



TTI
SUCCESS
INSIGHTS®

TSI Gedragsanalyse

Sales Versie

Victoria Voorbeeld
6-12-2017

Licentiehouder:

TTI Success Insights Benelux

Laan van Vlaanderen 323

1066 WB Amsterdam

T: +31(0)20-6979636 - F: +31(0)20-4511440

E: info@ttisi.nl - I: www.ttisuccessinsights.nl



TTI
SUCCESS
INSIGHTS®
BENELUX



INTRODUCTIE

Gedrag is één van de bouwstenen van uw totale persoonlijkheid. Andere bouwstenen van uw persoonlijkheid zijn bijvoorbeeld uw drijfveren, talenten, EQ en IQ. Deze Gedragsanalyse is dus geen complete beschrijving van uw persoonlijkheid, maar geeft inzicht in uw gedragsvoorkeuren.

Ons gedrag is een essentieel en integraal onderdeel van wie wij zijn. Veel van dat gedrag is 'aangeboren', het zit in onze genen. Daarnaast is een deel van ons gedrag aangeleerd. Aangeboren en/of aangeleerd, menselijk gedrag is het beste te omschrijven als de waarneembare interactie van een individu met de omgeving. Het is de universele taal van 'hoe we doen', hoe we communiceren.

In dit rapport meten we normaal menselijk gedrag (hoe u doet, hoe u communiceert) op vier factoren, namelijk:

- hoe u reageert op problemen en uitdagingen;
- hoe u anderen overtuigt van uw mening of zienswijze;
- hoe u reageert op het tempo van de omgeving en op veranderingen in die omgeving;
- hoe u reageert op regels en procedures die opgesteld zijn door anderen.

De combinatie van uw scores op deze vier factoren geven uw unieke gedragsstijl weer. Inzicht in uw gedragsstijl vormt het startpunt voor effectieve(re) communicatie. Wie de eigen kwaliteiten kent en zich tegelijkertijd bewust is van zijn valkuilen, kan makkelijker inspelen en reageren op de eisen van de omgeving. De analyses van TTI Success Insights zijn zeer herkenbaar, want gebaseerd op de antwoorden die u zelf heeft gegeven. Toch kan het voorkomen dat u in deze uitgebreide analyse een stelling tegenkomt waarin u wat minder van uw gedragsstijl herkent. Vraag, voordat u de stelling verwerpt, eens naar het perspectief van uw collega's. In de analyse gebruiken we voor het grootste gedeelte de 3e persoon als we het over u hebben. Dit maakt het makkelijker om de inhoud ervan te delen met uw team, collega's of naasten.



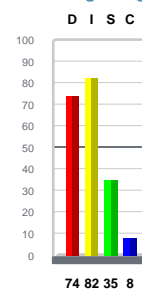
SALES EIGENSCHAPPEN

Gebaseerd op Victoria's antwoorden, heeft TSI een aantal algemene kenmerken geselecteerd om een breed beeld te geven van haar verkoopstijl. Dit deel belicht hoe zij omgaat met diverse facetten van het verkoopproces zoals voorbereiding, presentatie, het behandelen van bezwaren, afsluiten, en (after sales) service. De algemene statements hebben betrekking op de natuurlijke verkoopstijl die zij inbrengt in de job. Gebruik deze statements om een beter begrip te krijgen van de natuurlijke verkoopstijl van Victoria.

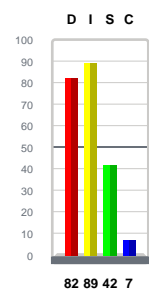
Victoria gaat steeds de uitdaging aan om anderen te overtuigen van haar visie. Sommige klanten verlangen misschien wat minder gepraat, en wat meer feiten. Zij kan gezien worden als ietwat impulsief. Zij houdt van nieuwe producten en is vaak de eerste in haar omgeving die met het nieuwste van het nieuwste gesignaleerd wordt. Gedetailleerd werk is niet Victoria's kracht. Zij verkiest "mensen boven dingen" en kan dralen wanneer zij geconfronteerd wordt met tijdrovende, gedetailleerde klussen. Zij wordt liever op haar resultaten beoordeeld, dan op 'papierwerk'. Sociaal en verbaal assertief als zij is, houdt zij ervan nieuwe gezichten te ontmoeten en een gesprek aan te knopen. Dit is een waardevolle eigenschap wanneer met een nieuw rayon wordt gestart, of wanneer nieuwe klanten benaderd moeten worden. Victoria kan nogal opgewonden raken over zaken die haar raken. Zij laat deze emoties meestal ook zien als zij probeert om anderen te beïnvloeden. Geneigd als zij is om vlot en uitgebreid te praten, geniet zij van iedere gelegenheid om het woord te voeren. Verkopen biedt haar de kans deze waardevolle eigenschap te gebruiken. Zij houdt wel van koude acquisitie, vanwege de uitdaging die dat met zich meebrengt. Zij heeft het gevoel dat haar verbale vermogens haar daarin helpen. Ieder 'koud contact' is een kans om vrienden te maken en anderen te beïnvloeden.

Victoria gebruikt wel eens ondersteunend materiaal tijdens haar verkoopgesprekken. Het gebruik van dit soort materiaal hangt deels af van haar vermogen zaken goed te organiseren. Dat wil zeggen, zij vergeet nog wel eens materiaal aan te vullen of up-to-date te houden. Soms heeft zij bovendien het idee dat zij het op basis van haar verbale vermogens, ook wel zonder redt. Als zij in een van haar 'overenthousiaste' verkoopbuien is, kan zij de nodige bezwaren oproepen. Zij zal de bezwaren echter verwelkomen en ze naar haar vermogen proberen weg te nemen. Zij zal niet altijd even goed luisteren naar wat haar prospects te zeggen hebben. Haar verlangen om het woord te nemen en het verkoopgesprek te beheersen, kan haar vermogen om te luisteren in de weg zitten. Zij zal een prospect soms ook onderbreken, alleen maar omdat zij de prospect meteen van repliek wil dienen. Zij zal niet altijd alle bezwaren volledig beantwoorden. Zij kan ze nogal luchthartig behandelen en er om heen draaien of kan 'verkooptaal' gaan gebruiken om ze te weerleggen. Victoria

Respons op de omgeving



Basisstijl



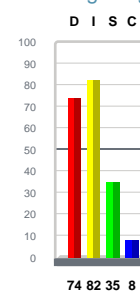


SALES EIGENSCHAPPEN vervolg

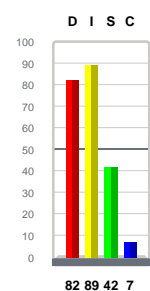
zal voor sommige kopers te snel gaan met haar presentatie. Zij laat zich een beetje meeslepen door haar eigen gevoel en heeft de neiging om het tempo van de presentatie te laten bepalen door emoties. Zij wil nog wel eens humor gebruiken in haar presentatie, hetgeen, afhankelijk van het type koper, goed of slecht kan vallen. Te veel gebruik van humor kan er toe leiden dat zij gaat afdwalen en in tijdnood komt wat betreft de rest van de presentatie.

Victoria kan heel positief en direct zijn waar het om afsluiten gaat. Zij kan zowel vriendelijk als doortastend zijn in haar poging om de koop te sluiten. Soms doet zij te hard haar best om het de koper naar de zin te maken wat betreft de after sales service. Zij krijgt daar spijt van als de klant vervolgens niet aan haar verwachtingen omtrent omzetpotentieel, voldoet. Victoria's 'beperkte' luistervaardigheden kunnen er de oorzaak van zijn dat zij soms kansen op het sluiten van een overeenkomst mist. Zij is misschien al zo bezig met wat zij in het vervolg van het gesprek wil gaan zeggen, dat zij het koopsignaal mist. Zij heeft waarschijnlijk meerdere favoriete manieren om af te sluiten. Zij zou moeten evalueren hoe zij de verschillende methoden toepast en in welke verkoopsituaties ze toepasbaar zijn. Als zij mag kiezen, verkoopt zij liever aan een nieuwe klant dan dat zij een bestaande klant bedient. Dit geldt vooral wanneer de bestaande klant weinig potentie heeft, of vraagt om feiten en gegevens om de vervolgorde te ondersteunen. Zij vindt het leuker om een gezelligheidsbezoek af te leggen bij een klant, dan een bezoek gericht op vervolgorders. Een sociaal onderonsje komt tegemoet aan haar behoefte om vriendelijk en extravert te kunnen zijn, terwijl een follow-up bezoek vraagt om een extra inspanning, als een klant geen vervolgorders plaatst.

Respons op de omgeving



Basisstijl



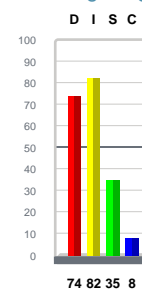


WAARDE VOOR DE ORGANISATIE

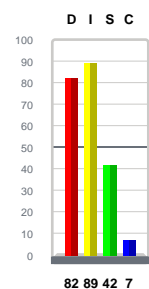
Dit deel van het TSI-profiel geeft de specifieke talenten en gedragingen weer die Victoria in deze job van nut kunnen zijn. Door deze statements te interpreteren kan men bepalen welke taken of plaats in de organisatie Victoria het best kan invullen. Door haar talenten te identificeren kan de organisatie een manier ontwikkelen om haar specifieke waarde voor de organisatie en voor Victoria zelf te kapitaliseren.

- Heeft het zelfvertrouwen om moeilijke opdrachten uit te voeren.
- Houdt vast aan haar ideeën.
- Bespreekt conflicten.
- Is een pionier.
- Is gericht op resultaten.
- Is creatief in het oplossen van problemen.
- Haalt doelstellingen via mensen.
- Is optimistisch en enthousiast.
- Heeft een positief gevoel voor humor.

Respons op de omgeving



Basisstijl



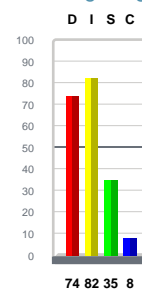


CHECKLIST COMMUNICATIE

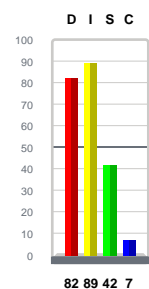
De meeste mensen zijn gevoelig voor en zich bewust van de manier waarop men met hen communiceert. Een ieder heeft bepaalde voorkeuren voor de manier waarop men met hen communiceert. De meeste mensen ervaren dit deel als zeer accuraat. Lees alle statements goed en kies drie of vier statements die belangrijk zijn voor Victoria. Schrijf ze op en neem ze in acht als u met haar communiceert. Geef de statements ook aan anderen die met Victoria samenwerken.

- Zorg voor een warm vriendelijke omgeving.
- Gebruik uitspraken van mensen die zij als belangrijk beschouwt.
- Laat tijd over voor het sociale element.
- Geef ideeën voor het implementeren van actie.
- Noem de voordelen die zij kan behalen.
- Spreek in een rap tempo.
- Let op de lichaamstaal voor goed- of afkeuring.
- Neem de tijd om stimulerend, opgewekt en dynamisch te zijn.
- Stel haar een beloning in het vooruitzicht, indien de situatie zich daar voor leent.
- Wees kort, duidelijk en sluit snel af.
- Geef oplossingen - geen meningen.

Respons op de omgeving



Basisstijl





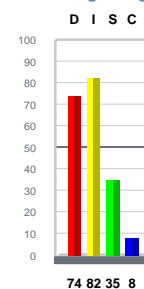
CHECKLIST COMMUNICATIE *vervolg*

Dit deel van het TSI-profiel geeft de punten aan die u NIET moet doen wanneer u met Victoria communiceert. Lees ieder statement aandachtig door en stel samen met Victoria vast welke methoden van communicatie leiden tot frustratie en minder presteren. Door deze informatie te delen, kan een manier van communiceren worden gezocht die het meeste effect oplevert.

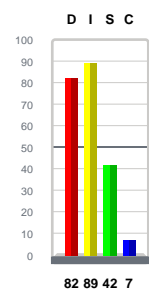
Doe dit niet:

- U dogmatisch opstellen.
- U laten overbluffen door haar woordenstroom.
- Aarzelen bij een confrontatie.
- Te vrijblijvend zijn of juist teveel 'volgens het boekje' werken.
- Neerbuigend op haar inpraten.
- Bot, koel of kortaf zijn.
- Met haar meedromen en daardoor tijd verliezen.
- Onpersoonlijk, oordelend of te taakgericht over te komen, want dat leidt tot tijdverlies.
- Haar de les lezen, de mond snoeren of het gesprek domineren.
- Haar uw mening geven, tenzij u daarom gevraagd wordt.
- Vaderlijk zijn.
- Beslissingen in de lucht laten hangen.
- Doorzeuren.

Respons op de omgeving



Basisstijl





VERKOOPTIPS

In dit gedeelte van het rapport worden suggesties gedaan en methoden aangereikt om Victoria's communicatie met derden te verbeteren, wanneer zij verkoopt. De tips worden vooraf gegaan door een korte beschrijving van het type mens waar zij mee te maken kan krijgen. Door anderen tegemoet te komen in de communicatiestijl die zij prefereren, zal Victoria effectiever met hen kunnen communiceren. Het kan zijn dat zij moet leren wat meer flexibiliteit aan de dag te leggen in het communiceren met mensen die heel anders zijn dan zij zelf. Deze flexibiliteit en de vaardigheid de communicatieve behoeften van anderen in te schatten, tekent de ware verkoper.

Indien u communiceert met iemand die netjes, behoudend, perfectionistisch, voorzichtig en inschikkelijk is, stelt u zich dan als volgt op:

- Bereid uw presentatie zeer goed voor.
- Blijf zakelijk.
- Wees accuraat en realistisch, overdrijf niet.

De volgende factoren kunnen spanning veroorzaken:

- Nonchalant, informeel of luidruchtig zijn.
- Tijd verspillen aan gezelligheidspraat.
- Ongeorganiseerd en rommelig zijn.

Indien u verkoopt aan iemand die ambitieus, krachtig, besluitvaardig, koppig, onafhankelijk en doelgericht is, stelt u zich dan als volgt op:

- Wees helder, duidelijk, kort en "to the point".
- Hou het zakelijk. Geef een efficiënte presentatie.
- Wees voorbereid, en neem een goed georganiseerd pakket aan ondersteunend materiaal mee.

De volgende factoren kunnen spanning veroorzaken:

- Praten over dingen die niet relevant zijn in het kader van het gespreksonderwerp.
- Vaag zijn en zaken onbesproken laten.
- Ongeorganiseerd overkomen.

Indien u verkoopt aan iemand die geduldig, voorspelbaar, betrouwbaar, evenwichtig, ontspannen en bescheiden is, stelt u zich dan als volgt op:

- Begin met een persoonlijke opmerking, breek het ijs.
- Presenteer uw argumenten vriendelijk, niet bedreigend.
- Werk om vertrouwen te verdienen, bied producten die zich bewezen hebben.

De volgende factoren kunnen spanning veroorzaken:

- Met de deur in huis vallen en meteen over zaken beginnen.
- Dominant en veeleisend zijn.
- Aandringen om snel antwoord te krijgen op uw vragen.

Indien u verkoopt aan iemand die enthousiast, charismatisch, vriendelijk, en extravert is, stelt u zich dan als volgt op:

- Zorg voor een vriendelijke, warme omgeving.
- Ga niet te veel op details in, tenzij u erom gevraagd wordt.
- Gebruik referenties van klanten die doorgaans als belangrijk worden gezien.

De volgende factoren kunnen spanning veroorzaken:

- Kortaf, koel en gesloten zijn.
- Het gesprek domineren.
- Uitgaan van feiten, cijfers, alternatieven en abstracties.

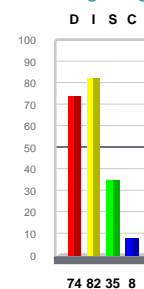


IDEALE WERKOMGEVING

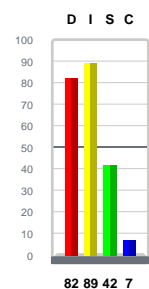
Dit deel identificeert de ideale werkomgeving gebaseerd op Victoria's basisstijl. Mensen met een geringe flexibiliteit voelen zich ongemakkelijk indien zij moeten functioneren in een job die niet voldoet aan de hieronder omschreven punten. Een flexibel persoon gebruikt zijn intelligentie om zijn gedrag aan te passen en zal in verschillende omgevingen goed kunnen functioneren. Gebruik dit deel van het rapport om taken en verantwoordelijkheden te identificeren die Victoria graag uitvoert en aan kan, maar ook die zijn functioneren kunnen remmen en frustreren.

- Forum om haar ideeën naar buiten te brengen.
- Moeilijke opdrachten.
- Bewegingsvrijheid.
- Vrijheid van regels en details.
- Werkopdrachten die regelmatig wijzigen.
- Democratische supervisor waarmee zij kan samenwerken.
- Vrijheid om nieuwe benaderingen uit te proberen.
- Opdrachten waarbij veel contact bestaat met andere mensen.

Respons op de omgeving



Basisstijl





PERCEPTIES

Bekijk uzelf door de bril van de ander

Ons gedrag wordt snel waargenomen door onze omgeving. Hoe Victoria zichzelf ziet hoeft niet altijd overeen te komen met de perceptie die een ander van haar heeft. Zeker niet als Victoria onder druk staat. Dan kunnen Victoria's kwaliteiten door anderen wel eens ervaren worden als minder effectief of prettig. Inzicht in deze percepties kan Victoria helpen de communicatie met anderen positief en open te houden.

Zelfkennis

Doorgaans zult u zichzelf beschouwen als:

- Enthousiast
- Charmant
- Overredend
- Extravert
- Inspirerend
- Optimistisch

Hoe anderen u kunnen zien - Matig

Onder gematigde druk, spanning, inspanning of vermoeidheid kunnen anderen u ervaren als:

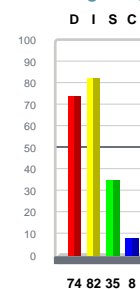
- Self-promoting
- Overdreven optimistisch
- Rad van tong
- Onrealistisch

Hoe anderen u kunnen zien - Extreem

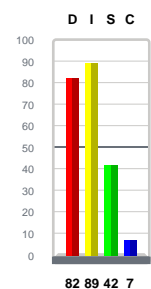
En onder de hoogste druk, spanning of vermoeidheid kunnen anderen u ervaren als:

- Te zelfverzekerd
- Slecht luisterend
- Breedsprakig
- Manipulatief

Respons op de omgeving



Basisstijl





OMSCHRIJVINGEN

De woorden hieronder typeren Victoria's basisstijl. Ze geven in vogelvlucht een indicatie hoe zij problemen oplost, omgaat met uitdagingen en hoe zij mensen beïnvloedt. Maar ook hoe Victoria omgaat met tempowisselingen en veranderingen, en hoe zij reageert op regels en procedures door anderen gemaakt. De woorden zijn een eenvoudig hulpmiddel om de intensiteit van de vier gedragsfactoren met Victoria te bespreken. Ze geven vanzelfsprekend geen volledig beeld van Victoria's gedragsstijl.

Stuwend	Inspirerend	Ontspannen	Voorzichtig
Ambitueus	Charismatisch	Reactief	Behoedzaam
Baanbrekend	Enthousiast	Geduldig	Precies
Wilskrachtig	Overredend	Geneigd zich te hechten	Systematisch
Vastbesloten	Overtuigend	Betrouwbaar	Accuraat
Competitief	Zelfverzekerd	Consistent	Ruimdenkend
Gedecideerd	Optimistisch	Kalm	Objectief
Ondernemend	Snel van vertrouwen	Stabiel	Diplomatiek
Dominantie	Invloed	Stabiliteit	Conformiteit
Behoedzaam	Bedachtzaam	Veranderlijk	Standvastig
Coöperatief	Feitelijk	Actief	Onafhankelijk
Aarzelend	Berekenend	Rusteloos	Eigenwijs
Voorzichtig	Sceptisch	Ongeduldig	Onverzettelijk
Meegaand	Logisch	Deadline bewust	Onsystematisch
Bescheiden	Op haar hoede	Gretig	Ongeremd
Vreedzaam	Nuchter	Flexibel	Autonoom
Discreet	Scherpzinnig	Impulsief	Onbuigzaam



BASIS- EN RESPONS VERKOOPSTIJL

Victoria's natuurlijke verkoopstijl hoeft niet altijd overeen te komen met het gedrag dat in een verkoopomgeving gevraagd wordt. Met behulp van dit deel van het TSI-profiel kan worden vastgesteld of de natuurlijke dan wel de responsstijl van een verkoper past bij zijn of haar huidige verkoopomgeving.

PROBLEMEN - UITDAGINGEN

Basisstijl

Victoria is ambitieus in haar benadering van het 'verkoopvak', toont een sterke eigen wil en heeft de drive om alle obstakels te overwinnen. Zij heeft de neiging prospects te confronteren en wil een verkoopsituatie graag beheersen. Zij heeft behoefte aan een verkoopprayer en aan producten waar voor haar voortdurend uitdagingen aan zitten.

Responsstijl

Victoria ziet geen noodzaak haar verkoopbenadering waar het gaat om het oplossen van problemen en reageren op uitdagingen, in zijn huidige werkomgeving te veranderen.

MENSEN - CONTACTEN

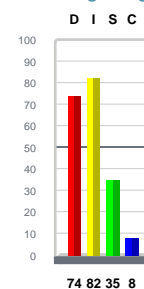
Basisstijl

Victoria's is van nature geneigd om overtuigingskracht en emotie tot in het extreme te gebruiken. Zij is positief van aard en streeft er naar te winnen op basis van haar verbale vaardigheden. Zij zal proberen u er van te overtuigen dat zij niet alleen gelijk heeft, doch dat zij ook precies weet wat nodig is. Zij toont haar enthousiasme voor bijna alles, bij bijna iedere prospect.

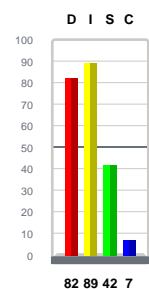
Responsstijl

Victoria ziet geen noodzaak de manier waarop zij anderen probeert te beïnvloeden, te veranderen. Zij is van mening dat haar basisstijl datgene is waar de omgeving om vraagt.

Respons op de omgeving



Basisstijl





BASIS- EN RESPONS VERKOOPSTIJL vervolg



TEMPO - FLEXIBILITEIT

Basisstijl

Victoria voelt zich lekker in een verkoopomgeving die haar de ruimte biedt mobiel en in beweging te zijn. Zij vindt het prettig als zij diverse projecten, voorstellen en offertes tegelijk heeft lopen. Zij kan gemakkelijk van de ene prospect overschakelen naar de andere.

Responsstijl

Victoria heeft niet het gevoel dat haar verkoopomgeving vraagt om een aanpassing van haar activiteitsniveau en consistentie.

REGEL - BEPERKINGEN

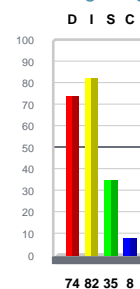
Basisstijl

Victoria wil graag gezien worden als een zelfstandig handelend individu die bereid én in staat is bedrijfsbeleid enigszins 'vrij' te interpreteren, om de beste resultaten te kunnen boeken en om creatieve en innovatieve verkooptechnieken toe te passen. Zij wil afgerekend worden op haar verkoopresultaten, niet op de manier waarop zij die resultaten geboekt heeft.

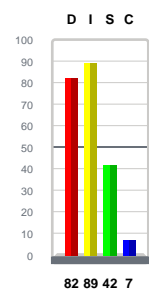
Responsstijl

Het verschil tussen Victoria's natuurlijke en respons verkoopstijl is niet erg opvallend en zij ziet dan ook geen noodzaak om deze factor aan te passen.

Respons op de omgeving



Basisstijl



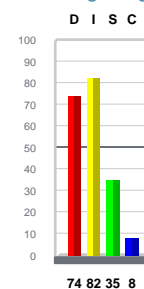


RESPONSSTIJL

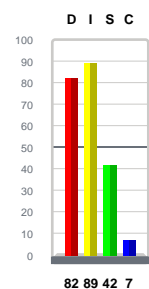
Victoria vindt dat haar huidige werkomgeving om onderstaande gedragingen vraagt. Wanneer deze niet functie- of taakgerelateerd blijken te zijn, dient men te onderzoeken waarom zij dit gedrag dan toch laat zien.

- Niet bang om de grenzen van de eigen bevoegdheden te overschrijden als dat nodig is om de koop te kunnen sluiten.
- Klanten zowel formeel als informeel tegemoet treden.
- Presentaties geven in haar heel eigen stijl.
- Handig gebruikmaken van humor om haar klanten over te halen.
- Volharding en toewijding tonen om een verkoopproject tot een goed einde te brengen.
- Overtuigingskracht gebruiken.
- Op een vriendelijke, gevoelige manier met klanten praten.
- De competitie - en de bijbehorende uitdagingen - aangaan.
- In staat zijn om zich aan te passen om klanten in hun behoeftes tegemoet te komen.
- Verbaal de voordelen van haar product of dienst duidelijk maken.
- Gebruikmaken van een creatieve aanpak waar het gaat om het verkopen van nieuwe of innovatieve producten en diensten.
- Zelf haar plan trekken om resultaat te boeken.
- Enthousiast zijn over nieuwe producten of diensten.

Respons op de omgeving



Basisstijl





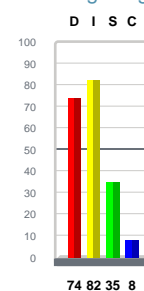
SLEUTELS TOT MOTIVATIE

Dit deel van het rapport is tot stand gekomen door de wensen van Victoria te analyseren. Mensen worden gemotiveerd door de dingen die zij willen, dus zijn vervulde wensen en behoeften niet langer motivatoren! Lees iedere statement aandachtig en onderstreep de huidige wensen en behoeften.

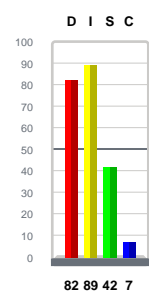
Victoria wenst:

- Geen al te strakke supervisie.
- Vleierende woorden, lof, populariteit en schouderklopjes.
- Ongebruikelijke, nieuwe of lastige producten om te verkopen.
- De kans om naast hard werken ook 'gein' te hebben.
- Onafhankelijkheid.
- Vrijstelling van regels en beperkingen.
- De vrijheid om te praten en actief deel te nemen aan verkoopvergaderingen.
- Verkoopvergaderingen waarin zij haar emoties kan ventileren.
- Vertrouwen te krijgen.
- Mensen om zich heen die haar verkoopresultaten weten te waarderen.
- Participatief management.
- Openlijke erkenning van haar ideeën en verkoopresultaten.
- Werkomgeving waarin zij zich vrij kan bewegen en met mensen kan praten.

Respons op de omgeving



Basisstijl





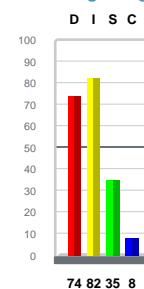
SLEUTELS TOT EFFECTIEF MANAGEMENT

In dit deel staan enkele behoeften waaraan voldaan moet worden om Victoria optimaal te laten presteren. Aan sommige behoeften kan Victoria zelf voldoen, aan andere dient door het management voldaan te worden. Het is moeilijk om optimaal gemotiveerd en te blijven, wanneer niet aan de basale managementondersteuning is voldaan. Victoria en zijn manager dienen deze lijst door te nemen en de 3 of 4 belangrijkste statements vast te stellen. Dit geeft Victoria de kans te participeren in het tot stand komen van een persoonlijk management-plan.

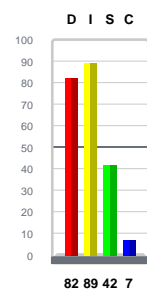
Behoeftes van Victoria:

- Gesprekken meer richten op het werk; minder sociale gesprekken.
- Hulp bij het indelen van de tijd en bij het stellen van prioriteiten.
- Ondersteuning bij het uitvoeren van veel detailwerk.
- Een betere organisatie in het bijhouden van gegevens en data.
- Meer controle over de lichaamstaal.
- Zichzelf ontspannen en het rustiger aan doen.
- Het vastleggen van verwachte verkoopresultaten.
- Objectiviteit in de omgang met klanten vanwege haar snelle vertrouwen in anderen.
- Op de hoogte worden gehouden van zaken die invloed op haar hebben.
- Routinematig papierwerk slechts éénmaal uitvoeren.
- Een tolerante verkoopmanager.
- Mensen om mee samen te werken en zich verbonden mee te voelen.

Respons op de omgeving



Basisstijl





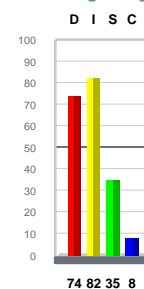
AANDACHTSPUNTEN

Hieronder staat een aantal mogelijke beperkingen, niet specifiek jobgericht. Streep twee à drie beperkingen aan die prestaties remmen en ontwikkel een actieplan om deze beperkingen te elimineren.

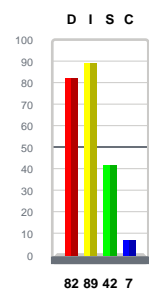
Victoria heeft de neiging om:

- dingen te beloven die zij niet kan waarmaken.
- om - indien populariteit wordt beloond - daar meer mee bezig zijn, dan met het bereiken van tastbare resultaten.
- producten of service weg te geven om het de klant naar de zin te maken.
- niet altijd realistisch te zijn in het inschatten hoe betrouwbaar een klant is.
- erg te overdrijven en brengt soms zulke irrelevante zaken ter sprake, dat zij de koop teniet doet.
- te veel met gebaren te spreken, voor de logisch denkende, methodische inkoper.
- problemen te ondervinden bij het plannen en indelen van haar tijd.

Respons op de omgeving



Basisstijl





ACTIE PLAN

Hieronder staan gebieden die u kunt ontwikkelen. Omcirkel 1 à 3 gebieden en maak een actieplan om het gewenste resultaat te bereiken. Kijk nogmaals uw TSI-profiel door om mogelijke ontwikkelingsdoelen te bepalen.

- Klanten Service
- Prospecting
- Voorbereiding
- Presenteren
- Omgaan met bezwaren
- Afsluiten
- Product Kennis
- Persoonlijke doelen
- Anders

Gebied: _____

- 1.
- 2.
- 3.

Gebied: _____

- 1.
- 2.
- 3.

Gebied: _____

- 1.
- 2.
- 3.

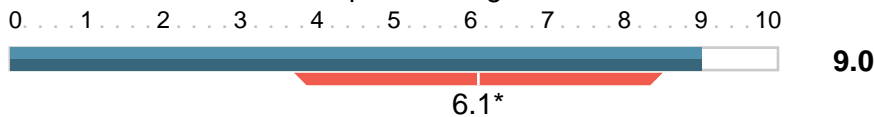
Startdatum: _____ Evaluatiedatum: _____



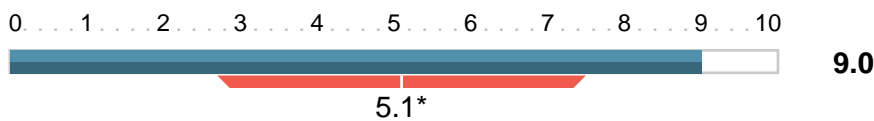
GEDRAGSVOORKEUREN

In deze grafiek is Victoria's basisstijl vertaald naar een aantal specifieke gedragsvoorkeuren. De grafiek helpt Victoria te bepalen wat zij makkelijk laat zien, en waar zij meer moeite voor moet doen.

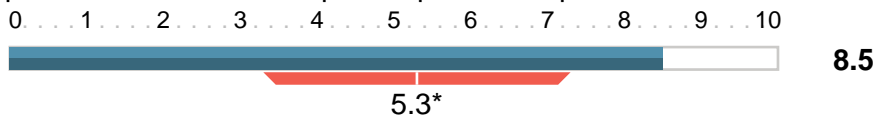
1. INTERACTIE MET ANDEREN - De neiging contact te leggen met anderen en hen met openheid tegemoet te treden.



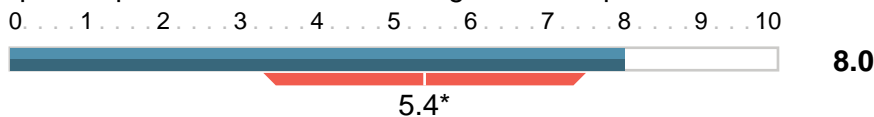
2. PRESTATIEGERICHTHEID - De neiging om door vasthoudendheid, assertiviteit, en lef prestaties neer te zetten en te winnen.



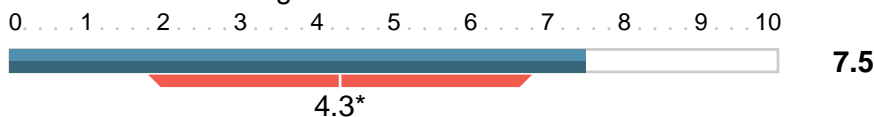
3. VEELVULDIGE VERANDERINGEN - De neiging om snel te switchen tussen taken, en waar nodig bestaande taken kunnen parkeren om alert in te spelen op nieuwe opdrachten.



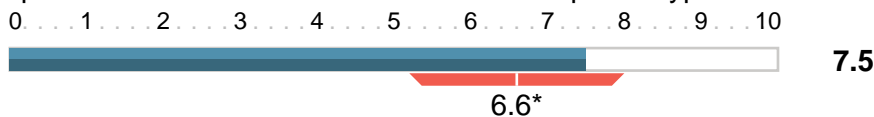
4. VEELZIJDIGHEID - De neiging om snel te schakelen en in te spelen op veranderende omstandigheden of opdrachten.



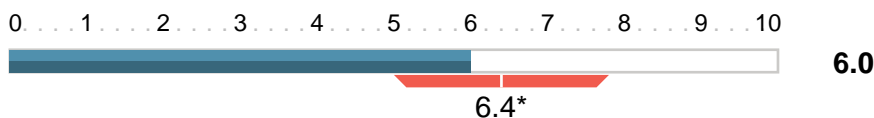
5. URGENTIE - De neiging om besluitvaardig op te treden en snel tot actie over te gaan.



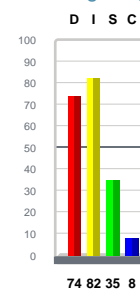
6. MENSGERICHTHEID - De neiging om constructieve relaties op te bouwen en onderhouden met uiteenlopende typen mensen.



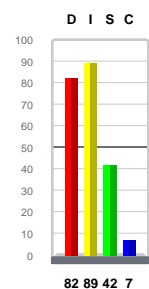
7. KLANTRELATIES - De neiging om de behoeften van klanten en relaties centraal te stellen.



Respons op de omgeving



Basisstijl

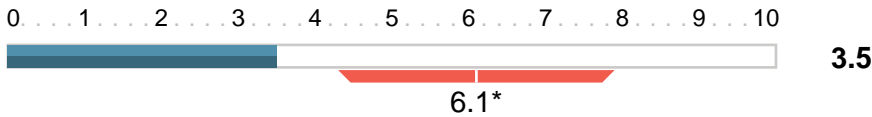


*68% van de populatie valt binnen het gearceerde gebied.

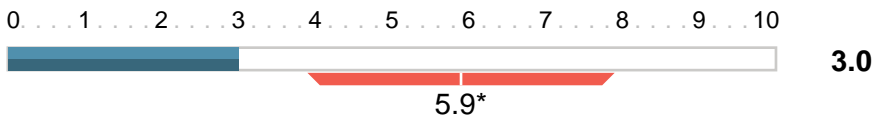


GEDRAGSVORKEUREN

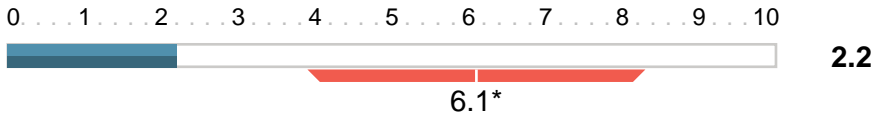
8. CONTROLEREN EN AFMAKEN - De neiging om grondig te werk te gaan en zaken goed te controleren alvorens ze af te ronden.



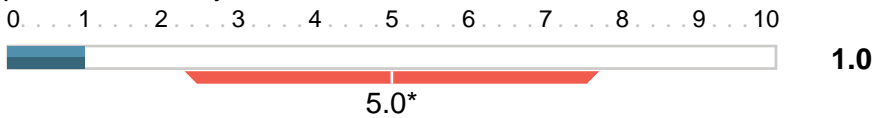
9. RESPECT VOOR BELEID - De neiging om vast te houden aan beleid en procedures, of aan methoden die in het verleden hun nut hebben bewezen.



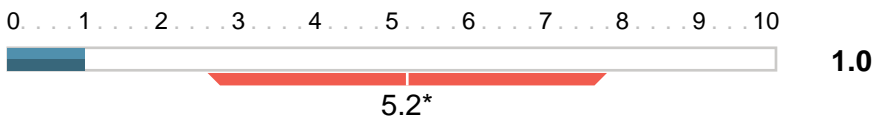
10. CONSISTENTIE - De neiging om taken steeds opnieuw op dezelfde manier uit te voeren, volgens dezelfde standaard.



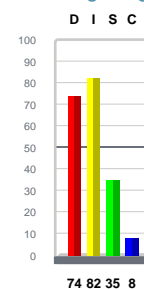
11. GEORGANISEERD WERKEN - De neiging om taken en opdrachten te organiseren door goed gebruik te maken van procedures en systemen.



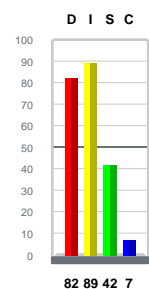
12. DATA EN GEGEVENS BIJHOUDEN - De neiging om informatie zorgvuldig te verzamelen, bij te houden, te toetsen en te archiveren.



Respons op de omgeving



Basisstijl



SIA: 74-82-35-08 (13) SIN: 82-89-42-07 (13)
*68% van de populatie valt binnen het gearceerde gebied.

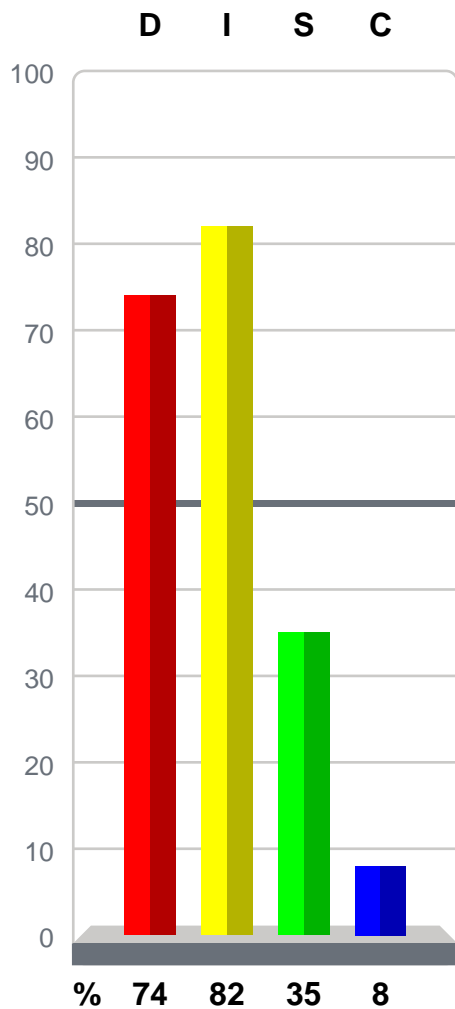


STIJLANALYSE GRAFIEKEN

6-12-2017

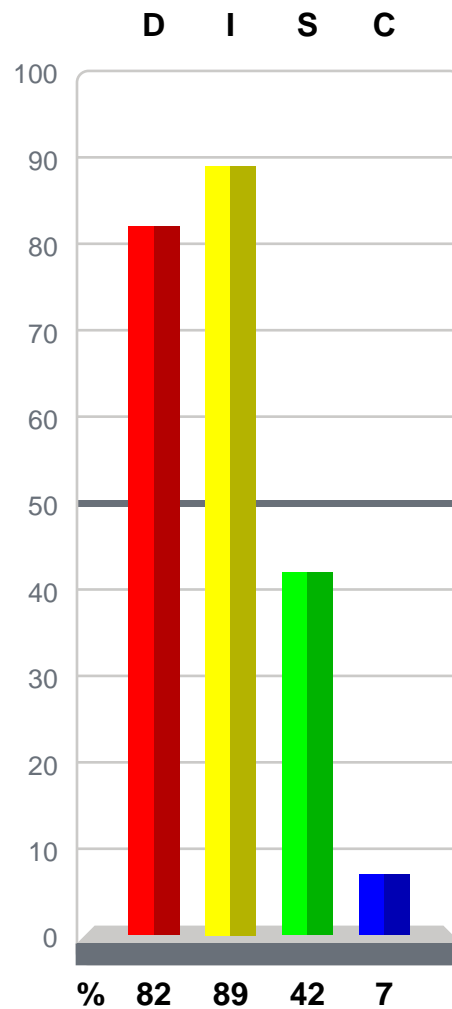
Respons op de omgeving

Grafiek I



Basisstijl

Grafiek II



Nederlandse norm 2017 R4



HET 'SUCCESS INSIGHTS®' WIEL

In dit deel van het profiel wordt uw gedrag vertaald naar acht TTI SI-typen, die weergegeven zijn in het Success Insights Wiel. Werken met deze typen is vooral prettig in trajecten die te maken hebben met teambuilding en communicatie: processen waarin een algemeen inzicht in elkaars gedragsvoorkeuren in eerste instantie belangrijker is dan een op een de diepte ingaan. Hoewel in de TTI SI-typen veel van het oorspronkelijke werk van de Zwitserse psycholoog dr. Carl Jung is te herkennen, is het belangrijk te onthouden dat DISC zoals dat gebruikt wordt in dit TTI SI-profiel, is terug te voeren op de observaties van de Amerikaanse psycholoog William M. Marston.

Natuurlijk bent u uniek en niet in een hokje te plaatsen. Afhankelijk van uw score op de 4 DISC factoren vertoont u immers een combinatie van gedragskenmerken van de verschillende typen. Voor een diepgaande en accurate interpretatie van uw gedrag heeft u het meest aan een terugkoppeling door een gecertificeerd consultant op de Stijlanalyse grafieken. Gebruik het wiel vooral als hulpmiddel in de communicatie met collega's, teamleden en medewerkers. Het is leuk om van elkaar op hoofdlijnen te ontdekken 'waar men zit in het wiel', en hoe dit zich verhoudt tot de verschillende rollen in een team. Bedenk dat hoe dichter u bij het hart van het wiel gepositioneerd bent, hoe makkelijker u met de tegenoverliggende typen kunt omgaan. Hoe meer u aan de buitenrand gepositioneerd bent, hoe eenduidiger u bent in uw gedragsvoorkeuren.

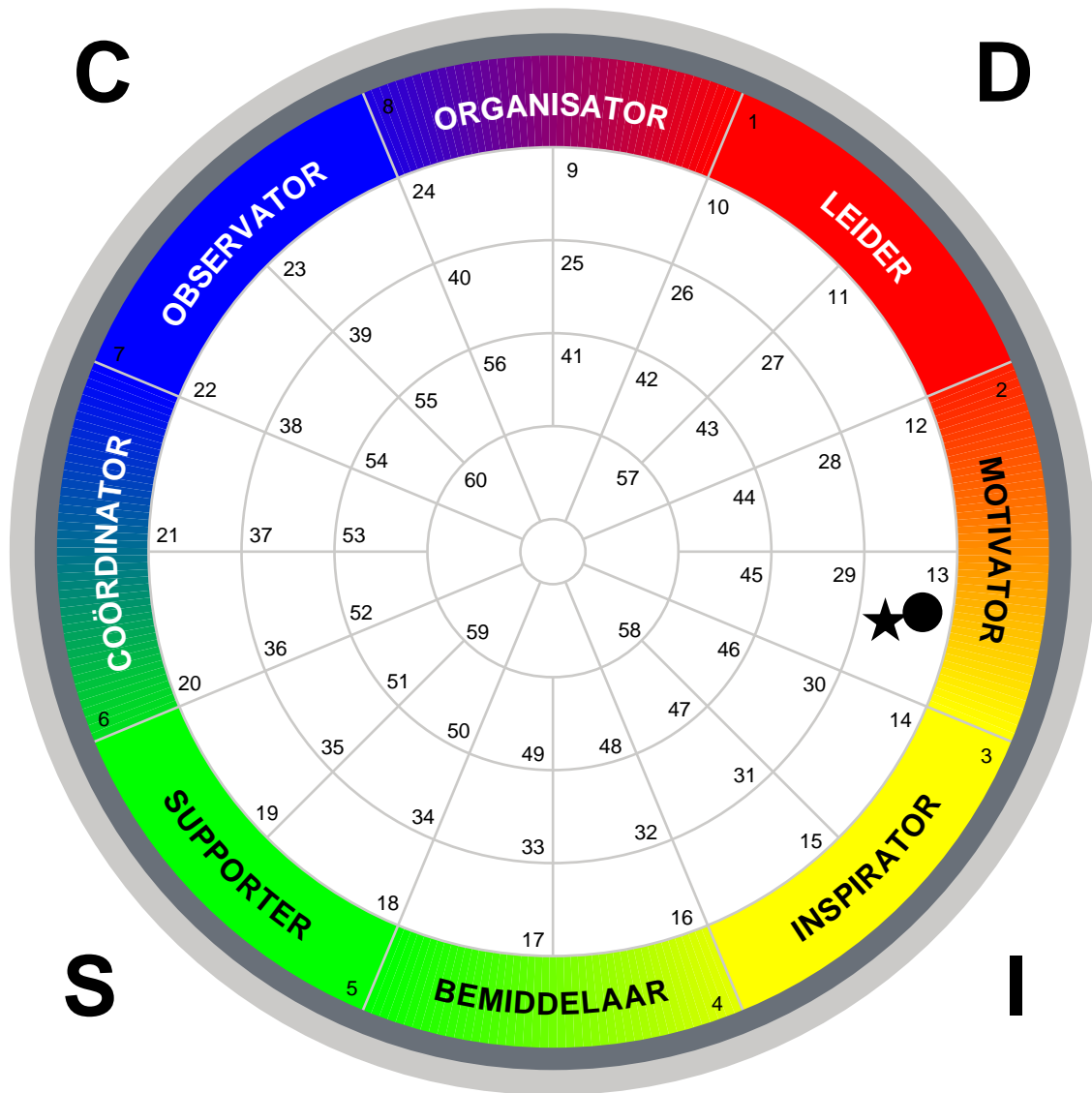
Gebruikt u het wiel vooral voor uzelf dan is het interessant om te kijken hoe ver uw natuurlijke gedrag en uw responsgedrag uit elkaar liggen. Grote verschillen in typen tussen basis en respons geven u een visuele indicatie van de 'spagaat' waarin u zich gedragstechnisch bevindt.

Tot slot nog een woord over de typenbenamingen. Zie ze als aanduidingen die nodig zijn om een type te kunnen plaatsen, niet als een kwalificatie. Een voorbeeld: het type Leider vertelt u alleen dat in de bijbehorende gedragsstijl de neiging tot sturen ligt opgesloten. Het label zegt dus niets over de kwaliteit van leiderschap, het niveau waarop iemand functioneert of de functie die iemand uitoefent. Er zijn Supporters die grote organisaties aansturen en Leaders die administratieve ondersteuning bieden.



HET 'SUCCESS INSIGHTS®' WIEL

6-12-2017



Responsstijl: ★ (13) INSPIRERENDE MOTIVATOR
Basisstijl: ● (13) INSPIRERENDE MOTIVATOR

Nederlandse norm 2017 R4

T: 2:44