



TTI  
SUCCESS  
INSIGHTS®

**Talent Insights®**  
Ventas

John Doe  
ABC



CONSULTORES EN DESARROLLO  
ESTRATÉGICO

Omar Cosenza  
ocosenza@cende.com.mx  
www.cende.com.mx  
Tel.55 5291 3672



# INTRODUCCIÓN

## Donde la oportunidad se encuentra con el Talento®

El reporte de TTI Success Insights® Talent Insights se diseñó para incrementar el entendimiento de los talentos de una persona. El reporte le proporciona información en tres áreas diferentes: comportamientos, fuerzas impulsoras y la integración de ambas. El comprender las fortalezas y debilidades en estas áreas lo conducirá a lograr un desarrollo personal y profesional así como a un nivel más alto de satisfacción.

**A continuación se muestra, de manera detallada, una visión sobre cómo se encuentra la persona en las tres secciones principales:**

## Comportamientos

Esta sección del reporte se diseñó para ayudarle a obtener un mejor entendimiento de usted mismo y de los demás. La habilidad de interactuar efectivamente con la gente puede ser la diferencia entre el éxito y el fracaso en su trabajo y en su vida personal. La interacción efectiva comienza con la percepción adecuada sobre uno mismo.

## Fuerzas Impulsoras

Esta sección del reporte le ofrece información relacionada con el porqué de sus acciones, que, con capacitación y desarrollo, pueden lograr un impacto enorme en cómo valora la vida. Una vez que usted conozca qué es lo que motiva sus acciones, inmediatamente será capaz de comprender las causas de los conflictos que se pueden presentar.

## Integración de Comportamientos y Fuerzas Impulsoras

Esta sección del reporte le ayudará a integrar el cómo y el porqué de sus acciones. Una vez que comprenda cómo funcionan juntos tanto su comportamientos como sus fuerzas impulsoras, podrá desempeñarse mejor y experimentar así un incremento en su propia satisfacción personal.



## INTRODUCCIÓN Sección de Comportamientos

**La investigación sobre el comportamiento sugiere que las personas más efectivas son aquellas que tienen una plena comprensión de sí mismas, de sus habilidades y debilidades, y así tienen la posibilidad de desarrollar estrategias que satisfagan las demandas de su entorno.**

El comportamiento de una persona es una parte necesaria e integral de quiénes son. En otras palabras, mucho de nuestro comportamiento proviene de la "naturaleza" (inherente), y mucho proviene de la "nutrición" (crianza). Es el lenguaje universal de "cómo actuamos", o de nuestro comportamiento observable.

**En este reporte se miden cuatro dimensiones de comportamiento normal. Estas son:**

- Cómo responde ante problemas y desafíos.
- Cómo influye en los demás y logra convencerlos para tener el mismo punto de vista.
- Cómo responde al ritmo que lleva el entorno en el que se encuentra.
- Cómo responde a las reglas y procedimientos establecidos por los demás.

Este reporte analiza el estilo de comportamiento; es decir, el modo en que una persona hace las cosas. ¿Es este reporte 100% verdadero? Sí, no, y tal vez. Sólo medimos el comportamiento, que es un factor de los muchos a evaluar en una persona. Nosotros sólo le ofrecemos afirmaciones verdaderas, y aquellas áreas de conducta en las que la persona muestra ciertas tendencias. Una vez que haya leído el reporte junto con una persona que lo conozca bien, haga caso omiso a cualquier afirmación que parezca no aplicar a su vida.



## CARACTERÍSTICAS DE VENTA

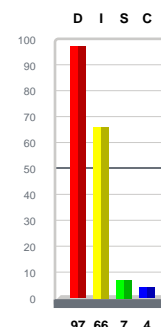
*Basándose en las respuestas de John, este reporte ha seleccionado afirmaciones generales para darle una amplia visión y comprensión sobre su estilo de venta. Esta sección, hace especial énfasis en la forma en que realiza la preparación, la presentación, en cómo afronta las objeciones y el cierre, así como el servicio. Las declaraciones identifican el estilo natural de ventas que él posee. Elimine o modifique cualquier afirmación que no sea cierta, de acuerdo a su formación de ventas o a su experiencia.*

John tiene que procurar no ser percibido como un vendedor excesivamente "agresivo", ya que puede generar el rechazo del cliente potencial y obstaculizar, así, la venta. Aunque John es muy bueno vendiendo a personas con características personales y de comportamiento similares entre sí, puede mostrarse demasiado impaciente si ha de vender a personas con un comportamiento de compra metódico. John generalmente disfruta de los desafíos que representan las visitas "en frío". Estas le permiten poner en práctica lo que él considera uno de sus mejores talentos: "su habilidad para vender a cualquier persona y en cualquier momento". Él puede perder el interés por el producto, programa o servicio, una vez que ha pasado la novedad. John es normalmente conocido por su habilidad para hacer frente a problemas comerciales difíciles y resolverlos satisfactoriamente. Suele poseer muchos recursos, incluso cuando se enfrenta a obstáculos. Él se siente cómodo en un ambiente de ventas que se caracteriza por su variedad y/o en situaciones de elevada presión. Cuando los resultados están en juego, estos le sirven de estímulo para conseguir lo que se propone. Algunos pueden percibirlo como una persona que asume riesgos muy elevados, aunque esto sólo refleja su forma de conseguir resultados. Él asumirá los riesgos necesarios para triunfar.

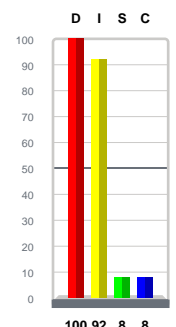
John prefiere un enfoque directo en la venta. Se siente verdaderamente capaz de vender lo que sea, a quien sea, en cualquier momento. Esto puede ser cierto, si se toma el tiempo necesario para prepararse adecuadamente. Generalmente, John acepta bien las objeciones, ya que éstas le ofrecen la oportunidad de compartir sus conocimientos. Si procura afrontar las objeciones seriamente, podrá ser más efectivo. Él puede mostrarse impaciente si el cliente le hace muchas objeciones. Quiere cerrar la venta para centrarse en el reto siguiente. Puede que John se equivoque a la hora de detectar la objeción más importante. Debido a su prisa por responder, es posible que nunca dé respuesta a dicha objeción. A John le gusta controlar la presentación de ventas. Los clientes con estilos de comportamiento diferentes entre sí probablemente preferirán que él demuestre su flexibilidad como vendedor. Cuando afronta las objeciones, intenta tener la razón en todo, aunque, algunas



Respuesta al Medio Ambiente



Estilo Básico





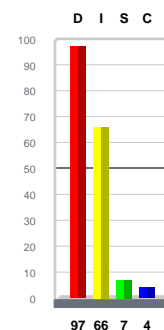
## CARACTERÍSTICAS DE VENTA *Continuación*

veces, este deseo de ganar puede dificultar la venta.

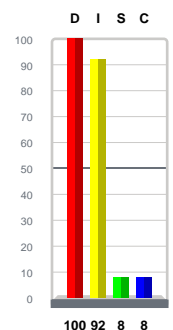
John tiene un estilo natural de cierre de ventas que se adapta muy bien a los clientes con un estilo rápido y directo. Estos clientes valoran a los vendedores que usan este tipo de cierres. Puede que John trate de cerrar la venta de forma tan brusca, que provoque que el cliente piense en objeciones que pueden ser más una excusa que una objeción real. A menudo, John promete más servicio del que puede ofrecer, especialmente si ha de ser él quien dé este servicio. Generalmente, lleva a cabo tantas actividades al mismo tiempo que éstas le impiden cumplir todo lo que promete. Frecuentemente, John suele cerrar sus ventas de forma rápida. Cerrará muchas ventas que la competencia no ha sabido concluir. Puede que John pierda interés en un cliente una vez que la venta ya ha sido realizada. Su nuevo interés puede estar basado en la capacidad del cliente para comprar servicios o productos adicionales. Él suele tener su técnica de cierre de ventas favorita y, por lo tanto, puede resistirse a utilizar todos los tipos de cierre que conoce.



Respuesta al Medio Ambiente



Estilo Básico





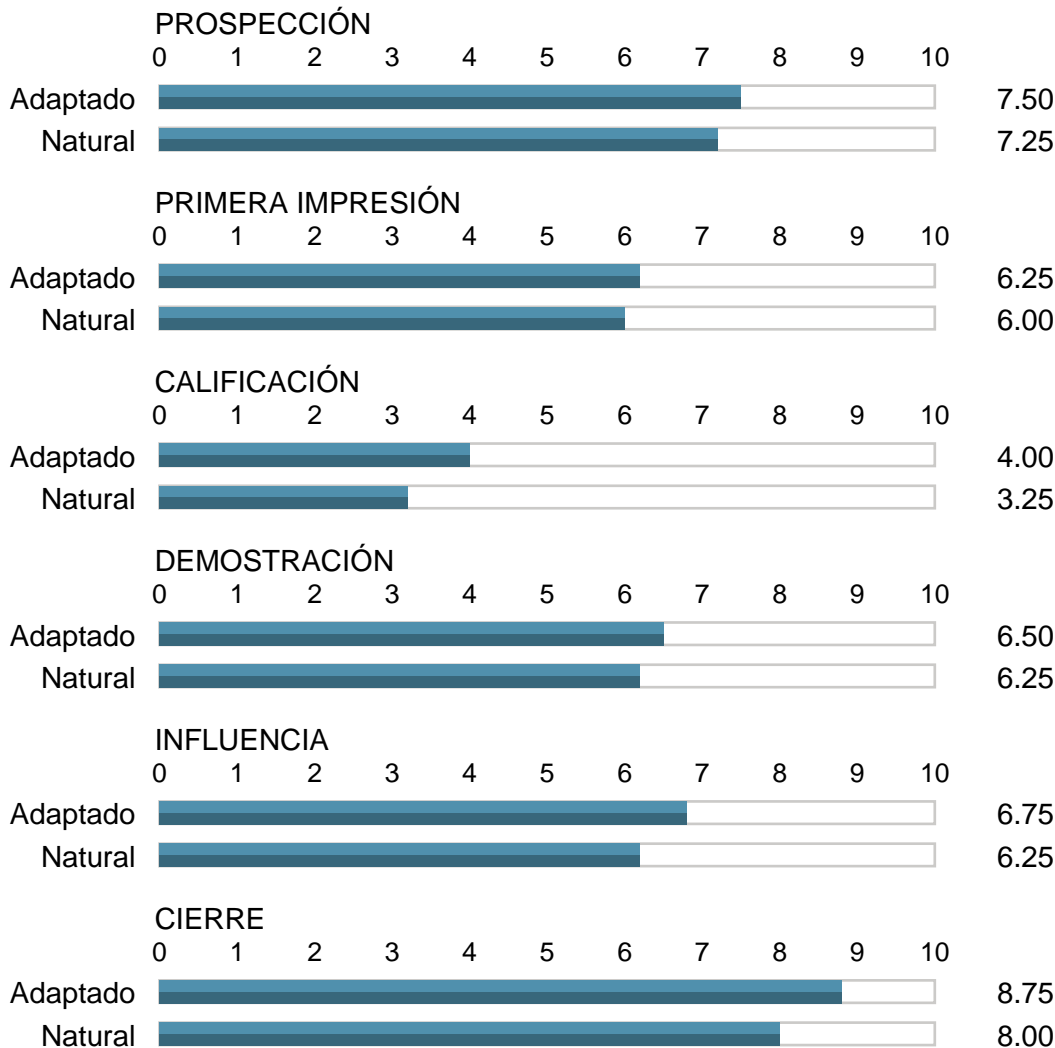
# EL COMPORTAMIENTO EN VENTAS

## VISIÓN GENERAL

La visión general del Comportamiento en Ventas refleja los estilos naturales y adaptados de John en cada una de las fases del Modelo del Comportamiento en Ventas. El estilo natural de John refleja su conducta real e intuitiva de ventas. La puntuación modificada refleja lo que John considera necesario en cada fase del proceso de ventas.

Se muestra tanto el nivel de efectividad que posee John de manera natural como aquel que pueda modificar. Entre más alta sea la puntuación, más efectividad tendrá John en esa fase de ventas. Entre más baja sea la puntuación, mayores serán los retos que enfrentará John para alcanzar el comportamiento requerido para llevar a cabo con éxito esa fase del proceso.

La diferencia entre el estilo natural y adaptado de un vendedor es clave. Entre mayor sea la diferencia, mas posibilidades hay de generar estrés.



0-5.0 = BAJO 5.1-6.6 = REGULAR 6.7-7.6= BUENO 7.7-8.8= MB 8.9-10=EX



# BENEFICIOS U OBSTÁCULOS POTENCIALES PARA EL DESEMPEÑO DEL COMPORTAMIENTO EN VENTAS

*El Modelo del Comportamiento en Ventas es un proceso profesional y científico. La visión general del Comportamiento en Ventas subraya las tendencias de desempeño de Johns en cada una de las fases específicas del Modelo de Comportamiento en Ventas.*

**Prospección:** La primera fase del Modelo del Comportamiento en Ventas. Esta es la fase del proceso en donde se identifica a los prospectos, se reúne la información adecuada, se coordina la actividad física de la prospección tradicional y se desarrolla la estrategia general de venta en persona.

## En la fase de Prospección es posible que John tenga TENDENCIA a:

- Proceder con el proceso de ventas antes de haber reunido todos los factores necesarios. Quiere seguir con el proceso rápidamente... a veces demasiado rápido.
- Juzgar prematuramente el valor de un prospecto, ya sea para bien o para mal. En algunas ocasiones este juicio esta basado estrictamente en una evaluación superficial.
- Tener iniciativa para encontrar nuevas oportunidades de negocio y a ser agresivo en el seguimiento de nuevas cuentas.
- No mantener un registro detallado durante un proceso de recolección de información as menos que lo vea como una forma directa de obtener la venta.

**Primera Impresión:** La primera interacción en persona entre un prospecto y un vendedor; esta fase esta diseñada para que el vendedor muestre su interés en el posible cliente para dar así una imagen positiva y desarrollar un sentido de respeto mutuo y de relación. Es la primera fase en la creación de confianza y establece la pauta para que el proceso de venta se desarrolle.

## En la fase de la Primera Impresión, John PODRÍA tener una tendencia a:

- Es más probable que comente sobre sus propios logros en lugar de permitir que el prospecto hable de los suyos
- Apresurar la fase de la Primera Impresión y entrar en la fase de Evaluación prematuramente, por lo que no permite que los prospectos tomen el tiempo necesario para confiar y crear una relación
- Comenzar por el final





# BENEFICIOS U OBSTÁCULOS POTENCIALES PARA EL DESEMPEÑO DEL COMPORTAMIENTO EN VENTAS

- No clasificar a sus prospectos antes de comenzar su presentación en ventas. Debe concentrarse en el ritmo, tiempo y comportamiento del comprador y ajustar su presentación

**Calificación:** El cuestionamiento y los detalles necesitan de una fase de análisis en la venta cara a cara, esta fase permite al vendedor descubrir lo que el prospecto puede comprar, cuándo comprarán y bajo qué condiciones. Se trata de permitir que el prospecto identifique y externe el nivel de interés que realmente tiene.

## En la fase de calificación. John PODRÍA tener una tendencia a:

- No tomarse el tiempo de escuchar atentamente al prospecto para así determinar lo que realmente necesita. Además, probablemente, quiera cerrar la venta precipitadamente
- No dedicar el tiempo necesario a la fase de Calificación, aunque ésta sea, por mucho, la más importante en el proceso cara a cara de la venta
- Hacer preguntas potencialmente insensibles y abruptas
- Demostrar impaciencia durante la Fase de Calificación en vez de permitir que el prospecto externe sus problemas, necesidad y/o preocupaciones

**Demostración:** No se refiere a la presentación del producto como tal, esta fase permite que el vendedor demuestre el conocimiento que tiene sobre su producto de tal manera que pueda dar respuesta a las necesidades implícitas, o las intenciones que tiene el prospecto, las que fueron percibidas en la fase de Calificación.

## En la de Demostración, John PODRÍA tener una TENDENCIA a:

- Desarrollar soluciones altamente creativas para los problemas del prospecto. Sin embargo, éstas podrían tender a parecer demasiado agresivas para el comprador. Necesita estar alerta para darse cuenta de estas señales para mantener la concentración en el comprador en lugar de en sí mismo o su producto o servicio
- Dominar la presentación y precipitarse a acabarla. El prospecto podría no entender muchas cosas
- De 10% al 50% de sus posibles clientes se sentirán cómodos con un estilo de presentación ágil, directo y resumiendo puntos importantes. Sin embargo, el resto de ellos se sentirán incómodos con estilo de presentar







# BENEFICIOS U OBSTÁCULOS POTENCIALES PARA EL DESEMPEÑO DEL COMPORTAMIENTO EN VENTAS

- Presentar su producto o servicio de tal manera que no requiera cambiar mucho de su presentación ordinaria

**Influencia:** En lo que las personas creen y actúan en consecuencia. Esta fase está diseñada para que el vendedor construya el valor y el soporte a la creencia en el producto o servicio que está ofreciendo. En esta fase del proceso de venta es donde se consolida la creencia del prospecto en el producto y/o servicio, así como en el vendedor.

## En la Fase de Influencia, John PODRÍA tener una TENDENCIA a:

- Creer que lo mismo que le motiva a él motivará a los demás
- Querer autoridad y responsabilidad para lograr las metas de ventas propuestas. Podría saltarse a la autoridad correspondiente si lo considera necesario para conseguir los objetivos
- No tomarse el tiempo necesario para preparar, empacar o revisar todo el material que necesitará para influir en el prospecto
- Llenar de testimonios de terceros sin proveer un soporte con hechos de lo que está diciendo

**Cierre:** Es la fase final de Modelo de Comportamiento de Ventas. Esta fase es la que pide que el prospecto compre, se deshaga de sus objeciones, de hacer cualquier tipo de negociación necesaria y de finalizar la transacción basada en una satisfacción mutua.

## En la Fase de Cierre, John PODRÍA tener una TENDENCIA a:

- Intentar tener una respuesta para todo, sin importar cuán pequeña sea. Esto puede provocar molestia en el prospecto
- Librar las objeciones que pueda tener el prospecto y dirigirlo al cierre inmediato de la venta. Puede ser muy ingenioso incluso cuando se enfrenta a varios obstáculos
- No contestar las objeciones que generen satisfacción en el cliente
- No escuchar una objeción verdadera. Podría responder de forma superficial sin responder realmente la objeción del prospecto



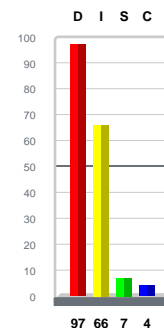


## VALORES QUE APORTA A LA ORGANIZACION

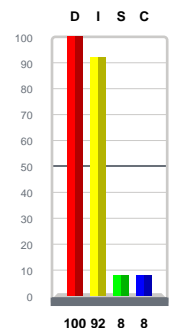
Esta sección del reporte identifica las habilidades y comportamientos específicos que John aporta a su trabajo. Al observar estas declaraciones se puede identificar cuál es el papel que él juega en la organización. Identificando las habilidades de John, la organización puede desarrollar un sistema para capitalizar su valor en la empresa, haciéndole formar parte integral del equipo.

- Es optimista y entusiasta.
- Motiva a otros a alcanzar los objetivos.
- Generalmente toma sus decisiones teniendo en mente los beneficios.
- Expresa sus sentimientos.
- Inicia actividades.
- Posee una visión positiva, orientada hacia el futuro.
- Desafía lo establecido (el "status quo").
- Es negociador de conflictos.

Respuesta al Medio Ambiente



Estilo Básico



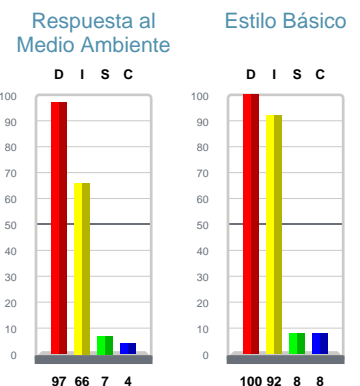


# LISTA DE PUNTOS PARA REVISAR EN LA COMUNICACIÓN

*Muchas personas son conscientes y se muestran sensibles a la forma en que a ellos les gusta comunicarse. Muchos encuentran esta sección muy acertada e importante. Lea cada declaración e identifique las 3 ó 4 declaraciones que sean más importantes. Haga una lista de estas declaraciones y úselas cada día en el trato con John.*

## LO QUE SE DEBE HACER:

- Generar y mantener un ambiente en donde él pueda ser eficiente.
- Preparar todos los requisitos, objetivos y material de apoyo en un "paquete" bien organizado.
- Ofrecerle "incentivos" inmediatos por su deseo de asumir riesgos.
- Planificar una interacción que apoye sus sueños e intenciones.
- Observar sus gestos para saber si hay aprobación, o no.
- Presentar los hechos de forma lógica: planificar su exposición eficientemente.
- Permanecer en el plano de los negocios - dejarle decidir si desea conversar sobre temas sociales o personales.
- Ser claro, específico, breve y conciso.
- Estar atento a su lenguaje no verbal -- a sus gestos de impaciencia y disgusto.
- Suministrar datos y cifras sobre las probabilidades de éxito o la efectividad de las alternativas.
- Hablar sobre él, sus aspiraciones y las opiniones que él encuentra estimulantes.





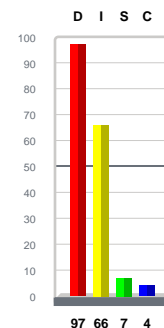
## LISTA DE PUNTOS PARA REVISAR Continuación

*En esta sección del reporte se da una lista de cosas que NO se deben hacer al comunicarse con John. Revise cada declaración con John e identifique aquellos métodos de comunicación que producen frustración o reducen la calidad de la misma. Compartiendo esta información, ambas partes podrán negociar un estilo de comunicación que sea de mutuo acuerdo.*

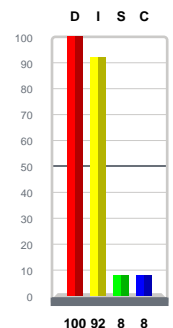
### LO QUE NO SE DEBE HACER:

- Perder el tiempo siendo impersonal, demasiado orientado a las tareas, o juzgando.
- Divagar o malgastar su tiempo.
- Dirigir u ordenar.
- Olvidar o perder las cosas; ser desorganizado o desordenado; confundirle o distraerle de los temas profesionales.
- Intentar desarrollar relaciones personales.
- Tratar de convencerlo con argumentos personales.
- Adueñarse de las ideas que él propone.
- Dirigir o proteger; controlar excesivamente la conversación.
- Ser condescendiente con él.
- Ser dogmático.
- Perder el tiempo "soñando" juntos.
- Bromear mucho o atenerse demasiado a la agenda y al horario.
- Reforzar un acuerdo con "estoy contigo".

Respuesta al Medio Ambiente



Estilo Básico





## ESTILOS DE VENTA

Esta sección ofrece unos métodos que pueden mejorar la comunicación de John cuando tiene que vender a clientes de diferentes estilos, incluyendo una breve descripción de los tipos de personas más corrientes con los que tendrá que interactuar. Adaptándose al estilo de comunicación que desean los demás, John será más efectivo en sus comunicaciones. Quizá tenga que desarrollar cierta flexibilidad a la hora de variar su propio estilo de comunicación. Esta flexibilidad y la habilidad para interpretar las necesidades de los demás, marca la diferencia de los buenos vendedores.

### Quando venda a una persona que se caracteriza por ser dependiente, pulcra, conservadora, perfeccionista y cuidadosa:

- Prepare la presentación con antelación
- Vaya directamente al asunto - Aporte datos que apoyen la presentación
- Sea preciso y realista; no exagere

#### Factores que crearán tensión o insatisfacción:

- Ser excesivamente rápido, despreocupado, informal y hablar demasiado alto
- Perder el tiempo con charlas inútiles
- Ser desorganizado o confuso

### Quando venda a una persona que se caracteriza por ser ambiciosa, enérgica, decidida, resuelta, independiente y orientada hacia los objetivos:

- Sea claro, específico, breve y directo
- Vaya directamente al asunto. Haga una presentación efectiva.
- Vaya preparado con el material de apoyo bien organizado

#### Factores que crearán tensión o insatisfacción:

- Hablar de cosas poco relevantes
- Dejar los temas "en el aire" o poco claros
- Ser desorganizado

### Quando venda a una persona que se caracteriza por ser paciente, predecible, formal, constante, tranquila y modesta:

- Empiece con un comentario personal que rompa el hielo
- Preséntese de una forma tranquila, sin "agresividad", y de forma lógica
- Gánese su confianza - Ofrezca productos que ya han sido probados

#### Factores que crearán tensión o insatisfacción:

- Precipitarse para entrar en seguida en el asunto
- Ser dominante o exigente
- Forzarles a responder de forma rápida a las preguntas

### Quando venda a una persona que se caracteriza por ser carismática, entusiasta, amigable, expresiva y diplomática:

- Genere un ambiente cálido y amigable
- No entre en demasiados detalles, a menos que se los pidan
- Aporte testimonios de personas que ellos consideren importantes

#### Factores que crearán tensión o insatisfacción:

- Ser cortante, frío o reservado
- Controlar la conversación
- Centrarse en hechos, datos, alternativas o abstracciones



# PERCEPCIONES

## "Véase como lo ven los demás"

La conducta y los sentimientos de una persona se transmiten rápidamente a los demás. Esta sección proporciona información adicional sobre la percepción que John tiene sobre sí mismo y sobre cómo, bajo ciertas condiciones, lo ven los demás. Comprender esta sección, le ayudará a proyectar una imagen que le permitirá controlar la situación.

### PERCEPCIÓN DE SÍ MISMO

Generalmente se ve a usted mismo como:

- Emprendedor
- Competitivo
- Positivo
- Asertivo
- Seguro de sí mismo
- Ganador

### PERCEPCIÓN DE LOS DEMÁS - Moderado

BAJO PRESIÓN MODERADA O FATIGA, los demás lo ven como:

- Exigente
- Egoísta
- Precipitado
- Agresivo

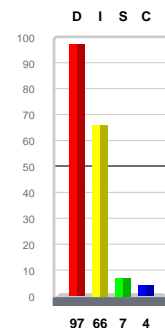
### PERCEPCIÓN DE LOS DEMÁS - Extremo

BAJO PRESIÓN EXTREMA, los demás lo ven como:

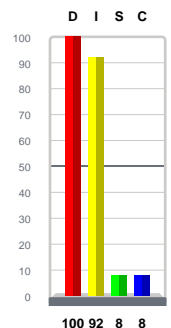
- Obstinado
- Caprichoso
- Controlador
- Cerrado



Respuesta al Medio Ambiente



Estilo Básico





## LA AUSENCIA DE UN FACTOR DE COMPORTAMIENTO

*La ausencia de un factor de comportamiento puede ayudar a identificar más fácilmente qué tipo de situaciones podrían causar tensión o estrés en las personas. Gracias a las investigaciones que se han realizado, somos capaces de evitar o minimizar el impacto de este tipo de circunstancias. Al comprender cómo influye un factor de comportamiento bajo, podemos determinar mejor los talentos que tiene una persona y crear un ambiente en el que la gente sea más efectiva.*

### Situaciones o circunstancias que deben evitarse o aspectos necesarios en el entorno que permitan minimizar el estrés de comportamiento.

- Evite situaciones donde haya que administrar proyectos muy pequeños.
- Evite situaciones en las que no sea bien visto arriesgar demasiado con tal de obtener un retorno para la organización.
- Evite situaciones que requieran de mucha diplomacia, pues esto le puede causar estrés.

### Comprender que la necesidad de adaptarse muchas veces es inevitable, por eso ofrecemos a continuación unos consejos sobre cómo pueden adaptarse ciertos perfiles.

- Las interacciones extremadamente formales y estructuradas pueden causarle estrés.
- El estrés se demuestra a través del lenguaje corporal, asegúrese de enviar un mismo mensaje tanto con sus palabras como con sus gestos.
- El deseo de ser visto como una persona única puede ir en detrimento del resultado que quiere obtener.





## DESCRIPTORES

Basado en las respuestas de John, el reporte ha marcado aquellas palabras que describen su comportamiento personal. Describen cómo resuelve problemas y enfrenta desafíos, influencia a personas, responde al ritmo del ambiente y cómo responde a las reglas y procedimientos impuestos por otros.

Impulsor	Inspirador	Relajado	Cauteloso
Ambicioso	Magnético	Pasivo	Cuidadoso
Pionero	Entusiasta	Paciente	Exigente
Fuerte-Voluntarioso	Persuasivo	Posesivo	Sistemático
Decidido	Convincente	Predecible	Exacto
Competitivo	Equilibrado	Consistente	Abierto
Determinado	Optimista	Constante	Juicio balanceado
Atrevido	Confiado	Estable	Diplomático
<b>Dominio</b>	<b>Influencia</b>	<b>Estabilidad</b>	<b>Cumplimiento</b>
Calculador	Reflexivo	Versátil	Firme
Cooperador	Práctico	Activo	Independiente
Indeciso	Calculador	Inquieto	Voluntarioso
Cauteloso	Escéptico	Impaciente	Obstinado
Agradable	Lógico	Orientado a la presión	No sistemático
Modesto	Suspicaaz	Ansioso	Desinhibido
Pacífico	Analítico	Flexible	Arbitrario
Recatado	Incisivo	Impulsivo	Inflexible





# ESTILO DE VENTA NATURAL Y ADAPTADO

El estilo natural de venta de John al tratar con problemas, personas, acontecimientos y procedimientos puede que no siempre encaje con el entorno de ventas en el que se encuentra. Esta sección es muy importante, ya que identificará si el estilo natural o adaptado como vendedor es correcto para el actual entorno de ventas.

## PROBLEMAS - RETOS

### Natural

John tiende a afrontar los retos de venta de una manera exigente, emprendedora y con fuerza de voluntad. Utiliza un enfoque muy personalizado y buscará activamente la consecución de sus objetivos. Le gusta tener la autoridad que corresponde a la responsabilidad que asume y un área de ventas que le fuerce a mejorar su forma de actuar.

### Adaptado

John no ve la necesidad de cambiar su estilo natural de venta, ya que éste está relacionado con la solución de problemas y la asunción de retos.

## PERSONAS - CONTACTOS

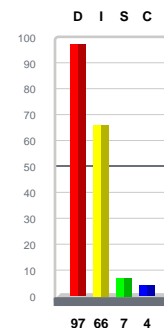
### Natural

El estilo natural de John se centra en utilizar al máximo la persuasión y la emoción. Es positivo y busca el triunfo a través de sus buenas habilidades verbales. Intentará convencer de que lo que está diciendo no sólo es correcto, sino que es exactamente lo que se necesita. Muestra entusiasmo por prácticamente todo con sus clientes potenciales.

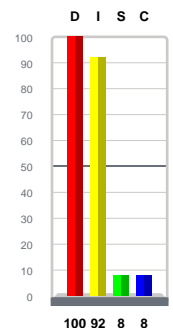
### Adaptado

John cree que el entorno necesita que él sea sociable y optimista. Confiará en los demás y quiere un entorno positivo para vender.

Respuesta al Medio Ambiente



Estilo Básico





# ESTILO DE VENTA NATURAL Y ADAPTADO Continuación



## RITMO - CONSTANCIA

### Natural

John es capaz de mantener el equilibrio, incluso en las situaciones en las que el tiempo apremia y en los cambios constantes de agenda. Se siente cómodo tratando con una gran variedad de clientes. Su necesidad de tener un elevado nivel de actividad le permite contactar con muchos clientes potenciales nuevos.

### Adaptado

John cree que el entorno de ventas no requiere que él cambie su forma de gestionar el nivel de actividad ni su firmeza.

## PROCEDIMIENTOS - NORMAS

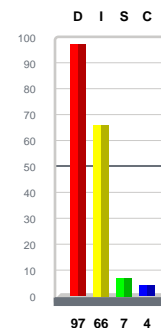
### Natural

John quiere que los demás le perciban tal como es en realidad; con predisposición y capacidad para interpretar las políticas de la compañía, con el fin de asegurar los mejores resultados y permitir sus métodos de venta creativos e innovadores. Quiere ser evaluado en base a sus resultados y no en base al modo en que los ha conseguido.

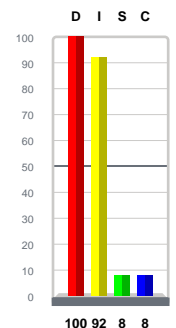
### Adaptado

La diferencia entre el estilo natural y el estilo adaptado de John no es significativa y no ve la necesidad de cambiar en este aspecto.

Respuesta al Medio Ambiente



Estilo Básico



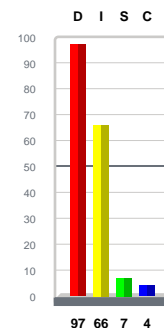


## ESTILO DE TRABAJO ADAPTADO

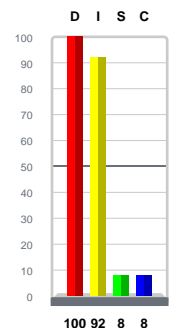
*John ve que su actual ambiente de trabajo requiere que él demuestre el siguiente comportamiento. Si las declaraciones siguientes NO LE PARECE que están relacionadas con el trabajo, averigüe por qué él está adaptando su comportamiento.*

- Establecer su propia agenda para obtener resultados.
- Predisposición para realizar una presentación de ventas creativa.
- Mostrar una dedicación firme y estricta para realizar los proyectos de ventas.
- Mostrar confianza al contactar con los clientes.
- Gestionar a los clientes eficientemente.
- Tener muchos recursos y ser una persona entusiasta y emprendedora.
- Desafiar el "status quo".
- Exponer a los clientes la situación en general.
- Usar un enfoque creativo para vender productos o servicios nuevos e innovadores.
- No tener temor de extralimitarse en la autoridad para realizar una venta.
- Tener autoridad para cumplir con sus responsabilidades.
- Compartir su opinión personal con los clientes.

Respuesta al Medio Ambiente



Estilo Básico





## QUÉ LE HACE PERDER TIEMPO

*Esta sección de su reporte está diseñada para identificar lo que le hace perder el tiempo e interfiere con su efectividad. Posibles causas y soluciones servirán como una base para crear un plan efectivo para maximizar el uso del TIEMPO y aumentar su RENDIMIENTO.*

### LE CUESTA MUCHO TRABAJO DELEGAR

*Cuando alguien delega muy poco se debe a la incapacidad que tiene de restar importancia a algunas a las tareas que requieren de su supervisión pero que pueden ser realizadas por personas a su cargo.*

#### CAUSAS POSIBLES:

- No quiere dar el control a otras personas
- No confía en los demás puedan hacer las cosas bien
- No entiende las habilidades de otros
- Teme que los demás puedan hacer un trabajo pobre
- No quiere que los demás se llenen de trabajo

#### SOLUCIONES POSIBLES:

- Vuélvase un mentor para quienes estén a su cargo
- Desarrolle un equipo que trabaje en una misma dirección y que le sirva de apoyo siempre que lo necesite
- Dele a otros la oportunidad de ayudar
- Reconozca que el tiempo empleado para enseñar a los demás a hacer sus tareas cotidianas le darán a usted mayor tiempo para dedicarse a las tareas más importantes

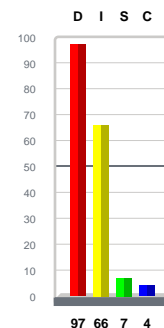
### DECISIONES REPENTINAS

*Decisiones repentinas en este contexto son decisiones hechas demasiado rápidamente sin tener toda la información necesaria.*

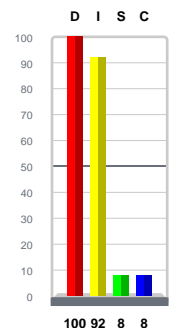
#### CAUSAS POSIBLES:

- Impaciencia hace que se haga caso omiso a la necesidad de esperar por mas información
- Trata de hacer demasiado
- Falta de un plan anticipado

Respuesta al Medio Ambiente



Estilo Básico





## QUÉ LE HACE PERDER TIEMPO *Continuación*

- No tiene metas específicas

### SOLUCIONES POSIBLES:

- Pida recomendaciones
- Establezca el proceso a seguir para tomar decisiones con prudencia
- Establezca procedimientos estándar y procedimientos alternos para los problemas que se puedan presentar

## MANEJOS DE CRISIS

*Manejo de Crisis se define como la inclinación a tener que manejar constantemente problemas externos como el método preferido de trabajar. Este estilo permite que se precipiten las crisis en lugar de anticiparlas y resolverlas.*

### CAUSAS POSIBLES:

- Falta de planeación
- Tener expectativas que no son realistas para otras personas y para completar tareas
- Siempre buscando problemas para resolver

### SOLUCIONES POSIBLES:

- Tenga un plan de operaciones muy bien definido
- Identifique personas claves para manejar problemas específicos
- Pregunte a gente clave algunas recomendaciones
- Delege autoridad y responsabilidad cuando sea posible

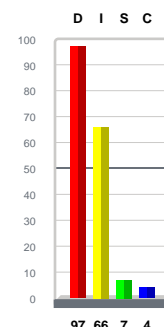
## APAGANDO FUEGOS

*Apagando fuegos se define usualmente como el retirarse de tareas que tienen prioridad para contestar preguntas, ofrecer soluciones, delegar o resolver problemas con relación a algo sin importancia. Estas cosas usualmente "estallan rápidamente" y se "apagan rápidamente."*

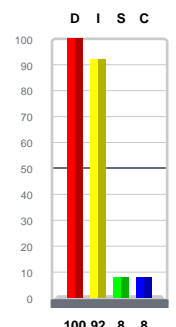
### CAUSAS POSIBLES:

- Deseo de resolver problemas rápidamente y a veces sin información adecuada

Respuesta al Medio Ambiente



Estilo Básico





## QUÉ LE HACE PERDER TIEMPO Continuación

- Falta de confianza en los demás
- Falta de procedimientos de operación estándar
- Prioridades incorrectas
- Falta de intensidad que sea apropiada para la situación

### SOLUCIONES POSIBLES:

- Establecer un plan
- Crear procedimientos operacionales para problemas y tareas ya conocidas.
- Establecer un programa de acción que se pueda manejar por objetivos.

## FALTA DE SEGUIMIENTO A UN PLAN DEFINIDO

"Plan" definido en este contexto se refiere al desarrollo de un negocio incluyendo misión, metas objetivos, requerimientos de tarea e utilización de recursos. También puede ser el escribir las prioridades y un plan de acción diario.

### CAUSAS POSIBLES:

- Quiere hacer las cosas inmediatamente
- Cambia las prioridades con mucha rapidez (las propias o las que otros imponen)
- Ha tenido éxito sin un plan en ocasiones pasadas
- Quiere seguir la "rutina diaria" sin estar limitado por una agenda escrita diariamente

### SOLUCIONES POSIBLES:

- Escriba los valores personales y del trabajo y establezca prioridades
- Escriba un plan a largo plazo que va apoyar esos valores
- Reconozca que teniendo las prioridades claramente definidas en la mente, el cambio constante será reemplazado por cambio-por-diseño



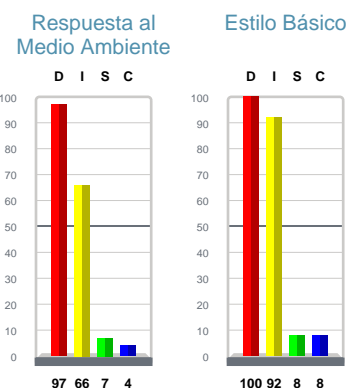


## ÁREAS DE MEJORA

En este área se incluye una lista de posibles limitaciones que no tienen relación con un trabajo específico. Revise la lista con John y anule aquellas afirmaciones que no se ajusten a la realidad. Resalte 3 ó 4 limitaciones que obstruyen el buen desempeño profesional y elabore un plan de acción para eliminar o reducir estos obstáculos.

### John muestra una tendencia a:

- Presentarse a sí mismo con más autoridad de la que realmente puede tener.
- Dominar la presentación de ventas.
- Desagradarle el trabajo rutinario -- informes de visita. etc.
- No realizar una presentación en orden lógico.
- Hacer poco seguimiento si el cliente tiene poco potencial de compra futura.
- Resistirse a participar como miembro del equipo, a menos que sea visto como líder.
- Culpar, negar y defenderse cuando se enfrenta con resultados de venta poco satisfactorios.
- Vender lo que él quiere vender, en vez de escuchar las necesidades del cliente.

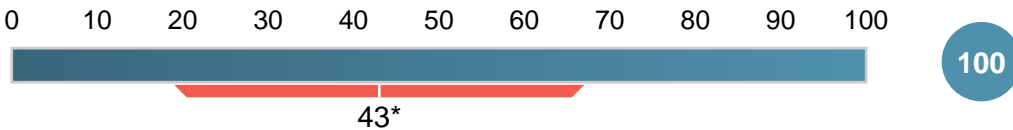




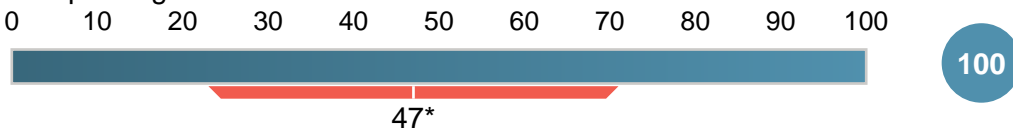
# JERARQUÍA CONDUCTUAL

La gráfica de Jerarquía Conductual mostrará por orden su estilo de comportamiento natural dentro de las ocho (12) áreas más comunes en el lugar de trabajo. Le ayudará a entender en cuales de estas áreas usted será mas eficiente de manera natural.

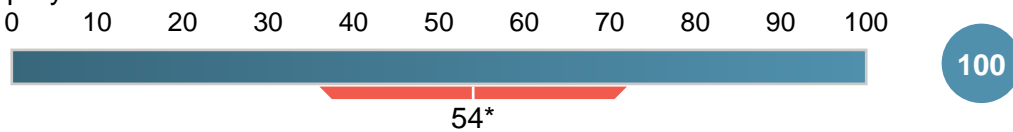
**1. SENTIDO DE URGENCIA** - Decisión, respuestas rápidas y acción inmediata.



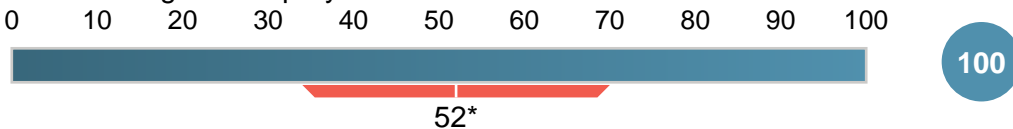
**2. COMPETITIVIDAD** - Tenacidad, decisión, asertividad y una actitud de "querer ganar" en todas las situaciones.



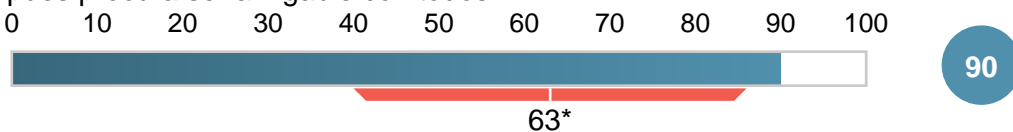
**3. VERSATILIDAD** - Aportar con múltiples talentos y con mucha voluntad para adaptarse a los requerimientos y retos que requiera cada proyecto o tarea.



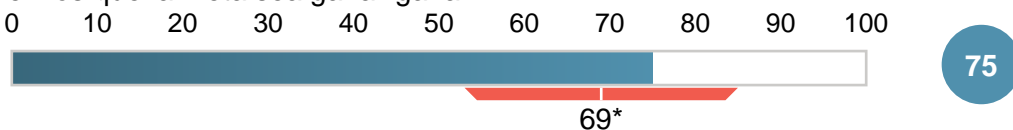
**4. CAMBIO FRECUENTE** - Cambiar de tarea constantemente y estar disponible cuando se le solicite dejar lo que está haciendo para hacerse cargo de un proyecto nuevo.



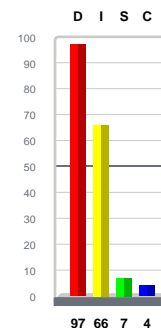
**5. INTERACCIÓN FRECUENTE CON LOS DEMÁS** - Encontrarse en un ambiente que conlleve muchas interrupciones no es un problema, pues procura ser amigable con todos.



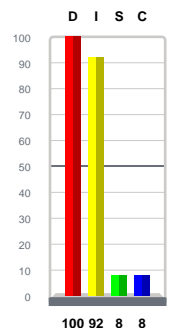
**6. ORIENTACIÓN A LAS PERSONAS** - Emplear la mayor parte del tiempo con un grupo heterogéneo de personas para lograr resultados en los que la meta sea ganar-ganar.



Respuesta al Medio Ambiente



Estilo Básico



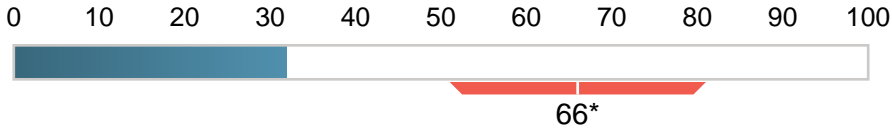
\* El 68% de la población cae dentro de este rango.





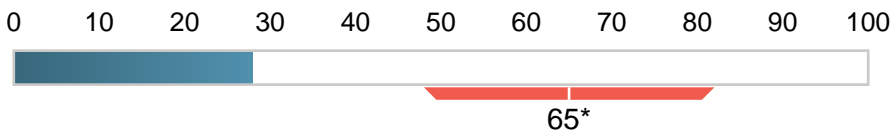
# JERARQUÍA CONDUCTUAL

**7. RELACIÓN CON EL CLIENTE** - Un deseo para demostrar un interés sincero en ellos.



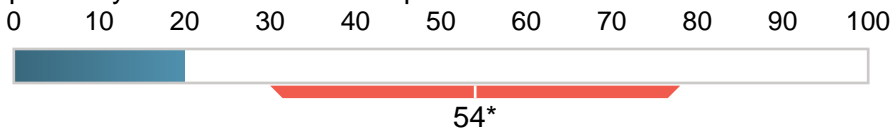
32

**8. CONSISTENCIA** - La habilidad de realizar un trabajo siempre de la misma manera.



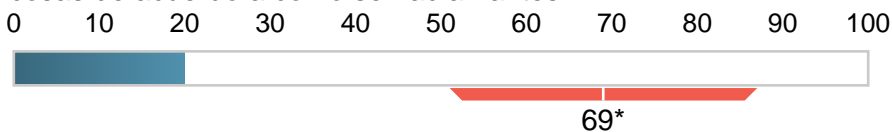
28

**9. ANÁLISIS DE DATOS** - La información se mantiene de manera precisa y se evalúa cada vez que sea necesario.



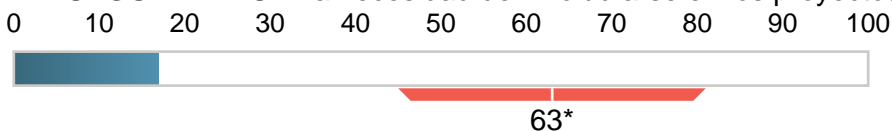
20

**10. SEGUIMIENTO DE POLÍTICAS** - Hacer las cosas de acuerdo a las políticas de la empresa, si éstas no están bien definidas, hacer las cosas de acuerdo a como se hacían antes.



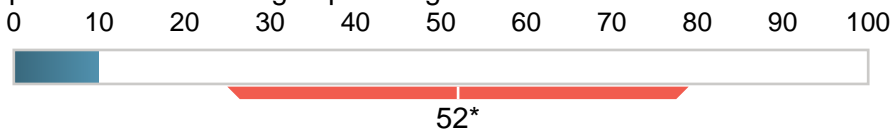
20

**11. SEGUIMIENTO** - La necesidad de involucrarse en los proyectos.



17

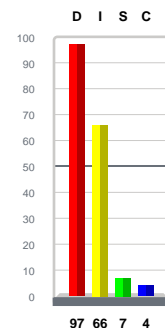
**12. LUGAR DE TRABAJO ORGANIZADO** - Sistemas y procedimientos a seguir para llegar al éxito.



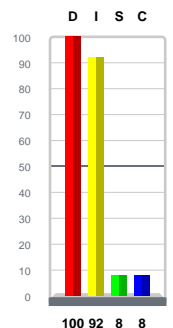
10



Respuesta al Medio Ambiente



Estilo Básico



SIA: 97-66-07-04 (11) SIN: 100-92-08-08 (12)  
\* El 68% de la población cae dentro de este rango.

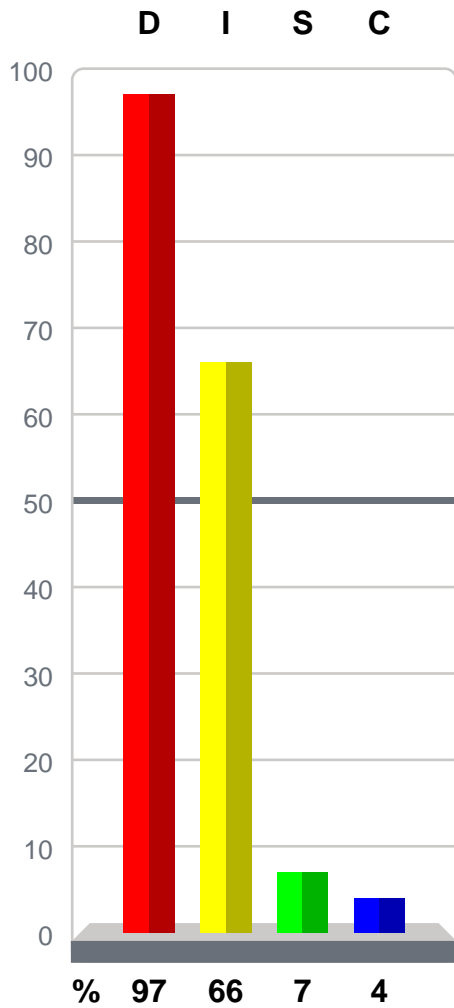


# GRAFICAS STYLE INSIGHTS®

31/1/2018

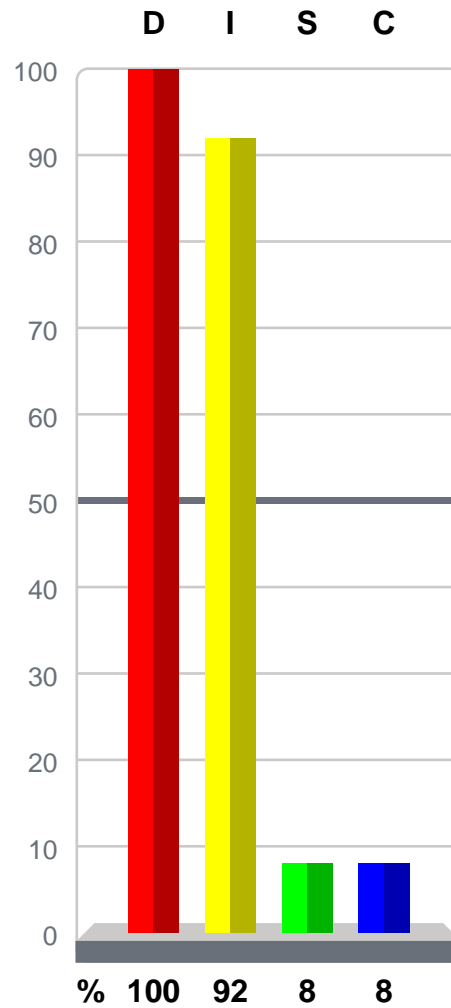
## Respuesta al Medio Ambiente

### Gráfico I



## Estilo Básico

### Gráfico II



Norma española-américas 2014 R4



## RUEDA DE PERFIL PERSONAL SUCCESS INSIGHTS® WHEEL

La Rueda de Perfil Personal es una poderosa herramienta muy popular en el mundo. Además de la información donde se le explica a detalle su comportamiento, la Rueda le ofrece una representación visual que le permite a usted:

- Observar su estilo de comportamiento natural (círculo).
- Observar su estilo de comportamiento adaptado (estrella).
- Darse cuenta de cuánto está adaptando su comportamiento.
- Si cuenta con el reporte del Perfil de Comportamiento del Puesto, puede ver la relación de su comportamiento con su trabajo.

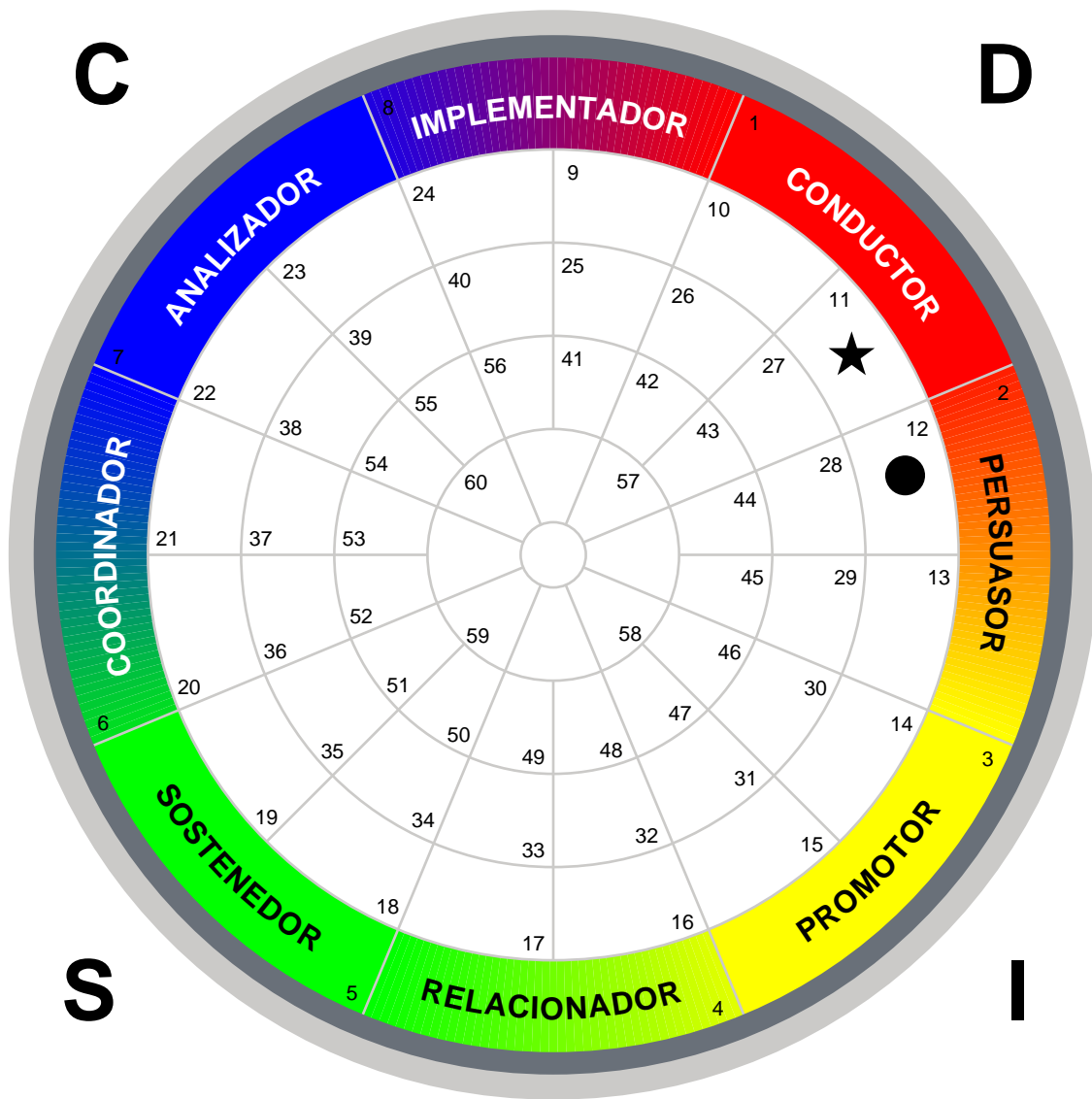
Ubique en la página siguiente su estilo Natural (círculo) y su estilo Adaptado (estrella). Ambos están colocados en la Rueda. Si se encuentran ubicados en zonas diferentes, significará que usted está adaptando su comportamiento. La distancia entre ambas figuras muestra cuánto está adaptando su conducta y cuánto esfuerzo esto le representa.

Si es parte de un grupo o equipo cuyos miembros también hayan realizado la evaluación de comportamiento DISC, puede sacar aún más provecho del reporte. Ubicando el comportamiento de cada uno de ellos dentro de la Rueda, podrá darse cuenta de la variedad de comportamientos que conforman el equipo. Existe una función en el sistema de Success Insights que permite realizar Gráficas de las Ruedas de Equipo, ubicando tanto el comportamiento natural como el adaptado de cada miembro. Esto permite darse cuenta de manera rápida de las posibles áreas de conflicto. También podrá identificar si la comunicación, la comprensión y integración del mismo pueden incrementarse.



# RUEDA DE PERFIL PERSONAL SUCCESS INSIGHTS® WHEEL

31/1/2018



Adaptado: ★ (11) CONDUCTOR PERSUASIVO  
Natural: ● (12) PERSUASOR CONDUCTIVO

Norma española-américas 2014 R4

T: 8:00

John Doe



# Entendiendo tus Fuerzas Impulsoras

Eduard Spranger definió seis tipos primarios o categorías para definir la motivación humana. Estas seis categorías son: Teórico, Utilitario, Estético, Social, Individualista y Tradicional.

TTI SI profundizó en el trabajo original de Spranger, y con base en él se definieron 12 Fuerzas Impulsoras. Las 12 Fuerzas Impulsoras se establecen al observar cada motivador de manera integral y continua, describiendo sus dos vertientes. Los doce descriptores se basan en seis palabras clave, una para cada motivador. Éstas son: Conocimiento, Utilidad, Ambiente, Personas, Poder y Metodologías.

Aprenderá a explicar, esclarecer y profundizar en las fuerzas impulsoras que guían su vida. Este reporte lo motivará a desarrollar fortalezas únicas, con las que usted puede contribuir tanto en su entorno personal como profesional. Sabrá cómo sus pasiones, derivadas de las doce fuerzas impulsoras, definen su visión y le ofrecerá una comprensión más precisa sobre lo que lo único como persona.

Por favor, ponga especial atención a sus cuatro fuerzas impulsoras más altas, pues son las que muestran lo que lo motivan a actuar. Cuando analice las siguientes cuatro, se dará cuenta de la importancia que tienen para usted, pero únicamente en situaciones determinadas. Por último, cuando revise las fuerzas impulsoras más bajas, podrá identificar elementos con los que usted es indiferente o que quiere evitar totalmente.

Cuando haya revisado este reporte tendrá un mejor entendimiento de las áreas clave de the Science of Self™ y podrá:

- Entender el papel que juegan sus fuerzas impulsoras en su carrera y en sus relaciones
- Aplicar el conocimiento que tendrá sobre sus fuerzas impulsoras en sus relaciones y en su desempeño laboral
- Tener una visión más clara sobre la dirección que tiene su vida, y podrá satisfacer mejor tanto su entorno personal como profesional.



## Características Generales

*Este reporte, generado a partir de sus respuestas, le permitirá entender POR QUÉ HACE LO QUE HACE. Estas declaraciones indican la motivación con la que contribuye al trabajo. Sin embargo, podría tener un conflicto consigo mismo cuando se contrapongan dos fuerzas impulsoras. Revise estas características generales para obtener una mejor comprensión de sus fuerzas impulsoras.*

John se esforzará en un ambiente caótico. Él puede distinguir y separar los aspectos personales y profesionales de las personas con las que se relaciona. Él distinguirá y separará los diferentes aspectos de una situación para seguir avanzando. Él utiliza métodos ya probados para cumplir sus objetivos. John ve la importancia de seguir un sistema y la manera de aplicarlo en los negocios. Cuando John cree en una causa trabajará diligentemente para llevarla a cabo. Cuando sea necesario John será asertivo para mantener la situación bajo control. Él se esforzará por mantener su individualidad en ambientes grupales. John se siente cómodo iniciando un proyecto antes de haber reunido toda la información necesaria. Él verá y utilizará el conocimiento como un recurso o medio necesario para conseguir lo que se propone. Él evalúa la situación y puede que no sienta la necesidad de obtener un retorno de la inversión. Su intención de ayudar lo define en cada caso.

John dará prioridad al aspecto funcional antes que a la imagen. Él no se distrae por la forma ni por la belleza del entorno. Él será muy colaborador con quienes compartan sus ideas. Lo impulsa la seguridad y consistencia de los sistemas al interior de la organización. John puede llenarse de energía con el reconocimiento público. A John le apasiona crear algo que tenga un impacto duradero. Él investigará si el tema le apasiona. Él está enfocado en el manejo de temas prácticos más que en la búsqueda del conocimiento. John puede considerar que el dinero es un instrumento necesario para medir el éxito. Él tiende a ofrecer su tiempo, talento y recursos y a la vez valora obtener un retorno por esa inversión. Él puede intentar ayudar a que las personas se sobrepongan a la adversidad. Él será generoso con su tiempo, la investigación y la información si el objetivo se ajusta a sus intereses personales.



## Características Generales

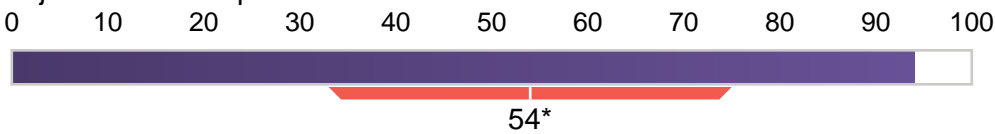
John desea ayudar a los demás si es que están dispuestos a trabajar intensamente para conseguir sus objetivos. Él puede cumplir con lo que tiene que hacer por el hecho de cumplir. Él buscará para solucionar o hacer frente a temas inmediatos. Él busca alcanzar posiciones de liderazgo. John respaldará a las organizaciones que se distingan por mantener creencias comunes. Él adoptará y protegerá sus principios y convicciones para asegurar la consistencia en toda la organización. Él se enfocará en el aspecto práctico antes que en lo armónico de una situación. Él puede enfocarse en lo que tiene que hacer sin importar lo que sucede alrededor.



# Fuerzas Impulsoras Primarias

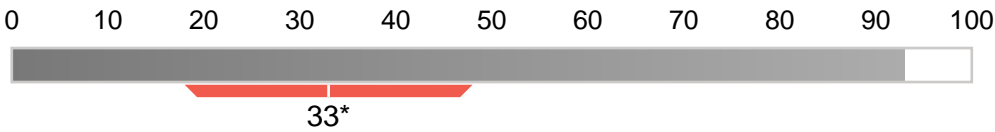
Sus fuerzas impulsoras más elevadas definen qué es lo que motiva sus acciones. Si se concentra en ellas como grupo en vez de analizarlas de manera individual, podrá crear combinaciones únicas de los factores específicos para usted. Si la puntuación entre ellos es muy cercana, usted podrá hacer uso de cualquiera de ellos. Considere la fuerza con la que usted se pueda relacionar más y observe cómo sus otras fuerzas primarias pueden servir de apoyo o complemento para crear su fuerza impulsora única.

**1. Objetivos** - Personas que se sienten impulsadas por la funcionalidad y la objetividad de lo que las rodea.



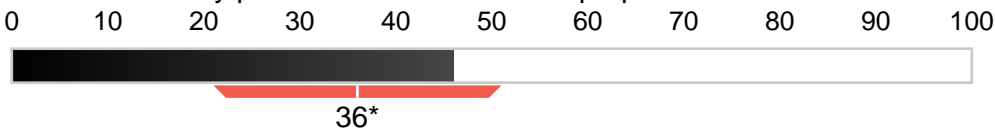
94

**2. Estructurados** - Personas que sienten impulsadas por enfoques tradicionales, métodos comprobados y sistemas de vida definidos o establecidos.



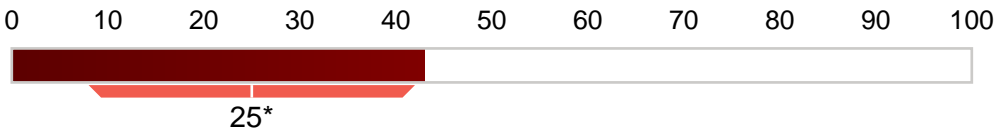
93

**3. Imperativos** - Personas que sienten impulsadas por el estatus, el reconocimiento y por tener control sobre su propia libertad.



46

**4. Instintivos** - Personas que se sienten impulsadas a recurrir a sus experiencias previas, su intuición y a buscar conocimientos específicos sólo cuando sea necesario.



43

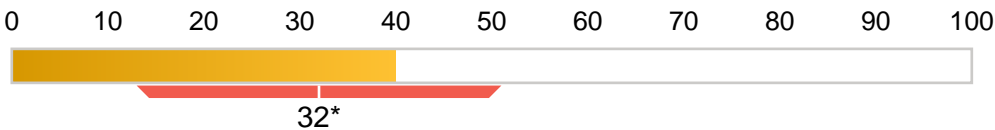




# Fuerzas Impulsoras Situacionales

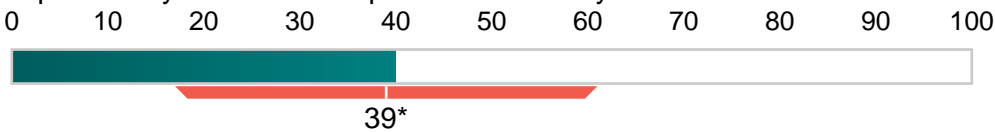
Sus fuerzas impulsoras medias constituyen un grupo de impulsores que entran en juego de manera situacional. No son tan importantes como las primarias, pero puede influir en sus acciones en determinados escenarios.

**5. Desinteresados** - Personas que se sienten impulsadas a concluir lo que tienen que hacer, en aras de un bien mayor o bien común, sin esperar algo a cambio.



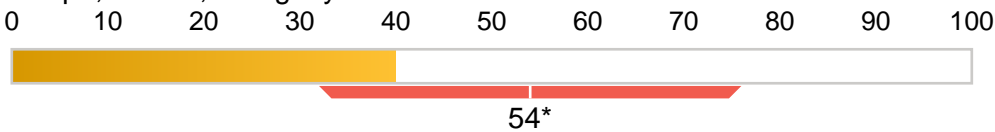
40

**6. Intencionales** - Personas que sienten impulsadas a ayudar a otros en casos específicos y no solamente por el hecho de ayudar.



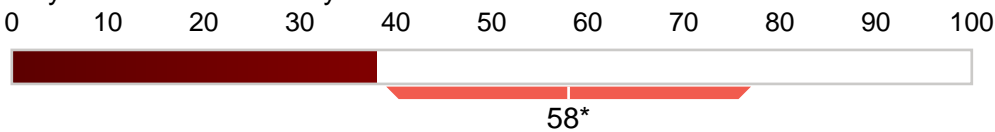
40

**7. Prácticos** - Personas que se sienten impulsadas por los resultados prácticos, maximizan tanto la eficiencia como el retorno de su inversión en tiempo, talento, energía y recursos.



40

**8. Intelectuales** - Personas que se sienten impulsadas a aprender, a adquirir mayores conocimientos y a descubrir la verdad de las cosas.



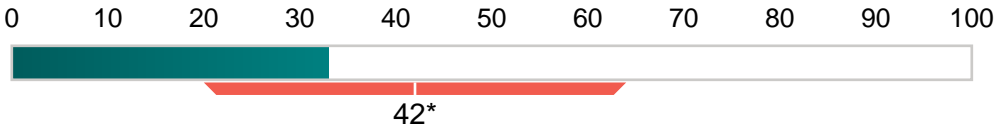
38



## Fuerzas Impulsoras Indiferentes

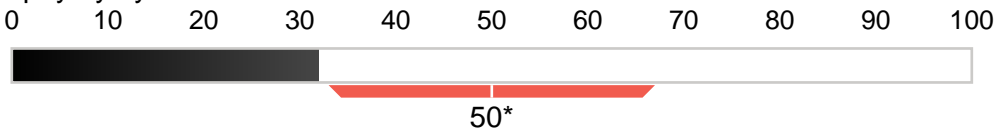
Podría sentir indiferencia en relación con alguna o con todas las fuerzas de este grupo. Sin embargo, estos factores podrían provocarle una reacción adversa cuando interactúe con personas que los tengan como fuerzas impulsoras primarias.

**9. Altruistas** - Personas que sienten impulsadas por la satisfacción de ayudar a los demás.



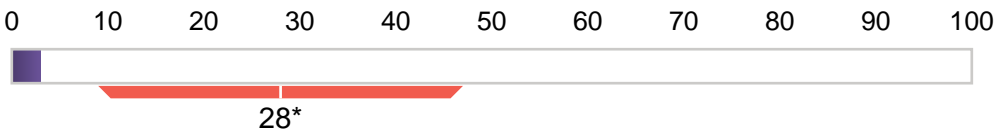
33

**10. Colaboradores** - Personas que sienten impulsadas por ejercer un rol de apoyo y ayuda sin demandar reconocimiento.



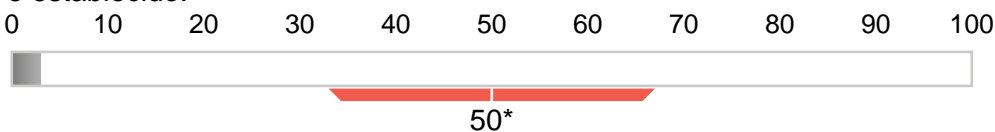
32

**11. Armoniosos** - Personas que se sienten impulsadas por vivir la experiencia, por tener puntos de vista subjetivos y por el equilibrio de su entorno.



0

**12. Receptivos** - Personas que sienten impulsadas por las nuevas ideas, métodos y oportunidades que no se circunscriban a un sistema de vida definido o establecido.



0

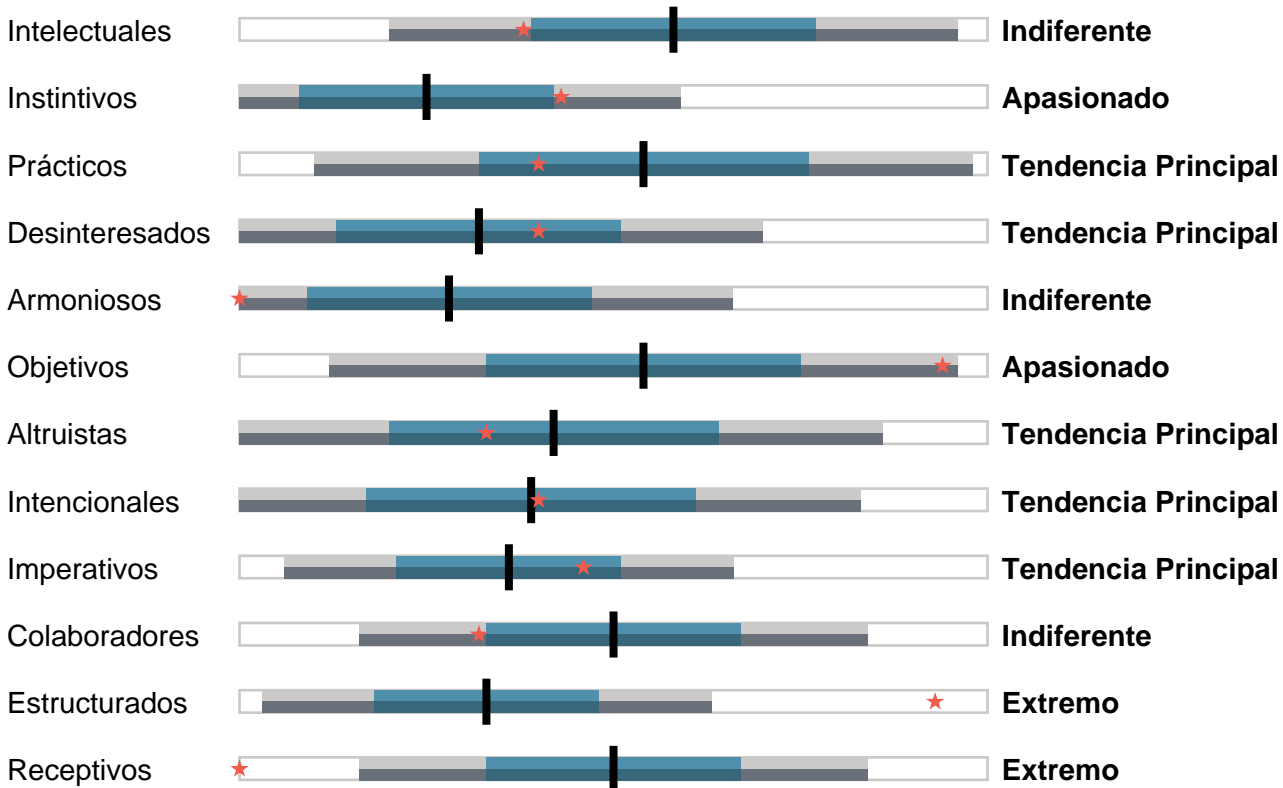


# Áreas de Conciencia

Seguramente ha escuchado frases como "a cada quien su cada cual" o "las personas hacen las cosas por sus propias razones, no las suyas." Si se rodea de gente que comparta sus mismas fuerzas impulsoras, podrá adaptarse fácilmente y hacer que el grupo tenga más energía. Sin embargo, si se junta con personas que tengan fuerzas impulsoras significativamente diferentes, podrá ser percibido como una persona que está fuera de lugar. Estas diferencias puede provocar estrés o conflictos.

Esta sección muestra aquellas áreas en las que sus fuerzas impulsoras pueden no adaptarse bien o provocar conflictos. Si tiene una fuerza impulsora muy encima de la media, las personas podrán identificar mejor su pasión sobre esa fuerza impulsora en específico. De igual manera, si tiene una fuerza impulsora muy por debajo de la media, los demás podrán notar que es indiferente o que prefiere evitar situaciones relacionadas con esa fuerza impulsora. El área sombreada para cada fuerza impulsora representa el 68 por ciento de la población que cae dentro de una desviación estándar por arriba o por debajo de la media nacional.

## TABLA DE NORMAS Y COMPARACIONES - Norma española-américas 2014

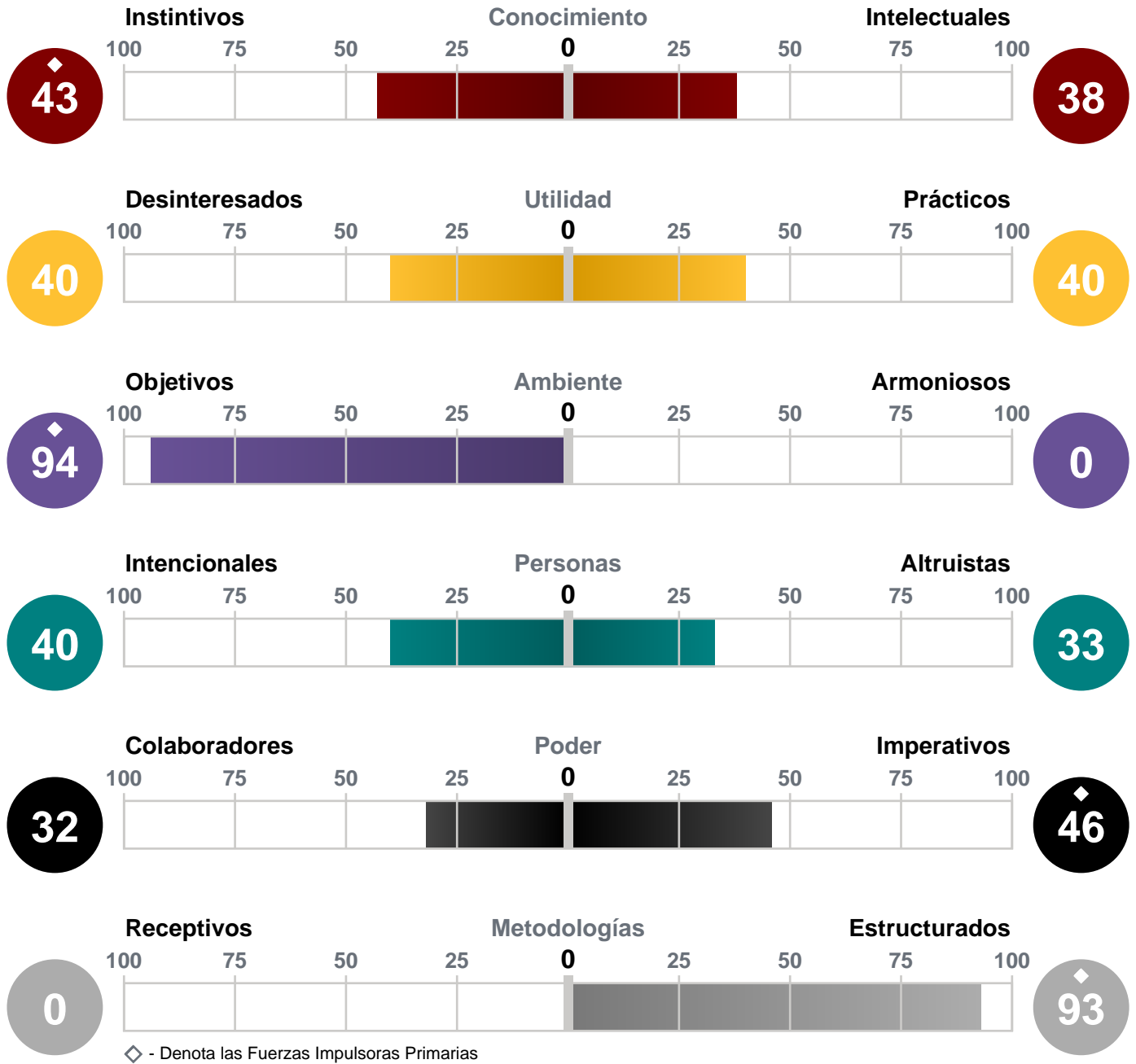


■ - 1a Desviación Estándar - ■ - media ★ - su puntaje  
■ - 2a Desviación Estándar  
□ - 3a Desviación Estándar

**Tendencia principal** - una desviación estándar de la media  
**Apasionado** - dos desviaciones estándares arriba de la media  
**Indiferente** - dos desviaciones estándares debajo de la media  
**Extremo** - tres desviaciones estándares de la media

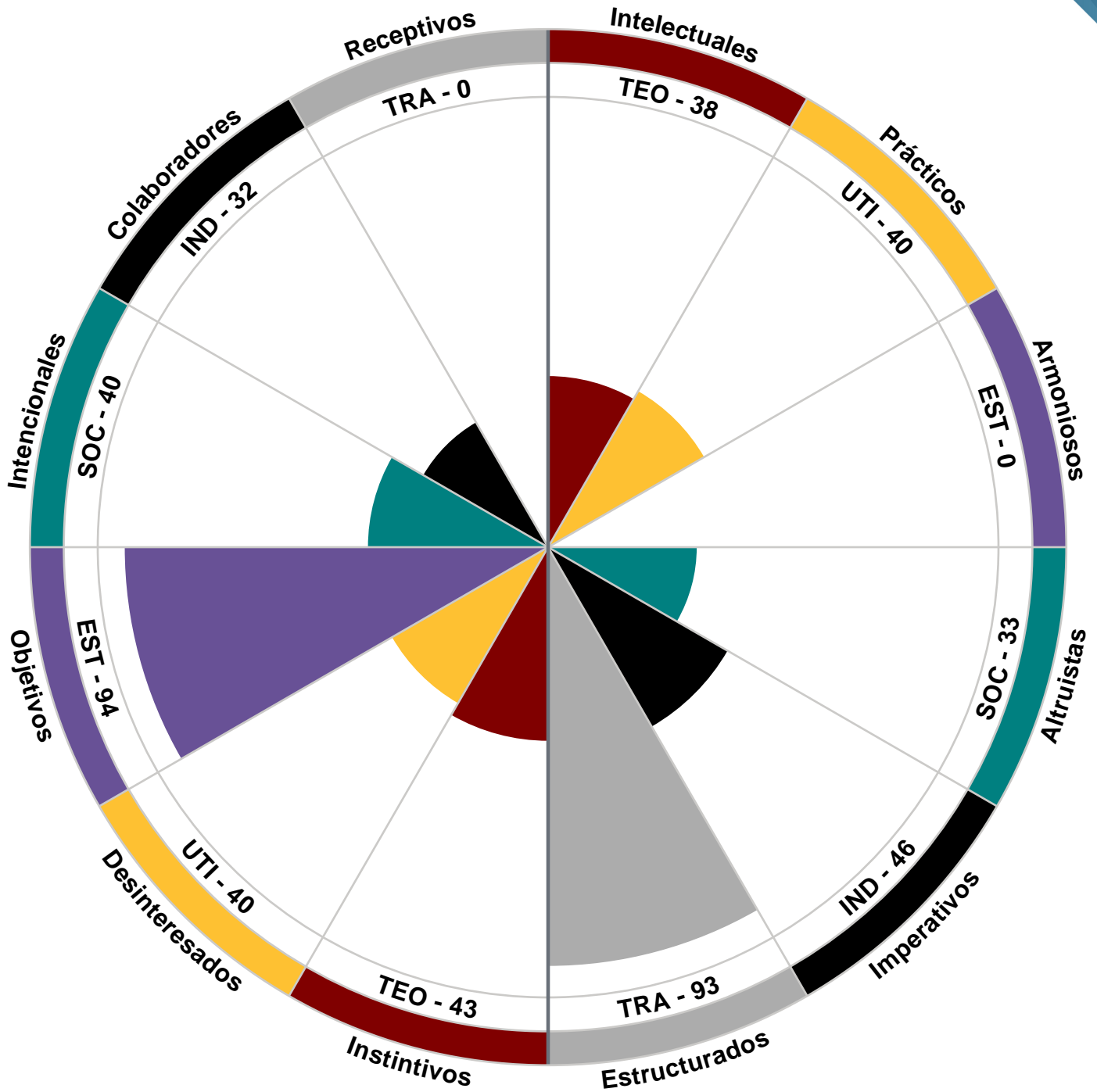


# Gráfica de las Fuerzas Impulsoras



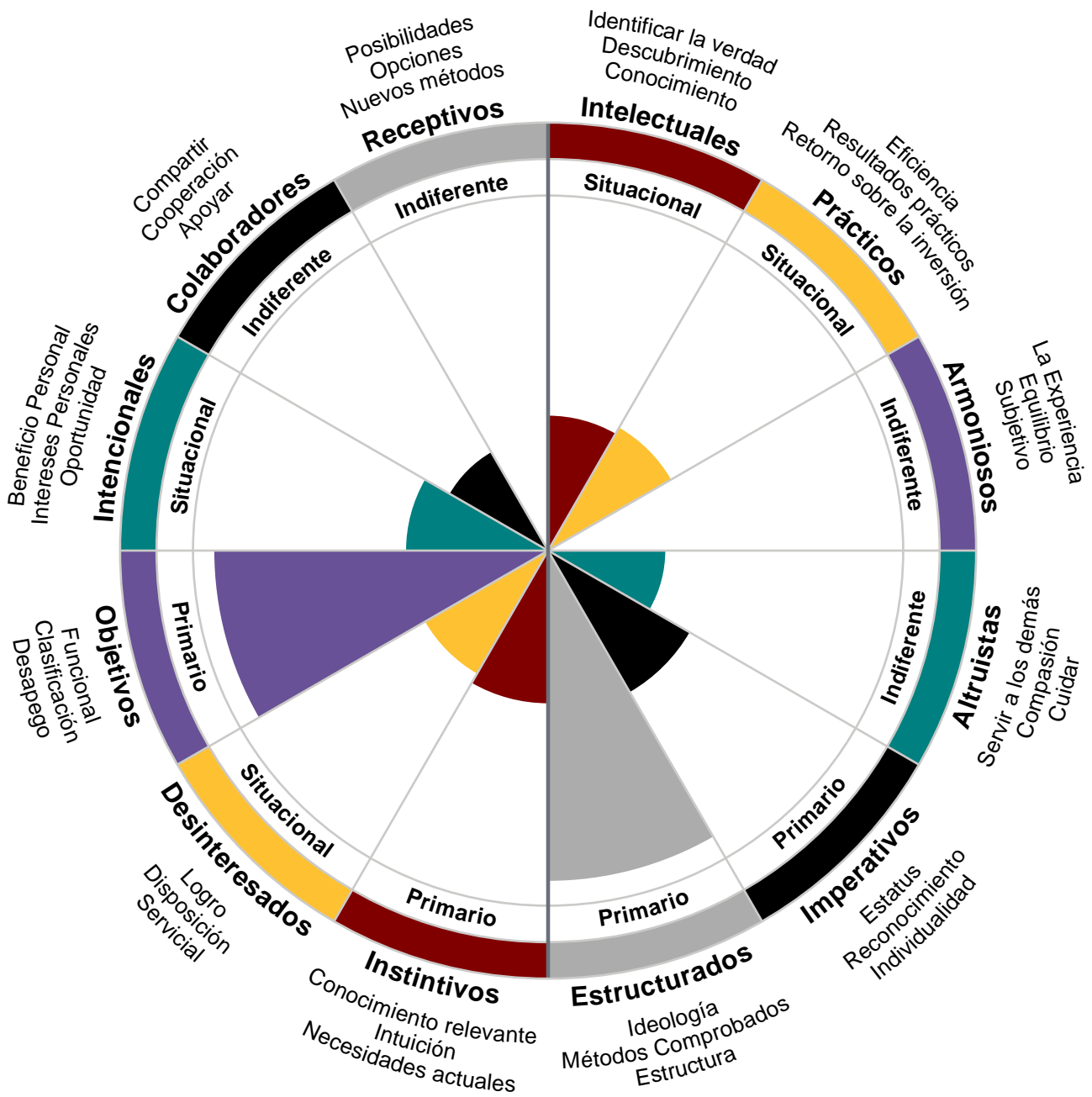


# Rueda de las Fuerzas Impulsoras





# Rueda de los Descriptores





# INTRODUCCIÓN

## Integración de los Comportamientos y las Fuerzas Impulsoras

El poder principal detrás del incremento en la satisfacción que experimentas en el trabajo y el desarrollo se deriva de la integración de tus comportamientos y tus fuerzas impulsoras. Individualmente, cada una tiene una potencia muy fuerte para poder modificar tus acciones, pero la sinergia de integrarlas te lleva a nivel completamente diferente.

### En esta sección usted encontrará:

- Posibles fortalezas de su comportamiento y sus motivadores
- Conflicto potencial entre sus motivadores y su comportamiento
- Ambiente ideal
- Claves para motivar
- Claves para dirigir



## FORTALEZAS POSIBLES: COMPORTAMIENTO Y LOS MOTIVADORES

*Esta sección describe las fortalezas potenciales de John que se derivan de la integración de su estilo de comportamiento y sus 4 fuerzas impulsoras principales. Identifica 3 ó 4 en las que deben enfocarse y reconocerla para incrementar su nivel de satisfacción*

- Es visto como un líder que se enfoca en la funcionalidad
- Es un innovador independiente que se enfocará en que las cosas funcionen antes que en la imagen
- Puede asumir una posición de liderazgo para enfocarse en aspectos específicos de la organización
- Coloca todo el empeño por la causa en la que cree
- Lograr vencer en una causa y estará concentrado en lograr unos resultados bien definidos de acuerdo a un sistema de vida
- Vive de acuerdo a un sistema y hará cualquier cosa para protegerlo
- No lo distraen fácilmente los contratiempos
- Una persona que influye fuertemente
- Enfocado en los resultados cuando dirige a los demás
- Demuestra tener un enfoque " justo a tiempo"
- Toma acción para obtener respuestas a sus preguntas sin quedarse estancado entre tanta información
- Opina apropiadamente sobre diversidad de temas.





## POTENCIAL CONFLICTO: COMPORTAMIENTO Y DE MOTIVADORES

*Esta sección describe los potenciales conflictos que se pueden generar por medio de la integración del estilo de comportamiento y las 4 fuerzas impulsoras principales de John. Identifica los 2 ó 3 en los que debe enfocarse para minimizarlos de manera que se eleve su nivel de desempeño.*

- Desea que funcione y obtener resultados inmediatos
- Puede tener dificultades para establecer relaciones estrechas con sus pares cuando se mantiene enfocado constantemente en los resultados
- No siempre se gana aunque disfrute trabajando en medio del caos.
- Podría romper las reglas de los demás con tal de permanecer en su sistema
- Su deseo por resultados mejores podría entrar en conflicto con su sistema de vida y la manera como establece la obtención de los mismos
- No está dispuesto a considerar otros puntos de vista
- Podría no darse cuenta de las consecuencias negativas de sus decisiones precipitadas
- Tiene que ser el mejor jugador, si es posible el líder, y podría perder las oportunidades de obtener los beneficios que ofrece el estar en diferentes posiciones dentro de un equipo
- Puede establecer estándares muy elevados para consigo mismo
- Impaciente por conseguir información y por lo tanto puede confiar en su experiencia previa
- Su habilidad para completar una tarea puede disminuir cuando se frustra por el nivel de experiencia de los demás
- La necesidad de conseguir la información correcta y la necesidad de hacer todo bien y ahora.



## AMBIENTE IDEAL

*Las personas se comprometen más y son más productivas cuando su ambiente laboral es compatible con las declaraciones de esta sección. Esta sección identifica el ambiente de trabajo ideal sobre la base del estilo conductual y de las cuatro fuerzas impulsoras. Utiliza esta sección para definir las responsabilidades específicas que John va a disfrutar.*

- Un entorno en el que mantener el curso de las cosas es crítico y recompensado.
- Libertad para enfocarse en lo práctico más que en la imagen.
- La capacidad para separar y no mezclar los temas al enfrentar retos y buscar resultados.
- Un lugar apropiado para desafiar las reglas con las que no esté de acuerdo.
- Oportunidad para diseñar un sistema más ágil, rápido y mejor
- Un ambiente que conlleve a la persona a un sistema para resolver problemas y tomar decisiones
- Oportunidad para expresar asertivamente su deseo de controlar su propio destino y potencialmente el de los demás
- Gerencia que aprecie y recompense el poder de tomar riesgo
- Un ambiente donde la competencia y los logros se visto como el ideal
- Proyectos y preguntas nuevas y retadoras.
- La capacidad para ser directo e incisivo para buscar la información específica requerida para resolver problemas.
- La capacidad para dirigir los resultados en función a sus instintos.



## CLAVES PARA MOTIVAR

*Todas las personas son diferentes y se motivan de diversa manera. Esta sección del reporte se ha generado a partir del análisis de los impulsores. Revise con John cada una de las declaraciones e identifique qué desea actualmente.*

### John quiere:

- Libertad para no mezclar los temas al resolver problemas
- Que las cosas se hagan rápidamente y con el sentido práctico y funcional más elevado.
- Ser visto como alguien al que le apasiona obtener resultados aún en un ambiente de caos.
- Un gerente y un equipo que comprenda cuando su sistema sea desafiado, la discusión sobre el mismo puede derivar en agresión
- Que todos los sistemas y estructuras sean eficientes y favorezcan la obtención de los resultados deseados
- Un reto para convencer a los demás a su propia manera de pensar
- Espacio y latitud para hacer lo que se tenga que hacer para lograr algo
- Liderar un equipo que entienda la importancia del corto plazo y de pensar y actuar rápidamente.
- Habilidad para crear, compartir y controlar la visión
- Información relevante esquematizada para su propio uso.
- Problemas que reten al máximo su conocimiento y capacidad intuitiva
- Información necesaria a su alcance para vencer los desafíos.



## CLAVES PARA DIRIGIR

*Esta sección muestra las necesidades que deben ser satisfechas para que John se desempeñe de manera óptima. Algunas de éstas puede ser satisfechas por uno mismo, mientras que otras deben ser provistas por la gerencia. Es difícil lograr un nivel de motivación cuando las necesidades básicas de gestión no se cumplen. Revisa la lista con John e identifica las 3 ó 4 declaraciones que le resulten más importantes. Esto permitirá que desarrollen un plan personalizado.*

### John necesita:

- Entender el ritmo óptimo de cada miembro del equipo para mantener el momentum/impulso.
- Establecer expectativas claras para el equipo para poder obtener resultados específicos.
- Ayuda para entender el impacto que su energía emocional causa en el equipo
- Apoyarle de manera apropiada en cómo muestra su pasión por la forma como deben hacerse las cosas
- Un jefe que comprenda que su naturaleza potencialmente explosiva es independiente de su deseo de ganar y lograr los objetivos dentro del sistema
- Apoyar su deseo de conseguir resultados a través de un sistema de vida
- Libertad para determinar cómo deben perseguirse los resultados
- Cooperación para delimitar sus funciones para evitar que se involucre en demasiados proyectos
- Comprender que no todos los problemas deben ser abordados de la misma manera
- Manejar información necesaria para lograr los resultados deseados.
- Entender que algunas batallas se ganan tanto con conocimiento como también con intuición.
- Demostrar paciencia con las personas que aún siguen aprendiendo lo que él ya sabe.



## PLAN DE ACCIÓN

Los siguientes puntos son ejemplos de áreas en las cuales Ud. puede desear efectuar una mejora. Haga un círculo alrededor de una a tres áreas y desarrolle el(los) plan(es) de acción con el fin de obtener los resultados deseados. Lea a detalle su reporte e identifique aquellas posibles áreas que necesitan una mejora.

- Servicio al Cliente
- Prospección
- Preparación
- Presentación
- Gestión de Objeciones
- Cierre
- Conocimiento del producto
- Objetivos
- Relaciones interpersonales
- Otros

Área: \_\_\_\_\_

- 1.
- 2.
- 3.

Área: \_\_\_\_\_

- 1.
- 2.
- 3.

Área: \_\_\_\_\_

- 1.
- 2.
- 3.

Fecha de Inicio: \_\_\_\_\_ Fecha de Finalización: \_\_\_\_\_