



de Olive Bourgogne

Soucieux d'aider ses clients à choisir les meilleurs candidats, le **profil RADHAR** cerne les grands traits de la personnalité du candidat. Le profil RADHAR est fondé sur les connaissances actuelles des sciences cognitives.

Caractéristique du profil

DOUBLE DOMINANT de types "gestionnaire" et "producteur".

Dominance (mono, bi, tri ou quadri) = type de comportement que la personne privilégie (cf : graphique page 2)

Profil donnant un sentiment de cohérence interne. Ce type de personne combine les qualités d'analyse et de rigueur à celles de prudence, d'organisation et de sens pratique des choses. Passe très facilement à l'acte avec des capacités pour gérer les choses. Cela donne une personnalité solide, bien structurée et consistante dans ses choix aussi bien dans la réflexion que dans l'action.

L'avantage de ce type de profil est que les dominances se complètent et se renforcent mutuellement : analyse et goût des réalisations, sens critique et pragmatisme. Le risque est que ce type de personne ne soit pas à l'aise pour travailler avec les personnes qui ont une approche innovante, globale, relationnelle et libertaire des choses.

Retenons la forte intensité des traits de personnalité "analyse" et "expertise", l'intensité marquée du trait de personnalité "faculté de raisonnement" et l'intensité des traits de personnalité "affirmation de soi" et "affinité pour la technique". La dimension intuitive paraît secondaire dans le mode de pensée de cette personne.

Nette dominance du processus séquentiel et rationnel de traitement de l'information sur le processus simultané et intuitif : 157 contre 122. (cf : *graphique_page_2*)

Bon équilibre entre abstraction et concrétisation. La petite différence entre les deux, indique un bon rapport entre l'affectif et la réflexion : 143 contre 136. (cf : *graphique_page_2*)

Résumé

PERSONNALITE : rationnelle et concrète.

PROCESSUS CEREBRAL : Nette dominance du mode séquentiel sur le mode simultané.

ABSTRAIT - CONCRET : Bon équilibre entre réflexion et pragmatisme.

AUTONOMIE : incertaine.

PRISE DE DECISION : assez prudent.

COMMUNICATION : objective, technique, précise, s'appuie sur des faits, des chiffres et des dates pour imposer rationnellement son point de vue.

NEGOCIATION : recherche le meilleur compromis entre une attitude «agressive» et une attitude «intégrative», satisfaisant les intérêts des deux parties. Cependant l'attitude peut être perçue comme légèrement «agressive».

STYLES DOMINANTS DE MANAGEMENT : tendance à entraîner ses équipiers, en leur imposant des objectifs de résultats (mode technocratique).

Représentation graphique du profil de Olive Bourgogne.

LOGIQUE

Type : **Expert**

gère ce qui est du ressort de la rationalité, des finances et de la technique

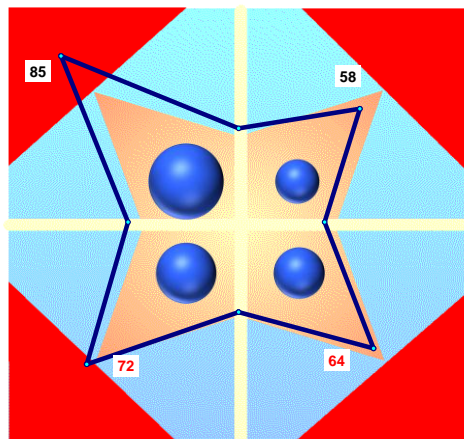
Processus **séquentiel** 157
(Dominance >= 140)

LOGISTIQUE

Type : **Pragmatique**

gère ce qui est du ressort des réalisations concrètes et sécurisées.

ABSTRAIT = 143 (Dominance >= 140)



CONCRET = 136 (Dominance >= 140)

INTUITION

Type : **Créatif**

gère ce qui est du ressort de la l'innovation et de l'autonomie

Processus **simultané** 122
(Dominance >= 140)

SENTIMENT

Type : **Relationnel**

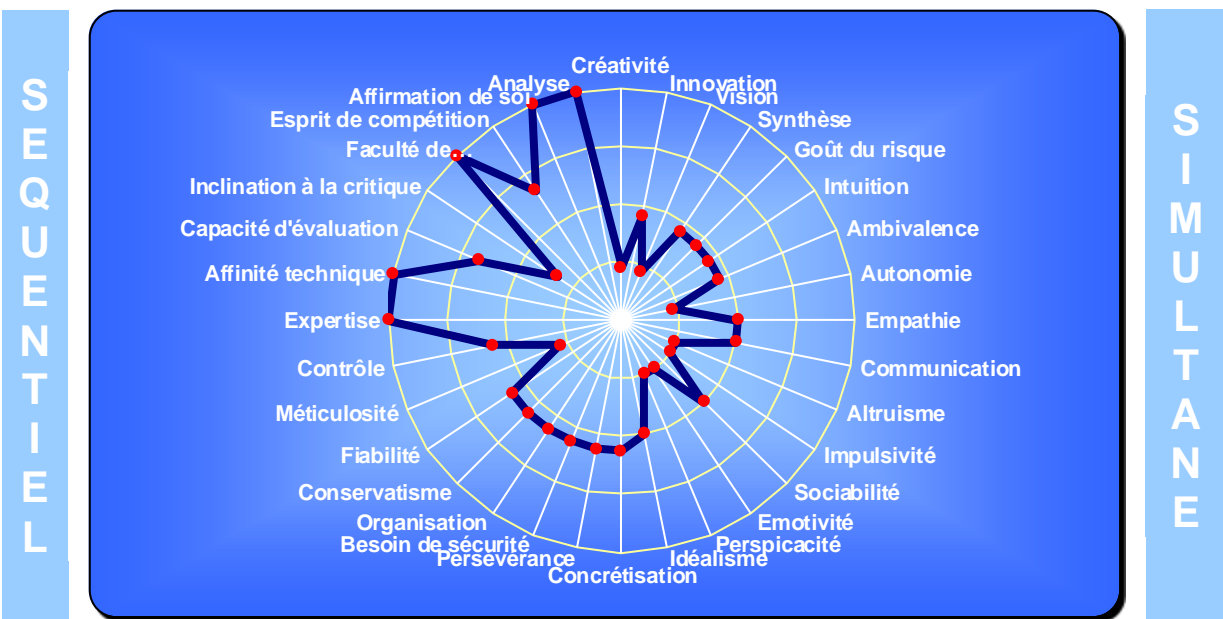
gère ce qui est du ressort du rapport aux autres

Principe de lecture du graphique

L'étoile à quatre branches délimitée par un trait bleu représente le profil étudié. Elle apparaît sur un fond dont les axes vertical et horizontal se croisent pour segmenter la pensée humaine en quatre **dominantes** : logique, intuition, logistique et sentiment. Une branche de l'étoile, située dans un coin rouge du graphique, indique le type de comportement que la personne privilégie. A noter que l'on peut être mono ou bi ou tri ou quadri dominant. Les ronds bleus représentent les poids respectifs des quatre typologies.

Niveau d'activation des traits de personnalité

ABSTRAIT



CONCRET

Cette représentation RADHAR permet de visualiser 3 niveaux d'intensité de 32 traits de personnalité (fort, normal, léger). Plus le point rouge correspondant à un trait de personnalité est éloigné du centre, plus l'intensité est forte.

En synthèse : Un profil qui pourrait encore développer ses potentiels en adaptant sa communication à ses interlocuteurs, en particulier envers les affectifs qui attachent une grande importance à la dimension humaine des contacts et plus encore envers les intuitifs qui appréhendent globalement les choses et se projettent dans l'avenir..

Communication interpersonnelle

La communication interpersonnelle est une transaction complexe et interactive, activant des canaux parallèles verbaux et non verbaux, entre l'émetteur d'un message qui anticipe la réaction de l'autre et un récepteur qui retourne un certain nombre d'indices sur son ressenti.

C'est le processus de base qui détermine la façon dont nous gérons nos relations avec les autres.

Son mode de communication

Les fondements du discours d'une telle personne bi dominante hémisphère gauche sont l'objectivité, les faits, les chiffres et les dates. Tout est technique, précis et justifié. Elle démontre rationnellement les choses et tend à vouloir imposer son point de vue en développant chaque argument dans les moindres détails. Pour cela, elle suit un plan précis préparé à l'avance. Elle cite ses sources et donne des références.

Elle va droit au but. D'un naturel réservé, elle peut passer sur un mode plus expansif quand elle ressent son interlocuteur incrédule. Elle s'exprime de manière claire et sans ambiguïté possible. Elle conforte son discours en utilisant des tableaux chiffrés.

Approche commerciale de Olive Bourgogne

La clientèle la mieux adaptée à son mode naturel de conviction est de nature : "rationnelle" et "pragmatique"

Face à un prospect sa démarche commerciale consiste à :

DEMONTRER LES CHOSES ET PROUVER CE QUI EST ANNONCE.

S'exprimer de manière précise et claire et quantifier les choses.

Suivre un plan précis et annoncé à l'avance. Se concentrer sur les choses essentielles et concrètes. Etayer ses arguments sur des bases techniques, citer ses sources et ses références.

Négociation

Si pour, la négociation est *l'art d'amener l'autre à vous suivre**, l'attitude et la finalité du négociateur dépendent d'abord de sa personnalité. Chacun applique plus ou moins consciemment les principes préconisés par les théoriciens de la négociation*, lors des deux phases que sont la préparation et la transaction. (Voir les deux images ci-dessous).

Attitude dans une négociation :

Cette personne tend à prendre une attitude «agressive» consistant à attaquer, défendre et éventuellement faire quelques concessions pour finalement remporter l'affaire. Elle peut ne pas hésiter à adopter une position dure quitte à aller jusqu'à la rupture.

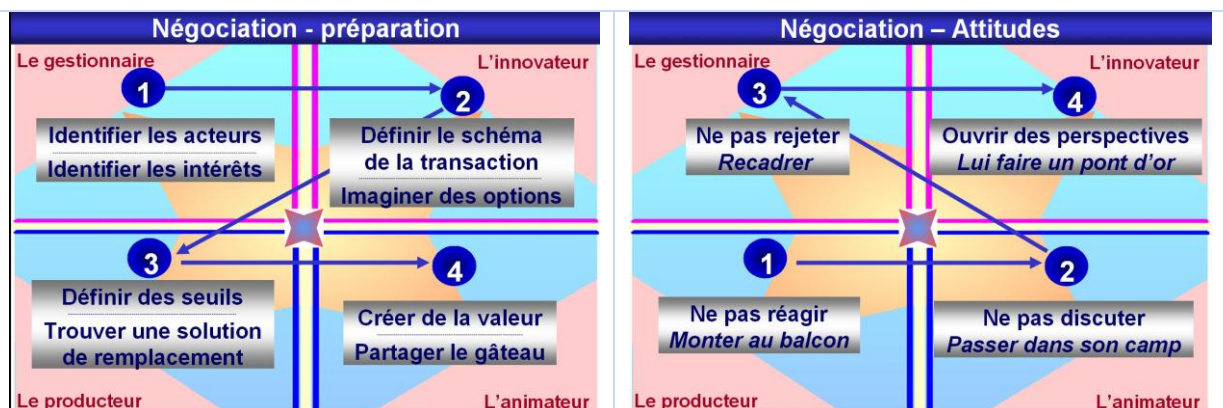
Sa démarche se fonde sur la recherche de solutions pragmatiques, prudentes et objectivement acceptables pour les deux parties sans jamais perdre de vue la position qu'elle veut faire prévaloir. Elle analyse les causes, prévoit et planifie les conséquences des désaccords, trouve des solutions techniques et n'hésite pas à mettre les poings sur la table quand les adversaires se montrent illogiques ou déraisonnables.

Conseils :

Une négociation bien menée se structure en deux phases : la préparation et la phase de négociation proprement dite.

1° Quand il s'agit de préparer une négociation, cette personne a la faculté de faire une analyse précise de la situation en prenant soin d'identifier les acteurs et leurs intérêts. Elle sait aussi sécuriser ses positions en se fixant des limites de concessions et des solutions de remplacement. Mais, elle peut avoir tendance à omettre de définir le schéma de la transaction et d'imaginer des options innovantes. Elle risque aussi d'oublier de tenter de créer de la valeur en améliorant le résultat attendu des uns et des autres.

2° Au cours de la négociation elle-même, elle peut avoir tendance à rejeter les arguments de son interlocuteur et à rompre la discussion sans avoir préalablement tenté de comprendre la logique de l'autre partie. Elle peut aussi réagir brutalement en prenant une position ferme bloquant la situation. Il lui est suggéré d'atténuer les effets de ces tendances naturelles. Et aussi de s'attacher, quand cela est nécessaire, à faire preuve de créativité en proposant des solutions ouvrant des perspectives attrayantes susceptibles d'être retenues par son interlocuteur et de s'en tenir à une attitude positive sinon amicale en étudiant aussi la situation du point de vue de l'autre partie.



¹ Daniele Vare, *Laughing Diplomat*

¹ David Lax et James K. Sebenius, *3-d Negotiation: Powerful Tools to Change the Game in Your Most Important Deals*, Harvard Business School Press, sept. 2006
William Ury, Roger Fisher, Bruce Patton, *Comment réussir une négociation*, Éd. Du Seuil, 1982

Points critiques

Les points critiques signalent des aspects susceptibles de poser problème soit dans la relation du candidat avec la personne de référence ou le responsable hiérarchique. Ils ont pour objectif d'attirer l'attention du recruteur et doivent faire l'objet d'une validation lors de l'entretien avec le candidat.

Variantes d'interprétation

La sur-activation ou la sous-activation dans un domaine comportemental sont des signaux qui méritent d'être approfondis de par les conséquences qu'ils risquent d'entraîner.

Dimension sur-activée : possible (+), vraisemblable (++), probable (+++)

Dimension sous-activée : possible (-), vraisemblable (--), probable (---)

Gestionnaire (++)

Comportement critique vis-à-vis d'autrui ?

Autosuffisance ?

Décision : surestimation de soi ?

Influence de l'ambition sur décision ?

Risque d'erreur : certitude en ses connaissances ?

Contrôle de la conformité à l'objectif ?

Leadership : niveau de pression sur l'entourage ?

Innovateur (--)

Vision stratégique ? Vérifier si le but est suffisamment défini.

Niveau de tolérance à l'incertain ?

Attitude face aux opportunités ?

Prise de risque : niveau de prudence ?

Niveau d'autonomie ?

Approche : vision globale, évolutive ?

Décision : finalité, réponse à la question du Où ?

Risque d'erreur : transgression

Motiver autrui : projection, espoir ?

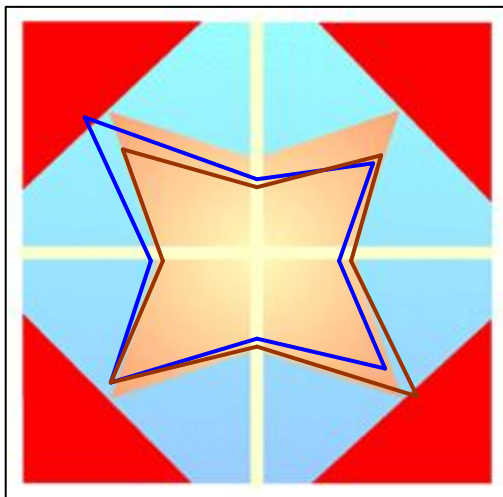
Négociation : vision globale; options envisageables ?

Marketing : vérifier la flexibilité de l'offre

**Analyse de correspondance entre le PROFIL RADHAR
de Monsieur Olive Bourgogne (en bleu)
DOUBLE DOMINANT, de types rationnel et pragmatique.
et le profil optimum déterminé pour le poste de commercial terrain (en marron)
DOUBLE DOMINANT de types "pragmatique" et "relationnel".**

| | Expert | Créatif | Pragmatique | Relationnel |
|---------------------------|-----------|-----------|-------------|-------------|
| Olive Bourgogne | 85 | 58 | 72 | 64 |
| commercial terrain | 66 | 62 | 72 | 80 |

Profils candidat et référence



Trait bleu = Olive Bourgogne
Trait marron = commercial terrain

Principe de lecture : Le profil de référence est représenté par l'étoile marron. Le profil du candidat est en bleu. Plus les deux étoiles tendent à se superposer plus le profil du candidat est compatible avec le poste.

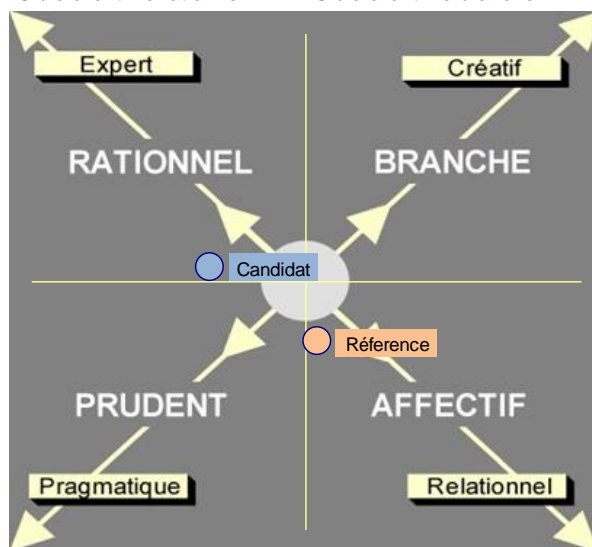
Analyse profils candidat et référence

Cette personne a une dominance sur les deux requises pour le poste à pourvoir. Dominance concernée : pragmatisme.
En plus, cette personne a une dominante autre que ce qui est requis pour le poste. A savoir : logique
Outre des qualités comme la fiabilité, le respect des règles, la persévérance et le besoin de finaliser que l'on retrouve dans le profil type du poste et dans celui de cette personne, le poste requiert des qualités d'empathie et de communication qui ne sont pas saillantes dans le profil de cette personne.
Parmi ses autres qualités on relève notamment les suivantes : rationalité, rigueur et technique. Elles sont des atouts supplémentaires pour assumer efficacement ce type de poste.

Orientation du candidat commercial

L'**expert** utilise un savoir actualisé d'autant plus appréciée qu'il est pointu.
Cible client : le rationnel

Le **créatif** crée de la valeur en introduisant des solutions innovantes qu'il fait partager.
Cible client : le branché



Le **pragmatique** applique une méthode éprouvée qui assure des résultats.
Cible client : le prudent

Le **relationnel** dialogue en séduisant en vue d'atteindre les objectifs de son client.
Cible client : l'affectif

Principe de lecture du graphique

Le profil du candidat est représenté par un rond rouge, correspondant au barycentre de ses traits de personnalité. Il indique le type de client naturel du candidat : rationnel, branché, prudent, relationnel. Plus ce point est éloigné du centre, plus le ciblage se révèle opérant.

Compte tenu de ses tendances comportementales, Monsieur Olive Bourgogne dispose pour soutenir son éventuelle démarche commerciale, des qualités suivantes : confiance en soi, esprit de compétition, capacité d'évaluation, goût de l'innovation, Intuition, persévérance, réalisme, empathie et communication.

En termes de clientèle, c'est plutôt vers une cible intermédiaire entre les personnes rationnelles et prudentes qu'il est susceptible de développer son chiffre d'affaires.

Il aura tendance à minimiser ses risques en s'appuyant sur les conseils de ses supérieurs d'autant plus qu'il aura pu en vérifier l'efficacité par une analyse rationnelle rigoureuse. Il prendra aussi le soin de vérifier les informations recueillies auprès de personnes compétentes et fiables.