

الگوی رفتاری DISC

و کاربرد آن در بهره‌وری فردی/سازمانی



محمد باقر مرادی

دانشجوی دکتری مدیریت کارآفرینی دانشگاه آزاد قزوین ، مدرس و مشاور دیسک

محبوبه دادفر

دانشجوی دکتری روانشناسی بالینی دانشگاه علوم پزشکی ایران، پردیس بین الملل

پیشگفتار

مدل DISC یکی از مدل‌های مطرح و محبوب در دنیا برای شناخت الگوهای رفتاری می‌باشد. DISC از چهار حرف I، D، S و C تشکیل شده است. هر کدام از این حروف مخفف یک کلمه انگلیسی می‌باشند. D مخفف کلمه Dominance (تسلط - نفوذ)، I مخفف کلمه Influence (تاثیر گذاری)، S مخفف کلمه Steadiness (باثبات) و C مخفف کلمه Conscientious (وظیفه شناسی) می‌باشد. در این مدل چهار الگوی رفتاری بارز D، I، S و C وجود دارد که به الگوی رفتاری DISC معروف می‌باشد.

مدل رفتاری DISC استاندارد یا زبان مشترکی است برای شناخت و بازگشایی رموز رفتاری افراد و پیش‌بینی رفتارهایی که به طور معمول از آنها مشاهده می‌شود. اطلاعات کسب شده بر اساس مدل DISC کمک می‌کند تا با دانستن این که افراد چه تمایلات فکری دارند و زبان بدن آنها چه گونه است، بتوان مدل رفتاری ایشان را حدس زد و بهتر با آن‌ها رابطه برقرار کرد.

این مدل برای اولین بار در سال 1928 میلادی توسط دکتر ویلیام مولتون مارستون (William Moulton Marston) معرفی شد. مارستون اعتقاد داشت که چهار سبک رفتاری وجود دارد که می‌توان افراد را بر اساس آن طبقه‌بندی نمود. هر چهار سبک رفتاری، با شدت و ضعفی متفاوت در همه افراد مشاهده می‌شوند؛ اما هر فرد یک سبک یا دو سبک غالب رفتاری دارد که معمولاً طبق آن نسبت به محیط پیرامون خود واکنش نشان می‌دهد.

هر یک از افراد مقداری از ویژگی‌ها را دارا هستند و این یکی از مزایای مدل DISC می‌باشد. هیچ شخصی به طور کامل D، I، S یا C نمی‌باشد. بلکه هر فردی ترکیبی از این چهار ویژگی را کم یا بیش دارد. ویژگی اصلی

فرد ویژگی است که شاخص آن از بقیه بیشتر است و با یکی از این چهار حرف شناخته می‌شود اما ممکن است بقیه را نیز بالاتر از حد متوسط داشته باشد.

مدل DISC پانزده الگوی رفتاری را معرفی می‌کند. تحلیل و رسیدن به این الگوها و گزارش آنها نیاز به انجام تست دیسک و کار کارشناسی و تخصصی دارد. هیچ یک از الگوها نسبت به الگوی دیگری برتری ندارد. سبک رفتاری DISC با جنسیت ارتباطی ندارد. سبک رفتاری افراد در طول زمان تغییر می‌کند. به کمک مدل DISC می‌توان آموخت که افراد در موقعیت‌های متفاوت و با افراد متفاوت، چگونه رفتار می‌نمایند و چگونه می‌توانند موثر و موفقیت‌آمیز تعامل نمایند.

ابزار DISC مارستون حاصل 40 سال تلاش اندیشمندان مدیریت، روانشناسی و جامعه‌شناسی می‌باشد. این ابزار بر روی بیش از 40 میلیون نفر در سرتاسر جهان اجرا شده و نتایج آن مورد تایید و استفاده مراکز آموزشی، شرکت‌ها و کسب و کارها بوده است. از کاربرد‌های مفید ابزار DISC شناخت الگوی رفتاری مشتریان و نحوه رفتار با ایشان می‌باشد. دپارتمان‌های روانشناسی و علوم رفتاری بسیاری از دانشگاه‌ها، تحقیقاتی در مورد اعتبار «مدل چهار تیپی رفتار انسان» انجام داده‌اند.

کارمندان و مدیران سازمان با استفاده از گزارش بدست آمده از ابزار DISC می‌توانند ارزیابی بسیار معتبری را از رفتارهای سازمانی خود بدست بیاورند و اطلاعات کسب شده در گزارش DISC دانشی را در اختیار مدیران و کارمندان یک سازمان قرار می‌دهد که موجب بالا رفتن سطح ارتباطات مؤثر آنها می‌شود و همچنین بینشی را بوجود می‌آورد که توسعه پایدار سازمان را رقم می‌زند.

تاریخچه

سابقه دسته‌بندی انسان‌ها و بررسی ویژگی‌های رفتاری آنها به 400 سال قبل از میلاد بر می‌گردد. بقراط، بزرگترین حکیم یونانی، رفتار انسان‌ها را مشاهده و مورد بررسی قرار داد. او متوجه شد که انسان‌ها در رفتارهای خود تشابهات و تفاوت‌هایی را نشان می‌دهند. بقراط رفتار افراد را به چهار دسته صفراوی، دموی، بلغمی و سوداوی تقسیم کرد. به عبارت دیگر، بر اساس مشاهدات وی، انسان‌ها همگی یکسان هستند. اما با این وجود هر کدام منحصر به فرد می‌باشند.

جالینوس رفتارهای انسان را به مدل‌های مختلفی تقسیم کرد که امروزه نیز در علم پزشکی به آنها اشاره می‌شود. شواهد پژوهشی تایید نموده‌اند که رفتارهای قابل مشاهده می‌توانند در گروه‌هایی طبقه‌بندی شوند. این عمل باعث به وجود آمدن پدیده‌ای شده است که اکنون به نام «زبان رفتاری» شناخته می‌شود. مدل DISC بر اساس مطالعات روانشناسان مشهوری به وجود آمده است.

در سال 1921، کارل گوستاو یونگ (Carl Gustav Jung) در آلمان تیپ‌های رفتاری را منتشر کرد و چهار تیپ را شناسایی و توصیف کرد.

ویلیام مولتون مارستون مدرک دکترای خود را در سال 1921 از هاروارد دریافت کرد و استاد دانشگاه‌های هاروارد و کلمبیا بود. در سال 1928، او کتاب «احساسات افراد عادی» (Emotions of Normal People) را منتشر کرد و تئوری DISC خود را توسعه داد. مارستون معتقد بود که چهار سبک رفتاری وجود دارد که می‌توان افراد را بر اساس آن طبقه‌بندی نمود. بنابراین افراد با شناخت سبک غالب رفتاری طرف مقابل و سازگاری رفتار آنها با تمایلات دیگران، می‌توانند در بیشتر ارتباطات‌هایی که برقرار می‌کنند موفق باشند.

در دهه 1950، والتر کلارک (Walter Clark) بر اساس کار مارستون، تحلیل بردار فعالیت (Activity Vector Analysis) که یک ابزار ارزشیابی می‌باشد، را توسعه داد.

با توجه به فعالیت‌هایی که بیل بانستتر Bill Bonnstetter در جهت پیشرفت، توسعه و اعتبار بخشی مدل فوق نموده است، این مدل به عنوان یکی از مدل‌های برتر در دنیا شناخته شده و در اکثر شرکت‌ها و سازمان‌های طراز اول جهانی مورد استفاده قرار گرفته است.

همانطور که ذکر شد این تیپ‌شناسی تا حدی برگرفته از نظرات بقراط است البته نه به طور کامل. بقراط از دید فیزیکی و ظاهر افراد آنها را در چهار تیپ مختلف دسته‌بندی نمود. این تیپ‌شناسی چهار مدل از افراد را بررسی می‌کند و به آنها چهار رنگ مختلف قرمز، آبی، زرد و سبز می‌دهد.

این مدل کاربردهای زیادی دارد از جمله ارتباطات، کار تیمی، فروش و ارتباط با مشتری، استخدام، ارتباطات خانوادگی، ورزش، مدیریت و رهبری. امروزه بیش از 50 شرکت از تئوری DISC مارستون به عنوان مبنایی برای بررسی الگوهای رفتاری استفاده می‌کنند. یکی از روش‌های شناخت تیپ‌های رفتاری در مدل DISC مطالعه نوشته‌های یک فرد می‌باشد.

پژوهش‌هایی که توسط موسسات تحقیقاتی مختلف در جهت پیشرفت، توسعه و اعتبار بخشی مدل DISC صورت گرفته نشان دهنده این است که این مدل هم اکنون در سطح جهانی به عنوان مدل رفتاری برتر در بسیاری از موقعیت‌ها قابل استفاده می‌باشد.

کارشناسان در بررسی‌های روان‌سنجی، اعتبار ابزار DISC را بررسی و آن را با مقیاس هوش و کسلر بزرگسالان (Wechsler Adult Intelligence Scale)، شاخص تیپ مایرز بریجز (Myers Briggs Type

Indicator)، پرسشنامه 16 عاملی شخصیت کتل (Personality Factor Questionnaire 16 Cattell)، پرسشنامه شخصیت چند وجهی مینه سوتا Minnesota Multiphasic Personality Inventory (MMPI)، آزمون علاقه استرانگ (Interest Inventory Strong) و پروفایل شخصی پرفورمکس (Performax Personal Profile) مقایسه کرده اند.

گزارش‌ها حاکی از این است که در اکثر موقعیت‌ها توسط اکثریت شرکت‌کنندگان ابزار DISC بسیار دقیق ارزیابی شده است. بیش از 81٪ استفاده‌کنندگان ابزار DISC آن را به عنوان یک گزارش بسیار دقیق از الگوی رفتار عادی‌شان ارزیابی کرده‌اند. دقت ابزار ارزیابی DISC با توجه به الگوی رفتاری افراد به شرح زیر بود: افراد دارای سبک شخصیتی D 91٪؛ افراد دارای سبک شخصیتی I 94٪؛ افراد الگوی رفتاری S دقت 85٪؛ و افراد دارای الگوی رفتاری C 82٪. دقت ابزار DISC به طور کلی 88/49٪ با انحراف معیار 6/43٪ بود. در طول بیش از 40 سال گذشته، میلیون‌ها نفر از مردم جهان با استفاده از ابزار DISC توانسته‌اند درک و شناخت بهتری از خود و دیگران پیدا کنند.

مدل چهار تپی رفتار انسان (DISC)

Dominance Conscientious Steadiness Influences

تعریف رفتار در الگوی رفتاری DISC

در مدل رفتاری DISC، رفتار عبارت است از عمل و عکس‌العمل‌های قابل مشاهده از یک فرد در موقعیت‌ها و شرایط متفاوت که در این مدل به چهار نوع مجزا تقسیم‌بندی می‌شود. همه افراد به نسبت‌های متفاوت از همه این تمایلات رفتاری برخوردار هستند، اما همواره میزان یک یا دو تمایل رفتاری در آنها بیشتر است که به آنها "سبک

های غالب رفتاری "گفته می‌شود. با تمرین و توجه به زبان بدن، کلمات و جملات فرد تا حدودی می‌توان مدل رفتاری افراد را حدس زد. ولی شناخت دقیق مدل رفتاری افراد نیاز به اخذ ابزار سنجش DISC دارد.

مدل رفتاری



– مدل رفتاری Dominance (الگوی رفتاری D یا سلطه گر): فرد به مسائل و چالش‌ها چگونه پاسخ می‌دهد.

– مدل رفتاری Influence (الگوی رفتاری I یا تاثیرگذار): فرد بر دیگران چگونه تاثیر می‌گذارد.

– مدل رفتاری Steadiness (الگوی رفتاری S یا باثبات): فرد نسبت به تغییرات محیط چگونه واکنش نشان می‌دهد.

– مدل رفتاری Conscientious (الگوی رفتاری C یا وظیفه‌محور): فرد به قوانین چگونه واکنش نشان می‌دهد.

الگوهای رفتاری D یا سلطه گر (افراد قرمز) دارای ویژگی‌های رفتاری زیر می‌باشند:

تعیین‌کننده، ریسک‌کننده، خواستار و متقاضی، عامل، باانگیزه، مقتدر، قوی و نافذ، رک و صریح، نتیجه‌گرا، مصمم، پرجرات، محرک، بلند پرواز، اهل رقابت، قاطع، هدفمند، تند و سریع در تصمیم‌گیری و انجام کارها، تند و

سریع در صحبت کردن و راه رفتن، اهل چالش و ریسک‌پذیری، خودمحور و کم‌حوصله هستند و زود عصبانی می‌شوند.

تمایلات این افراد شامل موارد ذیل است :

- حصول نتیجه در اسرع وقت
- فعال کردن افراد و کارها
- چالش‌پذیری و مقابله طلبی
- اتخاذ تصمیم در اسرع وقت
- جویا شدن از وضع موجود
- کسب قدرت
- مدیریت نمودن مشکلات و حل آنها

این افراد طالب محیطی هستند که در آن شرایط زیر موجود باشد:

- اقتدار و اختیار باشد.
- شهرت، اعتبار و چالش باشد.
- فرصت‌هایی برای ایجاد دستاوردهای فردی وجود داشته باشد.
- گستره وسیع عملیاتی وجود داشته باشد.
- جواب‌ها رک و صریح بیان شوند.
- فرصت‌هایی برای پیشرفت فراهم باشد.
- کنترل و نظارت نباشد.
- فعالیت‌های جدید و متنوع زیادی باشد.

این اشخاص به افرادی با خصوصیات زیر احتیاج دارند:

- نظرات موافق و مخالف را بسنجند.
- خطر را در نظر گیرند و محاسبه کنند.
- جانب احتیاط را داشته باشند.

- یک محیط قابل پیش‌بینی طرح‌ریزی کنند.
- به دنبال واقعیات باشند.
- قبل از تصمیم‌گیری آن را بسنجند.
- نیازهای دیگران را شناسایی کنند.

برای موثرتر بودن، این افراد به شرایط زیر نیاز دارند:

- کارهای سخت به آنها واگذار شود.
- درک کنند دیگران به آنها نیاز دارند.
- فنون و روش‌ها را بر اساس تجربیات عملی پایه‌گذاری کنند.
- هر از گاهی شوک‌هایی را دریافت کنند.
- گروه آنها را بشناسد.
- دلایل خود را برای نتایج بیان کنند.
- از عوامل بازدارنده موجود آگاه شوند.

جملات، شعارهای و عبارات مورد علاقه گروه قرمز یا D عبارتند از:

* قدرت - سرعت - دقت - مسئولیت

* تغییر لازمه تحول و بهبود

* شکست آغاز موفقیت (حرکت جدید)

* ما می‌توانیم.

* ما همیشه بالا هستیم.

* ما همیشه برنده‌ایم.

* من توان انجام هر کاری را دارم چون به خودم اعتماد دارم.

* امروز اولین روز از بقیه زندگی من است.

* کار نشد ندارد.

* کاری که قبول کردی را باید تا آخرش ببری.

* بهترین دفاع حمله است.

* ما با بال‌های توانمند به قله می‌اندیشیم.

* هدف وسیله را توجیه می‌کند.

* دانش + برنامه ریزی + مدیریت = موفقیت

* من بهترینم (یکه تازم)

الگوهای رفتاری I یا تاثیرگذار (افراد زرد) دارای ویژگی‌های زیر می‌باشند:

بیانگر، الهام بخش، مبتکر، معاشرتی، علاقه‌مند به تعامل و ارتباط با دیگران، اجتماعی، خوش‌بین و مثبت‌نگر، متقاعدکننده، قانع‌کننده، با حسن‌نیت، تاثیرگذار، دوست‌داشتنی، اجتماعی، بخشنده، باوقار، مشتاق، اعتمادکننده، محبوب، خونگرم و صمیمی، شاد و سرزنده و اهل تفریح و لذت بردن از زندگی، پرحرف، زودباور و بی‌نظم

گروه‌های I علاقه به ارتباط با دیگران و صحبت کردن و تاثیرگذاری بر دیگران دارند، آنها فروشنده‌هایی موفق هستند.

تمایلات این افراد شامل موارد ذیل است:

- تماس با مردم
- ایجاد تاثیرات مطلوب
- بلیغ و فصیح بودن
- ایجاد محیطی با انگیزه
- ایجاد شور و شوق

- سرگم کردن مردم
- داشتن نگاه خوش بینانه به افراد و شرایط
- مشارکت در گروه

این افراد طالب محیطی هستند که در آن، موارد زیر وجود داشته باشد:

- شناخت اجتماعی و عامه پسند وجود داشته باشد.
- شناخت عمومی از توانایی‌ها وجود داشته باشد.
- آزادی بیان وجود داشته باشد.
- ارتباطات دموکراتیک و مردمی باشند.
- محیط فارغ از کنترل و پرداختن به جزئیات باشد و همچنین فرصت‌هایی جهت بیان پیشنهادات وجود داشته باشد.
- فرصت‌هایی برای مربیگری و مشاوره وجود داشته باشد.
- ... حذف شد (شرایط مطلوب در بالا تعریف شده بود)

این اشخاص به افرادی با خصوصیات ذیل احتیاج دارند:

- روی کارها تمرکز کنند.
- دنبال واقعیات باشند.
- رک و صریح سخن بگویند.
- برای صداقت احترام قائل شوند.
- روش‌های نظام‌مند را توسعه دهند.
- ترجیح دهند به جای افراد با عوامل سروکار داشته باشند.
- دارای رویکرد منطقی باشند.
- کار را شخصا تا پایان تعقیب نمایند.

برای موثرتر بودن، این افراد به موارد زیر نیاز دارند:

- اگر D یا S پایین دارند زمان را کنترل کنند.

- تصمیم‌های هدفمند بگیرند.
- از تجربه عملی مدیریت استفاده کنند.
- واقع‌بینانه تر افراد را ارزیابی نمایند.
- اولویت‌ها و ضرب‌العجل‌ها را در نظر بگیرند.
- اگر D پایین دارند با افراد، قاطع‌تر برخورد نمایند.

جملات، شعارهای و عبارات مورد علاقه گروه زرد یا I عبارتند از:

* چونکه ما شادیم.

* تونیک‌کن و خوش‌باش به آرامش وجدان بگذار بگویند فلانی بد دنیااست. شاد و مثبت باشید.

* زندگی و روابط انسان‌ها بدون دو رنگی و کلک

* به همه عشق بورز به تعداد کمی اعتماد کن و به هیچ کس بدی نکن.

* من آن موجد که آرامش ندارم به آسانی سرسازش ندارم.

* چشم‌ها را باید شست، جور دیگر باید دید.

* گذر زمان همه چیز را حل می‌کند.

* دمی بیاسای که جهان همین دم است.

* هر کی نخنده ...!

* زندگی کوتاه است سخت‌نگیر.

* اوقات خوش آنروز که با دوست به سر شد.

* نگران نباش ... خوشحال باش.

الگوهای رفتاری S (افراد سبز) دارای ویژگی‌های رفتاری زیر می‌باشند:

حمایتگر، حساس، باثبات، آرام و صبور، خدمتگذار، خشنود، مردم‌دار، مهربان و دل‌رحم، احساساتی و خوش‌برخورد، سنجیده و متفکر، وفادار، راحت، تودار، سنجیده، خونگرم، همدل، همراه، همکاری‌کننده، یکنواخت، علاقه‌مند به گروه و کمک به دیگران و غیره. البته کند در تصمیم‌گیری، مقاوم در برابر تغییر و عدم علاقه به ریسک و چالش.

گروه‌های S، علاقه‌مند به کارهای دارای ثبات و کم‌ریسک و همچنین علاقه‌مند به کمک به دیگران هستند و کارهای مددکاری و مشاوره را دوست دارند.

تمایلات این افراد شامل موارد زیر می‌باشند:

- انجام امور با آهنگی ثابت و قابل پیش‌بینی
- دارای صبر و شکیبایی
- گسترش مهارت‌های خاص
- کمک به دیگران
- وفاداری
- شنونده‌ای خوب
- کنار آمدن با افراد هیجان‌زده
- ایجاد محیط کاری هماهنگ و با ثبات

این افراد طالب محیطی هستند که در آن موارد زیر وجود داشته باشند:

- شرایط موجود حفظ شود مگر آنکه دلایلی 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.

این اشخاص به افرادی با خصوصیات زیر احتیاج دارند:

- واکنش سریع در برابر تغییرات غیر مترقبه نشان دهند.
- نسبت به ایرادات وظایف محوله واکنش نشان می‌دهند.
- در بیش از یک مورد از مسائل درگیر باشند.
- خود ارتقاء باشند.
- جهت تغییرات به دیگران فشار آورند.
- در محیط غیر قابل پیش‌بینی به راحتی کار کنند.
- در اولویت بندی کارها کمک نمایند.
- در روش‌های کاری منعطف باشند.

برای موثرتر بودن، این افراد به موارد زیر نیاز دارند:

- قبل از تغییرات با شرایط همراه شوند.
- به ارزش فرد اعتبار داده شوند.
- بدانند تلاش شخصی به چه میزان در تلاش گروهی سهم است.
- همکاری با شایستگی‌ها و صداقت مشابه داشته باشند.
- خلاقیت آنها مورد تشویق قرار گیرد.

جملات، شعارهای و عبارات مورد علاقه گروه سبز یا S عبارتند از:

- * رهرو آن نیست گهی تند و گهی خسته رود رهرو آنست که آهسته و پیوسته رود
- * آنچه برای خود نمی‌پسندی برای دیگران هم مپسند.

*مطمئن – متعهد – آینده ساز

*اول خانواده، سلامتی، سپس کار

*دست‌ها با هم برای هم، قلب‌ها با هم برای هم

*یکی برای همه، همه برای یکی

*آرامش شرط اول زندگی

*دنیا بدون صداقت، پوچ و بی مفهوم

*خورشید باش تا اگر نخواستی به کسی بتابی نتوانی

*بنی آدم اعضای یکدیگرند که در آفرینش ز یک گوهرند.

*زندگی زیباست ای زیباپسند زنده اندیشان به زیبایی رسند.

*سبز همیشه سبز.

*دست در دست هم نهیم به مهر

*من می‌توانم صبر کن و بین.

الگوهای رفتاری C یا وظیفه‌محور (افراد آبی) دارای ویژگی‌های رفتاری زیر می‌باشند:

لایق و شایسته، خلاق، کنجکاو، هماهنگ کننده، منظم، دقیق، کمال گرا، حقیقت جو، آداب دان، دارای

استانداردهای بالا، تحلیل گر و حسابگر، نظام مند، حساس، محافظه کار، جالفتاده، پایدار، قابل اطمینان،

محتاط، تمیز، منظم، دقیق، بانزاکت، سیاستمدار. البته بیش از حد منتقد از خود و دیگران هستند.

گروه‌های C علاقه به تجزیه و تحلیل و انجام کارهای فکری دارند، آنها تحلیل گران موفق هستند و گزارش‌های

دقیق و با کیفیتی ارائه می‌دهند.

تمایلات این افراد شامل موارد زیر می‌باشند:

- پایبندی به دستورالعمل‌های کلیدی و استانداردها
- تمرکز بر جزئیات کلیدی
- تحلیل گرانه فکر کردن، ارزیابی عقاید موافق و مخالف
- سیاستمدارانه رفتار کردن با مردم
- بکارگیری رویکردهای هوشمندانه و غیر مستقیم در برخورد ها و درگیری ها
- کنترل بر انجام دقیق امور
- تحلیل منتقدانه کارها
- بکارگیری روش‌های نظام مند جهت شرایط و فعالیت‌های گوناگون.

این افراد طالب محیطی هستند که در آن موارد زیر وجود داشته باشند:

- انتظارات از عملکرد آنها 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 تاثیر می‌گذارد کنترل شود.
- فرصت برای پرسیدن "چراها" فراهم گردد و شناخت مهارت‌ها و دستاوردها عملی باشد.

این اشخاص به افرادی با خصوصیات زیر احتیاج دارند:

- کارهای مهم را واگذار کنند.
- سریع تصمیم گیرند.
- از خط‌مشی‌ها فقط به عنوان رهنمود استفاده کنند.
- با مخالفت‌ها مصالحه کنند.
- شغل‌های فاقد محبوبیت را مشخص کنند.
- مباحثات را شروع و آن را پیش برند.
- افراد را به کار گروهی ترغیب کنند.

برای موثرتر بودن، این افراد به موارد زیر نیاز دارند:

- با دقت برنامه ریزی کنند.
- اهداف و توضیحات کار محوله را دقیق بدانند.
- برنامه ریزی جهت ارزیابی عملکردشان داشته باشند.
- بازخورد اختصاصی را از عملکرد خویش دریافت کنند.
- به ارزش‌های فردی به اندازه میزان دستاوردهای آنها احترام بگذارند.
- میزان تحملشان را در برخوردها و درگیرها بالا ببرند.

جملات، شعارهای و عبارات مورد علاقه گروه آبی یا C عبارتند از:

*تحقیق، تفکر، تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی، کار

*تحلیل گران وظیفه

*اقتصاد مقاومتی

*آموزش هدفمند

*انجام-تدبیر-تحقق اهداف

*نظم و قانون

*آسمان آبی- سازمان پاک

*ضوابط بجای روابط

*مدیریت صحیح با دست‌های پاک و تفکری خلاق

*اگر بخواهیم می‌توانیم.

*دوری از عملکرد پتی و متی در سیستم

*تلاش-کوشش- سازندگی

*بررسی دقیق - تفکر عمیق - تصمیم صحیح

*منطق - تفکر - نظم سه کلید کار ما است.

*همت و تلاش و نظم در کار و زندگی

*ما زنده برآیندیم که آرام نمایم موجبیم که آسودگی ما عدم ماست

*تفاوت بین خوب و عالی، اندکی تلاش بیشتر است.

*موفقیت انسان‌ها در گرو اندیشه آنها است.

*قبل از حرف زدن خوب فکر کن.

*امروز مقدمه فردا است.

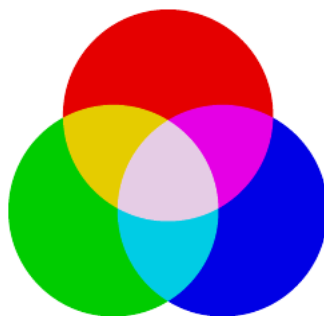
*از ماست که بر ماست!.

همه افراد ترکیبی از سبک‌ها و ویژگی‌های I، D، S و C را دارا می‌باشند و این ترکیب منحصر به فرد است. دو

فرد یکسان در دنیا وجود ندارند و این دسته‌بندی‌ها و الگوها برای کمک به شناخت بهتر افراد می‌باشد. بدلیل

وجود این ترکیبات افراد دچار تعارض‌ها و استرس‌هایی می‌شوند و سعی می‌کنند با همسان کردن و سازگار نمودن

خود با محیط و افراد دیگر ارتباط‌های موفق‌تری برقرار نمایند.



افراد با ویژگی‌های شخصیتی D و I بیشتر انجام‌دهنده یا عملیاتی هستند، تند و سریع می‌باشند و زبان بدن آنها باز و حرکاتشان زیاد است، فعال، سریع‌العمل، راسخ، جسور و برون‌گرا هستند. در مقابل افراد با ویژگی‌های شخصیتی C و S بیشتر آرام و متفکر می‌باشند، حرکات زبان بدن آنها کمتر و سرعتشان کند است. میانه‌رو، مراقب و درون‌گرا هستند. افراد دارای ویژگی‌های شخصیتی D و C در صحبت‌های خود کلماتی که بیشتر معطوف به کار و وظایف می‌باشد بکار می‌برند و اصطلاحاً افرادی کارمحور یا وظیفه‌محور می‌باشند. پرسشگر، منطق‌گرا، شکاک، چالش‌طلب هستند. در حالی که افراد دارای ویژگی‌های شخصیتی I و S تمرکزشان بر روی ارتباط‌ها و انسان‌ها می‌باشد. مقبول، مردم‌دار، پذیرنده و موافق هستند.

بنابراین افرادی که تند و سریع و تکلیف‌محور می‌باشند دارای ویژگی‌های شخصیتی D هستند. افرادی که تند و سریع می‌باشند و نگاه‌های انسان‌محورانه دارند و به ارتباط‌ها اهمیت می‌دهند دارای ویژگی‌های شخصیتی I هستند. افراد دارای ویژگی‌های شخصیتی S کند و انسان‌محور می‌باشند و افراد دارای ویژگی‌های شخصیتی C کند و تکلیف‌محور می‌باشند.

اگر کارهای مورد علاقه گروه I به گروه C و بالعکس داده شود، باعث می‌شود تا افراد انرژی زیادی برای انجام کارها صرف نمایند و اصطلاحاً خود را با کار و محیط تطبیق دهند و این کار باعث می‌شود که کارکنان احساس نارضایتی کنند. اگر کارهای گروه D به گروه S داده شود نیز همین نتیجه را در بر خواهد داشت. پس گروه‌های D با S در تعارض می‌باشند و گروه‌های C با I.

در مدل DISC «بهترین» یا ممتاز وجود ندارد. در این مدل پانزده الگوی رفتاری معرفی شده است ولی هیچ‌یک از الگوها نسبت به الگوی دیگری برتری ندارد، به بیانی دیگر الگوی خوب یا بد وجود ندارد. هر الگوی رفتاری

نقاط قوت و قابل بهبودی دارد و با توجه به شریط و محیط می‌توان آن را ارزیابی نمود. برای مثال فردی که دارای ویژگی شخصیتی C بالایی است و دیگر ابعاد D, I, S در وی کم می‌باشد، اگر در شغل اطلاع‌رسانی ورودی یک شرکت مشغول شود با تمام نقاط قوتی که دارد بدلیل عدم تمایل به ارتباط‌های زیاد و پی‌در پی با مردم تمایلی به این شغل ندارد و احتمالاً به مرور زمان عملکرد ضعیفی خواهد داشت و اگر خود را با شرایط تطبیق دهد انرژی و استرس زیادی را در کار تحمل خواهد کرد، ولی اگر فردی که دارای ویژگی‌های شخصیتی I بالایی است در همین کار گمارده شود بسیار از کار خود لذت می‌برد. بنابراین در مدل DISC، الگوی برتر یا بدتر وجود ندارد و این محیط است که وضعیت الگو را تعیین می‌کند.

هنگام مطالعه الگوها، می‌توان دریافت که چرا ویژگی‌های شخصیتی بعضی از افراد به آنها کمک می‌کند تا در فعالیت‌های معینی بهتر عمل کنند. ویژگی‌های رفتاری قابل اکتساب و یادگیری می‌باشند و افراد در طول زمان رشد می‌کنند، تغییر می‌کنند، بالغ می‌شوند و توان این را پیدا می‌کنند که بتوانند خودشان را با شرایط محیطی بهتر تطبیق دهند.

افراد در هر یک از سبک‌ها، انگیزه‌های مختلفی دارند. افراد دارای ویژگی‌های شخصیتی D با بدست آوردن نتیجه نهایی، کسب سود، و دستاوردهای مورد انتظار انگیزه کسب می‌کنند. انگیزه افراد دارای ویژگی‌های شخصیتی I تفریح، سفر، موقعیت اجتماعی و دیده شدن است. انگیزه افراد دارای ویژگی‌های شخصیتی S کمک به مردم، برقراری دوستی و کسب قدردانی می‌باشد و افراد دارای ویژگی‌های شخصیتی C از طریق ایجاد نظم، قانون و ارزش، برتری و ثبات انگیزه کسب می‌کنند.

تمام الگوهای DISC و اولویت‌های آنها به یک اندازه با ارزش هستند و هر فرد تلفیقی از چهار الگو را دارا می‌باشد. مدل شغلی افراد تحت تاثیر عوامل دیگری مانند تجربه زندگی، سطح تحصیلات و بلوغ شخصیتی قرار می‌گیرد. خودشناسی بهتر، اولین گام برای تاثیرگذار بودن در محیط کار است. شناخت مدل DISC می‌تواند به افراد کمک کند که دریابند آنها چه اولویت‌هایی دارند و سایرین تا چه اندازه با آنها متفاوت هستند. افراد می‌توانند کیفیت کار خود را به وسیله DISC در محیط کاری خود افزایش دهند و ارتباط‌های مؤثرتری داشته باشند.

نگرش الگوهای رفتاری به وظایف و کار

نگرش هر الگوی رفتاری به وظایف و کار متفاوت و شامل موارد زیر است:

الگوی رفتاری D = همین حالا و به سرعت کار را باید انجام داد.

الگوی رفتاری I = بعداً هم می‌شه انجام داد، کار باید سرگرم کننده باشه.

الگوی رفتاری S = از دیگران کمک بگیر، از روش‌های سنتی استفاده کن.

الگوی رفتاری C = کار را بهتره خودم و به طور دقیق انجام بدم.

بزرگترین نیازهای تیپ‌های شخصیتی

بزرگترین نیازهای هر الگوی رفتاری شامل موارد زیر است:

الگوی رفتاری D نیاز به چالش و تسلط، الگوی رفتاری I نیاز به شناخت و تعامل، الگوی رفتاری S نیاز به قدردانی و خدمات و الگوی رفتاری C نیاز به پاسخ‌های باکیفیت و درست دارد.

نحوه پاسخ الگوهای رفتاری به کشمکش

نحوه پاسخ الگوهای رفتاری به کشمکش به شرح زیر است:

الگوی رفتاری D کار خودش را می‌کند و راه خودش را می‌رود، الگوی رفتاری I اگر نتواند آرامش ایجاد کند به صورت شخصی حمله می‌کند، الگوی رفتاری S با انتظارات همسو می‌شود و الگوی رفتاری C تا جایی که امکان دارد از مواجهه شدن و کشمکش‌ها اجتناب می‌کند.

سبک‌های رفتاری بر شیوه اداره کردن امور مالی افراد تاثیر می‌گذارد. امور مالی شامل توجه به جزئیات می‌باشد. الگوی رفتاری D بودجه را به سرعت مرور می‌کند اما وارد جزئیات نمی‌شود. بودجه را یک‌برآورد غیردقیق تصور می‌کند که بایستی به اهداف و برنامه‌ها کمک کند. الگوی رفتاری I در توجیه آن مشکل دارد چون آن را بیش از حد نظری می‌داند و نه چیزی که بتوان با احساسات تجربه کرد یا به لحاظ احساسی ارزش‌گذاری کرد. الگوی رفتاری S به دلایل ایمنی، کمتر از بودجه خرج می‌کند و وقتی باید تصمیم‌های دشواری را اتخاذ کند استرس زیادی در ارزش‌گذاری مسایل مردم در برابر محدودیت‌های مالی دارد. الگوی رفتاری C در محدوده بودجه باقی می‌ماند اما در یک حوزه صرفه‌جویی می‌کند تا کیفیت حوزه دیگری را بالا ببرد. اهداف و برنامه‌ها بایستی به بودجه بندی دقیق ختم شوند.

رابطه‌ای بین جنسیت و ویژگی‌های D، I، S و C وجود ندارد. شاید تصور عموم این باشد که مردان بیشتر دارای الگوی رفتاری D هستند و زنان دارای الگوی رفتاری D وجود ندارد. در هر چهار گروه از هر دو جنس وجود دارد و DISC ارتباطی به جنسیت ندارد. محیط و فرهنگ جامعه در ایجاد تیپ‌های رفتاری دخیل هستند و شرایط محیطی باعث می‌شود که افراد به سمت هر کدام از تیپ‌هایی که جامعه آن را مطلوب می‌داند سوق پیدا کنند.

تحقیقات نشان می‌دهد که هر چند افراد با سبک پایه یا طبیعی خود عجین هستند و این الگوی رفتاری در طول زندگی همراه آنها است ولی محیط بر روی الگوی رفتاری آنها تاثیر می‌گذارد. زمانی که افراد بر روی متعادل کردن رفتار خود کار می‌کنند، در ویژگی‌های خود بالغ می‌شوند یعنی توان درک رفتار دیگران و تطبیق با محیط را یاد می‌گیرند. برای مثال فرض کنید یک فرد دارای الگوی رفتاری I که علاقه زیادی به ارتباط و گفتگو دارد و کاملاً برون‌گرا می‌باشد، اگر به زندان انفرادی منتقل شود و بمدت یک ماه با هیچ فردی در تماس نباشد، بعد از این مدت این فرد ویژگی‌های رفتاری I خود را تعدیل می‌نماید و کمتر صحبت می‌کند و توان بودن در تنهایی را پیدا می‌کند و درون‌گرا می‌شود.

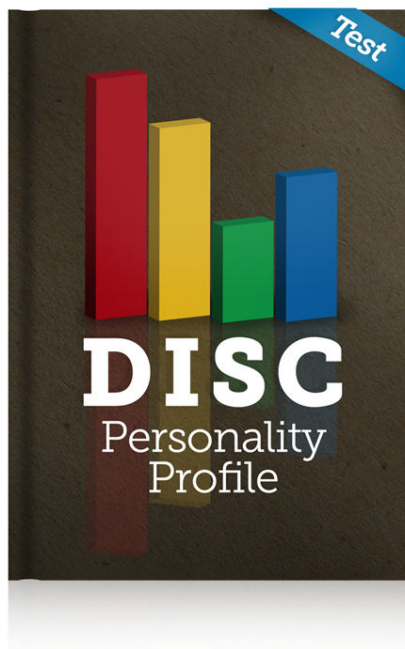
ویژگی‌های رفتاری در افراد مختلف متفاوت است. بدلیل تفاوت ویژگی‌های رفتاری افراد، ما در خانواده، اجتماع و سازمان‌ها شاهد تعارض و اختلاف نظر می‌باشیم، بدلیل عدم شناخت افراد از علوم رفتاری و نحوه تعامل و ارتباط با یکدیگر ایشان در محیط‌های کاری و اجتماع دچار مساله می‌شوند. تمامی تلاش DISC شناخت افراد از ویژگی‌های رفتاری خود و دیگران می‌باشد. یکی از مباحث اصلی در بحث DISC ایجاد درگاه ارتباطی می‌باشد، هر فرد با توجه به ویژگی‌های توضیح داده شده دارای درگاه ارتباطی خاص خودش می‌باشد.

(doorway of communication). تا زمانی که مدیران با علم ارتباطات و شناخت درگاه ارتباطی کارکنان خود آشنا نباشند نمی‌توانند با آنها ارتباط برقرار کنند، DISC با تحلیل رفتار کارکنان به مدیران می‌گوید که ویژگی‌های رفتاری کارکنان آنها چیست، نقاط قوت و ضعف آنها را بیان می‌کند و علاقه و توانمندی‌ها و فعالیت‌هایی که آنها به نحو مطلوبی می‌توانند انجام دهند را مشخص می‌کند، از طریق مدل DISC می‌توان فهمید که کارکنان در چه محیط‌هایی احساس رضایت خواهند کرد و انرژی می‌گیرند و در چه محیط‌هایی انرژی از دست می‌دهند و چه نوع سبک مدیریتی را دوست دارند.

مدیران باید تلاش کنند تا با مواجهه با افراد دیگر مدل رفتاری ایشان را بشناسند و مطابق مدل رفتاری ایشان عمل کنند تا بتوانند بهره‌وری فرد را افزایش دهند و به طبع آن بهره‌وری سازمان را افزایش دهند، در چنین مواقعی مدیران تلاش می‌کنند مطابق مدل رفتاری کارمندان خود عمل کنند، و این تغییر مدل رفتاری باعث می‌شود که انرژی زیادی صرف کنند ولی بدلیل قبول این مسولیت خطیر می‌بایست قدرت تطبیق خود را افزایش دهند. وقتی کار و فعالیتی مطابق مدل رفتاری افراد به آنها واگذار شود از آن کار لذت می‌برند و انرژی زیادی از آنها گرفته نمی‌شود. برای مثال گروه‌های شخصیتی D علاقه‌مند به کارهای زودبازده و عملی دارند، برای آنها نتیجه و خروجی مهم است، آنها مدیران عملیاتی خوبی می‌شوند.

شرکت در دوره‌های آموزشی مدل DISC برای مدیران و کارکنان برای اینکه توان ارتباطی خود را توسعه دهند، سودمند می‌باشد. دوره‌ها در قالب دوره‌های کار تیمی، ارتباطات، فروش و غیره، اهداف رفتاری ذیل را پوشش می‌دهند: فراگیر می‌بایست بعد از این دوره مدل رفتاری خویش را شناخته و توضیح دهد، فراگیر می‌بایست بعد از این دوره مدل رفتاری دیگران را شناخته و توضیح دهد، فراگیر می‌بایست بعد از این دوره بتواند مدل رفتاری خود را با دیگران تطبیق دهد، و فراگیر می‌بایست بعد از این دوره، ارتباط موثر برقرار نماید.

ابزار DISC



ابزار DISC برای کمک به مردم جهت درک بهتر خود و دیگران و بر مبنای خود ارزیابی طراحی شده است. این مدل برای رفتار فردی مفید است و به افراد کمک می‌کند تا به کشف نقاط ضعف (قابل بهبود) و قوت خود در کمترین زمان پی ببرند و در راستای بهبود آن برنامه ریزی کنند. ابزارهای بسیار زیادی در دنیا برای ارزیابی شخصیت وجود دارد، اما مدل DISC با هدف تشخیص الگوی رفتاری فرد، یکی از قدیمی‌ترین، بهترین، شناخته شده‌ترین و محبوب‌ترین در دنیا می‌باشد. مدل DISC به عنوان ابزار دستیابی به اهداف توسعه رهبری، آموزش ارتباطات، تشکیل تیم‌های کاری، فروش موثر، استخدام، خدمات پس از فروش، مربیگری و مدیریت شناخته شده است.

ابزار مدیریتی DISC راهکاری مناسب برای بهبود عملکرد سازمان در جهت جذب، حفظ و نگهداری نیروهای کارآمد و توسعه رهبری در سازمان می‌باشد. این ابزار به مدیران سازمان کمک می‌نماید تا بتوانند رفتار خود و سایر افراد را در مدت زمانی بسیار کوتاه شناسایی نموده و ارتباطات درون سازمانی بین کارمندان و مدیران را بهبود بخشند. ابزار DISC گزارش‌هایی را ارائه می‌نماید که نه تنها رفتارهای منحصر به فرد شخص را شناسایی می‌نماید، بلکه وی را در تغییر رفتارهای خود در شرایط مختلف به گونه‌ای راهنمایی می‌کند که در ارتباط با دیگران به موفقیت بیشتری نایل گردد.

ابزار DISC از طریق یک پرسشنامه 30 سوالی، مدل رفتاری افراد را مشخص می‌کند. پرسشنامه‌ها متفاوت می‌باشد و از 24 تا 30 سوال متغیر است (ابزار DISC، ابزاری است جهانی و عمومی و رفتار افراد را بدون در نظر گرفتن سن، جنسیت، کشور، فرهنگ، صنعت، سازمان و جایگاه شغلی توصیف می‌کند).

نمونه‌ای از گزارش آزمون دیسک کلینیک کسب و کار ایرانیان به آدرس سایت www.itbc.ir در سایت آورده شده است که در صورت تمایل به استفاده از این آزمون و گزارش به صورت اینترنتی و آن لاین قابل خرید و بهره‌برداری می‌باشد.

شناخت دقیق الگوی رفتاری افراد علاوه بر آزمون DISC با مشاهده رفتار و حرکات زبان بدن و صحبت‌های آنها تکمیل می‌شود.

پس از اجرای آزمون DISC و مشخص شدن سبک غالب رفتاری، کلیه خصوصیات و تمایلات رفتاری در قالب گزارش‌های متنوع و با جزئیات کامل در اختیار فرد قرار می‌گیرد. DISC به عنوان یک ابزار مناسب و علمی در حوزه شناخت رفتار، در دنیا با استقبال ویژه‌ای مواجه شده است و با ارائه یک دسته‌بندی مناسب و قدرتمند به افراد

کمک کند تا خود را بیشتر بشناسند، به نقاط قوت و قابل بهبود خود آگاه شوند، تفاوت های فردی خود را با دیگران بشناسند، بتوانند خود را با دیگران تطبیق دهند، و به یک ارتباط برد - برد دست پیدا کنند.

روایی و پایایی ابزار DISC

ابزار DISC دارای روایی و پایایی جهانی است. صحت این سیستم در پژوهش‌های متعددی که توسط شش موسسه تحقیقاتی معتبر انجام شده، در سطح گسترده مورد تایید قرار گرفته است. به عنوان نمونه پژوهش‌های انجام شده در سال 2006 بر روی جامعه آماری ۷۵۳۱۷ مورد در دنیا توسط پروفیسور پیتز کلاسن تاییدیه صلاحیت دریافت نموده است. بر همین اساس در بیش از 60 کشور دنیا مورد استفاده می باشد و بزرگترین صنایع دنیا آن را انتخاب کرده اند که این امر سندی بر کاربردی بودن، جامعیت و اعتبار جهانی این ابزارها می باشد.

شرکت های مشهوری در آمریکا و دیگر کشورها پرسشنامه های DISC را تهیه و از طریق اینترنت ثبت نام و ارائه می نمایند، در ایران نیز این شرکت ها دارای نمایندگی هایی می باشند که به زبان فارسی این پرسش نامه و تحلیل آن موجود می باشد .

محصول مدیریتی DISC جهت مشخص نمودن و تعیین مدل های رفتاری افراد می باشد و به بهترین وجه می تواند جهت افزایش بهره‌وری منابع انسانی یعنی ارزشمندترین سرمایه سازمان‌ها، مورد استفاده قرار گیرد. مدیران و کارمندان سازمان‌ها، کارآفرینان و سایر اشخاص، حتی در زندگی روزمره. می توانند از محصول مدیریتی DISC استفاده کنند. ابزار DISC با استفاده از پرسشنامه‌های تحت وب و طی تحلیل‌های کاملی در گزارش خود، در جذب، ارزشیابی، حفظ و نگهداری نیروهای کارآمد، توسعه رهبری، برنامه‌ریزی در حوزه مدیریت ساختار و رفتارهای سازمانی، کمک بسزایی به مدیران و کارمندان سازمان‌ها می کند.

این ابزار مدیریتی، آنلاین و تحت وب می‌باشد و برای استفاده از پرسشنامه‌ها، تحلیل و ارزیابی‌های آن، نیاز به خرید هیچگونه نرم‌افزار یا سخت‌افزار جدیدی نیست. تنها با ارسال درخواست خرید فردی یا گروهی به شرکت، لینک و رمز مربوطه را می‌توان از طریق پست الکترونیکی دریافت نمود. برای انجام آزمون DISC و شناخت مدل رفتاری خود و تهیه گزارش مفصل و ارزشمند آن می‌توان در اینترنت جستجو نمود و از شرکت‌هایی که این گزارش‌ها را ارائه می‌نمایند استفاده کرد. همچنین سایت‌های مختلفی در خصوص اعتبار و روایی ابزار DISC مقالات و مستندات ارائه نموده‌اند.

کاربرد ابزار DISC DISC Personal Profile System Dimensions of Behavior

مدل DISC (Personal Profile System DISC) برای کمک به افراد جهت موارد زیر طراحی شده است:

- شناسایی و درک ابعاد رفتار خود از طریق DISC
- یادگیری اینکه رفتار آنها چگونه بر موثر بودنشان تاثیر می‌گذارد.
- کشف نقاط قوت رفتاری آنها
- تفاوت‌های ارزشی دیگران
- کشف راه‌هایی برای انطباق رفتارشان برای پاسخگویی به نیازهای موقعیتی
- افزایش عملکرد و کارکرد فردی
- ایجاد تمایل به پذیرش دیگران و انطباق با نیازهای آنها
- کاهش تضاد و استرس و تنش
- بهبود مهارت‌های ارتباطی

موارد استفاده و کاربرد ابزار DISC در زمینه‌های ذیل می‌باشد:

- بررسی خصوصیات و ویژگی‌های عمومی فرد و شناخت نقاط قوت و قابل بهبود ایشان
- نحوه ارتباط با فرد و افزایش قدرت تطبیق با مدل رفتاری مخاطب
- نحوه ایجاد انگیزش در افراد و کمک به رشد آنها

- تبیین مدل‌های علمی و کاربردی ارتباط مؤثر با دیگران به منظور حل و فصل تنش‌های سازمان و افزایش میزان کارآیی افراد
- مدیریت بهتر افراد جهت تاثیر گذاری بیشتر بر آنها و افزایش بهره‌وری فرد و سازمان
- تجزیه و تحلیل شغلی افراد به منظور نیازسنجی و برنامه ریزی آموزشی
- کمک در شناسایی استعدادها برای جانشین پروری، ارتقاء و غیره
- سنجش و گزینش افراد در زمان جذب، آموزش و توسعه منابع انسانی، پاداش و جبران خدمت و غیره
- افزایش مهارت‌های ارتباطی کارکنان فروش و رشد میزان فروش آنها
- مدیریت بهتر تیم‌های کاری با شناخت بهتر ویژگی‌های رفتاری افراد و توانمندی‌های آنها
- توسعه حرفه‌ای
- توسعه رهبری
- استخدام
- تعیین معیار شغلی
- راهنمایی شغلی
- مدیریت تعارض در محیط کار
- خرید و فروش
- خدمات به مشتریان
- طراحی، تشکیل و ایجاد تیم‌های کاری موفق
- افزایش عملکرد تیم‌های کاری
- توسعه سازمانی
- افزایش بهره‌وری کارکنان
- آموزش کارکنان
- آموزش مهارت‌های کلیدی مدیریت و رهبری سازمانی
- آموزش مربی‌گری
- بهبود کیفیت محیط کار
- کاهش استرس در محیط کار
- ارتباطات اثربخش سازمانی
- سایر مقاصد فردی و سازمانی دیگر

موارد استفاده DISC در سازمان‌ها

موارد استفاده DISC در سازمان‌ها به شرح زیر هستند:

- بهبود کار تیمی
- استخدام افراد جدید در سازمان
- حل و فصل تنش‌های درون سازمانی
- افزایش میزان کارآیی افراد
- تدوین راهبرد مناسب برای حفظ و نگهداری افراد کلیدی سازمان
- توسعه رهبری
- افزایش فروش
- بهبود ارتباطات بین فردی
- بهبود روابط خانوادگی

گزارش حاصله از ابزار DISC شامل بخش‌های زیر

می‌باشد:

- خصوصیات و ویژگی‌های عمومی فرد
- ارزش‌های فرد برای سازمان
- بایدها و نبایدها در ارتباط با فرد
- راهکارهایی برای ارتباط مؤثر با دیگران
- محیط کاری ایده‌آل برای فرد
- مدل‌های رفتاری طبیعی و تطبیق یافته فرد
- نکات کلیدی انگیزشی
- نکات کلیدی مدیریتی
- زمینه‌های مناسب برای رشد

کاربرد شناخت الگوهای رفتاری با رویکرد DISC در فروش یا رفتارشناسی مشتری



از کاربردهای مفید ابزار DISC شناخت الگوی رفتاری مشتریان و نحوه رفتار با ایشان می‌باشد. آگاهی از الگوی رفتاری خود و مشتریان و بررسی و تحلیل رفتار فروش ما می‌تواند موضوعی جذاب باشد و کارکردن را لذت بخش نماید.

مشتریان دارای الگوهای رفتاری D و I حرکات تند و سریع 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 الگوی رفتاری D زبان بدن مقتدرانه و قوی‌تری از افراد الگوی رفتاری I دارند، کمتر حرف می‌زنند و همه چیز را بدقت بررسی می‌کنند، بدون تعارف و رک اظهار نظر می‌کنند، افراد دارای الگوی رفتاری I زبان بدن صمیمی‌تری دارند، با فروشنده 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 و رفتار دوستانه و صمیمی آنها بارز می‌باشد.

مشتریان دارای الگوهای رفتاری S و C، حرکات با آرامش و کند دارند، با دقت به صحبت‌های فروشنده گوش می‌دهند و کمتر صحبت می‌کنند، همه چیز را با دقت می‌بینند و به جزئیات محصول علاقه‌مندند، زبان بدن مشتری دارای الگوی رفتاری C خشک و رسمی است، لباس‌های آنها مرتب و اتو کشیده است، نظم در رفتار و صحبت‌های شان مشهود است، کمتر می‌خندند و شاید لبخندی به لب داشته باشند، خیلی جدی و کمی هم مشکوک و مردد به نظر می‌رسند.

زبان بدن مشتری دارای الگوی رفتاری S آرام و متین است، از حرکات های تند و سریع یا صحبت تند و سریع خوشش نمی‌آید و در رفتار وی مشاهده نمی‌شود، صمیمی به نظر می‌رسد، در زمان دست دادن با فروشنده تواضع و آرامش را در رفتار وی می‌توان مشاهده کرد، و حتما لبخند زیبایی بر لب دارد، خیلی رک و صریح نظر نمی‌دهد و رفتارهای دوستانه‌ای دارد.

روش فروش حضوری و رفتار با مشتری دارای الگوی رفتاری D به شرح زیر است: مشتری الگوی رفتاری D تصمیم به خرید دارد و زیاد اهل گشتن و پرس و جو نیست، زمان برای آنها بسیار اهمیت دارد و کافی است اعتماد آنها به فروشنده جلب شود، اعتماد به نفس بالایی دارند و سریع و پرریسک خرید می‌کنند، البته خریدهای آنها 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 الگوی رفتاری D فروشنده نباید کارهای زیر را انجام دهد:

نیاز به رفتن به سمت آنها و دست دادن نیست مگر اینکه خودش با فروشنده دست دهد، با احوالپرسی و حاشیه رفتن وقت آنها را نباید گرفت، نیاز به توضیح جزئیات محصول نیست و فقط اگر سوال کردند باید به جزئیات پرداخت. فروشنده نباید زیاد حرف بزند و بعد از توضیحات کلی در مورد محصول یا خدمات، منتظر بازخورد مشتری باشد،

در زمان صحبت آنها، صحبتشان را نباید قطع کند، فروشنده به هیچ عنوان نباید قصد فریب و ارائه مطالب غیر واقعی را داشته باشد، از اظهار نظرهای رک و صریح و یا صحبت‌های مغرورانه مشتری D نباید ناراحت شود، اگر فرد D محصول یا خدمات را نقد کرد باید از وی تشکر کنیم و سعی نماییم پاسخ‌های علمی و دقیق به نقد وی بدهیم، فروشنده نباید احساسی شود و سعی کند از طریق احساس مشتری را متمایل به خرید کند.

در زمان فروش و ارتباط با مشتری الگوی رفتاری D، فروشنده باید کارهای زیر را انجام دهد:

سعی کند زبان بدنش را مطابق زبان بدن مشتری کند (البته این موضوع برای تمامی تیپ‌ها صادق است) فاصله خود را با وی حفظ کند (زیاد صمیمی و خودمانی نشوید)، سریع به اصل مطلب برود، کاتالوگ‌های مختصر همراه با تصویر و توضیحات کلی را به او بدهد، مشتری برای خرید آمده است پس ارزش وقت گذاشتن و صبور بودن را دارد، با احترام با ایشان برخورد کند از صحبت‌های مشتری نیازهای وی را متوجه شود و از کلماتی مانند سود، کارایی، نتایج، موفقیت، انتخاب و سریع، فواید و کاربردها، استفاده کند، بگذارد خود مشتری تصمیم‌گیری کند و اصرار بی‌مورد در انتخاب وی نداشته باشد.

روش فروش حضوری و رفتار با مشتری دارای الگوی رفتاری I به شرح زیر است:

مشتری الگوی رفتاری I مشابه مشتری D سریع خرید می‌کنند، البته عجله‌ای برای خرید ندارد و مایل است با فروشنده گپ و گفتگو داشته باشد، زمان برای وی اهمیتی ندارد و فروشنده اگر حوصله صحبت‌ها و پرسش‌های آنها را نداشته باشد و از کوره در برود آنها را از دست خواهد داد. خریدهای آنها احساسی است و اگر از چیزی خوششان بیاید می‌خرند در قید و بند قیمت و نکات ریز فنی محصول و خدمات فروشنده نیستند.

در زمان فروش و ارتباط با مشتری الگوی رفتاری I فروشنده نباید کارهای زیر را انجام دهد:

فروشنده رفتار خشک و رسمی نداشته باشد، بدون خنده و انرژی مثبت به سمت آنها نرود، مستقیم به سراغ توضیحات فنی محصول یا خدمات خود نرود، توضیحات ریز با جزئیات زیاد ندهد، آنها نیز مشابه افراد الگوی رفتاری D علاقه‌ای به جزئیات محصول یا خدمات فروشنده ندارند مگر از وی سوال کنند، منفی نباشد و گله و شکایت نکند.

در زمان فروش و ارتباط با مشتری الگوی رفتاری I فروشنده باید کارهای زیر را انجام دهد:

به سلام گرم ایشان پاسخ مثبت دهد، گرم و صمیمی به آنها دست بدهد، خنده را فراموش نکند، زبان بدنش باز و خیلی صمیمی باشد، قبل از توضیحات فنی ارتباطات صمیمی و دوستانه برقرار کند و اظهار ارادت نماید، اگر مشتری قدیمی وی است احوالپرسی از خانواده فراموش نشود با اسم کوچک خود را معرفی کند و با اسم کوچک صدایش کند، نیاز به استفاده از القاب نیست، اجازه دهد مشتری صحبت کند و فروشنده گوش کند و نیازش را متوجه شود، ارزش و اختیار اجتماعی آنها را متذکر شود، کارت ویزیت خود را برای ارتباطات بعدی به او بدهد، کاتالوگ‌های مختصر ولی زیبا و رنگارنگ به او بدهد، به راحتی می‌تواند با راهنمایی مناسب آنها را متقاعد کند که کالای جایگزین را انتخاب نمایند. از کلماتی مانند مهیج، خلاقانه، من احساس می‌کنم، من شما را پشتیبانی می‌کنم، تفریح، لذت و زیبا استفاده کند. افراد با الگوی رفتاری I عاشق دیده شدن و شناخته شدن هستند از این نکته در فروش خود استفاده کند.

روش فروش حضوری و رفتار با مشتری دارای الگوی رفتاری S به شرح زیر است:

مشتری دارای الگوی رفتاری S رفتاری دوستانه و آرام دارد، منظم و صبور است، عجله‌ای برای خرید ندارد، نیاز به کمک در تصمیم‌گیری دارد، احتمالاً این فروشگاه چندمین فروشگاه مورد بازدید وی است، علاقه مند به جزئیات است و تا اطمینان به کالا و خدمات فروشنده نداشته باشد خرید نخواهد کرد.

در زمان فروش و ارتباط با مشتری الگوی رفتاری S فروشنده نیابد کارهای زیر را انجام دهد:

رفتارهای تند و سریع و صحبت‌های رک و بی‌پرده، تحت فشار قرار دادن او برای تصمیم‌گیری، صدای بیش از حد بلند، حرکت‌های زیاد دست و زبان بدن هیجانی، رفتار خشک و جدی.

در زمان فروش و ارتباط با مشتری الگوی رفتاری S فروشنده یابد کارهای زیر را انجام دهد:

فروشنده باید اجتماعی و خونگرم باشد، اعتماد وی را به خود جلب نماید، احساسات وی را دست‌کم نگیرد، محیطی امن و مطمئن برای وی مهیا نماید، به سؤالات زیاد و جزئی آنها پاسخ دهد، احتمالاً قبل از ورود به این فروشگاه اطلاعاتی در خصوص محصول و خدمات فروشگاه کسب نموده‌اند، در مورد استاندارد بودن محصول و خدمات خود توضیح دهید، از حمایت و گارانتی محصول و خدمات آنها را مطمئن کند، به آنها اجازه دهد در تنهایی فکر کنند و هیچ عجله‌ای برای تصمیم‌گیری آنها نداشته باشد، اگر از فروشگاه بدون خرید خارج شدند نگران نباشد اگر ضمانت‌های لازم را به ایشان داده باشد باز خواهند گشت، اگر از فروشنده خرید کنند جزء مشتری‌های دائمی خواهند شد و مدتی طولانی به فروشنده وفادار می‌مانند. اگر فروشنده تغییراتی در فرایند فروش خود داده است به آنها خبر دهد و آنها را قبل از تغییرات آگاه کند. از کلماتی مانند من شما را حمایت می‌کنم، ضمانت، دوستار محیط زیست، من احساس می‌کنم، در مورد آن فکر کنید، به من کمک کنید، استفاده کنید. آنها به عدالت و برابری انسان‌ها معتقد هستند و عاشق طبیعت و مخلوقات خداوند می‌باشند.

روش فروش حضوری و رفتار با مشتری دارای الگوی رفتاری C به شرح زیر است:

مشتری دارای الگوی رفتاری C رفتاری مودبانه و خیلی رسمی دارد، چهره‌ای خشک و جدی دارد و تمایلی به خنده و احوالپرسی شما ندارد، خیلی مراقب رفتار خود باشید، مشابه ایشان مودب و ساکت باشید، بسیار جزئی‌نگر و دارای اطلاعات کامل از محصول و خدمات فروشنده است (قبل از ورود به بازار اطلاعات کاملی از محصول و

خدمات بدست آورده است)، نسبت به هزینه حساس است و سعی دارد بهترین گزینه را با کمترین هزینه تهیه نماید، کاملاً منطقی خرید خواهد کرد. تصمیم‌گیری خرید وی کند است و وقتی می‌خواهد برای اولین بار خرید کند اطلاعات کلی از محصول یا خدمات فروشنده را بررسی می‌کند و سپس در مورد جزئیات آن از وی سؤال می‌کند. فروشنده انتظار داشته باشد که مشتری تا اندازه‌ای مشکوک باشد.

در زمان فروش و ارتباط با مشتری الگوی رفتاری C فروشنده نباید کارهای زیر را انجام دهد:

زبان بدن خود را کنترل کند و از حرکت‌های تند و سریع پرهیزد، زیاد خودمانی نشود و کاری به خانواده و مسائل شخصی وی نداشته باشد. تا از فروشنده سؤال نکرده صحبت نکند، عجله‌ای برای خرید کردن وی نداشته باشد، از ارائه اطلاعات غیر واقع پرهیزد، از کلی‌گویی و حرف‌های غیر منطقی و احساسی پرهیز کند. صحبت آنها را قطع نکند، و وقت آنها را تلف نکند.

در زمان فروش و ارتباط با مشتری الگوی رفتاری C فروشنده باید کارهای زیر را انجام دهد:

اطلاعات فنی و ریز محصول و خدمات خود را با اعداد و ارقام و گراف توضیح دهد، کاتالوگ‌های فنی با جزئیات زیاد تهیه نماید و به آنها بدهد، صبور باشد، از به چالش کشیدن دانش فنی خودش توسط مشتری ناراحت نشود و اگر مشتری اشتباه می‌کند با مستندات و مرجع با آنها صحبت کند، فرایند فروش و جریان کار را به آنها توضیح دهد، اطلاعات دقیق و شفاف به آنها بدهد، سابقه و پیشینه خود را برای اطمینان دادن به آنها بدهد، در مورد گواهینامه‌ها، جوایز و موفقیت‌های خود مدرک به آنها ارائه دهد، از کلماتی مانند حقیقت این است، کیفیت، تجزیه و تحلیل، آمار، و واقعیت استفاده نماید. آنها می‌خواهند چرایی هر کاری را بدانند پس چرایی پیشنهاد خرید محصول و خدمات خود را به آنها بگوید.

الگوهای رفتاری بر اساس مدل DISC و سبک تدریس و یادگیری در آموزش‌های سازمانی



نحوه تدریس افراد دارای الگوی رفتاری D

- افراد دارای الگوی رفتاری D دوست دارند که برای متقاعد کردن دیگران، تحقیقات را به چالش بکشند.
- آنها تمایل دارند که بسیار موثر و قوی باشند.
- انضباط دهندگان قدرتمندی هستند.
- آنها که اغلب اقتدارگرا هستند لازم است بینش‌هایشان اندکی ملایم‌تر باشند.
- آنها بایستی وقف کردن خود به تدریس را با مردم‌گرایی بیشتر تعدیل کنند.

ویژگی‌های مدرسین دارای الگوی رفتاری D

- افرادی فعال و تکلیف‌گرا هستند.
- آنها با خود و دیگران، رو راست هستند.

- آنها اغلب اگر باور کنند که تصمیمی غیرعقلانه است آشکارا دیگران را به چالش می‌کشند.
- لازم است آنها با محبت تر و مهربان تر باشند.
- تصمیم‌گیری آنها اغلب دقیق است.
- آنها تمایل دارند بیشتر مقابله کنند، نه این که منتظر بمانند که افراد با آن‌ها رو به رو شوند.
- وقتی مردم پاسخ‌های صادقانه و سراسر می‌خواهند آنها مشاوران بزرگی هستند.

حوزه‌های رشد مدرسین دارای الگوی رفتاری D

مدرسین دارای الگوی رفتاری D باید شرایط زیر را داشته باشد:

- بکوشد تا یک شنونده فعال باشد.
- به نظریات دیگر اعضای تیم توجه کند تا زمانی که همه به یک همراهی برسند.
- کمتر کنترل‌کننده و سلطه‌جو باشد.
- برای احساسات، عقاید و خواسته‌های دیگران ارزش بیشتری قایل باشد.
- برای روابط فردی انرژی بیشتری صرف کند.
- پشتیبانی خود از دیگر اعضای تیم را نشان بدهد.
- برای توضیح چراها، گفته‌ها و پیشنهادات خود وقت صرف کند.
- دوستانه تر و سهل‌الوصول تر باشد.

سبک‌های یادگیری افراد دارای الگوی رفتاری D

یادگیرنده حرکتی

یادگیرنده حرکتی دوست دارد که احساس کند تحت کنترل یادگیری است. ارائه قوی و احساسی و نه حساس و غیرعقلانه را دوست دارند. به قدرتی که او را وادار سازد شخصا با یادگیری رابطه برقرار کند بهترین پاسخ را می‌دهد.

یادگیرنده دیداری

یادگیرنده دیداری می‌خواهد پیشرفت و نتایج را ببیند. به دیدنی‌های عملی بهترین پاسخ را می‌دهد. درس‌هایی که تحرک داشته یا نشان داده شوند را بهتر از درس‌های کتبی یا شفاهی یاد می‌گیرد. یادگیری گروهی متواتر با مثال را دوست دارد.

یادگیرنده شنیداری

یادگیرنده شنیداری به چالش‌ها و ارتباطات بی‌پرده بهتر گوش می‌دهد. می‌خواهد حقایق پایه و خلاصه شده را گوش دهد. دوست ندارد به داستان‌های طولانی اقتباسی گوش دهد. به نکات جدی بهترین پاسخ را می‌دهد. وقتی دروس مستقیم و مطالبه‌کننده باشند بیشترین توجه را دارد.

نحوه تدریس افراد دارای الگوی رفتاری I

- افرادی الهام‌بخش و با استعداد تدریس کردن می‌باشند.
- آنها بهترین داستان‌ها را می‌گویند و از مثال‌های روشنی استفاده می‌کنند.
- مهارت‌های کلامی آنها، مطالعات مجذوب‌کننده‌ای ایجاد می‌کند اما آن‌ها تمایل دارند کلاس‌های طولانی داشته باشند.
- مدرسین دارای الگوی رفتاری I لازم است، بیشتر برای زمان وظیفه‌شناس شوند.
- آنها همچنین برای فهم یک نکته، متن را طولانی‌تر می‌کنند.
- آنها که نگران این هستند که دیگران در مورد آن‌ها چه فکر می‌کنند، اغلب برداشت‌های خوبی از خود به جای می‌گذارند.
- به علت توانایی شگرفی که برای برقراری ارتباط دارند، آن‌ها به خود می‌بالند. مدرسین دارای الگوی رفتاری I در میان جذاب‌ترین مربیان هستند.

ویژگی‌های مدرسین دارای الگوی رفتاری I

- آنها برای در میان گذاشتن بینش‌ها و نگرانی‌های‌شان در مورد درست و نادرست هیجان زده می‌شوند.
- آنها بسیار بیانگر بوده، بسیار صحبت می‌کنند و اغلب قضاوت بسیار خوبی را نشان می‌دهند.
- آنها لازم است از مهارت‌های کلامی خود محافظت کنند و بیاموزند که بیشتر گوش دهند.
- آنها وقتی موضوعی را به اشتراک می‌گذارند، عملکردشان اغلب شگفت‌آور می‌شود.

حوزه‌های رشد مدرسین دارای الگوی رفتاری I

مدرس دارای الگوی رفتاری I باید شرایط زیر را داشته باشد:

- قبل از اتخاذ تصمیم، مزایا و معایب آن را ارزیابی کند، کمتر تکانشی باشد.
- بیشتر نتیجه‌گرا باشد.
- کنترل بر اعمال، کلمات و احساسات خود داشته باشد.
- بیشتر بر جزئیات و حقایق تمرکز کند.
- به خاطر داشته باشد که سرعت خود را به خاطر دیگر اعضای تیم کندتر کند.
- کمتر صحبت کند، بیشتر گوش کند.
- نظریات دیگر اعضای تیم را در نظر بگیرد و ارزیابی کند.
- بر انجام کامل تکالیف تمرکز کند.

سبک‌های یادگیری افراد دارای الگوی رفتاری I

یادگیرنده حرکتی

یادگیرنده حرکتی می‌خواهد بخشی از درس را احساس کند. یک رابطه احساسی با ارائه دهنده و نکته درس را دوست دارند. در یک گروه که بتواند احساساتش را بیان کند، بیشترین یادگیری را دارد. ارتباطات صمیمی نیاز دارد.

یادگیرنده دیداری

یادگیرنده دیداری می‌خواهد درس را از طریق نمایش یا نقش بازی کردن ببیند. دوست دارد با برون‌ریزی یا تجسم درس، مشارکت کند. وقتی می‌تواند خود را در درس به تصویر بکشد بهتر یاد می‌گیرد. در جستجوی تصوراتی است که درس را توضیح می‌دهند.

یادگیرنده شنیداری

یادگیرنده شنیداری به ارتباطات مشتاقانه و هیجان‌انگیز بهتر پاسخ می‌دهد. دوست دارد عبارات و توضیحاتی که درس را زنده می‌سازد، بشنود. لازم است یادگیری تاثیرگذاری بشنود که خوش‌بینی را ترویج می‌کند. از طریق داستان‌های خنده‌دار، درس را بهتر می‌شنود.

نحوه تدریس افراد دارای الگوی رفتاری S

- افراد دارای الگوی رفتاری S با رویکرد تدریس، محققان منظمی هستند.
- آنها دوست دارند قدم به قدم به طور یکنواخت تدریس نمایند.
- تعلیم ساده اما بینش آفرین آن‌ها اغلب فاقد هیجان است.
- مدرسین دارای الگوی رفتاری S دوستان وفادار و باایمانی هستند.
- آنها باید بکوشند که بیشتر علاقه‌مند به نتایج باشند تا روابط و الهام.
- آنها که نگران هماهنگی و دقت هستند می‌توانند بیش از حد شیرین بوده و به‌کندی دلیل این که چرا چیزی درست است را بیان کنند. برای توضیحات کامل می‌توان روی معلمان دارای الگوی رفتاری S حساب کرد.

ویژگی‌های مدرسین دارای الگوی رفتاری S

- آنها در مورد اکثر چیزها سخت گیر و قوی نیستند اما بینش‌های منحصربه‌فردی در مورد درست و نادرست دارند.
- آنها اغلب به علت شیوه صادقانه و با ایمان برخورد با مشکلات، توسط دیگران مورد جستجو قرار می‌گیرند.
- آنها نسبت به اکثر مردم آرام‌تر هستند اما وقتی نظراتشان را در میان می‌گذارند مردم شگفت‌زده می‌شوند. آن‌ها فروتن هستند و لازم است بیشتر صحبت کنند.

حوزه‌های رشد مدرس دارای الگوی رفتاری S

- مدرس دارای الگوی رفتاری S باید دارای شرایط زیر باشد:
- بیشتر پذیرای تغییرات باشد.
- در تعاملات خود مستقیم‌تر باشد.
- بر اهداف کلی تیم و نه روندهای خاص تمرکز کند.
- به طور سودمندی مقابله کند.
- سرعت را برای رسیدن به اهداف افزایش بدهد.
- ابتکار بیشتری نشان بدهد.
- در بیان تفکرات، نظریات و احساسات کار کند.

سبکهای یادگیری افراد دارای الگوی رفتاری S

یادگیرنده حرکتی

- می‌خواهد وقتی یاد می‌گیرد احساس راحتی و امنیت داشته باشد.
- به یادگیری بدون هیجان یا چالش بهتر پاسخ می‌دهد.
- دوست دارد که همه به طور هماهنگ و با هم به عنوان یک خانواده یاد بگیرند.
- لازم است درس را به روش فردی و خصوصی احساس کند.

یادگیرنده دیداری

- می‌خواهد درس را از طریق زندگی ارائه دهند و واقعا تجربه کند.
- با تجسم کردن درس به صورت بخشی از یک گروه کوچک بهتر یاد می‌گیرد.
- محیط‌های دیداری یکنواخت و پایدار را دوست دارد.

یادگیرنده شنیداری

- به ارائه‌های شیرین و ملایم بهتر گوش می‌دهد.
- ارتباطات قوی و سریع را دوست ندارد.
- به کلمات پشتیبانی‌کننده و امنیت‌گرا بهتر پاسخ می‌دهد.
- دوست دارد درس‌ها را در گروه‌های کوچک بشنود.
- می‌خواهد کلماتی بشنود که درس را خوب، دلپسند و مورد توجه می‌سازد.

نحوه تدریس افراد دارای الگوی رفتاری C

- آنها محققان بزرگی هستند.
- آنها که مصمم به کشف عمق حقیقت می‌باشند می‌توانند به حد افراط درس دهند و بیش از حد به حقیقت متکی شوند.
- مردم مدرسین الگوی رفتاری C را شایسته اما خسته کننده می‌یابند.
- مدرسین دارای الگوی رفتاری C به عنوان متفکران انتقادی می‌توانند طعنه‌زنندگان خوبی باشند.
- مدرسین دارای الگوی رفتاری C وقتی حساس، هیجان‌زده و صبور باشند، مربیان بزرگی می‌شوند.

ویژگی‌های مدرسین دارای الگوی رفتاری C

- آنها تصمیم‌گیرندگان محتاط و کند که در نتیجه قضاوت خوبی دارند می‌باشند.
- آنها بسیار تحلیلی بوده و به درست و نادرست حساس می‌باشند.
- آنها چندان برون‌گرا یا بیانگر نیستند.
- آنها ترجیح می‌دهند که تحقیق کنند و برای کشف عمق، حقیقت را کنکاش کنند.
- آنها جزییات فراوانی از نظراتشان را با افرادی که از آن‌ها سوال کنند در میان می‌گذارند.

- آنها تمایلی ندارند که به صورت داوطلبانه نظر خود را بیان دارند و اغلب بی توجه به نظر می‌رسند.
- آنها باید اشتیاق و علاقه خود به افراد را افزایش دهند.

سبکهای یادگیری افراد دارای الگوی رفتاری C

یادگیرنده حرکتی

- می‌خواهد به این نتیجه برسد که درس شفاف و قابل درک است.
- وقتی با ابزارهای احساسی و عقلانی درس داده می‌شود بهتر یاد می‌گیرد.
- تعادل بین حقایق و احساسات را می‌خواهد.
- دوست دارد از طریق ارائه‌های خودمانی و در اینحال خردمندانه یاد بگیرد. لازم است احساس کند که درس منطقی است.

یادگیرنده دیداری

- می‌خواهد درس را ببیند نه این که فقط در مورد آن بشنود.
- تجسم حقایق را دوست دارد. وقتی درس‌های تحقیق شده ارائه می‌شوند، بهتر یاد می‌گیرد.
- لازم است تصاویر و نمودارهایی در درس وجود داشته باشد.

یادگیرنده شنیداری

- به کلمات شفاف و دقیق بهتر گوش می‌دهد.
- دوست دارد درس‌هایی را بشنود که چرا، چه، چه وقت و چه گونه را توضیح می‌دهند.
- می‌خواهد ارتباطات صحیح و شایسته را بشنود.
- علاقه‌ای به نمایش ندارد اما دوست دارد حقایق را بشنود. با توضیحات کامل بهتر یاد می‌گیرد.

حوزه‌های رشد مدرس دارای الگوی رفتاری C

مدرس دارای الگوی رفتاری C باید شرایط زیر را داشته باشد:

- بر انجام کارهای درست و نه فقط انجام درست کارها تمرکز کند.

- کمتر از ایده‌ها و روش‌های دیگران انتقاد کند.
- برای انجام اهداف تیم سریع‌تر پاسخ بدهد.
- برای ایجاد رابطه با دیگر اعضای تیم بکوشد.
- قاطع‌تر باشد.
- کمتر بر حقایق و بیشتر بر افراد تمرکز کند.
- همراه با دیگر اعضای تیم، ریسک کند.

الگوهای رفتاری مدل DISC و ازدواج

بر اساس مدل DISC الگوی رفتاری افراد، نحوه برنامه‌ریزی و نوع انتظارات افراد را از مراسم ازدواج آنها تعیین می‌کند.

الگوی رفتاری D مراسم ازدواج آرمان‌گرا دارد. عروس دارای الگوی رفتاری D دوستان و بستگان را بر اساس دیدگاهشان به زندگی لیست می‌کند. الگوی رفتاری D رک و قاطع می‌باشد. وقتی فردی با الگوی رفتاری D متاهل می‌شود، مراسم ازدواجش انعکاسی از طرز فکر او در زندگی روزمره‌اش خواهد بود. برنامه‌ریزی و انجام مراسم را با جرات و توان بسیار کنترل کرده و تصمیمات سریع و موثری خواهد گرفت، در ذات و طبیعت او چیزی به نام سردرگمی وجود ندارد، از اینرو پیشرفت کارها سرعت بالایی خواهد داشت. افراد الگوی رفتاری D، هنگام برنامه‌ریزی برای مراسم، با دیدی بسیار روشن و واضح از انتظاراتشان نسبت به چگونگی و کیفیت انجام کارها وارد صحنه شده و با تمام توان برای به ثمر رساندن رویای زندگیشان، از هیچ اقدامی فروگذار نخواهند نمود. افراد الگوی رفتاری D رقابت‌گرا هستند، به همین دلیل ممکن است جهت دستیابی به بهترین و آرمان‌گرا ترین شرایط در مراسم ازدواجشان، دست به هزینه‌تراشی و صرف مخارج خارج از بودجه بزنند، که دور ماندن از این شرایط مستلزم هوشیاری و آگاهی می‌باشد. افراد الگوی رفتاری D برای رسیدن به نتایج به قابلیت‌ها اعتماد می‌

کنند، بنابراین ضمن استخدام یک طراح و برنامه ریز، با موشکافی و ریز بینی در انجام کارها، به دنبال ایجاد بزرگترین و زیباترین خاطره زندگیشان هستند. آنها ریسک پذیرند و علاقمند به شکستن قوانین و به چالش کشیدن وضعیتی هستند که هیچ اعتقادی به آنها ندارند. مراسم ازدواج افراد الگوی رفتاری D اغلب شیک و مدرن و گرم و صمیمی می باشد. در صورتی که میهمانی و پذیرایی بر اساس برنامه پیش نرود، مدل الگوی رفتاری D شرایط را به سرعت سر و سامان داده و اوضاع را بهبود می بخشد. به هر حال استرس و هیجان این روز، گاهی اوقات باعث بروز خصلت سلطه جویانه و عصبانیت آنها می شود. عروس و داماد الگوی رفتاری D شرایط غیر منتظره و ناخوشایند را تحمل نکرده و زیر بار فشار زیاد، گاهی اوقات با عصبانیت در حد انفجار، با افرادی که باعث و بانی مشکلات شان هستند به نحو شدیدی برخورد و مقابله به مثل خواهند نمود.

الگوی رفتاری I مراسم ازدواج شاد و سرزنده دارد. برای عروس و داماد الگوی رفتاری I همه چیز در خدمت میهمانی و برای میهمانی است. الگوی رفتاری I شاد، خلاق و خوش مشرب می باشد. اگر شما به میهمانی الگوی رفتاری I دعوت شده اید، مطمئناً همه چیز پر انرژی و سرگرم کننده خواهد بود. برای الگوی رفتاری I خوش گذرانی و شاد بودن اولین اولویت (البته مسلماً بعد از بحث متاهل شدن) می باشد. پذیرایی مناسب، رقص و پایکوبی تا پاسی از شب، فضای سرشار از گرما و انرژی از عناصر مشترک مراسم ازدواج یک عروس و داماد الگوی رفتاری I می باشد. آنها مراسم ازدواجشان را در کنار خانواده و فامیل به همراه تعداد زیادی ساقدوش می خواهند و ترجیح میدهند مراسم ازدواجشان بیشتر یک میهمانی گرم و غیر رسمی باشد تا یک مراسم خشک و رسمی. عناصر غیر رسمی و غیر سنتی همچون چیدمان خلاقانه و تمامی کارها و فعالیت های صورت گرفته توسط خانواده و دوستان از ویژگی های اختصاصی مربوط به مراسم ازدواج الگوی رفتاری I می باشد. عروس و داماد الگوی رفتاری I دور از صحنه برنامه ریزی بوده و گرایشی به فکر کردن راجع به جزئیات نداشته و پشت صحنه را ترجیح میدهند. در واقع

یک الگوی رفتاری I از برنامه ریزی همراه با دقت نظر در جزئیات خوشش نمی‌آید، به همین دلیل علاقمند به رفتن به شهر دیگر همراه دوستان و خانواده است تا از میزبانی یک مراسم روتین همراه با برنامه ریزی قبلی فرار نماید. گفته می‌شود افراد الگوی رفتاری I عاشق شناخته شدن و در مرکز توجه دیگران قرار گرفتن هستند. عروس الگوی رفتاری I نوعاً لباسی با خیره‌کنندگی بسیار انتخاب خواهد کرد که مسلماً او را در مرکز توجه قرار خواهد داد. (لباسی با درخشندگی فراوان، برش‌های کوتاه و رنگ غیر معمول).

الگوی رفتاری S مراسم ازدواج سنتی دارد. مهم‌ترین چیز برای الگوی رفتاری S سنت و خانواده می‌باشد. الگوی رفتاری S صبور و آرام می‌باشد، کسی که از تغییرات آنی متنفر بوده و خواهان استمرار شرایط فعلی می‌باشد. برای الگوی رفتاری S پایبندی به رسوم و سنن یک اصل می‌باشد. مراسم ازدواج الگوی رفتاری S، در یک مکان رسمی و حتی مذهبی در حالی که عروس خانم لباس سفید عروس با پارچه آهار دار چند طبقه و شل و ساری (دنباله لباس عروس) به تن دارد برگزار می‌شود. عروس و داماد الگوی رفتاری S، ذاتاً خلق و خوی طبیعت‌گرایی دارند. آنها خانواده و دوستان را درگیر فرآیند برنامه ریزی کرده و از اینکه اجازه می‌دهند تا دیگران در تصمیم‌گیری بزرگ آنها سهیم باشند، بسیار خشنود و راضی هستند. یک جفت شعمدانی، محل مخصوص دادن کادو (اتاق عقد) و جشن رقص چاقو و برش کیک، پرتاب دسته گل و دیگر عناصر مربوط به یک مراسم ازدواج سنتی، همگی از نشانه‌های مراسم الگوی رفتاری S می‌باشد. علی‌رغم اینکه عروس و داماد الگوی رفتاری S توانمندی عملیاتی نمودن تک‌تک تشریفات عروسی را به شکل بسیار جدی ندارند، اما تمام آن موارد برایشان مهم و پراهمیت می‌باشد. رفتارهای دوستانه از مشخصه‌های ازدواج الگوی رفتاری S می‌باشد. احترام و وفاداری به میراث خانواده و به رخ کشیدن لباس مادران شان و سردست‌کت و شلوار پدران شان یا نمایش دمو‌ی خاطرات مهم خانوادگی شان از جمله این موارد می‌باشد. پذیرایی بسیار شیک و مطابق با مد روز خواهد بود. آنها هنگام برنامه ریزی به تشریفات

اهمیت فراوان خواهند داد ولی در عین حال متوجه سلیقه‌های دیگران نیز خواهند بود. مهارت‌های ارتباطی مناسب و خوشحالی دوستان و خانواده بسیار مهم خواهد بود، به همین دلیل اگر لازم باشد از خودشان گذشته تا مطمئن شوند مراسمی شاد و سرشار از ارزش‌ها، در بهترین روز زندگیشان به منصفه ظهور خواهد رسید.

الگوی رفتاری C مراسم ازدواج سازماندهی شده دارد. یک عروس الگوی رفتاری C برای انجام هر کاری، حداقل 15 آیتم را در چک لیست خود خواهد گنجانید. اگر شما در مراسمی شرکت کرده‌اید که همه چیز به شکل بسیار حرفه‌ای برنامه‌ریزی شده، به یک میهمانی الگوی رفتاری C دعوت شده‌اید. الگوی رفتاری C بسیار وظیفه‌شناس و دقیق می‌باشد. هنگام برنامه‌ریزی مراسم، اولین اولویت آنها، اطمینان یافتن از صحت و درستی تصمیمات اتخاذ شده می‌باشد. الگوی رفتاری C قبل از انتخاب بهترین گزینه، پنج پیمانکار مختلف را ملاقات نموده و قبل از اینکه تاریخ نهایی عروسی را مشخص نماید از چندین مکان (تالار) مختلف بازدید خواهد نمود، الگوی رفتاری C برنامه‌ریزی مراسم ازدواج را با جدیت فراوان انجام می‌دهد. بودجه ازدواج دقیق و مشخص بوده، مجلات و سایت‌های فراوانی را مطالعه کرده و سوال‌های بسیاری جهت پرسش از فروشنده تعیین می‌کند. آنها با زحمت فراوان لیستی از جزئیات تهیه می‌کنند و حتی برای محل قرار گرفتن گروه موسیقی فکر می‌کنند. او در انجام برنامه‌ریزی پیش‌تاز است و این کار برای او بسیار آسان می‌نماید. الگوی رفتاری C صرف زمان برای تصمیم‌گیری را دوست دارد که گاهی اوقات باعث طولانی شدن و آهسته شدن فرایند برنامه‌ریزی می‌شود. با صرف زمان بسیار جزئیات اقدامات بارها و بارها بررسی شده تا مطمئن شود برنامه‌آنگونه که باید پیش خواهد رفت. الگوی رفتاری C می‌داند ممکن است هر اشتباهی رخ دهد، بنابراین تمام برنامه‌ریزی همراه با جزئیات دقیق صورت گرفته تا مانع اتفاقی ناخوشایند گردد. الگوی رفتاری C خواهان کیفیت در سطحی بالا بوده و بسیار کمال‌گراست. او محاسبه‌گر بسیار خوبی است و خوب می‌داند اگر سبد گل به موقع نرسد چه اتفاقی خواهد افتاد یا اگر کیک عروسی با تاخیر وارد

میهمانی شود، می‌تواند مشکل آفرین باشد. مدل الگوی رفتاری C لذت بردن از مهمانی را فراموش می‌کند. الگوی رفتاری C زمانی که درگیر چک کردن انجام کارها می‌شود از شرایط موجود رضایت کافی ندارد.

آنچه در مورد DISC باید بدانیم ؟

تیپ شخصیتی زبان رفتار قابل مشاهده افراد است.

الگوی رفتاری یک فرد، اطلاعات زیادی درباره‌ی چگونگی ایجاد انگیزه در ایشان، محیط مورد علاقه فرد، بزرگ‌ترین ترس‌هایش و اینکه چگونه با دیگران صحبت می‌کنند و مایلند دیگران چگونه با آنان صحبت کنند، به ما می‌دهد. اگر ساعتی را صرف «تماشای مردم» و مشاهده رفتار آن‌ها در موقعیت‌های مختلف کنید، شیوه‌ی رفتاری آن‌ها را در عمل درک خواهید کرد.

در طول روز شما الگوهای متفاوتی از رفتارها را مشاهده می‌کنید .

در طول روز، تیپ‌های شخصیتی مختلفی را می‌بینید که در نوع رفتار و تصمیم‌گیری شما تأثیرگذارند. با دیدن دوستان، اعضای خانواده و همکاران، متوجه می‌شوید که شخصیت‌های گوناگونی در مقابل شما قرار دارند. به افرادی که می‌شناسید فکر کنید.

1 - آیا می‌توانید فردی را تصور کنید که قاطع، روراست و هدف محور است؟ برخی افراد محکم، رو راست، بازاده و عجل هستند.

این‌گونه افراد نمونه‌ای از شخصیت غالب نوع «D» هستند.

2 - آیا می‌توانید فردی را تصور کنید که رابطه‌ی اجتماعی بسیار خوبی دارد، شوخ طبع است و با همه مهربان می‌باشد؟ برخی افراد، خوش‌بین، مهربان، پرحرف و خوش‌سخن هستند.

این‌گونه افراد نمونه‌ای از شخصیت غالب نوع «I» هستند.

3 - آیا فردی را می‌شناسید که به سخنان شما با دقت گوش می‌دهد و در کارهای تیمی بسیار موفق است؟ برخی افراد، متین، صبور، ثابت‌قدم، وفادار و اهل عمل هستند.

این‌گونه افراد نمونه‌ای از شخصیت نوع «S» هستند.

4 - آیا فردی را می‌شناسید که توانایی جمع‌آوری واقعیات و جزئیات را دارد و تمام فعالیت‌هایش را با دقت انجام می‌دهد؟ برخی افراد، جزئی‌نگر، حساس، تحلیل‌کننده و خوددار هستند.

این‌گونه افراد نمونه‌ای از شخصیت نوع «C» هستند.

تعریف رفتار در الگوی رفتاری DISC

در مدل رفتاری DISC، رفتار عبارت است از عمل و عکس العمل‌های قابل مشاهده از یک فرد در موقعیت‌ها و شرایط متفاوت که در این مدل به چهار نوع مجزا تقسیم‌بندی می‌شود. همه افراد به نسبت‌های متفاوت از همه این تمایلات رفتاری برخوردار هستند، اما همواره میزان یک یا دو تمایل رفتاری در آنها بیشتر است که به آنها "سبک‌های غالب رفتاری" گفته می‌شود. با تمرین و توجه به زیان بدن، کلمات و جملات فرد تا حدودی می‌توان مدل رفتاری افراد را حدس زد. ولی شناخت دقیق مدل رفتاری افراد نیاز به اخذ ابزار سنجش DISC دارد.

مدل رفتاری



مدل رفتاری Dominance (الگوی رفتاری D یا سلطه‌گر): فرد به مسائل و چالش‌ها چگونه پاسخ می‌دهد.

دهد.

مدل رفتاری Influence (الگوی رفتاری I یا تاثیرگذار): فرد بر دیگران چگونه تاثیر می‌گذارد.

 **مدل رفتاری Steadiness (الگوی رفتاری S یا باثبات):** فرد نسبت به تغییرات محیط چگونه واکنش نشان

می دهد.

 **مدل رفتاری Conscientious (الگوی رفتاری C یا وظیفه محور):** فرد به قوانین چگونه واکنش نشان می

دهد.

چرا آگاهی از نوع شخصیت افراد اهمیت دارند؟

 شناخت تیپ شخصیتی به شما کمک می کند تا بتوانید با دیگران بهتر سخن بگویید.

 شناخت تیپ شخصیتی به شما کمک می کند کشمکش‌هایتان را فیصله دهید و یا از آن‌ها پیش‌گیری کنید.

 شناخت تیپ شخصیتی به شما کمک می کند تا تفاوت‌های دیگران را بهتر درک کنید

 شناخت تیپ شخصیتی کمک می کند مقبول باشید و بر دیگران تأثیر مثبت داشته باشید

کاربردهای DISC

DISC محبوب ترین ابزار ارزیابی رفتار در جهان شناخته شده است چون کاربردهای فراوانی دارد. همه دنیا از **DISC** به عنوان ابزار دستیابی به اهداف توسعه رهبری، آموزش ارتباطات، تشکیل تیم‌های کاری، فروش موثر، استخدام، خدمات پس از فروش، مربیگری و مدیریت استفاده می کنند. سالانه بیش از یک میلیون نفر خود را با این ابزار برای بهبود و توسعه رفتارهای مطلوب ارزیابی می کنند و 75 درصد از شرکتهای فورچون 500 این مدل را برای افزایش بهره‌وری تیم‌های کاری خود و موارد ذیل استفاده کرده اند.

 بررسی خصوصیات و ویژگی‌های عمومی فرد و شناخت نقاط قوت و قابل بهبود ایشان

 نحوه ارتباط با فرد و افزایش قدرت تطبیق با مدل رفتاری مخاطب

 نحوه ایجاد انگیزش در افراد و کمک به رشد آنها

 تبیین مدل‌های علمی و کاربردی ارتباط مؤثر با دیگران به منظور حل و فصل تنش‌های سازمان و افزایش میزان کارایی افراد

- مدیریت بهتر افراد جهت تاثیر گذاری بیشتر بر آنها و افزایش بهره‌وری فرد و سازمان
- تجزیه و تحلیل شغلی افراد به منظور نیازسنجی و برنامه‌ریزی آموزشی
- کمک در شناسایی استعدادها برای جانشین پروری، ارتقاء و ...
- سنجش و گزینش افراد در زمان جذب، آموزش و توسعه منابع انسانی، پاداش و جبران خدمت و ...
- افزایش مهارت‌های ارتباطی کارکنان فروش و رشد میزان فروش آنها
- مدیریت بهتر تیم‌های کاری با شناخت بهتر ویژگی‌های رفتاری افراد و توانمندی‌های ایشان

محصول مدیریتی DISC و نحوه استفاده از آن :

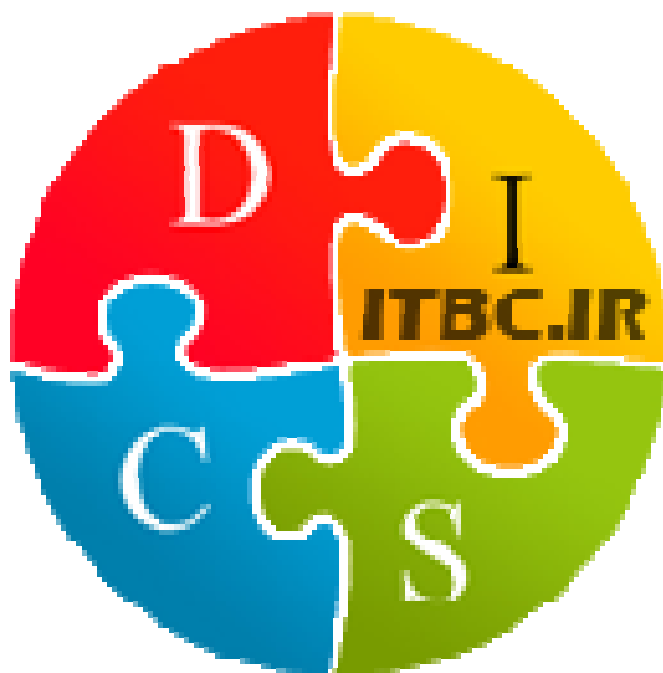
محصول مدیریتی **DISC** که از طریق پرسشنامه 30 سوالی، مدل رفتاری ما را مشخص می‌کند ابزاری است جهانی و عمومی و رفتار ما را بدون در نظر گرفتن سن، جنسیت، کشور، فرهنگ، صنعت، سازمان و جایگاه شغلی توصیف می‌کند.

پرسش‌نامه **DISC** توسط نمایندگی‌های متعددی از کشورهای آمریکا، کانادا، انگلیس و ... در ایران بفروش می‌رسد، پرسش‌نامه و گزارش **DISC** پیشنهادی ما را می‌توانید از طریق سایت www.ITBC.IR به صورت اینترنتی استفاده نمایید، در انتهای پرسش‌نامه، گزارش ویژگی‌های رفتاری شما به صورت برخط (Online) به شما ارائه می‌شود که شامل اطلاعات بسیار ارزشمندی از ویژگی‌های رفتاری شما، نقاط قوت، نقاط ضعف، راهکاری بهبود و توصیه‌های مدیریتی به شما می‌باشد، طبق بررسی‌های انجام شده و اعلام افرادی که از این تست و گزارش آن بهره‌مند شده‌اند، بیش از 85 درصد با ویژگی‌های رفتاری آنها مطابقت داشته است.

معرفی کلینیک کسب و کار ایرانیان

کلینیک تخصصی کسب و کار و استعدادیابی ایرانیان در کشور با هدف کمک به ارتقاء قابلیت‌ها فردی، گروهی و سازمانی در حوزه کسب و کار و کارآفرینی و همچنین کمک به افراد در زمینه شناخت توانمندی‌ها و استعدادهای خود ایجاد شده است. برای این منظور از متخصصین مختلف در حوزه‌های مختلف مثل مدیریت، روانشناسی، جامعه‌شناسی و پزشکی، بهره‌گرفته‌ایم تا با ارائه خدمات و محصولات بر خط بتوانیم به نیازهای فردی، گروهی و سازمانی حوزه کسب و کار و کارآفرینی کمک کنیم.

نمونه‌ای از گزارش آزمون دیسک کلینیک کسب و کار ایرانیان به آدرس www.itbc.ir در سایت موجود می‌باشد در صورت تمایل به استفاده از این آزمون و گزارش آن، به صورت برخط (Online) قابل بهره‌برداری می‌باشد.



نمونه سولات DISC

کمترین L	بیشترین M	ردیف	کمترین L	بیشترین M	ردیف
		13			1
					2
		15			3
		16			4
		17			5

کمترین L	بیشترین M	ردیف	کمترین L	بیشترین M	ردیف
		18			6
		19			7
		20			8
		21			9
		22			10
		23			11

		خلاق و منحصر به فرد هستم فعالیتها را سازماندهی می‌کنم و نتیجه‌گرا هستم قابل اعتماد و معتبر هستم دارای معیارها و استانداردهای بالایی هستم	24			بدون تامل و احساساتی هستم حسابگر و اهل جزئیات هستم خواهان و مقتدر هستم اهل مقابله جویی نیستم و قابل پیش‌بینی هستم	12
--	--	---	----	--	--	--	----

منابع

bcnysbc.org/images/DISC.pdf

changingminds.org/explanations/preferences/disc.htm

DISC Certification Training: <http://personality-insights.com/training>

DISC versus Myers-Briggs: <http://www.discoveryreport.com/DISC-and-MBTI-Myers-Briggs-Type-Indicator.html> www.discprofiles4u.com/.../Free-DiSC-Profile-Handouts.html

Everything DISC: a Wiley brand. Research reports for adapting testing assesement (2007-2013). [https://www.discprofile.com/DiscProfile/.../PDFs.../EverythingDiSC ResearchReportAT.pdf](https://www.discprofile.com/DiscProfile/.../PDFs.../EverythingDiSC%20ResearchReportAT.pdf) John Wiley & Sons, Inc

Free 4-part online course on Better Relationships:

http://www.discoveryreport.com/discover/course_signup.htm

<http://www.axiomsoftware.com/disc/validity/disc-validity-and-reliability-the-roodt-report.ph>

<http://www.disclearningsolutions.com/reliability-and-validity-of-disc/>

http://www.discoveryreport.com/disc_personality_model_validation.htm

<http://www.itbc.ir>

https://en.wikipedia.org/wiki/DISC_assessment

[https://store-](https://store-fc348.mybigcommerce.com/template/Styles/docs/1996_DiSC_Classic_and_MBTI_report.pdf)

[fc348.mybigcommerce.com/template/Styles/docs/1996_DiSC_Classic_and_MBTI_report.pdf](https://store-fc348.mybigcommerce.com/template/Styles/docs/1996_DiSC_Classic_and_MBTI_report.pdf)

<https://www.discinsights.com/personality-style-d>

[https://www.discprofile.com/DiscProfile/media/PDFs-](https://www.discprofile.com/DiscProfile/media/PDFs-Other/Research%20Reports%20and%20White%20Papers/EverythingDiSCResearchReportAT.pdf)

[Other/Research%20Reports%20and%20White%20Papers/EverythingDiSCResearchReportAT.pdf](https://www.discprofile.com/DiscProfile/media/PDFs-Other/Research%20Reports%20and%20White%20Papers/EverythingDiSCResearchReportAT.pdf)

<https://www.discprofile.com/what-is-disc/disc-profiles-research,-reliability-and-validity-s/>

Online DISC Personality Profiles (commonly called a personality test):
www.discoveryreport.com

Rohm, R. A. (2013). A powerful way to understand people using the DISC concept. 1-8. www.discoveryreport.com

Sebastian, E. G. (). D-i-S-C-over Personality, Insights to understand yourself and Others book: Positive Personality Profiles improve your relationships. In Productivity through Better Understanding Your Personality Style and the Personality Styles of those Around You

Video Intro of the DVD PBS Special: The Model of Human Behavior by Robert A. Rohm, Ph.D.: <http://robertrohm.com/video/>

www.axiomsoftware.com/disc/personality-types.php

www.CommunicationSkillsMagic.com

www.discinsights.com

[www.discoveryreport.com/.../understanding-people-disc-personality-traits. pdf](http://www.discoveryreport.com/.../understanding-people-disc-personality-traits.pdf)

www.discpersonalitytesting.com

www.discprofile.com

www.discusonline.com

www.egSebastian.com

www.iReadBodyLanguage.com

www.moradimb.blogfa.com

www.personalitystyle.com

www.ttisuccessinsights.com

DISC behavioral patterns & Its application in individual/organizational productivity

Mohammad Bagher Moradi

PhD in entrepreneurship, teacher & counselor of DISC