



**رفتارشناسی مشتری در فروش
با مدل جهانی DISC**

نویسندگان:

نوشین منوچهری

دکتر علی غفارهاشمی



رفتارشناسی مشتری در فروش

با مدل جهانی DISC

نویسنده: نوشین منوچهری / دکتر علی غفارهاشمی

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۳۱-۲۵۸-۹

ناشر: انتشارات میعاد اندیشه	صفحه آرا: عرفان رفیعی برزکی
نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۹	شمارگان: ۱۰۰۰
تلفن انتشارات: ۰۹۱۲۵۱۲۰۰۶۷ - ۰۲۱۶۶۰۱۷۴۴۸	قیمت: ۱۵۰,۰۰۰ ریال
	۰۲۱۶۶۰۱۴۷۹۷ - ۰۲۱۶۶۰۱۷۴۴۸

همه ی حقوق مادی و معنوی این اثر برای مولف محفوظ است.
تکثیر و انتشار این اثر به هر صورت، از جمله بازنویسی، فتوکپی، ضبط الکترونیکی و ذخیره در سیستم های بازیابی و پخش، بدون دریافت مجوز کتبی و قبلی از مولف به هر شکلی ممنوع است. این اثر تحت حمایت «قانون حمایت از حقوق مولفان، مصنفان و هنرمندان ایران» قرار دارد

به نام خداوند لوح و قلم
حقیقت‌نگار وجود و عدم

فهرست مطالب

۹	آشنایی با نویسندگان کتاب.....
۱۱	پیشگفتار.....
۱۴	مقدمه.....
۱۷	فصل اول.....
۱۷	ارتباط و دیگر هیچ.....
۱۹	۱-۱- تعریف ارتباط و مهارت‌های ارتباطی چیست؟.....
۲۰	۱-۲- چرا ارتباط با دیگران و مهارت‌های ارتباطی دارای اهمیت هستند؟.....
۲۲	۱-۳- رفتار چیست؟.....
۲۲	۱-۴- رفتارشناسی مشتری چه اهمیتی در کسب‌وکار دارد؟.....
۲۳	۱-۵- DISC و تاریخچه آن.....
۲۴	۱-۶- با مدل DISC بیشتر آشنا شویم.....
۲۷	۱-۷- تیپ رفتاری خوب؛ تیپ رفتاری بد.....
۲۸	۱-۸- کاربردهای متفاوت مدل جهانی DISC.....
۸۲	۱-۹- توسعه مهارت‌های ارتباطی، تضمین‌کننده موفقیت شما در زندگی شخصی و کاری است.....
۳۱	فصل دوم.....
۳۱	تیپ رفتاری D.....
۳۳	۲-۱- داستان آقای مولر؛ او یک D کنترل نشده است!.....
۳۴	۲-۲- آشنایی عمومی با تیپ رفتاری D.....

۲-۳- با شاخص‌های مثبت رفتاری تیپ D آشنا شوید..... ۳۴

۲-۴- با شاخص‌های منفی رفتاری تیپ D آشنا شوید..... ۳۶

۲-۵- D ها در روابط شخصی و خانوادگی..... ۳۷

۲-۶- D ها در روابط اجتماعی و کاری..... ۳۷

۲-۷- چگونه می‌توان شاخص‌های منفی این تیپ رفتاری را مدیریت کرد؟..... ۳۹

۲-۸- داستان خانم سارا؛ او یک D کنترل شده است!..... ۴۰

فصل سوم..... ۴۳

تیپ رفتاری I..... ۴۳

۳-۱- داستان خانم جولیا؛ او یک I کنترل نشده است!..... ۴۵

۳-۲- آشنایی عمومی با تیپ رفتاری I..... ۴۶

۳-۳- با شاخص‌های مثبت رفتاری تیپ I آشنا شوید..... ۴۶

۳-۴- با شاخص‌های منفی رفتاری تیپ I آشنا شوید..... ۴۷

۳-۵- I ها در روابط شخصی و خانوادگی..... ۴۸

۳-۶- I-ها در روابط اجتماعی و کاری..... ۴۹

۳-۷- چگونه می‌توان شاخص‌های منفی این تیپ رفتاری را مدیریت کرد؟..... ۵۰

۳-۸- داستان آقای کیوین؛ او یک I کنترل شده است!..... ۵۲

فصل چهارم..... ۵۳

تیپ رفتاری S..... ۵۳

۴-۱- داستان آقای برنارد؛ او یک S کنترل نشده است!..... ۵۵

۴-۲- آشنایی عمومی با تیپ رفتاری S..... ۵۶

۴-۳- با شاخص‌های مثبت رفتاری تیپ S آشنا شوید..... ۵۷

۴-۴- با شاخص‌های منفی رفتاری تیپ S آشنا شوید..... ۵۷

۴-۵- S ها در روابط شخصی و خانوادگی..... ۵۹

۴-۶- S ها در روابط اجتماعی و کاری..... ۶۰

۴-۷- چگونه می‌توان شاخص‌های منفی این تیپ رفتاری را مدیریت کرد؟..... ۶۲

۴-۸- داستان خانم سارا؛ او یک S کنترل شده است!..... ۶۳

۶۵	فصل پنجم.....
۶۵	تیپ رفتاری C.....
۶۷	۵-۱- داستان خانم بتی؛ او یک C کنترل نشده است!.....
۶۸	۵-۲- آشنایی عمومی با تیپ رفتاری C.....
۶۹	۵-۳- با شاخص‌های مثبت رفتاری تیپ C آشنا شوید.....
۷۰	۵-۴- با شاخص‌های منفی رفتاری تیپ C آشنا شوید.....
۷۱	۵-۵- C ها در روابط شخصی و خانوادگی.....
۷۲	۵-۶- C ها در روابط اجتماعی و کاری.....
۷۴	۵-۷- چگونه می‌توان شاخص‌های منفی این تیپ رفتاری را مدیریت کرد؟.....
۷۵	۵-۸- داستان آقای دیوید؛ او یک C کنترل شده است!.....
۷۷	فصل ششم.....
۷۷	رفتارشناسی مشتری در فروش با مدل جهانی DISC.....
۷۹	۶-۱- تعریف مشتری و تیپ رفتاری مشتری.....
۸۰	۶-۲- اهمیت شناسایی و تحلیل تیپ رفتاری مشتری در کسب‌وکار.....
۸۱	۶-۳- شناسایی و بررسی تیپ رفتاری مشتری D.....
۸۲	۶-۴- روش تعامل با مشتری D در زمان فروش.....
۸۴	۶-۵- شناسایی و بررسی تیپ رفتاری مشتری I.....
۸۵	۶-۶- روش تعامل با مشتری I در زمان فروش.....
۸۶	۶-۷- شناسایی و بررسی تیپ رفتاری مشتری S.....
۸۷	۶-۸- روش تعامل با مشتری S در زمان فروش.....
۸۹	۶-۹- شناسایی و بررسی تیپ رفتاری مشتری C.....
۸۹	۶-۱۰- روش تعامل با مشتری C در زمان فروش.....
۹۲	منابع.....

آشنایی با نویسندگان کتاب

سرکار خانم نوشین منوچهری متولد ۱۳۶۲؛ بنیان‌گذار و رئیس هیئت‌مدیره شرکت «رهپویان هفت ستاره آسمان» و رئیس دپارتمان توانمندسازی بانوان؛ دانش‌آموخته کارشناسی ارشد دبیری تاریخ؛ دارای مدرک MBA با گرایش بازاریابی و مدرک MBA با گرایش کسب‌وکار بین‌الملل و دارای گواهینامه آینده‌پژوهی؛ با بیش از ۱۰ سال فعالیت در حوزه فروش و بازاریابی؛ مدرس و مربی فروش و برنامه‌ریزی فروش، مربی رفتارشناسی DISC و تحلیل‌گر تست DISC.

آقای دکتر علی غفاره‌اشمی متولد ۱۳۴۹؛ بنیان‌گذار و مدیرعامل شرکت «رهپویان هفت ستاره آسمان»؛ عضو انجمن تحقیقات کشور هند و آکادمی بازاریابی اروپا و همچنین باشگاه مدیران ایران؛ دکترای حرفه‌ای مدیریت کسب‌وکار از دانشگاه کارناتا‌کای کشور هند؛ کارشناس ارشد مهندسی نرم‌افزار؛ مدرک MBA با گرایش مدیریت استراتژیک و مدرک MBA با گرایش مدیریت بازاریابی؛ دارای گواهینامه مدیریت دانش؛ دارای گواهینامه مربیگری DISC؛ گواهینامه UML؛ گواهینامه آنلاین مارکتینگ با بیش از ۲۰ سال فعالیت در زمینه‌های مختلف مدیریتی؛ مؤلف کتاب در زمینه‌های فروش و

بازاریابی و گیمیفیکیشن؛ مدرس و سخنران در مباحث متنوع فروش و بازاریابی، برندینگ و مباحث انگیزشی؛ مشاور ارشد حوزه بازاریابی و فروش در صنعت ساختمان، شرکت‌های دانش‌بنیان و شرکت‌های تولید و توسعه نرم‌افزار.

در کتاب، برای انتخاب اسامی افراد در داستان‌های ابتدایی و انتهایی هر فصل، به دلیل جلوگیری از تصویرسازی و انتساب نادرست تیپ‌های رفتاری به اسامی ایرانی، از اسامی غیر ایرانی استفاده شده است. **نوشین منوچهری**

پیشگفتار

در حالی که بر روی صندلی خود جابجا می‌شدم، مشتاقانه منتظر بودم تا جواب مشتری به پیشنهاد مارک آلپرز آیسون، مدیر فروش شرکت را ببینم؛ از ابتدا تا انتهای جلسه مذاکره، من صرفاً شنونده بودم و با تمرکز، به نحوه برخورد و تعامل مارک با مشتری توجه داشتم. نهایتاً مشتری با تکان دادن سر جواب مثبت داد و مشتاقانه ایستاد و همزمان که دستان مارک را می‌فشرد از او تشکر کرد. لحظاتی بعد مشتری با بدرقه مارک از دفتر خارج شد. بلافاصله مارک به سمت وایت برد انتهای اتاق رفت و این جمله را نوشت:

The Magic of DISC

سپس رو به من کرد و با زبان بدن منحصر به فرد فروشنده‌ای حرفه‌ای گفت:

Boss, Become a Certified DISC Trainer, as soon as possible good for your personal life and good for your business!

یک ماه بعد از این اتفاق، موفق به اخذ گواهی مربی‌گری DISC شدم و از آن زمان تاکنون علاوه بر استفاده از این ابزار توانمند در زندگی شخصی، با آموزش و به‌کارگیری آن در کسب‌وکار، تفاوتی چشمگیر و متفاوتی را تجربه کردم. بعد از اولین آموزش DISC، در

بین ۱۵ نفر از کارکنان شرکتی که صاحب امتیاز و مدیرعامل آن بودم متوجه شدم علاوه بر کاهش چالش‌های ارتباطی و رفتاری در بین کارکنان، سرعت جذب مشتری و رضایتمندی وی به شدت افزایش یافته است. این روال بعد از مراجعت به ایران همچنان ادامه یافت و به همراه تیم همکاران، برگزاری کارگاه آموزشی DISC به صورت عمومی و اختصاصی در دستور برنامه کاری ما قرار گرفت.

در زمان شروع نوشتن این کتاب، دقیقاً چهار سال از برگزاری اولین کارگاه آموزشی توسعه مهارت‌های ارتباطی با مدل جهانی DISC در ایران می‌گذرد. برگزاری بیش از ۲۶۰ کارگاه عمومی و خصوصی و آشنایی با بیش از سه هزار نفر از عزیزان شرکت‌کننده، تجربه‌ای شگرف برای ما و همکارانم بود تا علاوه بر یافتن دوستانی استثنایی، قدمی کوچک در بهبود و توسعه رفتاری این عزیزان برداریم. بررسی آزمون‌های انجام شده و مصاحبه‌های مختلف با این عزیزان، برگزاری بیش از هزار آزمون از افراد مختلف و تحلیل آن‌ها، همگی به ما نشان داد که چگونه ابزار توانمند DISC می‌تواند در زندگی شخصی و کسب‌وکار تأثیرگذار باشد.

در این کتاب، سعی کردیم که علاوه بر اشاره بر اهمیت مهارت‌های ارتباطی و درک درست رفتاری از خود و مخاطبین، توسعه مهارت‌های ارتباطی با مدل جهانی DISC را توضیح دهیم و چگونگی استفاده از آن در حوزه رفتارشناسی مشتری و تعامل بهینه با وی را تشریح کنیم. تألیف این کتاب حاصل همکاری این‌جانب با همسر عزیزم سرکار خانم نوشین منوچهری است که خود دلیل مناسبی است بر اثبات این مدعا که با بکارگیری درست DISC، می‌توان کار تیمی و گروهی را رقم زد و با درک درست رفتاری، ارتباطی شایسته را ایجاد کرد؛ حتی در گروه‌هایی که افراد با تیپ‌های رفتاری مختلف وجود دارند.

ضمن آرزوی شادی و سلامتی برای شما، در صورت تمایل به شرکت در کارگاه‌های

آموزشی توسعه مهارت‌های ارتباطی با مدل جهانی DISC و یا شرکت در آزمون رفتارشناسی DISC و دریافت تحلیل و نتیجه نام، شماره همراه و نشانی ایمیل خود را به این نشانی ارسال کنید info@7salescoaching.com؛ یا به سایت ما به نشانی www.7salescoaching.com سری بزنید.

مقدمه

بازار تجارت امروز، بازاری به وسعت جهان است؛ روند رقابت در آن به حد چشمگیری در حال افزایش است. در واقع برای رقابت با دیگران در این بازار بزرگ، همیشه دیر است. شرکت‌ها باید سطح کیفی محصولات خود را ارتقا بخشند، قیمت‌ها را کاهش دهند و فرایند تولید را ساده و زمان تولید را باید همیشه کاهش دهند؛ اما پیشرفت شرکت فقط با یک چیز ممکن است: مشتری.

ماهیت هر فعالیت اقتصادی در کسب منفعت و دریافت سود از مشتری است. از این رو، شناخت درست مشتری از اولین نیازهای هر فعالیت اقتصادی است. کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (SMEs)) یا کسب‌وکارهای بزرگ، همه به دنبال درک درستی از مخاطبین خود هستند تا به بهترین روش ممکن با ایشان ارتباط برقرار کنند و با کمترین هزینه وی را جذب، حفظ و نهایتاً باعث ارتقای وی به سطح مشتری وفادار و عضوی از خانواده کسب‌وکار شوند.

اولین مرحله در کسب رضایت مشتری، توانایی شناخت وی است. با شناخت مشتری می‌توانید به ارتقای بخش‌هایی از راهبرد شرکت خود بپردازید که به روابط تجاری با مشتریان مربوط است. در این کار شما مجبورید در همین ابتدا به اصول توجه کنید، البته سخت اما ضروری است. (دانیل پی. آموس)^۱

یکی از زیرمجموعه‌های مهم در فرایند شناخت هر فردی، رفتارشناسی وی است. با درک درست رفتار مشتری و شناخت تیپ رفتاری وی، می‌توان رفتارهای او را پیش‌بینی، کنترل یا حتی تغییر داد. این شناخت به‌مانند یک عصای جادویی در دستان صاحبان کسب‌وکار است تا مشتری را آن‌چنان که دوست و انتظار دارد، ببینند و او را شیفته کسب‌وکارشان کنند.

چنین مدل رفتارشناسی علاوه بر کمک به بهینه‌سازی رفتار و تعامل در دنیای واقعی، ابزاری است توانمند که می‌تواند بستر بسیار مناسبی جهت ارتباط با مشتری و ایجاد نقطه تماس^۱ شایسته با وی باشد.

ابزارها و مدل‌های متفاوتی برای رفتارشناسی مشتری وجود دارد که با اطمینان می‌توان گفت مدل جهانی DISC سرآمد همه آن‌هاست.

لازم به ذکر است موفقیت در مسیر کسب‌وکار بدون رضایت و توجه به منابع انسانی درگیر در کسب‌وکار اتفاق نخواهد افتاد. با کمک DSIC و آموزش و به‌کارگیری آن در کسب‌وکار، علاوه بر تحقق هدف نهایی، شاهد ارتقای رفتاری و ارتباطی در بین همکاران و حتی در زندگی شخصی خواهیم بود که این خود باعث خواهد شد مجموعه اقتصادی هر روز با انرژی و شادابی بیشتر و با کمترین مشکلات درونی به سوی موفقیت و توسعه گام بردارد.

1- Daniel P. Amos

2- Touch Point

فصل اول

ارتباط و دیگر هیچ

۱-۱- تعریف ارتباط و مهارت‌های ارتباطی چیست؟

ارتباط عبارت است از فرایند ارسال و دریافت پیام. هر ارتباطی مستلزم حضور دو یا چند نفر خواهد بود. هدف اصلی از برقراری ارتباط، انتقال پیام است. این پیام می‌تواند به صورت کلامی یا غیرکلامی منتقل شود. هرگونه ایراد در انتقال پیام می‌تواند باعث اختلال در ارتباط شود. ارتباط از مؤلفه‌های اصلی زندگی اجتماعی است. در هر ارتباط مناسب، اطلاعات شناختی و هیجانی به صورت درست بین انسان‌ها جریان یافته و باعث رشد فردی و اجتماعی خواهد شد.

توانمندی و مهارت‌های لازم جهت انتقال پیام و مدیریت جریان انتقال اطلاعات را مهارت‌های ارتباطی می‌نامند. مهارت‌های ارتباطی را مانند هر مهارت دیگری می‌توان آموخت؛ بسیاری از آن‌ها، در اصل رفتارهای ساده‌ای هستند که با شناخت و کمی تمرین می‌توانیم آن‌ها را به صورت کاملاً حرفه‌ای اجرا کرده و از آن‌ها بهره ببریم؛ و نتایج مثبت آن را در زندگی خانوادگی، حرفه‌ای و اجتماعی خود ببینیم.

به صورت خلاصه، مهارت‌های ارتباطی به رفتارهایی گفته می‌شود که شخص می‌تواند از طریق آن با دیگران به گونه‌ای ارتباط برقرار کند که باعث بروز رفتارهای مثبت و پرهیز از

واکنش‌های منفی در طرف مقابل شود.

فقدان مهارت‌های ارتباطی باعث ایجاد سوءتفاهم، نارضایتی از ارتباط با دیگران، احساس تنهایی، کاهش اعتماد به نفس و احساس درماندگی، آسیب‌پذیری و کاهش توانایی در مقابله با مشکلات، تنش و فشار روانی و ناکامی در ارضای نیازها می‌شود.

۲-۱- چرا ارتباط با دیگران و مهارت‌های ارتباطی دارای اهمیت هستند؟

برقراری ارتباط اولین ضرورت زندگی اجتماعی است!

زنجیره انسانی و شبکه منسجم انسان‌ها، ارزشمندترین واژه روی زمین است. انسان‌ها به مانند حلقه‌های زنجیر به هم پیوسته، چنان هم‌افزایی و قدرتی ایجاد می‌کنند که می‌توانند بهترین تجربیات طول زندگی‌شان را رقم بزنند. همه موفقیت‌ها و نوآوری‌ها در بستر وجودی و متأثر از وجود زنجیره انسانی شکل گرفته است. این زنجیره زمانی به درستی شکل می‌گیرد که حلقه‌های آن در هم آویزند و هر حلقه بداند چگونه و با چه خصوصیتی در کنار حلقه دیگر قرار گیرد.

جامعه‌ای موفق و سالم را در نظر بگیرید. این جامعه از افرادی که نسبت به حق و حقوق خود واقف بوده و درک درستی از ارتباط با دیگران دارند، شکل گرفته است. در چنین جامعه‌ای چالش‌های شخصی، اجتماعی و کاری به حداقل می‌رسد و هر روز جامعه در مسیر رشد و شکوفایی به پیش خواهد رفت. افراد این جامعه با یکدیگر به درستی ارتباط برقرار می‌کنند؛ آن‌ها می‌دانند با هر یک از حلقه‌های این زنجیر چگونه مرتبط شوند که هر لحظه زنجیره انسانی به رشد و شکوفایی بیشتری دست یابد. افراد این جامعه مهارت‌های ارتباطی را به درستی می‌دانند و درک رفتاری متقابل نسبت به مخاطبین خود دارند.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و پیشرفته، مهارت‌های

ارتباطی به شدت مورد توجه بوده و به صورت مستمر با توجه به رشد و پیچیدگی روحی و روانی انسان‌ها، در بهینه‌سازی آن‌ها تلاش می‌کند.

حالا جامعه‌ای را در نظر بگیرید که افراد آن، توان و مهارت‌های ارتباطی را نداشته یا درصد کسب آن نیستند. در این جامعه، از اولین برخورد شروع روز که با خارج شدن از منزل آغاز می‌شود شاهد چالش‌های مختلف رفتاری هستیم. از برخوردهای کوچک در زمان رانندگی گرفته تا برخورد نامناسب کارمند با ارباب‌رجوع، برخورد نامناسب اعضای خانواده و ... که مسلماً خروجی چنین جامعه‌های، با شایستگی‌های جامعه بشری بسیار تفاوت خواهد داشت.

این مقایسه در کلنی‌های کوچک‌تر مانند خانواده یا تیم‌ها و گروه‌های کاری و ورزشی نیز دیده می‌شود و آن دسته از زنجیره انسانی که در راستای تحقق هدفی خاص، کنار هم قرار گرفته‌اند و افراد آن، توانایی برقراری ارتباط مناسب، مهارت‌های ارتباطی و رفتاری و درک درست رفتاری از هم‌گروهی خود را دارند موفق خواهند شد و تا زمانی که به این مهم توجه می‌کنند، خواهند درخشید.

آنچه امروزه در دنیا، عامل اصلی موفقیت و خوشبختی انسان‌ها شناخته می‌شود توانایی برقراری ارتباط مفید و تأثیرگذار با دیگران است.

شخصی ثروتمند و تحصیل‌کرده‌ای را در نظر بگیرید که به مهارت‌های ارتباطی توجه نداشته و توان مدیریت ارتباط با دیگران را ندارد. این فرد مسلماً در زنجیره انسانی ارزشمند جایی نخواهد داشت و هر چقدر هم با متوسل شدن به ثروت و تخصص خود در جهت قرار گرفتن در این شبکه ارزشمند تلاش کند، نتیجه‌ای نخواهد داشت!

فراموش نکنیم که بیش از ۷۵ درصد از زمان زندگی ما، صرف ارتباط با دیگران می‌شود؛ پس ضروری است به داشتن ارتباط مناسب و کسب مهارت‌های ارتباطی اهمیت دهیم.

۳-۱- رفتار چیست؟

پاسخی است که ارگانسیم به انگیزه بیرونی می‌دهد. به بیان دیگر، رفتار واکنشی است که در برابر یک عمل یا کنش بیرونی، از موجود زنده سر می‌زند. این رفتار در انسان پیچیده‌تر از سایر موجودات است. دلیل این پیچیدگی فرایندهای ذهنی گسترده و تودرتوی انسان است که موضوع دانش روانشناسی را تشکیل می‌دهد. برای مثال، واکنش پرخاشگرانه همراه با فحاشی شدید راننده هنگام بوق‌های ممتد راننده خلافکاری که از کوچه‌ای یک‌طرفه با سرعت به طرف ماشین او می‌آید، رفتاری ناشی از محرک بیرونی است.

۴-۱- رفتارشناسی مشتری چه اهمیتی در کسب‌وکار دارد؟

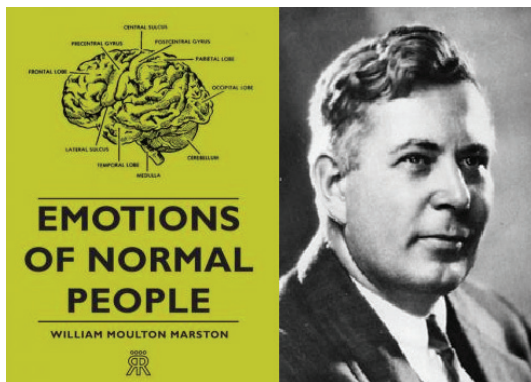
هر فعالیت اقتصادی در هر اندازه و مقیاسی، به شناسایی درست مخاطب خود وابسته است. کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (SMEs) یا کسب‌وکارهای بزرگ، همگی به دنبال درک درستی از مخاطبین خود هستند تا با بهترین روش ممکن با ایشان ارتباط برقرار کرده و با کمترین هزینه وی را جذب، حفظ و نهایتاً باعث ارتقای وی به سطح مشتری وفادار و عضوی از خانواده کسب‌وکار شوند. یکی از زیرمجموعه‌های مهم در فرایند شناخت مشتری، رفتارشناسی وی است. مطالعه رفتار مشتری در هر کسب‌وکار برای درک مخاطب هدف و ایجاد محصولات و خدمات پیشنهادی جذاب‌تر، مورد نیاز است؛ با درک درست رفتار مشتری و شناخت تیپ رفتاری وی، می‌توان رفتارهای او را پیش‌بینی، کنترل یا حتی تغییر داد. این شناخت به مانند عصایی جادویی در دستان صاحبان کسب‌وکار است تا مشتری را آن‌چنان که خودش می‌پندارد و انتظار دارد، دیده و او را شیفته کسب‌وکارشان کنند.

چنین مدل رفتارشناسی علاوه بر کمک به بهینه‌سازی رفتاری و تعاملی در دنیای واقعی، ابزاری است توانمند که می‌توان بستر بسیار مناسبی جهت ارتباط با مشتری و ایجاد نقطه تماس شایسته برای وی باشد.

ابزارها و مدل‌های متفاوتی در مسیر رفتارشناسی مشتری وجود دارد که با اطمینان می‌توان گفت مدل جهانی DISC سرآمد همه آن‌هاست.

۵-۱- DISC و تاریخچه آن

مدل جهانی DISC و آزمون مرتبط با آن، بر اساس مطالعات ویلیام مارستون شکل گرفته است. ویلیام مارستون در کتاب «احساسات عادی مردم»^۱ (۱۹۲۸) اشاره می‌کند که انسان‌ها هیجانات خود را از طریق چهار نوع تیپ رفتاری بروز می‌دهند.



تقریباً از سال ۱۹۷۰ و بر پایه اصول مطرح‌شده ویلیام مارستون، دانشمندان مختلف و همین‌طور مؤسسات پژوهشی، اقدام به طراحی و تدوین ابزارها و پرسشنامه‌های مختلفی در جهت ارزیابی و سنجش پارامترهای مطرح‌شده در مدل رفتارشناسی DISC کردند که

نهایتاً آزمون فعلی به شکلی فراگیر و تجاری تولید و در نقاط مختلف جهان مورد توجه و استفاده قرار گرفت.

۶-۱- با مدل DISC بیشتر آشنا شویم

DISC از چهار واژه انگلیسی زیر گرفته شده است:

D (Dominance): به معنی سلطه، تسلط و غلبه؛ با رنگ قراردادی قرمز؛

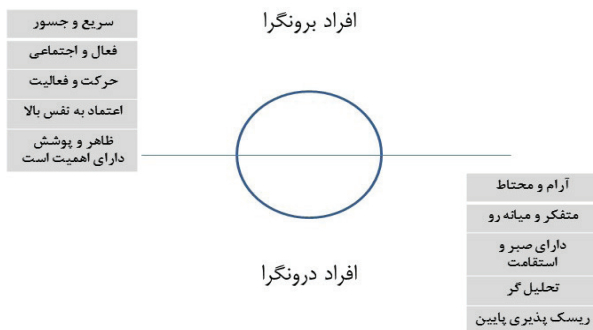
I (Influence): به معنی نفوذ، تأثیر، تأثیرگذاری؛ با رنگ قراردادی زرد؛

S (Steadiness): به معنی ثبات؛ با رنگ قراردادی سبز؛

C (Conscientious): به معنی باوجدان و وظیفه‌شناس؛ با رنگ قراردادی آبی.

چنانچه اشاره شد رنگ‌های در نظر گرفته شده، صرفاً جهت تفکیک این چهار نوع است. هرکدام از این گونه‌های چهارگانه، نشانگر چه گروه رفتاری هستند و اصولاً چگونه این گروه‌بندی شکل گرفته است؟

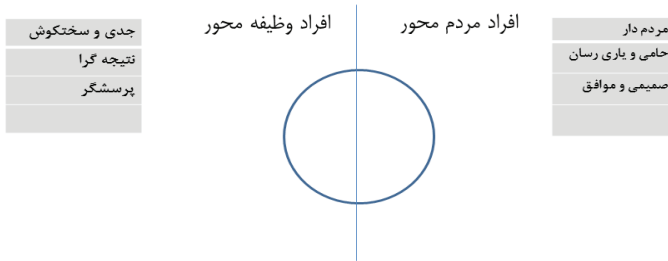
دایره‌ای را فرض کنید که متشکل از گروهی از انسان‌ها با تیپ‌های رفتاری متفاوت است. در مرحله اول، این دایره را به صورت افقی به دو قسمت مساوی تقسیم می‌کنیم.



برخی از خصوصیات افراد درونگرا و برونگرا

افراد نیمکره شمالی، افراد برونگرا و افراد نیمکره جنوبی افراد درونگرا نامیده می‌شوند. چنانچه می‌دانید در مقایسه این دو گروه، می‌توان به صورت خلاصه اشاره کرد که افراد برونگرا در زندگی خود، دارای سرعت و شتاب بیشتری نسبت به افراد درونگرا هستند. افراد برونگرا نسبت به گروه دیگر، راحت‌تر در روابط اجتماعی شرکت کرده و از اعتماد به نفس بالاتری برخوردار هستند. افراد درونگرا نسبت به گروه مقابل، فعالیت‌های فردی را به گروهی ترجیح می‌دهند و دارای قدرت تجزیه و تحلیل بیشتری نسبت به آن‌ها هستند. ریسک‌پذیری این دسته نسبت به افراد برونگرا پایین‌تر است و دارای صبر و استقامت بیشتری نسبت به افراد برونگرا هستند. بعضی از خصوصیات هر یک از دو گروه در شکل مشخص شده است.

حال همین دایره را به صورت عمودی به دو قسمت تقسیم می‌کنیم. افراد سمت راست، دایره افراد مردم محور و افراد سمت چپ دایره افراد وظیفه محور نامیده می‌شوند.



برخی از خصوصیات افراد مردم محور و وظیفه محور

افراد وظیفه محور افرادی پرتلاش، جستجوگر، نتیجه‌گرا و جدی هستند؛ برای ایشان انجام کار و اتمام آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ معمولاً مسئولیت‌پذیر هستند و از پذیرش مسئولیت استقبال می‌کنند. آن‌ها حاضرند جهت رسیدن به اهداف خود، احساسات دیگران را زیر پا بگذارند. در مقابل، افراد مردم محور مردم‌دار، صمیمی و موافق هستند. تعامل و حمایت از اطرافیان برای این گروه بیشتر از انجام وظایفشان اهمیت دارد. صمیمت و یکدلی از خصوصیات بارز این گروه است.

در صورت انطباق این دو دایره چهار برش حاصل خواهد شد. به ترتیب و در جهت حرکت عقربه‌های ساعت، افراد برون‌گرا و وظیفه محور که تیپ رفتاری D را تشکیل می‌دهند. افراد برون‌گرا و مردم محور که تیپ رفتاری I را تشکیل می‌دهند. افراد درون‌گرا و مردم محور که تیپ رفتاری S را تشکیل می‌دهند و درنهایت، افراد درون‌گرا و وظیفه محور که تیپ رفتاری C را تشکیل داده‌اند.

۷-۱- تیپ رفتاری خوب؛ تیپ رفتاری بد

درواقع، در هر چهار نوع تیپ رفتاری ذکر شده، مقایسه‌ای در جهت خوب و بد بودن نخواهیم داشت. تیپ رفتاری خوب یا تیپ رفتاری بد وجود ندارد. در بسیاری از کارگاه‌ها، بعد از رؤیت نتیجهٔ آزمون DISC افراد مختلف این سؤال را خواهند پرسید که نتیجه خوب است یا بد؟

هر تیپ رفتاری، زمانی تیپ رفتاری خوب خواهد بود که بداند نقاط قوت و نقاط قابل بهبود آن تیپ رفتاری چیست و چگونه باید از نقاط قوت خود به صورت بهینه استفاده کند و توانایی مدیریت و کاهش نقاط قابل بهبود خود را داشته باشد. یک مجموعهٔ تیپ رفتاری زمانی خوب نامیده می‌شود که بداند و بتواند در زمان مناسب و در موقعیت لازم چگونه از نقاط قوت هر تیپ رفتاری استفاده کند و بهترین رفتار و درک ارتباطی را با استفاده از مهارت‌های به دست آورده و آشنایی با تیپ رفتاری خود و همچنین شناسایی تیپ رفتاری مخاطب خود نشان دهد.

در قسمت‌های بعد و تا پایان این کتاب با توجه به مثال‌های زده شده، متوجه خواهید شد که خوب یا بد در تیپ‌های رفتاری وجود ندارد. تیپ رفتاری همهٔ انسان‌ها ترکیبی از چهار تیپ رفتاری است که معمولاً درصد شاخص دو یا سه تیپ رفتاری از دیگر تیپ‌ها بیشتر بوده و تیپ رفتاری شخص مورد نظر را تشکیل می‌دهند.

تیپ‌های رفتاری قابل تغییر هستند؛ انسان‌ها این توانمندی را دارند که با تمرین و برنامه‌ریزی تیپ رفتاری خود را ارتقا ببخشند. همچنین تجربه ثابت کرده است تیپ رفتاری انسان‌ها به دلیل قرار گرفتن در محیط جدید یا تعامل با افراد جدید، تحت تأثیر قرار می‌گیرد و قابل تغییر است. به عنوان نمونه، نتیجهٔ آزمون DISC از جوانی ۲۵ ساله قبل از ازدواج نشان می‌دهد که تیپ رفتاری وی DI است. نتیجهٔ آزمون این شخص بعد از یک سال از تاریخ ازدواج، به IS تغییر یافت. البته هیچ الگو و قالب مشخصی برای این تغییر وجود ندارد.

۸-۱- کاربردهای متفاوت مدل جهانی DISC

واقعیت این است که استفاده از DISC در بسیاری از فعالیت‌ها و تعاملات سودمند است و اثر شگرفی در دستیابی به نتیجه مطلوب خواهد داشت. موسسه «اوری تینگز Disc»^۱ به صورت خلاصه، کاربردهای مهم DISC را در توسعه فردی، استخدام و افزایش راندمان کاری کارکنان، انتخاب شغل، فروش و تعامل با مشتری، کارگروهی و تیم سازی، توسعه و بهبود روابط خانوادگی، توسعه و بهبود روابط کاری، توسعه و بهبود روابط اجتماعی، مدیریت زمان و تصمیم‌گیری، انتخاب رشته تحصیلی، مشاوره ازدواج و آموزش و یادگیری می‌داند. چنانچه می‌بینید بسیاری از کاربردهای ذکر شده در جهت بهبود و توسعه کسب‌وکار است.



۹-۱- توسعه مهارت‌های ارتباطی، تضمین‌کننده موفقیت شما در زندگی شخصی و کاری است و به رشد جامعه کمک خواهد کرد.

همه ما، برای ادامه زندگی و پیمودن مسیر رشد و شکوفایی به زنجیره انسانی اطراف خود وابسته هستیم. بودن ما به شرط قرار گرفتن در این زنجیره امکان‌پذیر خواهد بود. اولین و مهم‌ترین شرط در قرار گرفتن و پذیرفته شدن در این زنجیره انسانی داشتن مهارت‌های ارتباطی و رفتاری است؛ ارتباط مناسب. درک رفتاری صحیح و عمل و عکس‌العمل مدیریت‌شده باعث استحکام، رشد و ارتقای این زنجیره انسانی خواهد شد. موفقیت همه

ما در گرو موفقیت و رشد همهٔ انسان‌ها و شکل‌گیری این زنجیرهٔ انسانی است. چنانچه اشاره شد، یکی از مهم‌ترین شاخص‌های موفقیت هر انسانی توانایی و مهارت در برقراری ارتباط با دیگران است.

امروزه موفقیت انسان با داشتن تحصیلات و ثروت سنجیده نخواهد شد. انسان موفق به فردی گفته می‌شود که با مدیریت بهینهٔ روابط و درک درست رفتار شخصی و اجتماعی به‌عنوان بخش کوچکی از پازل رشد و شکوفایی بشریت، به‌درستی در کنار قسمت‌های دیگر پازل قرار گیرد. دستیابی، حفظ و توسعهٔ مهارت‌های ارتباطی تضمین‌کنندهٔ موفقیت شما خواهد بود.

فصل دوم

تیپ رفتاری D

۱-۲- داستان آقای مولر؛ او یک D کنترل نشده است!

آقای مولر مدیر یک شرکت تولیدکننده لوازم و تجهیزات الکترونیکی است. او پدر خانواده‌ای ۴ نفره است؛ مولر یک دختر و یک پسر دارد. معمولاً در منزل ارتباط صمیمانه‌ای با خانواده ندارد و فرزندانش، وی را پدری مغرور و دیکتاتور می‌نامند! مولر در منزل تصمیم‌گیرنده نهایی است و به کسی، حتی همسر خود اجازه تصمیم‌گیری در مسائل خانوادگی را نمی‌دهد. او بیشتر از اینکه در مسائل کاری خانواده شرکت و مساعدت داشته باشد، با اعتمادبه‌نفس، فقط دستوردهنده است. مولر در عین حال که به خانواده خود علاقه‌مند است، عادت به ابراز محبت و علائق خود به صورت مستقیم ندارد و می‌پندارد که کار وی نشان‌دهنده علاقه وی به خانواده است و باید آن‌ها این موضوع را درک کنند. وضعیت مولر در محیط کار نیز تقریباً مشابه وضعیت او در خانواده است. کارمندان از اینکه او زبانی تند و عادت به انتقاد مستقیم دارد از وی دل خوشی ندارند! مولر توجهی به نظر و پیشنهاد دیگران ندارد؛ افکار و اندیشه‌های خود را از دیگران برتر می‌شمارد. بعضاً در تصمیم‌گیری عجول و شتاب‌زده عمل می‌کند. مولر با اعتمادبه‌نفس کامل و قدرت، زندگی و کار خود را مدیریت می‌کند و از در دست داشتن این موقعیت لذت می‌برد. او به سرعت عصبانی می‌شود و واکنش نشان می‌دهد و در کسری از ثانیه اطرافیان را از خود می‌آزارد. مولر یک D کنترل نشده است!

۲-۲- آشنایی عمومی با تیپ رفتاری D

چنانچه می‌دانید تیپ رفتاری D برش افراد برون‌گرا و وظیفه‌محور است. این افراد به صورت عمومی تمایل به حصول نتیجه در اسرع وقت، فعال کردن افراد و کارها، چالش‌پذیری و مقابله با مشکلات، اتخاذ تصمیم در اسرع وقت، جویا شدن از وضع موجود، کسب قدرت، علاقه به مدیریت و حل مشکلات دارند.

این افراد اعتماد به نفس خوبی دارند؛ معمولاً در حالت‌های کنترل نشده اعتنایی به دیگران نمی‌کنند؛ به بیان دیگر خود را شایسته‌ترین فرد جامعه می‌دانند (صفت کنترل نشده به تیپ رفتاری اطلاق می‌گردد که هیچ‌گونه مدیریتی بر نقاط قابل بهبود خود ندارد). این افراد توانایی بالایی در هدایت و مدیریت دارند و عاشق پذیرش مسئولیت گروه هستند؛ D ها انسان‌هایی کمال‌گرا، عاشق قدرت و تسلط بر دیگران هستند؛ معمولاً تند و انتقادی صحبت می‌کنند و از قدرت ریسک‌پذیری بالایی برخوردارند. اعتماد به نفس بالای این تیپ رفتاری سبب می‌شود به راحتی در مقابل زورگویی تسلیم نشوند و از حق خود حتی با متوسل شدن به زور، دفاع کنند. قابل ذکر است افرادی که شاخص رفتاری D آن‌ها پایین است باید با توجه به نقاط قوت این تیپ رفتاری، در موقعیت‌های مناسب و لازم، این شاخص‌ها را در خود تقویت کنند.

۲-۳- با شاخص‌های مثبت رفتاری تیپ D آشنا شوید

معمولاً افراد با تیپ رفتاری D، اعتماد به نفس بالایی دارند. بسیار پرانرژی و فعال هستند؛ پشتکار بالای ایشان مثال‌زدنی است. به صورت بالقوه، پویا و مهیج‌اند و تمایلی به همکاری و قرار گرفتن در کنار افراد بدبین و اصطلاحاً منفی را ندارند. خودکفا هستند و با اتکا بر توانایی‌های خود، قابلیت انجام همزمان چند کار را دارند. تجربه

ثابت کرده است که افراد با این تیپ رفتاری می‌توانند مدیرانی بسیار کارآمد و لایقی باشند. اشخاص با این تیپ رفتاری معمولاً سختگیر و از قبول مسئولیت و چالش لذت می‌برند. این افراد توانایی اتخاذ بهترین تصمیم در شرایط بحرانی را دارا هستند.

امیدوار و در عین حال سخت‌گیر	پرانرژی و محرک
مدیرانی بسیار خوب	پشتکار بالا
برای این گروه غیرممکنی وجود ندارد	پویا و مهیج
اهل عمل	قابلیت انجام چند پروژه به صورت همزمان
خودکفا و متکی بر توانایی‌های ذاتی	مصمم و مستقل
	اعتماد به نفس بالا

بعضی از شاخص‌های مثبت رفتاری تیپ D

۴-۲- با شاخص‌های منفی رفتاری تیپ D آشنا شوید

D ها زبانی تند و آتشین دارند و معمولاً بدون در نظر گرفتن احساسات طرف مقابل، طعنه‌آمیز و تخریبی صحبت می‌کنند. D ها به عقاید و نظر دیگران توجهی ندارند و معمولاً شنوندگان خوبی نیستند. ابراز علاقه مستقیم و احساسات را کاری پوچ می‌دانند و از بروز آن امتناع می‌ورزند. D ها افراد ریزبینی نیستند و بعضاً در تحلیل و آنالیز یا تصمیماتی که نیاز به تعمق و بررسی جزئی دارد دچار چالش می‌شوند. در مسیر رسیدن به اهداف خود از هیچ کاری دریغ نمی‌کنند؛ دلسوز و همدرد نیستند؛ از آن‌ها نباید انتظار همراهی و همدلی داشت؛ D ها افراد انتقادپذیری نیستند.

خیلی سریع عصبانی می‌شوند	عقاید و احساسات دیگران را در نظر نمی‌گیرند
سخت و طعنه‌آمیز حرف می‌زنند	برای رسیدن به اهداف خود، خواسته‌شان را بر دیگران تحمیل می‌کنند
زبانی تند و آتشین دارند	شنونده‌های خوبی نیستند
اشتباهات خود را نمی‌پذیرند	کلی نگر هستند
دلسوز و همدرد نیستند	سریع و شتاب‌زده تصمیم می‌گیرند
علاقه خود را به زبان نمی‌آورند	علاقه‌ای به اطاعت و پیروی ندارند

بعضی از شاخص‌های منفی رفتاری تیپ D

توجه داشته باشید یک D کنترل شده به همه نقاط منفی یا قابل بهبود اشراف دارد و درصد کاهش و مدیریت آن است. یک D کنترل شده با توجه به نقاط قوت استثنایی خود، مدیری دوست‌داشتنی و فردی با استانداردهای بالاست. ضمن اینکه D کنترل شده با تکیه بر

مهارت و دانش DISC می‌داند که در چه موقعیتی باید کدام یک از شاخص‌های تیپ رفتاری خود را افزایش یا کاهش دهد. در کل یک تیپ رفتاری کنترل شده، فردی ایدئال برای جامعه است.

۵-۲- D ها در روابط شخصی و خانوادگی

چنانچه اشاره شد D ها افراد برون‌گرا و وظیفه محور هستند. به صورت کلی این افراد محبت زیادی را ابراز نمی‌کنند؛ آن‌ها محبت خود را در عمل نشان می‌دهند. D ها در خانه و روابط شخصی نیازمند قدرت هستند؛ آن‌ها عاشق قدرت و تمایزند و باید به حس آن‌ها احترام گذاشت و از تحقیر ایشان در جمع خودداری کرد؛ باید همیشه مسئولیت‌پذیری و تلاش آن‌ها مورد تحسین قرار گیرد. این افراد به طور کلی با افراد روابط صمیمانه برقرار نمی‌کنند و اطرافیان باید به این حریم شخصی احترام بگذارند. D ها از مقایسه کردن تنفر دارند. هیچ‌گاه نباید آن‌ها را با فرد دیگری مقایسه کرد بالأخص این مورد در بچه‌های با تیپ رفتاری D به شدت دیده می‌شود. D ها در خانه از دستور گرفتن و تحت کنترل بودن بیزارند، باید در تعامل با ایشان، درخواست‌های خود را در قالب چند گزینه پیشنهادی یا در محیطی دوستانه مطرح کرد. D ها در روابط شخصی و خانه به سرعت عصبانی می‌شوند و سریع هم عصبانیت آن‌ها فروکش می‌کند؛ در این زمان باید از بحث و جدل با ایشان خودداری کرد.

D ها عاشق نصیحت کردن و بیان تجربه‌های موفقیت‌آمیز خود به دیگران هستند. باید گاهی اجازه این فرصت را جهت لذت بردن به آن‌ها داد.

۶-۲- D ها در روابط اجتماعی و کاری

این افراد در محیط کار افرادی پرانرژی و مسئولیت‌پذیر هستند. D ها در محیط کاری

انتظار دارند موارد زیر وجود داشته باشد:

- اقتدار و اختیار؛
- شهرت، اعتبار و چالش؛
- فرصتهایی برای ایجاد دستاوردهای فردی؛
- گستره وسیع عملیاتی؛
- بیان جوابها به صورت زُک و صریح؛
- فراهم بودن فرصتهایی برای پیشرفت؛
- نبود کنترل و نظارت؛
- تنوع و نوآوری در فعالیت‌های.

معمولاً Dها قادر به ارائه تصویر بزرگ و استراتژیک از آینده سازمان خود هستند. این افراد در امر مدیریت و مسئولیت‌پذیری بهترین‌اند و در شرایط بحرانی بهترین تصمیم‌گیرندگان در سازمان خواهند بود. Dها نسبت به انجام وظایف خود تعصب دارند و تمایل دارند کار را سریع به پایان برسانند و در کمترین زمان ممکن به نتیجه دست یابند. این تیپ رفتاری از شنیدن کلمات «نمی‌دانم یا غیرممکن» متنفر هستند و در محیط کاری از افراد با نگرش منفی و کم انرژی فاصله می‌گیرند. باید خاطر نشان کرد Dها شنوندگان خوبی در محیط کار نیستند و بهتر است در زمان برقراری ارتباط با ایشان از ارائه جزئیات و تشریح مسائل دوری کرد و نتایج و خلاصه امور را به ایشان منتقل کرد. Dها به شدت کلی‌نگر هستند و از انجام وظایفی که نیاز به ریزبینی، تحلیل و آنالیز دارد دوری می‌کنند و بعضاً در این فعالیت‌ها موفق نیستند. توصیه می‌شود در محیط کار با Dها به صورت کمی صحبت شود و در جلسات، با انعطاف بیشتری با ایشان تعامل صورت گیرد. در صورتی که به این تیپ

رفتاری اعتماد شود و اختیار کافی در وظایف محوله داشته باشند نتایج خوب و با کیفیتی حاصل خواهد شد.

با توجه به خصوصیات این تیپ رفتاری، فعالیت‌های که نیازمند داشتن انرژی، قدرت، انگیزه، جسارت و خطرپذیری است بهترین گزینه برای D ها خواهد بود؛ بنابراین قرار دادن این افراد در موقعیت‌های شغلی که برنامه‌ای از قبل پیش‌بینی شده دارد یا فعالیت ثابت و مستمری در آن انجام می‌شود، مناسب نخواهد بود. علاوه بر آن مشاغلی که در آن نیاز به صبوری، عطوفت و به‌کارگیری احساسات وجود دارد، برای تیپ رفتاری D مناسب نخواهد بود؛ در صورت لزوم، جهت افزایش راندمان و نتیجه خوب نیاز به تمرین و کنترل بیشتر بر نقاط منفی یا نقاط قابل‌بهبود تیپ رفتاری خود دارند. مشخصاً این تیپ رفتاری جهت مشاغلی که نیاز به ریزی‌بینی و دقت زیاد دارد مانند حسابداری یا برنامه‌نویسی، چالش‌برانگیز خواهد بود.

در یک نگاه، بعضی از عناوین کلی شغلی مناسب برای این تیپ رفتاری به این شرح است: پست‌های مدیریتی، مدیر کنترل پروژه، مدیر بحران، کارآفرین، تولیدکننده، سازمان دهنده، مربی ورزشی، خلبان، ناخدا، افسر پلیس، خط‌حمله تیم‌های ورزشی یا رهبر سیاسی.

۷-۲- چگونه می‌توان شاخص‌های منفی این تیپ رفتاری را مدیریت کرد؟

جهت مدیریت و کاهش ویژگی‌های منفی یا نقاط قابل‌بهبود، راهکارها و تمرین‌های مناسبی وجود دارد؛ شخص دارای این تیپ رفتاری می‌تواند با انجام آن به نتایج خوبی دست یابد:

- تمرین با رویکرد توجه به جزئیات امور و دوری از کلی‌نگری؛

حل جدول متقاطع، چیدن پازل‌هایی با قطعات زیاد، عادت به یادداشت‌برداری در

جلسه‌ها و سخنرانی‌ها.

- تمرین در جهت افزایش مهارت شنیداری فعال؛ گوش دادن به فایل‌های صوتی و یادداشت‌برداری و مقایسه نوشته با فایل صوتی، تلاش برای توجه و گوش دادن به دیگران در زمان صحبت کردن، عدم قطع صحبت دیگران تا زمانی که صحبت ایشان به پایان برسد.
- تمرین در جهت کنترل خشم؛ در زمان ناراحتی و خشم چند ثانیه سکوت و سپس عکس‌العمل نشان دادن؛ قبل از بیان هر سخنی شرایط و احساس طرف مقابل خود را در نظر داشتن.
- تمرین در جهت کنترل و کاهش ریسک‌پذیری؛ در زمان تصمیم‌گیری‌های مهم زندگی و کاری، ترجیحاً مشورت کردن با فردی با تیپ رفتاری C، توجه به نظر افراد مرتبط قبل از تغییر یا تصمیم‌گیری، عادت به تدوین چک‌لیست و برنامه‌ریزی قبلی برای انجام کار.
- تمرین در جهت ابراز احساسات و محبت مستقیم؛ اختصاص زمان مشخص برای همراهی و در کنار خانواده و دوستان بودن، عادت به ابراز محبت و به زبان آوردن کلمات محبت‌آمیز؛

۸-۲- داستان خانم سارا؛ او یک D کنترل شده است!

خانم سارا مدیر واحد تولید و توسعه یک شرکت مخابراتی است. از دید همکاران، او مدیری شجاع و با اعتمادبه‌نفس است که تصمیمات وی در زمان‌های بحرانی، باعث نجات شرکت یا به حداقل رساندن هزینه‌های احتمالی شده است. خانم سارا عادت به مشاوره با افراد نکته‌بین و ریزبین دارد و در موارد مختلف از نظر ایشان استفاده می‌کند. او عاشق

ورزش بسکتبال است و معمولاً بیشترین امتیاز را در هر بازی برای تیم خود کسب می‌کند. برای خانم سارا کار، اهمیت بسیاری دارد و حتی المقدور کاری را ناتمام نمی‌گذارد. این امر باعث نشده است که زمان خصوصی خود و همراهی با خانواده را به فراموشی بسپارد. سارا با یک برنامه‌ریزی دقیق هم از کار و هم از در کنار خانواده بودن لذت می‌برد. سارا یاد گرفته است که چگونه محبت و عشق و علاقه خود را هم در عمل و هم به صورت مستقیم به نزدیکان خود ابراز کند. سارا یک D کنترل شده است!

فصل سوم

تیپ رفتاری I

۱-۳- داستان خانم جولیا؛ او یک I کنترل نشده است!

جولیا در شرکت تبلیغاتی فعالیت دارد؛ او با پدر و مادر خود زندگی می‌کند. جولیا معمولاً دیر به محل کار می‌رسد و قبل از خروج از منزل، زمان بسیار زیادی را جلو آینه می‌گذراند. جولیا از برنامه‌ریزی و پس‌انداز بیزار است. عاشق خوش‌گذرانی، مسافرت و رقص است. جولیا در بین دوستان خود به فردی سرخوش، شاد و دختر رنگارنگ معروف است؛ معمولاً در جمع دیده می‌شود و کمتر می‌شود او را تنها دید. معمولاً متکلم وحده بوده و حرف دیگران را نمی‌شنود! او عاشق جلب توجه دیگران است. جولیا در محل کار هم شاد و پرنرزی است و بعضاً این انرژی زیاد باعث آزار و اذیت دیگر همکاران می‌شود. جولیا عاشق سفر کردن است و شاید روزهای زیادی در خانه خود اقامت نداشته باشد. به دلیل مدیریت ضعیف مالی در پایان ماه نیاز به مساعدت مالی از سوی پدر و مادر یا همکاران دارد. بعضی از دوستان او، از اینکه رازهایشان توسط جولیا برملا می‌شود از او فاصله گرفته‌اند. جولیا عاشق خودنمایی و جلب توجه دیگران است. جولیا هر ماه در یک کلاس یا فعالیت ورزشی ثبت‌نام می‌کند ولی تا حالا هیچ‌کدام را به پایان نرسانده است. جولیا یک I کنترل نشده است!

۲-۳- آشنایی عمومی با تیپ رفتاری I

چنانچه اشاره شد افراد با تیپ رفتاری I در برش افراد برونگرا و مردم محور قرار دارند. این تیپ رفتاری به صورت کلی تمایل به ارتباط با مردم، ایجاد تأثیرات مطلوب، بلیغ و فصیح بودن، ایجاد محیطی باانگیزه، ایجاد شور و شوق، سرگرم کردن مردم، داشتن نگاه خوشبینانه به افراد و شرایط و مشارکت در گروه دارند.

از خصوصیات عمومی این تیپ رفتاری می‌توان به الهام‌بخش، تأثیرگذار بود، نافذ و مردم‌دار بودن اشاره کرد. افراد با تیپ رفتاری I از بودن در بین مردم انرژی گرفته و عاشق صحبت کردن و جلب توجه دیگران هستند. I ها در لحظه زندگی می‌کنند و علاقه‌ای به برنامه‌ریزی و پس‌انداز ندارند. بسیار مثبت اندیش هستند و با لبخند همیشگی از لحظات زندگی خود لذت می‌برند. آن‌ها خود را گرمابخش زندگی دیگران می‌دانند. I ها عاشق رنگ و بازی با رنگ‌ها هستند؛ این مورد مخصوصاً در بانوان با تیپ رفتاری I نمود بیشتر دارد. این تیپ رفتاری فرصتی برای صحبت کردن دیگران قائل نیست و به مانند D ها علاقه و آفری به صحبت کردن دارند. انرژی بی‌پایان I ها بالأخص در مهمانی‌ها و دوره‌می‌ها شایان توجه است. I ها نگرانی‌ها را به سرعت از خود دور می‌کنند و معتقد هستند گذر زمان همه چیز را حل خواهد کرد. آن‌ها شاد بودن و شاد زیستن را هنر خود می‌دانند.

۳-۳- با شاخص‌های مثبت رفتاری تیپ I آشنا شوید

انرژی سرشار این تیپ رفتاری بزرگ‌ترین شاخص مثبت آن است. انرژی بی‌پایان که در صورت استفاده درست و هدفمند می‌تواند سرمنشأ شکوفایی و توسعه شود. I ها افرادی بسیار تأثیرگذار و بهترین متقاعدکنندگان روی کره زمین هستند. دوستی خالصانه این افراد باعث می‌شود که همه از بودن در کنار آن‌ها خرسند و خوشحال باشند. I ها اعتمادبه‌نفس بالایی دارند (مشابه با تیپ رفتاری D) و قدرت ریسک‌پذیری ایشان مثال‌زدنی است.

خیرخواهی و مهربانی آن‌ها باعث شده تا تقریباً دشمنی نداشته باشند.

رفتاری دوستانه و گرم	خیرخواه و مهربان
شوخ طبع و مجلس گرم‌کن	قدرت بیان بالا و سخنران‌های موفق
دارای انرژی بی‌پایان	طبع زیادوستی و سازگاری
تمام محیط را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند	متقاعدکننده‌های قوی
دشمنان کمی دارند	مقابله‌گر نیستند

بعضی از شاخص‌های مثبت رفتاری تیپ I

۴-۳- با شاخص‌های منفی رفتاری تیپ I آشنا شوید

عدم تمایل به برنامه‌ریزی و پیگیر نبودن یک هدف ثابت از مهم‌ترین نقاط ضعف اما قابل‌بهبود این تیپ رفتاری است. I ها عاشق صحبت کردن هستند و در جمع فرصتی برای صحبت کردن دیگران قائل نیستند. بزرگنمایی از دیگر نقاط قابل‌بهبود این تیپ رفتاری است. I ها نمی‌توانند در کنار فردی که بیشتر از وی در جمع، نظرها به خود جلب می‌کند قرار گیرند در این صورت هر کاری را انجام می‌دهند تا نظر جمع را به سمت خود برگردانند. I ها در صورت بی‌توجهی مخاطب به شدت تحت تأثیر قرار می‌گیرند و ناراحت می‌شوند. I ها به پس‌انداز اعتقادی ندارند و بسیار هیجان‌زده تصمیم‌گیری می‌کنند. ریسک‌پذیری بالایی این تیپ رفتاری باعث اتفاقات ناگواری برایشان می‌شود. این تیپ رفتاری بالأخص در خانواده‌هایی که زن و مرد هر دو I بالایی داشته باشند زندگی پرفراز و نشیبی را تجربه می‌کنند. دوستان و آشنایان این تیپ رفتاری گاهی از اینکه رازهایشان توسط این فرد بر ملاً می‌شود گلایه دارند!

شنوندگان خوبی نیستند	متغیر بودن در انتخاب اهدافشان
زندگی را زیاد سخت نمی‌گیرند	برای آن‌ها مرغ همسایه غاز است
بی‌ثباتی و بی‌نظمی	عادت به بزرگنمایی و اغراق کردن
ساده و زودباور	عدم استفاده درست از استعداد های بالقوه
از خود راضی	عدم برنامه‌ریزی قبل از تصمیم

بعضی از شاخص‌های منفی رفتاری تیپ I

۵-۳-۱ ها در روابط شخصی و خانوادگی

I دایره ارتباطی گسترده‌ای دارند؛ این تیپ رفتاری که در دسته برون‌گرا و مردم محور قرار دارد، در روابط شخصی و خانوادگی، صمیمیت را در اولویت قرار می‌دهد؛ این تیپ رفتاری مهیج و پر جنب و جوش هستند. معمولاً I ها آخرین افرادی هستند که می‌خوابند و آخرین افرادی هستند که از خواب بیدار می‌شوند. I ها عاشق مهمانی و سفر هستند؛ آن‌ها همیشه در تدارک جشن، مهمانی یا دوره‌می بوده و بعضاً فراموش می‌کنند زمانی را برای خلوت و تنهایی با سایر اعضای خانواده اختصاص دهند. معمولاً I ها، بالأخص بانوان با این تیپ رفتاری، قبل از خارج شدن از خانه بیشتر از تیپ‌های رفتاری دیگر به ظاهر خود توجه و رسیدگی می‌کنند. I ها در زندگی اعتقادی به برنامه‌ریزی و پس‌انداز ندارند و معمولاً خرید و پول خرج کردن بخش جدایی‌ناپذیری از خصوصیت فردی ایشان است.

کودکان این گروه از همان دوران خردسالی بازیگران حرفه‌ای هستند و افراد اطراف خود را به راحتی تحت تأثیر قرار می‌دهند. I ها علاقه‌ای به شنیدن حرف‌های مخاطب ندارند و عاشق صحبت کردن هستند. دانش‌آموزان با این تیپ رفتاری در انجام تکالیف خود دچار چالش شده و از اینکه دقایق متوالی در یک مکان ثابت باشند و کار ثابتی را انجام

دهند آزرده می‌شوند. علاقه رفتن به مدرسه در I ها به دلیل برخورد و هم‌کلام شدن با دوستانشان است نه علاقه به تحصیل و آموزش!

I ها عاشق هیجان هستند و باید اجازه داد تا هیجان در زندگی ایشان وارد شود. I ها به شدت خانواده‌دوست هستند و دوست دارند همه در زندگی خوشحال و شاد باشند.

اگر شما به میهمانی تیپ I دعوت شده‌اید، مطمئناً همه چیز پرانرژی و سرگرم‌کننده خواهد بود. برای تیپ I، خوش‌گذرانی و شاد بودن اولین اولویت است. پذیرایی مناسب، رقص و پایکوبی تا پاسی از شب، فضای سرشار از گرما و انرژی از عناصر مشترک مراسم ازدواج هر عروس و داماد تیپ I است.

۶-۳-I ها در روابط اجتماعی و کاری

I ها در محیط کار مانند خانه، پرانرژی و سرشار از شتاب و سرعت هستند. این تیپ رفتاری در محیط کاری انتظار دارد موارد زیر وجود داشته باشد:

- شناخت اجتماعی و عامه‌پسند؛
- شناخت عمومی از توانایی‌ها؛
- آزادی بیان؛
- ارتباطات دموکراتیک و مردمی؛
- نبودن کنترل در محیط و پرداختن به جزئیات؛
- فرصت‌هایی جهت بیان پیشنهادها؛
- فرصت‌هایی برای مربی‌گری و مشاوره؛
- حاکم بودن شرایط کاری مطلوب.

I ها به دلیل اعتماد به نفس بالا و توانایی در متقاعدسازی، اغلب در نقش رهبران ظاهر می‌شوند و تا درجات بالا پیش خواهند رفت. این تیپ رفتاری در محیط کار، خلاقانه به حل مشکلات می‌پردازد. محرک، الهام‌بخش و تأثیرگذار است و در انجام فعالیت‌هایی که نیاز به ارائه یا سخنرانی، معرفی محصول یا برگزاری جلسات متعدد دارد بسیار توانمند است. I ها همیشه دوست دارند در اوج باشند؛ در محیط کار جهت افزایش بهره‌وری این افراد کافی است فقط به آن‌ها آزادی عمل داده شود. I ها نمی‌توانند خود را در محدوده و چهارچوب‌های زمانی و مکانی محبوس کنند؛ آن‌ها در پیروی از قوانین و ساختارهای خشک کاری دچار چالش خواهند شد.

به‌طور کلی شغل‌هایی پرهیجان و انرژی، مورد علاقه این گروه است و در آن بهترین بهره‌وری را به نمایش می‌گذارند. از موقعیت‌های شغلی مناسب برای این تیپ رفتاری می‌توان بازیگری، مجری، سخنور، فروشنده و بازاریابی، مدیران میانی سازمان، ورزشکار و مشاور و سخنران انگیزشی را نام برد.

۷-۳- چگونه می‌توان شاخص‌های منفی این تیپ رفتاری را مدیریت کرد؟

جهت مدیریت و کاهش شاخص‌های منفی یا نقاط قابل بهبود راهکارها و تمرین‌های مناسبی وجود دارد. شخص با این تیپ رفتاری می‌تواند با انجام آن‌ها به نتایج خوبی دست یابد:

- تمرین در جهت افزایش مهارت شنیداری؛
- گوش دادن به فایل‌های صوتی و تمرین در مکتوب کردن مطالب عنوان شده و مقایسه با فایل اصلی، گوش دادن به اخبار و تکرار آن با صدای بلند.
- تمرین با رویکرد عادت به کم و گزیده سخن گفتن؛

سکوت کردن، پرهیز از صحبت‌های نامربوط، قائل شدن محدودیت زمانی در صحبت با تلفن؛ اگر راز کسی را در دل دارید و طاقت بازگو نکردن آن را ندارید آن را روی کاغذ نوشته و کاغذ را پاره کنید. موضوعات مختلف را توصیف نکنید بسیاری از اطرافیان شما علاقه‌مند به شنیدن همه این موارد نیستند.

● تمرین در جهت کنترل سطح انرژی؛

برنامه‌ریزی و انجام ورزش مستمر برای تخلیه انرژی؛ سرعت راه رفتن خود را کنترل کنید، با قدم‌های یکسان و با آرامش حرکت کنید، مزاج خود را بشناسید و رژیم غذایی مناسب انتخاب کنید.

● تمرین در جهت ایجاد عادت برای دقت در جزئیات و ریزینی؛

پازل‌هایی با تعداد قطعات زیاد بسازید، سودوکو حل کنید، حل معماهایی را که در آن تفاوت جزئیات دو تصویر مطرح می‌شود، انجام دهید، در جلسات یادداشت‌برداری کنید.

● تمرین در جهت ایجاد عادت پیگیری، ثبات و پایداری؛

کوتاه‌مدت برنامه‌ریزی کنید و خود را ملزم به انجام و پایان رساندن آن کنید. قبل از به پایان رسیدن فعالیت‌های اولیه به هیچ عنوان فعالیت جدیدی را انتخاب نکنید. در صورت ناتمام ماندن فعالیت اولیه انتخاب شده در بازه زمانی مشخص، خود را جریمه کنید.

لطفاً به این نکات توجه کنید:

بپذیرید که همیشه نمی‌توان پیروز بود؛ شما نباید همیشه به دنبال مطرح شدن باشید. هنگام عصبانیت سکوت کنید و از یک تا ده بشمارید. در صورت زیر پا گذاشتن قانون، خود

را جریمه کنید و نهایتاً قدر زمان و پول خود را بدانید؛ با استفاده از نرم‌افزار می‌توانید زمان و پول خود را به نحو احسن مدیریت کنید.

۸-۳- داستان آقای کیوین؛ او یک I کنترل شده است!

کیوین در یک شبکه تلویزیونی به‌عنوان مجری کار می‌کند. او به‌عنوان فردی جذاب و دوست‌داشتنی در محل کار و خانواده مشهور است. کیوین در گذشته زمان زیادی را با دوستان و رفقای خود صرف می‌کرد ولی با برنامه‌ریزی خوب و تخصیص زمان محدود، این زمان را به بهترین نحو ممکن مدیریت می‌کند. کیوین با مشاوره یکی از دوستان خود که تپ رفتاری C دارد اقدام به سرمایه‌گذاری‌های منطقی و پس‌انداز نموده و در حال افزایش مهارت مدیریت مالی خود است. کیوین با تمرین زیاد به فردی تبدیل شده است که بجا و به‌موقع صحبت می‌کند و به حرف دیگران با دقت گوش می‌دهد. اناق کیوین در حین رنگارنگ بودن بسیار تمیز و مرتب است. کیوین با برنامه‌ریزی در کلاس آموزش گیتار ثبت‌نام کرده است و به‌صورت منظم در این کلاس شرکت می‌کند. طبق برنامه‌ریزی انجام شده بعد از فراگیری این مهارت، او در کلاس آموزش زبان فرانسوی شرکت خواهد کرد. کیوین به‌دقت به صحبت‌های دیگران گوش می‌دهد و بجا و در زمان مناسب اقدام به صحبت می‌کند. با توجه به توانمندی و مهارت متقاعدسازی، علاوه بر فعالیت به‌عنوان مجری، در قسمت جذب آگهی‌های بازرگانی نیز شروع به فعالیت کرده است. کیوین یک I کنترل شده است!

فصل چهارم

تیپ رفتاری S

۱-۴- داستان آقای برنارد؛ او یک S کنترل نشده است!

برنارد به عنوان شهروندی نمونه در جنوب لندن زندگی می کند. خانواده او شامل همسر و دو فرزند پسر و دختر است. برنارد فردی مؤدب، خجالتی و بسیار آرام است. برنارد هر روز صبح رأس ساعت ۶ از خواب بیدار می شود و بعد از آماده کردن صبحانه و غذا دادن به سگ و گربه خانگی و همچنین رسیدگی به گلدان های آپارتمان، از خانه خارج می شود. او همیشه از یک مسیر مشخص به سمت محل کار خود حرکت می کند. برنارد در سوپرمارکتی مسئول انبار است. همکارانش از اینکه برنارد همیشه به آن ها در انجام کارها کمک می کند بسیار خوشحال هستند و بعضاً وظایف خود را به دوش او می اندازند و برنارد بدون کوچک ترین اعتراضی همه آن ها را انجام می دهد. برنارد کمتر به سلامتی خود اهمیت داده و همه دغدغه او سلامتی و خوشی خانواده، همکاران و کلیه موجودات زنده در روی کره زمین است! برنارد در زمان تنهایی به موسیقی ملایم گوش می دهد و در حالی که به گذشته فکر می کند آلبوم عکس های قدیمی خود را تماشا می کند. برنارد علاقه ای به فعالیت های ورزشی ندارد و تنها تفریح او، رفتن به کافی شاپ نزدیک خانه و نوشیدن فنجانی اسپرسو است. برنارد در ده سال گذشته در این کافی شاپ فقط اسپرسو سفارش داده و هرگز انتخاب

دیگری نداشته است! برنارد از اینکه اطرافیان خود را برنجاند یا باعث ناراحتی ایشان شود بیزار است و هرگز نمی‌تواند به درخواست کسی «نه» بگوید!

برنارد اهل مجادله و بحث نیست و جهت جلوگیری از بگومگو، به راحتی از حق خود می‌گذرد. او در خانواده به سختی درخواست خود را بیان می‌کند و ترجیح می‌دهد درخواست دیگران در اولویت باشد. شاید در زندگی، بزرگ‌ترین چالش برنارد عدم قاطعیت در تصمیم‌گیری باشد. برنارد برای انتخاب و خرید یک مورد کوچک، ساعت‌ها وقت صرف می‌کند؛ تصمیم‌گیری برای او بسیار سخت است! برنارد یک S کنترل نشده است!

۲-۴- آشنایی عمومی با تیپ رفتاری S

حتماً به یاد دارید که این تیپ رفتاری در برش افراد برونگرا و مردم محور قرار دارد. S ها به صورت عمومی تمایل به انجام امور با آهنگی ثابت و قابل پیش‌بینی دارند. S ها به شدت مردم‌دار هستند و از درگیری و نزاع فاصله می‌گیرند. افرادی حمایتگر، آرام، مهربان، متواضع، وفادار، صبور و البته کمی خجالتی‌اند. S ها عاشق محیط‌های ثابت و آرام هستند. S ها صبر و شکیبایی بی‌نظیری دارند و کمک به دیگران را وظیفه خود می‌دانند. این تیپ رفتاری بسیار وفادار است. S ها بهترین شنونده‌های دنیا هستند و کنار آمدن با افراد هیجان‌زده تخصص آن‌هاست. دوستدار طبیعت‌اند و به نگهداری گل و گیاه در منزل علاقه‌مند هستند. این تیپ رفتاری به جمع‌آوری عکس و آلبوم علاقه دارد و در زمان‌های ممکن با دیدن تصاویر به گذشته‌های خود سفر می‌کند. معمولاً گوش دادن به موسیقی سنتی و کلاسیک را به دیگر موارد ترجیح می‌دهند. S ها بیش از آنکه به مهمانی بروند دوست دارند پذیرای مهمان در منزل خود باشند. معمولاً از برخورد با شرایط غیرمنتظره و از پیش تعیین نشده هراس دارند. S ها می‌توانند بهترین دوستان ما باشند از این رو توصیه می‌شود در دایره ارتباطی خود حتماً فرد یا افرادی با تیپ رفتاری S داشته باشیم.

همچنین S ها می‌توانند بهترین همکاران ما باشند ولی باید توجه داشت که از احساس مسئولیت‌پذیری و حس همراهی ایشان سوءاستفاده نشود.

۳-۴- با شاخص‌های مثبت رفتاری تیپ S آشنا شوید.

چنانچه اشاره شد S ها افرادی وفادار، مهربان و بسیار همراه هستند. حس فداکاری و گذشت بزرگ‌ترین نقطه مثبت این تیپ رفتاری است. معمولاً دارای استعداد و توانایی‌های بالایی هستند و در صورت لزوم، بدون هیچ‌گونه ادعایی در اختیار اطرافیان خود قرار خواهند داد. S ها آماده کمک به هم نوعان خودند و با شنیدن درخواست کمک یا همراهی، اولین شخصی خواهند بود که به این نیاز پاسخ می‌دهند. S ها صندوقچه اسرار شما هستند.

S ها باسیاست هستند	رهبران خوبی هستند
یاری‌رسان در جامعه	صبور و بی‌ادعا
قابل اعتماد و وفادار	بهترین دوستان شما
ملاحظه‌کار و محتاط	شنونده‌های بسیار خوب
حس همدلی و نگرانی بابت دیگران	احترام به اصول و قوانین
در کنار S ها می‌توان آرامش را تجربه کرد	

بعضی از شاخص‌های مثبت رفتاری تیپ S

۴-۴- با شاخص‌های منفی رفتاری تیپ S آشنا شوید.

شاید بزرگ‌ترین شاخص منفی یا قابل‌بهبود در این تیپ رفتاری عدم توانایی در گفتن کلمه «نه» است. یک S به دلیل اینکه احتمال می‌دهد در مقابل درخواست طرف مقابل با گفتن کلمه «نه» او را رنجیده‌خاطر کند از گفتن آن، طفره می‌رود و با این کار مشکلات بزرگی را

برای خود ایجاد می‌کند!

برخلاف اینکه S ها می‌توانند دوستان بسیار خوب و صمیمی برای شما باشند ولی دایره ارتباطی بسته‌ای دارند و کمتر اجازه ورود افراد به حریم خصوصی خود را می‌دهند؛ گاه تنها می‌مانند و در افکار خود غوطه‌ور می‌شوند.

این تیپ رفتاری معمولاً در تصمیم‌گیری قاطعیت لازم را ندارد و حتی برای خرید می‌بخواهد معمولی روزانه دچار تردید می‌شوند. چنین مواردی می‌تواند در تصمیم‌گیری‌های مهم زندگی، این تیپ رفتاری را دچار چالش کند. از طرفی تصمیم‌گیری این گروه بیشتر بر قلب و احساس متکی است تا عقل!

از دیگر نقاط قابل بهبود این تیپ رفتاری، می‌توان به مقاومت ایشان در مقابل تغییر اشاره کرد با کوچک‌ترین تغییر در روال عادی زندگی، این تیپ رفتاری دچار دل‌شوره و اضطراب می‌شود.

S ها نمی‌توانند چند کار را به صورت موازی با هم مدیریت و انجام دهند. این مورد بالاًخص در محیط کار به عنوان یک نقطه قابل بهبود باید مورد توجه قرار گیرد. باید توجه داشت مانند همه تیپ‌های رفتاری این گروه هم می‌تواند با تمرین نقاط قابل بهبود، تیپ رفتاری خود را بهبود بخشد یا نقاط ضعف را به حداقل برساند.

حريم شخصی بسته‌ای دارند	به‌سختی «نه» می‌گویند
تغییر محیط باعث سردرگمی و ترس در آن‌ها می‌شود	S ها اغلب خجالتی هستند
قاطعیت لازم در انتخاب و تصمیم‌گیری‌ها را ندارند	در مقابل تغییر مقاومت زیادی نشان می‌دهند
ذهن آن‌ها مدام در حال قضاوت کردن دیگران است	نمی‌توانند چند کار را به‌صورت هم‌زمان انجام دهند
منطقی نبوده و کارها را با قلب و احساسشان انجام می‌دهند	بسیار حساس و زودرنج هستند

بعضی از شاخص‌های منفی رفتاری تیپ S

۵-۴-S ها در روابط شخصی و خانوادگی

S ها عاشق خانواده و گذراندن زمان در بین خانواده هستند. معمولاً افراد بسیار کم‌توقعی هستند و حتی نیازهای اساسی خود را به زبان نمی‌آورند. برای S ها نیازهای اعضای خانواده در اولویت قرار دارد. S ها عاشق مهمان‌نوازی و پذیرایی از دیگران هستند و بیشتر از اینکه علاقه‌مند به رفتن به خانهٔ دوستان و آشنایان باشند تمایل به پذیرایی از ایشان در منزل خود دارند. S ها علاقه‌مند به جمع‌آوری آلبوم عکس، نگهداری گل و گیاه در منزل و گوش دادن به موسیقی‌های آرام با ضرب‌آهنگ پایین هستند. در صورت بروز مشکل یا مرضی برای یکی از اعضای خانواده، S ها تا آخرین لحظه رفع مشکل یا بیماری همراهی می‌کنند و از هیچ کمکی دریغ نخواهند کرد. S ها نیازمند توجه و قدردانی اعضای خانواده هستند هرچند که این مورد را به هیچ عنوان ابراز نمی‌کنند. پیشنهاد می‌شود برای افراد با این تیپ رفتاری در خانواده اهمیت مدیریت زمان تشریح گردد؛ این مهارت باید از کودکی

به این تیپ رفتاری آموزش داده شود.

در صورت شناسایی این نوع تیپ رفتاری در کودکی، مهم‌ترین اقدام ممکن در جهت شکوفایی آن‌ها، آموزش مهارت «نه» گفتن است. S ها در خانواده باید از کودکی بیاموزند که در مواقع لازم به درخواست طرف مقابل جواب منفی داده و مسئولیت انجام آن را نپذیرند. یادمان باشد کودکان این تیپ رفتاری مانند I ها نیازمند محبت لمسی و توجه نزدیک هستند. مردان با تیپ رفتاری S نیازمند قدردانی مستمر و دریافت توجه نسبت به فعالیت‌هایی هستند که در خانواده انجام می‌دهند؛ در صورت عدم دریافت این توجه دچار افسردگی خواهند شد. در مقابل باید به یاد داشته باشیم بانوان با این تیپ رفتاری به‌سختی نیازها و علاقه‌مندی‌های خود را مطرح می‌کنند. باید با ایجاد فضای صمیمی به ایشان کمک کرد تا به‌راحتی نیازهای خود را بیان کنند. S ها را نباید در مقابل یک اتفاق ناگهانی یا مهمانی از قبل پیش‌بینی‌نشده قرار دارد. در این شرایط S ها دچار سردرگمی و ترس خواهند شد. S ها برای خرید، زمان بسیار زیادی را صرف می‌کنند؛ شاید لازم باشد در زمان انتخاب و تصمیم‌گیری به ایشان کمک شود.

۶-۴-S ها در روابط اجتماعی و کاری

S ها در محیط کاری فقط و فقط به دنبال ثبات و عدم‌تغییر هستند. این تیپ رفتاری در محیط کاری انتظار دارند:

- شرایط موجود حفظ شود مگر آنکه دلایلی مهمی برای تغییر وجود داشته باشد؛
- روال روزمره و قابل پیش‌بینی حاکم باشد؛
- عملکردشان مقبول واقع شود؛
- حداقل اشتباه را داشته باشند؛

- از افراد، خالصانه قدردانی شود؛
- گروهی آن‌ها را بشناسند؛
- روند کار استاندارد باشد؛
- برخورد‌ها و درگیری‌ها کم باشد.

عموماً S ها تمایل زیادی به انجام کارهای ثابت و یکنواخت دارند. در محیط کاری شنونده‌ای بسیار خوبی هستند و از آنجایی که مردم محورند، ارتباط گرم و محترمانه‌ای با همکاران و مشتریان خواهند داشت. S ها رهبران و متفکران و تحلیلگران توانمندی هستند؛ مانند یک مربی رهبری می‌کنند و به هیچ عنوان دیکتاتور نیستند. باید توجه داشت S ها قاطعیت لازم برای اعمال تصمیمات فوری و اساسی را ندارند. برای افزایش بهره‌وری و بهبود عملکرد این افراد، باید برای آن‌ها امنیت ایجاد کرد و از ایجاد شرایط چالشی دوری نمود. S ها فضای کار خود را دوست دارند و با ورود افراد جدید احساس خطر می‌کنند. ایشان قادر به انجام چند کار به صورت همزمان نیستند. با پشتکار، وفادار و دلسوز هستند و در تیم‌های کاری، بیشترین همراهی و همکاری را خواهند داشت. قوانین و نظام موجود در محیط کاری برای ایشان قابل احترام است و از هرگونه کشمکش و تعارض بیزارند. مدیران S در کارها، رویکرد مشارکتی با تأکید بر گوش دادن و توجه به نظرات دیگران را دارا هستند. به‌طور کلی S ها تحلیلگران و متفکران بسیار قابل‌قابلی هستند و توانایی زیادی در دیدن امور از زوایای مختلف دارند.

نمونه‌هایی از عناوین شغلی مناسب برای این تیپ رفتاری عبارت‌اند از:

رهبران توانمند، مشاوران متفکر، مدیران مؤسسات خیریه، روانشناس و مددکار اجتماعی، حسابدار، تحلیل‌گر و برنامه‌ریز، مدیران دفتر، منشی، مربی یا معلم نمونه و پرستار.

۴-۷- چگونه می‌توان شاخص‌های منفی این تیپ رفتاری را مدیریت کرد؟

جهت مدیریت و کاهش شاخص‌های منفی یا نقاط قابل بهبود راهکارها و تمرین‌های مناسبی وجود دارد که شخص دارای این تیپ رفتاری می‌تواند با انجام آن به نتایج خوبی دست یابد؛

- تمرین با رویکرد افزایش اعتمادبه‌نفس؛

از تکنیک صحبت با خود در آینه استفاده کنید؛ متنی را حفظ کرده و روبروی آینه بایستید و چشم در چشم خود، متن را با صدای بلند تکرار کنید. بعد از مدتی که این کار را با تسلط انجام دادید یکی از نزدیکان خود را جایگزین آینه کنید و چشم در چشم وی، متن را با صدای بلند تکرار کنید. این کار را آن‌قدر ادامه دهید که با تسلط کامل و بدون ترس و دلهره یا خندیدن، آن را انجام دهید. بعد از این مرحله، در فرصت‌های ایجادشده در جمع، داوطلب شوید و صحبت کنید. این کار به‌شدت در افزایش اعتماد به نفس شما مؤثر خواهد بود. در صورت امکان در کارگاه‌های آموزشی مرتبط با اعتمادبه‌نفس شرکت کنید. سعی کنید توانایی‌هایتان را بروز دهید.

- تمرین در جهت افزایش سطح انرژی؛

در ورزش‌های رقابتی، هوازی و مهیج شرکت کنید، خود را در معرض انتخاب‌های سریع قرار دهید، مزاج خود را بشناسید و رژیم غذایی مناسب انتخاب کنید.

- تمرین در جهت ایجاد تنوع در زندگی؛

از ثبات دوری کنید؛ به‌عنوان مثال سعی کنید هر روز لباس‌های متفاوت بپوشید. مهارت انجام چند کار به‌صورت موازی را در خود تقویت کنید. مسیرهای رفت‌وبرگشت روزانه خود را تغییر دهید. تا حد امکان مشتاق باشید و برق اشتیاق و انرژی را همواره در کلام و رفتارتان جاری سازید.

به این نکات توجه کنید:

بپذیرید که شما مسئول همه چیز و همه کس نیستید. بیشتر از قبل، به خودتان اهمیت دهید تا بیش از گذشته سرحال و زیبا باشید. عکس خود را به دیوار اتاق بزنید یا در صفحه گوشی موبایل قرار دهید. از تمرینات یوگا، بهره ببرید. «نه» گفتن را تمرین کنید.

۸-۴- داستان خانم سارا؛ او یک S کنترل شده است!

سارا دکتر روانشناس و مادر دو فرزند است. سارا مشاوره دلسوز و مهربان است و کارش را عاشقانه دوست دارد. سارا در خانه نیز مادری مهربان و فداکار و البته با برنامه است! سارا با استفاده از ابزارهای دیجیتالی برنامه‌های روزانه کاری و شخصی خود را تنظیم می‌کند و سعی دارد با مدیریت زمان، علاوه بر انجام فعالیت‌های کاری، زمانی را برای تفریح و سلامتی خود و همچنین در کنار خانواده بودن اختصاص دهد. سارا معمولاً خریدهای شخصی خود را به اتفاق همسرش که مربی یک تیم ورزشی است انجام می‌دهد. همسر سارا، جان، او را در انتخاب و تنوع در خرید ترغیب کرده و سارا از این بابت بسیار خوشحال است. سارا در خانه در تصمیم‌گیری‌ها شرکت کرده و سعی می‌کند با تکیه بر منطق و دور بودن از احساسات، بهترین عملکرد را داشته باشد. سارا به سلامتی و تناسب اندام خود، بیش از گذشته اهمیت می‌دهد و ورزش کردن به همراه فرزندان در برنامه روزانه او قرار دارد. سارا عاشق نگهداری گل و گیاه است و در باغچه کوچکی که در حیاط خانه دارد به پرورش گل و گیاه‌های متنوع می‌پردازد. سارا در پایان هر هفته با پیشنهاد جان به یک رستوران یا کافی‌شاپ جدید می‌رود و تجربه‌ای نو را برای خود و همسرش رقم می‌زند. سارا در بین دوستان خود بهترین و رازدارترین فرد ممکن است و بهترین فرد برای در میان گذاشتن دغدغه‌های شخصی است. برخلاف گذشته سارا دوستان زیادی دارد و از اینکه می‌تواند با افراد مختلف ارتباط برقرار کند بسیار خوشحال است. سارا درک درستی از نقاط

قابل بهبود تیپ رفتاری خود دارد و توانسته است به بهترین نحو ممکن آن‌ها را کنترل کند. سارا یک S کنترل شده است.

فصل پنجم

تپ رفتاری C

۱-۵- داستان خانم بتی؛ او یک C کنترل نشده است!

بتی در یک خانواده چهارنفره - همسر و دو فرزند - زندگی می‌کند. بتی معلم ریاضی است و در مدرسه به عنوان معلمی سخت‌گیر زبانزد همه است. بتی در خانه هم مادر و همسری سخت‌گیر و منضبط است. بتی قوانین خاصی برای خانه وضع کرده است و تخطی از این قوانین از سوی هر یک از اعضای خانواده، با برخورد سخت وی همراه خواهد بود. بتی وقت زیادی را برای نظافت و پاکیزگی خانه صرف می‌کند و اعضای خانواده از حساسیت او در این زمینه ناخشنودند. فرزند بزرگ بتی از اینکه باید هر روز قبل از ساعت ۸ شب خانه باشد ناراحت است و آرزو دارد ای کاش آزادی عمل بیشتری داشت. در خانه هیچ‌کس جز بتی حق خرید یا حتی سفارش غذا ندارد. بتی باید طبق قواعد استاندارد خود و توجه به کیفیت کالا یا مورد درخواستی و پس از اطمینان از قابل قبول بودن آن اقدام به خرید یا سفارش کند. بتی به شدت به کیفیت مواد غذایی خریداری شده توجه دارد و معمولاً لیست خرید وی دارای کیفیت بسیار بالای است. بتی بدون هماهنگی قبلی در هیچ گردهمایی شرکت نمی‌کند. به بازی و همراهی با فرزندان خود علاقه ندارد و از شرکت در پارتی یا رفتن به سینما و کنسرت طفره می‌رود. فرزند کوچک بتی از این مورد به شدت گله‌مند است. بتی هر روز صبح رأس ساعت ۷:۳۰ در مدرسه حاضر می‌شود. او معمولاً در مدرسه، لباس

رسمی آبی‌رنگ و تمیز و مرتبی به تن دارد و به‌ندرت لباس کار خود را تغییر می‌دهد. تقریباً همه دانش آموزان و حتی معلمان از بتی ترسیده و از نزدیک شدن به وی طفره می‌روند. دانش آموزان بتی در هر سال تحصیلی بهترین نمرات را کسب می‌کنند که این مورد نتیجه سخت‌گیری بتی است. بتی عاشق اعداد و محاسبه است و برای هر فعالیتی حتی کوچک، آنالیز و تحلیل خاص خود را دارد. بتی معمولاً بدبین است و در ارتباط با دیگران این احساس کاملاً دیده می‌شود. بتی آخرین فردی است که از محل کار خارج شده و به خانه برمی‌گردد. اتمام درست کار برای بتی، از هر چیزی مهم‌تر است. در زمان برگشت و هنگام پارک ماشین، بتی زمان زیادی را جهت پارک درست و قرار گرفتن بر روی خط پارکینگ، صرف می‌کند که مورد تعجب خانواده و همسایگان است! بتی یک C کنترل نشده است!

۲-۵- آشنایی عمومی با تیپ رفتاری C

همان‌طور که اشاره شد این تیپ رفتاری در برش افراد درونگرا و وظیفه محور قرار دارد. افراد این تیپ رفتاری به‌صورت کلی، به دستورالعمل‌های کلیدی و استانداردها پایبند هستند و به تمرکز بر جزئیات کلیدی، تحلیلگرانه فکر کردن، ارزیابی عقاید موافق و مخالف تمایل دارند. این افراد به سیاستمداران رفتار کردن با مردم، به‌کارگیری رویکردهای هوشمندانه و غیرمستقیم در برخوردها و درگیری‌ها، کنترل بر انجام دقیق امور، تحلیل منتقدانه کارها و به‌کارگیری روش‌های نظام‌مند جهت شرایط و فعالیت‌های گوناگون عادت دارند. افراد با این تیپ رفتاری از در جمع بودن و روابط اجتماعی زیاد، فاصله می‌گیرند و در خلوت بودن را ترجیح می‌دهند. دایره ارتباطی بسته‌ای دارند و به‌راحتی فردی را در حریم خصوصی خود، پذیرا نخواهند بود. C ها به‌شدت کمال‌گرا هستند و تمام سعی و تلاش خود را جهت رسیدن به بهترین کیفیت و استاندارد در زندگی بکار می‌گیرند. C ها به‌صورت معمول ابراز احساسات مستقیم را دوست ندارند و در نگاه اول انسان‌هایی خشن و بی‌احساس به نظر

می‌رسند. این افراد طالب محیطی هستند که انتظارات از عملکرد آن‌ها به روشنی تعیین شده باشد و به کیفیت و دقت اهمیت داده شود؛ جو حاکم، یک فضای فعال و جدی باشد؛ فرصت‌هایی برای نشان دادن مهارت‌ها یا پرسیدن چراها فراهم شود و اطلاعات و داده‌ها در دسترس آن‌ها قرار گیرد. در این صورت آن‌ها قادر خواهند بود هر کاری را به نحو احسن انجام داده یا بهبود بخشند.

۳-۵- با شاخص‌های مثبت رفتاری تیپ C آشنا شوید.

افراد با تیپ رفتاری C به شدت ریزبین و جزئی‌نگر هستند. این افراد با اعداد و ارقام زندگی می‌کنند و از این رو در فعالیت‌های مبتنی بر محاسبات و تحلیل، توانمندی بسیار بالایی دارند. C ها به شدت باهوش و با استعداد هستند و در صورتی که در دوران کودکی استعداد این تیپ رفتاری کشف شود در آینده فردی دانشمند یا اندیشمند به جامعه تحویل داده خواهد شد. C ها عاشق استاندارد و کیفیت هستند. در هنگام خرید، زمان زیادی را صرف می‌کنند و جزییات زیادی را بررسی می‌کنند. این افراد بهترین مشاورین در زمینه سرمایه‌گذاری و تصمیم‌های استراتژیک مالی هستند. وظیفه‌شناسی و حس مسئولیت‌پذیری این تیپ رفتاری آن‌ها را به شهروندان و افرادی قانونمند و متعهد تبدیل کرده است.

بسیار با استعداد هستند	ریزینی و زیبایی شناختی
متفکر، باهوش و هوشیار	وظیفه شناس و مسئولیت پذیر
ظرفیت بالا در انجام فعالیت های عقلانی	خانم های این گروه کدبانوهای تمیز، مرتب و خوش سلیقه
خلاق و جستجوگر	توانایی بالا در انجام کارهای ظریف
به صورت ذاتی مخترع و تحلیل گر	کمال گرا

بعضی از شاخص های مثبت رفتاری تیپ C

۴-۵- با شاخص های منفی رفتاری تیپ C آشنا شوید.

C ها افرادی منفی گرا هستند. از این رو پذیرش مخاطب از سوی آن ها در هر شرایطی، زمان بسیار زیادی خواهد برد. به سختی نسبت به شرایط متفاوت انعطاف نشان می دهند و تحمل شنیدن انتقاد یا حتی پیشنهاد را ندارند. این افراد به عملکرد هیچ کس اطمینان ندارند و تمایل دارند همه فعالیت ها زیر نظر خودشان انجام گیرد. در نتیجه، در فعالیت های گروهی و تیمی کمتر حاضر می شوند. C ها به شدن حساس و زودرنج هستند. این تیپ رفتاری به مشاور یا درمانگر اعتقادی ندارند. شکستن حریم خصوصی یا عدم پیروی از قوانین این تیپ رفتاری، بدترین اتفاق ممکن است و با واکنش تندی از سوی ایشان مواجه خواهد شد.

منفی‌گرا هستند	با تنوع بیگانه هستند
قدرت خطرپذیری بالا ندارند	به شرایط سخت و بحرانی واکنش تند نشان می‌دهند
تحمل شنیدن انتقاد را ندارند	بسیار حساس و زودرنج هستند
همه‌چیز را سیاه یا خاکستری می‌بینند	به مشاور یا درمانگر، اعتقاد ندارند
بیش از حد وظیفه محور هستند	می‌توانند بسیار کینه‌توز باشند
انعطاف‌پذیر نیستند	

بعضی از شاخص‌های منفی رفتاری تیپ C

۵-۵-C ها در روابط شخصی و خانوادگی

با توجه به خصوصیات این تیپ رفتاری، پیش‌بینی و درک رفتاری این افراد در محیط خانواده کار دشواری نیست. این تیپ رفتاری در خانه قوانین و چارچوب کاری خود را دارند و در صورتی که این قوانین از طرف دیگر اعضای خانه رعایت یا به آن توجه نشود به شدت ناراحت می‌شوند و عکس‌العمل نشان می‌دهند. معمولاً این تیپ رفتاری نسبت به لوازم و اسباب شخصی خود حساس هستند و به صورت کلی، حریم خصوصی بسته‌ای دارند. هیچ‌گاه این تیپ رفتاری را در مقابل رویداد، مهمانی یا اتفاقات از پیش برنامه‌ریزی نشده قرار ندهید!

پدران در این تیپ رفتاری، مردانی متمرکز و با دید مالی قوی هستند. به شدت نسبت به خرید حساس‌اند و تمایل دارند متناسب با پول هزینه شده، کالا و خدمات با کیفیت دریافت کنند. مردان در این تیپ رفتاری علاقه‌مند به استفاده از لباس‌های آراسته، پاکیزه و رسمی دارند. معمولاً برای هر فعالیت کوچک نیازمند برنامه‌ریزی و صرف زمان زیادی هستند.

مادران در این تیپ رفتاری بهترین کدبانوهای روی کره زمین اند. معمولاً فرزندان در خانواده‌ای که مادر تیپ رفتاری C داشته باشد به شدت مورد خطاب و دستور وی قرار می‌گیرند. مادران با تیپ رفتاری C به صورت مستمر نسبت به پاکیزگی، نظم و پایبندی به زمان ورود و خروج با دیگر اعضای خانواده بحث و گفتگو دارند. مادرهای این تیپ رفتاری نسبت به مواد غذایی خانواده حساس اند و مطابق با برنامه، از بهترین کیفیت مواد غذایی استفاده می‌کنند. معمولاً از خرید مواد غذایی از رستوران یا فست فود امتناع می‌ورزند؛ به ندرت و فقط در صورت کسب اطمینان از کیفیت و نوع مواد اولیه مورد استفاده، از آن‌ها خرید می‌کنند. بیشترین استانداردهای نظافتی و آراستگی در خانه‌هایی با وجود بانوان با تیپ رفتاری C دیده می‌شود.

فرزندان با تیپ رفتاری C مسئولیت‌پذیرترین افراد در مقابل انجام تکالیف و تمرین‌های درسی هستند. بدون نیاز به کنترل و توجه، همه وظایف خود را انجام می‌دهند. معمولاً استعداد ذاتی بالایی داشته و پتانسیل فراوانی در کارهای علمی و تحقیقاتی دارند. در صورت تشخیص تیپ رفتاری C در کودکان و با هماهنگی مشاور متخصص، این کودکان در یک برنامه توسعه و رشد تبدیل به دانشمند و اندیشمند بزرگی خواهند شد. کودکان با این تیپ رفتاری بسیار کنجکاو و پرسشگر هستند و تا زمان کسب جوابی متقاعدکننده و درست، دست از پرسش‌های خود برنمی‌دارند. باید با صبر و حوصله به پرسش‌های ایشان پاسخ داد و با جواب‌های صحیح و با کیفیت، به این حس کنجکاوی واکنشی مناسب نشان داده شود.

۶-۵-C ها در روابط اجتماعی و کاری

هیچ‌چیزی مانند نظم و دقت در محیط کاری، C ها را خوشحال نمی‌کند. C ها در محیط کاری انتظار دارند:

- انتظارات از عملکرد آنان به وضوح تعیین شده باشد؛
 - کیفیت و دقت اهمیت داشته باشد؛
 - جو فعال و جدی حاکم باشد؛
 - فرصت‌هایی برای نشان دادن مهارت‌ها موجود باشد؛
 - عواملی که روی عملکرد آن‌ها تأثیر می‌گذارد کنترل شود؛
 - فرصت برای پرسیدن «چراها» فراهم شود و شناخت مهارت‌ها و دستاوردها عملی باشد.
- C ها در محیط کار بسیار دقیق، حسابگر و محتاط هستند. از تمامی قوانین و دستورالعمل‌ها پیروی می‌کنند و معمولاً کارهای خود را چندین بار کنترل می‌نمایند. C ها انجام کارهای پیچیده را دوست دارند. ترجیح می‌دهند در گروه‌های کوچک یا به تنهایی کار کنند. C ها دوست دارند شایسته‌ترین فرد جمع باشند. هیچ چیز به اندازه گزارش ناقص یا بی دقت یک C را آزار نخواهد داد.
- باید اذعان داشت C ها در کلیه فعالیت‌های تخصصی توانمند و موفق هستند؛ آن‌ها اطلاعات بسیار زیادی دارند که به علت روحیه درون‌گرا و محافظه‌کارشان تا زمانی که مخاطب مشتاق و علاقه‌مند نباشد آن را بیان نمی‌کنند؛ اما کسانی که بتوانند پا به دریای دانش آن‌ها بگذارند قطعاً اطلاعات زیادی کسب خواهند کرد.
- از عناوین شغلی مناسب برای این تیپ رفتاری می‌توان به مخترع، محقق، موسیقیدان، نوازنده حرفه‌ای، کارمند بانک، حسابدار ارشد، برنامه‌نویس، چشم‌پزشک، دندان‌پزشک، تکنسین اتاق عمل، فیزیکدان، اقتصاددان و متخصص در فعالیت‌های رباتیک و نانو تکنولوژی اشاره کرد.

۵-۷- چگونه می‌توان شاخص‌های منفی این تیپ رفتاری را مدیریت کرد؟

جهت مدیریت و کاهش شاخص‌های منفی یا نقاط قابل بهبود راهکارها و تمرین‌های مناسبی وجود دارد که شخص دارای این تیپ رفتاری می‌تواند با انجام آن، به نتایج خوبی دست یابد؛

- تمرین با رویکرد افزایش اعتمادبه‌نفس؛
از تکنیک صحبت با خود در آینه استفاده کنید این تکنیک در صفحات مرتبط با تیپ رفتاری S توضیح داده شد. مهارت‌های افزایش اعتمادبه‌نفس را فراگیرید. ضمیر ناخودآگاه خود را برای به کار بردن کلمات مثبت و مؤثر برای افزایش اعتمادبه‌نفس برنامه‌ریزی کنید. سعی کنید خود و توانایی‌هایتان را بروز کنید. برای افزایش اعتمادبه‌نفس، زبان بدن‌تان را تقویت کنید؛ سرعت راه رفتن خود را افزایش دهید.
- تمرین با رویکرد افزایش سطح انرژی؛
در ورزش‌های رقابتی، هوازی و مهیج شرکت کنید، خود را در معرض انتخاب‌های سریع قرار دهید، مزاج خود را بشناسید و رژیم غذایی مناسب انتخاب کنید.
- تمرین در جهت ایجاد عادت ابراز احساسات؛
نزدیکانتان را به آغوش بکشید و برای آن‌ها هدیه بخرید. برای تفریح و استراحت در کنار خانواده، وقت بگذارید. احساسات خود را به‌صورت زبانی و با رفتار محبت‌آمیز بیان کنید.

به این نکات توجه کنید:

برای کار خود زمان مشخص و محدودی را تعیین کنید. بازی‌های رایانه‌ای که می‌تواند خطرپذیری شما را تقویت کنند، انجام دهید. به دنبال تنوع در زندگی باشید. تنوع در لباس،

خوردوخوراک و... را رعایت کنید. چند کار را به صورت همزمان انجام دهید. در کارگاه‌ها و کلاس‌های مثبت اندیشی شرکت کنید؛ مهارت تفویض اختیار را فراگیرید.

۸-۵- داستان آقای دیوید؛ او یک C کنترل شده است!

آقای دیوید به عنوان محقق در آزمایشگاه شرکت تولیدکننده قطعات هواپیما فعالیت می‌کند. به دلیل توانایی‌های بالا و متناسب با نوع کار خود، یکی از پرسنل مجرب و قابل احترام شرکت است. برنارد هر روز صبح رأس ساعت ۷ صبح از خواب بیدار می‌شود و بعد از فعالیت‌های شخصی اولیه، صبحانه خانواده را آماده و خانه را به مقصد محل کار ترک می‌کند. دیوید به پیاده‌روی علاقه‌مند است و به دلیل نزدیکی منزل تا محل کار، این مسیر را پیاده طی می‌کند. او سعی می‌کند در حالتی که لبخند کوچکی بر لب دارد از مسیرهای متفاوتی خود را به محل کار برساند. این روش در مسیر برگشت نیز تکرار می‌شود. افرادی که در مسیر رفت‌وآمد و یا محل کار، وی را ملاقات می‌کنند، دیوید را فردی منظم، مؤدب، پاکیزه و خوش‌پوش می‌دانند. دیوید در محل کار سعی بر فعالیت‌های گروهی دارد و با تیزبینی و تحلیل و تجزیه به‌موقع، تضمین‌کننده موفقیت گروه است. دیوید دو روز در هفته به باشگاه ورزشی نزدیک محل کار می‌رود و ساعات خوشی را با دوستانش تجربه می‌کند. دقت و ظرافت حرکات دیوید او را به یک بازیکن کلیدی در تیم تبدیل کرده است و با پیشنهاد مربی خود در حال تمرین و افزایش سرعت خود است. با توجه به دقت دیوید به خوردوخوراک و آشنایی وی با رژیم‌های غذایی مختلف، برنامه غذایی تیم با مشورت وی تنظیم می‌شود. دیوید مشاوری صادق و قابل اعتماد در زمینه‌های مختلف سرمایه‌گذاری است و در این راه با خوشحالی به اطرافیان خود کمک می‌کند. روز گذشته و در زمان برگشت از کار، دیوید به یاد سال‌های گذشته افتاد و از اینکه اطرافیان دیگر او را آدم آهنی جدی، دقیق و تنها نمی‌نامند خوشحال بود. دیوید با تمرین و شناخت درست از تیپ رفتاری

خود توانسته است نقاط قابل بهبود تیپ رفتاری را کنترل کند. سعی در ارتباط بیشتر و بهتر با جامعه و تمرین در کارهای گروهی، ایجاد تنوع در زندگی و شرکت در فعالیت‌های اجتماعی نشان می‌دهد او در این مسیر موفق بوده است. دیوید یک C کنترل شده است!

فصل ششم

رفتارشناسی مشتری در فروش با

مدل جهانی DISC

۱-۶- تعریف مشتری و تیپ رفتاری مشتری

مفهوم مشتری در تعریف ابتدایی به گیرندگان کالا و خدمات در سازمان اطلاق می‌شود؛ اما امروزه مفهوم مشتری، فراتر از این معناست و به کسی اطلاق می‌گردد که از خدمات و تولیدات سازمان‌ها منتفع می‌شود.

در هر سازمانی، دو نوع مشتری وجود دارد:

۱- مشتریان داخلی: همان کارکنان و منابع انسانی سازمان‌ها هستند.

۲- مشتریان خارجی: ارباب‌رجوع مشتری خارجی سازمان است که به دنبال خدمت سریع، آسان، دقیق، همراه با انعطاف، نظم، ادب و نزاکت و با اطلاعات مناسب و پاسخ‌گویی کافی در محیطی سالم است.

یکی از بحث‌های مهم در شناسایی مشتری، رفتارشناسی و تیپ رفتاری مشتری است. تیپ رفتاری، به مجموعه رفتارهای مشاهده‌شده و مشاهده نشده افراد اطلاق می‌شود که باعث تفکیک و تمایز بین آن‌ها می‌شود. از نظر روان‌شناسان، تیپ رفتاری هر فرد، مفهوم پویا و ساختاریافته‌ای است که بیانگر رشد و تکامل سیستم‌های رفتاری اوست.

بنابراین همه افراد، خریداران، فروشندگان، مشتریان و ... دارای تیپ رفتاری هستند و هر

کدام به نوعی عمل می‌کنند که باعث تمایز بین آن‌ها و دیگران می‌شود و باعث می‌شود رفتار فرد در هر موقعیت فرضی، قابل پیش‌بینی باشد.

۲-۶- اهمیت شناسایی و تحلیل تیپ رفتاری مشتری در کسب‌وکار

شناسایی و تحلیل درست مشتری در زمینه‌های مختلف از گام‌های ابتدای در تدوین برنامه هر کسب‌وکار خواهد بود. بدون این شناخت، تولید و ارائه خدمات بی‌معنی خواهد بود و نتیجه‌ای جز شکست به همراه نخواهد داشت. متأسفانه بسیاری از کسب‌وکارهای مختلف ابتدا دست به تولید و آماده‌سازی خدمات می‌زنند و بعد از آن به دنبال مشتری آن می‌گردند! غافل از اینکه محصول و خدمات آماده شده با نیاز واقعی مشتری فاصله دارد؛ حتی مدیران کسب‌وکار به‌درستی نمی‌دانند کانال‌های ارتباطی درست با مشتری کدام است؟ بهترین تبلیغات جهت جلب توجه مشتری چیست؟ و بسیاری پرسش‌های دیگر که به دلیل عدم شناخت درست از مخاطب، بدون جواب خواهد بود.

آمارها نشان می‌دهد در سازمان‌هایی که تمرکز بیشتری بر شناسایی درست نیاز مشتری، رفتار مشتری و درک درست تیپ رفتاری مشتری دارند، بیش از ۴۰ درصد موفقیت در فروش، فروش مجدد و حتی وفاداری بیشتر مشتری دیده می‌شود. یکی از زیرمجموعه‌های مهم در فرایند شناسایی و شناخت مشتری، رفتارشناسی وی است. با درک درست رفتاری مشتری و شناخت تیپ رفتاری وی، می‌توان رفتارهای او را پیش‌بینی، کنترل یا حتی تغییر داد. این شناخت به مانند یک عصای جادویی در دستان صاحبان کسب‌وکار است تا مشتری را آن‌چنان که خود می‌پندارد و خود انتظار دارد، دیده و او را شیفته کسب‌وکارشان کنند.

چنین مدل رفتارشناسی علاوه بر کمک به بهینه‌سازی رفتار و تعامل در دنیای واقعی، ابزاری توانمند است که می‌تواند بستر بسیار مناسبی جهت ارتباط با مشتری و نقطه تماس

شایسته برای وی ایجاد کند.

ابزارها و مدل‌های متفاوتی در مسیر رفتارشناسی مشتری وجود دارد یکی از شاخص‌های مهم در این راستا شناسایی درست تیپ رفتاری مشتری است؛ با اطمینان می‌توان گفت مدل جهانی DISC، سرآمد همه آنهاست.

در نظر بگیرید، وقتی شما تیپ رفتاری مشتری خود را شناسایی می‌کنید، این توانمندی را دارید که با توجه به خصوصیات تیپ رفتاری، بر او تأثیر بگذارید و مشتری را در مسیر تحقق هدف خود قرار دهید. این تأثیر از راه دور یا نزدیک، در شبکه‌های اجتماعی یا جلسه حضوری، در معرفی محصول و خدمات و حتی در طراحی بروشور و کاتالوگ و تدوین کمپین‌های تبلیغاتی کاربرد خواهد داشت و تعاملی موفق و پیروز را رقم خواهد زد.

اما سؤال مهم این است که آیا شناسایی تیپ رفتاری مشتری در این مدل نیاز به برگزاری آزمون DISC خواهد داشت؟ مسلماً برگزاری آزمون، جواب روشن و شفافی را خواهد داشت ولی معمولاً در فرآیند تعامل با مشتری این امکان وجود ندارد. خبر خوب اینکه با مشاهده رفتار مشتری و حرکات زبان بدن و صحبت‌های ایشان و حتی گوش دادن به نحوه مکالمه تلفنی وی، می‌توان به نوع تیپ رفتاری مشتری پی برد. البته این مهارت نیاز به آموزش و تمرین دارد؛ این نوع آموزش‌ها، در آموزش‌های نوین فروش و بازاریابی در لیست مهارت‌های عمومی و اولیه قرار دارند.

۳-۶- شناسایی و بررسی تیپ رفتاری مشتری D

چنانچه به یاد دارید این تیپ رفتاری در برش برون‌گرا و وظیفه محور قرار دارد. این افراد از اعتمادبه‌نفس بالایی برخوردارند و به‌شدت نتیجه‌گرا هستند. مشتریان D معمولاً به نوع پوشش خود اهمیت می‌دهند.

مشتریان D حرکات تند و سریعی دارند، تند و سریع صحبت می‌کنند، تند و سریع راه می‌روند، زبان بدن ایشان باز و از حرکات دست و صورت زیاد استفاده می‌کنند، افراد D زبان بدن مقتدرانه و قوی‌تری از سایر تیپ‌های رفتاری دارند، همه چیز را به‌دقت بررسی می‌کنند بدون تعارف و رک اظهارنظر می‌کنند. این تیپ رفتاری در زمان فروش یا جلسه مذاکره، مدیریت جلسه را به دست می‌گیرند. رفتار صمیمانه‌ای نخواهند داشت و از صمیمیت و صحبت بیجا، متنفر هستند.

به‌صورت خلاصه شناسایی این تیپ رفتاری با توجه به موارد زیر امکان‌پذیر است:

زبان بدن این تیپ رفتاری:	تهاجمی و روبه‌جلو، حرکات خشک و مغرور
نوع صحبت کردن این تیپ رفتاری:	تن صدای محکم، جدی و مقتدرانه. دستوری صحبت می‌کنند، صحبت‌های تند، حرف مخاطب را متناوب قطع می‌کنند.
وجه تمایز این تیپ رفتاری در مکالمات تلفنی:	مستقیم به اصل مطلب می‌پردازند، قیمت، زمان و کیفیت از شاخص‌های بسیار مهم ایشان است. به شیوه کار اهمیت چندانی نمی‌دهند.

۴-۶- روش تعامل با مشتری D در زمان فروش

تصمیم به خرید مشتری D جدی است، زیاد اهل گشتن و پرس‌وجو نیست، زمان برای ایشان بسیار اهمیت دارد و کافی است اعتماد ایشان را جلب کنید، افراد D اعتماد به نفس بالایی دارند و سریع و پربیسک خرید می‌کنند، البته خریده‌های ایشان منطقی است نه احساسی. ذهن هوشیار و مغز قوی ایشان در تحلیل و تصمیم‌گیری به ایشان کمک می‌کند.

در زمان فروش و ارتباط با مشتری D، باید از انجام این نوع کارها دوری کنید: نیاز به رفتن به سمت ایشان و دست دادن نیست، مگر اینکه خودش با شما دست دهد؛ با احوالپرسی و حاشیه رفتن، وقت ایشان را نگیرید؛ نیاز به توضیح جزئیات محصول نیست و فقط اگر سؤال کردند به جزئیات بپردازید. زیاد حرف نزنید و بعد از توضیحات کلی در مورد محصول یا خدمات، منتظر بازخورد باشید؛ در زمان صحبت، کلامشان را قطع نکنید. به هیچ عنوان قصد فریب و ارائه مطالب غیرواقعی را نداشته باشید، از اظهارنظرهای رک و صریح یا صحبت‌های مغرورانه او ناراحت نشوید. اگر محصول یا خدمات شما را نقد کرد از ایشان تشکر کنید و سعی کنید پاسخ‌های علمی و دقیق به نقد ایشان بدهید؛ احساسی نباشید و سعی نکنید از طریق احساس ایشان را به خرید متمایل کنید.

به جای موارد بالا، این کارها را انجام دهید: سعی کنید زبان بدنشان را با زبان بدن او تطبیق دهید، فاصله‌تان را با ایشان حفظ کنید (زیاد صمیمی و خودمانی نشوید)، سریع به اصل مطلب بروید، کاتالوگ‌های مختصر همراه با تصویر و توضیحات کلی را به ایشان بدهید، آن‌ها برای خرید آماده‌اند پس ارزش وقت گذاشتن و صبور بودن را دارند، با احترام با ایشان برخورد کنید از صحبت‌هایشان، نیازهایشان را متوجه شوید و از کلمات «سود، کارایی، نتایج، موفقیت، انتخاب و سریع، فواید و کاربردها» استفاده کنید، بگذارید خودشان تصمیم‌گیری کنند و اصرار بی‌مورد برای انتخاب نداشته باشید.

مواردی که در زمان تعامل با این تیپ رفتاری باید مورد توجه قرار گیرد:

نتیجه محور. همه باید سریع انجام شود. بهتر است از کیفیت کار اطمینان حاصل کنند.	نوع تعامل و خدمات‌رسانی به این تیپ رفتاری:
چقدر؟ قیمتش چقدره؟ چقدر طول می‌کشد؟ چه کاری قراره برای من انجام دهید؟	معمولاً از طرف این تیپ رفتاری در زمان فروش پرسیده می‌شود:

۵-۶- شناسایی و بررسی تیپ رفتاری مشتری I

I ها در برش برون‌گرا و مردم محور جای دارند. پراورزی، صمیمی و پرشتاب هستند. مشتریان I مانند مشتریان D، حرکات تند و سریعی دارند؛ تند و سریع صحبت می‌کنند. افراد با تیپ رفتاری I زبان بدن صمیمی‌تری دارند، با شما دست می‌دهند و احتمالاً خود را معرفی می‌کنند. در هنگام دست دادن، لبخند می‌زنند و تمایل به گپ زدن دارند، به دیگر مشتریان و فروشنده‌ها نگاه می‌کنند؛ رفتار دوستانه و صمیمی ایشان با شما هویدا است. از اینکه شما را با نام کوچک صدا بزنند و شما هم ایشان را با نام کوچک مورد خطاب قرار دهید لذت خواهند برد. معمولاً مشتریان I در پوشش خود از رنگ‌های شاد و پراورزی استفاده می‌کنند. این تیپ رفتاری در زمان صحبت تن صدای خود را متناوباً بالا و پایین خواهد برد.

به صورت خلاصه، شناسایی این تیپ رفتاری با توجه به موارد زیر امکان پذیر است:

<p>آدم‌های مفرح. با شما مثل یک رفیق برخورد می‌کنند. حس درونی خود را به شما انتقال می‌دهند.</p>	<p>زبان بدن این تیپ رفتاری:</p>
<p>تن صدای بلند و دوستانه. حراف. تن صدا را زیاد تغییر داده و علاقه‌مند به برقراری ارتباط دوستانه با شما هستند؛ به راحتی تمرکز صحبت این تیپ رفتاری از بحث اصلی خارج و منحرف می‌شود.</p>	<p>نوع صحبت کردن این تیپ رفتاری:</p>
<p>اهل زیاد صحبت کردن و خندیدن هستند. عادت دارند از هر جا و هر چیزی با شما صحبت کنند.</p>	<p>وجه تمایز این تیپ رفتاری در مکالمات تلفنی:</p>

۶-۶- روش تعامل با مشتری I در زمان فروش

مشتری I همانند مشتری D، سریع خرید می‌کند، البته عجله‌ای برای خرید ندارند و مایل است با شما گپ و گفتگو داشته باشد؛ زمان برای ایشان اهمیتی ندارد و اگر حوصله صحبت‌ها و پرسش‌های آن‌ها را نداشته باشید و از کوره در بروید آن‌ها را از دست خواهید داد. خریدهای آن‌ها احساسی است و اگر از چیزی خوششان بیاید می‌خرند در قیدوبند قیمت و نکات ریز فنی محصول و خدمات شما نیستند.

در زمان فروش و ارتباط با مشتری I، از انجام این کارها دوری کنید: رفتار خشک و رسمی نداشته باشید، بدون خنده و انرژی مثبت به سمت آن‌ها نروید؛ مستقیم به سراغ توضیحات فنی محصول یا خدماتتان نروید؛ توضیحات ریز با جزئیات زیاد ندهید؛ آن‌ها نیز همانند افراد D علاقه‌ای به جزئیات محصول یا خدمات شما ندارند، مگر اینکه از شما سؤال کنند؛

منفی نباشید و گله و شکایت نکنید.

می‌توانید این کارها را انجام دهید: به سلام گرم ایشان پاسخ مثبت دهید. گرم و صمیمی به آن‌ها دست دهید. خنده را فراموش نکنید. زبان بدن‌تان باز و خیلی صمیمی باشد. قبل از توضیحات فنی ارتباطات صمیمی و دوستانه برقرار کنید و اظهار ارادت کنید؛ اگر مشتری قدیمی شماست احوالپرسی از خانواده فراموش نشود. با اسم کوچک خود را معرفی کنید و با اسم کوچک صدایش کنید؛ نیاز به استفاده از القاب نیست. اجازه دهید صحبت کند و شما گوش دهید و نیازش را متوجه شوید؛ ارزش و اختیار اجتماعی آن‌ها را متذکر شوید، کارت ویزیت خود را برای ارتباطات بعدی به او بدهید. کاتالوگ‌های مختصر ولی زیبا و رنگارنگ به او بدهید. به راحتی می‌توانید با راهنمایی مناسب آن‌ها را متقاعد کنید که کالای جایگزین را انتخاب کنند. از کلمات «مهیج، خلاقانه، من احساس می‌کنم، من شما را پشتیبانی می‌کنم، تفریح، لذت، زیبا» استفاده کنید. آن‌ها عاشق دیده شدن و شناخته شدن هستند، از این نکته در فروش خود استفاده کنید.

مواردی که در زمان تعامل با این تیپ رفتاری باید مورد توجه قرار گیرد:

<p>با اشتیاق و دوستانه. این تیپ رفتاری تمایل به انجام کار در محیطی رفاقتی دارند.</p>	<p>نوع تعامل و خدمات‌رسانی به این تیپ رفتاری:</p>
<p>چه کسی؟ چه کسی قراره کار من رو پیگیری کنه؟</p>	<p>معمولاً از طرف این تیپ رفتاری در زمان فروش پرسیده می‌شود:</p>

۷-۶- شناسایی و بررسی تیپ رفتاری مشتری S

S ها در برش درونگرا و مردم محور قرار دارند. مشتریانی مهربان و مؤدب و البته خجالتی. حرکات ایشان آرام و کند است. با دقت به صحبت‌های شما گوش می‌دهند و کمتر صحبت

می‌کنند. همه چیز را با دقت می‌بینند و به جزئیات محصول علاقه‌مندند. زیان بدن مشتری S آرام و متین است؛ از حرکت‌های تند و سریع یا صحبت تند و سریع خوشش نمی‌آید و در رفتار ایشان از این‌گونه حرکات نمی‌بینیم؛ صمیمی به نظر می‌رسد؛ در زمان دست دادن با شما تواضع و آرامش را در رفتار ایشان ملاحظه خواهید کرد و حتماً لبخند زیبایی بر لب دارد. خیلی رک و صریح نظر نمی‌دهد و رفتارهای دوستانه‌ای دارد.

به‌صورت خلاصه شناسایی این تیپ رفتاری با توجه به موارد زیر امکان‌پذیر است:

حرکات آرام و اطمینان‌بخش و دوست‌داشتنی	زبان بدن این تیپ رفتاری:
تن صدای گرمی دارند. دوست دارند با شما مشورت کرده و شما را دوست خود فرض می‌کنند. تمایل دارند به صحبت‌های شما گوش دهند.	نوع صحبت کردن این تیپ رفتاری:
رفتار مؤدب. باوقار و دوستانه. از شما اطلاعات زیادی خواهند خواست.	وجه تمایز این تیپ رفتاری در مکالمات تلفنی:

۸-۶- روش تعامل با مشتری S در زمان فروش

مشتری S رفتاری دوستانه و آرام دارد. منظم و صبور است. عجله‌ای برای خرید ندارد. نیاز به کمک در تصمیم‌گیری دارد. احتمالاً فروشگاه یا سازمان شما چندمین محل مورد بازدید ایشان هستید. علاقه‌مند به جزئیات است و تا به کالا و خدمات شما اطمینان نداشته باشد خرید نخواهد کرد.

در زمان فروش و ارتباط با مشتری S، از انجام این کارها دوری کنید: رفتارهای تند و سریع و صحبت‌های رک و بی‌پرده، تحت‌فشار قرار دادن او برای تصمیم‌گیری، صدای بیش از

حد بلند، حرکت‌های زیاد دست و زبان بدن هیجانی، رفتار خشک و جدی. سعی کنید این کارها را انجام دهید: اجتماعی و خونگرم باشید. اعتماد ایشان را به خود جلب کنید. احساسات ایشان را دست کم نگیرید. محیطی امن و مطمئن برای ایشان مهیا کنید. به سؤالات زیاد و جزئی آن‌ها پاسخ دهید، احتمالاً قبل از ورود به فروشگاه شما اطلاعاتی در خصوص محصول و خدمات شما کسب کرده‌اند. در مورد استاندارد بودن محصول و خدمات خود توضیح دهید. از حمایت و گارانتی محصول و خدمات مطمئنشان کنید. به آن‌ها اجازه دهید در تنهایی تفکر کنند و هیچ عجله‌ای برای تصمیم‌گیری‌شان نشان ندهید؛ اگر از فروشگاه شما بدون خرید خارج شدند نگران نباشید اگر ضمانت‌های لازم را به ایشان داده باشید باز خواهند گشت. اگر از شما خرید کنند جزء مشتری‌های دائمی شما خواهند شد و مدتی طولانی به شما وفادار می‌مانند. اگر تغییراتی در فرایند فروش خود داده‌اید به آن‌ها خبر دهید؛ آن‌ها را از تغییرات آگاه کنید. از کلمات «من شما را حمایت می‌کنم، تضمین، دوستدار محیط‌زیست، من احساس می‌کنم، در مورد آن فکر کنید، به من کمک کنید» استفاده کنید. آن‌ها معتقد به عدالت و برابری انسان‌ها و عاشق طبیعت و مخلوقات خداوند هستند.

مواردی که در زمان تعامل با این تیپ رفتاری باید مورد توجه قرار گیرد:

<p>حمایتی و با تضمین. با سیستم‌های ماشینی و مکانیکی ارتباط برقرار نخواهند کرد. از مرتکب شدن اشتباه هراسانند.</p>	<p>نوع تعامل و خدمات‌رسانی به این تیپ رفتاری:</p>
<p>چه جوری؟ چگونه کارم انجام می‌شود؟ مطمئن هستید که این گزینه خوبی خواهد بود؟</p>	<p>معمولاً از طرف این تیپ رفتاری در زمان فروش پرسیده می‌شود:</p>

۹-۶- شناسایی و بررسی تیپ رفتاری مشتری C

مشتری با تیپ رفتاری C در برش درونگرا و وظیفه محور قرار دارد. به شدت ریزبین و خواهان کیفیت و استاندارد در محصول یا خدمات است. حرکات ایشان با آرامش و تا حدودی کند است. با دقت به صحبت‌های شما گوش می‌دهند و کمتر صحبت می‌کنند. همه چیز را با دقت می‌بینند و به دانستن جزئیات محصول علاقه‌مندند؛ زبان بدن مشتری C خشک و رسمی است. لباس‌های ایشان مرتب و اتوکشیده است. نظم در رفتار و صحبت‌های ایشان مشهود است. کمتر می‌خندند و شاید فقط لبخندی به لب داشته باشند. خیلی جدی و کمی هم مشکوک و مردد به نظر می‌رسند.

به صورت خلاصه، شناسایی این تیپ رفتاری با توجه به موارد زیر امکان‌پذیر است:

حرکات کنترل شده، بی‌احساس و خشک. به صورت مستمر در حال ارزیابی شما هستند	زبان بدن این تیپ رفتاری:
تن یکنواختی دارند. منطقی و متمرکز روی موضوع بحث هستند؛ همیشه سؤال‌های چالشی خواهند داشت.	نوع صحبت کردن این تیپ رفتاری:
افراد کنجکاو و پرسشگر. با سؤالات زیاد، شما رو محک می‌زنند.	وجه تمایز این تیپ رفتاری در مکالمات تلفنی:

۱۰-۶- روش تعامل با مشتری C در زمان فروش

مشتری C رفتاری مؤدبانه و خیلی رسمی دارد. چهره‌ای خشک و جدی دارد و تمایلی برای جواب دادن به خنده و احوالپرسی شما ندارد؛ خیلی مراقب رفتار خود باشید، همانند ایشان مؤدب و ساکت باشید؛ بسیار جزئی‌نگر و دارای اطلاعات کامل از محصول و خدمات

شماست (قبل از ورود به بازار، اطلاعات کاملی از محصول و خدمات به دست آورده است)، نسبت به هزینه حساس است و سعی دارد بهترین گزینه را با کمترین هزینه تهیه کند؛ کاملاً منطقی خرید خواهد کرد. تصمیم‌گیری خرید آن‌ها کند است و وقتی می‌خواهد برای اولین بار خرید کند اطلاعات کلی محصول یا خدمات شما را بررسی می‌کند و سپس در مورد جزئیات آن از شما سؤال می‌کند. انتظار داشته باشید تا اندازه‌ای مشکوک باشد.

در زمان فروش و ارتباط با مشتری C از انجام این کارها اجتناب کنید: زبان بدن خود را کنترل کنید و از حرکت‌های تند و سریع بپرهیزید. زیاد خودمانی نشوید و کاری به خانواده و مسائل شخصی ایشان نداشته باشید. تا از شما سؤال نکرده‌اند صحبت نکنید. عجله‌ای برای خرید کردن ایشان نداشته باشید. از ارائه اطلاعات غیرواقع بپرهیزید؛ از کلی‌گویی و حرف‌های غیرمنطقی و احساسی پرهیز کنید. صحبت آن‌ها را قطع نکنید. وقت آن‌ها را تلف نکنید.

بهتر است این کارها را انجام دهید: اطلاعات فنی و ریز محصول و خدمات خود را با اعداد و ارقام و نمودار توضیح دهید. کاتالوگ‌های فنی با جزئیات زیاد تهیه کنید و به آن‌ها بدهید. صبور باشید. از به چالش کشیدن دانش فنی شما توسط ایشان ناراحت نشوید و اگر اشتباه می‌کنند با مستندات و مرجع با آن‌ها صحبت کنید. فرایند فروش و جریان کار را به آن‌ها توضیح دهید. اطلاعات دقیق و شفاف به آن‌ها دهید. سابقه و پیشینه خود را برای جلب اعتماد و اطمینان، به آن‌ها بگویید. در مورد گواهی‌نامه‌ها، جوایز و موفقیت‌هایتان مدرک به آن‌ها ارائه دهید. از کلمات و عبارات «حقیقت این است، کیفیت، تجزیه و تحلیل، آمار، واقعیت» استفاده کنید. آن‌ها می‌خواهند چرایی هر کاری را بدانند پس چرایی پیشنهاد خرید محصول و خدمات خود را به آن‌ها بگویید.

مواردی که در زمان تعامل با این تیپ رفتاری باید مورد توجه قرار گیرد:

<p>قانونمند و کمی. همه چیز باید طبق قانون استاندارد و توافق مکتوب باشد. جریمه و شرایط در تأخیر یا عدم اتمام کار باید مشخص شده باشد. با ارقام و اعداد ارتباط خیلی خوبی برقرار می‌کنند.</p>	<p>نوع تعامل و خدمات‌رسانی به این تیپ رفتاری:</p>
<p>چرا؟ چرا باید این گزینه را انتخاب کرد؟</p>	<p>معمولاً از طرف این تیپ رفتاری در زمان فروش پرسیده می‌شود:</p>

منابع

- 1- <https://www.discprofile.com/what-is-disc/research-reliability>
- 2- www.discinsights.com
- 3- www.personalitystyle.com
- 4- www.discusonline.com