapport och dela sedan denna sida med varandra. Du kan förbättra relationerna med de människor som du arbetar, umgås och lever med genom att diskutera preferenser, behov och önskemål. Du kan vända det som kan ha varit en stressig relation till en mer funktionell kontakt, bara genom att förstå och tillämpa informationen i DISC. Fyll i nedanstående utifrån de föregående sidorna i denna rapport.

Dina styrkor: Vad du tillför i ditt valda fokus

1. _____
2. _____

Dina motiv och behov

1. _____
2. _____

Din ideala miljö

1. _____
2. _____

Din stil under stress

1. _____
2. _____

Kommunikationstips för andra

1. _____
2. _____

Potentiella förbättringsområden

1. _____
2. _____

Egna reflektioner

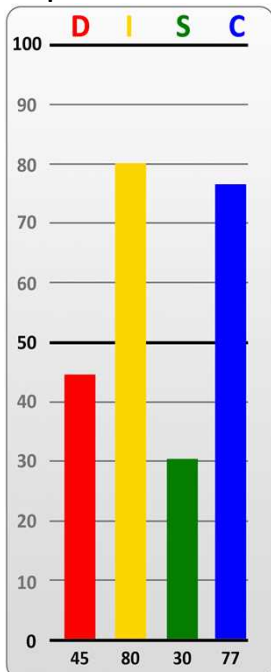
1. _____
2. _____

Grafer för Sample Report

Graf I nedan till vänster visar din anpassade stil, hur du brukar använda beteendemönster hos IC-stilen i ditt valda fokus på Arbete. Graf II nedan till höger visar din naturliga stil hur du spontant tenderar att använda beteendemönstret hos D stilen.

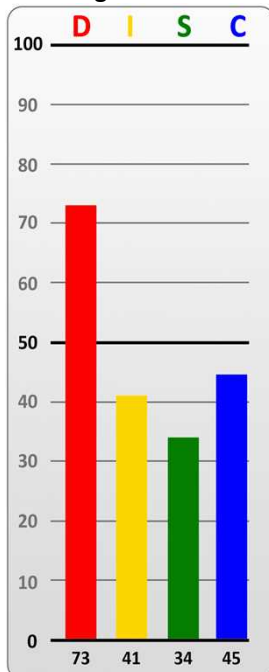
Din anpassade stil visar din uppfattning om beteende du tror att du bör använda i ditt valda fokus (arbete, socialt eller familj). Denna graf kan ändras när du byter roll eller situation. Din naturliga stil visar på intensiteten av dina spontana beteenden och drivkrafter. Det är ofta en bättre indikator på ditt "naturliga du" och ditt reflexmässiga, spontana beteende. Detta är hur du agerar när du känner dig bekväm i din hemmiljö och inte försöker imponera genom att anpassa dig. Det kan också dyka upp i överraskande eller stressande situationer. Din naturliga stil tenderar att vara ganska konsekvent, även i olika miljöer.

Anpassad stil - Graf I

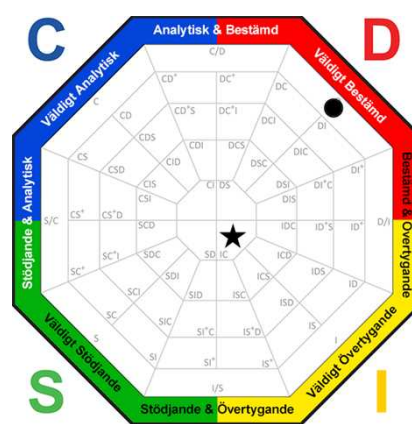


Mönster: IC (3625)
Fokus: Arbete

Naturlig stil - Graf II



Mönster: D (5323)



● = Naturlig beteendestil
 ★ = Anpassad beteendestil

Om de två diagrammen är likartade, betyder det att du brukar använda samma beteende i den fokusmiljö du valt. Om din anpassade stil skiljer sig från din naturliga stil, beror det på att du använder beteenden som inte är så bekväma eller naturliga för dig. Detta kan orsaka negativ stress om det pågår under en längre tid.

Siffrorna under diagrammen representerar dina nummer i DISC-ordning och bestämmer de adjektiv som markerats på föregående sidor.

Ju högre varje D,I,S,C stapel är på dina grafer desto mer framträdande är detta beteende i samarbetet med andra runt omkring dig. Ju lägre staplarna är desto mindre framträdande är beteendet.

När du väl blivit medveten kan du anpassa din stil. Permanent beteendeförändring sker genom medvetenhet och praktisk träning vilket kommer att öka din beteendemässiga anpassningsförmåga och sociala flexibilitet.

Beskrivning av din anpassade stil

DISC är ett observerbart och "behovsmotiverat" instrument som bygger på idén att beteenden och behov varken är "bra" eller "dåliga". Snarare visar beteenden på behov som motiverar detta beteende. Därför, när vi noggrant kan observera andras handlingar, är det lättare att "läsa" och förutse deras sannolika drivkrafter och behov. Detta gör det möjligt för oss att förutse vad som kommer och inte kommer att glädja dem, vilket i sin tur ger bättre relationer och en mer harmonisk och produktiv arbetsplats! Detta diagram visar din **ANPASSADE** DISC Graf som en "ordskiss". Använd den med exempel för att beskriva varför du gör som du gör och vad som är viktigast för dig när det gäller en (D)ominant hantering av problem/uppgifter, (I)influens av andra människor, tempot hos (S)tabiliserande eller (C)onformitet till rutiner/regler.

Fundera mer kring de specifika behov (nu kanske vanor) som driver dig inom varje fokusområde. Är din DISC på nivå 1 eller 2 nedan? Eller ligger dina beteenden och behov på nivå 5 eller 6 i nedanstående tabell?

	D	I	S	C
DISC Fokus	Angriper problem	Influerar människor	Hanterar förändring	Tillmötesgår regler
Behov	Utmaningar att lösa, Befogenhet att agera	Sociala relationer, Vänlig omgivning	System, Team, Stabil miljö	Regler att följa, Data att analysera
Karaktärsdrag	Beslutsam, risktagare	Optimistisk, litar på andra	Tålmodig, Stabiliserande	Försiktig, genomtänkta beslut
Rädslor	...bli utnyttjad, brist på kontroll	...bli utesluten, brist på socialt erkännande	...plötslig förändring, förlorad trygghet och säkerhet	...bli kritiserad, förlorad exakthet och kvalitet
6	argumenterande djärv krävande avgörande dominerande egocentrisk	uttrycksfull entusiastisk sällskaplig impulsiv optimistisk övertygande	lugnande lojal tålmodig fridfull rofylld lagspelare	noggrann konservativ krävande faktaorienterad exakt systematisk
5	äventyrlig risktagande direkt kraftfull	charmig inflytelserik sällskaplig förtroendefull	konsekvent samarbetsvillig återhållsam avslappnad	samvetsgrann artig fokuserad kvalitetsmedveten
4	bestämd tävlingsinriktad beslutsam självständig	socialt självsäker vänlig generös balanserad	samlad överlagd stabil skötsam	analytisk ordentlig känslig finkänslig
3	beräknande behärskad frågvis anspråkslös	kontrollerad urskiljande rationell fundersam	alert ivrig flexibel rörlig	egensinnig självsäker påstridig uthållig
2	stillsam konsensus-sökande diskret överväger för-& nackdelar	kontemplativ faktarelaterande logisk tillbakadragen	missnöjd energisk rastlös impulsiv	självstyrande oberoende handfast envis
1	accepterande försiktig konservativ kontemplativ blygsam återhållsam	eftertänksam granskande tystlåten fundersam färdig skeptisk	aktiv förändringsorienterad undersökande angelägen framåtriktad spontan	godtycklig djärv orädd ifrågasättande flexibel frispråkig

Beskrivning av din naturliga stil

DISC är ett observerbart och "behovsmotiverat" instrument som bygger på idén att beteenden och behov varken är "bra" eller "dåliga". Snarare visar beteenden på behov som motiverar detta beteende. Därför, när vi noggrant kan observera andras handlingar, är det lättare att "läsa" och förutse deras sannolika drivkrafter och behov. Detta gör det möjligt för oss att förutse vad som kommer och inte kommer att glädja dem, vilket ger bättre relationer och en mer harmonisk och produktiv arbetsplats! Detta diagram visar din **NATURLIGA** DISC Graf som en "ordskiss." Använd den med exempel för att beskriva varför du gör som du gör och vad som är viktigast för dig när det gäller en **(D)**ominant hantering av problem/uppgifter, **(I)**nfluens av andra människor, tempot hos **(S)**tabiliserande eller **(C)**onformitet till rutiner/regler. Fundera mer kring de specifika behov (nu kanske vanor) som driver dig inom varje fokusområde. Är din DISC på nivå 1 eller 2 nedan? Eller ligger dina beteenden och behov på nivåer 5 och 6 i nedanstående tabell?

	D	I	S	C
DISC Fokus	Angriper problem	Influerar människor	Hanterar förändring	Tillmötesgår regler
Behov	Utmaningar att lösa, Befogenhet att agera	Sociala relationer, Vänlig omgivning	System, Team, Stabil miljö	Regler att följa, Data att analysera
Karaktärsdrag	Beslutsam, risktagare	Optimistisk, litar på andra	Tålmodig, Stabiliserande	Försiktig, genomtänkta beslut
Rädslor	...bli utnyttjad, brist på kontroll	...bli utesluten, brist på socialt erkännande	...plötslig förändring, förlorad trygghet och säkerhet	...bli kritiserad, förlorad exakthet och kvalitet
6	argumenterande djärv krävande avgörande dominerande egocentrisk	uttrycksfull entusiastisk sällskaplig impulsiv optimistisk övertygande	lugnande lojal tålmodig fridfull rofylld lagspelare	noggrann konservativ krävande faktaorienterad exakt systematisk
5	äventyrlig risktagande direkt kraftfull	charmig inflytelserik sällskaplig förtroendefull	konsekvent samarbetsvillig återhållsam avslappnad	samvetsgrann artig fokuserad kvalitetsmedveten
4	bestämd tävlingsinriktad beslutsam självständig	socialt självsäker vänlig generös balanserad	samlad överlagd stabil skötsam	analytisk orientlig känslig finkänslig
3	beräknande behärskad frågvis anspråkslös	kontrollerad urskiljande rationell fundersam	alert ivrig flexibel rörlig	egensinnig självsäker påstridig uthållig
2	stillsam konsensus-sökande diskret överbäger för- & nackdelar	kontemplativ faktarelaterande logisk tillbakadragen	missnöjd energisk rastlös impulsiv	självstyrande oberoende handfast envis
1	accepterande försiktig konservativ kontemplativ blygsam återhållsam	eftertänksam granskande tystlåten fundersam färdig skeptisk	aktiv förändringsorienterad undersökande angelägen framåtriktad spontan	godtycklig djärv orädd ifrågasättande flexibel frispråkig

Ditt beteendemönster

Nedanstående oktagon har åtta överskådliga beteendezoner. Varje zon identifierar olika kombinationer av beteendemönster. De perifera beskrivningarna visar vad andra individer ser som typiskt med din stil. Bokstäverna utanför ytterkanterna av diamanten betyder att det är en faktor (DISC) av din stil som kommer att dominera de andra tre. När du flyttar in mot mitten av oktagonen kommer två eller möjligen tre egenskaper att kombineras för att dämpa intensiteten av din stil inom en viss beteendezon.

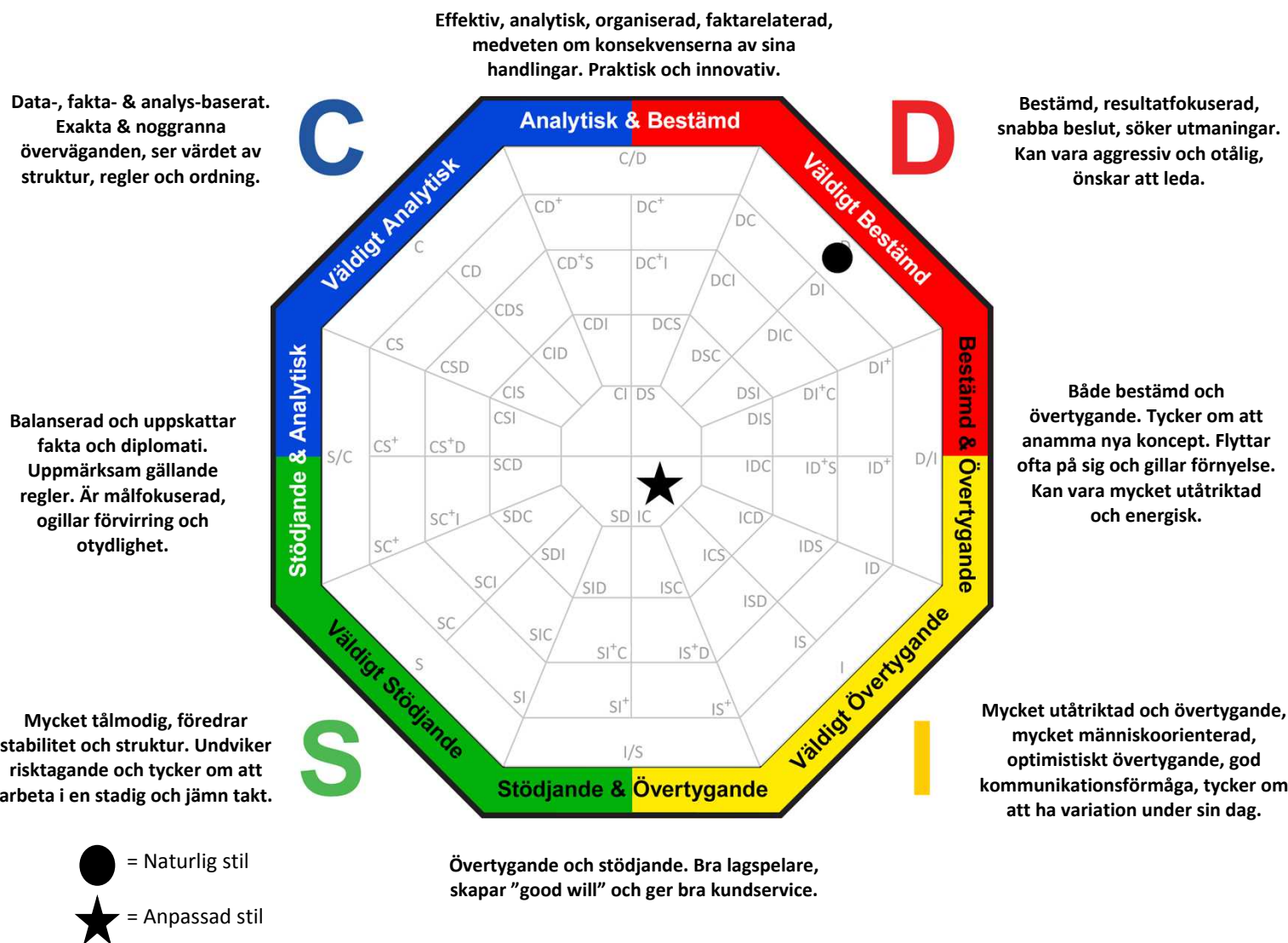
Beskrivning:

D = Dominans / beslutsamhet: Hur du angriper problem

I = Influera / utåtriktad: Hur du påverkar andra människor

S = Stabilitet / tålmod: Hur du hanterar förändring

C = Conform / samvetsgrann: Hur du tillmötesgår regler samt har fokus på detaljer, noggrannhet och precision



12 Beteendetendenser – Summering

De primära stilarna - **D**, **I**, **S**, och **C** - är alla påverkade av de andra tre stilarna och ger uttryck i vårt beteende. En person visar inte bara en av stilarna, utan uttrycker snarare en kombination av alla fyra. De följande beteendetendenserna grundar sig på hur DISC stilarna kombineras och påverkar varandra. På denna sida ser du summeringen av de 12 beteendetendenserna för båda personerna, de följande sidorna innehåller mer detaljer om var och en av tendenserna.

Beteenden	Naturlig	Anpassad
Personal Drive <i>How this individual's own goals move things forward.</i>	Self-Driven	Situational
Self-Reliance <i>How this individual works within a team.</i>	Directive	Collaborative
Providing Instruction <i>How this individual dictates directions and expectations.</i>	Directive & Compulsive	Reserved & Detailed
Accuracy <i>How this individual focuses on correctness and exactness.</i>	Situational	Precision
Customer & Team Interaction <i>How this individual engages with customers and stakeholders, internal and external.</i>	Situational	Engaging
Reasoning <i>How this individual uses evidence to think through and solve problems.</i>	Situational	Situational
Expressing Openness <i>How this individual is most comfortable expressing themselves.</i>	Situational	Situational
Careful Decision Making <i>How this individual approaches decisions and actions.</i>	Situational	Impulsive
Work Process Alignment <i>How this individual focuses on process to follow through on work.</i>	Situational	Accuracy
Prioritizing <i>How this individual determines the order for dealing with items or tasks based on established rules and structure.</i>	Results	Rules
Building Rapport <i>How this individual focuses when interacting with others.</i>	Results-Focused	Relationships-Focused
Change Resistance <i>How this individual resists engaging with change.</i>	Drives Change	Situational

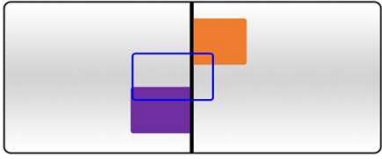
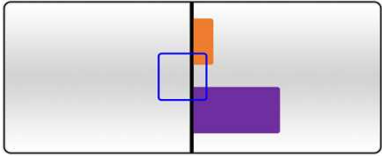
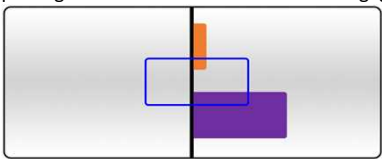
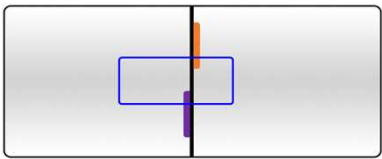
12 Beteendetendenser – detaljer & grafer

För var och en av de 12, ser du en graf och personligt uttryck för varje person som är baserad på deras naturliga stiltendens. Utfallet och beskrivningen visar vilken stilkombination som är tydligast observerbar och beskriver hur varje person uttrycker sig utifrån sin individuella DISC blandning.

Teckenförklaring:

- Frekvens-observation:** Beteendetendenserna presenteras i ordningen från den mest förekommande till den minst förekommande.
 - HI** indikerar att beteendet är mycket tydligt observerbart, visas ofta och kan iakttas i de flesta situationer.
 - HM** indikerar att det observeras i många situationer.
 - MOD** indikerar att beteendet är flexibelt och kan ibland bli observerbart beroende på kraven i den specifika situationen.
 - LM** indikerar att beteendet bara är observerbart ibland i vissa situationer.
 - LOW** indikerar frånvaron av detta beteende i de flesta situationer.
- Riktningen utifrån dina svar** – Grafen pekar åt höger eller vänster och visar hur varje person sannolikt kommer att uttrycka sitt beteende. Om grafen ligger nära mittlinjen beror det på att uttrycket anpassas beroende på situationen.
- Generell Populations Jämförelse** – Den blå boxen representerar den generella populationen i denna beteendetendens. Ungefär 68% av alla människor ligger i detta fält.

	Tendens
<p style="text-align: center;">Personal Drive</p> <p>Naturlig (HM): You are somewhat self-determined, often focused on taking actions that achieve results and goals. You will likely be driven to action based on your own needs and motivations and are likely a self-starter. Be aware that it can be appropriate to support and help others as well.</p> <p>Anpassad (MOD): Your determination is balanced between a self-driven and others-driven approach, focusing on actions to achieve results with awareness of risks and consequences of actions. You are likely driven by both a desire to meet your own needs and motivations, and support and help others in the process.</p>	<p>The graph for Personal Drive is a horizontal bar chart divided into 'Others-driven' (left) and 'Self-Driven' (right). An orange bar representing the individual's tendency is positioned in the 'Self-Driven' section, extending about 25% of the way from the center. A purple bar representing the general population is positioned in the 'Others-driven' section, extending about 15% of the way from the center. A blue box highlights the area between the two bars, centered on the vertical midline.</p>
<p style="text-align: center;">Self-Reliance</p> <p>Naturlig (HM): You are quite results driven, focused on accomplishing things quickly and efficiently and are likely to do so mostly independently and directionally. You will likely do your best work independently when you can manage your productivity and efficiency autonomously. Be sure you are not distancing yourself too much.</p> <p>Anpassad (LM): You are quite attentive to involving others, preferring to reach results together, which may impact efficiency. You will likely do your best work in collaboration with others. Be aware that too much interaction may cause some delays in productivity or efficiency.</p>	<p>The graph for Self-Reliance is a horizontal bar chart divided into 'Collaborative' (left) and 'Directive' (right). An orange bar representing the individual's tendency is positioned in the 'Directive' section, extending about 25% of the way from the center. A purple bar representing the general population is positioned in the 'Collaborative' section, extending about 15% of the way from the center. A blue box highlights the area between the two bars, centered on the vertical midline.</p>

<p style="text-align: center;">Providing Instruction</p> <p>Naturlig (HM): You are somewhat direct and results-focused, and may prefer to set the course and direct others, rather than following the set expectations. Engaging with others for additional thoughts and perspectives can lead to better outcomes.</p> <p>Anpassad (LM): You are more likely to precisely follow established structural and procedural guidelines, and are aware of the need for accuracy and compliance to certain guidelines and protocol. Sometimes, bending the rules slightly is important to getting the best results.</p>	<p style="text-align: center;">Tendens</p> <p style="text-align: center;">Reserved & Detailed Directive & Compulsive</p> 
<p style="text-align: center;">Accuracy</p> <p>Naturlig (MOD): Your plans are a combination of careful deliberations to ensure quality outcomes, and systems and processes that allow forward movement in a steady environment. You are likely aware of both predictability and precision when making plans. You will like have more positive outcomes when using balanced planning.</p> <p>Anpassad (HM): You frequently focus on carefully and deliberately ensuring high-quality outcomes with great importance on accuracy, structure, order and precision in all you do. You are likely to focus on being and doing things right. While doing it the right way can impact success dramatically, it is also helpful to have dependability and uniformity in planning processes.</p>	<p style="text-align: center;">Predictability Precision</p> 
<p style="text-align: center;">Customer & Team Interaction</p> <p>Naturlig (MOD): You can be engaging and persuasive while providing support and stability in your interactions with others. You are likely to balance the needs of others, creating a relationship and ensuring their needs are met. This can effectively create loyal and trusting relationships.</p> <p>Anpassad (HM): You are somewhat engaging, charming, persuasive, and influential, often connecting with others in a way that builds trust and confidence. You are more likely to focus on engaging with the others to create a relationship, interacting with them to build a friendship to ensure they will come back to work with you directly. Sometimes business should be just business.</p>	<p style="text-align: center;">Supporting Engaging</p> 
<p style="text-align: center;">Reasoning</p> <p>Naturlig (MOD): You may rely somewhat on your feelings and interactions with others to make decisions, and choose what is likely to be considered acceptable but will seek to back up judgments with evidence and verification. When reasoning, you likely rely on a balanced approach of logic and emotion, and look at the circumstances with a logical perspective and also paying attention to what feels right.</p> <p>Anpassad (MOD): Consistent with natural style</p>	<p style="text-align: center;">Intuition-based Evidence-based</p> 

Tendens	
<p>Expressing Openness</p> <p>Naturlig (MOD): Your comfort is balanced between your ability to interact with others and build personal connections, while still maintaining a focus on structure, detail and accuracy, and you may struggle with maintaining a consistent pace or focus. You can be confident with both social interactions and information to support your perspective.</p> <p>Anpassad (MOD): Consistent with natural style</p>	<p>Structural Social</p> <p>The chart shows a vertical axis with 'Structural' on the left and 'Social' on the right. A blue box is centered on the vertical line, indicating a balanced preference between the two.</p>
<p>Careful Decision Making</p> <p>Naturlig (MOD): You balance careful attention and consideration of risks, but may also act more impulsively, going with your gut and intuition. Your decisions can be based on a balanced approach of logic and emotion where you will do what feels right and also what makes sense while being attentive to risks.</p> <p>Anpassad (LM): You are somewhat impulsive based on feelings rather than taking the time to consider the risks and consequences. You are likely to make decisions spontaneously and emotionally, trusting your gut and going with what feels right. Sometimes it is important to see if it makes sense too, not just feels good.</p>	<p>Impulsive Cautious</p> <p>The chart shows a vertical axis with 'Impulsive' on the left and 'Cautious' on the right. A blue box is positioned further to the left, indicating a preference for the impulsive side.</p>
<p>Work Process Alignment</p> <p>Naturlig (MOD): Your process and follow through is balanced between keeping things methodical and steady and upholding quality standards to be sure what you are doing is accurate and precise. There may be times when you process information and then follow through based on an equal emphasis on accuracy and consistency. These two, when balanced, will ensure great outcomes.</p> <p>Anpassad (LM): Your process and follow through is often driven by upholding quality standards to be sure what you are doing is accurate and precise. You are likely to process information and follow through with exactness and precision as a focus. There are times when consistency is as important as accuracy. Don't forget to balance them.</p>	<p>Accuracy Consistency</p> <p>The chart shows a vertical axis with 'Accuracy' on the left and 'Consistency' on the right. A blue box is positioned further to the left, indicating a preference for accuracy.</p>



Tendens	
<p style="text-align: center;">Prioritizing</p> <p>Naturlig (LM): You often focus specifically and directly on results now and take actions that target immediate accomplishment, and are less concerned with the established guidelines. You will likely prioritize and focus on the results and the bottom line. While the end result is certainly a key component of what should take priority, be sure you are also aware of the rules and constraints of your situation.</p> <p>Anpassad (HM): You often focus on following established structural and procedural guidelines to ensure high-quality outcomes with great importance on accuracy, order and precision. You are likely to prioritize the rules rather than the results. While the rules and procedures are a key component to success and what should take precedence, be sure you know what the end result should be.</p>	
<p style="text-align: center;">Building Rapport</p> <p>Naturlig (LM): You are somewhat results driven in your interactions, preferring not to connect socially unless there is a specific outcome or purpose. You are more likely to focus on results with a desire to reach a goal or complete a task, rather than connecting or building relationship. Remember, others may like to get to know you more when working together.</p> <p>Anpassad (HM): You are somewhat social and more likely to focus on building relationship and making connections, rather than accomplishing a goal or completing a task. Don't forget that sometimes there are things to be done.</p>	
<p style="text-align: center;">Change Resistance</p> <p>Naturlig (LM): You are likely to be more firm in times of change, preferring to lead and direct activities focused on results and solutions. You are likely to respond/interact in change by driving action and facing it head on as it comes. You may even want to change things just to see how it can be different. Sometimes keeping things consistent is good too.</p> <p>Anpassad (MOD): You can be slow to accept or embrace change or more committed to your own thoughts and ideas during times of change, depending on the level of risk and expected outcome. There may be times when you actively accept and engage in change and other times you feel like more information and planning would be beneficial. You are likely to be on board, as long as things make sense.</p>	

DEL II: Tillämpning av DISC i service- och säljsituationer

Att förstå din egen beteendestil är det första steget för att förbättra relationer. All kunskap i världen betyder ingenting om du inte vet hur du ska tillämpa den i verkliga service och säljsituationer. Det är vad resten av den här rapporten handlar om.

För att kunna tillämpa beteendestilar effektivt, behöver du också veta hur man använder informationen när det gäller människor och situationer. Kom ihåg att människor vill bli behandlade i enlighet med deras beteendestil, inte din egen!

Detta avsnittet omfattar:

- Översikt av de fyra grundläggande DISC-stilarna
- Hur man identifierar en annan persons beteendestil
- Vad är beteendemässig anpassningsförmåga?
- Skapa och bibehåll intresset under hela service- och säljcykeln
- Service- och säljcykelns olika faser
- Ta makten över ditt eget öde

Det här avsnittet hjälper dig att förstå hur man kan bli mer effektiv när det gäller relationer och situationer. Goda relationer kan bli bättre och utmanande relationer kan bli hanterbara.

Efter att ha tagit del av informationen, välj ett möte där det inte har gått så smidigt som du tänkt dig. Bestäm dig för att åtminstone avsätta tid, att sätta dig in i den andra personens beteendestil och ta itu med några små åtgärder för att anpassa ditt beteende för att förbättra mötet. Så här gör du:

- 1** Identifiera den andra personens beteendestil genom att använda avsnittet i "Översikt av de fyra grundläggande DISC-stilarna". Du kan lära dig identifiera olika stilar i "Hur man identifierar en annan persons beteendestil". Avsnittet om "Vad är beteendemässig anpassningsförmåga?" ger dig en fördjupad inblick i vad anpassningsförmåga är och varför det är så viktigt i alla dina möten.
- 2** När du vet deras stil och preferenser kan du använda avsnittet "Skapa och bibehåll intresset under säljcykeln" för att förstå de olika faserna som du behöver gå igenom för att få nöjda kunder. Varje fas har sin specifika uppgift och säkerställer struktur och kvalitet i kundmötet.
- 3** För att verkligen förstå säljcykeln bör du läsa in dig på de fem olika faserna. Att vara medveten om skillnaderna mellan respektive fas och förstå varför de behöver tas i en viss ordning kommer att göra stor skillnad i dina framtida kundmöten.
- 4** I avsnittet "Ta makten över ditt eget öde" kommer du att få förslag på hur du kan bestämma dig för att ta makten över det du kan påverka och göra skillnad i dina framtida kundmöten. Du kommer att få möjligheten att ta ett beslut som kan vara livsförändrande.

Översikt av de fyra grundläggande DISC-stilarna

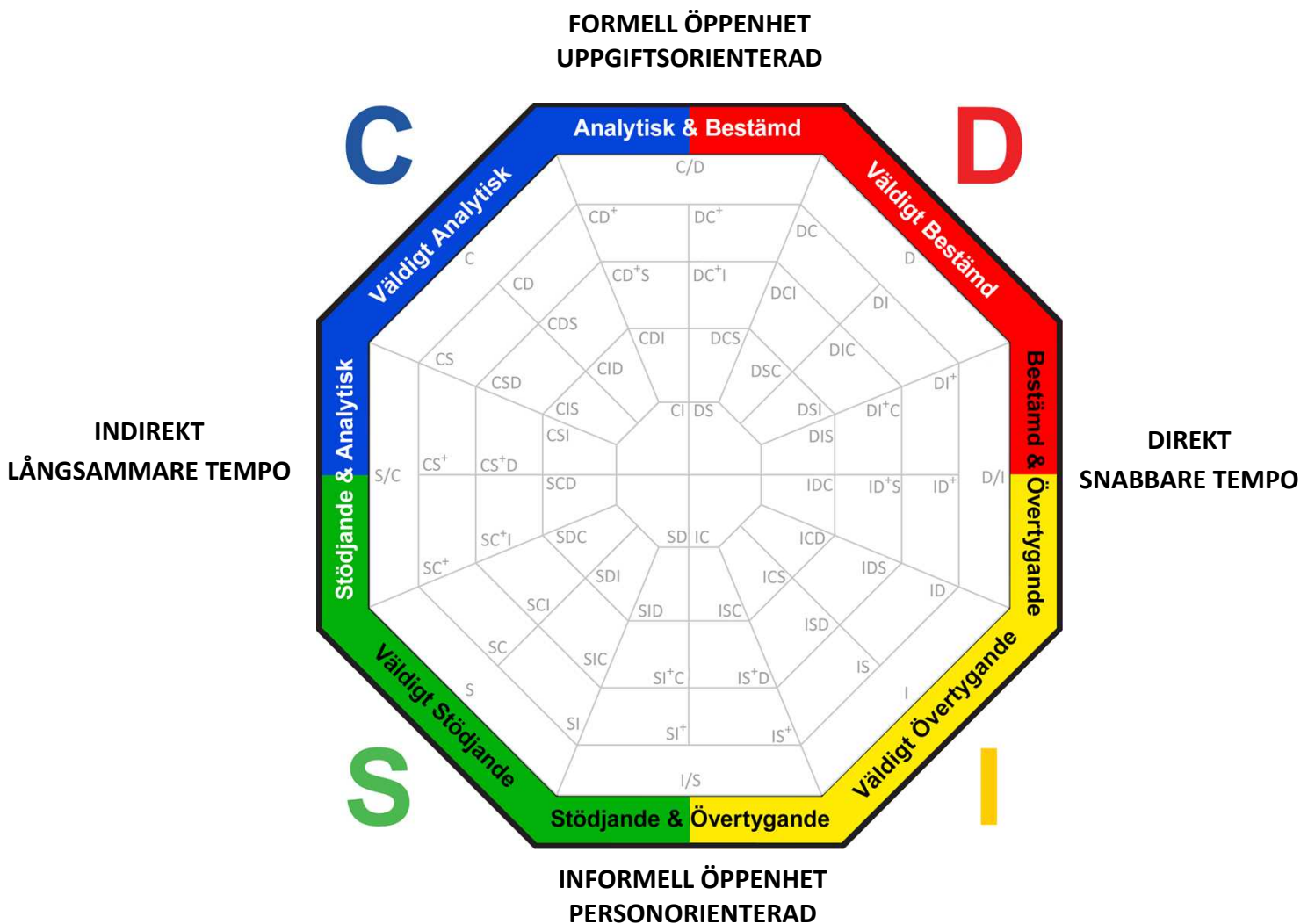
Nedan visas en tabell för att hjälpa dig att förstå några av egenskaperna hos var och en av de fyra grundläggande DISC-stilarna, så att du framgångsrikt kan interagera med varje stil. Även om en beteendestil bara är en viss del av en personlighet är det användbart att beskriva hur en person uppfattas och beter sig i olika arbetssammanhang.

	HÖG DOMINANT STIL	HÖG INFLUERANDE STIL	HÖG STABILISERANDE STIL	HÖG CONFORM STIL
TEMPO	Snabb Beslutsam	Snabb Spontan	Långsam Avslappnad	Långsam Systematisk
PRIORITERAR	Mål	Människor	Relationer	Uppgifter
SÖKER	Produktivitet Kontroll	Deltagande Uppskattning	Acceptans	Noggrannhet Precision
STYRKOR	Administration Ledarskap Banbrytande	Övertygande Motiverande Underhållande	Lyssnar Samarbete Fullföljer	Planera Systematisera Verkställa
UTVECKLINGS- OMRÅDEN	Otålig Okänslig mot andra Dålig lyssnare	Ouppmärksam på detaljer Kort uppmärk- samhetsspann Låg grad av fullföljande	Överkänslig Trög att påbörja uppgifter Saknar globalt perspektiv	Perfektionist Kritisk Kallsinnig
RÄDSLOR	Att utnyttjas	Förlust av socialt erkännande	Plötsliga förändringar Instabilitet	Personlig kritik av deras arbetsinsatser
IRRITATIONS- MOMENT	Ineffektivitet Obeslutsamhet	Rutiner Komplexitet	Okänslighet Otålighet	Oordning Felaktigheter
KAN BLI DETTA UNDER STRESS	Diktatorisk Kritisk	Sarkastisk Ytlig	Undergiven Obeslutsam	Tillbakadragen Envis
VINNER SÄKERHET GENOM	Kontroll Ledning	Lekfullhet Andras godkännande	Vänskap Samarbete	Förberedelse Grundlighet
BEDÖMER PERSONLIGT VÄRDE GENOM	Påverkan eller resultat Historik och framgång	Erkännanden Uppskattning Komplimanger	Kompatibilitet med andra God samverkan	Precision Noggrannhet Kvaliteten på resultat
ATTRAKTIV ARBETSPLATS	Effektiv Arbetsfylld Strukturerad	Interagerande Arbetsfylld Personlig	Vänlig Funktionell Personlig	Formell Funktionell Strukturerad

Hur man identifierar en annan persons beteendestil

Hur kan du snabbt och korrekt identifiera var och en av de fyra beteendestilarna för att träna din anpassningsförmåga? Du gör det genom att fokusera på två uttryckssätt - DIREKTHET och ÖPPENHET. För att snabbt identifiera stilen hos andra människor ställer du frågorna på nästa sida.

När du sedan kombinerar båda skalorna, skapas fyra olika grundstilar. Individer som uppvisar formellt och direkt beteende uppvisar en Dominant stil; direkt och informellt beteende uppvisar en Influeraende stil; informellt och indirekt beteende uppvisar en Stabiliserande stil; och formellt och indirekt beteende uppvisar en Conform stil.



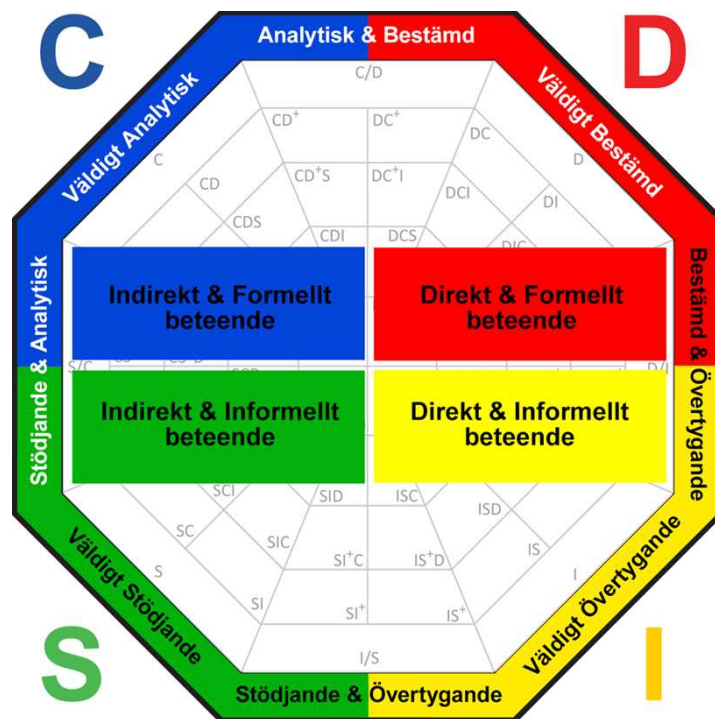
Bedöm en annan persons beteendestil med 2 kraftfulla frågor:

1. Är personen direkt eller indirekt i sin kommunikation?

(Direkthet är den 1:a förutsägbara stilen. Indirekt till vänster, Direkt till höger)

2. Är personen formell eller informell i kommunikationen?

(Öppenhet är den 2:a förutsägbara stilen. Formell överst, Informell nederst)



När vi integrerar både den naturliga tendensen att vara direkt eller indirekt med en naturlig tendens att vara antingen formell eller informell skapar det grunden som markerar var och en av de fyra olika beteendestilarna:

D = Direkt och formellt beteende är utmärkande för Dominant/ bestämd stil

I = Direkt och informellt beteende är utmärkande för Influera/ övertygande stil

S = Indirekt och informellt beteende är utmärkande för Stabiliserande/ stödjande stil

C = Indirekt & formellt beteende är utmärkande för Conform/ analytisk stil

Beteendeintensiteten direkthet eller indirekthet och graden av att vara informell eller formell visas i oktagonet. Fälten ut mot kanten av diamanten indikerar en **högre intensitet** och fälten närmare mitten indikerar en **lägre intensitet**.

Vad är beteendemässig anpassningsförmåga?

Anpassningsförmåga är din vilja och förmåga att anpassa din inställning eller strategi baserad på behoven i situationen eller relationen vid en viss tidpunkt. Den är till för att forma dina mönster, attityder och vanor snarare än att forma andras.

Ingen stil är naturligtvis mer anpassningsbar än någon annan. För varje situation kommer strategiska justeringar som varje stil behöver göra att variera. Beslutet att använda särskilda anpassningstekniker görs i varje enskilt fall. Du kan välja anpassning med en person men inte med andra. Du kan välja att vara anpassningsbar med en person i dag och mindre anpassningsbar med samma individ i morgon. Anpassningsförmåga handlar om hur du hanterar dina egna beteenden.

Exempelvis tränar du din anpassningsbarhet varje gång du saktar ner tillsammans med en C- eller S-stil; eller när du agerar lite snabbare med D- eller I-stilar. Det inträffar när D eller C stilar tar sig tid för att bygga upp relationen med en S- eller I-stil; eller när I- eller S-stilar fokuserar på fakta eller går rakt på sak med D- eller C-stilar. Det innebär att du kan justera ditt eget beteende för att se till att andra människor känner sig mer tillfreds i situationen.

Anpassningsförmåga betyder inte "imitation" av den andra personens stil. Det betyder att du justerar din öppenhet, direktitet, tempo och prioritet i riktning mot den andra personens preferens och samtidigt behåller din egen identitet.

Anpassningsförmåga är viktig för alla framgångsrika relationer. Folk antar ofta en annan stil i sitt yrkesliv än vad de gör i sitt sociala och personliga liv. Vi tenderar att vara mer flexibla i arbetet med människor som vi vet mindre om. Vi tenderar att vara mindre anpassningsbara hemma och med människor som vi känner väl.

Anpassningsförmåga i sin extrema form kan göra att du verkar flummig och falsk. En person som bibehåller hög anpassningsförmåga i alla situationer kan inte undvika stress och ineffektivitet. Det finns också risk för att utveckla inre spänningar genom att bete sig som en annan stil. Vanligtvis är detta tillfälligt och kan vara värt det om du uppnår samförstånd med andra. Å andra sidan kan andra uppfatta någon, som aldrig anpassar sig, som stel och kompromisslös när personen insisterar på att alltid bete sig inom sin egen naturliga takt och prioritet.

Effektiva anpassningsbara människor bemöter andra människors behov och sina egna. Genom träning har de en möjlighet att uppnå balans. Genom att strategiskt hantera sin anpassningsförmåga vet de när en blygsam kompromiss är lämplig. Om situationen kräver att de helt anpassar sig till den andra personens beteendestil, så gör de det. Anpassningsbara människor vet hur man förhandlar i relationer på ett sätt som gör det möjligt för alla att vinna. De är taktfulla, resonabla, förstående och icke-dömande.

Din anpassningsnivå påverkar hur andra bedömer sin relation till dig. Ökar du din anpassningsförmåga kommer tillit och trovärdighet att stärkas; sänker du din anpassningsnivå sjunker andras tillit och tilltro. Hög anpassningsförmåga gör att du kan interagera mer produktivt med besvärliga människor och det hjälper dig att undvika eller hantera spända situationer. Med hög anpassningsförmåga kan du behandla andra människor så som DE vill bli behandlade.

Skapa och bibehåll intresset under hela service- och säljcykeln.

Intresse betyder, i denna kontext, att ha förmågan att relatera till andra på ett sätt som skapar förtroende och förståelse. Det är förmågan att förstå andras åsikter och få dem att förstå dina utan att argumentera om vems som är bäst. Denna typ av intresse förenklar varje form av kommunikation.

I de allra flesta service- och säljcykler finns det fem väl definierade steg. Tydlig vägledning genom varje steg kommer att leda både dig och kunden till positivt resultat.

1. Kontakt; anknytning till kunden. Förståelsen av de olika DISC-stilarna kommer att påverka det intryck du gör de första minuterna vid ett möte. Under denna korta och värdefulla tid, lägger du grunden för att lyckas eller misslyckas med anknytningen till kunden. Under denna tid visar sig möjligheten om du är den typ av person som hon eller han skulle vilja göra en affär med.

Syftet med kontakten är att försöka öppna kommunikationsdörrarna för ditt erbjudande. Bra lyssnare är de bästa säljarna. Behärska lyssnarkonsten och alla andra delar i dina relationer kommer att förbättras.

2. Förtydligande; utforskande av behov och önskemål. Syftet med förtydligandet är att få en noggrann bild av kundens behov och vad som krävs för att få en tillfredställande lösning. För att komma fram till det, behöver du lyssna på vad kunden säger, men också ställa rätt frågor så att du får den information du behöver för att kunna ge ett bra erbjudande.

Att ställa bra frågor är en viktig service och säljförmåga. Man behöver inte ställa många frågor - bara rätt frågor. Att ställa frågor kan liknas vid att måla en tavla. Du börjar med en tom duk och börjar måla bakgrunden i grova konturer med en bred pensel. Sedan fyller du i detaljerna och använder allt finare penslar.

3. Samarbete; lösning av kundens problem: I denna fas samarbetar du och kunden för att hitta en lösning som tillfredsställer bådas behov. Det är en process där du tar kundens idéer och kombinerar dem med dina egna idéer för att komma fram till en lösning som förefaller meningsfull för er båda.

I detta samarbete kan du föreställa dig processen som en möjlighet att "byta position" med din kund. Föreställ dig att du säger följande till din kund: "Om du och jag kunde byta position med varandra, vilket betyder, om du skulle veta det jag vet om min service och produkt och om jag skulle veta det du vet om dina behov - då skulle vi båda veta precis hur vi skulle göra för att hitta den bäst möjliga lösningen."

Ditt mål är att komma så nära som möjligt rent kunskapsmässigt så att det kan hjälpa dig att utveckla den ideala lösningen för din kund. För att uppnå detta mål, behöver du ha tillräckligt med information för att förstå din kunds behov och utmaningar fullt ut; och kunden behöver veta så mycket som möjligt om din produkt och service och hur detta kan hjälpa dem. När du föreslår din lösning, knyt an till din kunds behov som du upptäckt i förtydligandefasen och förklara hur ditt erbjudande kommer att fungera för din kund.

4. Bekräftelse på service och försäljning: Att få en bekräftelse följer naturligt efter förtydligande- och samarbetsfaserna. Om du gjort ett omsorgsfullt arbete under de tre första faserna i service och säljprocessen (Kontakt, Förtydligande och Samarbete) har du gjort allt som står i din makt för att kunden ska köpa din produkt eller tjänst.

Bekräftelsefasen är en kritisk punkt i byggandet av ett kundsamarbete. De mest framgångsrika service- och säljpersonerna använder inga utstuderade avslutningstekniker. Du kan inte gå igenom alla faserna i service och säljprocessen och sedan på slutet försöka manipulera en avslutningsteknik för att få till ett avtal. Kanske fungerar det vid en engångsförsäljning men inte om du försöker bygga en långtidsrelation med en kund.

5. Försäkran om belåtenhet: Den svaga punkten hos de flesta servicepersoner och säljare är sättet hur de behandlar försäkransfasen i säljprocessen. Det är vanligt att säljaren avslutar kontakten efter Bekräftelsefasen och försvinner ut ur kundens liv och lämnar service, installation, träning och uppföljning till andra.

En gammal säljmetod har ett ordspråk som säger att försäljningen börjar när kunden säger "nej". Tvärtom börjar det viktiga sälj-jobbet när kunden säger "ja" till din produkt eller tjänst.

Försäkran om belåtenhet är en hemlig beståndsdel i en extraordinär service och säljframgång. Du kommer att ha fördel på två sätt genom att försäkra varje kund om belåtenhet:

- a. Det garanterar förnyad kontakt och chans till merförsäljning. Nästan alla produkter har en livscykel och kommer att ersättas eller uppgraderas. Kunder har en tendens att återkomma till den säljare som senast försåg dem med en produkt som tillfredsställde deras behov och sedan tillhandahöll extraordinär service och uppföljning.
- b. En nöjd kund är en utomordentlig källa för rekommendationer. Kunder pratar med varandra. De pratar om dålig service och de pratar om utomordentlig service. När de får bra service rekommenderar de servicepersonen och säljaren till andra eftersom den levererat det som lovats.

Utan återkommande affärer och rekommendationer måste en säljare ständigt leta nya kunder. Det är inget önskvärt liv för de flesta servicepersoner och säljare och det är verkligen inte det bästa sättet att bli framgångsrik på.

När du börjar en säljprocess, har du ett gyllene tillfälle att börja bygga bra kundrelationer. Det är bara efter försäljningen, när du säkerställer att kunden är nöjd, som du verkligen etablerar relationen.

Dessa faser i service och säljcykeln stämmer med kategorierna i Sales IQ Plus-testet.

Fas 1: Kontakt; anknytning till kunden under den initiala kontakten

Anknytning med C	Anknytning med D
<ul style="list-style-type: none">• C-stilen bryr sig inte så mycket om socialt småprat (förutom vanlig artighet och hövlighet), så kom snabbt till sak.• Undvik prat om väder och vind.• Börja möten med att ge dem en kort översikt av längden på mötet och agendan så att de vet vad de har att förvänta sig.• Tala lugnt och tydligt och var sparsam med orden.• C-stilen är noggrann och vill göra sitt jobb på bästa möjliga sätt.• Skapa trovärdighet genom att uttrycka dina tankar, inte dina känslor.• Ge dem logiska bevis från trovärdiga källor som dokumenterar kvalitet, erfarenhet och värde.	<ul style="list-style-type: none">• D-stilen vill veta det viktigaste kortfattat.• När du skriver, ringer eller har möte med en D så ha ett formellt affärsmässigt sätt. Kom till sak med en gång och fokusera på vad saken gäller.• Ge dem tillräckligt med information för att möta deras behov av översikt.• Berätta om de viktigaste resultaten; ökad effektivitet, tidsbesparing, avkastning på investering, vinst etc. Med andra ord, berätta vad de har att vinna.• Om du planerar att sälja eller presentera något för en D, var noga med vara organiserad, tidsmedveten, effektiv och affärsmässig.• De vill inte att du använder tiden till att ge dem en beskrivning punkt-för-punkt av din produkt, eller visar dem långa listor på exempel från nöjda kunder eller bli alltför vänlig - kom ihåg att de är direkta och formellt öppna.• De har inget behov av att få en djupare relation med dig. De är enbart intresserade av vad du har att bidra med om de tror att du har något som är av värde för dem.
Anknytning med S	Anknytning med I
<ul style="list-style-type: none">• S-stilen är indirekt och informellt öppen. Håll dock relationen affärsmässig tills dess att de känner sig bekväma med dig.• Introducera dig själv på ett vänligt och lugnt sätt samtidigt som du är professionell.• Att vidmakthålla stabilitet är viktigt för dem. De vill veta hur saker och ting fungerar steg för steg så att deras behov av detaljer och en logisk handlingsplan blir tillfredsställd.• Var tydlig i din presentation: var exakt, ha rak ordningsföljd och tillhandahåll underlag.• Behandla dem med ärlighet, uppriktighet och personlig uppmärksamhet.• Lyssna tålmodigt till deras berättelser, idéer och svar.• Uttryck uppskattning för deras balanserade sätt, pålitlighet och samarbetsförmåga.• Skapa tillit, trovärdighet och vänlighet genom att ha ett lugnt och informellt sätt.• Ha regelbunden kontakt, särskilt i början.	<ul style="list-style-type: none">• Kom ihåg att de är direkta och informellt öppna.• När du möter en I-stil, ha ett fast handslag och ögonkontakt, presentera dig själv med förtroende och visa dem personligt intresse.• Eftersom I-stilen tycker om att prata om sig själva, ställ frågor om dem och var beredd på långa utläggningar.• Planera för att ha så många möten som krävs för att bygga relationen och samla information.• Låt dem styra tempo och inriktning på samtalet.• Var en särskilt uppmärksam lyssnare tillsammans med I-stilen.• Ge dem positiv återkoppling och låt dem veta att du förstår deras vision, idé och känsla.• Använd gärna humor eller ovanliga berättelser för att vinna deras gillande.• Genom att du lyssnar på deras historier blir de trygga, även om ni pratar om saker som inte hör till sammanhanget.

Fas 2: Förtydligande; Att skapa intresse vid utforskandet av behov och önskemål

Förtydligande med C	Förtydligande med D
<ul style="list-style-type: none"> • C-stilen bryr sig inte så mycket om socialt umgänge (förutom vanlig artighet och förnöjsamhet), vilket innebär att du snabbt bör komma till sak. • De tycker om att svara på frågor inom deras expertområde därför kan de vara lätta att intervjua. • Så länge du ställer logiska, faktaorienterade och relevanta frågor kommer de att vilja prata med dig. • Ställ dina frågor så att du får fram rätt information. • Ställ både öppna och slutna frågor för att utforska deras kunskap, sätt att tänka, målsättning och tvivel. • Låt dina egna svar vara korta och distinkta. • Om det är något du inte vet svaret på, låtsas inte att du vet. Tala om för dem att du tar reda på svaret inom en viss tid och håll det löftet. 	<ul style="list-style-type: none"> • När du samlar information, ställ frågor som visar att du förberett dig väl angående deras önskade resultat och nuvarande prestationer. • D-stilen vill förstå vart du vill komma med dina frågor för att känna att mötet är meningsfullt. • Frågorna till en D-stil bör vara så logiska och praktiska som möjligt. Ställ dem enkelt och rakt på sak. • Fråga bara efter information som du inte kan hitta någon annanstans. • För att förekomma D-stilens otålighet kan du bibehålla deras intresse i samtalet genom att växla mellan frågor och ge relevant information. • Var säker på att ställa frågor så att det ger hen en möjlighet att prata om sina behov. Styr ditt utforskande så att du sparar D-stilens tid och kraft.
Förtydligande med S	Förtydligande med I
<ul style="list-style-type: none"> • S-stilen brukar vara lätt att intervjua. Tala vänligt och informellt med öppna frågeställningar som får dem att formulera sig. • Visa takt och ton när du utforskar deras behov. • Om de inte får en bra känsla gällande din produkt, ditt företag eller dig så kommer de inte att tala om det för dig, allt för att inte såra dig. • De vill undvika konfrontationer, även små sådana. S-stilen kommer sannolikt att säga det du vill höra, snarare än vad de faktiskt tycker. • De kommer sannolikt inte att berätta för dig om de är missnöjda med någon av dina konkurrenter även om det är vad du vill höra. S-stilen tvekar att säga något negativt om andra. • Räkna med att spendera mycket tid under flertalet möten så att S-stilen hinner formulera sina innersta önsningar och behov. • Ju mer tid du lägger på att utforska en S-stil desto större är chansen att de kommer att bli din kund. 	<ul style="list-style-type: none"> • I-stilen blir lätt uttråkad om de inte får plats att prata om sig själva. • Ha en bra balans mellan att lyssna till deras berättelser och att samla den information du behöver för att vara en produktiv säljare. • Ställ kortfattade frågor gällande affärsverksamhet. Om du har möjlighet - väv ihop de utforskande frågorna med sociala frågor. • Ju bättre din relation är med en I-stil desto villigare kommer hen att vara och vilja samarbeta för att prata om problemet. • I-stilen kan vara så öppen att de kan dela med sig av sina viktigaste förhoppningar och ambitioner. • Om du kan visa hur din produkt eller service kan ta dem närmare sina drömmar, kan de bli så ivriga att de kan sälja in både dig och din produkt och service till alla andra de känner.

Fas 3: Samarbete; att hitta en lösning på kundens problem

Samarbete med C	Samarbete med D
<ul style="list-style-type: none"> • Betona noggrannhet, värde, kvalitet och pålitlighet. • Ge information som stöds av belägg. • Genom att beskriva en process får C-stilen de resultat de är intresserade av. • Få specifik feedback genom att fråga, "Hur går dina tankar så här långt?" eller "Har du något som du vill att jag förtydligar?" • Basera dina påståenden på fakta, detaljer och data som har tydliga samband med deras behov. • C-stilen är kostnadsmedveten; öka det upplevda värdet genom fakta och avkastning på servicen. • Presentera en lösning som visar dem att din lösning är den bästa att välja. • C-stilen kommer sannolikt att se nackdelarna, så påpeka de uppenbara nackdelarna innan de gör det. • Låt dem bestämma via en kompromiss om de ska välja mellan konkurrerande produkter eller service. 	<ul style="list-style-type: none"> • Din presentation måste vara anpassad till D-stilens prioriteringar. • Anpassa din presentation så att den visar hur de kan bli mer framgångsrika, spara tid, minska risker, få resultat och göra livet lättare och mer ändamålsenligt. • Inrikta dig på det väsentligaste genom att formulera snabba och fördelaktiga budskap. • D-stilen gillar snabba, kortfattade analyser av deras behov och dina lösningar. • Gör analysen och presentera den för dem så att de kan godkänna eller förkasta förslaget. • D-stilen tycker om att ha kontroll. Ge dem olika alternativ som grundar sig på tillräckligt mycket data och analys för att de ska kunna ta ett intelligent beslut. • Var sedan tyst och låt dem ta sitt beslut. Om du pratar eller avbryter medan de funderar, minskar du säljchansen dramatiskt.
Samarbete med S	Samarbete med I
<ul style="list-style-type: none"> • Visa hur din produkt eller service kommer att ge stadga, förenkla eller stödja S-stilens tillvägagångssätt eller relationer. • Precisera tydligt deras roll och mål i dina förslag och inkludera deras speciella förväntningar i din plan. • Presentera nya idéer på ett neutralt och vänligt sätt. • Ge dem tid att anpassa sig till förändringar när de ska hantera metoder och relationer. • När förändring blir nödvändig, berätta varför. Förklara hur lång tid förändringen kommer att ta och om det blir några provisoriska förändringar av de rådande förhållandena under tiden. • Forma ditt budskap så att det ger en känsla av stabilitet och trygghet. • S-stilen vill gärna veta vilka passande rutiner de ska följa, så informera dem väl. • Involvera dem genom att fråga efter deras åsikter och uppmuntra dem att ge dig återkoppling. 	<ul style="list-style-type: none"> • Visa hur din produkt kan öka I-stilens prestige, framtoning eller erkännande. • Berätta vilken fördelaktig effekt eller konsekvens ditt förslag har för att göra deras arbetsrelationer trevligare. • Motivera dem att avsluta påbörjade arbetsuppgifter genom att betona hur deras bidrag gör nytta för andra och hur de kommer att få positiv respons av andra. • Presentationer behöver ha stimulerande inslag riktade till människor med kort uppmärksamhetsspann, se till att involvera så många sinnen som möjligt. • Visa dem hur dina förslag kommer att minska deras ansträngning och få bra renommé. • Underbygg dina påståenden med rekommendationer från kända personer eller välrenommerade företag. • Namnge nöjda bekanta de känner och beundrar. • Visualisera ett "framtida ägande" genom frågor som: "Om du redan använde det här verktyget, hur skulle du utnyttja det då?"

Fas 4: Bekräftelse på service och försäljning

Bekräfta med C	Bekräfta med D
<ul style="list-style-type: none"> Betona noggrannhet, värde, kvalitet och pålitlighet. Erbjud logiska möjligheter med passande dokumentation och avsätt tid för att analysera deras alternativ. De är obekväma med att ta snabba beslut och när de säger att de vill tänka på saken så menar de det! Om de pressas av andra eller upplever orimliga krav, kan de använda "jag vill tänka på det" som ett försök att vinna tid. C-stilen är en bildad, logisk och jämförande kund. Var uppdaterad på konkurrensen så att du kan påtala fördelarna i förhållande till konkurrenterna på ett faktamässigt och professionellt sätt. Påtala ditt företags styrkor medan du föreslår frågor som de bör ställa till konkurrenterna så att de kan göra jämförande lönsamhetsanalyser av möjligheter och lösningar. Var villig att utforska produkten i ett villkorat "pilot program" som ett sätt att minska deras risktagande. 	<ul style="list-style-type: none"> D-stilen kan du fråga rakt på sak om de är intresserade eller inte, de kommer att svara "ja" eller "nej". Du kan förlora D:s uppmärksamhet snabbt om du presenterar din information i för långsamt tempo eller genom att bli för detaljerad. När du formulerar ett uppdragsåtagande använd inte för mycket tid på de punkter D-stilen inte tycker är viktiga. Presentera möjligheter och sannolika resultat. D-stilen föredrar en balans mellan kvalitet och kostnad, erbjud därför olika valmöjligheter med stödjande belägg och överlämna det slutgiltiga beslutet till dem själva. Erfarenheten visar att det är verkningsfullt att presentera två eller tre valmöjligheter för D-stilen. Tillhandahåll en kort summering av varje valmöjlighet tillsammans med din rekommendation gällande de tre olika valen. Avbryt inte D-stilen när den funderar på ditt förslag. Oddsen är höga att de ser ett alternativ som passar dem och verkställer avtalet själva.
Bekräfta med S	Bekräfta med I
<ul style="list-style-type: none"> S-stilen är eftertänksamma beslutstagare som lyssnar på andras åsikter och tar sig tid att fundera över dessa innan de bestämmer sig. Gör en särskild handlingsplan och erbjud det personliga stöd, anvisningar eller garantier som behövs för att eftersträva det tryggaste och mest praktiska förfaringsätt man kan ha. Utrusta dem med litteratur, fallstudier och annan tillgänglig dokumentation eftersom de kommer att "sälja in" dina förslag till andra inom sin organisation. Undersök noga eventuella områden där det kan bli missförstånd eller missnöje. Forcera dem inte men ge en lugn och vänlig "knuff" för att hjälpa dem att bestämma sig. Involvera dem genom att göra en personlig plan och visa vilken nytta den kommer att göra för dem och andra. Om de verkar obeslutsamma när ni närmar er en avtalsförbindelse, ge dem ett förslag. 	<ul style="list-style-type: none"> Visa hur din produkt kommer att öka I-stilens prestige, framtoning och erkännande. Ha en öppen attityd och ställ frågan "Vad gör vi nu? eller "Hur ser vårt nästa steg ut?" Om de tycker om något köper de direkt. Du kan behöva lugna ner deras tempo eftersom de kan ha en tendens att ha för bråttom innan de hinner överväga olika konsekvenser, ett beteende som ni båda kan komma att ångra. I-stilen har en motvilja gällande pappersarbete och detaljer och kan tveka, eller till och med skjuta upp att ta sig den tid som behövs för att fullfölja ett avtal. Förbered en skriven överenskommelse med anledning av deras tendens att vara otydliga kring procedurer, ansvar och förväntningar. Var säker på att hen instämmer i de nedskrivna detaljerna, då det annars kan bli vissa missförstånd eller besvikelser.

Fas 5: Försäkran om belåtenhet

Försäkran med C	Försäkran med D
<ul style="list-style-type: none">• Bestäm när och hur du ska mäta och följa upp C-stilens framsteg.• Fortsätt att visa din pålitlighet, kvalitet och värde.• Ta dig tid till att följa upp kundnöjdheten och fråga efter specifik feedback om produkten eller service-upplevelsen.• Om du har tips för förbättrad användning eller genvägar, maila dessa till dina C-kunder.• Du bör även fråga om deras idéer och åsikter gällande hur du kan förbättra dina produkter och service.• Återkoppla till C-stilen när de kommer med förslag om hur ditt företag införlivar deras idéer vid kommande uppgraderingar, revideringar eller nya produkter.	<ul style="list-style-type: none">• D-stilen letar vanligtvis inte efter personliga relationer på arbetet beroende på det fokus de har av att få saker uträttade.• Förlita dig inte på tidigare försäljning för att säkerställa framtida service eller inköp. Följ upp för att höra om de har problem eller klagomål angående din produkt. Om de har klagomål så åtgärda dem genast.• Var tydlig med din avsikt att stå upp för din produkt och service.• Understryk att din uppföljning kommer att ta väldigt lite av deras tid.• Du kan även erbjuda en garanti om att få pengarna tillbaka vid missnöje med produkten.• Säkerställ att du kan leverera allt du lovat.
Försäkran med S	Försäkran med I
<ul style="list-style-type: none">• Följ upp regelbundet med S-stilen.• Ge dem personlig försäkran om att du håller kontakten för att höra att allt fungerar som det ska och var tillgänglig när behov uppstår.• S-stilen tycker om känna att de har en speciell relation till dig, att de är något mer än bara ännu en kund. De föredrar att ha en återkommande, pålitlig relation.• Ge dem ditt mobilnummer tillsammans med en anmodan att de kan ringa dig om de funderar över något. De kommer sällan att utnyttja det men känner en trygghet i att det är möjligt.• De är inte förtjusta i enstaka överenskommelser, så gör en uppföljning för att bibehålla er relation.• Opersonliga datogenererade uppföljningsprogram tilltalar inte S-stilen, fortsätt därför att bygga relationen med lågmäld personlig uppmärksamhet och hjälp.	<ul style="list-style-type: none">• I-stilen köper rätt ofta på impuls vilket kan leda till köpångest.• Det kan vara till gagn för I-stilen att få återkommande påminnelser om att de gjort rätt val.• Förstärk deras beslut genom att ge rejält med stöd direkt efter försäljningen.• Säkerställ att de använder din produkt annars kan de bli frustrerade av felaktig användning, lägga bort den eller returnera den och kräva återbetalning.• Eftersom de umgås med många människor kan du fråga dem om de är villiga att dela med sig av sina positiva erfarenheter av din service och dina produkter till andra.• Om de tycker att användandet av din produkt eller service får dem att känna sig smarta, så kommer de flesta av I-stilen ge dig fler referenser än någon av de andra tre stilarna tillsammans.

Service- & säljcykelns DISC-översikt

Fas / Stil	Med D-stilen Dominant	Med I-stilen Influera	Med S-stilen Stabiliserande	Med C-stilen Conform
Kontakt	<ul style="list-style-type: none"> • Undvik småprat • Kom snabbt till sak • Var påläst 	<ul style="list-style-type: none"> • Var direkt & informell • Ställ personliga frågor • Lyssna på hens historia 	<ul style="list-style-type: none"> • Var vänlig och lugn • Ha tålamod • Beskriv tydligt 	<ul style="list-style-type: none"> • Var artig och hövlig • Undvik socialt småprat • Betona kvalitet & värde
Förtydligande	<ul style="list-style-type: none"> • Förklara kortfattat • Ställ logiska och praktiska frågor • Svara direkt och kort 	<ul style="list-style-type: none"> • Visa vänlighet & humor • Fokusera på deras behov och önskemål • Variera dina frågor 	<ul style="list-style-type: none"> • Visa uppriktigt intresse • Avbryt dem inte • Ställ neutrala frågor för att ge dem tid 	<ul style="list-style-type: none"> • Håll dig till ämnet • Ställ faktoorienterade och relevanta frågor • Svara kort och distinkt
Samarbete	<ul style="list-style-type: none"> • Fokusera på det viktigaste först • Ge snabba, kortfattade analyser av deras behov och dina lösningar • Ge faktabaserade alternativ så att de ska kunna ta intelligenta beslut 	<ul style="list-style-type: none"> • Involvera så många sinnen du kan och fråga ofta om deras idéer. • Lägg in egna rekommendationer • Visa hur lösningen ökar deras personliga framtoning eller sparar deras tid och resurser 	<ul style="list-style-type: none"> • Visa hur lösningen kommer att förenkla och bidra med stabilitet • Presentera nya idéer på ett neutralt sätt • Forcera dem aldrig utan erbjud en vänlig, hjälpsam "knuff" i riktning mot beslut 	<ul style="list-style-type: none"> • Var behärskad och känslomässigt neutral • Betona noggrannhet, kvalitet och pålitlighet • Håll dig till fakta, logik och sänkta risker • Pressa aldrig fram ett beslut
Bekräftelse	<ul style="list-style-type: none"> • Erbjud 2-3 valmöjligheter med belägg • Fråga dem om de är intresserade eller ej • Var tyst och överlämna det slutgiltiga beslutet till dem själva 	<ul style="list-style-type: none"> • Fråga öppet: "Hur ser vårt nästa steg ut?" • Lugna ner dem om de bestämmer sig för fort • Gör pappersarbetet åt dem 	<ul style="list-style-type: none"> • Betona andras åsikter • Ge löften om stöd, anvisningar och garantier • Gör en personlig plan och visa vilken nytta den kommer att göra för dem och andra 	<ul style="list-style-type: none"> • Var faktoorienterad och professionell • Ge dem tid och utrymme att ta beslut. • Påtala om det finns någon iögonfallande svaghet eller brist
Försäkran om belåtenhet	<ul style="list-style-type: none"> • Håll alltid relationen saklig och affärsmässig • Säkerställ att du även kan leverera små löften • Gör en uppföljning för att säkerställa att de är 100% nöjda med lösningen 	<ul style="list-style-type: none"> • Erbjud fortsatt stöd efter service/ försäljning • Säkerställ att de inte blir frustrerade (de läser sällan instruktioner) • Fråga dem om de är villiga att dela med sig av sina erfarenheter till andra. 	<ul style="list-style-type: none"> • Visa lågmäld personlig uppmärksamhet • Erbjud uppföljning för att bibehålla en pålitlig relation • Påminn dem om att även du önskar en långsiktig affärsrelation 	<ul style="list-style-type: none"> • Säkerställ värde, kvalitet och pålitlighet. • Visa processen och/eller plan för din uppföljning • Undersök deras metod för att mäta tillfredställelse

Ta makten över ditt eget öde.

”Behandla andra så som de vill bli behandlade”

-Platinaregeln

Tänk vad som kunde ha hänt om du framgångsrikt hade använt dig att principerna och tillvägagångssättet i *Platinaregeln* för tio år sedan... eller för fem år sedan?

Hundratusentals människor som du, har redan använt dessa principer och upplevt en stor ökning i sina försäljningsvolymerna samt större tillfredsställelse med överenskommelserna mot kunder och medarbetare. De har också blivit mer medvetna om sina egna styrkor och svagheter. Många människor säger att de inte längre känner sig “bara som försäljare”, de känner sig som en förtroendeingivande rådgivare. De har ökat sin förmåga att hjälpa människor hitta lösningar på sina problem och blivit skickligare på att hitta nya möjligheter.

Bestäm dig

För att även du ska kunna uppleva dessa fördelar uppmuntras du att börja med en gång. Bestäm dig för vad du vill åstadkomma det kommande året... nästa månad... nästa vecka... eller till och med i slutet av denna dag. Gör upp en plan för att nå dessa mål genom att använda **Platinaregeln** – *Behandla andra så som de vill bli behandlade* - och principerna i **DISC säljstrategierna**.

Anta utmaningen

Det andra steget förutsätter ditt personliga engagemang och din tilltro till att *Platinaregeln* kan fungera för dig. Naturligtvis kräver alla förmågor träning och realistiskt sett kan du inte förvänta dig att få allt att fungera direkt. Men det ögonblick du börjar sälja till människor på det sätt, som de vill bli erbjudna ett köp, kommer du att uppleva direkta resultat.

Hänge dig till utveckling

“Förändring är oundviklig... utveckling är självvald.”

Just nu har du möjligheten att ta ett beslut som är livsförändrande. Du kan besluta dig för att fortsätta lära dig mer om dig själv, dina styrkor och svagheter, hur du tar beslut, hur du närmar dig andra människor. Du kan bestämma dig för att lära dig mer om DISC-stilarna och använda din nya kunskap i andra relationer än säljsituationer – i relationer med dina medarbetare, barn, partner eller familjen. Eller du kan låta bli, valet är ditt.

Förhoppningsvis beslutar du dig för att använda denna rapport som en språngbräda för en ny tillfredsställelse i din karriär. Om den tanken intresserar dig, uppmuntras du att lära dig mer om hur DISC kan användas i affärlivet: vid prospektering, nätverkande, marknadsföring, kommunikation, kundvård, referensbyggandet, kundlojalitet, anställning och ledarskap.

Lycka till!

Vad händer nu?

Denna rapport är fylld med information om din egen stil och om var och en av de fyra primära beteendestilarna. Det har funnits många förslag i denna rapport som du kan använda dig av. Ta nästa steg och gör övningarna om du hoppade över dem.

Placera inte den här rapporten på en hylla eller i en fil. Din stil är inte lika viktig som att ha möjligheten att använda denna information för att öppna upp för meningsfulla dialoger med andra i syfte att förbättra alla dina relationer. Använd den här rapporten som ett referensverktyg. Det finns en hel del information i den och den är inte avsedd att bara läsas igenom en gång.

Ha kul med att göra några smärre förändringar i ditt beteende och upplev resultatet. Du kanske blir förvånad! Kom ihåg The Platinum Rule®: "Behandla andra på det sätt **DE** vill bli behandlade på." Du kommer att ha mycket mer framgång i alla dina relationer!

När du vill veta mer om beteendestilar i samarbeten eller grupper kan du/ni göra följande profiler:

- **DISC Samarbete:** En profil över samspelet mellan två stilar. Samarbetsprofilen ger en tydlig bild över vilka likheter och olikheter som finns mellan två personer och hur detta påverkar deras samarbete. När detta tydliggörs så vet personerna vad och hur de skall anpassa sin kommunikation till varandra, vilket förenklar samarbetet och minskar missförstånden.
- **DISC Grupp:** En profil över de samlade stilarna i en grupp. Grupprofilen ger en tydlig bild över vilka likheter och olikheter som finns inom gruppen och hur detta påverkar samarbete och kommunikationen i gruppen. När detta tydliggörs så vet gruppens individer vad och hur de skall anpassa sin kommunikation till varandra, vilket förenklar samarbetet och minskar missförstånden.
- **Motivator:** En profil över en persons olika drivkrafter. Det är baserat på forskning utförd av Dr Eduard Spranger och Gordon Allport kring vad som driver och motiverar en individ. Det omfattar sju motivationsdimensioner som hjälper oss att förstå vad som driver en individ till att bruka sina talanger efter sin unika förmåga. Detta värderingsindex hjälper individen att förstå sina motivationsfaktorer och hur hen kan maximera sin prestation genom att uppnå bättre anpassning och passion för dina handlingar.

Kontakta din profilleverantör för mer information!

Friskrivningsklausul

När du genomförde frågebatteriet accepterade du nedanstående:

Det finns inga garantier, uttryckliga eller underförstådda, när det gäller denna rapport. Du tar fullt ansvar för bruket av informationen i rapporten.

Författarna, bedömningsföretaget, deras företrädare eller närstående bolag (nedan sammantaget kallat Koncernen) är inte ansvariga för:

- din användning och tillämpning av rapporten
- tillräcklighet, noggrannhet, tolkning eller användandet av dess innehåll
- resultat eller information som kommer från din användning eller tillämpning

Du avstår från alla anspråk eller ångerrätt antingen i din egen rätt eller på grund av fordringar mot Koncernen av tredje part.

Du skall hålla Koncernen skadelöst mot alla anspråk, skulder eller krav från tredje part.

Du, och ingen annan, har fullt ansvar för tolkningen, tillämpningen och resultatet av ditt användande av information som finns i denna rapport.