DISC Styles™

VOTRE PROFIL DISC & FORCES MOTRICES

UNE ANALYSE DE VOS STYLES COMPORTEMENTAUX ET DE VOS MOTIVATIONS

Version Vente

Jean Dupont
12/01/2021

Assessments 24×7
GLOBAL LEADER IN ASSESSMENT TECHNOLOGY

Spécimen

CERTIFICATIONS - ERUDIA
+33 666 04 24 57

Les couleurs du leadership

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
La déclinaison de votre profil DISC 9
Vos caractéristiques générales DISC 10
La cartographie de mots : style naturel et style adapté 12
Votre style naturel et style adapté DISC 14
Vue globale de votre modèle comportemental 15
Conseils à destination de ceux qui souhaitent communiquer avec vous 16
Vos motivations (désirs) et vos besoins 17
Vos forces : ce que vous apportez à l'organisation 18
Votre comportement et vos besoins en situation de stress 19
Vos domaines potentiels d'amélioration 20
Vos tendances comportementales 21
Le résumé de votre style 26
Vos Forces Motrices en synthèse 27
Les sept Forces Motrices selon leur degré de mobilisation 28
Vos Forces Motrices en détail 29
La cartographie de mots de vos Forces Motrices 30
Votre dimension Esthétique 31
Votre dimension Economique 32
Votre dimension Individuelle 33
Votre dimension Politique 34
Votre dimension Altruiste 35
Votre dimension Traditionnaliste 36
Votre dimension Théorique 37
Vos forces motrices en synthèse 38

PARTIE 3 : Adapter son style de vente

Construire et maintenir une relation commerciale fructueuse tout au long du cycle de vente 39

Et maintenant 46
Comment garantissons-nous la validité de nos outils DISC et Forces Motrices ? 46

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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** vous indique comment vous adapter et comment développer une relation commerciale fructueuse tout au long du cycle de vente.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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 évènements 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 :

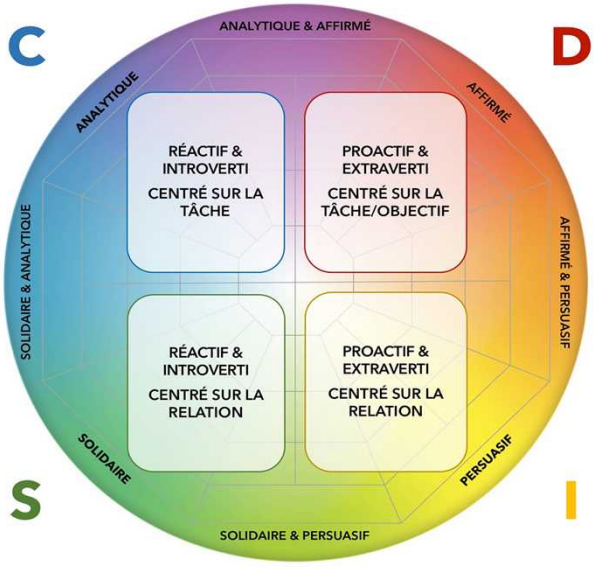
DOMINANCE	INFLUENCE	STABILITE	CONFORMITE
Décisif(ve)	Charmant(e)	Compréhensif(ve)	Minutieux(se)
Compétitif(ve)	Assuré(e)	Amical(e)	Précis(e)
Audacieux(se)	Convaincant(e)	Doué(e) d'une bonne écoute	Analytique
Direct(e)	Enthousiaste	Patient(e)	Conformiste
Innovateur(trice)	Inspirant(e)	Détendu(e)	Courtois
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)

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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

PERCOIT L'ENVIRONNEMENT COMME HOSTILE
CENTRÉ SUR LES TÂCHES/OBJECTIFS

RÉACTIF (agit indirectement sur l'environnement, compose avec lui)
RYTHME POSE en lien avec l'Introversion (la réflexion précède l'action)



PROACTIF (agit directement sur l'environnement)
RYTHME RAPIDE en lien avec l'Extraversion (l'action précède la réflexion)

PERCOIT L'ENVIRONNEMENT COMME FAVORABLE
CENTRÉ SUR LA RELATION

Les tensions entre les Styles

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

- D&I et C&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&C et I&S 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**.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

Les tensions entre les Styles

Les tensions potentielles	Les dimensions opposées
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.	**S Elevé + D Elevé** *(Quadrant Inférieur Gauche c/ Supérieur Droit)*
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.	**C Elevé + I Elevé** *(Quadrant Supérieur Gauche c/ Inférieur Droit)*
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.	**S Elevé + I Elevé** *(Quadrant Inférieur Gauche c/ Inférieur Droit)*
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.	**C Elevé + D Elevé** *(Quadrant Supérieur Gauche c/ Supérieur Droit)*
Tensions Personnes (Relation) vs. Tâches : Les personnes à dominante D se concentrent sur les Résultats, les Tâches, et l'Action, ce qui peut entrer un conflit avec l'Intérêt des personnes à dominante I pour les Relations Interpersonnelles, les Sentiments, et la vie en Société.	**D Elevé + I Elevé** *(Quadrant Supérieur Droit c/ Inférieur Droit)*
Tensions Personnes (Relation) vs. Tâches : Les personnes à dominante C se concentrent sur les Données, l'Analyse, l'Exactitude, et la Précision. Elles peuvent entrer en conflit avec l'Intérêt des personnes à dominante S pour les Relations Interpersonnelles, le Travail de Groupe, la volonté de préserver l'Esprit d'Equipe ou encore le besoin de se montrer juste envers les personnes.	**C Elevé + S Elevé** *(Quadrant Supérieur Gauche c/ Inférieur Gauche)*

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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 l'envie d'équilibre, d'harmonie, de développement personnel, sans pour autant perdre de vue l'aspect pratique ou utile des choses.

L'Economique – Elle traduit l'envie de rendement ou de faisabilité.

L'Individualiste – Elle traduit l'envie d'indépendance et de singularité.

La Politique (Pouvoir) – Elle traduit l'envie de contrôler son environnement ou d'avoir de l'influence.

L'Altruiste – Elle traduit l'envie d'aider les autres de façon altruiste.

La Traditionaliste – Elle traduit la volonté d'ordre, de discipline et d'éthique.

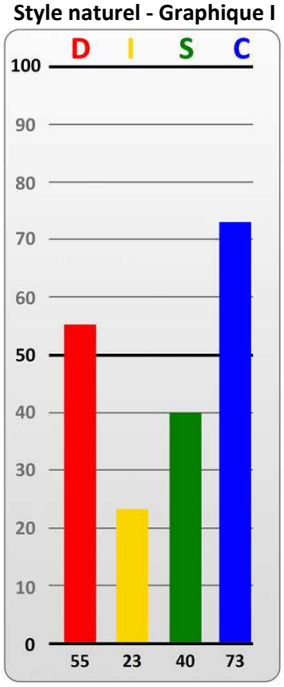
La Théorique – Elle traduit l'envie de développer des connaissances, d'apprendre et de comprendre, mais aussi d'appréhender le monde via une approche intellectuelle et sous forme de systèmes.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

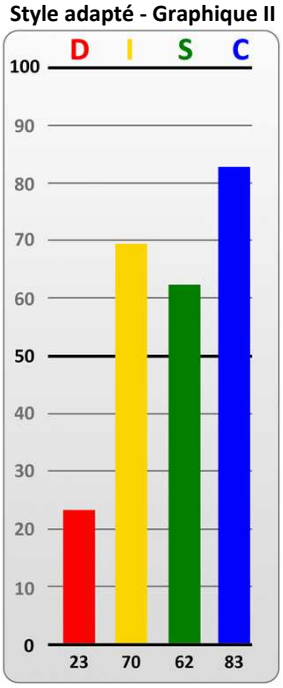
PARTIE 2 : COMPRENDRE VOTRE PROFIL DISC ET FORCES MOTRICES

Votre profil DISC et Forces Motrices sous forme de graphes

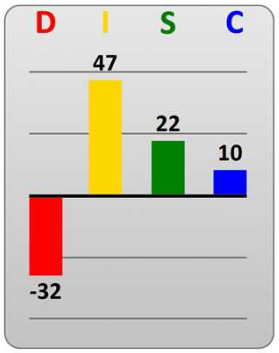
Style naturel - Graphique I

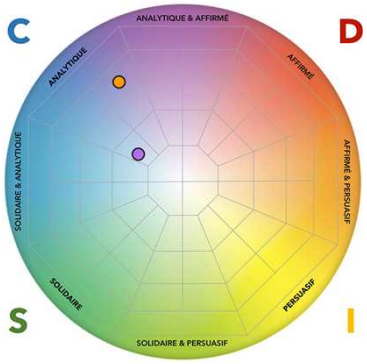


Style adapté - Graphique II



Ecarts

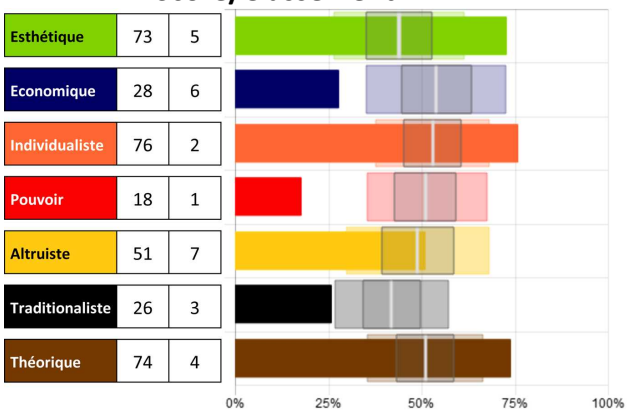




Style Naturel ● Style Adapté ●

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.

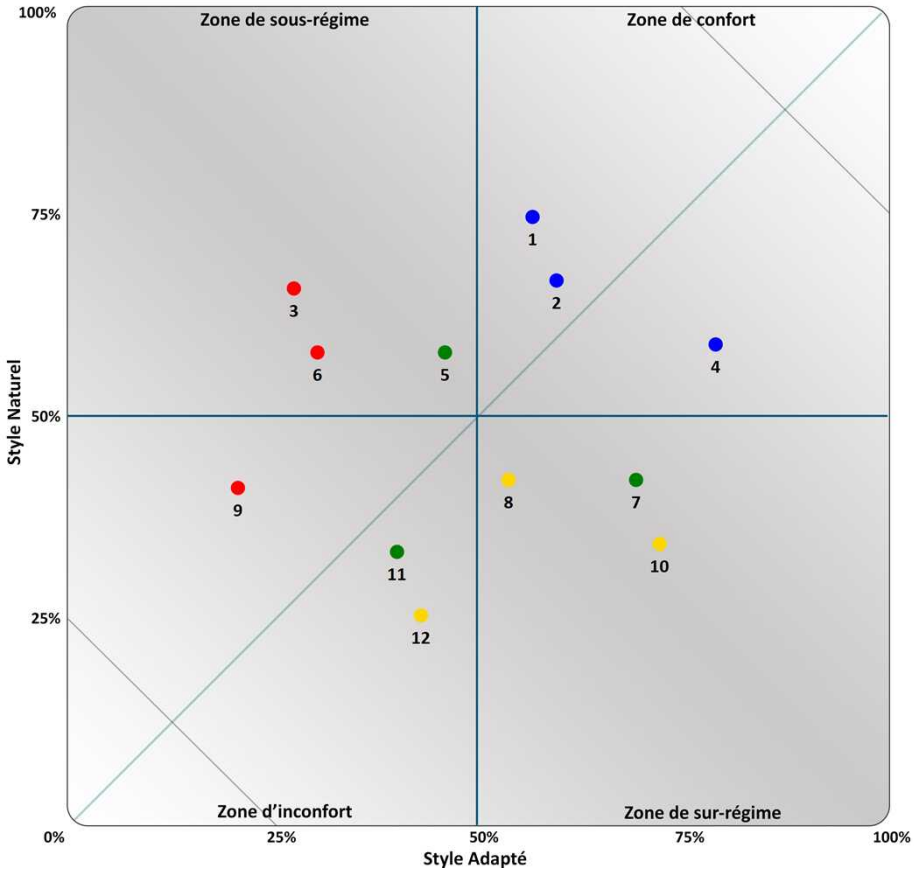
Score/Classement



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.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

La déclinaison de votre profil DISC



1. Conformisme et Prudence
2. Exactitude et Objectivité
3. Affirmation de soi
4. Respect des normes
5. Réflexion
6. Autodétermination
7. Persévérance et Conciliation
8. Enthousiasme
9. Indépendance
10. Sociabilité et Persuasion
11. Ethique Personnelle
12. Assurance

Zone de confort = cette zone regroupe les caractéristiques aisément exploitées aussi bien dans le profil naturel que dans le profil adapté.

Zone de sur-régime = cette zone regroupe les caractéristiques mobilisées face à la situation actuelle. Peu mobilisées dans le profil naturel, elles le deviennent fortement dans le profil adapté, c'est-à-dire dès lors qu'une contrainte vécue comme importante se fait sentir. Cette adaptation peut être difficile à maintenir dans le temps.

Zone d'inconfort (ou d'effort) = cette zone regroupe les caractéristiques difficilement exploitables aussi bien dans le profil naturel que dans le profil adapté.

Zone de sous-régime = cette zone regroupe les caractéristiques qui se retrouvent démobilisées dans la situation actuelle. Présentes dans le profil naturel, vous les démobilisez dans le profil adapté, c'est-à-dire dès lors que vous cherchez à répondre à une contrainte spécifique.

Les caractéristiques situées à droite de la diagonale sont celles que la personne mobilise quand elle s'adapte. Les caractéristiques situées à gauche de la diagonale sont celles que la personne démobilise en style adapté.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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.

Vous aimez être perçu(e) comme un(e) meneur(se) - celui/celle qui arrive avec de nouvelles idées et des solutions créatives. Vous avez la capacité d'évaluer l'ensemble des possibilités et de partager votre réflexion. Cela vient à la fois de votre capacité à prendre des décisions et de votre profonde préoccupation pour les détails.

Vos réponses indiquent que vous pouvez avoir des ambitions dichotomiques : d'un côté, vous êtes motivé(e) par l'atteinte de résultats rapides et visibles et de l'autre vous êtes motivé(e) par la qualité et la perfection. Dans un monde idéal, ces moteurs peuvent travailler en harmonie, mais en réalité, ils pourraient bien se révéler préjudiciables. Vous recherchez parfois des résultats rapides au détriment de la qualité, ou vice versa.

Au quotidien, vous prenez les décisions opérationnelles très rapidement et facilement. Pour les grandes décisions, vous mettez beaucoup plus de temps et êtes plus prudent(e). Vous êtes vigilant quant à la logique de vos décisions. Vous êtes parfois confronté(e) à des dilemmes. Vous pouvez réduire votre stress dans ce type de situations en prenant conseil auprès de personnes de confiance.

Vous avez tendance à gérer les gens autoritaires et agressifs d'une manière franche et critique. Si quelqu'un se "lâche" sur vous, vous pouvez aussi vous "lâcher" sur lui/elle en retour. Cela peut intimider ceux qui préfèrent une approche plus douce : faites donc attention de ne pas réagir de manière excessive. Vous avez tendance à ne communiquer que pour fournir les faits et les informations nécessaires au travail, ou pour répondre à une question. Parfois, cependant, il peut être nécessaire de discuter d'autre chose afin de construire une relation avec les membres de l'équipe.

Jean, vous maintenez un rythme élevé dans la plupart des choses que vous faites. Vous pensez toujours aux moyens les plus efficaces pour faire avancer les choses. Ce rythme rapide peut vous aider à vous propulser vous et votre équipe vers de nouveaux succès mais peut aussi vous frustrer en cas de contretemps.

Votre détermination et votre réactivité peuvent être mis à mal par votre besoin d'étudier tous les aspects d'un problème et toutes les solutions possibles avant de prendre une décision. Votre goût du détail peut se retourner contre vous en créant une tension interne.

Lors des sessions de réflexion, vous évitez parfois de partager vos idées ou d'exprimer vos sentiments. Vous pouvez être perçu(e) comme un peu froid(e) ou distant(e). Ceci est particulièrement vrai lorsque vous faites face à des décisions de très grande importance. Vous avez, en effet, tendance à réfléchir seul(e). En partageant plus souvent vos réflexions avec les autres, vous pourriez réduire les éventuelles tensions dans l'équipe, et aussi être davantage perçu(e) comme quelqu'un qui prend des décisions de manière plus collaborative.

Vous êtes sûr(e) de vous et à l'écoute d'idées et de solutions créatives. Lorsque vous créez, vous pouvez avoir tendance à vous effacer un peu et à traiter les informations seul(e). Une fois que la décision a été prise, vous apparaissez un peu plus directif et plus centré(e) sur la mission. Jean, vous avez tendance à développer votre créativité et à diriger votre équipe en vue d'une performance optimale. Pour tirer le meilleur parti de ce trait de caractère, centrez-vous parfois davantage sur les personnes pour que les autres membres de l'équipe puissent aussi voir cette partie de vous.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

Votre style comportemental : L'Explorateur(trice)

Les "Explorateurs(trices)" peuvent adopter des comportements contradictoires. Ils/Elles peuvent à la fois vouloir aboutir à un résultat rapide ET vouloir apporter une réponse parfaite. Les "Explorateurs(trices)" oscillent entre agressivité et sensibilité, entre le désir de résultats immédiats et l'étude d'alternatives. Ils/elles prennent souvent des décisions routinières rapidement, mais peuvent se montrer plus prudents(tes) et temporiser dès lors que la décision revêt plus d'importance. Ce sont des promoteurs(trices) du changement qui souhaitent être libres de reconsidérer leurs conclusions au fur et à mesure. Ils/Elles peuvent être perçus(ues) comme émotionnellement distants(tes) et parfois étonnamment directs(tes).

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 :** Peut aussi bien faire preuve d'agressivité que de retenue
-
- **Vos objectifs :** Se rendre maître de la situation et atteindre des objectifs uniques.
- **La façon dont les autres sont estimés :** La capacité à satisfaire un niveau d'exigence élevé, mais aussi à présenter des idées originales qui soient à la fois efficaces et précises.
- **La façon dont vous agissez sur l'équipe :** En mettant l'accent sur la mise en place d'une approche structurée de la situation pour aider le groupe à atteindre ses objectifs.
- **Ce que vous apportez à l'entreprise :** Va initier ou ajuster les tactiques et les plans.
- **Vos points de vigilance :** Peut devenir trop critique, dur(e) avec les autres et peut parfois mépriser les idées des autres.
- **Lorsque vous êtes sous pression :** Peut s'ennuyer face à des tâches routinières. N'apprécie guère le micro-management. Peut être tenté(e) de dominer les situations et de traquer les moindres signaux.
- **Vos peurs :** N'avoir aucune influence personnelle; faire face à des performances personnelles faibles.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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 préférentiels 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	PROCEDURES
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	Combatif Audacieux Exigeant Tranchant Meneur Egocentrique	Expansif Enthousiaste Plein d'entrain Impulsif Optimiste Persuasif	Compréhensif Loyal Patient Paisible Serein Solidaire	Perfectionniste Conventionnel Rigoureux Distant Précis Systématique
5	Innovant Entrepreneur Direct Energique	Charmant Influent Sociable Confiant	A l'écoute Coopératif Possessif Apaisant	Consciencieux Courtois Prudent Exigeant
4	Sûr de soi Compétiteur Déterminé Autonome	Assuré Amical Généreux Compatissant	Pondéré Persévérant Stable Constant	Analytique Soigné Rationnel Diplomate
3	Prudent Modéré Interrogateur Modeste	Contrôlé Objectif Rationnel Réfléchi	Alerte Dynamique Flexible Versatile	Indépendant Sûr de lui Entêté Persévérant
2	Léger Consensuel Discret Réfléchi	Observateur Factuel Logique Réservé	Râleur Energique Anxieux Impétueux	Autonome Indépendant Ferme Tenace
1	Consentant Prudent Conservateur Observateur Modeste Discret	Analytique Pessimiste Calme Pensif Réticent Suspicieux	Actif Attiré par le changement Critique Impatient Agité Spontané	Original Provocateur Intrépide Obstiné Rebelle Sarcastique

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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 préférentiels 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	PROCEDURES
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	Combatif Audacieux Exigeant Tranchant Meneur Egocentrique	Expansif Enthousiaste Plein d'entrain Impulsif Optimiste Persuasif	Compréhensif Loyal Patient Paisible Serein Solidaire	Perfectionniste Conventionnel Rigoureux Distant Précis Systématique
5	Innovant Entrepreneur Direct Energique	Charmant Influent Sociable Confiant	A l'écoute Coopératif Possessif Apaisant	Consciencieux Courtois Prudent Exigeant
4	Sûr de soi Compétiteur Déterminé Autonome	Assuré Amical Généreux Compatissant	Pondéré Persévérant Stable Constant	Analytique Soigné Rationnel Diplomate
3	Prudent Modéré Interrogateur Modeste	Contrôlé Objectif Rationnel Réfléchi	Alerte Dynamique Flexible Versatile	Indépendant Sûr de lui Entêté Persévérant
2	Léger Consensuel Discret Réfléchi	Observateur Factuel Logique Réservé	Râleur Energique Anxieux Impétueux	Autonome Indépendant Ferme Tenace
1	Consentant Prudent Conservateur Observateur Modeste Discret	Analytique Pessimiste Calme Pensif Réticent Suspicieux	Actif Attiré par le changement Critique Impatient Agité Spontané	Original Provocateur Intrépide Obstiné Rebelle Sarcastique

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

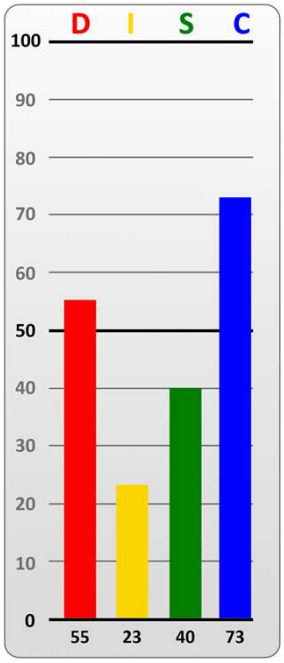
Votre style naturel et adapté DISC

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

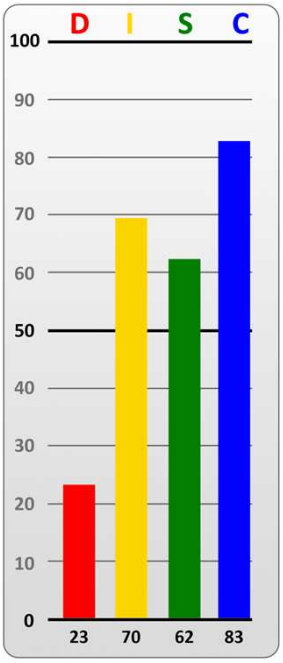
Votre **style naturel** correspond aux comportements que vous mettez en place de manière quasi automatique dans le cadre de situations familières ou ne présentant aucune contrainte particulière. Il est assez constant dans le temps et traduit vos motivations. C'est souvent le meilleur indicateur de «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

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.

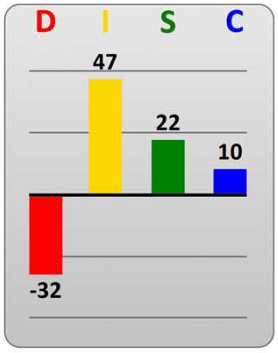
Style naturel - Graphique I

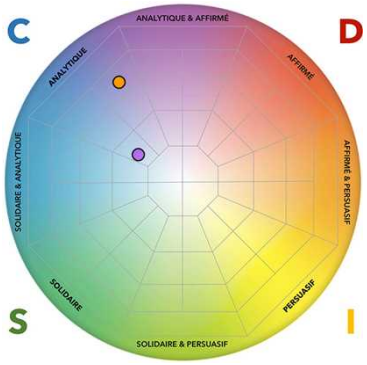


Style adapté - Graphique II



Ecarts





Style Naturel ● Style Adapté ●

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 préférentiels dans la cartographie de mots. Le premier chiffre correspondant à la caractéristique D, le second à 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.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

La Vue globale de votre Modèle Comportemental (VMC)

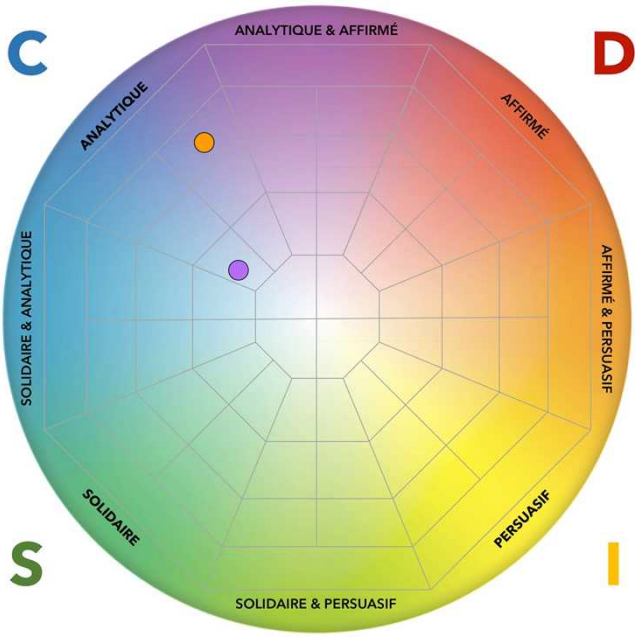
La VMC est composée de huit zones, chacune d'entre elle identifie une combinaison spécifique de traits comportementaux. Les descriptions figurant sur la roue décrivent comment les autres peuvent me percevoir. Les initiales dans les coins de la figure correspondent aux styles de base du modèle DISC. Plus 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.

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.

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).

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.

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.



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.

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

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.

STYLE NATUREL ●
STYLE ADAPTÉ ●

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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 Jean :

- Soyez spécifique à propos des tâches nécessaires et de leur attribution.
- Quand vous êtes d'accord, encouragez les idées et les résultats potentiels plutôt que la personne qui en est à l'origine.
- Soyez efficace : parlez avant tout des points principaux.
- Quand vous êtes en désaccord, contestez les méthodes ou les procédures, n'attaquez pas la personne.
- Faites votre part du travail, car Jean fera la sienne.
- Rappelez-vous de ces trois règles : soyez bref(ve), soyez brillant(e)... et partez !
- Donnez à Jean l'opportunité d'exprimer ses opinions et de prendre certaines décisions.

À NE PAS FAIRE Lorsque l'on communique avec Jean :

- Le détourner du sujet en cours.
- Donner des directives ou instructions incomplètes ou peu claires.
- Utiliser des preuves ou des témoignages peu fiables.
- Se plaindre du travail à faire.
- Laisser les choses en suspens ou décider au hasard.
- Essayer de développer trop vite une relation étroite.
- Oublier ou perdre les éléments nécessaires à la réunion ou au projet.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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 choses faites correctement du premier coup, de telle sorte qu'aucune correction ultérieure ne soit nécessaire.
- De nouvelles expériences et de nouveaux défis à relever.
- Des résultats immédiats lorsqu'un grand effort a été fourni.
- Une autorité correspondant à la responsabilité qui vous a été donnée.
- Des standards de qualité élevés que tous les membres de l'équipe respectent et soutiennent.
- Du temps pour analyser les faits et les données avant de prendre une décision finale.
- Une absence de contrôle et de surveillance étroite. Un manque de liberté implique un manque de confiance.

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

- Rechercher davantage la contribution des autres pour une coopération plus efficace.
- Exprimer davantage les raisons de vos décisions et inclure les autres dans le processus de prise de décision.
- Se concentrer sur la conclusion des projets, car vous avez tendance à retarder la finalisation parce qu'il y a toujours quelque chose qui pourrait être amélioré.
- Moins de décisions prises à la va-vite et dans l'urgence, alors même que vous pouvez hésiter car vous désirez un résultat de qualité.
- Être capable d'avoir confiance dans la compétence des autres membres de l'équipe.
- Un minimum de contrôle, d'ingérence et de politiques organisationnelles dans le processus créatif.
- Des opportunités d'utiliser votre expertise professionnelle pour résoudre les problèmes en trouvant des solutions créatives.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

Ce que vous apportez à l'organisation

Vous trouverez ci-après une description de vos talents et des tendances comportementales dont vous faîtes 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 pouvez prendre en considération de nombreuses alternatives et théories et possibilités dans votre approche de résolution des problèmes.
- Vous travaillez dur et fournissez beaucoup d'efforts pour trouver les meilleures solutions possibles.
- Vous faites preuve de créativité et d'innovation.
- Vous avez tendance à être un bon agent de changement.
- Vous êtes capable de prendre des décisions en pensant aux résultats désirés.
- Vous êtes capable de trouver rapidement des solutions, sans faire l'impasse sur le contrôle de la qualité de ce que vous produisez.
- Vous avez la capacité d'utiliser votre imagination et de prendre des risques calculés pour développer de nouvelles solutions.

Votre profil au travail :

- Vous êtes motivé(e) par le fait d'être créatif(ve) et vous avez tendance à vous ennuyer dans les tâches routinières.
- Vous motivez les autres membres de l'équipe grâce à votre sens de la compétition et de l'urgence.
- Vous souhaitez être vu(e) comme quelqu'un qui fait autorité en termes de nouvelles idées et solutions.
- Vous pouvez avoir tendance à hésiter trop longtemps sur certaines décisions, en voulant faire le meilleur choix possible. Cela peut finalement vous contraindre à prendre une décision trop rapide lorsque la situation devient urgente.
- Vous avez tendance à prendre les décisions opérationnelles quotidiennes très rapidement et facilement. Toutefois, vous accordez beaucoup plus de temps, d'effort et d'attention aux décisions plus importantes.
- Votre capacité à analyser rapidement les faits vous permet de dominer de nombreuses situations nouvelles.
- Vous aimez développer de nouveaux systèmes et de nouvelles procédures pour augmenter l'efficacité ou le contrôle de la qualité.

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

- Une opportunité de promotion pour des postes autorisant de la créativité.
- Des missions stimulantes à la fois détaillées et d'une large portée.
- Une absence de pression extérieure, tout en s'autorisant une pression et une urgence auto-imposées.
- La sécurité et la confiance dans les mesures de la qualité.
- Un soutien pour certaines indécisions occasionnelles.
- Le pouvoir et l'autorité de prendre des décisions et de créer du changement.
- Une équipe qui permet de se concentrer au maximum sur les tâches et pas sur les interactions sociales.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

Le comportement et les besoins du style C 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 :

- Sans imagination
- Trop dépendant(e) des données et au fait d'être documenté(e)
- Résistant(e) au changement
- Lent(e) à agir
- Rancunier(ère)

En situation de stress, vous avez besoin :

- L'exactitude
- De traiter les informations avec un rythme plus posé
- La garantie d'avoir raison

Vos comportements typiques face au conflit :

- Vous recourez souvent à diverses techniques indirectes pour modifier l'environnement afin de le rendre plus favorable. Vous pouvez recourir à des règles et procédures peu connues et autres approches indirectes.
- Bien que vous évitiez généralement le conflit ouvert, vous pouvez affirmez fermement votre point de vue en vous appuyant sur une question de principe.
- Vous semblez accepter les demandes des autres et, ainsi, éviter les conflits. En réalité, vous vous effacez souvent pour mieux vous préparer à réaffirmer votre position.

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

- Reconnaissez que les autres peuvent être plus à l'aise face au conflit, à la colère et à l'agressivité. Les expressions de colère ou un comportement quelque peu agressif venant des autres ne sont pas nécessairement des attaques personnelles contre vous.
- Soyez plus ouvert(e) avec vos amis et vos collègues, en partageant vos sentiments, vos besoins et vos préoccupations avec eux.
- Assurez-vous que le raisonnement qui conduit à vos décisions soit partagé. Ne pas le faire peut faire paraître celles-ci arbitraires.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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 pouvez avoir tendance à travailler avec une énergie soudaine, suivie par des périodes de réflexion tranquille. Ce trait de caractère peut être déroutant pour les autres qui pourraient préférer une approche plus cohérente.
- Vous avez tendance à ne pas vous inquiéter de la relation et vous pouvez paraître quelque peu distant(e) sans en être conscient(e). Vous pourriez créer plus de liens en montrant plus de sensibilité.
- Vous aimez travailler sous pression - par conséquent, vous mettez parfois les autres sous pression de manière importune.
- Vous pourriez recourir à une aide extérieure pour améliorer la priorisation de vos tâches.
- Vous avez un fort besoin d'atteindre la perfection et vous pouvez être insatisfait(e) tant qu'elle n'est pas atteinte.
- Vous pouvez avoir tendance à vous effacer si on ne vous donne pas d'attention et/ou de crédit pour les idées que vous avez soumises.
- Certains peuvent vous trouver indécis(e) en raison de votre besoin de réexaminer les faits ou d'attendre de nouvelles informations avant de prendre des décisions.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

Vos Tendances Comportementales

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 tendances comportementales.

Tendances Comportementales	Naturel	Adapté
Le Mode de Raisonnement *De quelle manière cette personne raisonne-t-elle ?*	Factuel	Intuitif ou factuel selon les situations
La Fiabilisation du Résultat *Par quel moyen cette personne cherche-t-elle à fiabiliser son résultat ?*	Rigueur & Précision	Préférence pour la cohérence et la méthode ou pour la rigueur et la précision selon les situations
Le Mode de Collaboration *Comment cette personne coopère-t-elle ?*	Directif	Collaboratif
La Gestion des Priorités *Quelle est la priorité de la personne face à ce qu'elle doit faire ?*	Préférence pour l'efficacité ou le respect des règles selon les situations	Respect des Règles
Le Mode Décisionnel *Comment cette personne prend-t-elle ses décisions ?*	Spontané ou réfléchi selon les situations	Spontané ou réfléchi selon les situations
La Motivation *Par quoi cette personne est-elle motivée lorsqu'elle agit : servir les autres ou servir ses propres objectifs ?*	Axé sur autrui ou sur soi selon les situations	Axé sur autrui
La Relation au Changement *Comment cette personne réagit-elle face au changement ?*	Moteur ou prudent selon les situations	Prudent
Le mode d'Interaction *Que recherche cette personne lorsqu'elle interagit avec autrui ?*	Prévenant ou engageant selon les situations	Prévenant ou engageant selon les situations
La Transmission des Instructions *De quelle manière cette personne donne-t-elle ses directives et ses attentes ?*	Indirect ou Direct selon les situations	Indirect & Précis
L'Investissement Personnel dans la Relation *Sur quoi l'individu se concentre-t-il lorsqu'il interagit avec les autres ?*	Orienté résultat	Orienté relation
Le Processus de Travail Préférentiel *Que privilégie cette personne quand elle accomplie une tâche ?*	Précision	Préférence pour la précision ou la constance selon les situations
Le Mode de Communication *Quel type de communication cette personne établit-elle ?*	Structuré	Structuré ou relationnel selon les situations

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

Vos tendances comportementales – Détails & Graphes

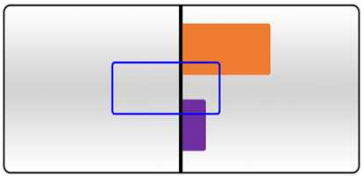
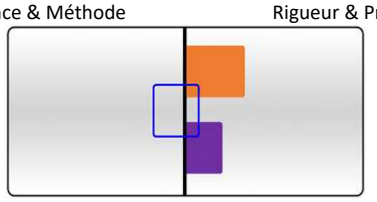
Chacune des tendances, est illustrée par un graphique et est assortie d'un commentaire spécifique sur le style naturel du candidat comme sur style naturel nécessaire à la tenue du poste (style naturel "cible"). Les scores et les constats révèlent quelles combinaisons de styles sont les plus observables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

Notes d'interprétation :

1. **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** (Elevé 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.

2. **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.

3. **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).

Tendances comportementales	Préférences
Le Mode de Raisonnement **Naturel (EM):** Vous vous fiez souvent aux données et aux faits irréfutables pour sécuriser vos décisions. Vous recourez à des vérifications pour vous faire une idée complète et précise de la situation, et avez tendance à réfléchir aux choses avec soin et attention. Aussi vous évaluez souvent les risques et examinez les preuves et les données pour décider. Gardez en mémoire que penser autant avec sa tête qu'avec son coeur vous garantira une grande efficacité. **Adapté (MOD):** Vous pouvez par moments vous fier à vos sentiments et à vos échanges avec les autres pour prendre une décision, et choisir celle qui vous semble acceptable. Toutefois, vous chercherez à étayer vos jugements par des preuves ou suite à des vérifications. Lorsque vous raisonnez, il est probable que vous vous fondiez autant sur votre logique que sur vos émotions. Vous avez tendance à examiner les évènement de manière logique tout en prêtant attention à ce qui vous semble juste.	Intuitif  Factuel
La Fiabilisation du Résultat **Naturel (EM):** Vous mettez souvent l'accent sur la précision, l'organisation, l'ordre et la précision dans tout ce que vous faites, en veillant à ce que les résultats soient de grande qualité. Cela vous conduit à vous concentrer sur le fait que vous devez être irréprochable et faire les choses correctement. Bien que le fait de le faire de la bonne façon aide grandement au succès, il est également utile de faire preuve de fiabilité et d'homogénéité dans les processus de planification. **Adapté (EM):** 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.	Cohérence & Méthode  Rigueur & Précision

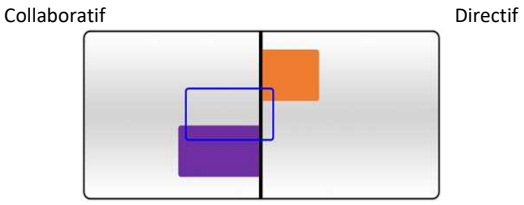
Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

Tendances comportementales	Préférences

Le Mode de Collaboration

Naturel (EM): Vous êtes plutôt axé(e) sur les résultats, concentré(e) sur le fait d'accomplir les tâches rapidement et avec efficacité; et êtes susceptible d'agir principalement de manière indépendante et directe. Vous travaillez probablement mieux dès lors que vous pouvez gérer votre productivité et votre efficacité en toute autonomie. Assurez-vous de ne pas trop vous isoler.

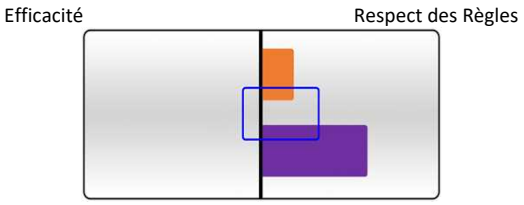
Adapté (FM): Vous êtes plutôt soucieux(se) d'impliquer les autres, préférant atteindre des résultats avec eux, ce qui peut avoir un impact sur l'efficacité des solutions. Vous serez probablement très efficace dès lors que vous collaborez avec d'autres. Attention ce que de trop nombreux échanges ne nuisent pas à votre productivité ou votre efficacité.



La Gestion des Priorités

Naturel (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.

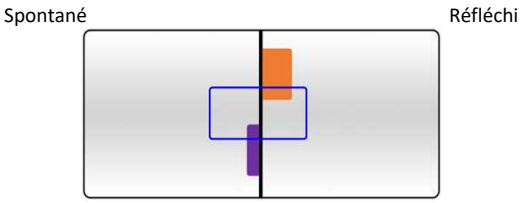
Adapté (EM): Vous privilégiez souvent le respect des directives et des procédures établies afin d'assurer l'atteinte de résultats qualitatifs, le tout en accordant une grande importance à l'exactitude, l'ordre et la précision. Il est probable qu'entre respecter les règles et atteindre les résultats, 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.



Le Mode Décisionnel

Naturel (MOD): Vous pouvez étudier les risques avec attention ou bien agir de façon impulsive, selon votre intuition ou vos tripes. Vos décisions peuvent être fondées sur une approche mêlant logique et émotion, vous conduisant à agir selon ce qui vous semble être à la fois juste et sensé, le tout en restant attentif(ve) aux risques encourus.

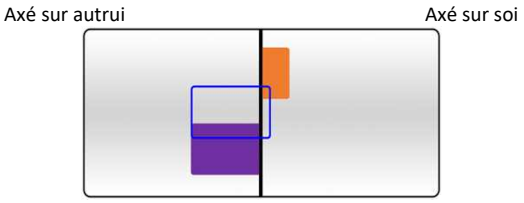
Adapté (MOD): Cohérent avec le style naturel



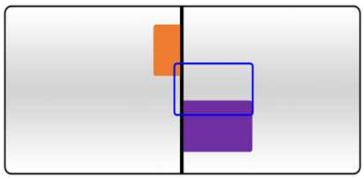
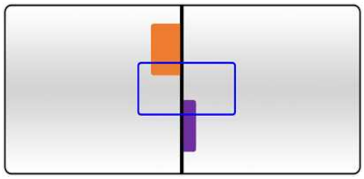
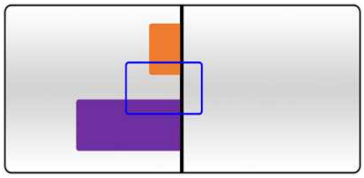
La Motivation

Naturel (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.

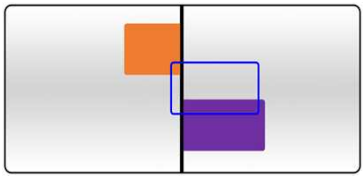
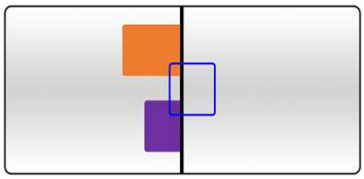
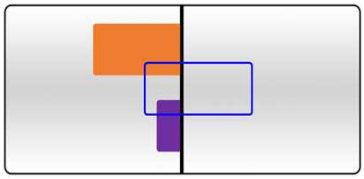
Adapté (FM): Vous faites preuve d'une détermination assez constante et avez une approche plutôt posée. Vous savez vous montrer solidaire, ce qui vous conduit à prendre en compte les conséquences relationnelles avant d'agir. Il est probable que vous ressentiez le besoin de répondre aux attentes des autres,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



Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

Tendances comportementales	Préférences
La Relation au Changement **Naturel (MOD):** 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 engagerez activement dans le changement et à d'autres vous souhaiterez 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. **Adapté (EM):** Vous êtes plutôt ouvert(e) au changement dans la mesure où vous pouvez vous y préparer et comprendre les attentes qui y sont associées ainsi que les raisons des adaptations qui s'imposent. Pour accompagner le changement vous devez donc d'abord en comprendre les raisons, puis avoir la possibilité de planifier la façon dont vous allez opérer avec succès afin d'anticiper ce qui pourrait arriver. Toutefois, vous n'aurez pas toujours le temps de bien vous préparer, et dans ce cas faire preuve de flexibilité et d'ouverture peut être un avantage.	Moteur Prudent 
Le mode d'Interaction **Naturel (MOD):** Vous pouvez être attachant(e) et persuasif(ve) tout en faisant preuve de constance et de soutien dans vos relations avec les autres. Vous pouvez concilier les besoins des personnes tout en créant des relations et en vous assurant que leurs besoins soient satisfaits. Cela peut effectivement créer des relations fidèles et de confiance. **Adapté (MOD):** Cohérent avec le style naturel	Prévenant Engageant 
La Transmission des Instructions **Naturel (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 (FM):** Vous êtes très enclin à suivre avec précision les directives et les procédures établies, et êtes conscient(e) 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 & Précis Direct & Autoritaire 

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

Tendances comportementales	Préférences
L'Investissement Personnel dans la Relation **Naturel (FM):** Dans le cadre de vos relations avec autrui, vous êtes plutôt axé sur les résultats. Vous préférez ne pas établir de liens sociaux sauf si ceux-ci permettent d'atteindre un résultat ou un but précis. Vous avez tendance à vous concentrer sur les résultats et êtes animés(es) par le désir d'atteindre un objectif ou d'accomplir une tâche, plutôt que par l'envie de créer des liens ou d'établir des relations. N'oubliez pas que certaines personnes aimeraient peut-être davantage vous connaître lorsqu'elles travaillent avec vous. **Adapté (EM):** 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.	Orienté résultat Orienté relation 
Le Processus de Travail Préférentiel **Naturel (FM):** Votre démarche comme le suivi de vos actions sont souvent guidés par la volonté de respecter des normes de qualité élevées visant à aboutir à un résultat exact et précis. Vous portez une attention particulière au fait de traiter les informations avec précision. A certains moments la cohérence a autant d'importance que la précision. N'oubliez pas d'équilibrer les deux approches. **Adapté (FM):** Cohérent avec le style naturel	Précision Constance 
Le Mode de Communication **Naturel (FM):** Vous êtes relativement à l'aise lorsque vous adoptez un approche structurée, centrée sur les tâches à réaliser, les détails et l'exactitude des résultats. Vous préférez prendre un peu de temps pour réfléchir aux conséquences de votre décision et à la planification de votre action avant de vous lancer. Vous vous sentirez probablement plus en confiance dès lors que vous pouvez avoir des données ou une information factuelle à disposition et dès lors que vous avez la possibilité de suivre des procédures qui vous garantissent l'exactitude et la précision du résultat. Rappelez-vous qu'il y a des moments où nouer des liens avec d'autres personnes peut aussi vous aider. **Adapté (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.	Structuré Relationnel 

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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

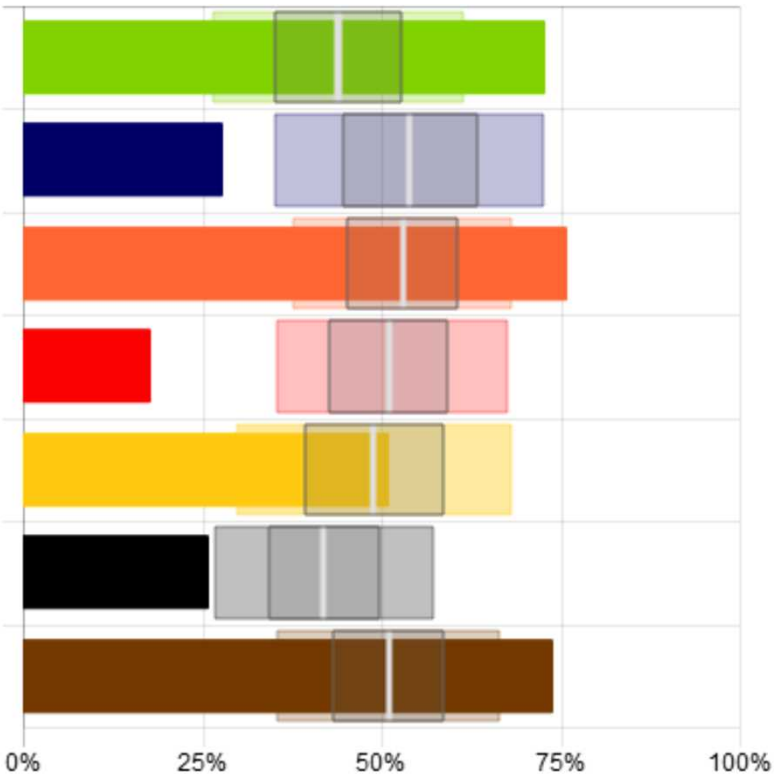
DOMAINES POTENTIELS À AMÉLIORER

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

Vos Forces Motrices

SCORE/CLASSEMENT

Esthétique	73	5
Economique	28	6
Individualiste	76	2
Pouvoir	18	1
Altruiste	51	7
Traditionaliste	26	3
Théorique	74	4



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, il est considéré comme situationnel; 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 forces 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 (1 étant le classement le plus élevé), plus elle aura un impact sur votre style comportemental. Ce classement est déterminé par l'écart qui existe entre le score et la ligne des 50%. Plus l'écart est important, qu'il soit lié à un score élevé ou à un score bas, plus la force motrice sera élevée dans le classement et influencera vos choix. Gardez toutefois à l'esprit que certaines forces motrices, du fait de leur combinaison particulière, se renforcent entre elles.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.
CERTIFICATIONS - ERUDIA +33 666 04 24 57

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, ou préférant de loin l'idée de contribution à celle du gain personnel.	**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.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

Vos Forces Motrices en détail

Esthétique - Très élevée
Vous avez tendance à avoir des réflexions originales ou "alternatives" et êtes probablement en recherche d'épanouissement personnel, d'alternatives créatives et de sérénité plutôt que de statu quo.

Economique - Très faible
Vous appréciez ce que vous avez déjà et en êtes satisfait(e). Vous ne vous investirez pas plus sur le plan émotionnel pour obtenir plus.

Individualiste - Très élevée
Vous chercherez à être indépendant(e), libre, et à occuper des postes nécessitant d'être autonome et vous permettant de vous exprimer librement et d'afficher vos réflexions.

Politique (Pouvoir) - Très faible
Vous n'avez pas besoin de prendre la direction des opérations. Cela vous est égal de céder votre place pour éviter la controverse.

Altruiste - Moyen
Vous êtes capable de répondre aussi bien à vos propres besoins et à ceux des autres membres de l'équipe.

Traditionaliste - Très faible
Vous pouvez enfreindre les règles que vous jugez inutiles et croire dans les approches de traitements simultanés pour résoudre les problèmes.

Théorique - Très élevée
Vous avez un besoin excessif de découvrir la vérité et vous passerez le temps nécessaire pour tout apprendre.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

Vos Forces Motrices sous forme de cartographie de mots

ESTHÉTIQUE	ÉCONOMIQUE	INDIVIDUALISTE	POLITIQUE (POUVOIR)	ALTRUISTE	TRADITIONNALISTE	THÉORIQUE
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	Obligeant	Ordonné	Qui investigue
Imaginatif	Pratique	Equilibré	Directif	Qui apporte son soutien	Discipliné	Curieux
Fin	Judicieux	Coopératif	Influant	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	Suspicieux	Indépendant	Intuitif
Concret	Indifférent	Inquiet	Passif	Méfiant	Spontané	Superficiel
Pragmatique	Satisfait	Réservé	Acceptant	Centré sur soi	Rebelle/ Anticonformiste	Indifférent (sans curiosité)

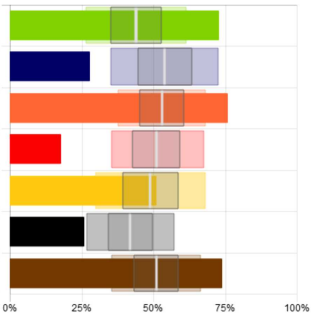
En fonction de leur intensité, La cartographie des mots de vos Forces Motrices traduit votre score numérique en une description sous forme de mots ou d'expressions.

En qualifiant votre score par un mot, cela vous permet de mieux comprendre la manière dont vos forces motrices s'expriment.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

Votre dimension Esthétique

Esthétique	73	5
Economique	28	6
Individualiste	76	2
Pouvoir	18	1
Altruiste	51	7
Traditionaliste	26	3
Théorique	74	4



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 préférerez être vous-mêmes, et avez probablement un grand intérêt pour la protection de la faune sauvage, de l'environnement et des choses qui restent à découvrir.
- Potentiellement, vous souciez moins de l'argent et des choses, mais plus d'être heureux(se) et épanoui(e).
- Il est possible que vous vous sentiez parfois décalé(e) et incompris(e) par la plupart des personnes.
- Vous aurez une conscience très développée de votre environnement et ils auront besoin de "sentir" bien.

Forces clés :

- Vous êtes sensible aux difficultés des autres et réagirez selon leurs aspirations personnelles.
- Vous êtes très habile pour aider les autres à trouver des alternatives créatives.
- Vous êtes potentiellement moins sensible aux récompenses monétaires, et plus en recherche d'épanouissement personnel et spirituel.
- Selon vous les gens devraient faire un travail qui leur permette d'exprimer qui ils sont plutôt que de faire un travail qui doit simplement être fait.

Eclairages sur votre motivation et suggestions :

- Vous devriez prendre le temps d'explorer des possibilités créatives plutôt que de vous contenter de choses que vous n'appréciez pas vraiment.
- Bien que vous puissiez ne pas vous sentir à votre place, vous allez probablement vous révélez plus tard, lorsque les choses vous paraîtront un peu plus claires.
- Vous devriez vous encourager à comprendre les significations profondes derrière les problèmes ou les objectifs.
- Vous devriez vraiment vous battre pour ce que vous voulez plutôt que de vous contenter de ce que vous pouvez obtenir.

Vos modes efficaces d'apprentissage :

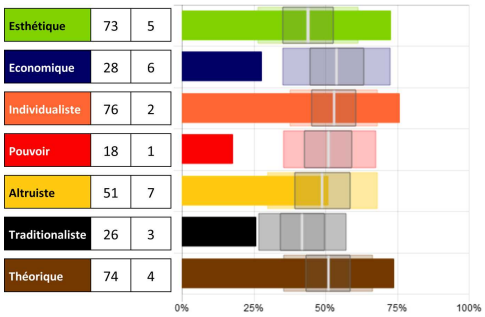
- Pour donner plus de sens, vous pourriez mettre en relations les dons et talents des personnes avec des emplois ayant eux-même du sens et nécessitant ces mêmes dons et talents.
- Vous pouvez aider les membres de l'équipe à accéder à leur côté créatif
- Vous ne devriez pas avoir peur de ressembler au reste de la société; cela ne veut pas dire que vous êtes l'un d'entre eux.
- Vous avez la capacité d'agir comme un intermédiaire et de rassembler l'imagination des gens pour leur faire réaliser certaines tâches.

Suggestions d'améliorations :

- Parfois, vous pouvez vous montrer trop anticonformiste et vous rebeller contre les systèmes et les processus établis.
- Vous courez le risque de devoir revenir sur votre travail parce que vous utilisez des moyens peu pratiques pour accomplir vos tâches.
- Vous pouvez parfois mettre trop l'accent sur des alternatives créatives, ce qui peut aboutir à des résultats peu exploitables ou à des dépassement de délais importants.
- Il vous sera plus profitable d'avoir les pieds un peu plus souvent sur terre, plutôt que la tête dans les nuages.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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 pouvez considérer que mesurer sa valeur ou chercher à impressionner autrui par ses richesses matérielles est une chose déplaisante.
- Pour vous, dans la vie ce qui est important n'est pas tant ce que obtenez, mais plutôt de ce à quoi vous contribuez.
- Vous n'êtes pas uniquement motivé(e) par des incitations financières avantageuses. Vous pouvez aussi facilement vous satisfaire de ce que vous avez.
- Vous avez peut-être déjà commencé à assoir votre niveau de sécurité financière.

Forces clés :

- Vous pensez plus souvent en termes collectifs ("nous") et moins en termes individuels ("moi").
- Vous êtes probablement plus sensible et plus ouvert(e) à la vie des autres que vous ne l'êtes à la vôtre.
- Vous regardez rarement (voire jamais) un projet avec la perspective d'en retirer un avantage ou un gain.
- Vous regardez les choses avec un large spectre, pas seulement de votre propre point de vue.

Eclairages sur votre motivation et suggestions :

- Vous considérez qu'il est important de prendre en compte les forces globales d'une personne et pouvez de ce fait manquer certaines de ses singularités importantes.
- Il est probable que vous préfériez vous enrichir professionnellement plutôt que financièrement.
- Certaines personnes vous voient arriver à un kilomètre et peuvent profiter de votre volonté d'aider les autres.
- Vous avez besoin d'options plus créatives pour relever des défis difficiles.

Vos modes efficaces d'apprentissage :

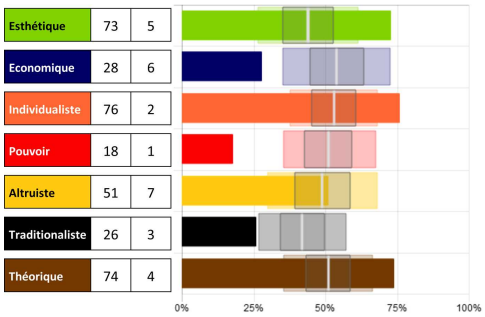
- Vous préférez potentiellement les activités de groupe: travailler, s'amuser ensemble et partager des idées avec les autres.
- Votre score est identique à ceux qui préfèrent la coopération à la compétition.
- Vous viendrez à une formation sans vous préoccuper de la question du retour sur investissement.
- Votre score est identique à ceux qui aiment vivre et ressentir les choses plutôt que que faire des choses.

Suggestions d'améliorations :

- Vous êtes probablement dix fois la personne que vous pensez être.
- Vous pouvez chercher à éviter les conflits et finir par inadvertance avec un conflit plus important encore.
- Vous devriez penser à là où vous serez dans cinq ans et déterminer si votre chemin actuel vous y mènera.
- Vous faites attention de répondre aux besoins des autres au risque de ne pas répondre aux vôtres.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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 prendrez probablement les risques nécessaires en fonction de votre envie et de votre capacité à improviser.
- Si vous étiez un penny dans un pot de 500 pennies, vous auriez besoin d'être le rouge.
- Vous chercherez votre propre niche d'activité où vous pouvez être vu comme incroyable.
- Vous aurez probablement des idées prêtes à l'emploi et vous souhaitez les partager.

Forces clés :

- Votre énergie et votre intuition bouillonnante vous permettent de penser comme MacGyver.
- Vous aurez de nombreuse idées brillantes parmi les choisir.
- Vous pouvez potentiellement être intrépide si les risques sont calculés.
- Vos idées peuvent être faussement avant-gardiste compte tenu de votre besoin d'être considéré(e) comme unique.

Eclairages sur votre motivation et suggestions :

- Vous devez réaliser que vous ne faites pas les choses de manière standard et traditionnelle.
- Vous avez éventuellement développé vos idées actuelles et devez savoir que si vous n'en faites pas la promotion, elles passeront inaperçues.
- Vous avez besoin de liberté et d'autonomie pour mener à bien vos idées.
- Vous développez à de nombreuses reprises des réflexions originales, mais vous pouvez le garder pour vous si vous êtes du type à rester tranquille.

Vos modes efficaces d'apprentissage :

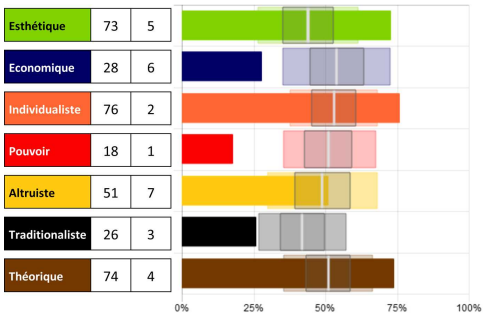
- Vous avez besoin d'une flexibilité et d'une liberté accrues pour créer de nouvelles choses.
- Vous allez créer un environnement qui encourage la pensée automatique.
- Vous avez besoin d'une grande variété d'options à votre disposition.
- Vous aurez besoin d'un grand d'espace de créativité lorsque vous travaillez avec des équipes.

Suggestions d'améliorations :

- Votre valeur potentielle peut peut vous conduire à avoir des avec des personnes réalistes qui ne pensent qu'en termes concrets.
- Parfois, l'innovation n'est pas la solution puisque les processus existants suffisent à apporter la réponse.
- Parfois, votre processus très exclusif n'est pas le moyen le plus efficace pour atteindre l'objectif.
- Vous pourriez être pris en train de vous vendre vous-même au lieu de vendre votre idée.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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 :

- Vous aurez probablement envie de regarder plus les autres mener que de diriger les choses vous-même.
- Vous excellerez dans les situations qui nécessitent une anticipation préventive des problèmes dans le cadre d'un fonctionnement performant.
- Vous pouvez chercher plus souvent à maintenir les choses qu'à obtenir de nouveaux résultats.
- Vous ne voudrez pas prendre toutes les responsabilités afférentes à la mission.

Forces clés :

- Votre accomplissement personnel l'emportent de loin sur le besoin de reconnaissance et de pouvoir.
- Vous pouvez repérer plus rapidement ce qui fait la valeur des autres que chez vous.
- Vous ne prendrez probablement pas les commandes, mais serez heureux de discuter des solutions en coulisses.
- Vous serez probablement plus axé(e) sur la mission que sur le contrôle et la gestion de votre autorité.

Eclairages sur votre motivation et suggestions :

- Vous ne ressentirez pas besoin de demander un avis dès lors que les décisions sont actées et que les personnes se seront mises en marche.
- Ne croyez pas que parce que les gens ne l'expriment pas, que vous n'avez pas fait la différence.
- Ne dites pas oui à des choses que vous ne voulez pas vraiment faire.
- Utilisez votre talent pour stabiliser les situations lorsque vous travaillez avec les autres et ne leur permettez pas de vous déstabiliser.

Vos modes efficaces d'apprentissage :

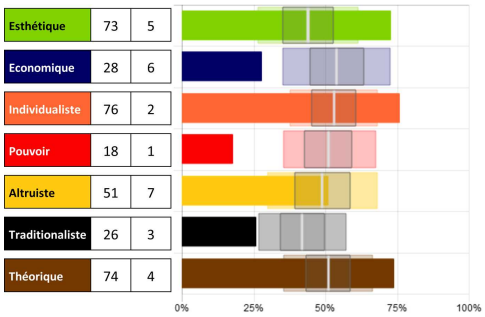
- Il est probable que vous aimiez les activités de groupe.
- Vous ne rechercherez pas à entrer en compétition avec les autres, mais vous vous sentirez comme chez vous dès lors que vous travaillerez en équipe.
- Vous devriez prendre des initiatives plus fermes lorsque vous travaillez avec des personnes de type dominant.
- Vous aimerez davantage prendre part à des formation sur le mode collaboratif plutôt que de devoir diriger des activités.

Suggestions d'améliorations :

- Vous éviterez les problèmes et les défis et attendrez que l'occasion se présente à vous.
- Gardez en mémoire que la vie est ce que vous en faites.
- Vous pourriez anticiper vos propres idées et rester par conséquent en retrait.
- Devoir défendre ouvertement votre position peut parfois vous mettre mal à l'aise.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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 êtes capable de comprendre à la fois les pauvres et les riches sans porter de jugement sévère sur l'un ou sur l'autre.
- Vous pouvez à la fois aider ou rester en retrait. Vous êtes capable de faire la distinction entre les besoins réels et de simples plaintes.
- Vous pouvez penser clairement, logiquement, et faîtes preuve d'un jugement équilibré entre les besoins des autres et vos propres besoins.
- Vous avez une capacité de médiation qui apaise les relations entre les parties et n'avez pas de vue extrême.

Forces clés :

- Vous n'êtes pas ému par les histoires qui font la part belle aux émotions .
- Vous savez faire la part des choses lorsque vous aidez des personnes qui peuvent escroquer le système.
- Vous appréciez recevoir un coup de main tout comme vous investir dans un travail acharné, le tout en comprenant clairement les différences entre les deux.
- Vous pouvez à la fois prendre position pour combattre l'injustice et laisser passer certaines situations apparemment injustes.

Eclairages sur votre motivation et suggestions :

- Vous serez probablement mal à l'aise avec les gens qui donnent de manière excessive.
- Vous savez autant donner que prendre et faites preuve d'un jugement impartial ou juste.
- De manière général, vous évaluez les autres sur le plan professionnel.
- Dès lors qu'il s'agit d'aider les autres vous vous montrez pragmatique dans votre approche.

Vos modes efficaces d'apprentissage :

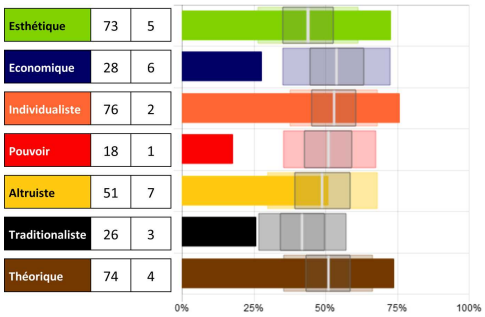
- Vous êtes flexible et vous saurez quand dire non et quand dire oui pendant les programmes de formation et de développement personnel.
- Vous pour être un participant conciliant ainsi qu'un facteur déterminant dans les programmes de formation et de perfectionnement.
- Vous pouvez être un(e) joueur(se) impartial(e) et soutenir les autres, sans pour cela être à la tête de l'équipe ou décider de l'ordre du jour.
- Votre capacité à soutenir les autres plutôt qu'à chercher à avoir toujours le contrôle sur ce qu'il se passe vous sera bénéfique lorsque vous serez impliqué(e) dans la dynamique d'équipe.

Suggestions d'améliorations :

- Vous pouvez prendre ou quitter des rôles de leadership; assurez-vous que votre aide n'est pas nécessaire au moment où vous décidez de vous tenir en retrait.
- Rappelez-vous que le fait d'aider les autres à réussir peut avoir des résultats concrets susceptibles de produire des résultats commerciaux importants.
- Vous devrez peut-être renforcer votre contrôle sur certaines situations et ne pas rester neutre.
- Vous devriez respecter ceux qui semblent intéressés et ne pas toujours les prendre pour "égoïstes".

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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 avez beaucoup de questions et vous ferez tout ce qu'il faut pour comprendre les choses.
- Vous pensez qu'il y a toujours une autre façon de le faire.
- Vous allez probablement détester quand les gens refusent de croire des choses qu'ils ne comprennent pas.
- Vous croyez que rien n'est gravé dans la pierre. Aussi vous n'apprécierez pas la rigidité.

Forces clés :

- Vous allez probablement essayer n'importe quoi une fois.
- Certains peuvent vous voir comme une personne provocante et sans retenue.
- Vous êtes probablement une personne qui pense de manière innovante.
- Vous avez votre propre façon de voir le monde.

Eclairages sur votre motivation et suggestions :

- le fait d'être spontané(e) fonctionne pour vous, mais cela ne marchera pas pour tout le monde.
- Vous aimez couper court et ne pas gaspiller d'énergie sur les choses non-essentielles.
- Vous voulez des commentaires ouverts et honnêtes afin que vous puissiez faire ce qui doit être fait.
- Jouez sur vos forces, qui proviennent de votre liberté, de votre flexibilité et votre ouverture d'esprit.

Vos modes efficaces d'apprentissage :

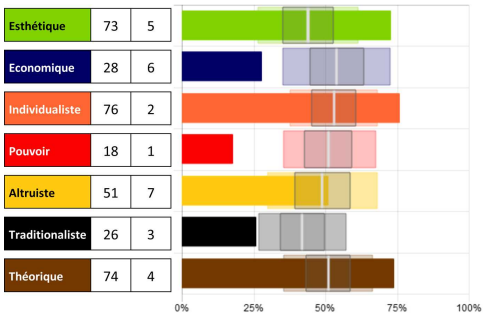
- Vous préférez des environnements de travail qui permettent de s'exprimer de manière spontanée et indépendante et où vous pouvez être plus souple.
- Vous écoutez des instructions tout en les peaufinant.
- Vous pensez probablement, "Ce n'est pas comme ça que je le ferais."
- Vous travaillez de façon indépendante même lorsque vous faites partie d'une équipe.

Suggestions d'améliorations :

- Vous pouvez rester innovant tout en suivant les procédures de temps en temps.
- Toutes les règles ne peuvent pas être brisées.
- Votre non prise en compte des aspects systémiques peut parfois vous causer des ennuis.
- Ce n'est pas parce que les gens suivent les règles, qu'ils vieux jeu ou conservateurs.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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 avez besoin de défis cognitifs ou sinon, vous allez vous ennuyer.
- Vous êtes comme un détective quand il s'agit de découvrir des choses.
- Vous avez besoin de preuves.
- Vous évitez les sujets subjectifs et vous vous en tenez à ce qui peut être mesuré ou prouvé.

Forces clés :

- Vous serez généralement à ce point préparé pour une réunion que vous en saurez plus que quiconque.
- Vous serez considéré comme un expert ou un «spécialiste» dans votre domaine.
- D'autres peuvent venir vous chercher afin de les aider à comprendre les choses.
- Vous apprendrez tout ce que vous devez savoir pour finir le travail et en avoir.

Eclairages sur votre motivation et suggestions :

- Les gens vous verront comme techniquement crédible et comme une ressource pour de l'information que d'autres oublieraient facilement.
- Vous apprenez probablement plus par accident là où d'autre d'autres le font par intention.
- Vous devriez être ouvert pour enseigner aux autres.
- Vous avez besoin de plus d'opportunités pour élargir votre bande passante théorique.

Vos modes efficaces d'apprentissage :

- Votre apprentissage et votre développement doivent être associés à un stratagème continu pour votre développement personnel.
- Vous êtes un apprenant très discipliné, préférant aborder l'environnement de façon plus plus sérieuse que par hasard.
- Votre formation et votre développement doivent impliquer une information fiable et logique.
- Vous devriez être plus 'à nu' avec des personnes qui prennent plus de risques et vous permettre de profiter de leur présence.

Suggestions d'améliorations :

- Vous devriez être ouvert aux idées des autres.
- Votre sens de l'urgence peut osciller en fonction de la quantité d'informations que vous avez recueillies.
- Essayez d'être plus productif et moins fermé aux croyances qui ne peuvent être prouvées de façon empirique.
- Vous ne devriez pas être autant fermé d'esprit.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

Vos 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

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

PARTIE III - 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 "cimentez" 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.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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'appelez 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.

"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.

"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.

"Bleue" (C)

- Les personnes à dominante "Bleu" (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.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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.

"Jaune" (I)

- Elles 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 elle 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.
- Elles sont si relationnelles 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 recommander, vous et vos produits/services, à tous les autres membres de leur entreprise.

"Verte" (S)

- Elles 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 sur 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 vous le disent, pour éviter de vous blesser.
- Elles évitent la confrontation, même mineure, et disent 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 qu'elles s'ouvrent à vous et vous révèlent des attentes plus personnelles.
- Plus vous passerez de temps avec elle à explorer ses besoins et attentes, plus vous aurez de chance de faire d'elle un client/une cliente.

"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).

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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.

"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. Faîtes 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'utiliseriez-vous ?"

"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.

"Bleue" (C)

- Mettez l'accent sur la précision, la qualité et la fiabilité de votre produit ou service.
- Etayez 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).

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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.

"Jaune" (I)

- Montrez en quoi votre offre peut contribuer à améliorer l'image de son entreprise, de son service ou lui permettre d'obtenir de la reconnaissance.
- Montrez-vous ouvert et curieux, demandez-lui comment elle envisage les prochaines étapes.
- Assurez-vous qu'elle ait bien "pesé" ce qu'implique l'achat car elle peut parfois acheter de manière impulsive, ce que vous pourriez tous deux regretter.
- Elle 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 chacun. Assurez-vous ensuite de son accord sur les termes du contrat afin d'éviter toute incompréhension ou déception.

"Verte" (S)

- Elles prennent leur temps pour décider, opèrent par déduction et sollicitent puis écoutent les opinions des autres avant de décider. Par conséquent, au moment de conclure, conseillez-la sur la manière d'utiliser votre produit, de mettre en œuvre votre offre ou de la présenter à d'autres. Rassurez-la et donnez-lui des gages personnels à propos de la simplicité d'utilisation de votre produit ou de l'aspect pratique de votre offre. Laissez-lui une documenta-
-tion complète, car elles "vendront" votre proposition à d'autres membres de leur entreprise.
- Lorsque vous parvenez à un accord, examinez soigneuse-
-ment 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 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 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.

"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.
- Elles ont du mal à prendre des décisions de manière instantanée. 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.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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 !

"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.

"Verte" (S)

- Faîtes un suivi fidèle de ce que vous avez annoncé
- Garantissez-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.
- Faîtes un suivi personnalisé, régulier et démontrez une attention discrète.

"Bleue" (C)

- Définissez avec lui/elle un calendrier de suivi spécifique et le processus que vous comptez appliquer 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.

Droits d’Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.
CERTIFICATIONS - ERUDIA +33 666 04 24 57

Phase	Avec les "Rouges" (D)	Avec les "Jaunes" (I)	Avec les "Verts" (S)	Avec les "Bleus"(C)
Prise de contact	• Evitez les "salamalecs" • Allez droit au but • Montrez que vous êtes bien préparé(e)	• Acceptez de discuter de choses plus personnelles avant d'entamer la relation commerciale • Laissez-les imprimer le rythme de la conversation	• 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	• Evitez les "salamalecs" • Arrivez avec un agenda clair • Soyez calme, sobre et professionnel
Découverte Exploration	• 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	• Posez à la fois des questions sur eux et sur ce qui a attrait au rendez-vous (professionnel) • Recentrez-les sur le sujet de votre entretien • Restez concentré(e) sur leurs objectifs et leur vision des choses	• 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	• 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	• Soyez bref(ve) dans votre exposé • Restez centré(e) sur le résultat final et l'économie de temps • Faîtes une analyse des besoins et des recommandations concises	• 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	• 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	• 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	• 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	• 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	• 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	• 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	• 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	• 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	• 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	• 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

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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 et qualifié.
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 : 1er janvier 2025.

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

Notes :

Droits d'Auteur © 2021 A24x7. Tous Droits Réservés.

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. Nous tenons à votre disposition les conclusions de ces études de robustesse, réalisées en Octobre 2019.