



DISC et Forces Motrices

UNE ANALYSE DE VOS STYLES COMPORTEMENTAUX ET MOTIVATIONNELS

Rapport personnalisé pour : **Sample Report**

Attention : **Travail**

05/02/2020

YOUR COMPANY
LOGO
APPEARS HERE

Table des matières

Introduction au rapport combiné DISC Styles™ et Forces Motrices	3
---	---

PARTIE 1 : comprendre les styles DISC et les Forces Motrices

Le modèle DISC	4
Les Forces Motrices	5

PARTIE 2 : Comprendre votre profil DISC et Forces Motrices

Votre profil DISC et Forces Motrices sous forme de graphes	8
Vos caractéristiques générales DISC	9
La cartographie de mots : style naturel et style adapté	11
Votre style naturel et style adapté DISC	13
Vue globale de votre modèle comportemental	14
Conseils à destination de ceux qui souhaitent communiquer avec vous	15
Vos motivations (désirs) et vos besoins	16
Vos forces : ce que vous apportez à l'organisation	17
Votre comportement et vos besoins en situation de stress	18
Vos domaines potentiels d'amélioration	19
Les 12 tendances comportementales	20
Le résumé de votre style	25
Le Résumé analytique de vos motivations	26
Les 7 dimensions selon leur degré de mobilisation	27
Vos Forces Motrices en détail	28
Vos Forces Motrices sous forme de cartographie de mots	29
Votre dimension Esthétique	30
Votre dimension Economique	31
Votre dimension Individuelle	32
Votre dimension Politique	33
Votre dimension Altruiste	34
Votre dimension Traditionaliste	35
Votre dimension Théorique	36
Le résumé analytique de vos motivations	37

PARTIE 3 : Comprendre et s'adapter aux autres

S'adapter au profil DISC d'autrui	38
S'adapter aux Forces Motrices d'autrui	39
Que faire pour communiquer ou coopérer de manière optimale avec les différents profils	40
Modifier ses orientations	42
S'adapter aux Styles Comportementaux dans différents contextes	44
Les 4 styles de base de manière approfondie	48
Fiche de travail : Appliquer les principes du modèle DISC	49
Construire et maintenir une relation commerciale fructueuse tout au long du cycle de vente	50
Et maintenant	58
Comment garantissons-nous la validité de nos outils DISC et Forces Motrices ?	58

Pourquoi est-ce important de mener une étude de robustesse et de précision ?



A l'exception d'une petite minorité, les évaluations disponibles aujourd'hui ne font pas l'objet d'études concernant l'exactitude et la robustesse de leur algorithme. Et parmi les éditeurs de ces évaluations, la majorité ont réalisé eux-mêmes leur étude de robustesse au lieu de recourir à une société tiers, à la fois objective et scientifiquement qualifiée. Assessments 24x7 a pour sa part soumis ses outils d'évaluation à une batterie de tests objectifs, menés de manière indépendante par une autorité scientifique qualifiée (Assessment Standards Institute). Notre objectif ? Garantir à nos utilisateurs et distributeurs le fait de bénéficier des évaluations les plus précises et les mieux protégées du marché.

Introduction au rapport combiné DISC Styles™ et Forces Motrices

Les recherches faites à propos du comportement humain montrent que les personnes qui réussissent le mieux ont en commun un bon niveau de conscience d'elles-mêmes. Elles savent rapidement à quelles conditions elles sont le plus efficaces. Avec ce rapport combiné DISC et Forces Motrices, vous disposez d'un outil capable de vous aider à progresser.

Remarque : Les descriptions faites dans ce rapport à propos de vos comportements ne sont que des tendances propres aux personnes partageant le même style comportemental que le vôtre et peuvent, parfois, de ce fait ne pas s'appliquer spécifiquement à vous.

Souvenez-vous que l'analyse DISC mesure les comportements et les émotions observables et que l'analyse des Forces Motrices décrit ce qui nous pousse à agir et à ressentir les choses d'une certaine façon.

Lorsque nos résultats DISC et nos Forces Motrices concordent ou se complètent, nous avons de fortes chances d'être alignés. A contrario, lorsque nos résultats DISC et nos Forces Motrices ne concordent pas, nous pouvons vivre un conflit ou une tension interne.

Comment utiliser ce rapport

Le rapport est divisé en 3 parties :

- **La première partie** se concentre sur la compréhension de chacun des styles de DISC en identifiant leurs caractéristiques, y compris les tendances qui leur sont propres. Elle présente également les 7 Forces Motrices qui animent nos comportements.
- **La partie II** révèle ce qui vous rend unique, grâce à une meilleure compréhension de vos propres tendances comportementales et de vos facteurs de motivation.
- **La Partie III** explore les possibilités d'adaptation et offre des recommandations pratiques pour vous et les autres personnes qui interagissent avec vous, vous aidant ainsi à être aussi efficace que possible et à obtenir des résultats immédiats.



PARTIE I - COMPRENDRE LES STYLES DISC ET LES FORCES MOTRICES

LE MODELE DISC

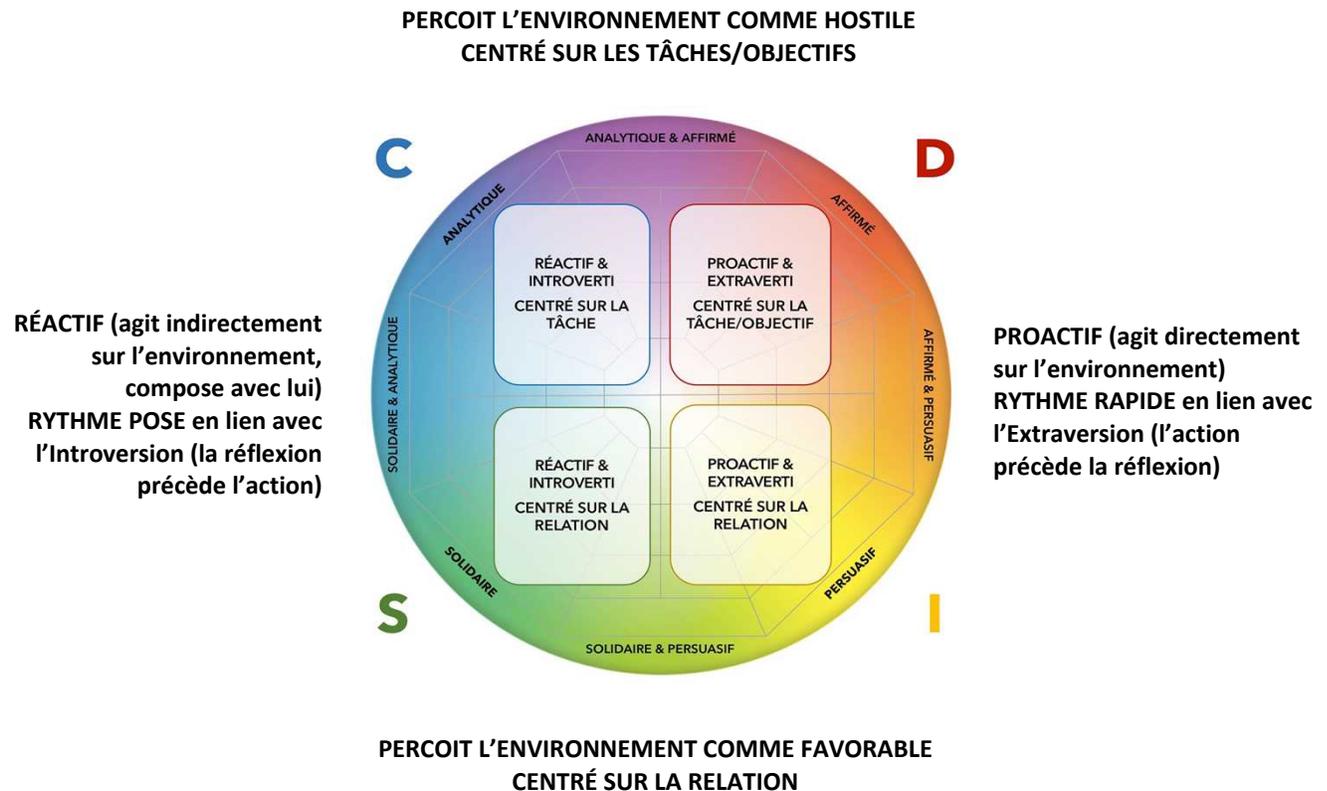
Le modèle DISC est un modèle simple, pratique, facile à retenir et universellement applicable. Issu des travaux de W. M. Marston et de C. Jung, il est fondé sur la manière dont nous percevons notre environnement et sur notre relation à celui-ci. Il met l'accent sur les styles comportementaux observables et mesure l'intensité de leurs caractéristiques selon deux échelles, l'une mesurant le degré d'ouverture d'un individu, l'autre mesurant l'aspect direct ou indirect de l'approche qu'il a des événements pour chacun des 4 styles : **Dominance**, **Influence**, **Stabilité** et **Conformité**.

STYLE	A TENDANCES A CONSIDERER ...	DE CE FAIT IL A TENDANCE A ETRE ...
DOMINANCE	le monde comme hostile mais aussi comme un environnement sur lequel il peut directement agir .	direct et vigilant et à agir selon un rythme rapide
INFLUENCE	le monde comme favorable mais aussi comme un environnement sur lequel il peut directement agir .	direct et ouvert et à agir selon un rythme rapide
STABILITE	le monde comme favorable mais aussi comme un environnement avec lequel il doit composer .	indirect et ouvert et à agir selon un rythme posé
CONFORMITE	le monde comme hostile mais aussi comme un environnement avec lequel il doit composer .	indirect et vigilant et à agir selon un rythme posé

En utilisant le modèle DISC, il est facile d'identifier et de comprendre notre propre style, mais aussi de reconnaître et de s'adapter aux différents autres styles afin de communiquer plus efficacement avec les autres. Lorsque vous commencez à explorer les styles DISC et que vous les identifiez parmi vos relations, gardez à l'esprit ce qui suit :

DOMINANCE	INFLUENCE	STABILITE	CONFORMITE
Décisif(ve)	Charmant(e)	Compréhensif(ve)	Minutieux(se)
Compétitif(ve)	Assuré(e)	Amical(e)	Précis(e)
Audacieux(se)	Convaincant(e)	Doué(e) d'une bonne écoute	Analytique
Direct(e)	Enthousiaste	Patient(e)	Conformiste
Innovateur(trice)	Inspirant(e)	Détendu(e)	Courtois
Tenace	Optimiste	Sincère	Diplomatique
Aventureux(se)	Persuasif(ve)	Stable	Détaillé(e)
Aimant résoudre les problèmes	Sociable	Constant(e)	Factuel(le)
Orienté(e) vers les résultats	Confiant(e)	Ayant l'esprit d'équipe	Objectif(ve)

RYTHME ET PRIORITÉ : DEUX SOURCES PRINCIPALES DE TENSION ENTRE LES STYLES



Les tensions entre les Styles

RYTHME ET PRIORITÉ représentent deux des principales sources de tension entre les différents styles.

- D&C et I&S ont des **RYTHMES** différents : D et I aiment travailler selon un rythme rapide (pour une question d'extraversion), quand S and C préfèrent adopter un rythme plus lent (pour une question d'introversion).
- D&I et S&C ont des **PRIORITÉS** différentes : D et C sont centrés sur la réalisation des tâches, alors que I et S sont centrés sur le développement ou la consolidation de relations interpersonnelles.
- D&S et I&C ont quant à eux des préférences diamétralement opposées à la fois en termes de **RYTHME** et de **PRIORITÉS**.

Les tensions entre les Styles

Les tensions potentielles

Doubles Tensions : Patience vs. Urgence ET Personnes (Relation) vs. Tâche
Les personnes à dominante S préfèrent un rythme posé, se montrent patientes et ont un intérêt premier pour les personnes plutôt que pour les résultats et les tâches. Ce qui peut générer une tension avec les personnes à dominante D, qui elles ont le sens de l'urgence et un intérêt premier pour les tâches, les résultats et l'instant présent.

Doubles Tensions : Patience vs. Urgence ET Personnes (Relation) vs. Tâche
Les personnes à dominante C ont besoin de temporiser et ont un intérêt premier pour les Tâches/Résultats. Ce qui peut générer une tension avec les personnes à dominante I, qui elles ont un sens de l'urgence prononcé et un Intérêt premier pour les personnes plus que pour les résultats ou la réalisation des tâches.

Tensions Patience vs. Urgence :

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

Tensions Patience vs. Urgence :

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

Tensions Personnes (Relation) vs. Tâches :

Les personnes à dominante D se concentrent sur les Résultats, les Tâches, et l'Action, ce qui peut entrer en conflit avec l'Intérêt des personnes à dominante I pour les Relations Interpersonnelles, les Sentiments, et la vie en Société.

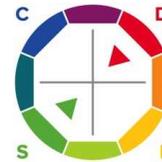
Tensions Personnes (Relation) vs. Tâches :

Les personnes à dominante C se concentrent sur les Données, l'Analyse, l'Exactitude, et la Précision et peuvent entrer en conflit avec l'Intérêt des personnes à dominante S pour les Relations Interpersonnelles, le Travail de Groupe, et le Sentiment d'être une Famille.

Les dimensions opposées

S Elevé + D Elevé

(Quadrant Inférieur Gauche c/ Supérieur Droit)



C Elevé + I Elevé

(Quadrant Supérieur Gauche c/ Inférieur Droit)



S Elevé + I Elevé

(Quadrant Inférieur Gauche c/ Inférieur Droit)



C Elevé + D Elevé

(Quadrant Supérieur Gauche c/ Supérieur Droit)



D Elevé + I Elevé

(Quadrant Supérieur Droit c/ Inférieur Droit)



C Elevé + S Elevé

(Quadrant Supérieur Gauche c/ Inférieur Gauche)



LES FORCES MOTRICES

À propos des Forces Motrices

Les recherches tendent à démontrer que les personnes qui ont le plus de succès partagent un trait commun : la conscience de soi. Ils savent reconnaître dans les situations ce qui favorisera leur réussite, et cela les aide à trouver la meilleure stratégie pour atteindre des objectifs qui résonnent avec leurs motivations. Ils comprennent aussi leurs limites, là où ils ne sont guère efficaces, et cela les aide à comprendre ce qui ne les inspire pas ou ce qui ne va pas les motiver pour réussir. Ceux qui comprennent mieux leurs motivations naturelles sont bien plus à même de poursuivre les bonnes opportunités, pour les bonnes raisons, et obtenir les résultats qu'ils désirent.

Les Forces Motrices influencent nos comportements et nos actions. Faire en sorte d'exprimer nos Forces Motrices est le moyen d'être performant, d'agir par passion, sans fatigue et en étant inspiré.

Cette évaluation de vos Forces Motrices est inspirée par les travaux du Dr Eduard Spranger et de Gordon Allport sur ce qui motive un individu. Les Forces Motrices identifient les raisons qui poussent un individu à utiliser ses talents propres. Ces pages vous aideront à comprendre vos motivations et les facteurs qui vous poussent à performer. Elles vous permettront d'entrevoir le moyen de rendre cohérent vos comportements et votre passion pour ce que vous faites.

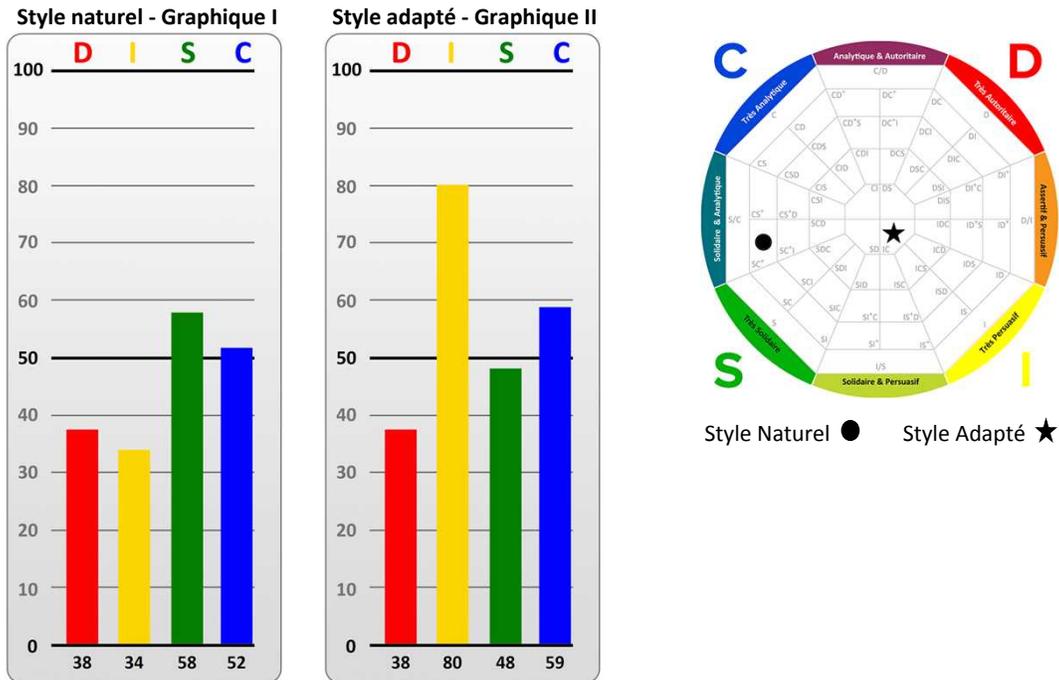
Les sept dimensions de la motivation :

Cet indice de motivation est unique en ce sens qu'il examine sept aspects indépendants de la motivation. La plupart des analyses similaires n'examinent que six dimensions, combinant l'individualisme et le pouvoir en une seule dimension. Cette évaluation reste fidèle aux travaux originaux et aux modèles de deux des chercheurs les plus importants dans ce domaine, vous offrant ainsi un profil qui vous aide vraiment à comprendre ce qui vous motive de manière spécifique.

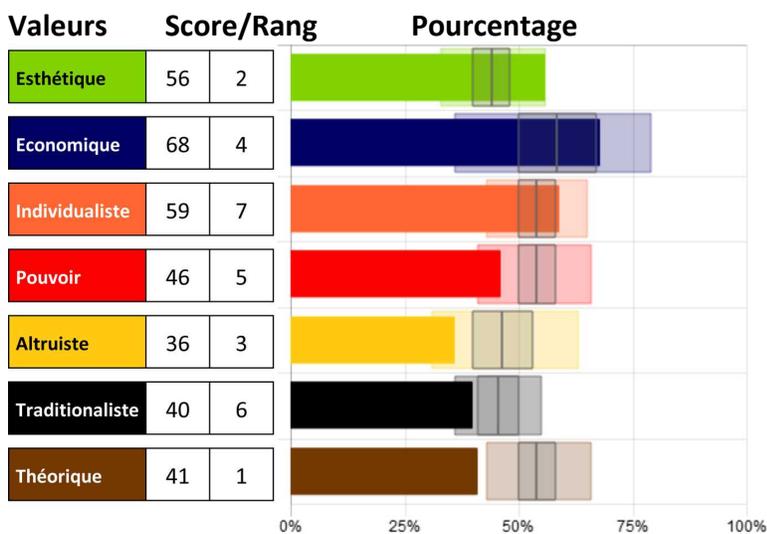
Les sept forces Motrices mesurées sont :

-  **L'Esthétique** – Elle traduit le besoin d'équilibre, d'harmonie, de développement personnel, sans pour autant perdre de vue l'aspect pratique ou utile des choses.
-  **L'Economique** – Elle traduit le besoin de rendement ou de faisabilité.
-  **L'Individualiste** – Elle traduit le besoin d'indépendance et de singularité.
-  **La Politique (Pouvoir)** – Elle traduit le besoin de contrôler son environnement ou d'avoir de l'influence.
-  **L'Altruiste** – Elle traduit le besoin d'aider les autres de façon altruiste.
-  **La Traditionaliste** – Elle traduit la volonté d'ordre, de discipline et d'éthique.
-  **La Théorique** – Elle traduit le besoin de développer des connaissances, d'apprendre et de comprendre, mais aussi d'appréhender le monde via une approche intellectuelle et sous forme de systèmes.

PARTIE 2 - COMPRENDRE VOTRE PROFIL DISC ET FORCES MOTRICES



Le modèle **DISC** décrit vos comportements observables, ce qui peut fournir aux autres un aperçu de vos préférences en matière de communication et de la façon dont vous allez probablement interagir avec eux.



Les **FORCES MOTRICES** décrivent vos valeurs et vos croyances. Comprendre vos motivations aide à comprendre pourquoi vous agissez ainsi. Satisfaire vos forces Motrices à travers ce que vous faites permet une plus grande performance dans ce que vous faites.

Vos Caractéristiques générales

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

Sample, votre devise pourrait être : « Il y a une bonne et une mauvaise manière de réaliser tous les projets. Faisons-le de la bonne manière ». Vous faites parti de ceux qui lisent toujours le mode d'emploi des nouveaux appareils et ordinateurs avant de vous en servir : que ce soit à la maison ou au bureau, vous aimez faire les choses correctement. Lorsque vous écrivez, vous avez rarement besoin de corriger votre orthographe ou de vérifier votre grammaire.

Vous prenez des risques calculés seulement après une analyse approfondie des faits et des données et après avoir examiné toutes les options et résultats potentiels. C'est une force. Toutefois, lorsque l'équipe a des délais à respecter, cette façon de faire pourrait être perçue comme ralentissant le processus décisionnel. Soyez-en conscient(e) et préparez-vous à abréger un peu les analyses quand le temps est compté.

Vous avez tendance à prendre vos décisions lentement et avec précaution, après un examen de toutes les variables et des contributions d'autres personnes. Vos réponses indiquent que vous faites partie de ceux qui prennent les décisions importantes de façon prudente et délibérée. A côté de cela, vous pouvez prendre des décisions routinières ou du quotidien assez rapidement.

Vous persuadez les autres en étant attentif(ve) aux détails, via les faits et les données plutôt que par l'émotion. Les gens peuvent compter sur vous en ce qui concerne la logique. C'est la principale force que vous apportez à une équipe ou à une entreprise quand vous prenez part aux prises de décisions.

Vous aimez que votre espace de travail soit propre et bien organisé. Vous être ainsi davantage capable de vous concentrer clairement sur le projet en cours.

Vous établissez des standards de performance élevés pour vous-même et pour les autres et vous vous attendez à ce que tout le monde respecte ces standards. Vous contrôlez de manière efficace la qualité de ce que vous faites et témoignez d'une grande patience. Ceci vous permet de vous montrer plus ambitieux(se) que certains autres membres de l'équipe. Vous dirigez en donnant vous-même l'exemple plutôt qu'en déléguant à d'autres.

Vos réponses indiquent que vous appréciez la sécurité des systèmes et des procédures efficaces, et que vous vous efforcez de les maintenir ou de les améliorer. Vous passez plus de temps à réfléchir aux divers processus et procédures que les autres membres de l'équipe et, par conséquent, vous pouvez agir comme un(e) référent(e) en cas d'incertitude. On vous interroge car on sait que vous avez la bonne réponse, mais vous vous demandez souvent pourquoi ils n'ont pas avant tout cherché à mémoriser la procédure.

Vous êtes très consciencieux(se) et attentif(ve) au suivi du travail sur des projets précis et des missions complexes. Les autres peuvent compter sur vous et sur vos efforts pour mener un projet vers le succès. Certains dans l'équipe peuvent ne pas se rendre compte de tout le travail que vous avez fourni, ni de toutes les idées que vous avez apportées, car vous ne faites pas toujours part de vos réflexions aux autres. Assurez-vous que les autres membres de l'équipe savent ce que vous faites pour eux en coulisses. Cela peut être un défi pour votre modestie naturelle, mais vous devriez toujours trouver un moment et un lieu pour vous assurer que vos efforts soient reconnus.

Votre style comportemental : Le/La Formaliste

Les "Formalistes" s'appuient sur les procédures et structurent tous les aspects de leur vie. Ils/Elles recherchent la perfection; ont besoin de connaître à l'avance les attentes ainsi que les échéances. Ils/Elles peuvent s'enliser dans les détails et retarder les décisions qui leur semblent importantes. Ils/Elles ne prendront un risque qu'à la condition d'avoir suffisamment de faits pour étayer leur décision. Ils/Elles peuvent, de prime abord, se montrer méfiant si on leur fait des compliments sur le plan personnel, ou s'ils/si elles ont le sentiment qu'on les flatte.

Ci-dessous vous trouverez quelques indices comportementaux clés à garder à l'esprit et à partager avec les autres afin de renforcer la qualité de vos relations.

- **Vos Comportements & caractéristiques émotionnelles** : Consacre son énergie à respecter des normes rigoureuses et faire les choses correctement; peut paraître réservé(e) et retenu(e).
- **Vos objectifs** : Réaliser les choses de manière stable et selon des procédés fiables.
- **La façon dont les autres sont considérés** : La constance dans la capacité à être précis et juste.
- **La façon dont vous agissez sur l'équipe** : En contribuant de manière détaillée et précise aux travaux menés par l'équipe.
- **Ce que vous apportez à l'entreprise** : Adoptera et poursuivra des normes de haute qualité.
- **Vos points de vigilance** : Peut s'appuyer sur les procédures passées; peut devenir dépendant(e) des règles.
- **Lorsque vous êtes sous pression** : Peut se monter trop diplomate et manoeuvrer de manière excessivement prudente.
- **Vos peurs** : Faire face à des échanges agressifs et conflictuels ou à des relations personnelles superficielles.

LA CARTOGRAPHIE DE MOTS - Style naturel

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

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

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

LA CARTOGRAPHIE DE MOTS - Style adapté

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

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

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

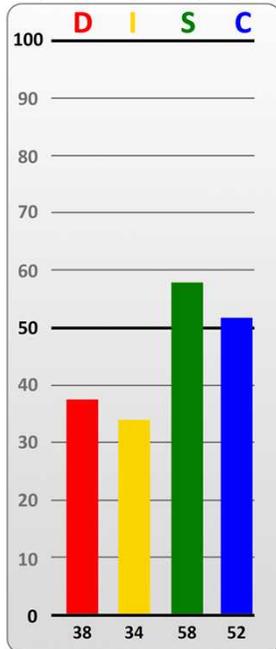
Votre style naturel et adapté DISC

Votre style adapté vous indique que vous avez tendance à utiliser les traits comportementaux du/des style(s) **Ic**. Votre style naturel indique que vous avez naturellement tendance à utiliser les traits comportementaux du/des style(s) **SC**.

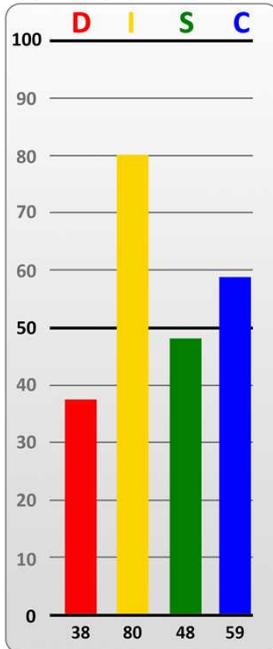
Votre **style adapté** correspond aux comportements que vous pensez devoir mobiliser, pour répondre à une situation présentant des contraintes. Votre profil adapté peut changer dès lors que vous faites face à une nouvelle situation.

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

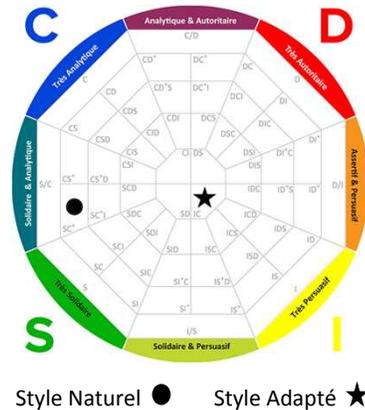
Style naturel - Graphique I



Style adapté - Graphique II



Ecart



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

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

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

Vue globale de votre Modèle Comportemental (VMC)

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

LÉGENDE DE SCORE

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

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

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

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

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

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

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

● = Style Naturel

★ = Style Adapté

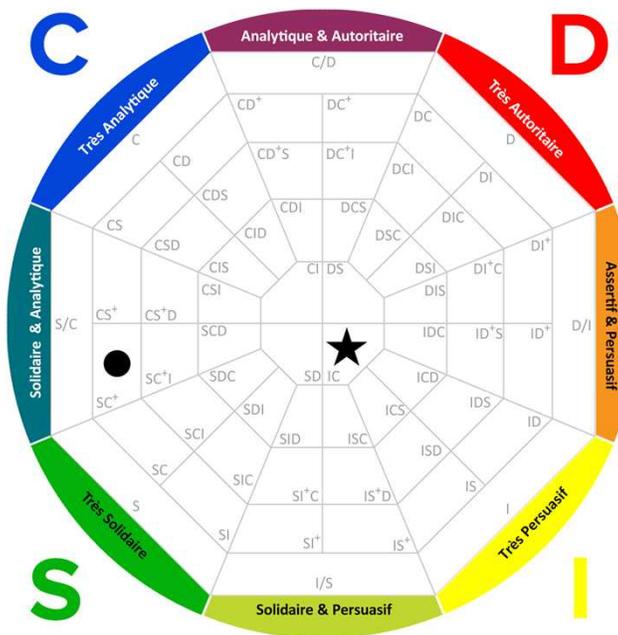
Efficace, analytique, organisé(e), factuel(le), conscient(e) des conséquences de ses actions, il/elle a le sens pratique et sait se montrer innovant(e).

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

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

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

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



EN SAVOIR PLUS SUR VOTRE STYLE DISC

Dans cette partie du rapport, vous en apprendrez davantage sur les tendances comportementales et les émotions de votre style DISC. Ces informations peuvent être utiles pour vous aider à comprendre vos comportements et vous aider à mieux connaître et comprendre ceux des autres.

Conseils à destination de ceux qui souhaitent communiquer avec vous

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

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

À FAIRE, lorsque l'on communique avec Sample :

- Faites votre part du travail, car Sample fera la sienne.
- Soyez franc(he), ouvert(e) et patient(e).
- Assurez-vous que les informations dont vous disposez soient exactes
- Assurez-vous que les responsabilités individuelles soient claires et qu'il n'y ait pas d'ambiguïté.
- Présentez vos idées et vos opinions de façon bienveillante.
- Posez des questions centrées sur le « comment » pour faire ressortir ses opinions.
- Assurez-lui qu'il n'y aura aucune surprise.

À NE PAS FAIRE, lorsque l'on communique avec Sample :

- Faire des promesses que vous ne pouvez pas tenir.
- Être rude, brusque ou trop rapide dans votre communication.
- Expédier l'étude des problèmes ou la prise de décision.
- Laisser les choses en suspens ou décider au hasard.
- Prendre des décisions pour lui.
- Evoquer une idée sans en garder de trace.
- Offrir des garanties que vous ne pouvez pas honorer.

Vos désirs et vos besoins

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

Vous avez tendance à être motivé par :

- Des tâches qui sont réalisées comme il faut du premier coup.
- Des explications complètes sur les systèmes et les processus qui impactent l'environnement de travail.
- Des tâches spécialisées pour satisfaire votre curiosité naturelle et votre sens du détail.
- La sincérité de vos pairs et collègues.
- Un lien avec certaines traditions ayant contribué à des succès passés.
- L'assurance que les changements sont effectués intelligemment, avec attention et uniquement lorsqu'ils sont nécessaires.
- Une vie personnelle compatible avec les exigences du travail.

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

- Des explications complètes sur les processus et les systèmes internes.
- La possibilité d'optimiser certaines méthodes ou procédures.
- Avoir l'assurance que vos contributions sont importantes pour le succès de l'équipe.
- Des descriptions de postes clairement établies (de préférence par écrit), et sans ambiguïtés.
- Une autorité accrue pour déléguer des tâches et des procédures routinières à une équipe fiable et digne de confiance, en particulier lorsque vous êtes sous pression .
- Une méthode pour être présenté(e) à de nouvelles personnes, en interne ou en externe.
- L'assurance que les longues heures que vous dédiez aux projets mèneront à un résultat fructueux.

Ce que vous apportez à l'organisation

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

Vos forces :

- Vous êtes souvent sollicité(e) par les autres membres de l'équipe en raison de votre connaissance complète des processus et procédures.
- Vous faites part d'une vue objective et réaliste des systèmes, procédures et organisations.
- Vous avez le tact nécessaire pour exprimer les idées qui peuvent avoir un impact sur les autres membres de l'équipe.
- Vous avez un excellent style d'écoute, prévenant et analytique.
- Vous avez tendance à encourager les efforts de l'équipe.
- Vous faites particulièrement attention à ce que les détails d'un projet ne soient pas négligés.
- Vous fournissez une contribution précieuse aux projets en faisant attention aux embûches que d'autres pourraient négliger.

Votre profil au travail :

- Vous avez besoin de vous sentir bien informé(e) par rapport aux détails spécifiques liés à votre domaine de responsabilités.
- Vous êtes très consciencieux(se) et on peut compter sur vous pour gérer le suivi de projets ou de missions complexes.
- Vous appréciez à l'occasion un mot rassurant de votre manager, tant que cela est fait de manière sincère.
- Naturellement soucieux(se) d'une bonne gestion du temps, vous gardez un œil attentif sur le calendrier et vous êtes conscient(e) des échéances.
- Vous persuadez les autres membres de l'équipe grâce à l'attention que vous portez aux détails, via les faits, les données et la logique.
- Vous avez tendance à évaluer les autres selon des standards objectifs et vous préférez être évalué(e) de la même manière.
- Vous prenez des risques calculés uniquement après une analyse en profondeur des faits et des données et après avoir examiné toutes les options et résultats potentiels.

Vous avez tendance à être plus efficace dans les environnements qui présentent :

- Une culture d'entreprise qui fait preuve d'une attention sincère vis-à-vis des personnes qui s'impliquent.
- Peu de chocs soudains, de problèmes inattendus ou de situations de crise.
- Suffisamment de temps pour s'adapter au changement des procédures sur le lieu de travail.
- Une absence de décision sous une pression forte
- Des pratiques, procédures et protocoles établis.
- Des domaines de responsabilité clairs.
- Une équipe très soudée, composée de personnes avec qui vous avez développé une relation de confiance.

Le comportement et les besoins du S en situation de stress

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

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

- Sur la défensive
- Indécis(e)
- Soumis(e)
- Dépendant(e)
- Mou/Molle
- D'avoir l'assurance d'être apprécié(e)
- D'avoir des relations interpersonnelles
- De ralentir le rythme pour vous sentir plus à l'aise et sécurisé(e)

Vos comportements typiques face au conflit :

- Vous avez tendance à faire des choses pour aider les autres avec l'espoir que cela soit réciproque et que vous en bénéficiez de manière appropriée. Toutefois, vous leur communiquez rarement ces attentes ; en conséquence, l'autre personne ne parvient pas à y répondre; ce qui vous amène à vous sentir frustré(e).
- Vous pensez parfois que vos sentiments, vos besoins et vos désirs ne sont pas aussi importants que ceux des autres. Cela peut les encourager à profiter de vous, causant ainsi une certaine colère refoulée en vous.
- La colère et le mécontentement que vous réprimez s'accumulent en vous et finalement un événement (souvent insignifiant) déclenchera l'explosion, vous conduisant à déverser votre colère et à faire de nombreux reproches (souvent très détaillés). Une fois ces émotions évacuées, vous revenez à votre comportement normal.

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

- Assurez-vous de clarifier les choses que vous ne comprenez pas complètement, peu importe à quel point l'autre personne peut sembler occupée. Portez une attention particulière aux résultats et aux délais désirés.
- Demandez ce dont vous avez besoin à votre superviseur, vos amis et vos collègues. Ne vous attendez pas à ce qu'ils sachent ce que vous voulez ou ce que vous pensez. Cela permettra d'éviter de nombreux malentendus et d'augmenter votre efficacité.
- Acceptez que d'autres puissent être plus à l'aise face au conflit, la colère et l'agressivité. La colère ou un comportement quelque peu agressif venant des autres ne sont pas nécessairement des attaques personnelles à votre encontre.

Vos domaines potentiels d'amélioration

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

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

Domaines potentiels à améliorer :

- Vous utilisez parfois des faits, des chiffres et des détails comme « bouclier » pour éviter la confrontation ou l'hostilité.
- Vous pouvez être excessivement dépendant(e) vis-à-vis des personnes avec vous qui partagent les mêmes intérêts, contribuant ainsi à exclure les membres de l'équipe qui pourraient fournir une contribution alternative intéressante.
- Vous pourriez faire preuve d'un peu plus de spontanéité et vous prendre un peu moins au sérieux.
- Vous pouvez être vu(e) par les autres comme quelqu'un de secret, sur ses gardes, timide et réservé.
- Vous pouvez avoir du mal à vous détacher des procédures et traditions établies, quand bien même de nouvelles méthodes plus efficaces sont à disposition.
- Vous pourriez être plus flexible en ce qui concerne les nouvelles idées et les innovations.
- Vous pourriez élargir vos perspectives en interagissant avec une plus grande diversité de gens.

Les 12 Tendances Comportementales en synthèse

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

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

Les 12 tendances comportementales – Détails & Graphes

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

Notes d'interprétation :

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

		Selon les situations	
<h3>Le Mode Décisionnel</h3> <p>Natural (HM): Vous examinez souvent avec soin et prudence les risques et les avantages, tout en pesant le pour et le contre pour vous préparer à ce qui pourrait se produire. Vous pouvez faire preuve d'attention au moment de prendre des décisions, et peser le pour et le contre avant d'aller de l'avant. Parfois il peut être approprié de penser avec son coeur, de faire ce qui vous semble juste. Raisonner de manière logique n'est pas toujours la meilleure solution.</p> <p>Adapté (LM): Vous êtes plutôt impulsif(ve). Vous décidez selon ce que vous ressentez et ne prenez pas souvent le temps de réfléchir aux risques et aux conséquences. Vous réagissez plutôt de manière spontanée, vous fiant à votre instinct et choisissant ce qui vous semble juste. Parfois, il est également important de prendre des décisions rationnelles, et non juste des décisions en accord avec nos convictions.</p>		Spontané	Réfléchi
<h3>La Résistance au changement</h3> <p>Natural (HM): Accepter le changement peut vous prendre du temps. En fonction du risque et du résultat attendu, vous pouvez vous montrer très attaché(e) à vos idées. A certains moments, vous vous engagez activement dans le changement et à d'autres vous souhaitez avoir plus d'information et de visibilité en terme de planification. Vous serez probablement engagé dans le changement, tant que les choses auront du sens.</p> <p>Adapté (MOD): Cohérent(e) avec son style naturel</p>		Moteur	Résistant

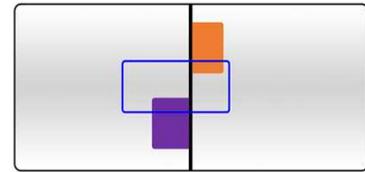
Selon les situations

Le Mode de Raisonnement privilégié

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

Adapté (LM): Vous vous fiez souvent à vos sentiments et à vos échanges avec les autres pour prendre des décisions, préférant opter pour ce qui pourrait être socialement acceptable. Vous réfléchissez aux choses en vous basant probablement plus sur vos émotions que sur la logique, en faisant confiance à vos tripes. Pensez à considérer plus souvent les éléments logiques au moment de décider.

Intuitif



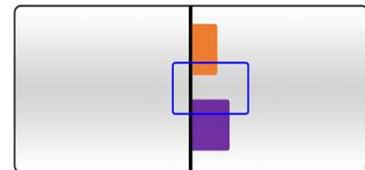
Factuel

Le critères de choix

Natural (MOD): Vous êtes attentif(ve) aux directives en vigueur afin d'assurer des résultats très qualitatifs et immédiats. Aussi vous agissez afin de réaliser l'objectif sans attendre. Au moment d'établir des priorités, vous donnez autant d'importance au fait de suivre les règles qu'au fait d'agir au plus vite, les deux approches sont pour vous complémentaires pour réussir.

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

Résultats



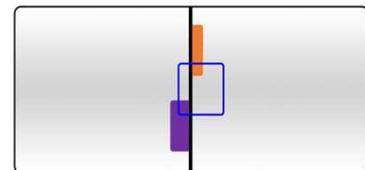
Règles

Le Processus de Travail Préférentiel

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

Adapté (MOD): Cohérent(e) avec son style naturel

Précision



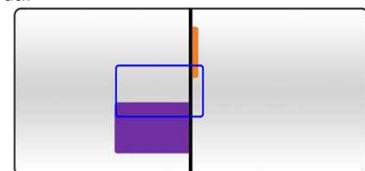
Constance

Le Mode de collaboration

Natural (MOD): Vous savez maintenir un équilibre entre votre orientation résultats et votre sens de la relation. Vous faites en sorte que les choses se réalisent efficacement, tout en faisant participer d'autres personnes aux décisions pour que cela soit le plus efficace possible. Vous pouvez vous montrer à la fois productif et efficace, que vous travailliez seul ou en collaboration avec d'autres, selon les circonstances et les conditions que vous rencontrez au travail.

Adapté (LM): Vous êtes très soucieux(se) d'impliquer les autres, préférant atteindre des résultats avec eux, ce qui peut renforcer votre efficacité. Vous serez probablement très efficient(e) en collaboration avec d'autres personnes. Sachez que de trop nombreux échanges peuvent nuire à votre productivité ou votre efficacité.

Collaboratif



Directif

Selon les situations

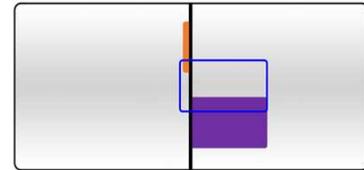
La Priorité dans la Relation

Natural (MOD): Votre dimension relationnelle est à la fois motivée par le désir d'entrer en contact avec les autres sur le plan social et par le désir d'accomplir votre travail et d'obtenir des résultats. Pouvoir faire les deux à la fois est pour vous l'idéal !

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

Axé sur les résultats

Axé sur la relation



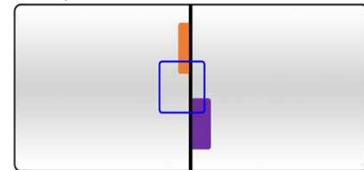
Les critères de choix

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

Adapté (MOD): Cohérent(e) avec son style naturel

Fiabilité & Ethique

Précision & Objectivité



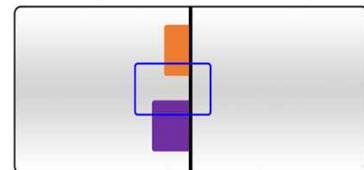
La Transmission des Instructions

Natural (MOD): Vous aimez aussi bien établir les standards à atteindre que suivre les protocoles, et ce en fonction de la situation et de ce qui vous semble le plus pertinent. Vous pouvez suivre des lignes directrices et des procédures établies si celles-ci favorisent l'atteinte des objectifs. Gardez à l'esprit que les personnes dont le style est plus orienté sur la relation que sur la tâche pourraient éprouver des difficultés.

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

Indirect & Sens du Détail

Direct & impulsif

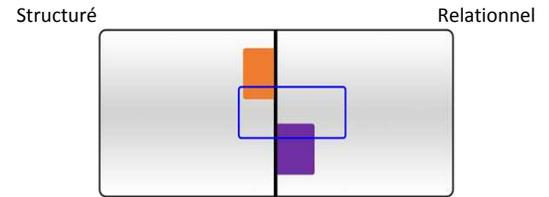


Selon les situations

Le Mode de communication (Ouverture vs. Vigilance)

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

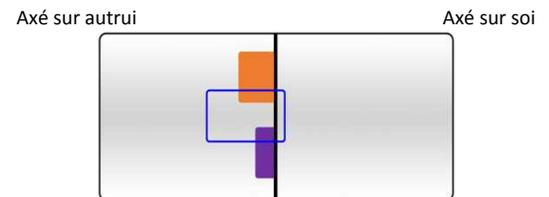
Adapté (HM): Vous êtes relativement à l'aise lorsque vous êtes en relation avec les autres. Vous agissez rapidement, êtes centré(e) en priorité sur vos relations personnelles, et devez parfois faire des efforts pour vous engagez avec autrui. Vous donnerez probablement plus de crédit à une information transmise par des personnes en qui vous avez confiance. N'oubliez pas qu'il est également important d'avoir des sources d'informations vérifiées.



La Motivation

Natural (LM): Vous faites preuve d'une détermination assez constante et avez une approche plutôt posée. Vous savez vous montrer solidaire, ce qui vous conduit à prendre en compte les conséquences relationnelles avant d'agir. Il est probable que vous ressentiez le besoin de répondre aux attentes des autres, ce qui peut vous conduire à prendre en charge toujours plus de responsabilités et à vous épuiser à la tâche.

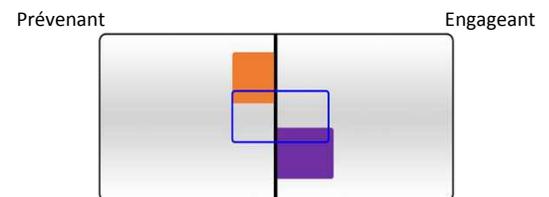
Adapté (MOD): Vous portez autant attention au fait d'agir de manière autonome/individuelle que d'agir en prenant en compte les autres, et mettez l'accent sur les actions permettant un résultat rapide tout en restant conscient des limites de cette approche. Vous êtes probablement motivé à la fois par le désir de répondre à vos propres besoins et motivations, et par le désir de soutenir et d'aider les autres dans ce processus.



L'Investissement personnel dans la Relation

Natural (LM): Vous êtes capable de vous employer pour apporter aux autres du soutien et une présence apaisante, souvent en prenant soin de leurs besoins de manière à créer de la confiance dans ce que vous proposez. Il est possible que vous fassiez tout ce qui est en votre pouvoir pour vous assurer que les autres soient pris en charge et obtiennent ce dont ils ont besoin. Toutefois, il est également important d'être attentif(ve) aux intérêts de l'entreprise.

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



Le résumé de votre style

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

VOS FORCES : CE QUE VOUS APPORTEZ À L'ORGANISATION

1

2

LES TENDANCES DE VOTRE STYLE DE TRAVAIL

VOS MOTIVATIONS (DÉSIRS)

VOS BESOINS

VOS MOTIVATIONS : ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL IDÉAL

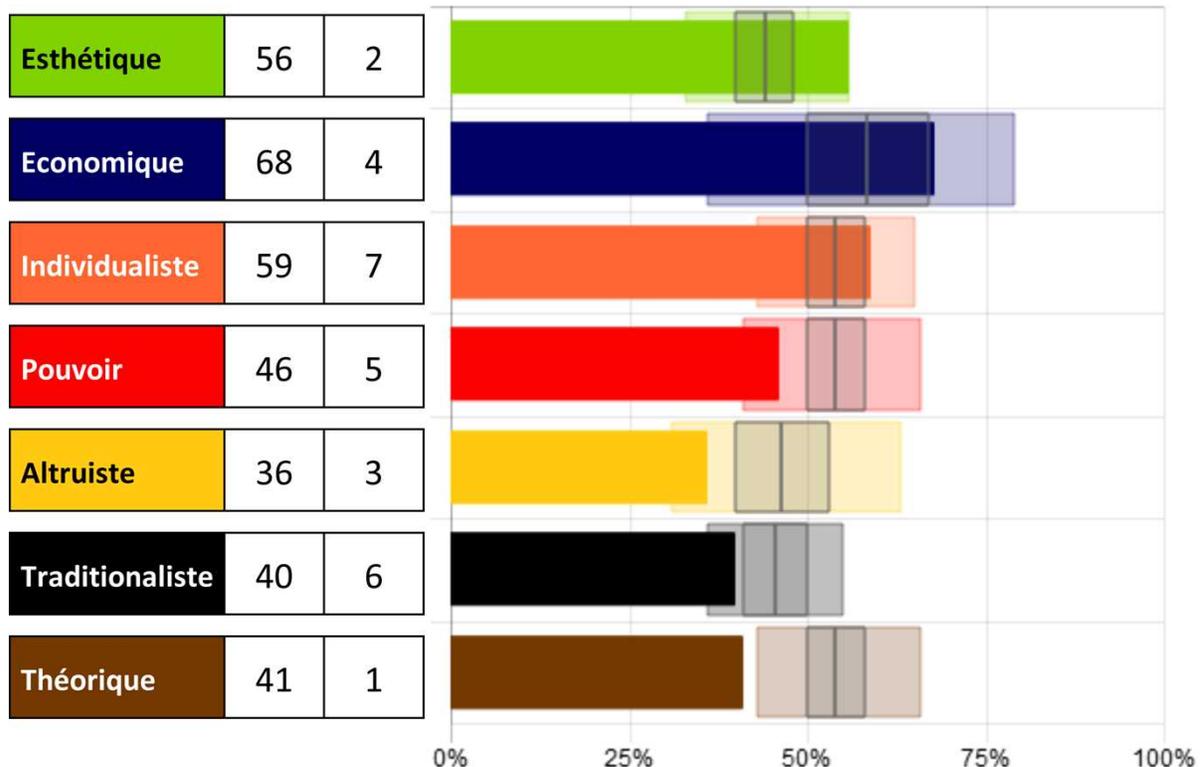
À FAIRE & À NE PAS FAIRE LORS DE LA COMMUNICATION AVEC VOUS

VOS DOMAINES POTENTIELS D'AMELIORATION



Le Résumé analytique de vos motivations

SCORE/CLASSEMENT



1. La zone légèrement colorée et ombrée représente la majorité des scores de la population pour chaque Force Motrice.
2. La « boîte bleue » représente la plage où se trouve l'ensemble des scores médians, les extrémités représentant les écarts-types. Lorsque votre score se situe dans cette zone, ils sont considérés comme situationnels ; ce qui signifie que vous avez classé les propositions liées à cette dimension en haut et en bas de classement en fonction des questions/situations.
3. La ligne située au centre de la « boîte bleue » représente le score médian. Cette médiane divise la plage des scores en deux moitiés égales. 50% des scores sont au-dessus de la ligne médiane et 50% des scores sont en dessous de la ligne médiane. Elle représente pour chaque force motrice le point où la population est la plus importante.
4. Les barres de couleur indiquent le niveau d'importance de chaque motivation. Un pourcentage élevé signifie que vous avez presque toujours classé le facteur de motivation comme important, inversement un pourcentage faible signifie que le facteur de motivation a presque toujours été classé comme moins important.
5. Le classement de vos force motrices révèle le degré d'influence de chacune d'entre elles sur vos comportements et vos décisions. Plus la force motrice est élevée dans le classement, plus elle a un impact sur votre style comportemental. Gardez toutefois à l'esprit que certaines forces motrices, du fait de leur combinaison particulière, se renforcent entre elles.

Les 7 dimensions selon leur degré de mobilisation

Chaque description ci-dessous révèle vos préférences en matière de comportement et décrit votre dynamique personnelle.

Force Motrice	Score Faible Dynamique caractérisée par la volonté d'être une personne...	Score Elevé Dynamique caractérisée par la volonté d'être une personne...
Esthétique	Pragmatique aimant les approches pragmatiques et concrètes aboutissant à des résultats concrets et fiables.	Extravagante (Originale) cherchant à atteindre l'équilibre et l'harmonie avec le monde qui l'entoure et elle-même.
Economique	Satisfaite ayant peu envie de faire preuve de combativité et se satisfaisant de ce qu'elle a.	Déterminée Centrée sur ses propres intérêts, les gains financiers, ou cherchant à atteindre un retour sur investissement réel et concret pour chaque effort fait.
Individualiste	Réservée Ne cherchant pas à se mettre en avant, conservant ses idées pour elle-même et ne cherchant pas à faire son autopromotion.	Libre/Sans limites Cherchant à exprimer son autonomie et sa liberté de pensée.
Politique (Pouvoir)	Acceptante apportant un soutien aux autres et peu intéressée par le fait de défendre son propre intérêt ou ses prérogatives.	Dominatrice Dirigeant et contrôlant son environnement comme les personnes qui en font partie.
Altruiste	Centrée sur elle-même Centrée sur ses désirs et besoins personnels et adoptant une attitude méfiante vis-à-vis d'autrui.	Centrée sur les autres Cherchant à aider autrui, à soulager la peine et la souffrance des autres, à son détriment.
Traditionaliste	Anticonformiste/Rebelle Cherchant à cultiver une indépendance d'esprit vis-à-vis des institutions et des autres en général.	Conservatrice/Stricte Cherchant à établir des routines, à faire respecter un ordre et à imposer aux autres comme à soi une discipline stricte.
Théorique	Indifférente (sans curiosité) Témoignant de peu d'intérêt pour les idées nouvelles et préférant se fier à son instinct et à ses expériences passées pour trouver des réponses.	Erudite Aimant faire des recherches et apprendre tout ce qu'elle juge important de savoir, et cherchant à établir des vérités.

Vos Forces Motrices en détail

**Esthétique - Elevée**

Vous aurez probablement une bonne connaissance de vous-même et aurez le désir de comprendre vos émotions, vos humeurs du moment et vos valeurs, ainsi que celles des autres.

**Economique - Elevée**

Vous aurez probablement l'esprit de compétition et vous vous concentrerez sur le fait d'obtenir un retour sur investissement pratique compte tenu du temps passé et de l'énergie que vous aurez déployée.

**Individualiste - Elevée**

Il est probable qu'être sous les projecteurs ne vous dérangera pas. Vous apporterez des idées originales/peu conventionnelles et pourrez exceller devant les autres.

**Politique (Pouvoir) - Faible**

Vous êtes plutôt un(e) bon(ne) collaborateur(trice) et vous ne cherchez pas à obtenir un poste pour le pouvoir qu'il confère ou pour l'autorité qu'il permet d'exercer.

**Altruiste - Faible**

Vous vous assurez de ne pas vous "brûler les ailes" lorsque vous travaillez en étroite collaboration avec les autres.

**Traditionaliste - Faible**

Vous croyez qu'il y a toujours un autre moyen de s'y prendre lorsque la situation actuelle change ou que des obstacles surviennent.

**Théorique - Faible**

Vous comptez sur vos expériences passées et votre intuition lorsque vous prenez des décisions.

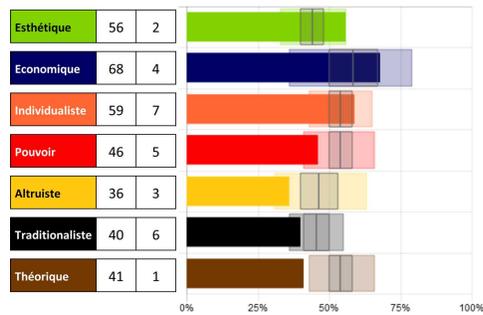
Vos Forces Motrices sous forme de cartographie de mots

Extravagant	Déterminé	Libre/sans limite	Dominateur	Centré sur les autres	Conservateur/Strict	Erudit
Peu réaliste	Centré sur l'optimisation	Indépendant	Percutant/Energique	Qui se sacrifie	Rigide	Qui aime enquêter
Non conventionnel	Compétiteur	Autonome	Autoritaire	Accommodant	Systématique	Qui aime apprendre
Original	Sensible aux incitations	Créatif	Contrôlant	Obligéant	Ordonné	Qui investigate
Imaginatif	Pratique	Équilibré	Directif	Qui apporte son soutien	Discipliné	Curieux
Fin	Judicieux	Coopératif	Influent	Serviable	Ouvert d'esprit	Réfléchi
Réaliste	Relaxe	Prévenant	Qui apporte son soutien	Qui se protège	Flexible/Souple	Malin
Pratique	Détaché	Qui apporte son soutien	Flexible	Suspiceux	Indépendant	Intuitif
Concret	Indifférent	Inquiet	Passif	Méfiant	Spontané	Superficiel
Pragmatique	Satisfait	Réservé	Acceptant	Centré sur soi	Rebelle/Anticonformiste	Indifférent (sans curiosité)
ESTHÉTIQUE	ÉCONOMIQUE	INDIVIDUALISTE	POLITIQUE (POUVOIR)	ALTRUISTE	TRADITIONNALISTE	THÉORIQUE

En fonction de leur intensité, La cartographie des mots de vos Forces Motrices traduit votre score numérique en une description sous forme de mots ou d'expressions.

En qualifiant votre score par un mot, cela vous permet de mieux comprendre la manière dont vos forces motrices s'expriment. **Error! Filename not specified.**

Votre dimension Esthétique



La Dimension Esthétique : La principale motivation réside dans le besoin d'atteindre l'équilibre, l'harmonie et le bien-être. Le sens esthétique a plus d'importance que les aspects pratiques. Les personnes guidées par cette force motrice apprécient les environnements qui favorisent leur créativité ou leur développement intellectuel.



Traits généraux :

- Vous êtes plus sensible et intuitif(ve) face aux problèmes que d'autres pourraient avoir du mal à identifier.
- Vous possédez une conscience intérieure et avez le désir de comprendre les émotions, les croyances et les valeurs, les vôtres et celles des autres.
- Vous appréciez ce qui a une signification profonde, cela peut inclure des vêtements particuliers, de beaux endroits, et des aliments alternatifs.
- Vous apprécierez vraiment les choses et les lieux pour leur valeur intrinsèque (ce qu'ils représentent) plutôt que pour l'image qu'ils peuvent donner de vous.



Forces clés :

- Vous tenterez de résoudre des problèmes pratiques de manière originale.
- Vous pouvez voir au-delà de ce que l'on voit communément, et pouvez apporter un regard non-conventionnel et rafraîchissant à ceux qui vous entourent.
- Il est possible que vous croyez que les autres pensent de manière aussi peu conventionnelle que vous.
- Au travail, vous réfléchissez au-delà de votre intérêt et rechercherez un équilibre entre vous-même et votre environnement.



Eclairages sur votre motivation et suggestions :

- Vous vous intéressez au sens profond des choses ordinaires.
- Vous travaillez pour vivre, plutôt que de vivre pour travailler.
- Vous apportez une réflexion originale. Assurez-vous de ne pas avoir peur de partager vos intuitions.
- Vous êtes probablement très sensible, à l'équité et à la réciprocité envers les personnes comme envers les animaux, et au fait de vous montrer attentif.



Vos modes efficaces d'apprentissage :

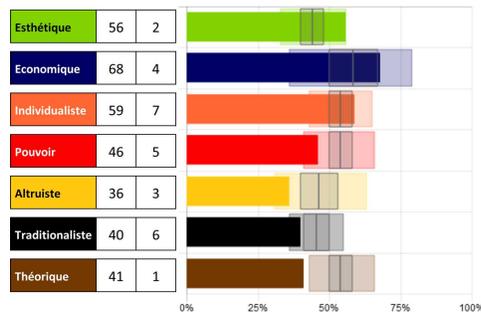
- Lorsque vous apprenez de nouvelles choses, sollicitez votre capacité à vous projeter au-delà du présent et faites appel à vos idées peu conventionnelles
- Vous pouvez aider les équipes à regarder au delà du présent et à penser en faisant preuve de créativité.
- Vous savez faire le lien entre la formation et développement individuel, et la créativité et l'intuition des gens.
- Vous apprenez en faisant preuve de créativité afin d'atteindre une plus grande harmonie et un meilleur équilibre entre votre vie professionnelle et vie privée.



Suggestions d'améliorations :

- Vous pouvez vous montrer inventif(ve) et compliqué(es) pour éviter d'apparaître trop pragmatique.
- C'est OK si certains ne comprennent pas ou n'apprécient pas votre passion et votre créativité.
- Vous avez tendance à aborder les problèmes, les opportunités et les défis de manière inhabituelle, ce qui peut créer des risques inutiles.
- Il serait utile que vous soyez un peu plus réaliste.

Votre dimension Economique



La Dimension Economique : La caractéristique de cette force motrice réside dans l'intérêt pour la sécurité que procurent les gains financiers. Les personnes sensibles à la dimension économique se concentrent sur le retour sur investissement, qu'il s'agisse d'argent ou de temps. Cette force motrice renforce chez certains individus leur orientation résultat.



Traits généraux :

- Vous remarquerez les voitures onéreuses et les gens confiants.
- Vous pouvez correspondre au stéréotype du travailleur acharné souhaitant gagner la plupart du temps.
- Vous êtes probablement motivé(e) par le fait de recevoir des reconnaissances publiques et des récompenses financières en contrepartie d'un travail bien fait.
- A la quête de votre succès, vous êtes seulement intéressé(e) par ce qui est réaliste et procure un retour sur investissement avantageux.



Forces clés :

- Vos décisions sont souvent pragmatiques, orientées-résultats et fondées sur le résultat net.
- Vous faites attention à votre retour sur investissement dans les activités professionnelles ou dans la gestion de l'équipe.
- Vous cherchez à optimiser le temps, les profits et les résultats nets de manière modérée.
- Vous êtes motivé(e) par la compétition, les défis et les incitations financières.



Eclairages sur votre motivation et suggestions :

- Vous devriez réaliser que ce n'est pas seulement l'argent qui motive, mais aussi l'épanouissement personnel dans le travail.
- Assurez-vous que les récompenses financières soient équitables et avantageuses pour ceux qui sont prêts à travailler pour cela.
- Vous devriez veiller à avoir un bon équilibre entre votre vie professionnelle et votre vie privée.
- Vous devez fournir des signes de reconnaissance et des récompenses (par exemple, des bonus) dès que possible.



Vos modes efficaces d'apprentissage :

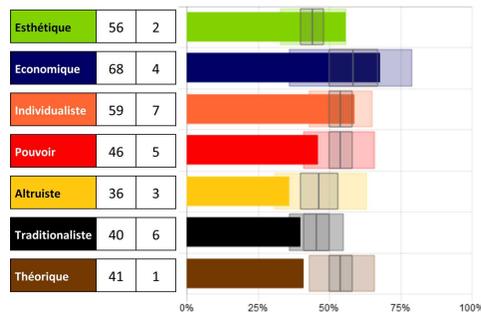
- Votre score est identique à ceux qui recherchent des informations pouvant les aider à augmenter leurs résultats nets et leur efficacité.
- Pensez à prêter attention à ceux qui sont moins motivés, et non pas uniquement à ceux qui sont motivés par le fait de gagner.
- Si possible, accordez du temps pour le plaisir et la détente car cela réduit le stress au sein des équipes.
- Vous êtes capable d'identifier dans ce que vous apprenez ce qui va vous rendre plus efficace et vous aider à augmenter vos gains.



Suggestions d'améliorations :

- Vous pouvez juger les contributions des personnes au sein de l'équipe par leur capacité à produire un surcroît d'activité et non sur leur capacité à maintenir l'activité.
- Vous devriez peut-être vous montrer plus sensible aux besoins des autres.
- Vous pouvez paraître superficiel(le) et égoïste aux yeux des autres.
- Vous devrez peut-être atténuer votre besoin intense de gagner et apprendre à vous détendre avec les autres.

Votre dimension Individualiste



La Dimension Individualiste : cette dimension réside dans le besoin d'être perçu(e) comme unique, indépendant(e) et d'être vu(e) comme à part. Elle exprime le besoin d'être socialement indépendant(e) et d'avoir la possibilité de s'exprimer librement.



Traits généraux :

- Vous apprécierez les missions à part qui favorisent votre créativité.
- Vous apportez des idées intéressantes et libres d'esprit.
- Vous apprécierez de travailler sur un domaine de niche spécifique plutôt que de faire partie d'un groupe à part entière.
- Vous apprécierez votre liberté et votre autonomie et le fait de ne pas être contraint(e).



Forces clés :

- Vous comprenez que nous sommes tous très différents et que nous voulons explorer ces différences.
- Vous préférez célébrer les différences plutôt que de vous contenter des similitudes.
- Vous préférez être indépendant(e) des autres plutôt que de dépendre des autres.
- Vous avez une confiance en vous-même évidente qui pourrait vous permettre d'exprimer haut et fort votre désaccord avec la façon dont les choses devraient être faites.



Eclairages sur votre motivation et suggestions :

- Réalisez que vous adopterez probablement une approche différente des procédures standard.
- Les gens comme vous ont tendance à aimer faire des présentations originales et créatives à des groupes de personnes désireuses d'apprendre.
- Vous préférez travailler de façon indépendante, en créant votre propre carte, votre propre façon de faire les choses.
- Vous aurez probablement une façon originale de dire des choses sans prétention.



Vos modes efficaces d'apprentissage :

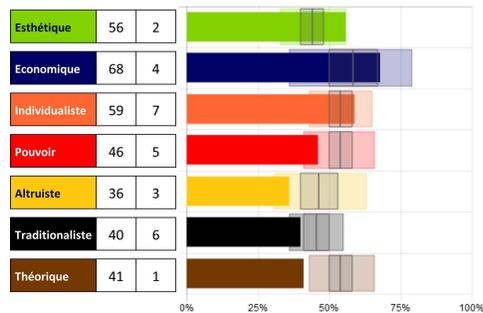
- Il est important que vous soyez autorisé(e) à sortir des sentiers battus et à appliquer ce que vous avez appris.
- Vous apprécierez l'opportunité de tester et d'expérimenter de nouveaux concepts.
- Vous préférez des approches passionnantes à des leçons ennuyeuses et prévisibles.
- Lorsque vous apprenez de nouvelles choses, vous préférerez travailler sur des concepts amusants et stimulants.



Suggestions d'améliorations :

- Rappelez-vous que vous pouvez de façon involontaire attirer l'attention sur vous pendant de longs moments.
- Vous n'avez pas à être la personne qui fourmille sans cesse d'idées.
- Gardez en mémoire que vous n'êtes pas le seul à avoir des idées et laissez de la place aux autres.
- Votre singularité ne contribue pas toujours à résoudre tous les problèmes. Elle pourrait même en créer.

Votre dimension Politique (Pouvoir)



La Dimension Politique (Pouvoir) : cette force motrice s'exprime par le besoin d'être vu comme un leader, et d'avoir de l'influence et du contrôle sur l'environnement ou le succès de quelqu'un. Se montrer compétitif est souvent une caractéristique associée à ceux dont la force motrice Politique est élevée.



Traits généraux :

- Parfois, vous n'aurez pas l'énergie pour gérer des différends ou conflits de leadership.
- Dans certaines situations, vous pouvez chercher plus souvent à maintenir les choses qu'à obtenir de nouveaux résultats.
- Vous pouvez préférer progresser de manière posée et régulière plutôt que d'avancer selon un rythme rapide, ou même trépidant, qu'il vous faudra contrôler.
- Vous excellerez dans les situations qui nécessitent un état d'esprit conservateur plutôt que novateur.



Forces clés :

- Vous attendrez probablement votre tour plutôt que de "griller la priorité".
- Vous agirez de manière consciencieuse et ne vous attendrez pas à recevoir des signes de reconnaissance pour tout ce que vous faites.
- Vous n'avez pas besoin de prendre toujours les commandes, mais serez content(e) de discuter des solutions en coulisses.
- Votre accomplissement personnel l'emporte largement sur le besoin de reconnaissance et de pouvoir.



Eclairages sur votre motivation et suggestions :

- Vous ne ressentirez pas le besoin de demander un avis extérieur dès lors que les décisions sont actées et que les personnes se sont mises en action.
- Vous ne pouvez pas toujours savoir si vous avez été décisif(ve), si les gens ne l'expriment pas.
- Cela ne vous dérangera pas d'abandonner votre position afin d'éviter toute controverse ou conflit.
- N'acceptez pas de faire des choses que vous ne voulez pas vraiment faire.



Vos modes efficaces d'apprentissage :

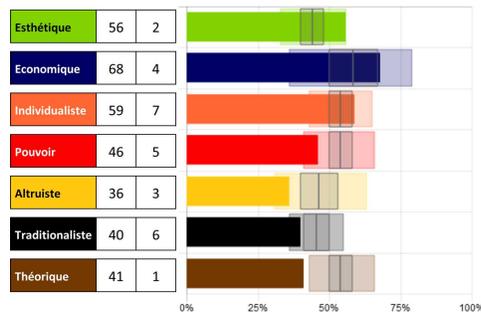
- Être énergique n'est pas toujours une mauvaise chose.
- Vous aimerez davantage prendre part à des formations sur le mode collaboratif plutôt qu'à des activités dirigées et encadrées.
- Vous resterez probablement en retrait lorsque vous prendrez part à des formations.
- Il est probable que vous aimiez les activités de groupe qui vous donnent l'opportunité de prendre le leadership.



Suggestions d'améliorations :

- Vous pouvez vous contenter de moins plutôt que de vous battre pour ce que vous voulez.
- Vous acceptez parfois que d'autres personnes structurent votre environnement.
- Vous éviterez probablement les conflits et les personnes acerbes, mais pas systématiquement.
- Vous devez parfois vous rappeler que la vie est ce que vous en faites.

Votre dimension Altruiste



La Dimension Altruiste : cette force motrice exprime le besoin et l'envie ou de se rendre utile aux autres. L'aide apportée est sincère et désintéressée. Les personnes motivées par cette dimension peuvent parfois sacrifier leur intérêt personnel si cela va l'encontre de l'intérêt collectif ou si cela peut se faire au détriment d'une personne.



Traits généraux :

- Vous vous méfiez probablement de certaines personnes.
- Vous pouvez penser à vous d'abord et aux autres ensuite.
- Vous protégerez votre propre territoire à certains moments et voudrez vous assurer de bien connaître les gens que vous ne connaissez pas.
- Vous préférerez parfois y aller seul(e).



Forces clés :

- Il y a peu de chance que vous supportiez des comportements émotionnels qui vous paraissent absurdes.
- Vous n'aurez probablement pas peur des décisions difficiles.
- Vous avez une approche raisonnable, pleine de bon sens.
- Vous éviterez probablement les gens que vous jugerez "stupides".



Eclairages sur votre motivation et suggestions :

- Vous préférez les approches logiques et rationnelles et rejetterez probablement les approches impliquant des démonstrations émotionnelles.
- Rappelez-vous qu'il y aura un nombre non négligeable de personnes qui pourraient croire que vous ne les aimez pas.
- Vous poursuivez des résultats en réponse à des besoins pratiques, plus qu'en réponse aux besoins des personnes.
- Votre approche raisonnable des choses pourrait facilement être mal comprise par les personnes plutôt très sociables.



Vos modes efficaces d'apprentissage :

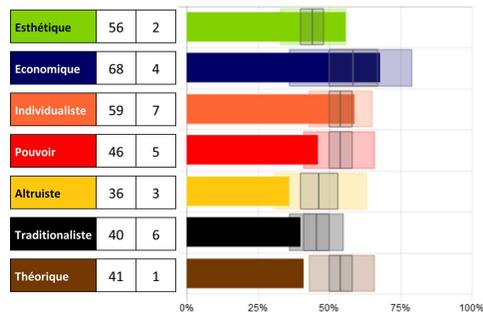
- Vous pouvez préférer des activités clairement définies et sous contrôle à des activités fondées sur un apprentissage coopératif.
- Vous ne vous sentez peut-être pas à l'aise lorsque votre activité implique une relation émotionnelle avec les personnes.
- Vous devrez peut-être avoir besoin de prendre du recul et de prendre conscience de ce qui fait votre force lorsque vous travaillez avec des personnes passives.
- Être énergique n'est pas mauvais en soi, mais l'être à l'extrême, peut parfois effrayer les gens.



Suggestions d'améliorations :

- Parce que vous êtes peu patient(e) face à ce qui vous paraît stupide, prenez en considération l'action menée par la personne avant de la juger.
- Gardez en mémoire qu'aider les autres permet de vous aider vous-même.
- Certain(e)s pourraient vous considérer comme réservé(e) et fermé(e) face à leurs émotions.
- Certains pourraient ne pas comprendre vos motivations.

Votre dimension Traditionaliste



La Dimension Traditionaliste : cette dimension s'exprime par la volonté d'ordre, de structure. Les personnes sensibles à cette force motrice apprécient de travailler dans un environnement aux règles bien établies, prônant des valeurs communes. Ils privilégient les approches traditionnelles, éthiques et sûres.



Traits généraux :

- Vous croyez que beaucoup de choses ne sont pas nécessairement gravées dans le marbre.
- Suivre les règles de quelqu'un d'autre peut vous donner l'impression de porter une veste trop étroite.
- Vous recherchez la liberté et l'autonomie dans votre travail.
- Vous pouvez avoir le sentiment de vous enliser quand vous êtes forcé(e) de faire les choses d'une certaine manière.



Forces clés :

- Vous trouverez toujours un moyen.
- Vous pensez probablement que la fin justifie les moyens.
- Vous avez toujours une opinion.
- Vous êtes probablement une personne qui pense de manière innovante.



Eclairages sur votre motivation et suggestions :

- Vous voulez des commentaires francs et honnêtes afin que vous puissiez faire ce qui doit être fait.
- Capitalisez sur vos points forts, ceux qui proviennent de votre liberté, de votre flexibilité et votre ouverture d'esprit.
- Parce que la fin justifie les moyens, vous pouvez comprendre certains choix.
- Le fait d'être spontané(e) vous convient, mais cela n'est pas le cas pour tout le monde.



Vos modes efficaces d'apprentissage :

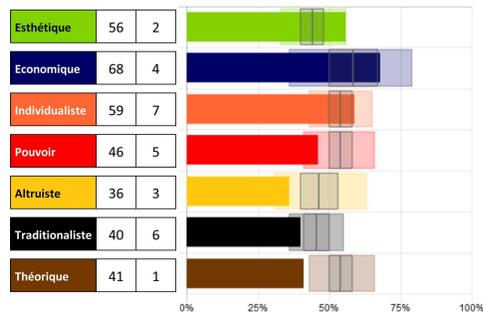
- Vous pouvez faire partie d'une organisation sans pour autant vous soumettre à son contrôle.
- Vous suivez des instructions tout en les peaufinant.
- Vous préférez recourir à des modalités d'apprentissage multiples, ce qui permet à votre créativité de s'exprimer.
- Vous préférez les environnements de travail qui favorisent la spontanéité, l'indépendance, et dans lesquels vous devez vous montrer agile.



Suggestions d'améliorations :

- La prudence permet d'aboutir à des résultats fiables.
- Souvenez-vous que la patience est une vertu.
- L'ennui n'est pas une raison pour prendre des risques inutiles.
- N'oubliez pas de respecter les différences entre vous et les autres.

Votre dimension Théorique



La Dimension Théorique : cette dimension correspond au besoin de comprendre, d'apprendre, ou de découvrir « la vérité ». Cette motivation peut souvent conduire les individus à apprendre pour apprendre. La pensée rationnelle, la capacité à poser un raisonnement et l'intérêt pour la résolution de problème sont des caractéristiques importantes dans cette dimension.



Traits généraux :

- Vous pourriez savoir quelque chose sans savoir pourquoi vous le savez.
- Vous apprendrez probablement uniquement le nécessaire pour accomplir une tâche.
- Vous avez une conscience de la gestion du temps, mais ne laissez pas le temps être votre patron.
- Le savoir n'est pas la chose la plus importante pour vous.



Forces clés :

- Vous essayerez probablement tout ce qui est en votre pouvoir pour trouver une solution.
- Vous n'attendrez probablement pas d'avoir toutes les informations pour décider.
- Vous êtes ouvert(e) à plusieurs d'options.
- Vous êtes attaché(e) au fait de pouvoir exprimer librement des idées progressistes.



Eclairages sur votre motivation et suggestions :

- Ayez à l'esprit que vous avez une façon d'aborder les situations avec une vision plus large que les autres.
- Vous aimez aller droit au but et ne pas gaspiller d'énergie sur les choses non-essentielles.
- Vous choisissez de vous concentrer sur une vue globale plutôt que d'approfondir les choses dans le détail.
- Parce que la fin justifie les moyens, vous y parviendrez.



Vos modes efficaces d'apprentissage :

- Vous devriez suivre des activités de formation et de développement aussi pratiques que possible.
- Vous devriez éviter de vous enfermer dans l'hypothétique et le théorique.
- Vous ne devriez vous investir que sur les éléments essentiels vous permettant d'améliorer la réussite ou l'efficacité sur les projets.
- Le/La formateur(trice) ou l'animateur(trice) peut avoir besoin d'insister sur des détails importants, surtout si vous les considérez comme secondaires ou comme une perte de temps.



Suggestions d'améliorations :

- Vous pouvez vous précipiter afin d'achever des projets et manquer des éléments clés.
- Vous devez comprendre que respecter les consignes peut vous sécuriser.
- Vous pouvez rapidement atteindre la surcharge d'informations.
- Vous pouvez passer à côté de règles et de protocoles importants lors de l'apprentissage de nouvelles choses.

Mes Forces Motrices en synthèse

LES FORCES MOTRICES LES PLUS INFLUENTES PAR ORDRE DECROISSANT

1

2

3

4

5

6

7

LES BESOINS LIES AUX FORCES MOTRICES (Scores > 85)

1

2

LES RISQUES LIES AUX FORCES MOTRICES (Scores < 10)

1

2

LES CHOSES IMPORTANTES A PROPOS DE LA COMBINAISON DE MES FORCES MOTRICES



PARTIE 3 : COMPRENDRE ET S'ADAPTER AUX AUTRES

Les gens font généralement l'erreur de supposer que les autres interagissent et pensent de la même façon qu'eux, et beaucoup d'entre nous ont grandi en croyant en La Règle d'Or : traiter les autres comme vous aimeriez être traité. Nous encourageons plutôt l'application d'une autre règle pratique - ce que le Dr Tony Alessandra appelle la Règle de Platine® : traiter les autres comme ils veulent qu'on les traite.

Les gens veulent être traités selon leur style, pas le vôtre.

Il n'est pas toujours facile de s'adapter aux préférences comportementales des autres ! La capacité d'adaptation repose sur deux éléments : la **Flexibilité** et l'**Aptitude** à adapter son approche ou sa stratégie en fonction des besoins particuliers de la situation ou de la relation à un moment donné. La flexibilité dépend de votre volonté et l'aptitude de votre capacité. L'adaptabilité est quelque chose que vous devez choisir d'appliquer à vous-même (à vos schémas, attitudes et habitudes), et non pas quelque chose que vous pouvez attendre des autres.

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

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

Important:

- La question de l'adaptabilité est cruciale, elle permet de développer des relations personnelles efficaces
- Aucun style n'est plus adaptable qu'un autre.
- S'adapter est une question de choix :
 - Vous pouvez choisir de vous adapter à une personne et pas forcément avec d'autres.
 - Vous pouvez choisir de vous adapter à une personne aujourd'hui et ne pas le faire le lendemain.

L'adaptabilité est une question liée à la capacité à identifier le style comportemental d'une autre personne ?

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

1. Est-ce qu'elle interagit sur un mode Extraverti et communique de manière Directe ou bien est-ce qu'elle interagit de manière Introvertie et communique de façon Indirecte ?
(Style D/I ou S/C ?).
2. Est-elle centrée sur la relation, se montre-t-elle "ouverte" aux autres ou bien est-elle centrée sur les aspects opérationnels tout en cherchant à être "vigilante" et à marquer une certaine distance lorsqu'elle communique ?
(Style D/C ou I/S ?).

<p><u>Style Direct : D ou I</u> <i>Enthousiaste, compétiteur et orienté résultat, rythme rapide</i></p>	<p><u>Style Vigilant : D ou C</u> <i>Plus distant, logique et analytique, orienté tâche</i></p>
<p><u>Style Indirect : C ou S</u> <i>Réservé, coopératif & patient, Rythme posé, Persévérant</i></p>	<p><u>Style Ouvert : I ou S</u> <i>Aime interagir avec les autres, centré sur la relation</i></p>

S'ADAPTER AUX FORCES MOTRICES D'AUTRUI

S'adapter aux préférences motivationnelles d'autrui peut se révéler ardu ! Parfois les forces motrices ne sont pas évidentes à déceler, ou peuvent être masquées par un comportement pouvant apparaître contradictoire. La clé pour comprendre les forces motrices d'une autre personne consiste à prêter attention aux choses qui revêtent une certaine importance pour elle, à écouter la manière dont elle en parle, ce qu'elle exprime et à observer ce sur quoi elle investit du temps et des efforts (ou tout autre ressource).

Pour répondre à la question "Qu'est-ce qui motive cette personne ?", vous pouvez utiliser certaines des questions ci-après pour vous aider, ou observer certains comportements décrits dans le tableau suivant. Une fois que vous avez détecté les forces motrices d'une personne, vous pouvez interagir avec elle de manière bien plus efficace.

Esthétique



- En quoi consiste la beauté pour vous ? Qu'est-ce qui est beau à vos yeux ?
- En quoi et dans quelle mesure est-ce important pour vous de pouvoir exprimer votre créativité ?
- Qu'est-ce qui est le plus important à vos yeux ? Les aspects esthétiques d'une chose ou son aspect fonctionnel et pratique ?
- Quelle importance accordez-vous au fait de maintenir un bon équilibre entre vie professionnelle et vie privée ?
- Avez-vous l'impression d'être plutôt "la tête dans les nuages" ou bien plutôt doté d'un esprit pratique ?

Economique



- En quoi et dans quelle mesure est-ce important pour vous de gagner ?
- Qu'est-ce qu'un retour sur investissement raisonnable pour vous ?
- Pensez-vous habituellement que les personnes attendent quelque chose de vous dès lors qu'elles s'adressent à vous ?
- Envisagez-vous de démarrer votre propre entreprise, de devenir un entrepreneur ?
- Face à une situation, commencez-vous d'abord par réfléchir à la manière dont elle va vous affecter ou bien pensez-vous à la manière dont elle va affecter votre entourage ?

Individualiste



- En quoi et dans quelle mesure est-ce important pour vous d'être autonome, indépendant ?
- Si vous aviez carte blanche aujourd'hui, que feriez-vous ?
- Pensez-vous que les gens regardent habituellement le monde tel que vous ?
- Que pensez-vous à propos du travail en équipe et de la collaboration en général ?
- Qu'est-ce que la liberté signifie pour vous ?

Politique (Pouvoir)



- Quel rôle endossez-vous le plus souvent dans un groupe de travail ?
- En quoi et dans quelle mesure est-ce important pour vous de prendre des responsabilités ?
- Comment motivez-vous les autres à prendre des décisions et à mener des actions ?
- Quelles sont les choses sur lesquelles vous aimez avoir le contrôle ?
- Prenez-vous des initiatives ou préférez-vous recevoir des directives ?

Altruiste



- Avez-vous des difficultés à dire "non" ou vous sentez-vous dépassé(e) et trop éparpillé(e) ?
- Quel est selon vous le bon niveau d'assistance ou d'aide à apporter aux personnes ?
- Avez-vous tendance à apporter votre aide plutôt à ceux qui en ont besoin, ou bien à ceux qui le méritent ?
- Dans quelle mesure faites-vous passer les besoins des autres avant les vôtres ?
- Avez-vous le sentiment de devoir faire des choses pour les autres afin d'être apprécié(e) ou aimé(e) ?

Traditionaliste



- Y a-t-il pour vous une bonne et une mauvaise façon de faire les choses, ou bien plutôt plusieurs façons de réaliser quelque chose ?
- En quoi est-ce important pour vous d'être dans le vrai ?
- Dans quelle mesure les règles sont importantes pour vous ?
- Dans quelle mesure êtes-vous sensible au fait de structurer les choses, d'établir et de suivre des règles ?
- Lorsque vous résolvez un problème, préférez-vous appliquer une solution éprouvée ou êtes-vous plutôt ouvert au fait d'essayer d'autres options ?

Théorique



- Dans quelle mesure est-ce important pour vous de bien comprendre toutes les approches, perspectives et tous les détails d'un projet /problème ?
- Vous considérez-vous comme un(e) expert(e) dans de nombreux domaines ?
- Préférez-vous prendre le temps d'étudier et de lire, ou plutôt apprendre simplement au fil de l'eau en fonction des occasions qui se présentent ?
- Qu'aimez-vous à propos du fait d'apprendre de nouvelles choses ?
- Qu'est-ce qui est selon vous le plus important : apprendre ou agir ?

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

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

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

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

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



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

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

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

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



Comment modifier vos orientations ?

DIRECT/INDIRECT

Avec les Styles D DIRECT	Avec les Styles I DIRECT	Avec les Styles S INDIRECT	Avec les styles C INDIRECT
<ul style="list-style-type: none">• Parlez avec une voix suffisamment forte, confiante• Faites des annonces directes plutôt que d'utiliser des questions détournées• Faites face au conflit ouvertement et montrer votre désaccord si nécessaire• Faites preuve d'une attention totale	<ul style="list-style-type: none">• Prenez vos décisions plus rapidement• Soyez enthousiaste, positif, chaleureux• Initiez des conversations et décisions• Donnez des recommandations• Faites face au conflit ouvertement, sans toutefois entrer en confrontation avec la personne	<ul style="list-style-type: none">• Prenez plus de temps pour prendre une décision• Evitez d'entrer en conflit ou de vous montrer confrontant• Prenez vos décisions de manière collective• Soyez agréable et d'humeur stable• Montrez-vous sensible et faites preuve de bon sens	<ul style="list-style-type: none">• Ne coupez pas la parole• Sollicitez et tenez compte de leurs opinions• Evitez de vous montrer critique, de remettre en question leur point ou d'être insistant – ne les viser pas personnellement

OUVERTURE/VIGILANCE

Avec les Styles D VIGILANT	Avec les Styles I OUVERT	Avec les Styles S OUVERT	Avec les styles C VIGILANT
<ul style="list-style-type: none">• Allez droit au but, soyez concentré sur le résultat final• Suivez les délais• Ne perdez pas de temps• Restez sur le champ professionnel• Ecoutez leurs suggestions	<ul style="list-style-type: none">• Faites part de vos émotions/sentiments• Montrez de l'intérêt pour leurs émotions• Complimentez-les sur le plan personnel• Acceptez de digresser de l'ordre du jour	<ul style="list-style-type: none">• Prenez le temps d'approfondir la relation• Renforcez vos communications, montrez-vous plus souple et renforcez la proximité• Utilisez un langage bienveillant• Montrez l'intérêt que vous leur portez• Donnez des signes de reconnaissance en privé	<ul style="list-style-type: none">• Soyez logique et factuel• Soulignez son raisonnement• Limitez votre enthousiasme et votre langage corporel• Répondez de manière formelle et polie

RYTHME (proactivité/réactivité)

Avec les Styles D PLUS VITE

- Soyez préparé(e) et organisé(e)
- Allez-droit au but
- Accélérez votre débit de parole
- Ne gaspillez pas votre temps et le sien
Donnez-lui toute votre attention et votre temps
- Observez les changements d'attention et variez votre communication

Avec les Styles I PLUS VITE

- Ne vous précipitez pas dans l'action, dans l'étude de ce qu'il y a à faire, socialisez avant
- Partagez leur enthousiasme
- Accélérez votre débit de parole
- Variez vos modes de communication
- Synthétisez les informations de manière claire
- Soyez optimiste et positif(ve)
- Donnez-leur de l'attention

Avec les Styles S PLUS POSE

- Développez la confiance et de la crédibilité sur la durée, ne passez pas en force
- Ralentissez votre débit de parole
- Faites l'effort de progresser de manière stable et régulière
- Donnez-leur le temps nécessaire pour mener et suivre les tâches jusqu'au bout
Donnez-leur des instructions ou des procédures étape par étape
- Soyez patient, évitez de faire pression

Avec les styles C PLUS POSE

- Préparez-vous à répondre à leurs questions
- Ralentissez votre débit de parole
- Accueillez-le cordialement et entamez directement la discussion sur le sujet professionnel (pas de "salamalec")
- Donnez-leur du temps pour réfléchir, ne les pressez pas pour prendre une décision

PRIORITE (centré(e) sur la Relation - centré(e) sur la tâche)

Avec les Styles D CENTRE SUR LA TACHE

- Allez directement sur le sujet à traiter
- Donnez-leur des options et laissez-leur le choix
- Permettez-leur de définir les objectifs
- Faites preuve d'un haut niveau de suivi

Avec les Styles I CENTRE SUR LA RELATION

- Prenez le temps de socialiser avec eux
- Prenez l'initiative de vous présenter et initiez la conversation
- Soyez ouvert(e) et amicale, et permettez leur d'exprimer leur enthousiasme
- Laissez-les parler
- Suggérez leur tout ce qui peut leur permettre d'améliorer leur image
- Ne leur demandez pas de faire un suivi important, une activité détaillée ou un engagement sur le long-terme

Avec les Styles S CENTRE SUR LA TACHE

- Prenez le temps de les connaître sur le plan personnel
Approchez-les de manière amicale tout en restant sur le champ professionnel
- Impliquez-les en mettant l'accent sur comment leur travail peut avoir un impact sur eux et sur leurs relations
- Aidez-les à prioriser les tâches
- Veillez à ne pas les critiquer sur un plan personnel, soyez spécifique et concis(e)

Avec les styles C CENTRE SUR LA RELATION

- Soyez logique et faire prévue d'un sens pratique
- Suivez les règles et les procédures
- Aidez-les à établir des délais et des modalités réalistes (attention au perfectionnisme)
- Présenter les choses dans le détail, soyez complet(e), présenter des analyses avantages/inconvénients
- Accordez-leur du temps pour partager des détails ou des données
Soyez prêt(e) à vous engager dans des analyses exhaustives et minutieuses

Comment s'adapter au Style **DOMINANT**

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

AU TRAVAIL, AIDEZ-LES À ...

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

EN VENTE ET SERVICE ...

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

DANS LE CADRE SOCIAL ...

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

LEUR MODE D'APPRENTISSAGE...

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

Comment s'adapter au Style **INFLUENT**

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

AU TRAVAIL, AIDEZ-LES À ...

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

EN VENTE ET SERVICE ...

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

DANS LE CADRE SOCIAL ...

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

LEUR MODE D'APPRENTISSAGE...

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

Comment s'adapter au Style **STABLE**

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

AU TRAVAIL, AIDEZ-LES À ...

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

EN VENTE ET SERVICE ...

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

DANS LE CADRE SOCIAL ...

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

LEUR MODE D'APPRENTISSAGE...

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

Comment s'adapter au Style **CONFORME**

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

AU TRAVAIL, AIDEZ-LES À ...

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

EN VENTE ET SERVICE ...

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

DANS LE CADRE SOCIAL ...

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

LEUR MODE D'APPRENTISSAGE...

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

Les 4 styles DISC de base

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

	STYLE DOMINANT	STYLE INFLUENT	STYLE STABLE	STYLE CONFORME
SON RYTHME	<ul style="list-style-type: none"> Rapide/Décisif 	<ul style="list-style-type: none"> Rapide/Spontané 	<ul style="list-style-type: none"> Plus lent/Détendu 	<ul style="list-style-type: none"> Plus lent/Systematique
SA PRIORITÉ	<ul style="list-style-type: none"> Atteindre son objectif 	<ul style="list-style-type: none"> Avoir des interactions avec un grand nombre de personnes 	<ul style="list-style-type: none"> Entretenir la relation 	<ul style="list-style-type: none"> Appliquer les bonnes procédures
CE QU'IL RECHERCHE	<ul style="list-style-type: none"> La Performance Le Contrôle L'indépendance 	<ul style="list-style-type: none"> La Participation L'Approbation 	<ul style="list-style-type: none"> L'Harmonie Le Consensus 	<ul style="list-style-type: none"> L'Exactitude La Précision Le respect des règles
SES POINTS FORTS	<ul style="list-style-type: none"> La Gestion Le Leadership Un Esprit Pionnier 	<ul style="list-style-type: none"> Persuasif Motivant Divertissant 	<ul style="list-style-type: none"> L'Ecoute Le Travail en Groupe La Persévérance 	<ul style="list-style-type: none"> La Préparation La Systématisation L'Organisation
SES AXES D'AMÉLIORATION	<ul style="list-style-type: none"> Se montrer patient Faire preuve d'empathie Se montrer persévérant 	<ul style="list-style-type: none"> Etre plus organisé et attentif aux détails Savoir suivre les actions sur la durée Maîtriser ses émotions 	<ul style="list-style-type: none"> Se montrer plus assertif Être plus réactif Développer une vision plus globale 	<ul style="list-style-type: none"> Être moins perfectionniste Être moins critique Être plus chaleureux
SES PEURS	<ul style="list-style-type: none"> Que l'on tire avantage de lui 	<ul style="list-style-type: none"> Perte de reconnaissance sociale 	<ul style="list-style-type: none"> Les changements brusques, l'instabilité 	<ul style="list-style-type: none"> Que l'on critique son travail
SES IRRITANTS	<ul style="list-style-type: none"> L'Inefficacité L'Indécision 	<ul style="list-style-type: none"> Les Routines La Complexité 	<ul style="list-style-type: none"> L'Insensibilité L'Impatience 	<ul style="list-style-type: none"> La Désorganisation L'Inconvenance
SES REACTIONS SOUS L'EFFET DU STRESS	<ul style="list-style-type: none"> Dictatorial Agressif Critique 	<ul style="list-style-type: none"> Sarcastique Superficiel Manipulateur 	<ul style="list-style-type: none"> Soumis Indécis Dépendant 	<ul style="list-style-type: none"> Renfermé Entêté Distant
CE QUI LE RASSURE	<ul style="list-style-type: none"> Le contrôle La prise de leadership 	<ul style="list-style-type: none"> L'optimisme L'approbation d'autrui 	<ul style="list-style-type: none"> L'amitié sincère La coopération 	<ul style="list-style-type: none"> La préparation La minutie
MESURE LA VALEUR PERSONNELLE PAR	<ul style="list-style-type: none"> L'impact ou les résultats Les Antécédents et les réalisations 	<ul style="list-style-type: none"> La reconnaissance L'approbation Les compliments La force de persuasion 	<ul style="list-style-type: none"> La compatibilité avec les autres Le niveau de contribution 	<ul style="list-style-type: none"> La Précision L'Exactitude La qualité des résultats
SE MONTRE AU TRAVAIL	<ul style="list-style-type: none"> Efficace Occupé Structuré Rapide 	<ul style="list-style-type: none"> Interactif Amical Occupé Personnel 	<ul style="list-style-type: none"> Attentionné Pratique Altruiste Personnel 	<ul style="list-style-type: none"> Formel Rationnel Structuré Concret
FAIT PREUVE DE MATURETE QUAND...	<ul style="list-style-type: none"> Il réussit à déléguer le contrôle des actions 	<ul style="list-style-type: none"> Il réussit à gérer avec objectivité les objections 	<ul style="list-style-type: none"> Il sait gérer un conflit, une confrontation avec assertivité 	<ul style="list-style-type: none"> Il reste ouvert aux critiques

FICHE DE TRAVAIL – Appliquer le modèle DISC

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

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

Mon Profil :
Style dominant : c
Orientation de l'énergie : introversion
Rythme : Plus lent
Priorité : Centré sur la tâche
Similitude(s) : Aucune dimension en commun
Différence(s) : Orientation de l'énergie, *Rythme et Priorité*
Ma stratégie : Etre plus avenant, social, optimiste/joyeux, et plus rapide dans mes prises de décision avec Jean, me concentrer sur l'essentiel et accepter un certain niveau de risque.

RELATION **EXEMPLE**
Nom : Jean Dupond
Style Dominant : I
Orientation de l'énergie : Extraversion
Rythme : Plus rapide
Priorité : Centré sur les Personnes
Similitude(s) : Aucune dimension en commun
Différence(s) : Orientation de l'énergie, *Rythme et Priorité*

RELATION 1

Nom :
Style Dominant :
Rythme :
Priorité :
Similitude(s) :
Différence(s) :
Ma stratégie :

RELATION 2

Nom :
Style Dominant :
Rythme :
Priorité :
Similitude(s) :
Différence(s) :
Ma stratégie :

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Sans « repeat business » et recommandations, un vendeur est contraint à prospecter sans cesse dans le dur. Lors d'une vente, vous avez l'opportunité de construire une relation commerciale fructueuse. Toutefois, ce n'est qu'après la vente, une fois que vous vous êtes assuré de la satisfaction du client, que vous « cimenter » la relation commerciale.

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

Phase 1 : créer la relation durant le contact initial.

Entrer en relation avec un client/une cliente à dominante « Rouge » (D)

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

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

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

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

- Les personnes à dominante « Verte » (S) abordent les choses de manière indirecte, tout en se montrant ouvertes et sensibles aux relations interpersonnelles. Cependant, restez sur le champ professionnel tant qu'elle ne vous invite pas à entrer dans une relation plus amicale
- Elles apprécient la stabilité et aiment découvrir les choses étape après étape, dans le détail et selon un ordre logique
- Organisez votre présentation : listez les spécificités de votre offre dans le détail, progressez selon des séquences logiques et fournissez des données précises
- Soyez honnête, sincère et attentionné



- Écoutez patiemment leurs histoires, idées et réponses
- Montrez que vous les appréciez pour leur stabilité, leur fiabilité et leur esprit de coopération
- Montrez-vous bienveillant, agréable, amical, mais toujours professionnel.
- Cherchez à développer régulièrement et de manière informelle votre capital confiance, votre crédibilité
- Communiquez avec eux de manière régulière... surtout au début.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Phase 4 : Maintenir la relation au moment de conclure

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

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

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

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

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

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

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

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



Phase 5 : S'assurer de la satisfaction du client

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Et Maintenant ?

Ce rapport contient de nombreuses informations sur vos comportements et vos Forces Motrices et sur la manière dont votre style va interagir avec celui des autres. Ce profil vous propose aussi des suggestions sur la manière de progresser.

Passez à l'action et commencez par mettre en œuvre les mesures proposées pour progresser. Ne laissez pas ce rapport dormir sur une étagère ou dans un fichier. Utilisez-le comme outil de référence. Revenez régulièrement dessus, il contient beaucoup d'informations et ne peut être assimilé en une seule lecture. Commencez à agir sur vos comportements et examinez les résultats. Vous pourriez être surpris !

Souvenez-vous de la Règle de Platine® - "Traitez les autres comme ils veulent être traités."

Comment garantissons-nous la validité de nos outils DISC et Forces Motrices ?

Nous faisons tester nos outils par un organisme indépendant et qualifié afin de vérifier que nous répondons aux normes fixées par l'**APA (American Psychological Association)** et l'**EEOC (Equal Employment Opportunity Commission)**, normes parmi les plus exigeantes en matière de fiabilité et de discrimination concernant les outils d'évaluation.

Selon l'ASI (Assessment Standards Institute) notre outil DISC "a l'un des scores de Cronbach les plus élevés du marché DISC."

Les évaluations comportementales reposant sur des algorithmes sont utilisées depuis le milieu du 20e siècle. Mises au point par des Docteurs en Psychologie et par une poignée de programmeurs, ces évaluations, initialement utilisées par les 500 plus grandes entreprises du monde, ont connu depuis les années 90 un essor grandissant. Avec l'avènement d'Internet, la production, la commercialisation et la vente d'évaluations ont connu une croissance exponentielle. De nouveaux acteurs sont nés et ont lancé des outils d'évaluation sans devoir au préalable faire tester la robustesse de leur algorithme par un organisme reconnu et indépendant. Dans ce marché déréglementé, les utilisateurs de ces évaluations n'ont de ce fait aucune garantie sur la fiabilité des outils qu'ils utilisent.

La solution ? Faire tester les algorithmes par un organisme indépendant par une institution qualifiée.

Assessments 24x7 a donc choisi de recourir aux services de L'Assessment Standards Institute (ASI) pour faire tester la robustesse de ses algorithmes et l'objectivité de ses rapports afin de répondre aux normes fixées par l'American Psychological Association (APA) et par l'Equal Employment Opportunity Commission (EEOC). Aussi, nous nous engageons volontairement et de manière transparente à mettre à disposition les résultats de ces tests. Notre objectif ? Apporter à nos distributeurs et utilisateurs la garantie d'utiliser des évaluations fiables et des algorithmes scientifiquement vérifiés. Les conclusions des tests sont disponibles sur demande et comprennent plusieurs mesures :

La validité de l'architecture de l'évaluation (Normes APA) [DISC & FORCES MOTRICES]

La validité de construction est l'un des concepts les plus centraux en psychologie. Il s'agit d'évaluer la justesse de ce qu'un test promet de mesurer. La validité conceptuelle d'une évaluation est obtenue par corrélation avec un certain nombre d'autres mesures. Ce modèle, qui établit le degré de corrélation entre les variables mesurées, permet d'établir la validité et la prévisibilité du modèle théorique.

La robustesse ou fiabilité de l'algorithme – Le test de Cronbach (Normes APA) [DISC]

Le test de Cronbach est considéré comme le test le plus exigeant et donnant les mesures de fiabilité les plus robustes. Il a pour objectif de mesurer la cohérence interne d'un ensemble de mesures. En d'autres termes, la fiabilité d'une donnée est liée à la cohérence avec laquelle celle-ci confirme le concept ou le modèle qui est évalué. Fort de nos excellents résultats, nous vous invitons à comparer les coefficients de fiabilité de notre outil DISC avec ceux d'autres fournisseurs ayant eu recours à ce même test de Cronbach.

La fiabilité des données externes (Normes APA) [FORCES MOTRICES]

Le terme de fiabilité dans la recherche psychologique fait référence à la cohérence d'une méthode de test ou d'évaluation. Dans ce cas, nous mesurons la fiabilité ou la cohérence des mesures d'évaluation dans le temps. La fiabilité externe mesure l'écart pouvant exister entre deux évaluations identiques réalisées à deux moments différents. Cette comparaison entre deux évaluations détermine la variance moyenne appelée aussi rapport de la valeur moyenne. C'est ce rapport qui témoigne de la cohérence externe ou temporelle d'une évaluation.

La discrimination (Directives EEOC) [DISC & FORCES MOTRICES]

Employeurs et recruteurs utilisent souvent des tests et des procédures de sélection pour identifier les "bons" candidats pour un poste (qu'il s'agisse de recrutement ou de promotion interne de talents). Cependant, l'utilisation de ces outils peut enfreindre les directives de l'EEOC si l'utilisation de ces derniers excluent de manière disproportionnée toute personne appartenant à un groupe social particulier déterminé par la classe sociale, l'origine ethnique, le sexe, la nationalité ou même l'orientation sexuelle. Si la procédure de sélection est jugée discriminante, l'employeur est tenu de démontrer que cette discrimination est uniquement fondée sur les exigences du poste et sur les compétences nécessaires pour exécuter le travail avec succès.

Date de publication : 1er janvier 2020 ; Date de renouvellement des tests de fiabilité : 1^{er} janvier 2025.

