



TTI
SUCCESS
INSIGHTS®

Talent Insights Sales

Max Muster
INSIGHTS MDI®
21.6.2017

INSIGHTS MDI International® Deutschland GmbH

Klettgaustraße 21
D-79761 Waldshut-Tiengen
Tel. +49 (0) 7741 - 96 94 0
info@insights.de • www.insights.de

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.

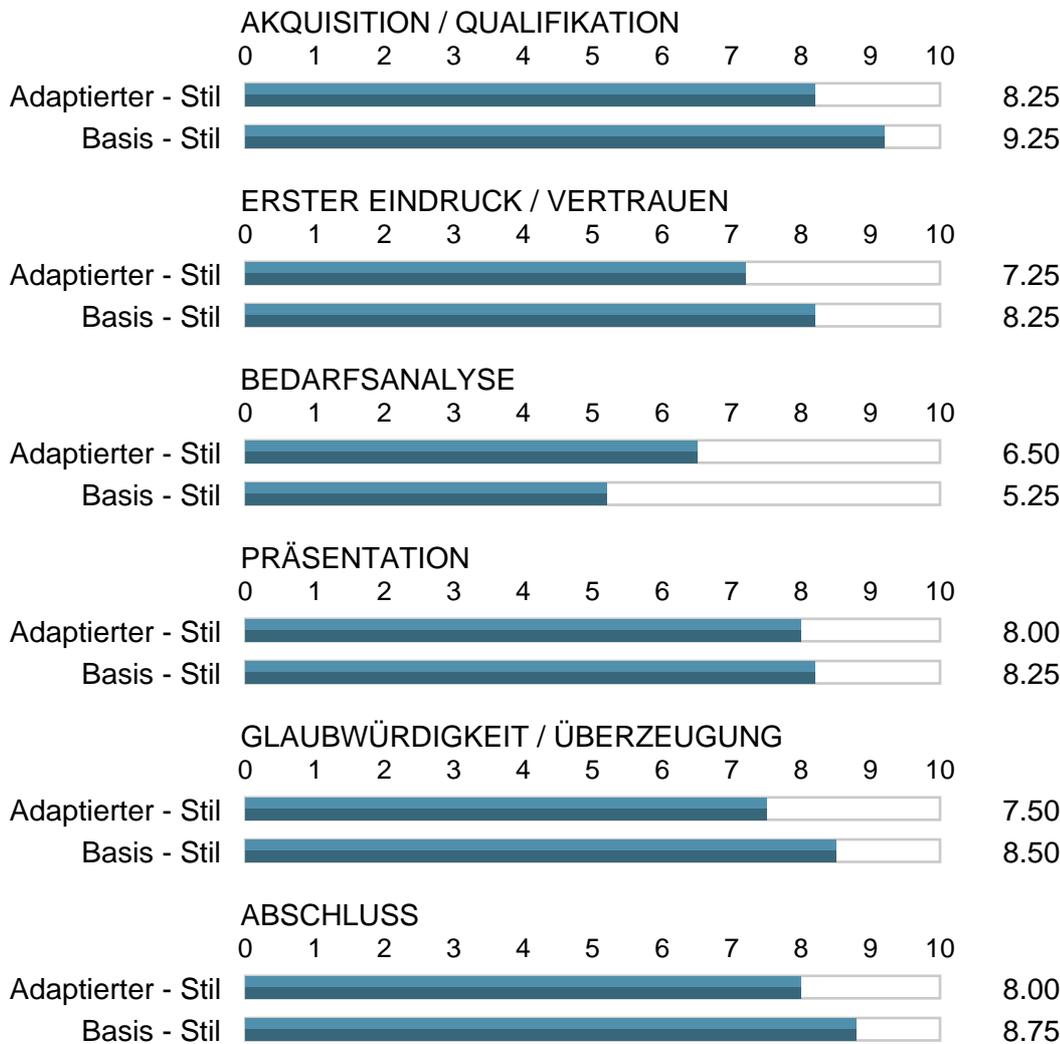


VERHALTENSORIENTIERTER VERKAUF ÜBERBLICK

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



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



AUSPRÄGUNG

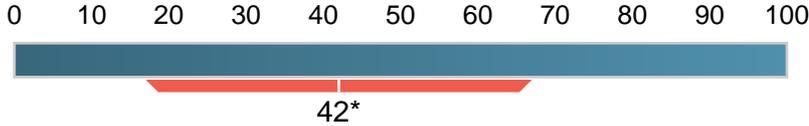
Auf Grundlage von Max Muster's Antworten, hat der Report diejenigen Worte markiert, die sein persönliches Verhalten beschreiben. Sie beschreiben, wie er Probleme löst und Herausforderungen begegnet, Menschen beeinflusst, auf die Geschwindigkeit der Umgebung reagiert und wie er auf Regeln und Prozeduren,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



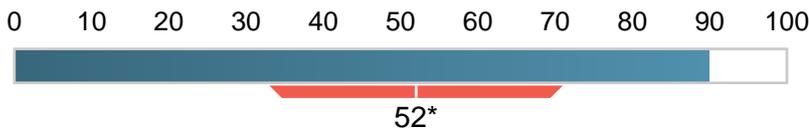
HIERARCHIE DES VERHALTENS

1. Dringlichkeit - Sofortmaßnahmen



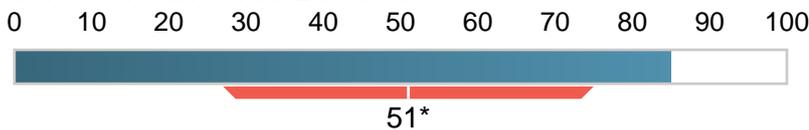
100

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



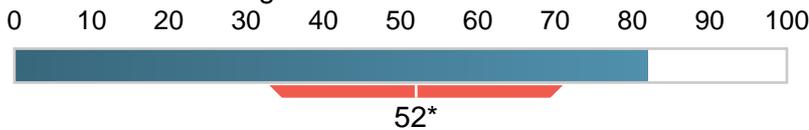
90

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



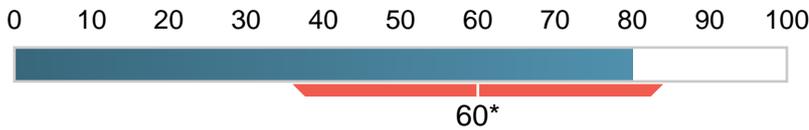
85

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



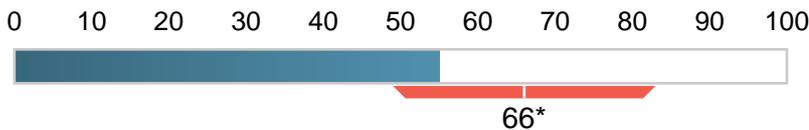
82

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



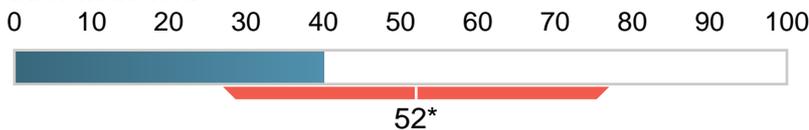
80

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



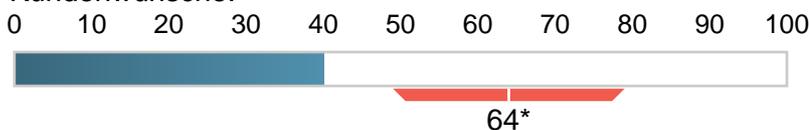
55

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



40

8. Kundenorientierung - Identifizieren und erfüllen Sie Kundenwünsche.

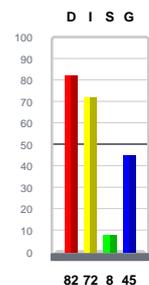
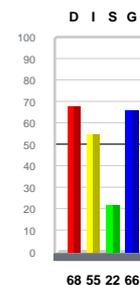


40

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

Adaptierter - Stil

Basis - Stil



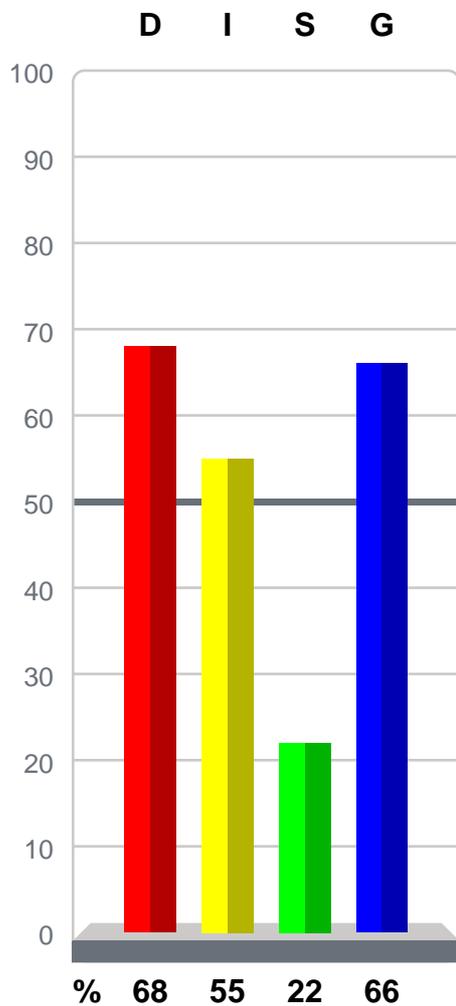


STILANALYSE-GRAFIKEN

21.6.2017

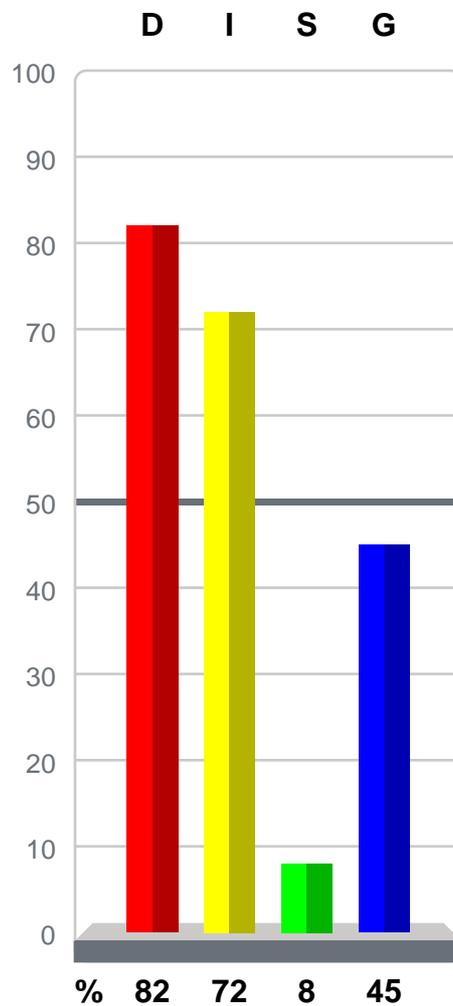
Adaptierter - Stil

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

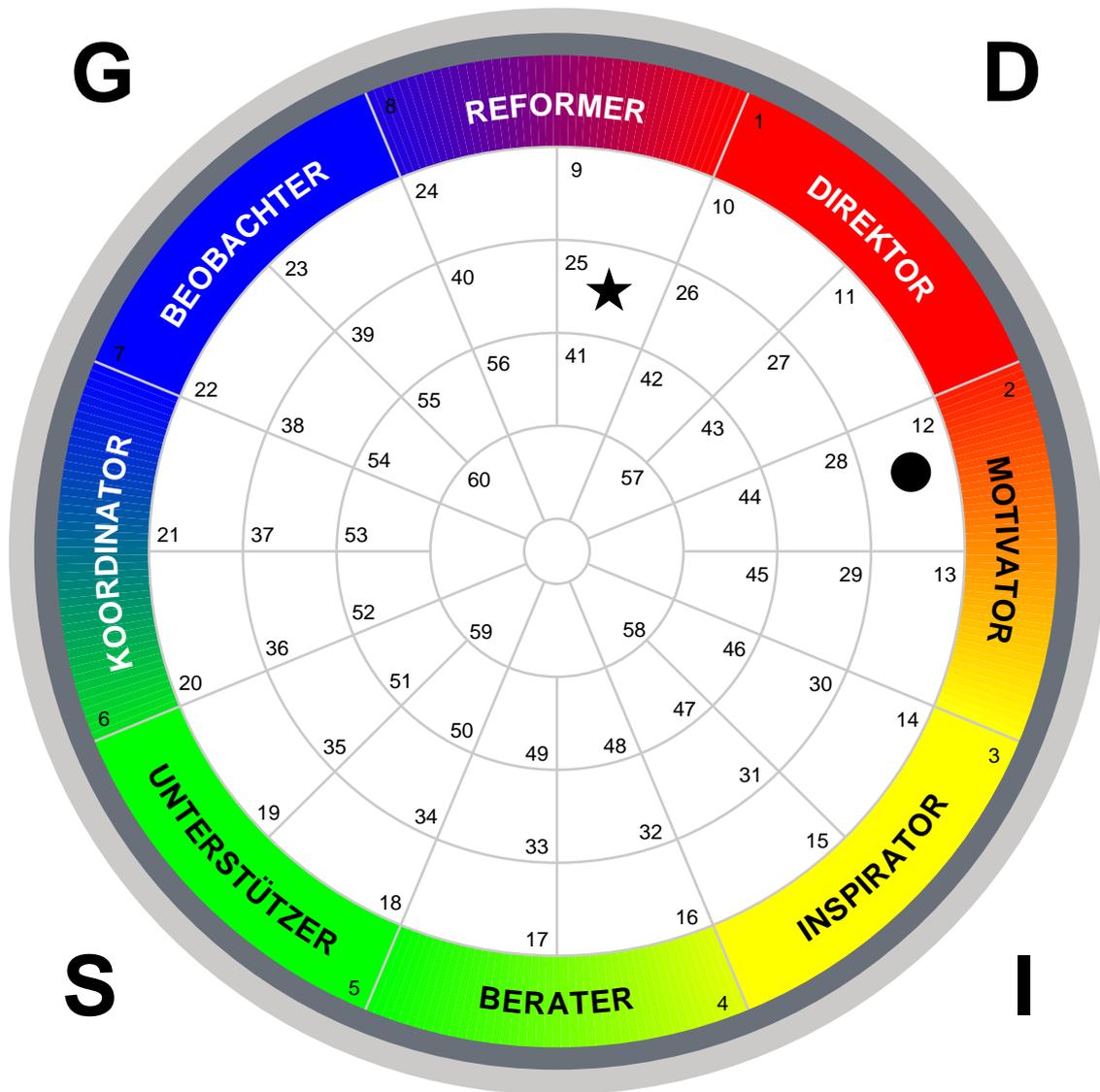
DAS SUCCESS INSIGHTS® - RAD

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:

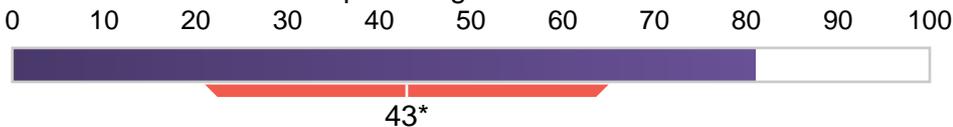
- verstehen, welche Rolle Ihre Motivationsfaktoren in Ihrer beruflichen Entwicklung und in Ihren Beziehungen spielen
- in der Lage sein, Ihr Wissen über Ihre Motivationsfaktoren auf Ihre Beziehungen und Ihre berufliche Leistung anzuwenden
- einen klareren Eindruck von Sinn und Richtung Ihres Lebens haben,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



Primär

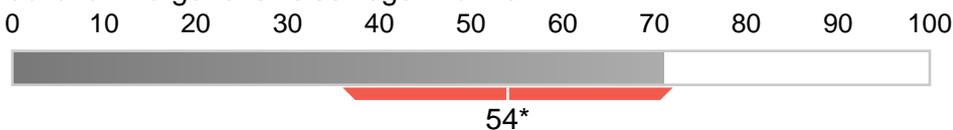
Ihre vier wichtigsten Motivationsfaktoren bestimmen Ihr Handeln. Wenn Sie sich auf die Kombinationen (die Gruppe) anstatt nur auf einzelne Faktoren konzentrieren, finden Sie sehr spezifisch Ihre Person beschrieben. Je dichter die Punktezahlen für die einzelnen Faktoren beieinander liegen, desto besser 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.



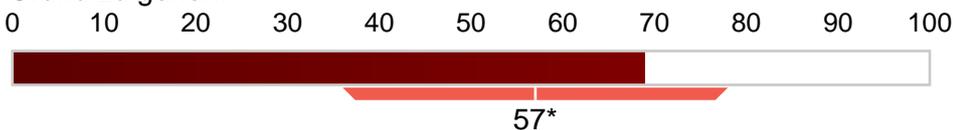
81

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.



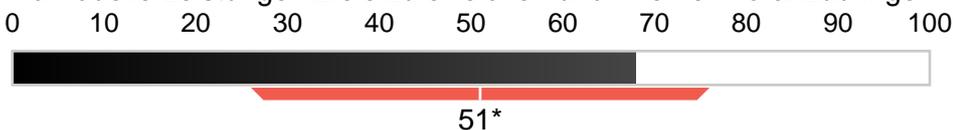
71

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.



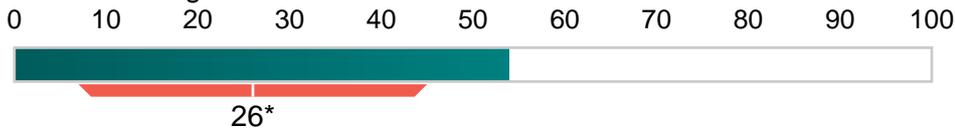
68



Situativ

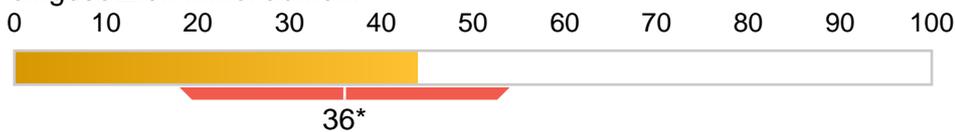
Ihre im mittleren Bereich ausgeprägten Motivationsfaktoren bilden eine Gruppe, die je nach Situation zum Tragen kommen kann. Diese Motivationsfaktoren sind nicht derart wichtig wie die primären Faktoren, können aber dennoch in speziellen Situationen Einfluss auf Ihr Handeln haben.

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



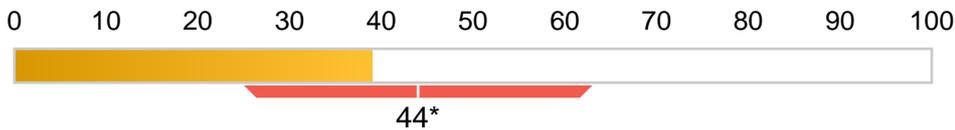
54

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.



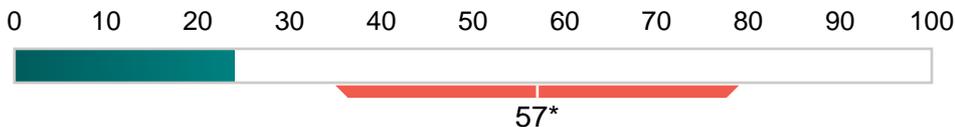
44

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.



39

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.



24



Indifferent

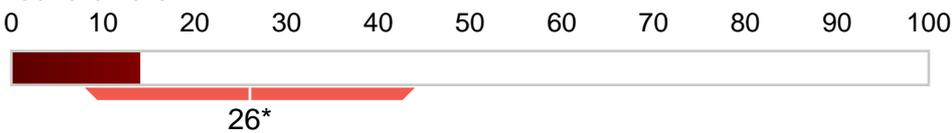
Möglicherweise haben Sie ein indifferentes Gefühl hinsichtlich einiger oder sämtlicher Motivationsfaktoren in diesem Cluster. Es kann jedoch sein, dass diese Faktoren bei Ihnen gerade dann eine negative Reaktion hervorrufen, wenn Sie mit Personen zu tun haben, die einen oder mehrere dieser Faktoren als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

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



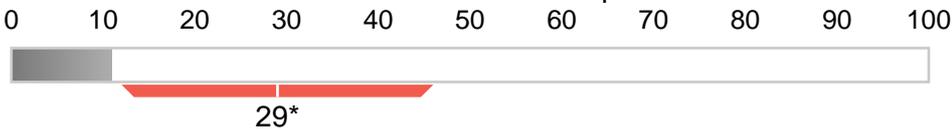
17

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.



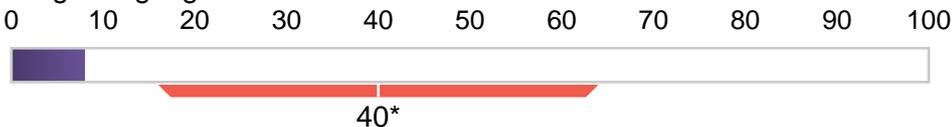
14

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

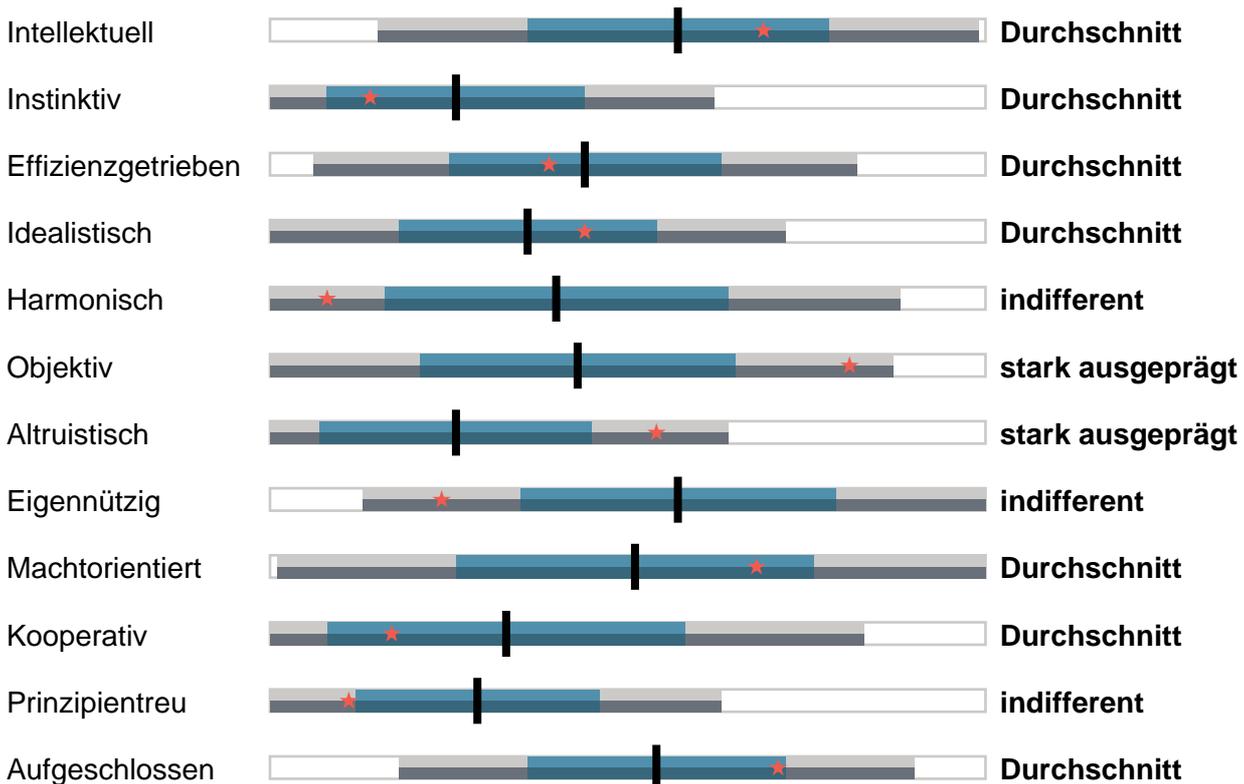


Bereiche für besondere Aufmerksamkeit

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

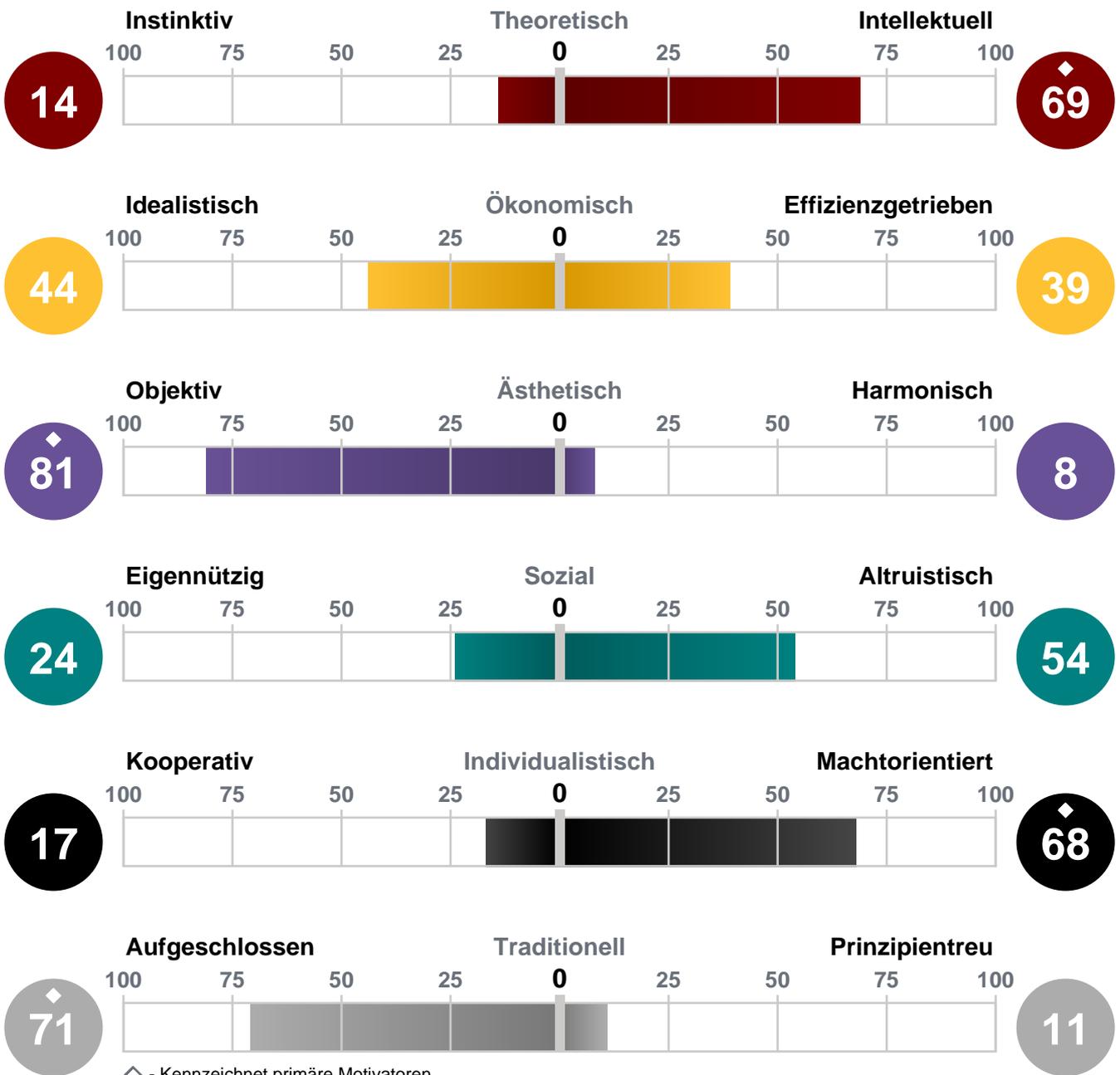


■ - 1 Standardabweichung - * 68% der Bevölkerung fällt in den schraffierten Bereich. | - Normierungsdurchschnitt ★ - Ihre Position
 ■ - 2 Standardabweichungen
 □ - 3 Standardabweichungen

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



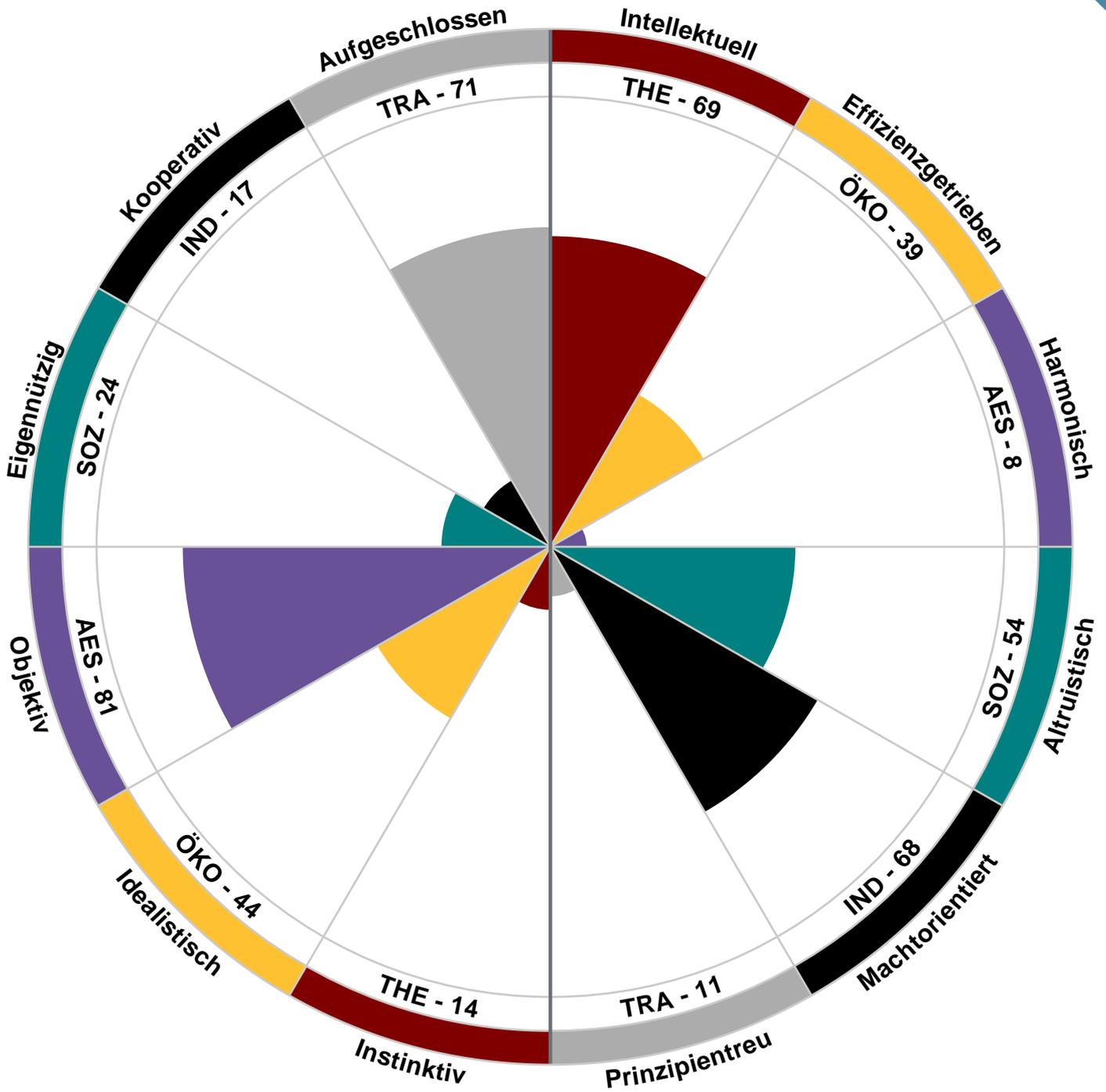
Driving Forces Grafik



T: 0:40



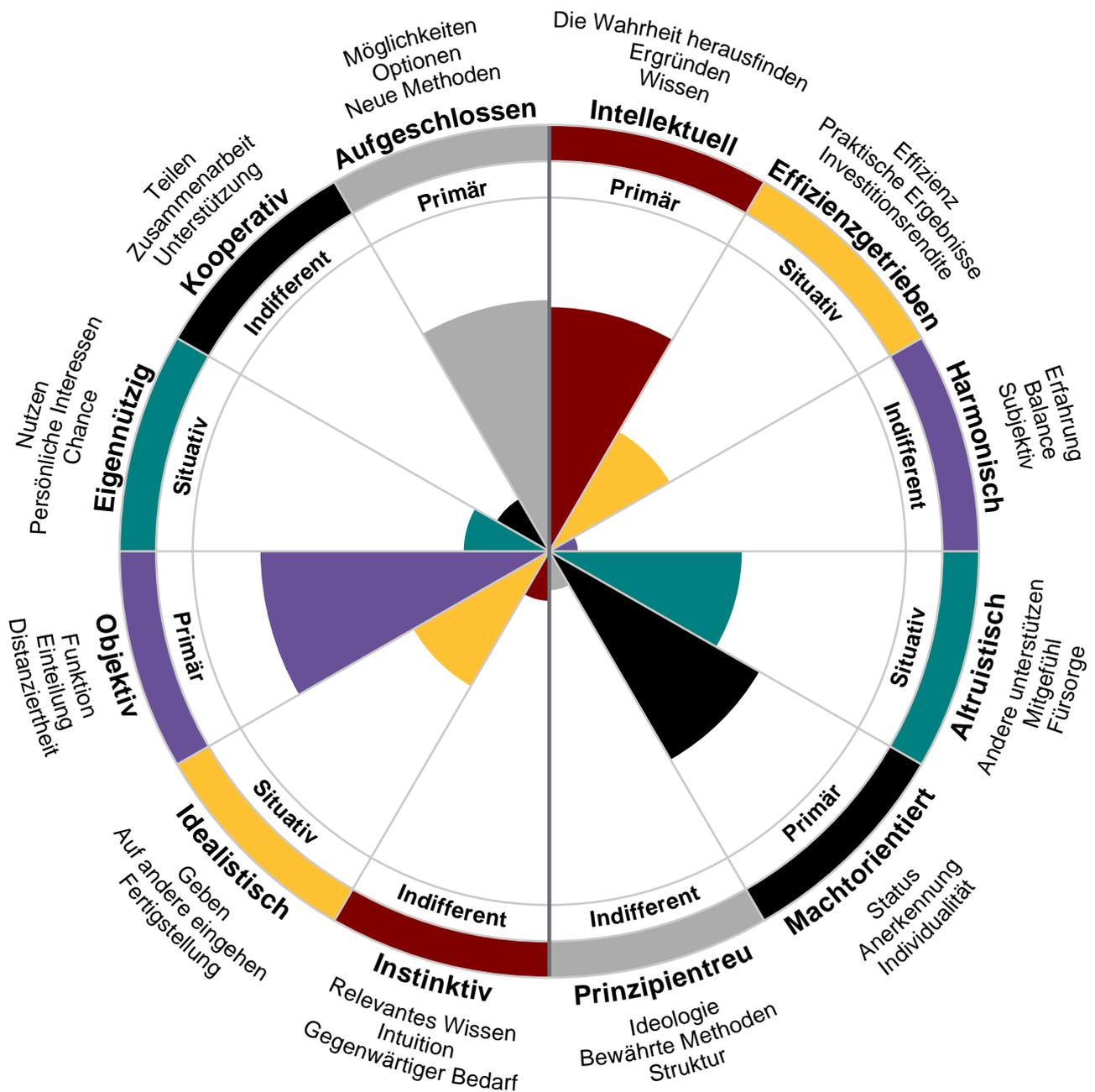
Driving Forces Rad



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



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: _____