



**SUCCESS INSIGHTS®**  
Verkaufsmitarbeiter Version

**Bernd Muster**  
20.5.2010



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.













Dieser Abschnitt enthält Vorschläge, durch die Bernd 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 Bernd 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.

|  |  |
|--|--|
| <p>Wenn Sie an eine Person verkaufen wollen, die zuverlässig, ordentlich, konservativ, perfektionistisch, sorgfältig und nachgiebig ist:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Bereiten Sie Ihre Präsentation sehr gut vor!</li><li>● Bleiben Sie stets bei der Sache! Benutzen Sie zur Unterlegung viele Fakten!</li><li>● Seien Sie genau und realistisch! Vermeiden Sie Übertreibungen!</li></ul> <p>Folgende Faktoren erzeugen bei diesem potentiellen Käufer hingegen Spannung und Unzufriedenheit:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● leichtsinnig, lässig, laut sein und ohne Planung handeln</li><li>● Zeit durch Small Talk verlieren</li><li>● schlampig und unorganisiert sein</li></ul>   | <p>Wenn Sie an eine Person verkaufen wollen, die ehrgeizig, kraftvoll, entschlossen, willensstark, unabhängig und zielorientiert ist:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Seien Sie klar, spezifisch, fassen Sie sich kurz, und kommen Sie sofort zur Sache!</li><li>● Halten Sie sich an das Geschäftliche! Führen Sie eine effektive Präsentation durch!</li><li>● Treten Sie mit gut organisierten Präsentationsunterlagen an!</li></ul> <p>Folgende Faktoren erzeugen bei diesem potentiellen Käufer hingegen Spannung und Unzufriedenheit:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● über Dinge reden, die mit der Sache nichts zu tun haben</li><li>● weitschweifig sein oder vage Andeutungen machen</li><li>● unorganisiert sein</li></ul> |
| <p>Wenn Sie an eine Person verkaufen wollen, die geduldig, einschätzbar, zuverlässig, beständig, entspannt und bescheiden ist:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Beginnen Sie ein Gespräch mit persönlichen Bemerkungen, brechen Sie das Eis!</li><li>● Präsentieren Sie sich selbst auf eine freundliche, logische, nicht bedrohlich wirkende Art!</li><li>● Schaffen Sie eine Vertrauensbasis, zeigen Sie auf, dass es sich um ein bewährtes Produkt handelt!</li></ul> <p>Folgende Faktoren erzeugen bei diesem potentiellen Käufer hingegen Spannung und Unzufriedenheit:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● sofort mit dem Geschäftlichen beginnen</li><li>● beherrschend oder fordernd auftreten</li><li>● vom anderen eine schnelle Entscheidung oder Antwort erwarten</li></ul> | <p>Wenn Sie an eine Person verkaufen wollen, die anziehend, begeisternd, freundlich, offen und diplomatisch ist:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Erzeugen Sie ein warmes und freundliches Umfeld!</li><li>● Verwenden Sie nicht zu viele Details, es sei denn, dies wird ausdrücklich gewünscht!</li><li>● Benutzen Sie Referenzen von Personen, die der andere für bedeutend hält!</li></ul> <p>Folgende Faktoren erzeugen bei diesem potentiellen Käufer hingegen Spannung und Unzufriedenheit:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● barsch und kurz angebunden sein</li><li>● das Gespräch übermäßig kontrollieren</li><li>● zu viele Daten, Fakten, Alternativen und Abstraktionen ins Spiel bringen</li></ul>                        |





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

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

Notizen

## SELBSTWAHRNEHMUNG

Bernd Muster hält sich selbst für:

innovativ  
wettbewerbsorientiert  
positiv denkend

entschlossen  
selbtsicher  
erfolgreich

## WAHRNEHMUNG DURCH ANDERE

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

fordernd  
egoistisch

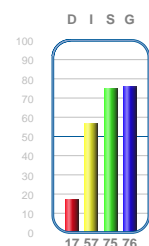
nervös  
aggressiv

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

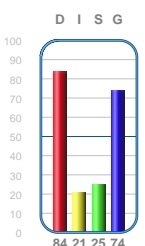
grob  
launenhaft

kontrollierend  
voreingenommen

Adaptierter - Stil



Basis - Stil



Auf Grundlage von Bernd 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.

| Dominant   | Initiativ   | Stetig  | Gewissenhaft  |
|--|---|---|---|
| fordernd<br>egozentrisch<br>antreibend<br><b>ehrgeizig</b><br><b>pionierhaft</b><br><b>willensstark</b><br><b>energisch</b><br><b>wetteifernd</b><br><b>zielorientiert</b><br><b>entscheidungsfreudig</b><br><b>entschlossen</b><br><b>risikofreudig</b><br><br><b>neugierig</b><br><b>verantwortungsbewusst</b> | überschwänglich<br>inspirierend<br>enthusiastisch<br>eindringlich<br>beeinflussend<br>überzeugend<br>überredend<br>herzlich<br>kontaktfreudig<br>schlagfertig<br>ungezwungen<br>gesellig<br><br>vertrauensvoll<br>umgänglich                    | phlegmatisch<br>entspannt<br>veränderungsresistent<br>unaufdringlich<br><br>gewohnheitsorientiert<br><br>beharrlich<br><br>besitzergreifend<br><br>berechenbar<br>geduldig<br>bedacht<br>zuverlässig<br>beständig | perfektionistisch<br>sorgfältig<br>detailliert<br>präzise<br>qualitätsbewusst<br>systematisch<br>anspruchsvoll<br><b>akkurat</b><br><br><b>umsichtig</b><br><b>diplomatisch</b><br><b>ordentlich</b><br><b>taktvoll</b><br><br><b>gewissenhaft</b><br><b>urteilsfähig</b> |
| massvoll<br>zurückhaltend<br>kooperativ<br>zögerlich<br>zuvorkommend<br>unbestimmt<br>bescheiden<br>vorsichtig<br><br>sanftmütig<br>zustimmend<br>genügsam<br>zurückhaltend<br><br>unaufdringlich  | <b>objektiv</b><br><br><b>logisch</b><br><b>umsichtig</b><br><b>skeptisch</b><br><br><b>nachdenklich</b><br><b>unaufdringlich</b><br><b>misstrauisch</b><br><b>faktenorientiert</b><br>penibel<br><br>pessimistisch<br>launisch<br><br>kritisch | <b>mobil</b><br><br><b>aktiv</b><br><b>unruhig</b><br><b>lebhaft</b><br><b>flexibel</b><br><b>energisch</b><br><br>ungeduldig<br>rastlos<br>dynamisch<br>hektisch<br>unbesonnen<br>eindringlich<br><br>ungestüm   | standhaft<br>entschlossen<br>eigenwillig<br>unnachgiebig<br><br>hartnäckig<br><br>unkonventionell<br>findig<br>autonom<br>furchtlos<br>launisch<br>stur<br><br>revolutionär   |













Die folgenden Angaben beziehen sich auf Bereiche, in denen Bernd 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: \_\_\_\_\_



Ziel dieses Reports ist es, Ihnen dabei zu helfen, im Leben und im Beruf noch erfolgreicher zu werden. 'Gewinnertypen' hatten zu allen Zeiten etwas gemeinsam : Sie kannten sich selbst gut. Auch Sie werden beim Lesen des Reports noch mehr über sich selbst erfahren. Mit diesem Wissen können Sie Strategien entwickeln, um in jedem Umfeld erfolgreich zu sein.

Es ist nicht einfach, Verkaufsverhalten zu klassifizieren, vor allem deshalb, weil es so viele Variablen gibt, die als Grundlage dafür dienen können. Alle Klassifizierungen in diesem Report beziehen sich ausschließlich auf Verhaltensweisen, die angeben, WIE jemand seine beruflichen Anforderungen erfüllt. Es geht nicht darum, die Gründe dafür zu verstehen, denn dazu bräuchte man viele weitergehende Informationen.

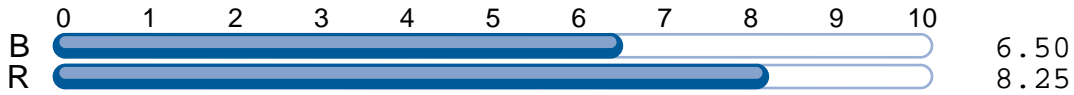
Die Basis-Grafik (B) stellt Ihr natürliches Arbeitsverhalten dar. Die Reaktions-Grafik (R) drückt hingegen Ihr Antwortverhalten auf die vorgegebene Umwelt aus. Menschen glauben, dass sie in ihrem Beruf auf eine ganz bestimmte Art und Weise agieren müssen, um erfolgreich zu sein und verhalten sich dementsprechend. Diese 'Maske', wie C.G. Jung diese Verhaltensstrategie nennt, wird durch die Reaktions-Grafik erfasst.

Wenn Basis- und Reaktions-Grafik weit voneinander abweichen, fühlen sich Menschen häufig gestresst, weil sie ihr natürliches Verhalten verstellen.

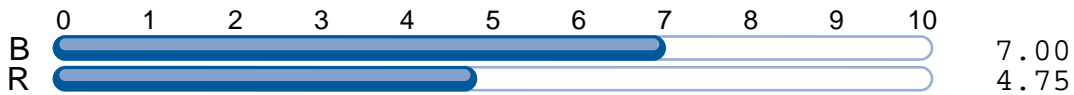
Schauen Sie sich die beiden grafischen Darstellungen genau an. Beachten Sie jeden einzelnen Faktor und dessen Bedeutung für die erfolgreiche Ausübung Ihres Berufes. Ihre Reaktions-Grafik zeigt Ihnen dabei jeweils auf, was Sie für besonders wichtig halten, und wofür Sie Ihre Energie einsetzen.



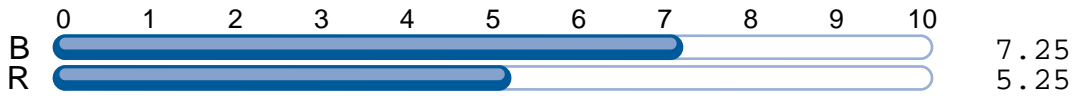
## VORBEREITUNG DES VERKAUFS



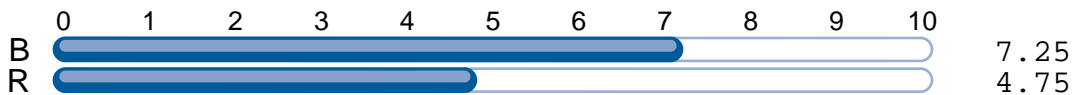
## PRÄSENTATION



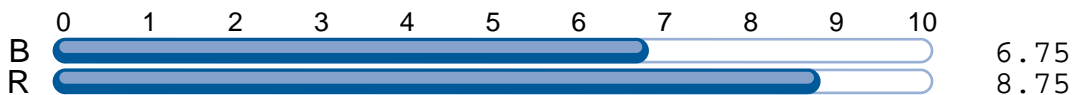
## EINWANDBEHANDLUNG



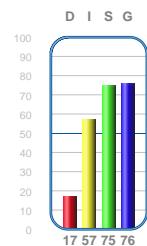
## ABSCHLÜSSE TÄTIGEN



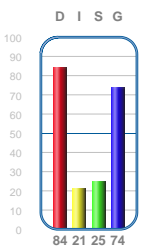
## BETREUUNG



Adaptierter - Stil

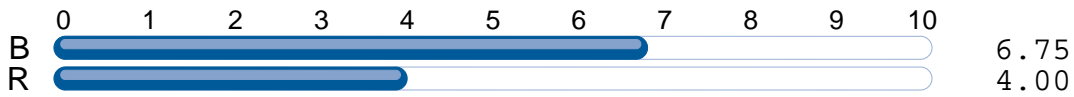


Basis - Stil

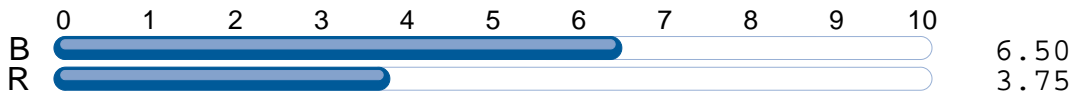




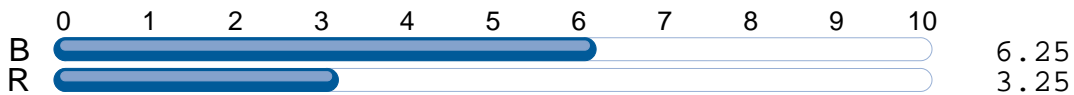
## ORIENTIERUNG AN HERAUSFORDERUNGEN



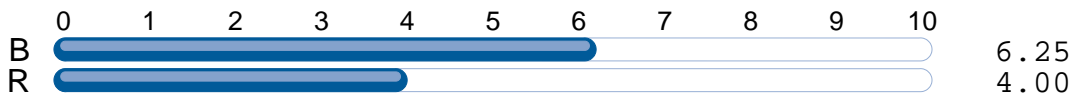
## SELBSTSTARTER



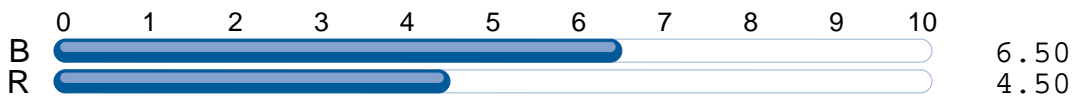
## ERGEBNISORIENTIERUNG



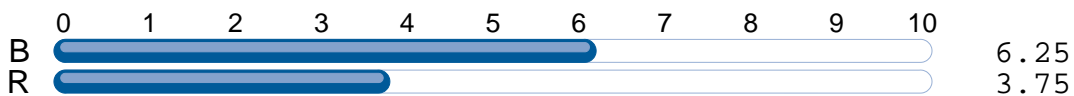
## AKQUISITIONSGESCHICK



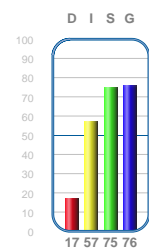
## ÜBERZEUGUNGSKRAFT



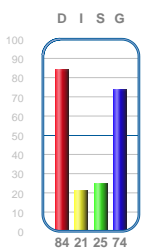
## SELBSTVERTRAUEN



Adaptierter - Stil

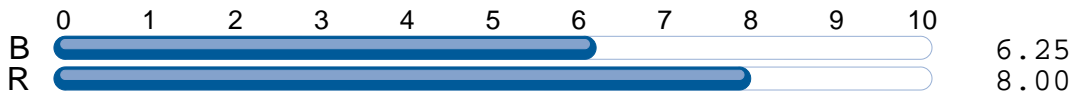


Basis - Stil

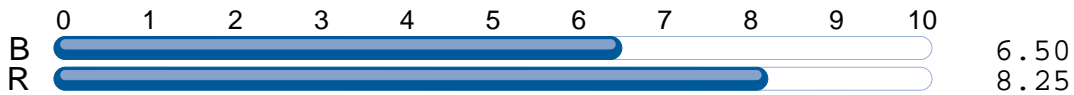




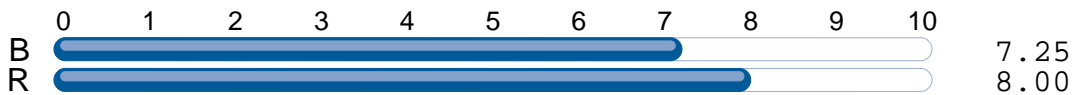
## BESTÄNDIGKEIT



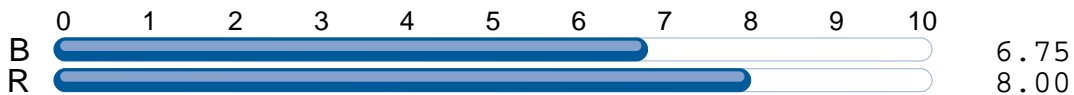
## FÄHIGKEIT ZUM ZUHÖREN



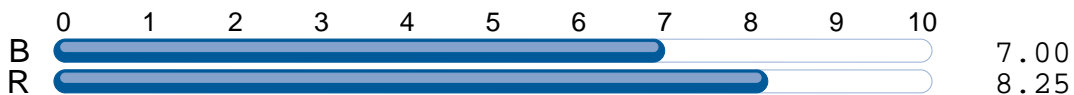
## KUNDENKONTAKTE



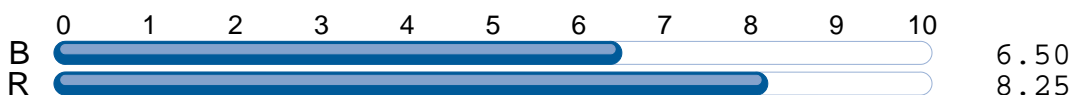
## PRODUKTKENNTNISSE



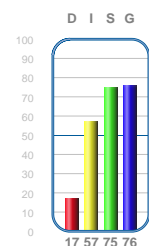
## FOLLOW UP UND ZU ENDE FÜHREN



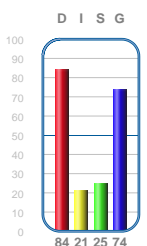
## BÜROARBEIT



Adaptierter - Stil



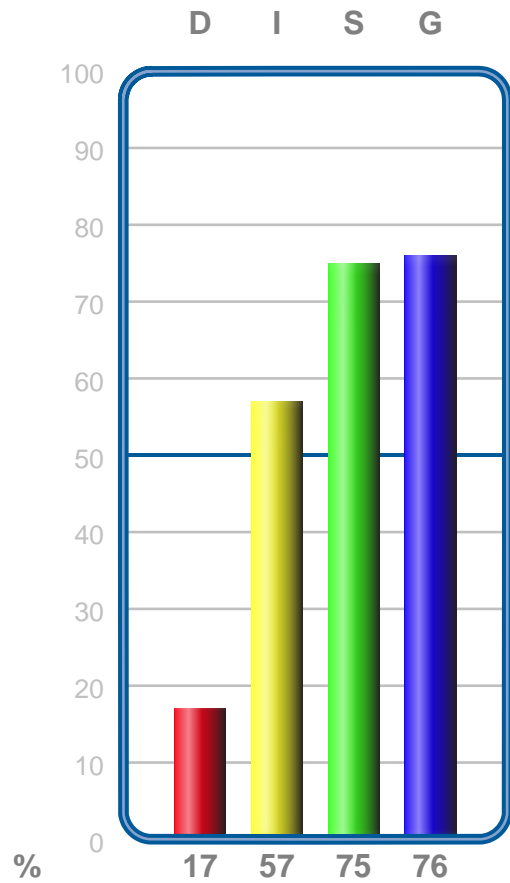
Basis - Stil



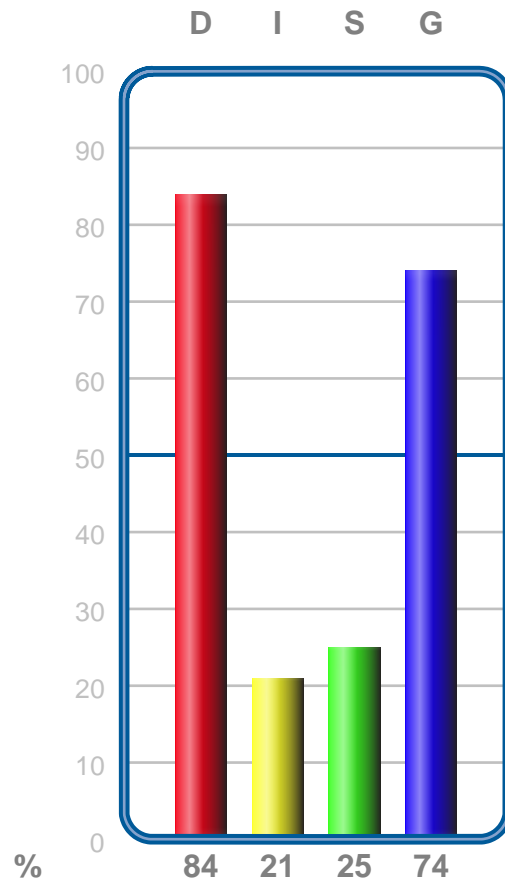
**Bernd Muster**

20.5.2010

**Grafik I  
Adaptierter - Stil**



**Grafik II  
Basis - Stil**



Basis: deutschsprachige Normierungsstudie 2007 F10

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.

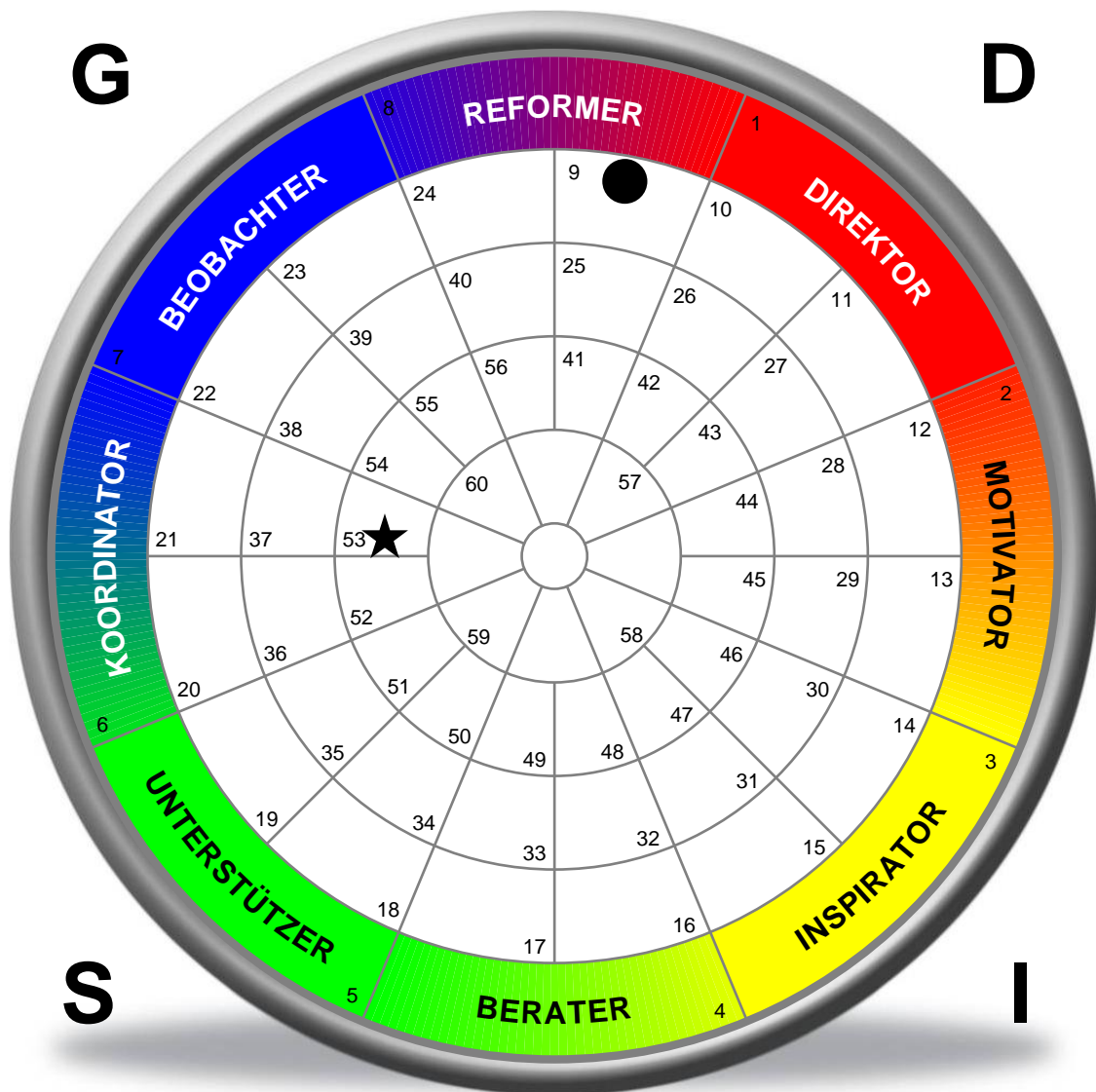
Mit der SUCCESS INSIGHTS Team-Analyse können Sie darüber hinaus aber auch den "state of the art" Ihres Teams kennen lernen, indem Sie mehrere Personen auf einem Rad platzieren. Von dieser sicheren Basis aus können Sie Verbesserungen gezielt und sicher angehen und jeder Mensch kann sich eine Arbeitsatmosphäre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

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



Bernd Muster

20.5.2010



Adaptierter Stil: ★ (53) BEOBACHTER/KOORDINATOR (KREUZUNG)

Basis-Stil: ● (9) DIREKTOR/REFORMER

Basis: deutschsprachige Normierungsstudie 2007 F10