



TTI  
SUCCESS  
INSIGHTS®

## Talent Insights Sales

Max Muster  
INSIGHTS MDI®  
21.6.2017

**HÄNGÄRTNER CTC**  
Alte Badenerstrasse 38  
CH-8173 Neerach  
Tel. +41 44 858 44 10  
dh@haengaertner.ch

INSIGHTS MDI  
INTERNATIONAL®





## EINFÜHRUNG Wo Chancen auf Talente treffen.

Der TTI Success Insights® Talent Insights Report wurde entwickelt damit Sie Ihre individuellen Talente erkennen. Der Report liefert Ihnen drei detaillierte Abschnitte: Verhalten, Motivatoren und die Verbindung dieser beiden Bereiche. Das Verstehen von Ihren Stärken und Schwächen aus diesen Bereichen wird Sie bei Ihrem persönlichen und beruflichen Wachstum zu unterstützen und zu größerer Zufriedenheit führen.

**Nachfolgend erhalten Sie einen detaillierten Einblick in Ihre persönlichen Talente, aufgeteilt in drei Hauptbereiche:**

### Verhalten

Dieser Abschnitt wurde entwickelt, um Ihr Wissen über sich selbst und andere zu verbessern. Die Fähigkeit, mit anderen Menschen effektiv zu interagieren kann ausschlaggebend für beruflichen und persönlichen Erfolg im Leben sein. Effektive Interaktion beginnt mit der objektiven Wahrnehmung von sich selbst.

### Motivatoren

Dieser Abschnitt des Reports liefert Ihnen Informationen warum Sie so handeln wie Sie es tun. Wenn Sie dies anwenden und weiterentwickeln kann dies eine starke Wirkung auf Ihr Leben haben. Wenn Sie einmal die Motive kennen, die hinter Ihrem Handeln liegen werden Sie auch in der Lage sein, die Ursache von Konflikten zu erkennen und zu verstehen.

### Wechselwirkungen zwischen Verhalten und Motivatoren

Dieser Abschnitt des Reports wird Ihnen dabei helfen das wie (Verhalten) und das warum (Motive) zu verbinden. Wenn Sie einmal erkannt haben wie ihr Verhalten und Ihre Motivatoren miteinander verbunden sind, wird sich Ihre Leistung verbessern und Ihre Zufriedenheit wird steigen.



## EINLEITUNG Abschnitt Verhalten

Die Verhaltensforschung ist der Ansicht, dass die effektivsten Menschen jene sind, die sich selbst kennen, sowohl ihre Stärken als auch ihre Schwächen, so dass sie Strategien entwickeln können, um den Anforderungen ihres Umfeldes gerecht zu werden.

Dieser Report analysiert Ihren Verhaltensstil, d.h. Ihre bevorzugte Art und Weise, in der Sie bestimmte Dinge erledigen. Wir erfassen nur das Verhalten. Wir machen Aussagen, die vermutlich auf Sie zutreffen und benennen Verhaltensbereiche, in denen Sie bestimmte Tendenzen zeigen. Besprechen Sie die Aussagen und Ergebnisse Ihres Reports auch mit Ihrem INSIGHTS-Berater, um mögliche "blinde Flecken" in Ihrem Verhalten zu identifizieren.



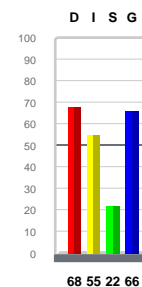
# ALLGEMEINER ÜBERBLICK ÜBER DAS VERKAUFsverHALTEN

*Basierend auf Max Muster's Antworten enthält dieser Teil des Reports zahlreiche allgemeine Informationen, die ein breiteres Verständnis für sein Verkaufsverhalten ermöglichen. Es geht dabei sowohl um die Vorbereitung des Verkaufs als auch um Präsentation, Einwandbehandlung, Abschlusstechniken und Betreuung von Kunden. Der Text beschreibt sein natürliches Verhalten, das er in die berufliche Tätigkeit einbringt. Alle Aussagen, die weder in Trainingssituationen noch im konkreten Verkauf auf ihn zutreffen, sollten gestrichen oder modifiziert werden.*

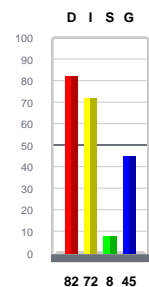
Max Muster möchte Befugnisse und Verantwortung, um seine Verkaufsziele zu erreichen. Manchmal tendiert er dazu, Befugnisse zu überschreiten, wenn dies seinem Ziel dient. Er möchte siegen. Er respektiert Gewinner und Menschen, die Ausdauer zeigen. Er möchte neue oder außergewöhnliche Produkte oder Dienstleistungen verkaufen. Im Zusammenhang mit seinen vielfältigen Interessen bevorzugt er auch ein ständig wechselndes Arbeitsumfeld. Er liebt die Herausforderung bei der Kaltakquisition. Sie gibt ihm die Möglichkeit, sein besonderes Talent zu zeigen, jedem zu jeder Zeit etwas verkaufen zu können. Max Muster ist ein sehr guter Verkäufer bei Menschen, die ein ähnliches Verhalten haben wie er. Er neigt jedoch zu Ungeduld bei Käufern, die ein methodisches Vorgehen brauchen. Er liebt die Herausforderung in der Verkaufssituation. Er sieht es als gute Gelegenheit an, selbst daran zu wachsen und sich an anderen zu messen. Er ist bekannt dafür, dass er schwierige Verkaufssituationen gut bewältigen und zum erfolgreichen Abschluss bringen kann. Er kann sehr einfallsreich mit Widerständen umgehen.

Max Muster sollte seine Kunden vorher genau einschätzen, ehe er mit seiner Präsentation beginnt. Indem er sich darauf konzentriert, was der Käufer sagt, wird es ihm möglich, seine Präsentation auf die Bedürfnisse des Kunden einzustellen. Er bestimmt für gewöhnlich das Verkaufsgespräch. Er strebt an, schnell auf den Punkt zu kommen, was für manche Käufer zu unverblümt und zu schnell sein kann. Max Muster's Körpersprache könnte ihn manchmal in Schwierigkeiten bringen. Er drückt einen so großen Sinn für Dringlichkeit aus, dass manche Kunden dies als eine mangelnde Bereitschaft interpretieren könnten, auf ihre Wünsche einzugehen. Im Umgang mit Einwänden versucht er um jeden Preis zu gewinnen. Manchmal kann diese Haltung den Verkauf verhindern. Es könnte sein, dass Max Muster die wirklichen Einwände gar nicht zur Kenntnis nimmt. In seinem Eifer zu reagieren gibt er möglicherweise auf den entscheidenden Einwand gar keine Antwort. Er begrüßt Einwände. Sie bieten ihm die Chance, seine Fachkenntnis zu zeigen. Wenn er stattdessen die Bedürfnisse des Kunden dabei ernster nähme, könnte er effektiver

Adaptierter - Stil



Basis - Stil





# ALLGEMEINER ÜBERBLICK ÜBER DAS VERKAUFSVERHALTEN Fortsetzung

verkaufen.

Max Muster kann auf positive und direkte Art Abschlüsse tätigen. Er kann auch mit Ausdauer und Freundlichkeit ans Ziel gelangen. Max Muster's natürliche Abschlusstechnik kommt bei schnell handelnden Käufern gut an. Diese Menschen schätzen einen Verkäufer, der nicht "um den heißen Brei herumredet". Er macht schnell und oft Abschlüsse. Er kann sogar dort Abschlüsse tätigen, wo die Konkurrenz es nicht geschafft hat. Er reizt den Käufer durch seine sehr provokative Abschlusstechnik möglicherweise dazu, Scheineinwände zu erfinden, die er normalerweise nicht gebraucht hätte. Max Muster verspricht öfters mehr Betreuung als er dann erfüllen kann, vor allem, wenn dies wirklich von seiner Person abhängt. Er hat meistens zu viele Eisen im Feuer, um alle Versprechungen erfüllen zu können. Er setzt seinen Schwerpunkt mehr auf das Gewinnen neuer Kunden als auf die Betreuung bereits vorhandener. Neue Kunden sind für ihn eine Herausforderung, während er die Betreuung alter Kunden als langweilig und alltäglich empfindet.



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

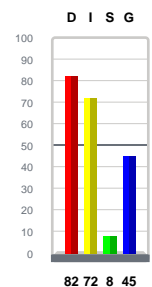
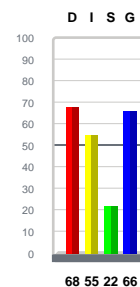
---

---

---

Adaptierter - Stil

Basis - Stil



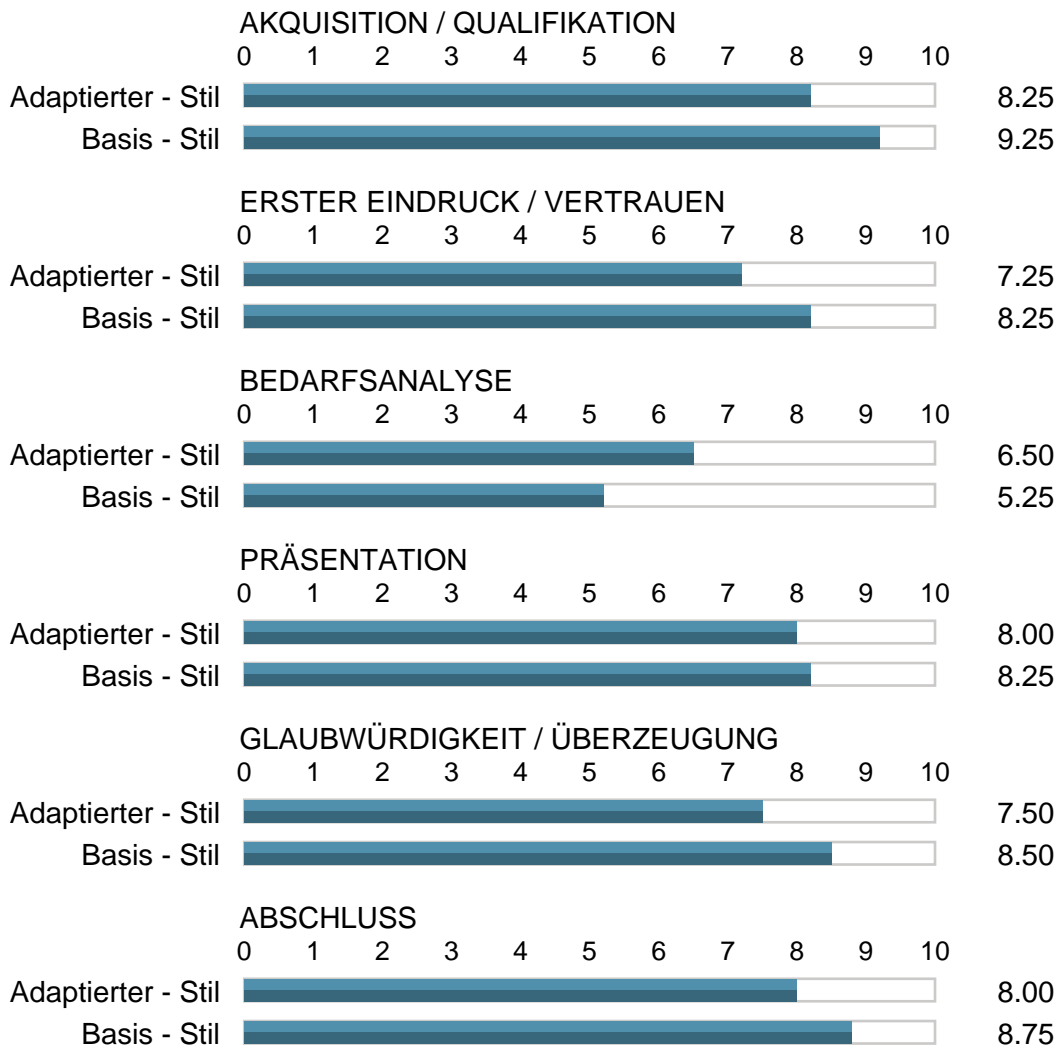


# VERHALTENSORIENTIERTER VERKAUF ÜBERBLICK

Die Übersicht des Verkaufsverhaltens reflektiert den natürlichen und adaptierten Stil von Max Muster's innerhalb jeder Phase des Verkaufsverhalten. Der natürliche Stil (Basisstil) von Max Muster's reflektiert sein angeborenes, intuitives Verkaufsverhalten. Der adaptierte Stil von Max Muster's, reflektiert das Verhalten was Max Muster für notwendig erachtet in jeder Phase des Verkaufs.

Wie effizient Max Muster ist, zeigt sich anhand dem natürlichen Verhalten oder der Fähigkeit sich anzupassen. Je höher der Wert, desto effektiver ist Max Muster in dieser Phase. Je niedriger der Wert, desto größer ist die Herausforderung von Max Muster in Bezug auf das Zeigen eines spezifischen Verhaltens, das notwendig ist für Erfolg innerhalb dieser Phase.

Der Unterschied zwischen dem adaptierten und natürlichen Stil einer Verkaufsperson ist auch ein Schlüssel. Je größer der Unterschied, desto größer kann das Stresspotential sein.



0-5.0=SCHLECHT, 5.1-6.6=MITTELMAESSIG, 6.7-7.6=GUT, 7.7-8.8=SG, 8.9-10=EX



# POTENTIELLE STÄRKEN ODER HINDERNISSE

## IN BEZUG AUF ERFOLGREICHEN VERHALTENSORIENTIERTEN VERKAUF

*Das Verkaufsverhalten-Modell ist ein professioneller Verkaufsprozess. Die Verkaufsverhalten-Übersicht zeigt die Tendenzen der Performance von Max Muster's innerhalb der jeweiligen Phase des Verkaufs.*

**AKQUISITION / QUALIFIKATION:** Die erste Phase des Verkaufsverhaltens-Modell. Es ist die Phase des Verkaufs in der ein potentieller Kunde identifiziert wird, detaillierte Hintergrundinformation gesammelt werden und eine allgemeine Strategie eines persönlichen Verkaufs entwickelt wird.

**In der Phase der Akquisition / Qualifikation, könnte Max Muster die TENDENZ haben:**

- Übersieht kleine, aber relevante Informationen die wichtig sind beim Sammeln von Informationen, um eine genaue und wirksame Präsentation zu erstellen.
- Ist ein Selbststarter bei neuen Geschäften und wird fokussiert neue Aufträge angehen.
- Fährt mit dem Verkaufsprozess fort bevor er alle notwendigen Fakten gesammelt hat. Er möchte mit dem Prozess schnell fortfahren....manchmal zu schnell.
- Notiert sich keine detaillierten Informationen, außer er ist der Meinung, dass dies als Unterstützung dient, um einen direkten Abschluss zu machen.

**ERSTER EINDRUCK / VERTRAUEN:** Dieser Schritt, die erste persönliche Begegnung zwischen dem potenziellen Kunden und dem Verkäufer, ist dazu da, dem Verkäufer Gelegenheit zu geben, sein aufrichtiges Interesse an dem potenziellen Kunden zu zeigen, einen positiven Zugang zu gewinnen und eine Atmosphäre gegenseitigen Respekts und Vertrauens zu schaffen. Dies ist die erste Phase beim Aufbau persönlichen Vertrauens, die den persönlichen Verkaufsprozess in Bewegung setzt.

**In der Phase des "Ersten Eindrucks / Vertrauens", könnte Max Muster die TENDENZ haben:**

- Eine traditionelle, aber nicht mehr aktuelle Präsentation seiner Produkte oder Service vorführen, statt den richtigen Zeitpunkt abzuwarten eine an das Verhalten des Käufers angepasste Verkaufspräsentation einzusetzen.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

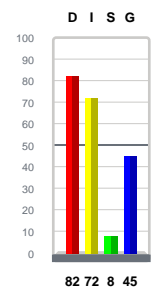
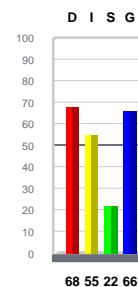
---

---

---

Adaptierter - Stil

Basis - Stil





# POTENTIELLE STÄRKEN ODER HINDERNISSE

## IN BEZUG AUF ERFOLGREICHEN VERHALTENSORIENTIERTEN VERKAUF

- Er gibt sich nicht die Zeit, die ein Neukunde benötigt um sich wohl zu fühlen, wenn es um das Besprechen von persönlichen Themen geht, die sehr oft essentiell für eine gegenseitig vertrauenswürdige Verkaufsbeziehung ist.
- Die Phase des ersten Eindrucks durchläuft er zu schnell und steigt zu schnell in die Qualifizierungsphase ein. Einigen Neukunden gibt er damit keine Chance Vertrauen, Sicherheit und Rapport aufzubauen.
- Setzt Konfrontation ein als Mittel zum Zweck, um seine Position, Macht, Wissen und Expertise darzustellen. Dies könnte den Verkaufsprozess behindern, außer er versucht einen ähnlich fordernden Käufer anzugehen.

**BEDARFSANALYSE:** Dieser Schritt ist die Phase des Fragenstellens und der detaillierten Bedarfsanalyse des persönlichen Verkaufs und gibt dem Verkäufer Gelegenheit, herauszufinden wo der Bedarf des Kunden liegt und was der potenzielle Kunde kaufen wird. Dies geschieht dadurch, dass man den potenziellen Kunden identifizieren und verbalisieren lässt, wie stark sein Interesse und seine konkreten, detaillierten Bedürfnisse in Bezug auf das Produkt oder die Dienstleistung sind, die der Verkäufer anbietet.

### In der Phase der Bedarfsanalyse, könnte Max Muster die Tendenz haben:

- Nicht verstehen, dass Zuhören eine zurückhaltende, zuvorkommende Fähigkeit ist, statt eine aggressive, auffordernde.
- Den potenziellen Kunden mit seinem Wissen beeindrucken durch das Stellen von Fragen, die der Kunde nicht beantworten kann. Könnte auch Fragen stellen, die der potenzielle Kunde mit einer verteidigenden Haltung beantwortet.
- Die Präsentation in unlogischer Abfolge darstellen.
- Stellt dem potenziellen Kunden unsensible und merkwürdige Fragen beim ersten Gespräch.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

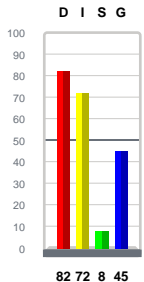
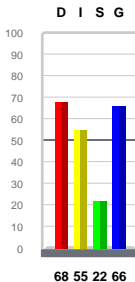
---

---

---

---

Adaptierter - Stil      Basis - Stil







# POTENTIELLE STÄRKEN ODER HINDERNISSE

## IN BEZUG AUF ERFOLGREICHEN VERHALTENSORIENTIERTEN VERKAUF

**PRÄSENTATION:** Die Fähigkeit des Verkäufers, sein Produkt so zu präsentieren, dass es den ausdrücklichen oder implizierten Bedürfnissen oder Absichten des potenziellen Kunden, wie er Sie identifiziert und verbalisiert hat, entspricht.

### In der "Präsentations-Phase", kann Max Muster die TENDENZ haben:

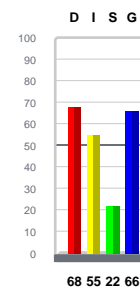
- Zehn bis fünfzehn Prozent seiner potenziellen Kunden werden mit seinem Präsentationsstil zufrieden sein, der sehr schnell, direkt und manchmal Hauptpunkte nur streift. Jedoch werden sich die anderen Kunden mit seinem natürlichen Stil ggf. unwohl fühlen.
- Nimmt sich keine Zeit Feedback-Fragen zu stellen, um sicherzustellen, dass seine Präsentation zielgerichtet ist und die expliziten oder impliziten Bedürfnisse des potenziellen Kunden zufriedengestellt werden.
- Äußerst kreative Lösungen für die Probleme des potenziellen Kunden entwickeln. Diese Lösungen jedoch, können zu aggressiv unkonventionell für manche Käufer sein. Sollte aufmerksam gegenüber Kaufsignalen sein und den Fokus auf den Käufer halten, statt sich, seine Produkte und Service zu sehr in den Vordergrund zu stellen.
- Präsentiert die Produkte oder den Service die seine Bedürfnisse befriedigen statt die wahren Motive, den Zeitrahmen und die Einkaufsbedingungen des potenziellen Käufers zufrieden zu stellen.

**GLAUBWÜRDIGKEIT / ÜBERZEUGUNG :** Woran Leute stark genug glauben, danach handeln sie. Dieser Schritt ist dazu angelegt, den Verkäufer zu befähigen, Vertrauen und Kompetenz aufzubauen und die Neigung vieler potenzieller Kunden zu überwinden, wenig Glauben in das zu setzen, was ihnen gesagt wird. In dieser Phase des Verkaufs wird das Vertrauen des potenziellen Kunden in das Unternehmen, das Produkt oder den Service und den Verkäufer gestärkt.

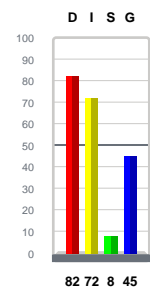
### In der Phase der 'Glaubwürdigkeit / Überzeugung' könnte Max Muster die TENDENZ haben:

- Mit Empfehlungen anderer sehr freizügig umgehen, ohne jedoch Fakten zu liefern, die Aussagen untermauern.
- Sich zu sehr auf angesehene Kunden, Publikationen und Referenzen als Empfehlungen oder verlässliche Ressourcen verlassen.

Adaptierter - Stil



Basis - Stil





# POTENTIELLE STÄRKEN ODER HINDERNISSE

## IN BEZUG AUF ERFOLGREICHEN VERHALTENSORIENTIERTEN VERKAUF

- Dem Kunden keine Zeit geben, um zu Durchdenken was die Information tatsächlich bedeutet und wie das Produkt oder der Service sein Problem lösen wird.
- Den Kunden unbewusst dazu drängen mit seinen Intentionen einverstanden zu sein.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

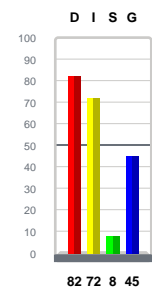
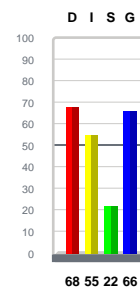
**ABSCHLUSS :** Die letzte Phase des Verkaufsprozesses. Dieser Schritt besteht darin, den potenziellen Kunden um eine Kaufentscheidung zu bitten, auf Einwände zu reagieren, eine etwa notwendige Verhandlung zu führen und die Transaktion zur beiderseitigen Zufriedenheit abzuschließen.

### In der 'Abschluß-Phase', könnte Max Muster die **TENDENZ** haben:

- Einwände nicht ernst nehmen.
- Verteidigt, streitet ab und rechtfertigt sich, wenn mit schlechten Verkaufsergebnissen konfrontiert.
- Mehr Außendiensttätigkeiten aufnehmen.
- Zu direkt sein im Abschluß und er verärgert manche Käufer. Der methodische Käufer könnte sich eingeschüchtert fühlen.

Adaptierter - Stil

Basis - Stil





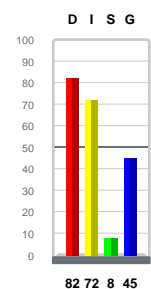
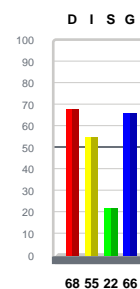
# WERT FÜR DAS UNTERNEHMEN

Dieser Teil des Reports beschreibt spezielle Fähigkeiten und Verhaltensweisen, die Max Muster in den Beruf einbringt. Diese Angaben können dazu benutzt werden, seine besondere Rolle in der Organisationsstruktur zu erkennen. Aufgrund der Kenntnis dieser Fähigkeiten kann das Unternehmen einen Plan entwickeln, um seine besonderen Qualitäten entsprechend zu nutzen und ihm den Platz im Team einzuräumen, der seinen Fähigkeiten am besten entspricht.

- zeigt sich nur selten "schwach"
- denkt im großen Rahmen
- bringt sich als guter Vermittler ein
- besitzt Konkurrenzbewusstsein
- zeigt bei Verkaufsbesprechungen viel Humor und ist ein guter Unterhalter
- tritt Organisationen bei, um das Unternehmen zu repräsentieren
- bringt Aktivitäten in Gang
- ist hartnäckig

Adaptierter - Stil

Basis - Stil





# CHECKLISTE FÜR DIE KOMMUNIKATION

*Viele Menschen reagieren sehr sensibel auf die Art und Weise, in der sie behandelt werden. Deshalb ist diese Seite außerordentlich wichtig für eine Verbesserung der Kommunikation und Interaktion mit Max Muster. Sie enthält entscheidende Hinweise für seine Kommunikationspartner. Max Muster selbst ist aufgefordert, jede Aussage genau durchzulesen, drei oder vier Punkte zu identifizieren, die ihm besonders wichtig sind, und diese Informationen dann mit seinen häufigsten Gesprächspartnern auszutauschen. Dies wird zu einer wesentlich effizienteren Kommunikation führen.*

## Hinweise an die Kommunikationspartner für den Umgang mit Max Muster:

- Passen Sie sich seiner Ausdrucksweise an!
- Bei Zustimmung können Sie davon ausgehen, dass er nicht viele Fragen stellen wird!
- Legen Sie Projektpläne schriftlich fest, am besten mit einer Fristsetzung!
- Schaffen Sie ein Umfeld, in dem er effektiv arbeiten kann!
- Seien Sie klar, spezifisch, kurz und sachlich!
- Bereiten Sie sich gut auf das Gespräch mit ihm vor, unterbreiten Sie ihm Ihre Ziele klar und verständlich, und strukturieren Sie den Ablauf!
- Beziehen Sie sich zum Motivieren auf Ziele und Ergebnisse!
- Bleiben Sie sachlich, wenn Sie nicht einverstanden sind. Werden Sie nicht persönlich!
- Stellen Sie bevorzugt Fragen nach dem Inhalt!
- Haben Sie Verständnis für seine nur begrenzte Fähigkeit, ausschweifenden Berichten zuzuhören!
- Planen Sie Ihre Präsentation effektiv, bieten Sie Fakten in logischer Reihenfolge an!

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

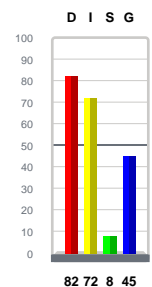
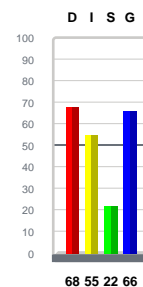
---

---

---

Adaptierter - Stil

Basis - Stil





# CHECKLISTE FÜR DIE KOMMUNIKATION

## Fortsetzung

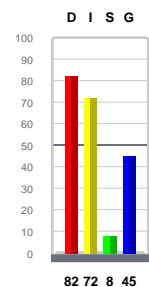
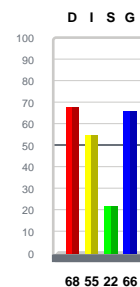
Dieser Abschnitt des Reports benennt die Verhaltensweisen, die man in der Kommunikation mit Max Muster vermeiden sollte. Auch diese Seite richtet sich an den jeweiligen Kommunikationspartner. Max Muster sollte ihm mitteilen, durch welche der genannten Verhaltensweisen er sich am meisten frustriert oder demotiviert fühlt. Beide Partner haben dadurch die Möglichkeit, ihre Kommunikation wechselseitig wesentlich angenehmer zu gestalten.

### Diese Verhaltensweisen erschweren die Kommunikation mit Max Muster und sollten deshalb von anderen vermieden werden:

- sich von seinem spektakulären Auftreten beeindrucken lassen
- vergessen, an wichtigen Punkten nachzuhaken
- vom Thema abweichen und seine Zeit vergeuden
- ihm nach dem Mund reden, "Ich bin ganz Ihrer Meinung"- Mentalität
- den persönlichen Bereich in den Mittelpunkt rücken, um Kontakt zu knüpfen
- sich patriarchalisch verhalten
- bei Ablehnung einer Sache persönlich werden.
- Entscheidungen ohne sein Wissen und für ihn treffen
- durch Argumente zu überzeugen versuchen, die persönlicher Art sind und mit der Sache nichts zu tun haben
- voraussetzen, dass er wirklich verstanden hat, worum es Ihnen geht
- ihn den Tagesordnungspunkt wechseln lassen, bevor Sie fertig sind
- rhetorische oder unsinnige Fragen stellen

Adaptierter - Stil

Basis - Stil





## VERKAUFS-TIPPS

Dieser Abschnitt enthält Vorschläge, durch die Max Muster seine Kommunikationsfähigkeit im Verkauf an unterschiedliche Menschentypen verbessern kann. Der Text enthält eine Kurzbeschreibung des möglichen Typverhaltens der Person, mit der die Interaktion stattfindet. Durch Anpassung an den Kommunikationsstil, der vom jeweils anderen bevorzugt wird, kann Max Muster wesentlich effektiver mit diesem Menschen umgehen. Er sollte seine Flexibilität nutzen, um vor allem die Kommunikationsstile zu erlernen, die von seinem persönlich praktizierten Stil abweichen. Diese Flexibilität und die Fähigkeit, die Bedürfnisse anderer zu erkennen, sind besondere Qualitäten ausgezeichneter Verkaufsmitarbeiter.

### Wenn Sie an eine Person verkaufen wollen, die zuverlässig, ordentlich, konservativ, perfektionistisch, sorgfältig und nachgiebig ist:

- Bereiten Sie Ihre Präsentation sehr gut vor!
- Bleiben Sie stets bei der Sache! Benutzen Sie zur Unterlegung viele Fakten!
- Seien Sie genau und realistisch! Vermeiden Sie Übertreibungen!

### Folgende Faktoren erzeugen bei diesem potentiellen Käufer hingegen Spannung und Unzufriedenheit:

- leichtsinnig, lässig, laut sein und ohne Planung handeln
- Zeit durch Small Talk verlieren
- schlampig und unorganisiert sein

### Wenn Sie an eine Person verkaufen wollen, die ehrgeizig, kraftvoll, entschlossen, willensstark, unabhängig und zielorientiert ist:

- Seien Sie klar, spezifisch, fassen Sie sich kurz, und kommen Sie sofort zur Sache!
- Halten Sie sich an das Geschäftliche! Führen Sie eine effektive Präsentation durch!
- Treten Sie mit gut organisierten Präsentationsunterlagen an!

### Folgende Faktoren erzeugen bei diesem potentiellen Käufer hingegen Spannung und Unzufriedenheit:

- über Dinge reden, die mit der Sache nichts zu tun haben
- weitschweifig sein oder vage Andeutungen machen
- unorganisiert sein

### Wenn Sie an eine Person verkaufen wollen, die geduldig, einschätzbar, zuverlässig, beständig, entspannt und bescheiden ist:

- Beginnen Sie ein Gespräch mit persönlichen Bemerkungen, brechen Sie das Eis!
- Präsentieren Sie sich selbst auf eine freundliche, logische, nicht bedrohlich wirkende Art!
- Schaffen Sie eine Vertrauensbasis, zeigen Sie auf, dass es sich um ein bewährtes Produkt handelt!

### Folgende Faktoren erzeugen bei diesem potentiellen Käufer hingegen Spannung und Unzufriedenheit:

- sofort mit dem Geschäftlichen beginnen
- beherrschend oder fordernd auftreten
- vom anderen eine schnelle Entscheidung oder Antwort erwarten

### Wenn Sie an eine Person verkaufen wollen, die anziehend, begeisternd, freundlich, offen und diplomatisch ist:

- Erzeugen Sie ein warmes und freundliches Umfeld!
- Verwenden Sie nicht zu viele Details, es sei denn, dies wird ausdrücklich gewünscht!
- Benutzen Sie Referenzen von Personen, die der andere für bedeutend hält!

### Folgende Faktoren erzeugen bei diesem potentiellen Käufer hingegen Spannung und Unzufriedenheit:

- barsch und kurz angebunden sein
- das Gespräch übermäßig kontrollieren
- zu viele Daten, Fakten, Alternativen und Abstraktionen ins Spiel bringen



# WAHRNEHMUNG

" Sehen Sie sich so, wie andere Sie möglicherweise wahrnehmen? "

*Dieser Abschnitt des Reports bietet ergänzende Informationen zu Max Muster's Selbsteinschätzung und macht auch Angaben darüber, wie andere unter bestimmten Umständen oder Situationen sein Verhalten wahrnehmen könnten. Mit Hilfe dieser Erkenntnisse kann Max Muster die Wirkung seines Verhaltens differenzierter einschätzen und bekommt damit die Möglichkeit, sich in bestimmten Situationen besser unter Kontrolle zu haben und dadurch seine Effektivität zu erhöhen.*




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**SELBSTWAHRNEHMUNG**

Max Muster hält sich selbst für:

- innovativ
- entschlossen
- wettbewerbsorientiert
- selbstsicher
- positiv denkend
- erfolgreich

**WAHRNEHMUNG DURCH ANDERE - Moderat**

*Unter leichtem Druck, Anspannung, Stress oder Müdigkeit erleben andere ihn möglicherweise als:*

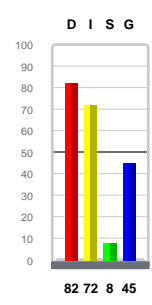
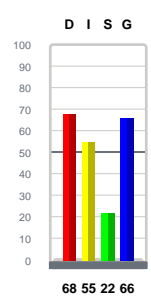
- fordernd
- nervös
- egoistisch
- aggressiv

**WAHRNEHMUNG DURCH ANDERE - Äußerste**

*Unter extrem hohem Druck und Stress wirkt er auf andere möglicherweise:*

- grob
- kontrollierend
- launenhaft
- voreingenommen

Adaptierter - Stil      Basis - Stil





# AUSPRÄGUNG

Auf Grundlage von Max Muster's Antworten, hat der Report diejenigen Worte markiert, die sein persönliches Verhalten beschreiben. Sie beschreiben, wie er Probleme löst und Herausforderungen begegnet, Menschen beeinflusst, auf die Geschwindigkeit der Umgebung reagiert und wie er auf Regeln und Prozeduren, die von anderen vorgegeben werden, reagiert.

antreibend	inspirierend	entspannt	qualitätsbewusst
ehrzeigig	enthusiastisch	gewohnheitsorientiert	detailliert
pionierhaft	beeinflussend	beharrlich	anspruchsvoll
willensstark	überredend	besitzergreifend	umsichtig
wetteifernd	kontaktfreudig	berechenbar	ordentlich
entscheidungsfreudig	ungezwungen	geduldig	gewissenhaft
entschlossen	gesellig	zuverlässig	urteilsfähig
risikofreudig	vertrauensvoll	beständig	diplomatisch
<b>Dominant</b>	<b>Initiativ</b>	<b>Stetig</b>	<b>Gewissenhaft</b>
zurückhaltend	objektiv	mobil	standhaft
kooperativ	logisch	aktiv	unabhängig
zögerlich	umsichtig	unruhig	eigenwillig
vorsichtig	skeptisch	ungeduldig	hartnäckig
zustimmend	nachdenklich	rastlos	findig
genügsam	misstrauisch	dynamisch	furchtlos
friedlich	faktenorientiert	hektisch	launisch
unaufdringlich	penibel	unbesonnen	stur





# NATÜRLICHER UND ANGEPASSTER STIL

Max Muster's natürlicher Verkaufsstil im Umgang mit Problemen, sein Tempo bei bestimmten Ereignissen oder Verfahren passt möglicherweise nicht immer zu dem, was im Arbeitsumfeld erwartet wird. Dieser Abschnitt ist extrem wichtig, um herauszufinden, ob Max Muster's natürlicher Stil oder sein angepasster Stil dem aktuellen Verkaufsumfeld tatsächlich entsprechen.

## UMGANG MIT PROBLEMEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Dies ist Max Muster's natürliche Tendenz, auf Probleme und Herausforderungen zu reagieren :

Max Muster zeigt Ehrgeiz bei seinen Aktivitäten zur Vorbereitung eines Verkaufs, einen starken Willen und strebt an, gegenüber allen Hindernissen Sieger zu bleiben. Er hat eine Tendenz, Kunden zu konfrontieren und den Wunsch, die Verkaufssituation unter Kontrolle zu behalten. Er benötigt Bereiche und Produkte, durch die er permanent herausgefordert wird.

In Anpassung an das gegebene Umfeld zeigt Max Muster die folgenden Verhaltensweisen :

Max Muster sieht keine Notwendigkeit, sein natürliches Verkaufsverhalten zu verändern, da es sich als Problemlösungsverhalten oder im Umgang mit Herausforderungen bewährt hat.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## KONTAKTE ZU ANDEREN MENSCHEN UND EINFLUSSNAHME

Dies ist Max Muster's natürliche Tendenz, mit anderen Menschen in Kontakt zu gehen und auf sie einzuwirken :

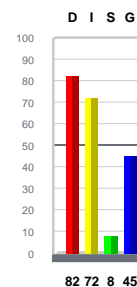
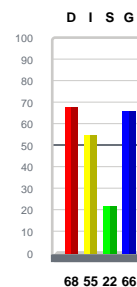
Max Muster ist fest überzeugt von seiner Fähigkeit, andere von etwas überzeugen zu können. Er schätzt dabei eine Umgebung, in der er mit unterschiedlichsten Typen von Menschen zu tun hat. Max Muster vertraut anderen Menschen und wünscht sich auch, dass andere ihm Vertrauen schenken.

In Anpassung an das gegebene Umfeld zeigt Max Muster die folgenden Verhaltensweisen im zwischenmenschlichen Kontakt :

Max Muster ist der Meinung, dass seine Umgebung von ihm eine optimistische und offene Lebenseinstellung erwartet. Er tendiert dazu, anderen vertrauensvoll zu begegnen und wünscht sich ein positives Verkaufsumfeld.

Adaptierter - Stil

Basis - Stil





# NATÜRLICHER UND ANGEPASSTER STIL

## ARBEITSWEISE UND BESTÄNDIGKEIT

Dies ist Max Muster's natürliche Tendenz, an Arbeitsaufgaben heranzugehen und sie zu bewältigen :

Max Muster lässt sich auch dann nicht aus der Balance bringen, wenn extremer Zeitdruck gegeben ist oder ein sich ständig wandelndes, breites Spektrum an Aufgaben und Verpflichtungen. Er arbeitet gerne mit unterschiedlichsten Kundentypen. Sein Bedürfnis nach ständiger Aktivität veranlasst ihn, viele neue Kunden zu akquirieren.

In Anpassung an das gegebene Umfeld zeigt Max Muster die folgenden Verhaltensweisen :

Max Muster geht davon aus, dass er mit Kunden und Interessenten viel Kontakt halten muss. Er hält seine Mobilität für eine seiner größten Stärken. Er kann dabei mit Leichtigkeit und dennoch überlegt viele verschiedene Richtungen einschlagen.

## UMGANG MIT VORGEGEBENEN STRUKTUREN UND REGELN

Dies ist Max Muster's natürliche Tendenz, mit vorgegebenen Strukturen und vorhandenen Regeln umzugehen :

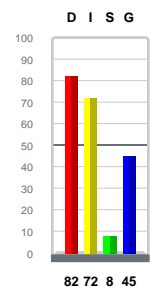
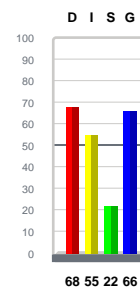
Max Muster ist von Natur aus unabhängig und eigenwillig. Er fühlt sich in einem Verkaufsumfeld wohl, in dem er die Freiheit besitzt, Regeln und Verfahren lockerer zu handhaben, um dadurch noch besser auf die Bedürfnisse seiner Kunden eingehen zu können.

In Anpassung an das gegebene Umfeld zeigt Max Muster die folgenden Verhaltensweisen im Umgang mit vorgegebenen Strukturen und vorhandenen Regeln :

Max Muster bemüht sich darum, sowohl die Unternehmensvorschriften zu beachten als auch den Wünschen seiner Kunden gerecht zu werden. Niemand soll benachteiligt werden. Es gibt für ihn bestimmte Bereiche, über die noch verhandelt werden kann, andere hingegen sind für ihn nicht diskutierbar.

Adaptierter - Stil

Basis - Stil





## ANGEPASSTER STIL

Max Muster geht davon aus, dass er in seinem derzeitigen Arbeitsumfeld die aufgelisteten Verhaltensweisen zeigen muss, um erfolgreich zu sein. Wenn die angeführten Aussagen hingegen für die derzeitige Tätigkeit gar nicht relevant sind, sollte man herausfinden, warum er diese Verhaltensmuster zeigt.

- schnelle Reaktion auf Veränderungen im Verkaufsprozess oder in der Produktlinie
- Anwendung informeller Verkaufspräsentationen
- Vielfalt von Verkaufsaktivitäten
- impulsives und eifriges Verhalten zur lebendigen Gestaltung der Präsentation
- Umgang mit einer Vielfalt von Produkten oder Dienstleistungen
- ein kreativer, begeisterungsfähiger Selbststarter zu sein
- Ehrgeiz beim Übertreffen der Konkurrenz
- verantwortliches Handeln
- lebhaftes, aktive Zuwendung zum Kunden
- Demonstration von Autorität und Verantwortung beim Verkaufsabschluss
- Effizienz im Umgang mit Kunden und Klienten
- Leichtigkeit im Umgang mit vielen gleichzeitig laufenden Aktivitäten
- in Fragestellung des Status Quo

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

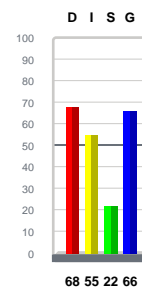
---

---

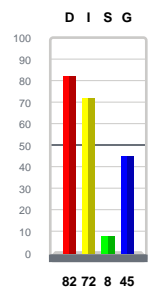
---

---

Adaptierter - Stil



Basis - Stil





# VERBESSERUNGSFÄHIGE BEREICHE

In diesem Abschnitt werden Verhaltenstendenzen genannt, die möglicherweise für Max Muster den Umgang mit anderen erschweren können. Sie beziehen sich nicht auf einen speziellen Tätigkeitsbereich. Er sollte alle Punkte durchstreichen, die nicht zutreffen. Für bis zu drei Tendenzen, die das Arbeitsergebnis beeinträchtigen könnten, ist es sinnvoll, einen Plan zu entwickeln, um diese Verhaltensweisen zu eliminieren oder zu korrigieren.

## Max Muster zeigt möglicherweise folgende Tendenzen :

- hält bei seiner Präsentation keine logische Reihenfolge ein
- schiebt bei schlechten Verkaufsergebnissen Schuld auf andere, leugnet Tatsachen und verteidigt sich
- ist so besessen vom Gesamtbild, dass er Details vergisst
- nimmt Einwände nicht ernst
- hat zu viele Eisen im Feuer
- zeigt auf bestimmte Einwände Überreaktionen und wird defensiv
- verkauft lieber, was er selbst verkaufen möchte, statt auf die Bedürfnisse des Kunden einzugehen

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

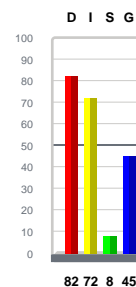
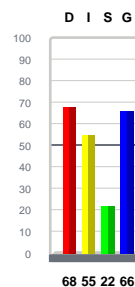
---

---

---

Adaptierter - Stil

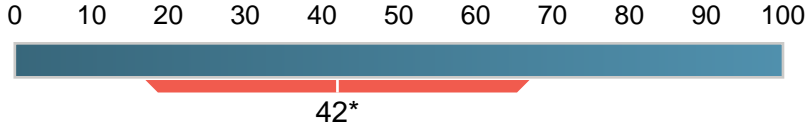
Basis - Stil





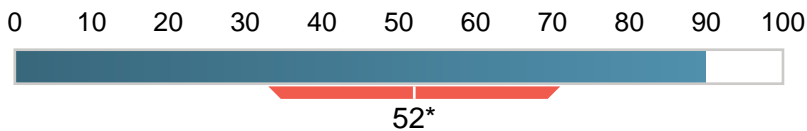
# HIERARCHIE DES VERHALTENS

## 1. Dringlichkeit - Sofortmaßnahmen



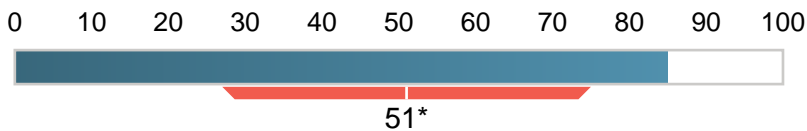
100

## 2. Veränderungsbereitschaft - Passen Sie sich leichter an unterschiedliche Situationen an.



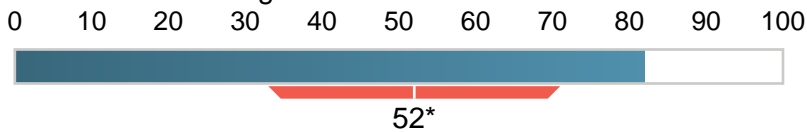
90

## 3. Wettbewerb - Streben Sie danach zu gewinnen oder einen Vorteil für sich herauszuholen.



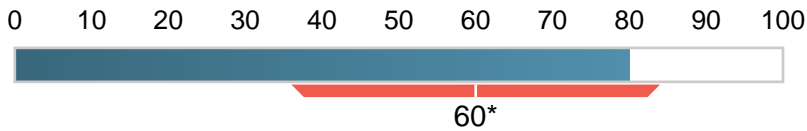
85

## 4. Häufige Veränderung - Wechseln Sie schnell zwischen verschiedenen Tätigkeiten hin und her.



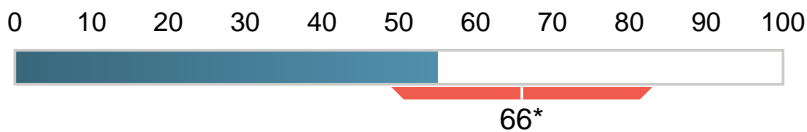
82

## 5. Interaktion - Setzen Sie sich regelmäßig mit anderen auseinander und kommunizieren Sie.



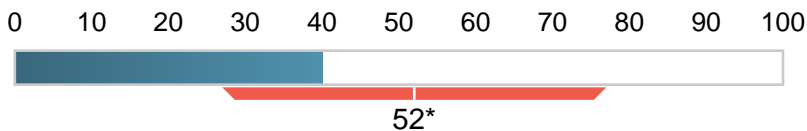
80

## 6. Menschenorientierung - Bauen Sie enge Beziehungen zu verschiedenen Menschen auf.



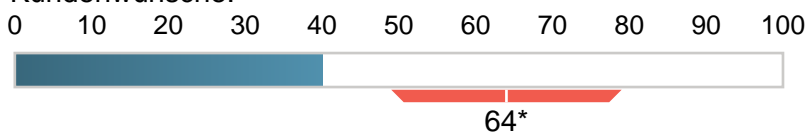
55

## 7. Analyse - Sammeln, überprüfen und organisieren Sie Informationen.



40

## 8. Kundenorientierung - Identifizieren und erfüllen Sie Kundenwünsche.

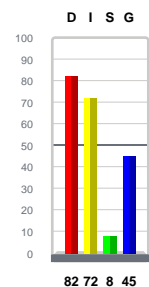
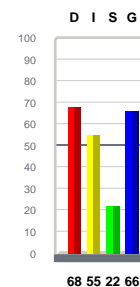


40

\* 68% der Werte der Population liegen innerhalb des schattierten Bereiches.

Adaptierter - Stil

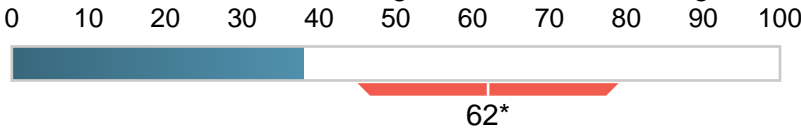
Basis - Stil





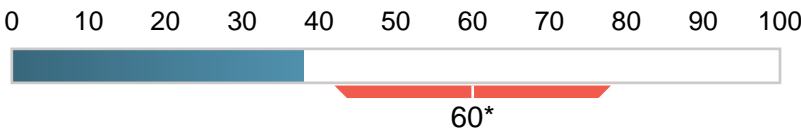
## HIERARCHIE DES VERHALTENS

**9. Beständigkeit** - Bringen Sie Aufgaben auch dann zu Ende wenn es Probleme oder Widrigkeiten zu überwinden gibt.



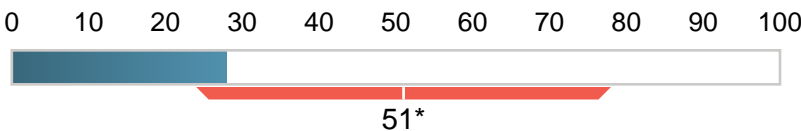
38

**10. Follow-Up** - Halten Sie sich an bestehende Abläufe, Richtlinien und definierte Methoden.



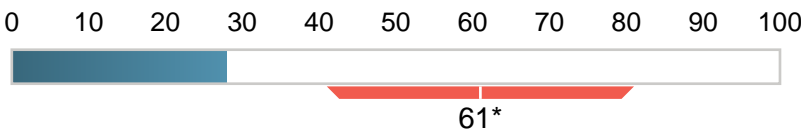
38

**11. Organisation am Arbeitsplatz** - Etablieren Sie einen spezifischen Ablauf für Ihre täglichen Aktivitäten und halten Sie sich daran.



28

**12. Konsistenz** - Verhalten Sie sich in wiederkehrenden Situationen berechenbar.



28

---

---

---

---

---

---

---

---

---

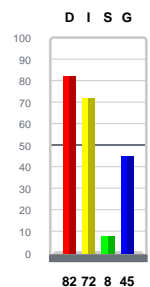
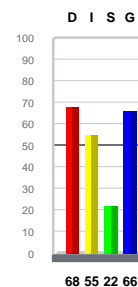
---

---

---

Adaptierter - Stil

Basis - Stil



SIA: 68-55-22-66 (25) SIN: 82-72-08-45 (12)  
\* 68% der Werte der Population liegen innerhalb des schattierten Bereiches.

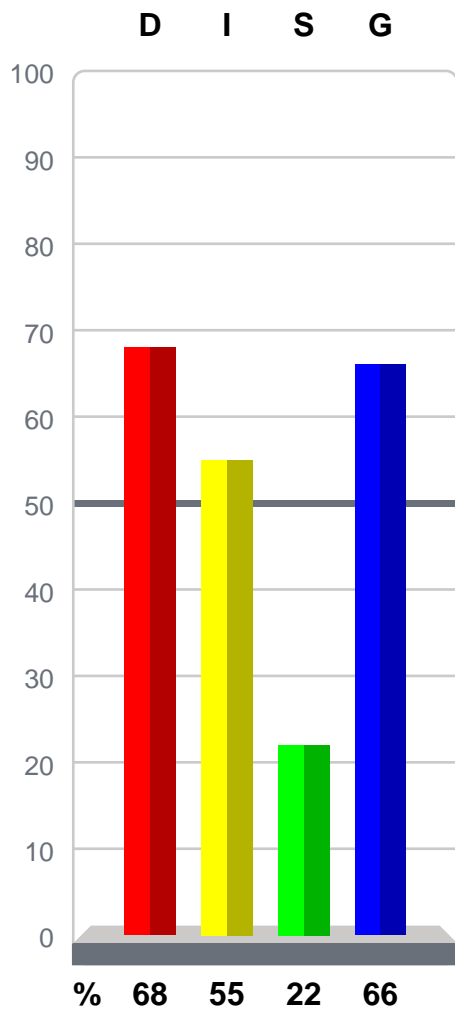


# STILANALYSE-GRAFIKEN

21.6.2017

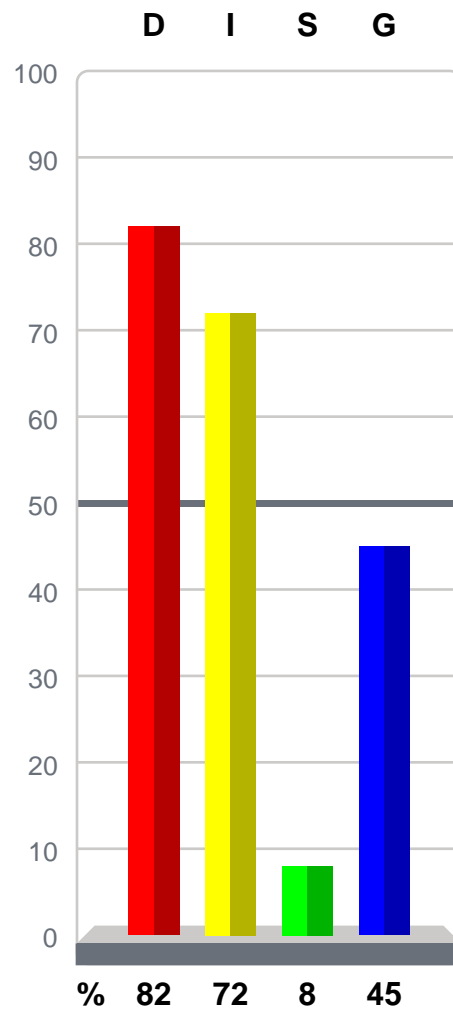
Adaptierter - Stil

Grafik I



Basis - Stil

Grafik II



Basis: deutschsprachige Normierungsstudie 2017 R4

T: 0:58



## DAS SUCCESS INSIGHTS® - RAD

Das SUCCESS INSIGHTS-Rad zeigt Ihnen auf einen Blick, wo Sie bei sich, im Team und in der gesamten Organisation ansetzen müssen.

Der entscheidende Vorteil von SUCCESS INSIGHTS gegenüber anderen Werkzeugen zur Potenzialerkennung: Es werden nicht nur Ihre bewusst gezeigten Verhaltensstrategien auf dem Rad positioniert (Stern), sondern auch Ihr natürlicher Basisstil (Punkt).

Damit erhalten Sie ein wirklich authentisches persönliches Bild als Standortbestimmung. Unser Verhalten wird vorwiegend durch unser Temperament gesteuert und äußert sich in der Weise, wie wir die Dinge angehen.

Verhalten ist bei dem SUCCESS INSIGHTS- Rad auf zwei Achsen eines Systems mit vier Quadranten dargestellt. Jeder Quadrant ist mit einer bestimmten Farbe belegt und beschreibt ein Verhaltensmuster, wie wir jeweils mit Herausforderungen, Menschen, Strukturen und Regeln umgehen:

Vom Extravertierten Denker (Rot) über den Extravertierten Fühler (Gelb) bis hin zum Introvertierten Fühler (Grün) und Introvertierten Denker (Blau). Alle Menschen verfügen über diese vier Dimensionen, leben sie jedoch in unterschiedlicher Intensität aus.

Diese wird durch die verschiedenen Flexibilitätsebenen des SUCCESS INSIGHTS-Rades dargestellt und die beiden Markierungen (Punkt und Stern) zeigen Ihnen Ihre genaue persönliche Position in Bezug auf Ihre Verhaltenspräferenzen auf.

Dazu identifiziert INSIGHTS über 384 verschiedene Kombinationen und stellt diese auf den 60 Positionen des SUCCESS INSIGHTS-Rad dar. Ist eine Position (Punkt oder Stern) auf dem äußersten Ring auf dem SUCCESS INSIGHTS-Rad, dann sind Sie ein Grundtyp (1-8). Das heißt, Sie haben nur eine dominierende Präferenz (Rot, Gelb, Grün, Blau) zur Verfügung.

Sind Sie auf dem 2. Ring (Fokussiert, 9-24), dann steigt Ihre Flexibilität, denn Sie haben 2 Präferenzen aktiv zur Verfügung.

Sind Sie auf dem 3. Ring (25-40), dann haben Sie 3 nebeneinanderliegende Präferenzen zur Verfügung und besitzen eine hohe Flexibilität.

Sind Sie auf dem 4. Ring (flexible Kreuzung, 41-56), dann haben Sie die höchste Flexibilität, denn Sie haben 3 Präferenzen aktiv zur Verfügung incl. der Konträrfarbe zur Hauptfarbe und können sich sehr leicht an unterschiedliche Verhaltensweisen und Aufgaben adaptieren.

Sind Sie auf dem 5. Ring (Kreuzung, 57-60), stehen Ihnen zwei Präferenzen zur Verfügung, jedoch immer zwei gegenüberliegende Präferenzen, und Sie sind somit ebenso mit einer hohen Flexibilität ausgestattet.

Mit der SUCCESS INSIGHTS Team-Analyse können Sie darüber hinaus aber auch den "state of the art" Ihres Teams kennen lernen, indem Sie mehrere Personen auf einem Rad platzieren. Von dieser sicheren Basis aus können Sie Verbesserungen gezielt und sicher angehen und jeder Mensch kann sich eine Arbeitsatmosphäre schaffen, in der er seine natürliche Leistung voll ausschöpfen kann.





TTI SUCCESS INSIGHTS®  
DISCOVER • ENGAGE • ADVANCE • PERFORM

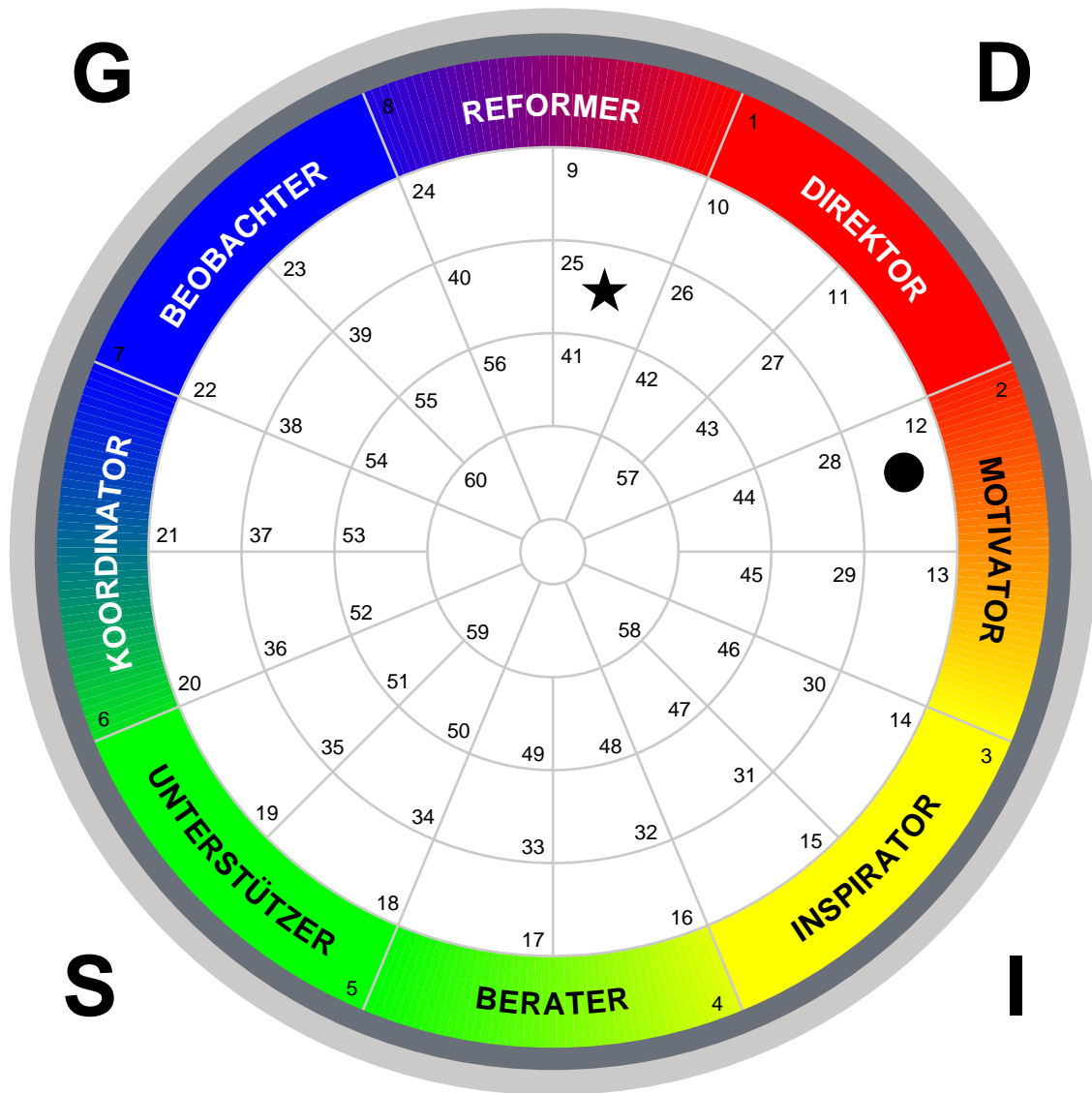
## DAS SUCCESS INSIGHTS® - RAD

Zur detaillierten Interpretation steht Ihnen Ihr INSIGHTS-Berater jederzeit zur Verfügung.



# DAS SUCCESS INSIGHTS® - RAD

21.6.2017



Adaptierter Stil: ★ (25) DIREKTOR/REFORMER (FLEXIBEL)  
Basis-Stil: ● (12) DIREKTOR/MOTIVATOR

Basis: deutschsprachige Normierungsstudie 2017 R4

T: 0:58



# Machen Sie sich mit Ihren Motivationsfaktoren vertraut

Dieser Bericht behandelt die sechs grundlegenden Interessensbereiche in Ihrem Leben: Theoretisch, Ökonomisch, Ästhetisch, Sozial, Individualistisch und Traditionell. Die Ergebnisse im Report beschreiben diese zentralen Motivationsfaktoren und geben Ihnen Hinweise, wie Sie diese verstehen und wie Sie diese ausbauen können. Dieser Report wird Ihnen dabei helfen, Ihre einzigartigen Stärken, die Sie in Ihre Arbeit und in Ihr Leben mitbringen, weiterzuentwickeln. Jeder Kernbereich wird mittels zweier Motivationsfaktoren dargestellt, so dass Sie fundierte Informationen darüber erhalten, wie Ihre Ergebnisse aus den 12 zentralen Motivationsfaktoren Ihren Blick auf die Welt prägen und ein höchst individuelles Bild Ihrer Persönlichkeit ergeben.

Bitte achten Sie besonders aufmerksam auf Ihre höchsten vier Motivationsfaktoren, stellen diese doch Ihre stärksten Handlungsmotive dar. Wenn Sie die nächste Gruppe von vier Motivationsfaktoren betrachten, werden Sie feststellen, dass auch diese noch einen großen Einfluss auf Sie haben können, jedoch nur in bestimmten Situationen. Gegenüber den niedrigsten vier Motivationsfaktoren werden Sie Gefühle zwischen Gleichgültigkeit bis hin zu Ablehnung empfinden.

Sobald Sie diesen Bericht durchgesehen haben, werden Sie den zentralen Bereich der Science of Self™ besser begreifen und:

Bitte beachten Sie Ihre vier stärksten Motivatoren (primär). Diese zeigen Ihnen auf, was Ihre Handlungen am stärksten beeinflusst. Wenn Sie dann Ihre vier weiteren Motivatoren (situativ) betrachten, werden Sie feststellen, dass diese Sie ebenfalls stark motivieren, jedoch nur in besonderen Situationen. Schlussendlich, wenn Sie die Gruppe Ihrer vier niedrigsten Motivatoren (indifferent) betrachten, werden Sie merken, dass diese Ihnen gleichgültig sind oder Sie sie sogar vermeiden.

Wenn Sie Ihren Report durchgelesen haben, werden Sie ein tieferes Verständnis für die Schlüsselemente Ihrer Selbstentwicklung haben. Sie werden:

- verstehen, welche Rolle Ihre Motivationsfaktoren in Ihrer beruflichen Entwicklung und in Ihren Beziehungen spielen
- in der Lage sein, Ihr Wissen über Ihre Motivationsfaktoren auf Ihre Beziehungen und Ihre berufliche Leistung anzuwenden
- einen klareren Eindruck von Sinn und Richtung Ihres Lebens haben, was zu größerer Zufriedenheit im Beruf und im Leben führen kann



# Allgemeine Merkmale

*Auf Grundlage Ihrer Antworten hat der Report Aussagen generiert, die ein generelles Verständnis darlegen, WARUM SIE SO HANDELN WIE SIE HANDELN. Aus diesen Aussagen geht hervor, was Sie beruflich motiviert. Falls jedoch zwei Ihrer Motivationsfaktoren nicht miteinander harmonieren, besteht die Möglichkeit eines innerpersönlichen Konflikts. Gewinnen Sie anhand der allgemeinen Eigenschaften einen besseren Einblick in das, was Sie motiviert.*

Max Muster wird sich auch in einem chaotischen Umfeld gut entwickeln. Er wird einzelne Themenfelder voneinander trennen, um das Tempo nicht zu verlieren. Er neigt dazu, sich eher auf Tatsachen als auf subjektive Gefühle zu konzentrieren. Er neigt dazu, über Traditionen und Grenzen hinwegzusehen, wenn es gilt, eine Aufgabe zu vollenden. In vielen Fällen würde Max Muster es vorziehen, einen eigenen Handlungsplan aufzustellen. Er ist möglicherweise offen für neue Ideen, weil er nicht an eine bestimmte Philosophie oder ein System gebunden ist. Er versteht es gut, Erfahrungswissen zu nutzen, um aktuelle Probleme zu lösen. Er fühlt sich unter Menschen wohl, die seinen Wissensdurst teilen, und ganz besonders unter Menschen mit ähnlichen Überzeugungen. Max Muster hat das Verlangen, für seine Leistung anerkannt zu werden. Er möchte das eigene Schicksal kontrollieren und die eigene Unabhängigkeit unter Beweis stellen. Wenn andere Max Muster's Zeit oder Fähigkeiten benötigen, fällt es ihm möglicherweise schwer, „nein“ zu sagen. Er bewertet Situationen und sieht möglicherweise nicht die Notwendigkeit einer Investitionsrendite.

Max Muster neigt dazu, die Dinge in ihren Einzelbestandteilen wahrzunehmen. Er kann zwischen privater und beruflicher Beziehung zu ein und derselben Person trennen. Er wird sich nicht scheuen, neue und andere Möglichkeiten der Interpretation eines Glaubenssystems zu erkunden. Er zieht es möglicherweise vor, sich einen eigenen Handlungsplan zu erstellen. Max Muster könnte behilflich sein, Informationsquellen ausfindig zu machen. Er hat möglicherweise den Wunsch, das eigene Wissen zu erweitern, um sich auf dem gewählten Gebiet als Experte profilieren zu können. Er strebt danach, Führungsrollen zu erringen. Er strebt danach, im Teamkontext die eigene Individualität zu wahren. Max Muster setzt die eigene Zeit, Fähigkeiten und Ressourcen großzügig ein, um anderen zu helfen. Er hat möglicherweise ein Interesse daran, die Arbeitsbedingungen für andere zu verbessern. Er erledigt Aufgaben manchmal nur, damit sie erledigt sind. Er neigt dazu, großzügig Zeit, Fähigkeiten und Ressourcen einzubringen, schätzt dennoch auch eine Investitionsrendite.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

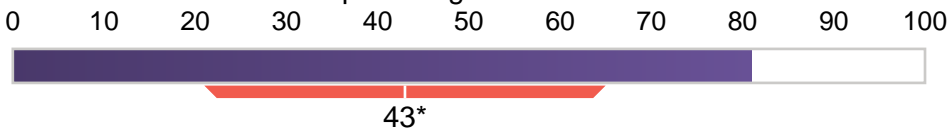




# Primär

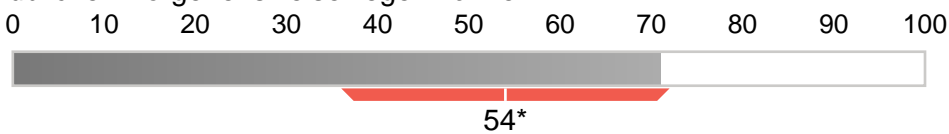
Ihre vier wichtigsten Motivationsfaktoren bestimmen Ihr Handeln. Wenn Sie sich auf die Kombinationen (die Gruppe) anstatt nur auf einzelne Faktoren konzentrieren, finden Sie sehr spezifisch Ihre Person beschrieben. Je dichter die Punktezahlen für die einzelnen Faktoren beieinander liegen, desto besser können Sie sich die Ergebnisse der Faktoren zunutze machen. Überlegen Sie, welcher Faktor für Sie am wichtigsten ist, und machen Sie sich anschließend Gedanken über die Rolle der anderen hohen Motivationsfaktoren und wie das für Sie typische Handlungsmuster entsteht.

**1. Objektiv** - Menschen, die einen hohen Wert auf ein funktionelles Umfeld und eine sachliche Atmosphäre legen.



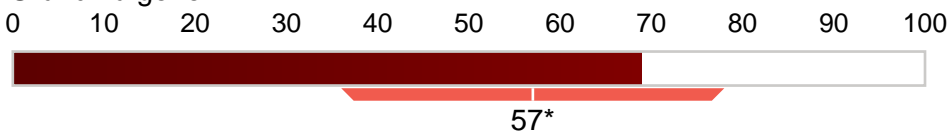
81

**2. Aufgeschlossen** - Menschen, die in hohem Maße offen sind für neue Ideen, Methoden und Chancen, wobei diese oft auch außerhalb der üblichen Vorgehensweise liegen können.



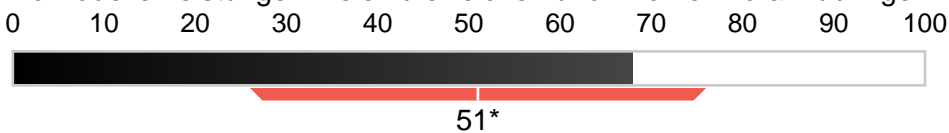
71

**3. Intellektuell** - Menschen, die in hohem Maße danach streben, Wissen zu erwerben, theoretische Kenntnisse auszubauen und den Dingen auf den Grund zu gehen.



69

**4. Machtorientiert** - Menschen, die verstärkt danach streben, Verantwortung zu tragen, Gestaltungsfreiraum zu haben und durch individuelle Leistungen Ziele zu erreichen und Themen voranzubringen.



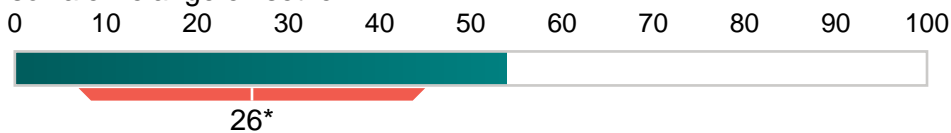
68



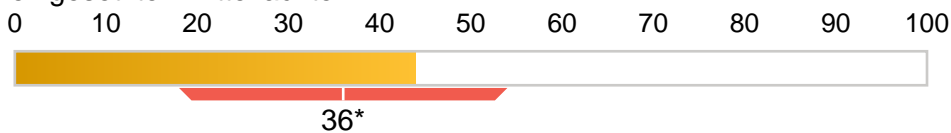
# Situativ

Ihre im mittleren Bereich ausgeprägten Motivationsfaktoren bilden eine Gruppe, die je nach Situation zum Tragen kommen kann. Diese Motivationsfaktoren sind nicht derart wichtig wie die primären Faktoren, können aber dennoch in speziellen Situationen Einfluss auf Ihr Handeln haben.

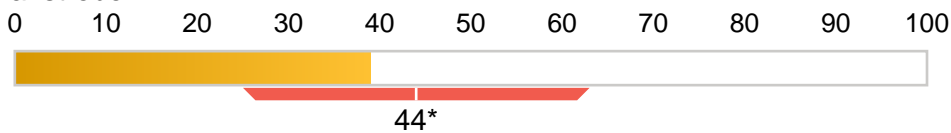
**5. Altruistisch** - Menschen, die den starken Wunsch haben, anderen zu helfen, die Lebensbedingungen anderer zu verbessern und die sich für soziale Belange einsetzen.



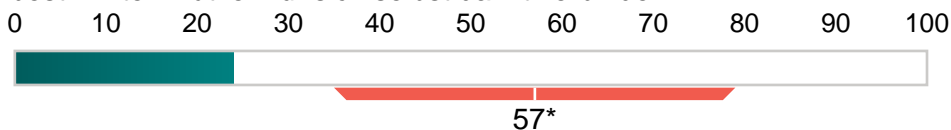
**6. Idealistisch** - Menschen, die für das was sie tun nicht unbedingt einen persönlichen Nutzen erwarten und nicht nur auf die Effizienz der eingesetzten Mittel achten.



**7. Effizienzgetrieben** - Menschen, die danach streben, praktische Resultate und maximale Effizienz zu erzielen, die aber auch den ökonomischen Einsatz von Zeit, Fähigkeiten, Energie und Ressourcen anstreben.



**8. Eigennützig** - Menschen, die anderen nicht aus reinem Selbstzweck helfen, sondern die Notwendigkeit abwägen oder die helfen, wenn sie einen bestimmten Nutzen für sich selbst damit verbinden.



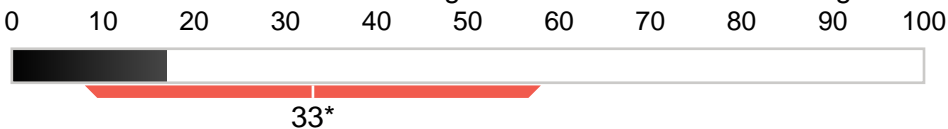
Basis: deutschsprachige Normierungsstudie 2017



# Indifferent

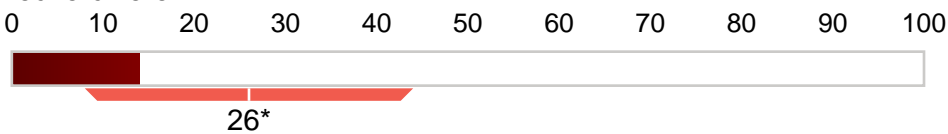
Möglicherweise haben Sie ein indifferentes Gefühl hinsichtlich einiger oder sämtlicher Motivationsfaktoren in diesem Cluster. Es kann jedoch sein, dass diese Faktoren bei Ihnen gerade dann eine negative Reaktion hervorrufen, wenn Sie mit Personen zu tun haben, die einen oder mehrere dieser Faktoren als stärksten Motivator haben.

**9. Kooperativ** - Menschen, die gerne gemeinsam mit anderen Ziele erreichen und dafür nicht unbedingt die individuelle Anerkennung erwarten.



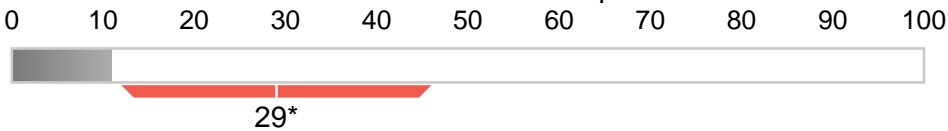
17

**10. Instinktiv** - Menschen, die bevorzugt ihre bisher gesammelten Erfahrung und ihr Bauchgefühl anwenden, die pragmatisch vorgehen und Fachwissen nur bei Bedarf oder erst in der jeweiligen Situation recherchieren.



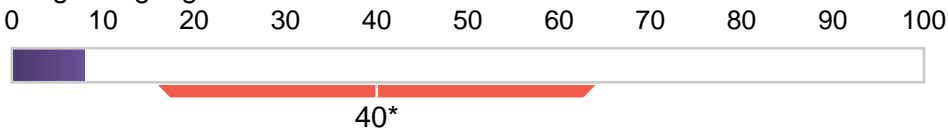
14

**11. Prinzipientreu** - Menschen, die im hohen Maße danach streben, eine tradierte Vorgehensweise, bewährte Methoden und klare Lebensregeln anzuwenden und ihr Verhalten stark an Prinzipien orientieren.



11

**12. Harmonisch** - Menschen, die einen sehr hohen Wert auf ganzheitliche Wahrnehmung, ihre individuelle Sichtweise und auf Balance in ihrer Umgebung legen.



8



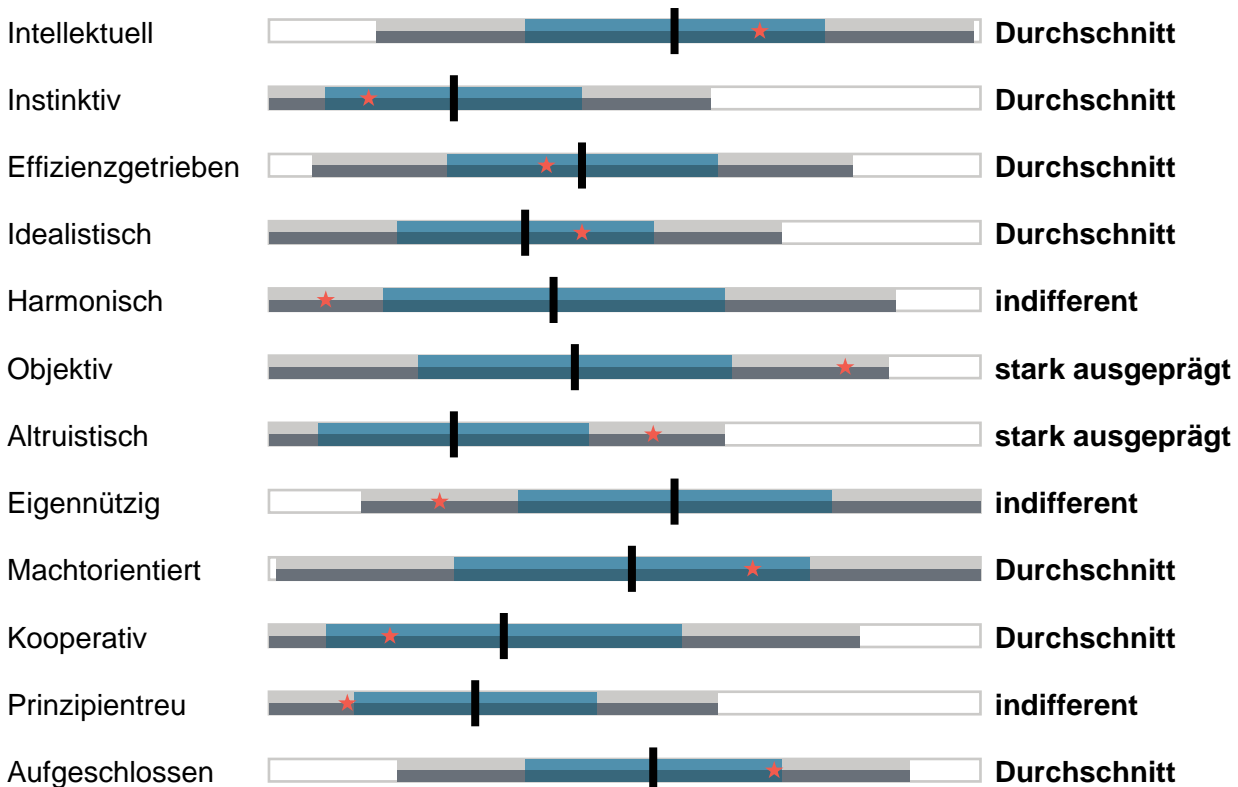


## Bereiche für besondere Aufmerksamkeit

Sicher kennen Sie Sprüche wie: „Jedem das Seine“, „Jedem Tierchen sein Pläsierchen“ oder „Jeder hat seine eigenen Gründe“. Wenn Sie von Menschen umgeben sind, die ähnlich wie Sie sind, werden Sie sich dieser Gruppe zugehörig fühlen und daraus Ihre Kraft beziehen. Wenn Sie jedoch von Menschen umgeben sind, die ganz anders als Sie gestrickt sind, werden Sie diese möglicherweise als fremd und ungewöhnlich empfinden und sich unbehaglich fühlen. Solche Unterschiede können sich in Stress und Konflikten äußern.

Dieser Abschnitt deckt die Bereiche auf, in denen Sie sich möglicherweise deutlich von den anderen unterscheiden, was manchmal zu Meinungsverschiedenheiten und Konflikten führen kann. Je weiter Sie von dem Durchschnitt nach oben abweichen, desto stärker werden die Menschen um Sie herum Ihr Interesse an diesem Bereich wahrnehmen. Je weiter Sie von dem Durchschnitt nach unten abweichen, desto mehr werden die Menschen um Sie herum Ihre Desinteresse oder gar Ihre Ablehnung für diesen Bereich zu spüren bekommen. Der schattierte Bereich steht für 68 Prozent derjenigen, deren Ergebnisse nicht mehr als eine Standardabweichung vom Durchschnittswert abweichen.

### POSITIONIERUNG ZUM NORMIERUNGSDURCHSCHNITT

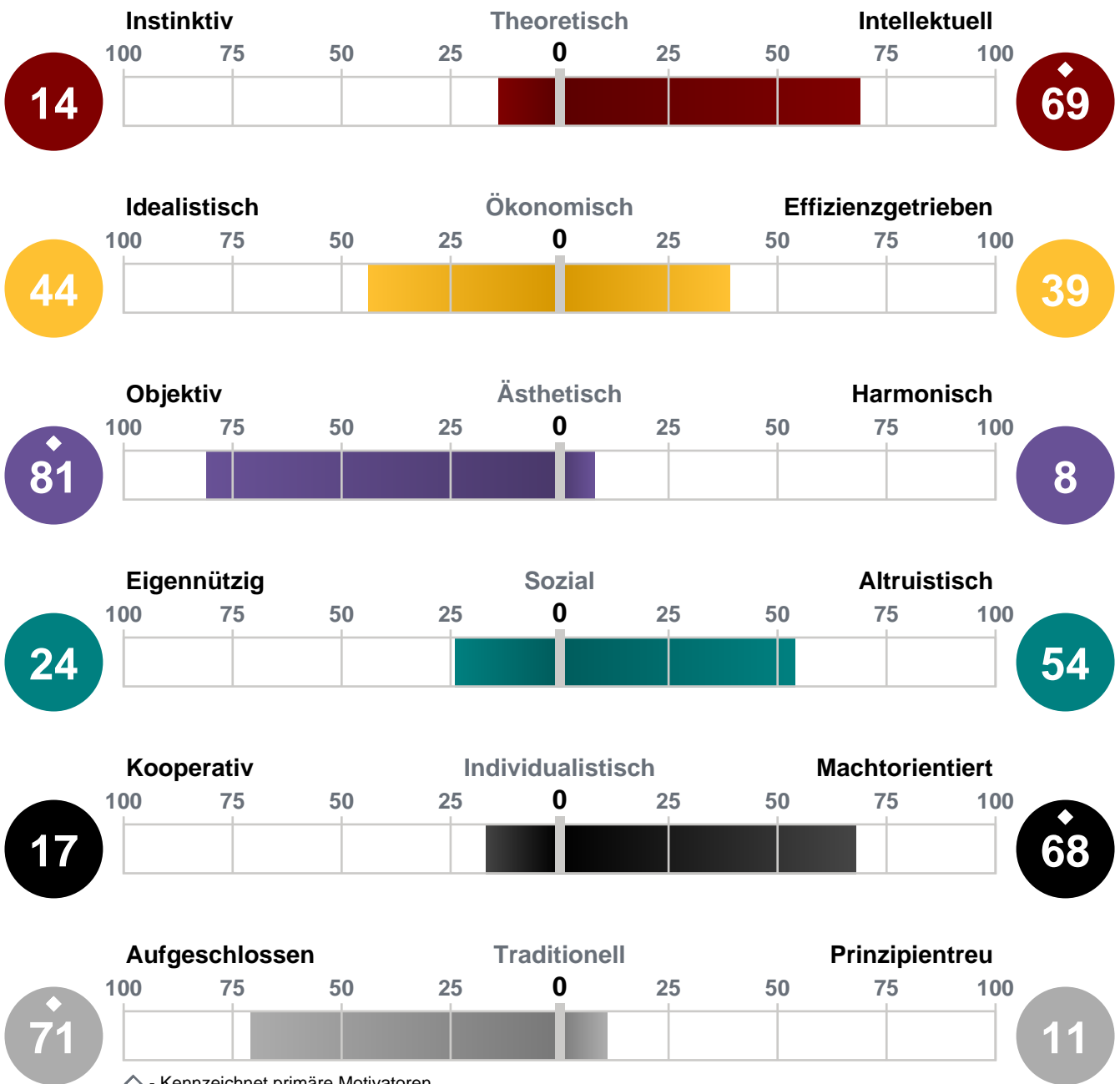


■ - 1 Standardabweichung - \* 68% der Bevölkerung fällt in den schraffierten Bereich. ■ - Normierungsdurchschnitt ★ - Ihre Position  
 ■ - 2 Standardabweichungen  
 □ - 3 Standardabweichungen

**Durchschnitt** - innerhalb einer Standardabweichung vom Normierungsdurchschnitt  
**Stark ausgeprägt** - zwei Standardabweichungen über dem Normierungsdurchschnitt  
**Indifferent** - zwei Standardabweichungen unter dem Normierungsdurchschnitt  
**Extrem** - drei Standardabweichung vom Normierungsdurchschnitt



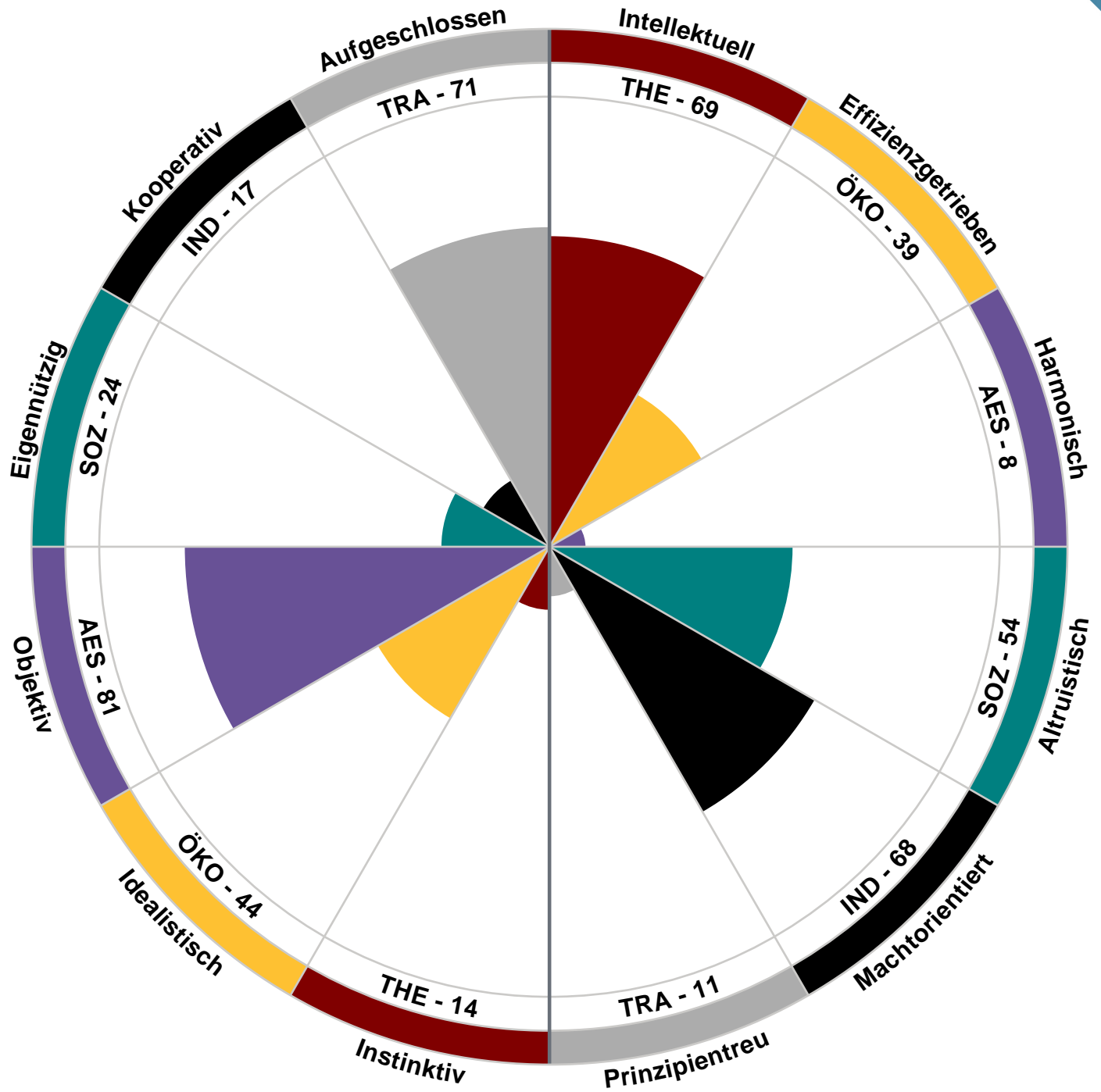
# Driving Forces Grafik



T: 0:40



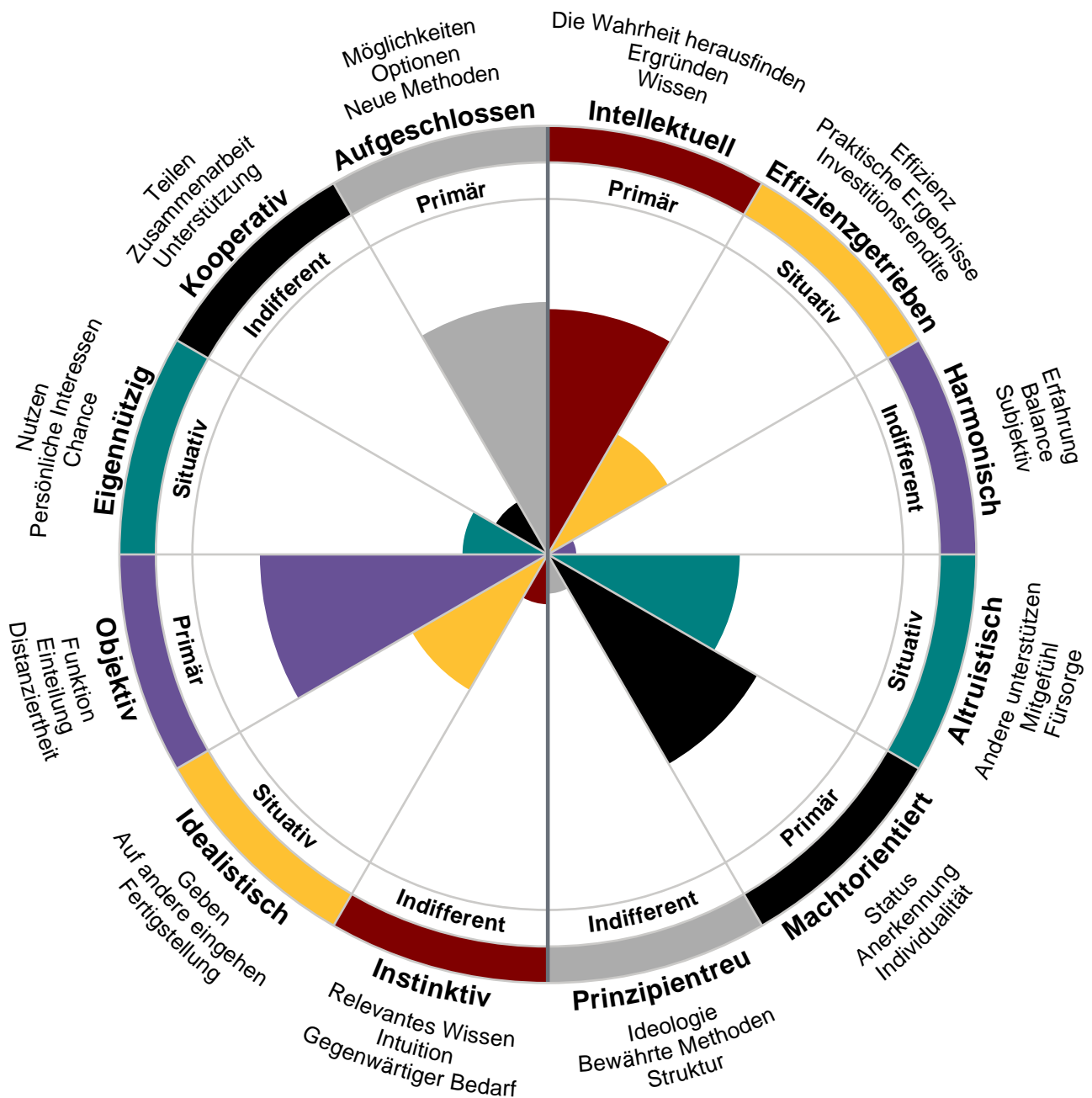
# Driving Forces Rad



T: 0:40



# Motivatorenbeschreibung



T: 0:40



# EINFÜHRUNG

## Abschnitt Verbindung von Verhaltensweisen und Motivatoren

Die ultimative Kraft hinter zunehmender Arbeitszufriedenheit und Leistung liegt in der Mischung zwischen den Verhaltenspräferenzen und den treibenden Kräften. Beide Faktoren verfügen über die Stärke, das Handeln zu modifizieren, aber es ist das Zusammenspiel der beiden Faktoren, das die Leistung auf ein ganz neues Level hebt.

### In diesem Abschnitt finden Sie:

- Potentielles Verhalten und motivierende Stärken
- Potentielle Konflikte basierend auf Verhalten und Motivation
- Ideales Umfeld
- Schlüssel zur Motivation
- Schlüssel zum Management





# POTENTIELLE VERHALTENS- UND MOTIVATIONSKONFLIKTE

*Dieser Abschnitt beschreibt die potenziellen Konfliktbereiche zwischen Max Muster's Verhaltensstil und den vier wichtigsten Motivationsfaktoren. Identifizieren Sie zwei bis drei der potenziellen Konflikte, an denen gearbeitet werden sollte, um Max Muster's Arbeitsergebnisse zu verbessern.*

- Das gleichzeitige Bedürfnis nach Funktionalität und Zielerreichung kann die Organisation aus der Balance bringen.
- Will Funktionalität und Ergebnisse gleichzeitig und sofort.
- Kommuniziert möglicherweise wenig feinfühlig und schafft es nicht, seine Gedanken und Gefühle zum Ausdruck zu bringen.
- Indem Max Muster den Status quo hinterfragt, erreicht er möglicherweise nicht die vereinbarten Ziele.
- Das Einhalten der Standards ist möglicherweise nicht möglich in Anbetracht seines Bedürfnisses, Neues auszuprobieren.
- Das Erzielen von höheren Ergebnissen wird möglicherweise von Max Muster's Bedürfnis nach etwas Neuem behindert.
- Dinge zu Ende zu bringen kann mit dem Bedürfnis alles über das Thema zu wissen, in Konflikt stehen.
- Wenn eine wichtige Entscheidung ansteht, wird er in den meisten Fällen sich vorher mit den Fakten befassen.
- Das Bedürfnis alles zu überprüfen und dem Bedürfnis alles zeitnah und schnell zu tun, könnte Konflikte auslösen.
- Muss der Macher sein, wenn nicht der Leader und könnte deshalb Chancen im Team verpassen.
- Könnte seine Überlegenheit mittels Probleme oder Herausforderungen demonstrieren.
- Könnte die negativen Konsequenzen seiner schnellen Entscheidungen nicht realisieren.



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---











# AKTIONSPLAN

Die folgenden Angaben beziehen sich auf Bereiche, in denen Max Muster seine Effizienz möglicherweise erhöhen möchte. Bis zu drei Themen sollten herausgegriffen und über Aktionspläne so aufbereitet werden, dass die gewünschten Ergebnisse erzielt werden können. Ein erneutes Durcharbeiten des Reports hilft, die Bereiche zu finden, die zur Verbesserung anstehen.

- Kunden-Service
- Akquisition
- Vorbereitung
- Präsentation
- Einwandbehandlung
- Abschlüsse tätigen
- Produktkenntnisse
- Persönliche Ziele
- Sonstiges

Bereich: \_\_\_\_\_

- 1.
- 2.
- 3.

Bereich: \_\_\_\_\_

- 1.
- 2.
- 3.

Bereich: \_\_\_\_\_

- 1.
- 2.
- 3.

Anfangsdatum: \_\_\_\_\_ Kontrolldatum: \_\_\_\_\_