

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الگوهای رفتاری DISC

و کاربرد آن در بهره‌وری فردی / سازمانی





عنوان و نام پدیدآور	: الگوهای رفتاری DISC و کاربرد آن در بهره‌وری فردی / سازمانی / تالیف محبوبه دادفر... [و دیگران]
مشخصات نشر	: تهران : میرماه، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: ۶۴ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۳۳۳-۲۱۷-۱ ریال؛ ۱۰۵۰۰
وضعیت فهرست نویسی	: فنیبا
یادداشت	: تالیف محبوبه دادفر، محمدباقر مرادی، پیرحسین کولیوند، فرزاد قضایی، پورابرقویی، سجاد قاسمی.
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: تیپ‌شناسی
موضوع	: شخصیت — جنبه‌های روان‌شناسی
شناسه افزوده	: دادفر، محبوبه، ۱۳۴۶ -
رده بندی کنگره	: BF۶۹۸/۳ الف ۷ ۱۳۹۴
رده بندی دیویی	: ۱۵۵/۲۶
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۹۷۶۳۵۳

الگوهای رفتاری DISC

و کاربرد آن در بهره‌وری فردی / سازمانی

تألیف:

محمد باقر مرادی

دانشجوی دکترین مدیریت کارآفرینی
دانشگاه آزاد اسلامی قزوین

محبوبه دادفر

دانشجوی دکترین روانشناسی بالینی
دانشگاه علوم پزشکی ایران - پردیس بین الملل

دکتر فرزاد قضایی پور ابرقویی

پزشک عمومی، دانشگاه علوم پزشکی ایران
دانشکده علوم رفتاری و سلامت روان و انستیتو روانپزشکی تهران

دکتر پیرحسین کولیوند

معاون مرکز تحقیقات علوم اعصاب شفا

سجاد قاسمی

دانشجوی دکترین مدیریت برنامه‌ریزی فرهنگی
واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی



میراث

۱۳۹۴ شمسی



الگوهای رفتاری DISC و کاربرد آن در بهره‌وری فردی / سازمانی



تألیف: محبوبه دادفر، محمدباقر مرادی، دکتر پیرحسین کولیوند، دکتر فرزاد قضایی‌پور ابرقویی، سجاد قاسمی
 ناشر: میرماه
 گرافیک جلد و متن: مهدیه ناظم زاده
 لیتوگرافی و چاپ: قائم چاپ جوربند
 صحافی: عطف
 نوبت و سال انتشار: نخست / ۱۳۹۴
 شمارگان: ۵۰۰ نسخه
 قیمت: ۱۰۵۰۰ تومان
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۳۳۳-۲۱۷-۱

تمام حقوق اثر برای مرکز تحقیقات علوم اعصاب شفا محفوظ است.

خیابان ولیعصر (عج) - خیابان رشید یاسمی - بیمارستان فوق تخصصی خاتم الانبیاء (ص)
 تلفن: ۸۸۸۸۴۰۴۰

انتشارات میرماه: تجریش، دزاشیب، خیابان شهید رضانی، کوی شهید مرتضی عباسی، پلاک ۳، واحد ۲
 تلفن: ۲۲۷۲۲۹۰۱-۲ و ۲۲۷۵۹۲۰۳-۴ فاکس: ۲۲۷۱۹۵۲۳

پیشگفتار

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

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 چگونه است، بتوان مدل رفتاری ایشان را حدس زد و بهتر با آن‌ها رابطه برقرار کرد.

این مدل برای اولین بار در سال ۱۹۲۸ 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 نیست، بلکه هر یک از افراد 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 گزارش نیاز به 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، موثر و موفقیت‌آمیز تعامل نمایند.

ابزار DISC مارستون حاصل چهل سال تلاش اندیشمندان مدیریت، روانشناسی و جامعه‌شناسی می‌باشد. این ابزار بر روی بیش از ۴۰ 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 تیپ شخصیتی 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 به‌وجود می‌آورد که توسعه پایدار سازمان را رقم می‌زند.

مؤلفین

۱۳۹۴ شمسی

فهرست

۱۱	تاریخچه
۱۳	مدل چهار تیپی رفتار انسان (DISC)
۱۳	تعریف رفتار در سیستم رفتاری DISC
۱۴	مدل رفتاری
۲۶	نگرش‌های تیپ‌های شخصیتی به وظایف و کار
۲۷	بزرگترین نیازهای تیپ‌های شخصیتی
۲۷	نحوه پاسخ تیپ‌های شخصیتی به کشمکش
۳۰	ابزار DISC
۳۱	روایی و پایایی ابزار DISC
۳۳	کاربرد ابزار DISC Personal Profile System Dimensions of Behavior
۳۵	موارد استفاده DISC در سازمان‌ها
۳۶	کاربرد شناخت تیپ‌های شخصیتی با رویکرد DISC در فروش یا رفتارشناسی مشتری
۴۲	تیپ‌های شخصیتی بر اساس مدل DISC و سبک تدریس و یادگیری در آموزش‌های سازمانی
۵۰	تیپ‌های شخصیتی مدل DISC و ازدواج
۵۵	نمونه سوالات DISC
۵۹	منابع

تاریخچه

تاریخچه دسته بندی انسان‌ها و بررسی ویژگی‌های رفتاری آنها به ۴۰۰ سال قبل از میلاد برمی‌گردد. 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 مشهور به وجود آمده است.

در سال ۱۹۲۱، کارل گوستاو یونگ (Carl Gustav Jung) در آلمان تیپ‌های رفتاری را منتشر نمود و چهار تیپ را شناسایی و توصیف کرد.

ویلیام مولتون مارستون مدرک دکترای خود را در سال ۱۹۲۱ از هاروارد دریافت کرد و استاد دانشگاه‌های هاروارد و کلمبیا بود. در سال ۱۹۲۸، او کتاب «احساسات افراد عادی» (The 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 ارتباط‌هایی که برقرار می‌کنند موفق باشند.

در دهه ۱۹۵۰، 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 فوق‌نموده 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 ۵۰ 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 است.

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

الگوهای رفتاری DISC و کاربرد آن در بهره‌وری فردی - سازمانی / ۱۳

بریجز (Myers Briggs Type Indicator)، پرسشنامه ۱۶ عاملی شخصیت کتل (16 Cattell Personality Factor Questionnaire)، پرسشنامه شخصیت چند وجهی مینه سوتا (MMPI) Minnesota Multiphasic Personality Inventory، آزمون علاقه استرانگ (Interest Inventory Strong) و پروفایل شخصی پر فورماکس (Performax Personal Profile) مقایسه کرده‌اند.

گزارش‌ها حاکی از آن است که در اکثر موقعیت‌ها توسط اکثریت شرکت‌کنندگان ابزار DISC بسیار دقیق ارزیابی شده است. بیش از ۸۱٪ استفاده‌کنندگان ابزار DISC را به عنوان یک گزارش بسیار دقیق از الگوی رفتار عادی شان ارزیابی کرده‌اند. دقت ابزار ارزیابی DISC با توجه به تیپ شخصیتی افراد به شرح زیر بود: افراد دارای سبک شخصیتی D ۹۱٪؛ افراد دارای سبک شخصیتی I ۹۴٪؛ افراد تیپ شخصیتی S ۸۵٪؛ و افراد دارای تیپ شخصیتی C ۸۲٪. دقت ابزار DISC به طور کلی ۸۸/۴۹٪ با انحراف معیار ۶/۴۳٪ بود. در طول بیش از ۴۰ 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 تیبی رفتار انسان (DISC)

Dominance Conscientious Steadiness Influences

تعریف رفتار در سیستم رفتاری DISC

در سیستم 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 تقسیم بندی 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 (تیپ شخصیتی D یا سلطه‌گر): فرد به مسائل و چالش‌ها پاسخ چگونه می‌دهد.

- مدل رفتاری Influence (تیپ شخصیتی I یا تاثیرگذار): فرد بر دیگران چگونه تاثیر می‌گذارد تا به نقطه نظرات وی آشنا شوند.

- مدل رفتاری Steadiness (تیپ شخصیتی S یا باثبات): فرد نسبت به تغییرات محیط چگونه واکنش نشان می‌دهد.

- مدل رفتاری Conscientious (تیپ شخصیتی C یا وظیفه‌محور): فرد به قوانین و رفتارهایی که توسط دیگران انجام می‌شود چگونه واکنش نشان می‌دهد.

تیپ‌های شخصیتی D یا سلطه‌گر (افراد قرمز) دارای ویژگی‌های رفتاری زیر می‌باشند: تعیین کننده، ریسک کننده، 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 ریسک‌پذیر، خود محور و کم حوصله هستند و زود عصبانی می‌شوند.

تمایلات این افراد شامل موارد ذیل است:

- حصول نتیجه در اسرع وقت

- فعال کردن افراد و کارها
 - چالش پذیری و مقابله با مشکلات
 - اتخاذ تصمیم در اسرع وقت
 - جویا شدن از وضع موجود
 - کسب قدرت
 - مدیریت نمودن مشکلات
 - حل مشکلات
- 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 پیش بینی طرح ریزی 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 باز دارنده موجود آگاه شوند.
- جملات، شعارها 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 برنده ایم.

* 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 + برنامه‌ریزی + مدیریت = موفقیت

* من بهترینم (یکه تازم)

تیپ‌های شخصیتی I یا تاثیر گذار (افراد زرد) دارای ویژگی‌های زیر می‌باشند: بیانگر، الهام بخش، مبتکر، معاشرتی، علاقه مند به تعامل و ارتباط با دیگران، اجتماعی، خوش بین و مثبت نگر، متقاعد کننده، قانع کننده، با حسن نیت، تاثیر گذار، دوست داشتنی، اجتماعی، بخشنده، باوقار، اجتماعی، مشتاق، اعتماد کننده، محبوب، خونگرم و صمیمی، شاد و سرزنده و اهل تفریح و لذت بردن از زندگی، پرحرف، زود باور و بی نظم هستند. گروه‌های I علاقه مند به ارتباط با دیگران و صحبت کردن و تاثیر گذاری بر دیگران دارند، آنها فروشنده‌هایی موفق هستند.

تمایلات این افراد شامل موارد ذیل است:

- تماس با مردم
- ایجاد تاثیرات مطلوب
- بلبغ و فصیح بودن
- ایجاد محیطی با انگیزه
- ایجاد شور و شوق
- سرگرم 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 باشند:

- 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.

- شرایط کاری مطلوب حاکم باشد.
 - 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 نظام مند را توسعه دهند.
 - ترجیح دهند به جای افراد با عوامل سرو کار داشته باشند.
 - دارای رویکرد منطقی باشند.
 - کار را شخصاً 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.
 - واقع بینانه تر افراد را ارزیابی نمایند.
 - اولویت‌ها و ضرب العجل‌ها را در نظر بگیرند.
 - اگر D پایین دارند با افراد، قاطع تر برخورد نمایند.
- جملات، شعارهای و عبارات مورد علاقه گروه زرد یا I عبارتند از:
- * چونکه ما شادیم.
 - * تو نیکی کن و خوش باش به آرامش وجدان بگذار بگویند فلانی بد دنیاست. شاد و مثبت باش.
 - * 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 موجدم که آرامش ندارم به آسانی سر سازش 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 سخت نگیر.

*اوقات خوش آنروز که با دوست به سر شد.

*نگران نباش ... خوشحال باش.

تیپ‌های شخصیتی S (افراد سبز) دارای ویژگی‌های رفتاری زیر می‌باشند: حمایتگر، حساس، باثبات، آرام و صبور، خدمتگزار، خشنود، مردم‌دار، مهربان و دل‌رحم، احساساتی و خوش‌برخورد، سنجیده و متفکر، وفادار، خشنود، راحت، تودار، سنجیده، خوش‌برخورد، 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 هستند. 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 پیش بینی 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 غیرمترقبه 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 پیش بینی 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 می‌پسند.

* 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 زیباست‌ای زیبا پسند زنده اندیشان به زیبایی رسند..

* سبز همیشه سبز.

* دست در دست هم نهیم به مهر

* من می‌توانم صبر کن و بین

تیپ‌های شخصیتی C یا وظیفه محور (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، جاف‌تاده، پایدار، قابل اطمینان، محتاط، تمیز، منظم، دقیق، بانزاکت، سیاستمدار و غیره. 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 برخوردها و درگیری‌ها
- کنترل بر انجام دقیق امور
- تحلیل متفقدانه 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.
 - جوّ 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 خط مشی‌ها 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 برنامه‌ریزی کنند.
 - اهداف و توضیحات کار محوله را دقیق بدانند.
 - برنامه‌ریزی 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 درگیرهای 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 برآینیم که آرام نماییم موجدیم که آسودگی ما عدم ماست

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

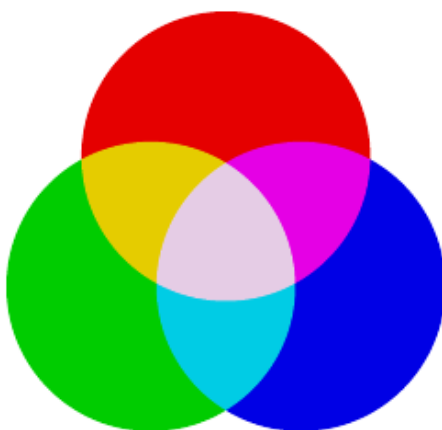
* موفقیت انسان‌ها در گرو اندیشه آنها است.

* قبل از حرف زدن خوب فکر کن.

* امروز مقدمه فردا است .

* از ماست که بر ماست!

همه افراد ترکیبی از سبک‌ها و ویژگی‌های D، I، S و C را دارا می‌باشند و این ترکیب منحصر به فرد است. دو فرد یکسان در دنیا وجود ندارند و این دسته بندی‌ها 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 موفق تری برقرار نمایند.



افراد با ویژگی‌های شخصیتی D و I بیشتر انجام دهنده 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 زیان بدن آنها کمتر و سرعت شان کند است. میانه رو، 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 کار محور یا وظیفه محور می‌باشند.

الگوهای رفتاری DISC و کاربرد آن در بهره‌وری فردی - سازمانی / ۲۵

پرسشگر، منطق‌گرا، شکاک، چالش طلب 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 را 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 را 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 سبک شخصیت DISC «بهترین» یا ممتاز وجود ندارد. در این مدل پانزده الگوی رفتاری معرفی شده است ولی هیچ یک 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 شرایط 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 پی در 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 وفق و 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 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 مدل‌های DISC و اولویت‌های آنها به یک اندازه با ارزش هستند و هر فرد تلفیقی از چهار مدل 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.

نگرش‌های تیپ‌های شخصیتی به وظایف و کار

نگرش هر تیپ شخصیتی به وظایف و کار متفاوت و شامل موارد زیر است:

تیپ شخصیتی D = همین حالا و به سرعت کار را باید انجام داد.

تیپ شخصیتی I = بعداً هم می‌شود انجام داد، کار باید سرگرم کننده باشد.

تیپ شخصیتی S = از دیگران کمک بگیر، از روش‌های سنتی استفاده کن.

تیپ شخصیتی C = کار را بهتره خودم و به طور دقیق انجام بدم.

بزرگترین نیازهای تیپ‌های شخصیتی

بزرگترین نیازهای هر تیپ شخصیتی شامل موارد زیر است:

تیپ شخصیتی D نیاز به چالش و تسلط، تیپ شخصیتی I نیاز به شناخت و تعامل، تیپ

شخصیتی S نیاز به قدردانی و خدمات و تیپ شخصیتی C نیاز به پاسخ‌های باکیفیت و درست دارد.

نحوه پاسخ تیپ‌های شخصیتی به کشمکش

نحوه پاسخ تیپ‌های شخصیتی به کشمکش به شرح زیر است:

تیپ شخصیتی D کار خودش را می‌کند و راه خودش را می‌رود، تیپ شخصیتی I اگر

نتواند آرامش ایجاد کند به صورت شخصی حمله می‌کند، تیپ شخصیتی S با انتظارات همسو می‌شود و تیپ شخصیتی 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. تیپ شخصیتی D بودجه را به سرعت مرور می‌کند اما وارد جزئیات

نمی‌شود. بودجه را یک برآورد غیردقیق تصور می‌کند که بایستی به اهداف و برنامه‌ها کمک

کند. تیپ شخصیتی I در توجه آن مشکل دارد چون آن را بیش از حد نظری می‌داند و نه

چیزی که بتوان با احساسات تجربه کرد یا به لحاظ احساسی ارزش گذاری کرد. تیپ

شخصیتی 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.

تیپ شخصیتی C در محدوده بودجه باقی می‌ماند اما در یک حوزه صرفه جویی می‌کند تا کیفیت حوزه دیگری را بالا ببرد. اهداف و برنامه‌ها بایستی به بودجه‌بندی دقیق ختم شوند.

رابطه‌ای بین جنسیت و ویژگی‌های S، I، D و C وجود ندارد. شاید تصور عموم این باشد که مردان بیشتر دارای تیپ شخصیتی D هستند و زنان دارای تیپ شخصیتی 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 تیپ شخصیتی 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.

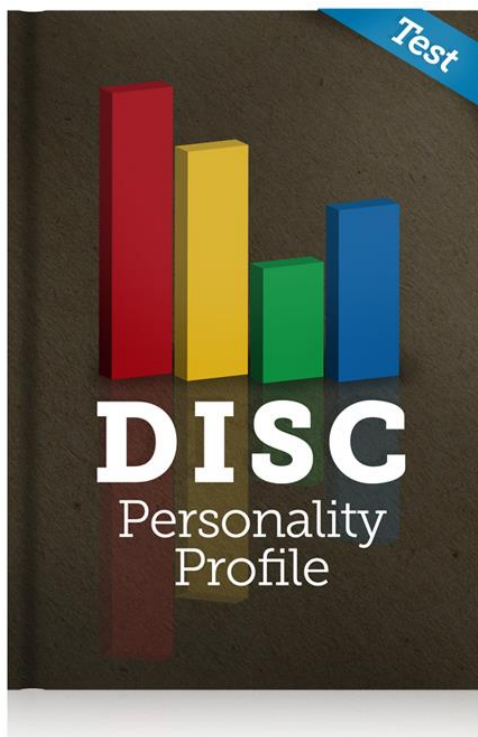
ویژگی‌های شخصیتی در افراد مختلف متفاوت است. بدلیل تفاوت‌های ویژگی‌های شخصیتی افراد، سازمان‌ها شاهد تعارض‌ها و اختلاف نظرها می‌باشند، تفاوت‌های رفتاری افراد باعث تعارض در گروه‌های کاری می‌شود، بدلیل عدم شناخت افراد از علوم رفتاری و نحوه تعامل و ارتباط با افراد در محیط‌های کاری و اجتماع دچار مساله می‌شود. 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 در گاه ارتباطی کارکنان خود آشنا نباشند نمی‌توانند با آنها ارتباط برقرار کنند، DISC با تحلیل شخصیت کارکنان به مدیران می‌گوید که ویژگی‌های شخصیتی 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 آنان را بشناسند و مطابق مدل رفتاری ایشان عمل کنند تا بتوانند بهره‌وری فرد را افزایش دهند و به تبع 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 فعالیت 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 علاقه مند به کارهای زودبازده و عملی دارند، برای آنها نتیجه و خروجی مهم است، آنها مدیران عملیاتی خوبی می‌شوند.

دوره‌های آموزشی مدل DISC برای شرکت مدیران و کارکنان در این دوره‌ها برای اینکه توان ارتباطی خود را توسعه دهند، سودمند می‌باشد. دوره‌ها در قالب دوره‌های کار تیمی، ارتباطات، فروش و غیره، اهداف رفتاری زیر 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 برنامه‌ریزی 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 مدل‌ها 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.

الگوهای رفتاری DISC و کاربرد آن در بهره‌وری فردی - سازمانی / ۳۱

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 ۳۰ سوالی، مدل رفتاری افراد را مشخص می‌کند. 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.

شناخت دقیق تیپ شخصیتی 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 دسته بندی مناسب و قدرتمند به افراد کمک کند تا خود را بیشتر بشناسند، به نقاط قوت و قابل بهبود خود آگاه شوند، تفاوت‌های 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 ۲۰۰۶ بر روی جامعه آماری

۷۵۳۱۷ مورد در دنیا توسط پروفیسور پیتز کلاسن تاییدیه صلاحیت دریافت نموده است. بر همین اساس در بیش از ۶۰ کشور دنیا مورد استفاده می‌باشد و بزرگترین صنایع دنیا آن را انتخاب کرده‌اند که این امر سندی بر کاربردی بودن، جامعیت و اعتبار جهانی این ابزارها می‌باشد.

شرکت‌های مشهوری در آمریکا و دیگر کشورها پرسشنامه‌های DISC را تهیه و از طریق اینترنت ثبت نام و ارائه می‌نمایند، در ایران نیز این شرکت‌ها دارای نمایندگی‌هایی می‌باشند که به زبان فارسی این پرسش‌نامه و تحلیل آن موجود می‌باشد.

محصول مدیریتی DISC جهت مشخص نمودن و تعیین مدل‌های رفتاری افراد می‌باشد و به بهترین وجه می‌تواند 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 می‌توانند 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 می‌کند.

این ابزار مدیریتی، آنلاین و تحت وب بوده 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 Personal Profile System Dimensions of Behavior DISC

سیستم مشخصات شخصی (DISC Personal Profile System) 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 حرفه ای
- 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 تیپ‌های شخصیتی با رویکرد DISC در فروش یا رفتارشناسی مشتری



از کاربردهای مفید ابزار DISC شناخت تیپ شخصیتی مشتریان و نحوه رفتار با آنان است. آگاهی از تیپ شخصیتی خود و مشتریان و بررسی و تحلیل رفتار فروش ما می‌تواند موضوعی جذاب باشد و کار کردن را لذت بخش نماید.

مشتریان دارای تیپ‌های شخصیتی 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 تیپ شخصیتی D زبان بدن مقتدرانه و قوی تری از افراد تیپ شخصیتی I دارند، کمتر حرف می‌زنند و همه چیز را به دقت بررسی می‌کنند، بدون تعارف و رک اظهار نظر می‌کنند، افراد دارای تیپ شخصیتی I زبان بدن صمیمی تری 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 فروشنده بارز می‌باشد.

مشتریان دارای تیپ‌های شخصیتی 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 علاقه مندند، زبان بدن مشتری دارای تیپ شخصیتی 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 تیپ شخصیتی S آرام و متین است، از حرکات‌های 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 حتماً لبخند زیبایی بر لب دارد، خیلی رک و صریح نظر نمی‌دهد و رفتارهای دوستانه‌ای دارد.

روش فروش حضوری و رفتار با مشتری دارای تیپ شخصیتی D به شرح زیر است: مشتری تیپ شخصیتی 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 تیپ شخصیتی 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 غیرواقعی را داشته باشد، از اظهار نظرهای رک و صریح و یا صحبت‌های مغرورانه مشتری نباید ناراحت شود، اگر محصول یا خدمات را نقد کرد باید از وی تشکر کرد و سعی نمود پاسخ‌های علمی و دقیق به نقد وی بدهد، احساسی نباشد و سعی نکند از طریق احساس مشتری را متمایل به خرید کند.

در زمان فروش و ارتباط با مشتری تیپ شخصیتی D فروشنده باید کارهای زیر را انجام

دهد:

سعی کند زبان بدنش را مطابق زبان بدن مشتری نماید (البته این موضوع برای تمامی تیپ‌ها صادق است)، فاصله خود را با وی حفظ کند (زیاد صمیمی و خودمانی نشود)، سریع به سر 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 بی مورد در انتخاب نداشته باشد.

روش فروش حضوری و رفتار با مشتری دارای تیپ شخصیتی I به شرح زیر است:

مشتری تیپ شخصیتی I مشابه مشتری D تیپ شخصیتی سریع خرید می‌کنند، البته عجله‌ای برای خرید ندارد و مایل است با فروشنده گپ و گفتگو داشته باشد، زمان برای وی اهمیتی ندارد و 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 تیپ شخصیتی I فروشنده نباید کارهای زیر را انجام

دهد:

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 تیپ شخصیتی 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 تیپ شخصیتی I فروشنده باید کارهای زیر را انجام

دهد:

به سلام گرم آنان 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. این تیپ‌های شخصیتی عاشق دیده شدن و شناخته شدن هستند؛ از این نکته در فروش خود استفاده کند.

روش فروش حضوری و رفتار با مشتری دارای تیپ شخصیتی S به شرح زیر است:

مشتری دارای تیپ شخصیتی 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.

۴۰ / الگوهای رفتاری DISC و کاربرد آن در بهره‌وری فردی - سازمانی

در زمان فروش و ارتباط با مشتری تیپ شخصیتی S فروشنده نباید 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 زیان بدن هیجانی، رفتار خشک و جدی.

در زمان فروش و ارتباط با مشتری تیپ شخصیتی S فروشنده باید کارهای زیر را انجام

دهد:

اجتماعی و خونگرم باشد، اعتماد وی را به خود جلب نماید، احساسات وی را دست کم نگیرد، محیطی امن و مطمئن برای وی مهیا نماید، به سئوالات 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 دهد، 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، تضمین، 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 تیپ شخصیتی C به شرح زیر است:

مشتری دارای تیپ شخصیتی 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

الگوهای رفتاری DISC و کاربرد آن در بهره‌وری فردی - سازمانی / ۴۱

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 آنها 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 تیپ شخصیتی C فروشنده نباید کارهای زیر را انجام دهد:

زبان بدن خود را کنترل کند و از حرکات‌های تند و سریع بپرهیزد، 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 بپرهیزد، 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 تیپ شخصیتی 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 فروشنده شما توسط مشتری ناراحت نشود و اگر 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.

تیپ‌های شخصیتی بر اساس مدل DISC و سبک تدریس و یادگیری در آموزش‌های سازمانی



نحوه تدریس افراد دارای تیپ شخصیتی D

- افراد دارای تیپ شخصیتی 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 بینش هایشان اندکی ملایم تر باشند.
- آنها بایستی وقف کردن خود به تدریس را با مردم گرایی بیشتر تعدیل کنند.

ویژگی‌های مدرسین دارای تیپ شخصیتی 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 محبت‌تر و مهربان‌تر 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 تیپ شخصیتی D

مدرسین دارای تیپ شخصیتی 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 قائل 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.
- دوستانه‌تر و سهل‌الوصول‌تر باشد.

سبک‌های یادگیری افراد دارای تیپ شخصیتی 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 شخصاً 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 تیپ شخصیتی I

- افرادی الهام بخش 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 تیپ شخصیتی I لازم است، بیشتر برای زمان وظیفه شناس شوند.
- آنها همچنین برای فهم یک نکته، متن را طولانی تر 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 تیپ شخصیتی I در میان جذاب‌ترین مربیان هستند.

ویژگی‌های مدرسین دارای تیپ شخصیتی I

- آنها برای در میان گذاشتن بینش‌ها و نگرانی‌های شان 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 پیام‌ها را که بیشتر گوش دهند.
- آنها وقتی موضوعی را به اشتراک می‌گذارند، عملکردشان اغلب شگفت‌آور می‌شود.

حوزه‌های رشد مدرسین دارای تیپ شخصیتی I

- مدرس دارای تیپ شخصیتی 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 جزییات 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 تیپ شخصیتی 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. به ارتباطات صمیمی نیاز دارد.

یادگیرنده دیداری

یادگیرنده دیداری می‌خواهد درس را از طریق نمایش یا نقش بازی کردن ببیند. دوست دارد با برون ریزی 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 هیجان انگیز بهتر پاسخ می‌دهد. دوست دارد عبارات و توضیحاتی که درس را زنده می‌سازد، بشنود. لازم است یادگیری تاثیرگذاری بشنود که خوش بینی را ترویج می‌کند. از طریق داستان‌های خنده دار، درس را بهتر می‌شنود.

نحوه تدریس افراد دارای تیپ شخصیتی S

- افراد دارای تیپ شخصیتی 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 تیپ شخصیتی S دوستان وفادار و با ایمانی هستند.
- آنها باید بکوشند که بیشتر علاقه مند به نتایج باشند تا روابط و الهام.
- آنها که نگران هماهنگی و دقت هستند می‌توانند بیش از حد شیرین بوده و به کندی دلیل این که چرا چیزی درست است را بیان کنند. برای توضیحات کامل می‌توان روی معلمان دارای تیپ شخصیتی S حساب کرد.

ویژگی‌های مدرسین دارای تیپ شخصیتی S

- آنها در مورد اکثر چیزها سخت گیر و قوی نیستند، اما بینش‌های منحصر به فردی 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 آرام تر هستند اما وقتی نظراتشان را در میان می‌گذارند مردم شگفت زده می‌شوند. آن‌ها فروتن هستند و لازم است بیشتر صحبت کنند.

حوزه‌های رشد مدرس دارای تیپ شخصیتی S

- مدرس دارای تیپ شخصیتی S باید دارای شرایط زیر باشد:
- بیشتر پذیرای تغییرات باشد.
- در تعاملات خود مستقیم تر 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 تیپ شخصیتی 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 واقعاً 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 پشتیبانی کننده و امنیت گرا 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 تیپ شخصیتی 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 تیپ شخصیتی C را شایسته اما خسته کننده می‌یابند.
- مدرسین دارای تیپ شخصیتی C به عنوان متفکران انتقادی می‌توانند طعنه زندگان خوبی باشند.
- مدرسین دارای تیپ شخصیتی C وقتی حساس، هیجان زده و صبور باشند، مرییان بزرگی می‌شوند.

ویژگی‌های مدرسین دارای تیپ شخصیتی C

- آنها تصمیم گیرندگان محتاط و کند که در نتیجه قضاوت خوبی دارند می‌باشند.

- آنها بسیار تحلیل‌گر 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 جزئیات 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 بی‌توجه به نظر می‌رسند.
- آنها باید اشتیاق و علاقه خود به افراد را افزایش دهند.

سبک‌های یادگیری افراد دارای تیپ شخصیتی 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 عین حال 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 چگونه 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 تیپ شخصیت C

- مدرس دارای تیپ شخصیت 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.

تیپ‌های شخصیتی مدل DISC و ازدواج

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

تیپ شخصیتی D مراسم ازدواج آرمان‌گرا دارد. عروس دارای تیپ شخصیتی D دوستان و بستگان را بر اساس دیدگاهشان به زندگی لیست می‌کند. تیپ شخصیتی D رک و قاطع می‌باشد. وقتی فردی با تیپ شخصیتی D متأهل 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 تیپ شخصیتی 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 تیپ شخصیتی D رقابت‌گرا هستند، به همین دلیل ممکن است جهت دستیابی به بهترین و آرمان‌گراترین شرایط در مراسم ازدواجشان، دست به هزینه تراشی و صرف مخارج خارج از بودجه بزنند، که دور ماندن از این شرایط مستلزم هوشیاری و آگاهی می‌باشد. افراد تیپ شخصیتی D برای رسیدن به نتایج به قابلیت‌ها اعتماد می‌کنند، بنابراین ضمن استخدام یک طراح و برنامه‌ریز، با موشکافی و ریزینی در انجام کارها، به دنبال ایجاد بزرگترین و زیباترین خاطره زندگیشان هستند. آنها ریسک‌پذیرند و علاقمند به شکستن قوانین و به چالش کشیدن وضعیتی هستند که هیچ اعتقادی به آنها ندارند. مراسم ازدواج افراد تیپ شخصیتی D اغلب شیک و مدرن و گرم و صمیمی می‌باشد. در صورتی که میهمانی و پذیرایی بر اساس برنامه پیش‌نرود، مدل تیپ شخصیتی D شرایط را به سرعت سر و سامان داده و اوضاع را بهبود می‌بخشد. به هر حال استرس و هیجان این روز، گاهی اوقات باعث بروز خصلت سلطه‌جویانه و عصبانیت آنها می‌شود. عروس و داماد تیپ شخصیتی D شرایط غیرمنتظره و ناخوشایند را تحمل نکرده و زیر بار فشار زیاد، گاهی اوقات با عصبانیت در حد انفجار، با افرادی که باعث و بانی مشکلاتشان هستند به نحو شدیدی برخورد و مقابله به مثل خواهند نمود.

تیپ شخصیتی I مراسم ازدواج شاد و سرزنده دارد. برای عروس و داماد تیپ شخصیتی I همه چیز در خدمت میهمانی و برای میهمانی است. تیپ شخصیتی I شاد، خلاق و خوش‌مشرب می‌باشد. اگر شما به میهمانی تیپ شخصیتی I دعوت شده‌اید، مطمئناً همه چیز پرانرژی و سرگرم‌کننده خواهد بود. برای تیپ شخصیتی I خوش‌گذرانی و شاد بودن اولین اولویت (البته مسلماً بعد از بحث متاهل شدن) می‌باشد. پذیرایی مناسب، رقص و پایکوبی تا پاسی از

شب، فضای سرشار از گرما و انرژی از عناصر مشترک مراسم ازدواج یک عروس و داماد تیپ شخصیتی I می‌باشد. آنها مراسم ازدواجشان را در کنار خانواده و فامیل به همراه تعداد زیادی ساقدوش می‌خواهند 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 فعالیت‌های صورت گرفته توسط خانواده و دوستان از ویژگی‌های اختصاصی مربوط به مراسم ازدواج تیپ شخصیتی I است. عروس و داماد تیپ شخصیتی I دور از صحنه برنامه‌ریزی بوده و گرایشی به فکر کردن راجع به جزئیات نداشته و پشت صحنه را ترجیح می‌دهند. در واقع یک تیپ شخصیتی I از برنامه‌ریزی 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 برنامه‌ریزی قبلی فرار نماید. گفته می‌شود افراد تیپ شخصیتی I عاشق شناخته شدن و در مرکز توجه دیگران قرار گرفتن هستند. عروس تیپ شخصیتی 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).

تیپ شخصیتی S مراسم ازدواج سنتی دارد. مهم‌ترین چیز برای تیپ شخصیتی S سنت و خانواده می‌باشد. تیپ شخصیتی S صبور و آرام می‌باشد، کسی که از تغییرات آنی متنفر بوده و خواهان استمرار شرایط فعلی می‌باشد. برای تیپ شخصیتی S پابندی به رسوم و سنن یک اصل می‌باشد. مراسم ازدواج تیپ شخصیتی 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 تیپ شخصیتی S، ذاتاً خلق و خوی طبیعت‌گرایی دارند. آنها خانواده و دوستان را درگیر فرآیند برنامه‌ریزی کرده و از اینکه اجازه می‌دهند تا دیگران در تصمیم‌گیری بزرگ آنها سهم باشند، بسیار خوشنود 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

تیپ شخصیتی S می‌باشد. علی‌رغم اینکه عروس و داماد تیپ شخصیتی S توانمندی عملیاتی نمودن تک تک تشریفات عروسی را به شکل بسیار جدی ندارند، اما تمام آن موارد برایشان مهم و پر اهمیت می‌باشد. رفتارهای دوستانه از مشخصه‌های ازدواج تیپ شخصیتی S می‌باشد. احترام و وفاداری به میراث خانواده و به رخ کشیدن لباس مادران شان و سردست کت 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 برنامه‌ریزی 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.

تیپ شخصیتی C مراسم ازدواج سازماندهی شده دارد. یک عروس تیپ شخصیتی C برای انجام هر کاری، حداقل ۱۵ آیتم را در چک لیست خود خواهد گنجانید. اگر شما در مراسمی شرکت کرده اید که همه چیز به شکل بسیار حرفه‌ای برنامه‌ریزی شده، به یک میهمانی تیپ شخصیتی C دعوت شده اید. تیپ شخصیتی C بسیار وظیفه شناس و دقیق می‌باشد. هنگام برنامه‌ریزی مراسم، اولین اولویت آنها، اطمینان یافتن از صحت و درستی تصمیمات اتخاذ شده می‌باشد. تیپ شخصیتی 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، تیپ شخصیتی 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. تیپ شخصیتی 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 برنامه‌ریزی چگونه که باید پیش خواهد رفت. تیپ شخصیتی C می‌داند ممکن است هر اشتباهی رخ دهد، بنابراین تمام برنامه‌ریزی همراه با جزئیات دقیق صورت گرفته تا مانع اتفاقی ناخوشایند گردد. تیپ شخصیتی C خواهان کیفیت در سطحی بالا بوده و بسیار کمال‌گراست. او محاسبه‌گر بسیار خوبی است و خوب میدانند اگر سبد گل به موقع نرسد چه اتفاقی خواهد افتاد یا اگر کیک عروسی با تاخیر وارد میهمانی شود، می‌تواند مشکل آفرین باشد. مدل تیپ شخصیتی C لذت بردن از مهمانی را فراموش می‌کند. تیپ شخصیتی C زمانی که درگیر چک کردن انجام کارها می‌شود از شرایط موجود رضایت کافی ندارد.

نمونه سوالات DISC

کمترین L	بیشترین M	جملات	ردیف
		اعتمادکننده و مشتاق هستم. بردبار و مودب هستم. دلیر و ماجراجو هستم. سازگار و موافق هستم.	۱
		نوآور و دارای چشم انداز هستم. خوددار و محتاط هستم. اجتماعی و هم‌خو هستم. صلح طلب و مذاکره کننده هستم.	۲
		دقیق هستم. متمرکز و هدف‌گرا هستم. عضو تیم و منطبق با تیم هستم. تشویق کننده و محرک دیگران هستم.	۳
		حساس هستم و نا امید می‌شوم. - قوانین او را خسته می‌کند، بی‌قرام جانب حق را می‌گیرم. قوانین او را به چالش می‌کشد، متهور خشنود و راحت هستم، احساساتم را درون خود نگه می‌دارم. قوانین او را مطمئن می‌سازند، امنیت دوست دارم مطالبی را که باید بدانم به من بگویند. قوانین او را بی طرف می‌سازند، عدالت	۴
		به دنبال تعادل و آرامش هستم. - پاداش‌ها را دوست دارد، دستاوردها خوش صحبت و جذاب هستم. از گردهمایی‌های گروهی و اجتماعی لذت می‌برد منظم و پیروی کننده از قوانین هستم. به تحصیل ادامه می‌دهد، تحصیل کرد سریع و جسور هستم.	۵
		سیستمی (بانظم) و داری مدیریت زمان هستم - محتاط، حسابگر مشتاق و شتاب زده هستم	۶

کمترین L	بیشترین M	جملات	ردیف
		ثابت قدم، کامل قابل اعتماد و وفادار هستم بیرون رونده، مشتاق احساساتی و بدون تامل عمل می‌کنم	
		کناره گیر و بسیار محتاط هستم - تحریک پذیر، بشاش رویای پرداز و اغراق کننده هستم . آرامش طلب و دنبال حفظ وضعیت موجود هستم منظم، دقیق رک و قاطع هستم .	۷
		یک تحلیل گر خوب هستم - حقایق را به دست خواهم آورد یک شنونده خوب هستم تا آخر انجام خواهم داد یک تشویق کننده خوب هستم آن‌ها را رهبری خواهم کرد یک تفویض اختیارکننده خوب هستم	۸
		نیرومند و پیشرو هستم - وفادار، انعکاسی خوش بین و پرجاذبه هستم چالش را دوست دارد، پیشگام اهل مشارکت و همکاری با دیگران هستم . تحلیلی، بانزاکت بسیار دقیق و نکته سنج هستم.	۹
		در خرید کردن صبور هستم. - سازگار، صمیمی سریع و قاطعانه خرید می‌کنم. سرزنده، با روحیه از هر چیزی که خوشم بیاید می‌خرم. بی پروا، متهور در خرید دقیق هستم و خودم را کنترل می‌کنم.	۱۰
		سرسختم و چیزها را دقیق می‌خواهم.	

کمترین L	بیشترین M	جملات	ردیف
		<p>۱۱ - مقتدر، بانفوذ از کارهای روتین و یکنواخت خسته می‌شوم . از توجه لذت می‌برد، فرصت‌های جدید به دنبال تغییرات هستم و آنرا ایجاد می‌کنم. از کشمکش می‌پرهیزد، ریلکس دلشین هستم و با مهربانی رفتار می‌کنم.</p>	
		<p>۱۲ بدون تأمل و احساساتی هستم. - خلاق، منحصر به فرد حسابگر و اهل جزئیات هستم. موسس پایه و اساس، نتیجه‌گرا خواهان و مقتدر هستم. قابل اعتماد، معتبر اهل مقابله جویی نیستم و قابل پیش بینی هستم.</p>	
		<p>۱۳ خونگرم و مهربان هستم. فروتن و موافق هستم. مصمم و خواستار نتیجه هستم. قانع و راضی هستم.</p>	
		<p>۱۴ بدون ترس و مستقل هستم. خوددار و محتاط هستم. بی خیالم و محتاط نیستم. مهربان و صمیمی هستم.</p>	
		<p>۱۵ وظیفه شناس هستم و برای آینده برنامه دارم. به دنبال شناخت و پیشرفت هستم. خطرکننده و بی باک هستم. قابل اعتماد و شنونده خوبی هستم.</p>	
		<p>۱۶ قوانین خسته کننده هستند. قوانین را به چالش می‌کشم. قوانین آرامش خاطر و امنیت ایجاد می‌کنند. قوانین بی طرفی و نظم به ارمغان می‌آورد .</p>	
		<p>۱۷ پاداش ها و دستاوردها را دوست دارم. از گردهمایی‌های گروهی و اجتماعی لذت می‌برم. ادامه تحصیل و رشد علمی را دوست دارم. می‌خواهم در امنیت و بدون تهدید باشم</p>	

کمترین L	بیشترین M	جملات	ردیف
		محتاط و حسابگر هستم ثابت قدم و دقیق هستم برون‌گرا و مشتاق هستم . صریح و مسوولیت‌پذیرم .	۱۸
		تحریک‌پذیر و بشاش هستم حامی و مدافع هستم منظم و دقیق هستم رقابتی و اهل بحث هستم	۱۹
		حقایق را به دست می‌آورم تا آخر دنبال خواهم کرد . آنها را هدایت و راهنمایی می‌کنم. آنها را قانع می‌کنم	۲۰
		وفادار و اهل فکر هستم. چالش را دوست دارم و پیشرو هستم. تحلیلی و بانزاکت هستم. محبوب و متقاعدکننده هستم.	۲۱
		سازگار و صمیمی هستم. سرزنده و با روحیه هستم. بی‌پروا و جسور هستم. منظم و انطباقی هستم.	۲۲
		مقتدر و بانفوذ هستم. از مورد توجه قرار گرفتن و فرصت‌های جدید لذت می‌برم. از کشمکش پرهیز می‌کنم و آرام هستم طبق آیین نامه عمل می‌کنم و دارای سیاست هستم.	۲۳
		خلاق و منحصر به فرد هستم. فعالیت‌ها را سازماندهی می‌کنم و نتیجه‌گرا هستم. قابل اعتماد و معتبر هستم. دارای معیارها و استانداردهای بالایی هستم.	۲۴

منابع

دادفر، محبوبه، عاطف وحید، محمد کاظم، کولیوند، پیرحسین، قضایی پور ابرقویی، فرزاد (۱۳۹۴). تیپ شخصیتی D یا شخصیت درمانده و سلامت عمومی. تهران، انتشارات میرماه.

کلینیک تجارت ایرانیان مدل DISC <http://itbc.ir>

مرادی، محمد باقر (۱۳۹۳). دیسک و ازدواج: چگونگی تاثیر تیپ شخصیتی بر مراسم ازدواج. moradimb.blogfa.com

مرادی، محمد باقر (۱۳۹۲). ارتباط تیپ‌های شخصیتی بر اساس مدل DISC با سبک تدریس و یادگیری در آموزش‌های سازمانی. مقاله ارائه شده در اولین کنفرانس ملی آموزش و توسعه منابع انسانی ایران، ۲۶ بهمن ماه، هتل المپیک تهران.

مرادی، محمد باقر (۱۳۹۲). تیپ شناسی شخصیت بر اساس رنگ. moradimb.blogfa.com

مرادی، محمد باقر (۱۳۹۳). رفرنس‌های بررسی اعتبار ابزار DISC. moradimb.blogfa.com.
مرادی، محمد باقر (۱۳۹۳). سمینار فروش و ارتباط با مشتری، شرکت درازه و پخش عقاب تهران، ۰۸/۱۱/۹۳

مرادی، محمد باقر (۱۳۹۳). کاربرد شناخت تیپ‌های شخصیتی با رویکرد DISC در فروش یا رفتارشناسی مشتری. مصاحبه تلویزیونی در شبکه جام جم. ۲۲ مرداد ماه.

مرادی، محمد باقر (۱۳۹۳). معرفی ابزار DISC و کاربردهای آن. moradimb.blogfa.com

مرادی، محمد باقر (۱۳۹۳). معرفی ابزار DISC. moradimb.blogfa.com

مرادی، محمد باقر (۱۳۹۴). شعارهای و عبارات مورد علاقه گروه‌های مختلف DISC moradimb.blogfa.com

مرادی، محمد باقر (۱۳۹۲). آشنایی با ابزار DISC moradimb.blogfa.com

مرادی، محمد باقر (۱۳۹۲). برگزاری دوره کار تیمی با رویکرد DISC در شرکت پتروشیمی کرمانشاه.

۶۰ / الگوهای رفتاری DISC و کاربرد آن در بهره‌وری فردی - سازمانی

مرادی، محمدباقر (۱۳۹۲). برگزاری دوره کار تیمی با رویکرد DISC در شرکت پترو پارس .
مرادی، محمدباقر (۱۳۹۲). برگزاری دوره کار تیمی با رویکرد DISC در شرکت ایران خودرو
(مدیریت رنگ).

مرادی، محمدباقر (۱۳۹۲). برگزاری سمینارهای ارتباط با مشتری برای شرکت ایساکو در
شهرهای رشت، اصفهان، مشهد، تهران.

مرادی، محمدباقر (۱۳۹۲). دوره شیوه‌های نوین تدریس برای شرکت نفت حفاری شمال. ۱۲ و
۱۳ بهمن.

مرادی، محمدباقر (۱۳۹۲). دوره کار تیمی با رویکرد DISC برای مدیران و روسای
سوارسازی شرکت ایران خودرو، ۶ و ۷ بهمن.

مرادی، محمدباقر (۱۳۹۲). دوره کار تیمی با رویکرد DISC برای مدیران و کارشناسان
آموزش شرکت ذوب آهن اصفهان، ۹ بهمن.

مرادی، محمدباقر (۱۳۹۲). دوره کار تیمی با رویکرد DISC برای موسسه ماهان. ۱۴ بهمن.

مرادی، محمدباقر (۱۳۹۲). دوره کار تیمی با رویکرد DISC در شرکت زامیاد.

مرادی، محمدباقر (۱۳۹۲). دوره کار تیمی با بازی‌های مدیریتی ویژه سرپرستان، کرمان موتور،
۲۱ - ۲۲ - ۲۷ - ۲۸ بهمن.

مرادی، محمدباقر (۱۳۹۲). سمینار آشنایی با تیپ‌های شخصیتی با مدل DISC (ایران خودرو).

مرادی، محمدباقر (۱۳۹۲). سمینار آشنایی با تیپ‌های شخصیتی با مدل DISC

مرادی، محمدباقر (۱۳۹۲). شناخت تیپ‌های شخصیتی بر اساس الگوی DISC.
moradimb.blogfa.com

مرادی، محمدباقر (۱۳۹۲). کاربرد شناخت تیپ‌های شخصیتی بر اساس مدل DISC در فروش.
moradimb.blogfa.com

مرادی، محمدباقر (۱۳۹۲). مدل DISC در رفتار شناسی و شخصیت. moradimb.blogfa.com

مرادی، محمدباقر (۱۳۹۲). یادگیری DISC از طریق داستان. moradimb.blogfa.com

الگوهای رفتاری DISC و کاربرد آن در بهره‌وری فردی - سازمانی / ۶۱

- مرادی، محمدباقر (۱۳۹۳). درباره ابزار DISC بیشتر بدانیم. moradimb.blogfa.com
- مرادی، محمدباقر (۱۳۹۳). دوره آشنایی با شناخت تیپ‌های شخصیتی با رویکرد DISC، مرکز آموزش جهاد دانشگاهی علوم پزشکی تهران. ۱۳۹۳/۸/۸
- مرادی، محمدباقر (۱۳۹۳). دوره آشنایی با شناخت تیپ‌های شخصیتی با رویکرد DISC، کمیته امداد کرج، ۲۶ و ۱۳۹۳/۹/۲۶
- مرادی، محمدباقر (۱۳۹۳). دوره ارتباط با مشتری با رویکرد DISC، بیمه ملت، ۱۳۹۳/۱۰/۲۹
- مرادی، محمدباقر (۱۳۹۳). دوره شیوه‌های نوین تدریس، بانک مسکن، ۱۳۹۳/۱۱/۶
- مرادی، محمدباقر (۱۳۹۳). دوره کار تیمی با رویکرد DISC، شرکت مینا پارس، ۱۳۹۳/۱۰/۸
- مرادی، محمدباقر (۱۳۹۳). دوره کار تیمی با رویکرد DISC، مرکز آموزش شهید دستواره، ۱۳۹۳/۸/۲۷
- مرادی، محمدباقر (۱۳۹۳). سمینار آشنایی با مدل DISC و کاربرد آن در منابع انسانی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۱۳۹۳/۱۱/۱۶
- مرادی، محمدباقر (۱۳۹۳). دوره کار تیمی با رویکرد DISC، بانک شهر، ۱۳۹۳/۹/۶
- مرادی، محمدباقر (۱۳۹۴). پرسش‌های متداول در DISC یا FAQ. moradimb.blogfa.com
- مرادی، محمدباقر (۱۳۹۴). جملات، شعارهای و عبارات مورد علاقه گروه‌های مختلف. moradimb.blogfa.com

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 assessment (2007-2013).

<https://www.discprofile.com/DiscProfile/.../PDFs.../>

EverythingDiSCResearchReportAT.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/ProduceList.aspx>

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

<http://www.telewebion.com/fa/episode/info/1184296>

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-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://robertrohrm.com/video/>

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

www.CommunicationSkillsMagic.com

www.discinsights.com

www.discoveryreport.com/.../understanding-people-disc-personality-traits.pdf

www.discpersonalitytesting.com

www.discprofile.com

www.discusonline.com

www.egSebastian.com

الگوهای رفتاری DISC و کاربرد آن در بهره‌وری فردی - سازمانی / ۶۳

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



by:

Mahboubeh Dadfar

PhD student in clinical psychology,
International Campus,
Iran University of Medical Sciences

Mohammad Bagher Moradi

PhD Student in Entrepreneurship
Ghazvin Islamic Azad University

Dr. Pir Hossein Kolivand

Assistant of Shefa Neuroscience Research Center

Dr. Farzad Ghazaiepour Abarghouei

MD, Iran University of Medical Sciences
School of Behavioral Sciences & Mental Health

Sajad Ghasemi

PhD student in cultural planning, Islamic Azad University