

MODULE N°6 : LES QUADRANTS DE PERSONNALITE

Nous communiquons avec des mots, mais nous pensons en image.

Plus nous sommes capables de peindre une image à la personne à laquelle nous parlons, plus nous nous faisons bien comprendre.

Si jamais il y a un secret pour parrainer des nouveaux consultants, le voici « mettez-vous dans leurs chaussures : Mettez-vous à leur place »

Dites les choses d'une façon qu'ils puissent identifier. Dites les choses tel que si vous étiez à leur place, vous aimeriez les entendre.

COMMUNICATION

Avez vous déjà parlé à un ami et remarqué qu'il ne vous écoutait pas ?

Avez vous vu briller son regard ? Avez vous lu en les yeux qui brillent lors d'une conversation ?

Avez vous déjà souhaité que votre ami saute les détails et aille tout de suite à l'essentiel ?

Avez vous déjà ressenti que votre ami se fichait de vous ?

A ce moment, vous savez que vous n'êtes pas en train de bien communiquer, mais alors qu'est ce que vous pouvez y faire ?

Les gens écoutent tous la même radio. Celle qui s'appelle « **Qui y a t il de bon pour moi la dedans ?** » Je ne suis pas en train de dire que tout le monde est centré sur son nombril, loin de la. C'est seulement le fait que dans ce monde qui va vite, il est difficile que jamais de se sentir concerné par des choses qui ne nous concernent pas. Nous aimons les choses que nous aimons. **Alors comment communiquer avec quelqu'un qui a des intérêts différents des nôtres ?**

Vous devez parler leur langage. Il y a de nombreuses années, quelqu'un a mené une étude et a découvert qu'il y a quatre principaux styles de personnalités, et ils ont tous des façons différentes de communiquer . C'est comme si leurs langues étaient aussi différentes que l'Anglais, le Français le Japonnais et l'Italien.

Si vous ne parlez que l'Anglais, c'est difficile de parler avec quelqu'un qui ne connaît que la Japonais. En fait, vous n'avez pas à apprendre à parler une langue étrangère pour mieux communiquer avec vos amis, mais vous devez vouloir comprendre d'où ils viennent. Dès que vous comprenez ce qui est important pour eux, vous pouvez adapter votre façon de parler, et ils comprendront mieux, vous capterez mieux leur attention, et ils vous apprécieront sans doute plus.

Avant d'expliquer comment vous avez besoin de vous adapter pour mieux communiquer, nous devons d'abord identifier quelle langue vous parlez, c'est à dire dans quel cadrant de personnalité vous vous situez.

IDENTIFIER VOTRE QUADRANT DE PERSONNALITE

Déjà, sachez qu'il n'y a pas de bien ni de mauvais ici. Aucun cadrant de personnalité n'est meilleur qu'un autre. Il y a des consultants de très haut niveau dans chacun des quatre quadrants.

Je veux que vous placiez une croix dans le carré qui vous décrit le mieux. Chacun vous décrit à un certain degré, mais nous cherchons celui qui vous décrit le mieux. Cela peut vous aider de marquer les traits de caractère que vous êtes certains de bien vous décrire et décider à partir de cela.

Ne regardez pas la prochaine page avant d'avoir décidé, vous regretteriez d'avoir lu sans réfléchir avant.

Vérifiez ici
si ceci
vous décrit
le mieux

Vérifiez ici
si ceci
vous décrit
le mieux

Vérifiez ici
si ceci
vous décrit
le mieux

Vérifiez ici
si ceci
vous décrit
le mieux

X	

X	

	X

	X

Compétitif
Compte sur soi
Décisif
Productif
Leader
Persuasif
Impatient
Fou de travail
Rapide à s'emporter
Positif

Spontané
Populaire
Inspirant
Qui aime jouer
Convaincant
Optimiste
Animé
Démonstratif
Insouciant
Désorganisé

Amical
Diplomate
Régulier
Timide
S'adapte facilement
Réservé
Patient
Indécis
Qui s'inquiète
facilement
Apte aux compromis

Loyal
Persévérant
Qui planifie
Ordonné
Fidèle
Aime les
détails
Perfectionniste
Critique
Solitaire
Dur à
satisfaire

Vous trouverez ci dessous un nom qui remplace les croix. De nouveaux, il n'y a pas de bien ni de mauvais. Ceci identifie simplement le langage que vous parlez, votre vision du monde. Vous découvrirez qu'il est très facile de communiquer avec les gens qui sont dans le même cadran que vous.

Vous voudrez vous adapter de votre quadrant pour mieux communiquer avec les trois autres cadrants.

Ori ent é sur les obj ect ifs	Oriente sur le contrôle		O ri en te sur la sé cu rit é
	CONTROLEUR	ANALYSEUR	
	PROMMOTEUR	SUPPORTER	
Orienté sur les gens			

LE CONTROLEUR

(aussi appelé le compétiteur, le Directeur, le colérique)

Motivation : Gagner

Type de voiture : voiture de prestige

Plus grande force : il sait faire faire le travail

Plus grande faiblesse : laisser les autres le faire (déléguer)

Pour leur parler : aller droit au but

IDENTIFICATION DU CONTROLEUR :

Etre un contrôleur ne veut pas dire contrôler les autres. Il s'agit d'être le meilleur, ce qui savent souvent signifie être le premier. C'est pourquoi je parle d'eux en 1^{er}. Les contrôleurs croient qu'ils ont la meilleure façon d'accomplir n'importe quelle tâche. Si vous voulez qu'un travail soit fait, donnez le à faire à un contrôleur et laissez le s'en occuper. Le travail sera fait. Ils ont vraiment beaucoup de mal à laisser les autres les aider, voire laisser les autres faire une partie du travail, car ils croient que personne ne peut faire aussi bien qu'eux. Ils s'occupent des faits, mais pas des détails, spécialement si ça les aide à accomplir une tâche plus facilement. Ils font les choses de la façon la plus efficace possible. Ils veulent des **résultats**. Ils veulent que tout le monde sache qu'ils sont les meilleurs, donc ils conduisent des voitures de prestige comme les BMW, les MERCEDES, ROLLS ROYCE. Ils les préfèrent noires, blanches, ou grises. Ils prennent presque tout au sérieux. Leurs actions ont un sens. Ce sont des leaders naturels. Ils ont déjà réussi des choses sur le plan professionnel et ils ont des objectifs pour leur avenir.

CONSEILS EN CE QUI CONCERNE VOTRE AFFAIRE NIKKEN

- **Si vous êtes un contrôleur** : Votre compétitivité et votre leadership vous amènera au sommet. Détendez-vous. Le monde ne s'arrêtera pas si vous n'atteignez pas votre objectif à temps. Accordez à vos associés consultants la liberté de respirer et de grandir. Si votre objectif est d'avoir la plus grande affaire NIKKEN, vous ne pouvez pas tout faire tout seul. Vous aurez besoin d'avoir de bonnes personnes

dans votre groupe, et ceci veut dire les autoriser à faire des erreurs et apprendre de ces erreurs. Vous serez tenter de pousser les gens et de leur dire ce qu'il faut faire. **Ne le faites pas.** Pensez à ce que vous ressentez quand on vous pousse.

- **Pour parrainer un contrôleur** : Dites lui qu'il peut gagner avec NIKKEN. Dites lui qu'il va contrôler sa vie. Parlez-lui de l'argent qu'il peut gagner, car l'argent est une carte maîtresse pour lui. Parler vite et soyez aussi concis que possible. Restez réellement concentrés sur la conversation.
- **Quand vous parrainez un contrôleur** : Traitez les avec des gants. Tout doit venir d'eux, ça doit être leur idée, et ils croient que leur façon de faire est la meilleure. Ils ne deviendront pas coachables tant qu'ils n'ont pas essayé leur façon et échoué. Si vous êtes un contrôleur, vous pourriez facilement rentrer dans des engueulades, parce que vous croyez tous les deux avoir raison.

Pour les motiver : dites leur quand vous discernez une victoire chez eux.. Vous leur donnez un renforcement positif, afin qu'ils enregistrent plus de victoires.

Note supplémentaire :

Le contrôleur est dans un quadrant dans lequel il y a une différence entre positif et négatif. Tous les contrôleurs veulent le plus grand immeuble en ville, quelle que soit la façon de l'obtenir. Un contrôleur positif aura le plus grand immeuble en surpassant tout le monde. Un contrôleur négatif va avoir le plus grand immeuble en ville en détruisant les immeubles des autres, afin qu'il n'en reste qu'un seul debout, le leur.

PROMOTEUR

(connu aussi comme l'enthousiaste, le socialisateur, le sanguin)

promoteur	

Motivation : Reconnaissance et sens de la fête et du plaisir

Type de voiture : voiture de sport

Plus grande force : n'a pas peur

Plus grande faiblesse : la construction

Pour communiquer avec eux : soyez enthousiasme

IDENTIFICATION :

Pour les promoteurs, la vie est une grande fête. Ce sont ceux qui s'amuse. Ils sont habituellement heureux et optimiste. Ils s'habillent en couleurs claires, avec des habits qui attirent l'attention. Leur objectif est d'être remarqué, reconnu et populaire. Les promoteurs sont très spontanés et impulsifs. Ils ont du mal à suivre

un plan défini, ils sont très forts pour amener de nouvelles idées. Ils sont rapides, pleins d'enthousiasme et d'énergie. Ils aiment conduire des voitures décapotables de sport dans des couleurs rouge ou jaune. Ils ont horreur de la routine. Ils vont parler plus avec les mains et parler plus fort que les trois autres cadrans. Leurs actions sont au hasard et rapides. Ils ont souvent déjà reçu des récompenses et d'autres formes de reconnaissances dans leur travail.

Conseils concernant votre affaire NIKKEN

- **Si vous êtes un promoteur** : Vous allez faire de grandes choses ici. Votre capacité à vous lever et parler à tout le monde est votre plus grand atout. Demandez à votre conjoint ou à votre upline de vous aider à rester organisé, et concentré.
- **Comment parrainer un promoteur** : Donnez leur la grande image de NIKKEN. Tenez les au courant de tous les événements et dites leur combien ils vont s'amuser. **Parlez vite et utilisez vos mains**. Faites leur un tableau d'eux sur scène avec tout un public qui les applaudit. Donnez-leur des noms de gens connus qui utilisent les produits NIKKEN.

Comment faire du Marketing avec un promoteur :

Vous devez être celui qui planifie pour eux la stratégie et la concentration. Ils ont du mal à faire un suivi. Faire un suivi exige un système (ou au moins un agenda) et ils sont trop spontanés pour ça. Quand vous leur écrivez, écrivez les noms, des gens qu'ils ont approché et prospecté, et rappelez leur ces gens quelques jours plus tard pour voir si ils ont fait le suivi. Pour les motiver, rappelez leur en permanence la scène et les applaudissements qu'ils recevront.

LE SUPPORTER

(connu aussi comme l'ami, celui qui maintient les relations le flegmatique)

	supporter

Motivation : aider les autres, faire une différence.

Type de voiture : van

Plus grande force : aider les autres

Plus grande faiblesse : être ferme

Pour communiquer avec lui : être gentil et agréable

Identification du SUPPORTER :

Les supporteurs sont toujours en train d'aider les autres, et essayent de faire une différence dans leur vie. Ils ont beaucoup, beaucoup d'amis. Ils font toujours les choses en étant accompagné de quelqu'un. Leur objectif, c'est l'acceptation, la stabilité et être aimé des autres. Ils s'habillent de façon informelle. La plupart des maîtres d'école sont des supporteurs. Puisqu'ils aiment faire des choses avec des amis, ils roulent dans une voiture dans laquelle les amis seront confortablement assis. Sans être dans le flash, le voyant, leurs voitures et leurs vêtements sont souvent des notes de « terre » (beige, marron, pastel). Des quatre cadrants, les supporteurs sont les premiers à chercher à se venger s'ils sont en colère. Ils feront plus confiance aux informations de leurs amis que celles des experts. Ils ont peur des changements soudains. Ils aiment les amitiés qui durent. Ils s'efforceront toujours d'éviter les conflits et abandonneront une tâche pour sauver une amitié. Leurs actions sont lentes et toujours en considération des gens qui sont en relation avec eux. Ils ont des photos d'amis et de famille dans leur lieu de travail.

Conseils dans votre affaire NIKKEN :

- **Si vous êtes un supporter** : vous allez aimer cette affaire. Vous allez aider des gens physiquement et financièrement ici. **Apprenez l'amour costaud. Vous aiderez les gens plus en leur disant ce qu'ils ont besoin d'entendre, plutôt qu'en leur disant ce qu'ils veulent entendre.**
- **Quand vous avez parrainé un supporter** : Soyez là pour eux. Quand un prospect leur dit non, ils le prendront personnellement. Continuez à leur rappeler tous ceux qu'ils vont aider. Faites leur savoir qu'ils jouent un rôle important dans votre affaire. Leur famille passera toujours en premier, mais ils vous supporteront avant d'être capable de dépasser le rejet pour en faire un avantage

L'ANALYSEUR

(connu aussi comme l'analyste, le penseur, le mélancolique)

	Analyseur

Motivation : l'information, les systèmes, la sécurité

Type de voiture : Volvo, voiture de valeur

Plus grande force : l'organisation, la résolution des problèmes

Plus grande faiblesse : être un peu perfectionniste

Pour communiquer avec eux : soyez précis

IDENTIFICATION DE L'ANALYSEUR :

Pour les analyseurs, tout doit être logique, structure et détails. Ils aiment les systèmes et le « processus ». Leur but, c'est la précision ? Etant orienté sur les détails, ils font de grands

chercheurs. Ils sont lents à prendre une décision, mais quand ils la prennent, c'est définitif. Leur sécurité vient d'une recherche complète sur un sujet. Ils adorent résoudre les problèmes. Ils vont éviter les embarras au maximum. Si jamais ils ont tort, ce n'est pas de leur faute. Ce sont les données qui sont responsables. Ils sont critiques et perfectionnistes. Puisqu'ils font bien leurs devoirs, ils achètent leur véhicule grâce aux magazines automobiles spécialisés. Ils s'en fichent de la couleur. Tout est une question de forme et de fonction. Ils sont lents à se débarrasser de quoi que ce soit. Ils pourraient peut être en avoir besoin un de ces jours. Leurs actions sont lentes, et susceptibles de changer, puisqu'ils se battent avec les décisions à prendre. Tout à une place. Si vous avez entendu le terme de personnalité de type « anal », c'est un raccourci pour le mot analytique.

CONSEILS DANS VOTRE AFFAIRE NIKKEN.

- **Si vous êtes un analyseur** : Votre capacité à utiliser les systèmes vont grandement vous servir dans NIKKEN. Vous aurez **une des équipes de consultants les mieux formés dans NIKKEN**, car vous allez trouver un système qui marche et vous allez l'enseigner. Réalisez que les activités et les preuves ne sont pas nécessaires pour les trois autres cadrans. La plupart des analyseurs, ne vont prospecter que quelques personnes à la fois, puis vont attendre la venue d'une donnée (voir ce que ces prospects feront). Lutte contre cette tendance en faisant plusieurs expériences tout de suite (par exemple : prospectez dix personnes d'une certaine façon, prospectez dix autres d'une autre façon, et dix autres encore d'une troisième façon mais en même temps). Comprenez que votre succès viendra d'un système de momentum que d'un système où toutes les choses sont bien faites.
- **Pour parrainer un analyseur** : Parlez lentement et soyez systématique. **Donnez leur des détails**. Justifiez logiquement pourquoi il est sensé de construire une affaire NIKKEN. Ils vont généralement demander des données, donc sachez où les envoyer pour en obtenir. Ils seront intéressés dans votre système pour construire votre affaire.
- **Pour mentorer, motiver un analyseur** : Donnez leur tous les détails nécessaires pour eux, afin de les décider à agir. Soyez aussi structurés qu'eux. Ils veulent une raison pour tout faire dans cette affaire et des instructions spécifiques pour savoir comment le faire.

Autres notes et observations :

Les **contrôleurs** sont les opposés des **supporteurs** dans presque tous les domaines.

Les **promoteurs** sont les opposés des **analyseurs**.

Nous avons tous appris que les contraires s'attirent.

Eh bien, c'est vrai. Si vous êtes marié votre conjoint sera dans un cadran opposé au vôtre. Votre conjoint vous équilibre.

Si vous êtes célibataire, vous aurez probablement du mal à savoir dans quel cadran vous êtes. Puisque les célibataires, n'ont pas de conjoint pour les équilibrer, ils doivent s'équilibrer eux même. Un célibataire peut être dans n'importe lequel des cadrans, une fois que vous le rencontrez, et être dans un différent cadran la fois suivante ou vous le rencontrez.

Si vous prospectez un analyseur ou un supporter, vous aurez besoin de l'aide (ou de la permission) de leur conjoint pour qu'il construise une affaire NIKKEN. Si vous prospectez un contrôleur ou un promoteur, il n'aura pas besoin du support de son conjoint pour démarrer NIKKEN.

Parfois, vous verrez un homme analyseur habillé en couleur vives. Ca veut dire que sa femme lui achète ses habits. Une femme avec un chapeau est presque tout le temps un promoteur. La plupart des enseignants sont des supporteurs, quoique les professeurs d'Université sont souvent des analyseurs. C'est de là que vient le proverbe « Ceux qui peuvent faire (les promoteurs) ceux qui ne peuvent pas faire (les analyseurs) »
Nous avons besoin des deux ici dans NIKKEN.

Application :

J'ai mentionné que vous vouliez vous mettre dans les « pompes » de vos prospects. Ceci parce que vous ne parler probablement pas leur langage. Voilà certaines choses que nous disons dans la prospection et voilà ce que pensent les différents cadrons après qu'on leur ai parlé.

Exemple n°1 :

Vous dites : « Ces produits aident les gens à se sentir mieux physiquement ».

Leurs pensées :

Contrôleurs : « Et alors. Combien je peux gagner avec ça ? »

Promoteurs : « Etre un consultant me permettra de mieux paraître avec les autres ».

Supporteurs : « J'achèterai bien ça, j'ai toujours cherché quelque chose comme ça ».

Analyseurs : « J'espère que tu peux prouver ce que tu dis » (données)

Exemple n°2 :

Vous dites : « NIKKEN est une société qui a 43 ans d'existence ».

Leurs pensées :

Contrôleur : « oui, mais quelle est la taille de l'entreprise ? Et combien gagent leurs plus grands consultants ? »

Promoteur : « et alors ? »

Supporteur : « Bien, ils sont là depuis un bout de temps. Je peux leur faire suffisamment confiance pour partager ça avec mes amis ».

Analyseur : « A quoi ressemble (leur établissement, leur structure) financière ? »

Parfois, il est difficile de savoir dans quel cadran quelqu'un se situe. Si tout le reste échoue, posez à votre prospect la question « **qu'est ce qui est le plus important à vos yeux ?** » gagner, avoir du plaisir, s'amuser, aider les autres ou résoudre des problèmes ? Leur réponse vous donnera au moins un point de départ :

- **gagner** : contrôleur
- **s'amuser** : promoteur
- **aider les autres** : supporteur
- **résoudre les problèmes** : analyseur

Je ne vous promets pas que ce sera exact dans 100% des cas, mais au moins ça vous donnera une direction pour démarrer une conversation. **Chacun est une combinaison des quatre cadrons, mais chacun a un cadran dominant.**

EN RESUME :

Cherchez leur facteur de motivation. J'ai persuadé une femme qui était un promoteur tout craché. Elle roulait dans un van. Je ne comprenais pas pourquoi elle conduisait un van, étant un promoteur. Et bien, je le lui ai demandé, sa réponse : J'avais besoin de quelque chose pour trimballer mes clubs de golf et mes packs de bière.