

# DISC komunikacijsko-prodajni model

## Pragmatična prilagodba - ključ uspješnije komunikacije

(trajanje radionice – 2 dana)

Uspješan komunikator zna prilagoditi pristup pojedinom sugovorniku i vjeruje da može prodati skoro svakome, ali ...uvijek na drugačiji način.

DISC model u prodaji omogućuje spoznaju o različitim sklonostima u ponašanju ljudi pa time i kupaca. Iz toga proizlaze jasni naputci za različite pristupe i strategije kako komunicirati/ prodavati, razvijati odnose, pregovarati ... s određenim tipovima ljudi.

		KAKO DOŽIVLJAVAM SVOJE OKRUŽENJE?	
		STRESNO	NESTRESNO
KAKO REAGIRAM NA SVOJE OKRUŽENJE?	ODLUČNO	<b>D</b> Dominant (dominantan)	<b>I</b> Influencing (utjecajan)
	SUZDRŽANO	<b>C</b> Cautious (oprezan)	<b>S</b> Steady (stabilan)

**DISC model osobnosti na jednostavan i razumljiv način objašnjava kompleksnost ljudskog ponašanja i osobnosti.**

Svaki od 4 osnovna tipa osobnosti - **Dominant** (dominantan), **Influencing** (utjecajan), **Steady** (siguran, stabilan), **Cautious** (oprezan) - ima svoje jasne specifičnosti u ponašanju i odlučivanju koje dobar komunikator a pogotovo prodajni menadžer mora znati.

### Kako komunicirati s »crvenim«?



On je dominantan, ima izražen ego, uvijek želi pobijediti i imati zadnju riječ, rijetko prihvaća savjete i teži promjenama...?

### Kako komunicirati s »žutim«?



On se brzo oduševi ali i 'ohladi', važni su mu kontakti s utjecajnim ljudima, stalno priča, uvijek želi nešto novo i drugačije, preoptimističan, zna obećati ali ...?

### Kako komunicirati sa »zelenim«?



Povučena i rezervirana osoba pa ne znaš točno što misli o ponudi, ne želi brze i nagle promjene, treba mu puno vremena da se „otvori“, teško i sporo donosi odluke ...?

### Kako komunicirati s »plavim«?



On uvijek traži još više podataka i činjenica, mora mu biti sve jasno prije što odluči za kupnju, postavlja puno pitanja, traži garanciju ...?

## DISC - pragmatična prilagodba ponašanja je nužna stvar

Ako želimo povećati uspješnost u prodaji onda moramo primjenjivati vještinu pragmatične prilagodbe. To znači sljedeće: upoznati sebe i svoje „boje“ kao komunikatora, upoznati „boje“ svojih sugovornika i razviti novu „paletu“ svojih ponašanja kako bi u komunikaciji i prodaji bio uspješniji.

### Primjer iz prakse



® Zamislite da Vam na poslovni sastanak dolaze strani poslovni partneri. Kako ćete razgovarati s njima? Ukoliko želimo dogovoriti posao, koristit ćete jezik koji razumiju i jedni i drugi - najvjerojatnije njemački ili engleski. Pragmatično ćete se prilagoditi!

A kako je u prodaji? Jezik u ovom slučaju nije problem - potrebno je napraviti prilagodbu prema osobnosti sugovornika – njegovoj motivaciji, strahovima, željama, načinu na koji želi kupiti... Upoznajte DISC „paletu boja“ i njihovu snagu u svakodnevnoj komunikaciji i prodaji.