

# Bilan Complet de Camille MARTIN

Préparé par Franck JULLIEN

---



Document édité par  
**ComColors Digital**  
149 Avenue du Maine - 75014 Paris - France

---

Copyright 2023, ComColors® - Les couleurs de la communication

## Ethique du bilan ComColors®

Les résultats contenus dans ce bilan ComColors® appartiennent à la personne qui a rempli le questionnaire et ils ne peuvent en aucun cas être utilisés à son insu.

A ce titre, cette personne peut transmettre ses résultats à une tierce personne de son choix : supérieur hiérarchique, coach, conjoint, psychologue...

L'interprétation du bilan ComColors® par cette tierce personne doit être faite lors d'un entretien ou d'une formation avec le propriétaire du bilan.

La tierce personne sera considérée comme habilitée à lire et comprendre le bilan si elle a auparavant fait elle-même son bilan et si elle a suivi la formation de formateur ComColors® qui s'y rapporte.

La liste des personnes certifiées au modèle ComColors® et habilitées à interpréter le bilan ComColors® est visible dans l'annuaire du site [www.comcolors.com](http://www.comcolors.com).

# Bilan ComColors®

Le bilan ComColors® est un instrument d'évaluation des traits de personnalité s'appuyant sur des travaux de recherche en sciences humaines et conçu par la société COMCOLORS Partners.

Ce bilan identifie vos compétences naturelles (non techniques) ainsi que vos comportements négatifs possibles.

## L'objectif du Bilan ComColors®

Pour réussir votre vie personnelle et professionnelle vous devez identifier vos traits de caractère, vos points forts ainsi que vos comportements négatifs "habituels".

Si vous êtes conscient de vos propres comportements (positifs et négatifs), vous serez plus performant, vous aurez plus de plaisir à faire les choses, vous aurez accès à votre puissance personnelle en mettant en action ce que vous êtes vraiment. Ainsi, vous pourrez choisir une activité professionnelle qui vous permette de vous réaliser et d'être vous-même et d'organiser votre vie autour de ce qui est essentiel pour vous.

L'objectif du Bilan ComColors® est de vous aider à identifier vos traits de personnalité et à évaluer dans quelle mesure vous utilisez vos compétences naturelles et dans quelle mesure vous vous adaptez à votre environnement.

## Présentation des résultats

### 1. Votre diagramme en couleurs

### 2. Les différentes couleurs de la personnalité

### 3. Votre profil de personnalité point par point

3.1 Vos principaux traits de personnalité

3.2 Votre environnement de travail favorable

3.3 Votre filtre de perception

3.4 Le cœur de votre motivation

3.5 Votre style d'organisation

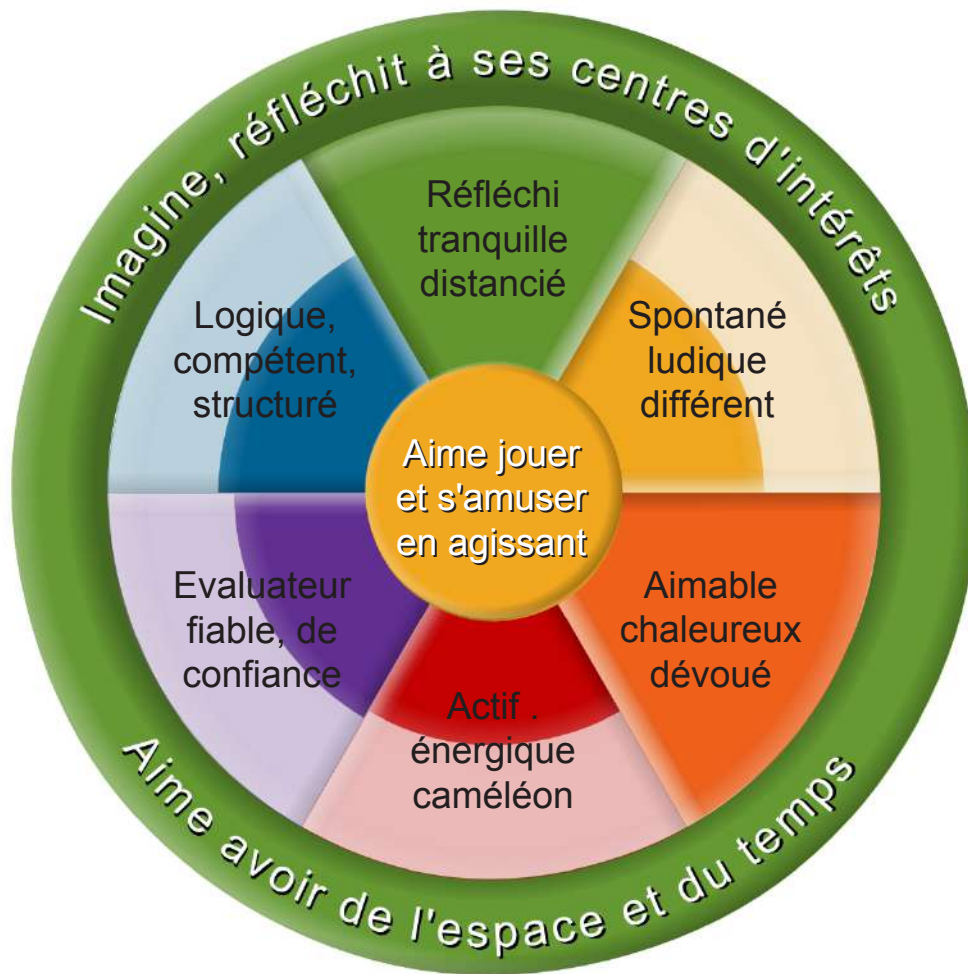
3.6 Vos rôles préférés dans une équipe

### 4. Les étapes de vos comportements sous stress

Zones de vigilance

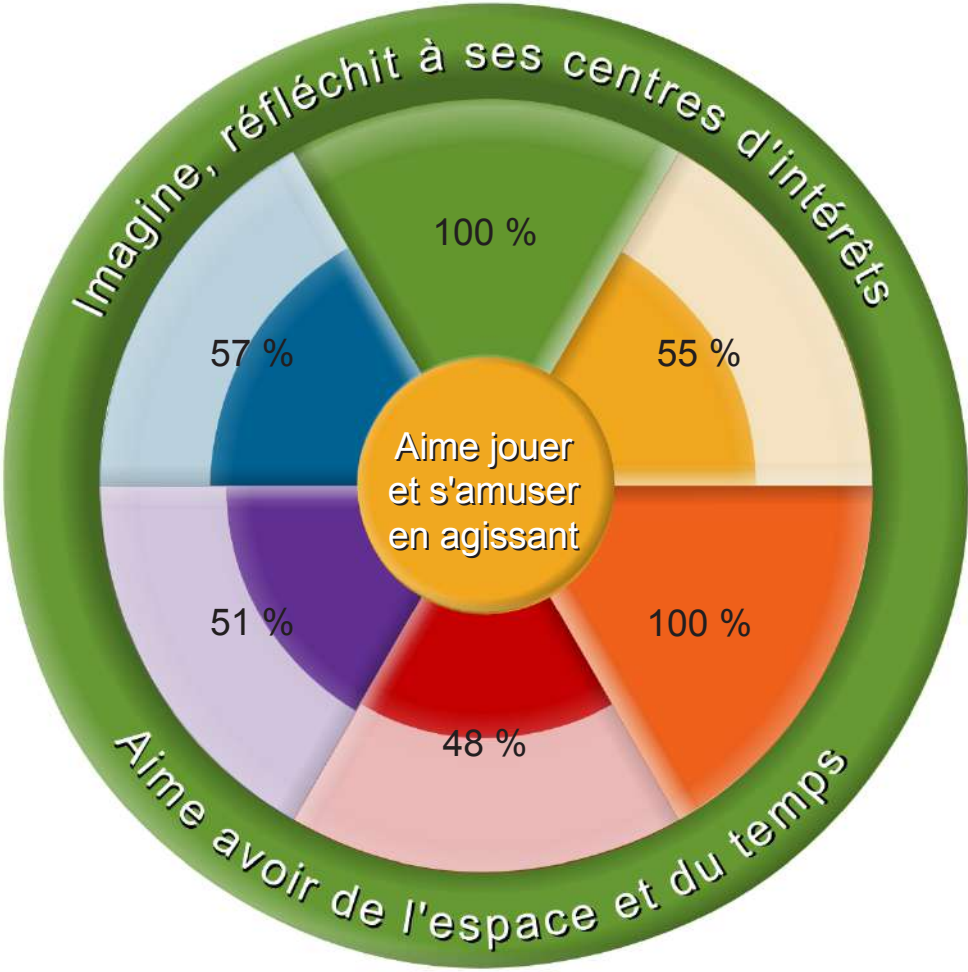
1.

## Votre diagramme en couleurs



1.

Votre diagramme en pourcentage



## 2.

# Les différentes couleurs de la personnalité

### Les bases du modèle ComColors®

La personnalité est constituée de plusieurs facettes que nous montrons en fonction des circonstances et des contraintes que nous rencontrons. Pour chaque individu, la quantité "d'énergie" disponible pour chaque couleur peut varier dans le temps. La personnalité n'est pas figée mais évolue en fonction du vécu propre à chacun et de l'expérience accumulée.

Le modèle ComColors® présente **6 facettes** qui forment notre caractère, elles sont représentées sous forme de couleurs. Nous possédons tous en nous ces 6 couleurs mais nous avons tendance à en utiliser **une plus particulièrement que nous nommerons la couleur dominante** de notre personnalité.

Cependant, au cours de votre vie, si vous sentez en vous un changement de motivation ou l'envie d'un changement profond, c'est sans doute le signe que l'une des 5 autres couleurs est venue prendre le devant de la scène. Chacune leur tour et les unes après les autres, les 5 autres couleurs peuvent prendre plus d'importance et influencer fortement votre comportement habituel. **Nous nommerons cette autre couleur la couleur secondaire.**

Si dans votre bilan vous ne voyez pas apparaître une couleur secondaire, cela veut simplement dire que pour le moment aucune couleur secondaire n'est venue modifier votre fonctionnement habituel. Cela ne représente rien de mauvais ni rien de bon.

**Pour résumer, votre personnalité est composée des 6 « couleurs » avec une couleur dominante qui le restera tout au long de votre vie et peut-être (ce n'est pas obligatoire) une couleur secondaire qui s'installera plus ou moins longtemps avant de changer.**

Ces changements de couleur surviennent souvent à des moments charnières de la vie tels que l'adolescence, l'entrée dans la vie active, la quarantaine et la retraite. Ils peuvent également se produire spontanément lors d'événements marquants comme un mariage, un décès, la perte d'un emploi, un divorce, l'arrivée d'un enfant...

Ceci dit, ces changements de couleur ne sont pas obligatoires et certaines personnes traversent leur vie sans en avoir, et cela ne pose pas de problème particulier.

## Schéma explicatif pour comprendre votre profil en couleur

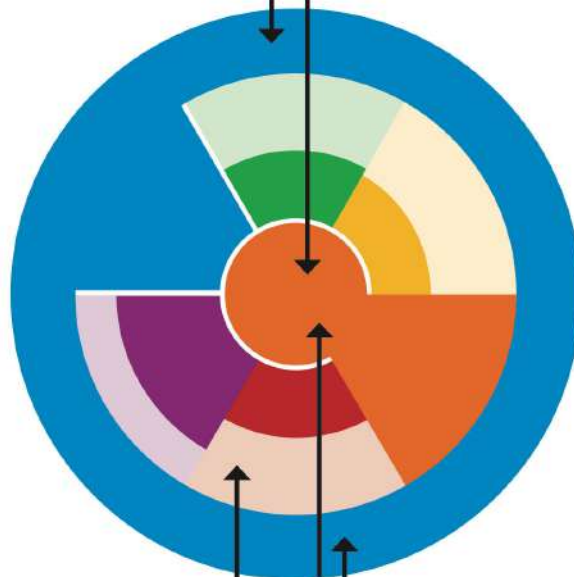
Le cercle représente la façon dont nous entrons en contact avec le monde extérieur. Il y a une manière de communiquer et de percevoir le monde propre à chacune des 6 couleurs.

La couleur du cercle qui entoure le diagramme correspond à la couleur dominante de la personne :

- Notre fonctionnement habituel tout au long de notre vie
- Notre perception du monde
- Notre mode de communication
- Notre motivation permanente

Le rond central correspond à la couleur secondaire de la personne :

- Notre motivation actuelle qui nous pousse à agir d'une certaine façon. Cela explique nos envies de changer de vie car cette couleur peut changer plusieurs fois au cours de la vie.



Le taux de remplissage pour chaque couleur représente notre capacité à utiliser le mode de fonctionnement de chaque couleur

Les comportements conditionnels et négatifs d'une personne sont ceux qui correspondent à la couleur du rond central et du cercle extérieur

## Présentation des 6 couleurs



### La couleur dominante Rouge

Les personnes de couleur dominante rouge sont tournées vers l'action et vont droit au but. Ce qui compte en premier à leurs yeux est le résultat et elles n'aiment pas perdre leur temps. Elles agissent d'abord et réfléchissent ensuite. Elles s'adaptent facilement à des situations et des environnements changeants.



### La couleur dominante Violette

Les personnes de couleur dominante violette sont des personnes de confiance qui respectent leurs engagements. Elles observent et évaluent avant d'agir ou de s'engager.



### La couleur dominante Orange

Les personnes de couleur dominante orange sont tournées vers les autres. Elles apprécient d'être dans un groupe et de rendre service. Elles aiment créer des ambiances chaleureuses.



### La couleur dominante Bleue

Les personnes de couleur dominante bleue sont efficaces et ordonnées. Elles utilisent leur logique pour travailler, planifier leur temps et ont des capacités de travail très importantes.



### La couleur dominante Jaune

Les personnes de couleur dominante jaune aiment la spontanéité et le jeu. Elles font preuve d'humour et de curiosité au quotidien. Elles aiment la nouveauté et les surprises et fuient la routine.



### La couleur dominante Verte

Les personnes de couleur dominante verte ont une capacité de réflexion et une vie intérieure intense. Elles sont capables d'une grande concentration et aiment travailler seules.





# 3.

## Votre profil de personnalité point par point

### 3.1. Traits de personnalité



Vos traits de caractères dominants "Vert" :



Calme, posée et capable d'une grande concentration, les autres peuvent vous trouver un peu distante.

Ici, vous trouverez un texte explicatif qui décrit votre personnalité en détail à travers le prisme de **vosre couleur dominante**.



## Vos traits de caractères secondaires "Jaune" :

A RETENIR

Joueuse et spontanée, vous aimez la nouveauté et fuyez la monotonie.

Ici, vous trouverez un texte explicatif qui décrit votre personnalité en détail à travers le prisme de **votre couleur secondaire**.

**Autre trait de caractère** qui constitue votre personnalité ou que vous commencez à développer :



A RETENIR

**Chaleureuse et serviable, vous aimez passer du temps avec les autres et rendre service.**

Ici, vous trouverez un texte explicatif qui décrit votre personnalité en détail à travers le prisme d'une autre **couleur importante dans votre profil.**

### 3.2. L'environnement favorable :

La nature de l'environnement qui vous entoure a un impact non négligeable sur la réussite de vos objectifs. Par exemple, lorsque nous grimpons une montagne, arrivés à une certaine altitude, l'oxygène se fait plus rare et chaque pas nous coûte plus d'efforts alors même que nous avons ralenti l'allure.

L'homme a besoin d'un environnement avec une quantité d'oxygène suffisante pour donner la pleine mesure de son potentiel physique. De la même manière, le type d'environnement qui vous entoure a un impact sur votre réussite personnelle et professionnelle.



A RETENIR

**Prenez en compte qu'il est important pour vous d'avoir un espace personnel calme.**

Ici, vous trouverez un texte explicatif qui décrit votre **environnement favorable** en fonction de votre couleur dominante.

### 3.3. Le filtre de perception :

Chaque personne perçoit le monde à travers un filtre constitué de son éducation, de son expérience et de ses croyances sur la vie, sur elle-même et sur les autres.

Cependant, notre couleur dominante influence fortement la façon dont nous filtrons les informations que nous percevons. Prenons un exemple pour illustrer cela. Si, lors d'une fête foraine, vous avez eu l'occasion de vous amuser devant les miroirs déformants, vous avez sûrement le souvenir de ce changement de perception de votre propre image.

A chaque changement de miroir, vous deveniez plus grand, plus petit, plus gros ou plus maigre qu'en réalité. Les filtres que nous utilisons pour percevoir le monde sont un peu comme ces miroirs.

Lorsque nous nous plaçons devant, nous voyons notre image déformée mais la personne qui est à côté de nous en face d'un autre miroir perçoit une tout autre image d'elle-même. L'important est d'être consciente de la façon dont nous filtrons l'information pour ensuite choisir une orientation professionnelle qui nous permette d'utiliser notre filtre naturel comme point d'appui.



Le filtre de perception de votre couleur dominante verte :

A RETENIR

**Vous commencez par réfléchir, vous agissez en dernier.**

Ici, vous trouverez un texte explicatif qui décrit votre **filtre de perception spécifique** à votre couleur dominante.

## Des idées créatives pour rendre votre communication

La clé est de ne pas se limiter à un seul type de communication. Utilisez tous les canaux disponibles : réseaux sociaux, presse écrite, télévision, radio, etc. Adaptez votre message à chaque canal. Utilisez des images, des vidéos, des infographies pour rendre votre message plus attrayant. Utilisez des témoignages de clients pour renforcer votre crédibilité. Utilisez des concours ou des jeux pour attirer l'attention. Utilisez des newsletters pour rester en contact avec vos clients.

Utilisez des partenariats avec des influenceurs ou des célébrités pour atteindre un public plus large. Utilisez des événements en ligne ou en personne pour promouvoir votre produit. Utilisez des publicités ciblées pour atteindre votre audience idéale.

Utilisez des contenus interactifs pour engager votre audience. Utilisez des sondages, des questionnaires, des jeux de rôle pour recueillir des avis et des suggestions.

Utilisez des vidéos courtes et dynamiques pour promouvoir votre produit. Utilisez des vidéos de témoignages de clients pour renforcer votre crédibilité. Utilisez des vidéos de démonstration pour montrer comment votre produit fonctionne.

Utilisez des publicités natives pour intégrer votre message dans des contenus pertinents. Utilisez des publicités sponsorisées pour atteindre un public plus large. Utilisez des publicités vidéo pour promouvoir votre produit. Utilisez des publicités audio pour promouvoir votre produit. Utilisez des publicités textuelles pour promouvoir votre produit.

Utilisez des contenus éducatifs pour aider votre audience à mieux comprendre votre produit. Utilisez des guides, des tutoriels, des webinaires pour promouvoir votre produit. Utilisez des contenus de divertissement pour attirer l'attention. Utilisez des contenus de nouvelles pour promouvoir votre produit.

Utilisez des contenus de témoignages de clients pour renforcer votre crédibilité. Utilisez des contenus de questions-réponses pour répondre aux préoccupations de votre audience. Utilisez des contenus de conseils pour promouvoir votre produit. Utilisez des contenus de nouvelles pour promouvoir votre produit.

Utilisez des contenus de vidéos pour promouvoir votre produit. Utilisez des vidéos de démonstration pour montrer comment votre produit fonctionne. Utilisez des vidéos de témoignages de clients pour renforcer votre crédibilité. Utilisez des vidéos de conseils pour promouvoir votre produit. Utilisez des vidéos de nouvelles pour promouvoir votre produit.

### 3.4. Le cœur de votre motivation

Lorsque nous raisonnons en termes d'orientation professionnelle, nous faisons souvent attention à ce que nos choix soient le plus près possible de nos centres d'intérêts et qu'ils soient réalistes par rapport à nos résultats scolaires.

De nombreuses études convergent sur ce point : « nous réussissons mieux quand nous avons du plaisir à faire les choses ». Notre cerveau est attiré vers ce qui nous procure du plaisir. Cependant, pour des raisons économiques, il n'est pas toujours possible de choisir un métier qui soit directement en lien avec nos centres d'intérêts.

D'autre part, si au lycée, les résultats scolaires sont un passage obligé pour accéder aux études qui nous intéressent, ils ont en général un impact très faible sur l'activité professionnelle elle-même. A part les professeurs qui enseignent la matière dans laquelle ils prenaient du plaisir, il existe peu de lien entre les excellentes notes en histoire obtenues au bac et la fonction de manager de projet par exemple.

Il existe pourtant une motivation propre à chaque couleur et qui se situe en dehors de nos centres d'intérêts. Cette motivation nous guide tout au long de notre vie et nous pousse à faire des choix qui dirigent la plupart de nos actions quotidiennes. La motivation qui est liée à la couleur dominante restera constante tout au long de notre vie.

En revanche, la motivation liée à la couleur secondaire sera plus forte mais changera à chaque fois que nous changerons de couleur secondaire.



— Votre motivation constante et durable tout au long de votre vie liée à votre couleur dominante verte :

A RETENIR

**Vous avez besoin d'un espace à vous et de tranquillité pour faire le plein d'énergie.**

Ici, vous trouverez un texte explicatif qui décrit la **motivation spécifique** à votre couleur dominante.



## Le rôle de la communication

La communication est un processus qui permet de transmettre des informations de manière efficace et efficiente. Elle est essentielle pour le développement personnel et professionnel, ainsi que pour la réussite des projets et des entreprises.

Elle permet de clarifier les idées, de résoudre les problèmes, de négocier et de collaborer. Une bonne communication est la clé pour établir des relations positives et pour atteindre ses objectifs.

Il est important de développer ses compétences en communication dès le début de sa vie professionnelle. Cela implique de pratiquer l'écoute active, l'assertivité et la capacité de résoudre les conflits de manière constructive.

Une communication efficace nécessite également de connaître son public et d'adapter son message en conséquence. Il est crucial de choisir les bons canaux de communication et de mesurer l'impact de vos actions.

Enfin, la communication est un processus continu qui évolue avec le temps et les circonstances. Il est important de rester ouvert à l'apprentissage et de chercher à améliorer constamment ses compétences.

La communication est un outil puissant qui peut transformer votre vie et votre carrière. Investissez dans votre formation et votre développement personnel.

Commencez par écouter activement, puis exprimez vos idées clairement. Utilisez des exemples concrets et soyez ouvert aux retours.

Enfin, n'oubliez pas que la communication est un processus continu. Prenez le temps de réfléchir à vos interactions et cherchez à améliorer votre efficacité.

La communication est un art qui se perfectionne avec l'expérience. Soyez patient et persévérant, et vous verrez les fruits de votre investissement.



— Votre motivation actuelle liée à votre couleur secondaire jaune :



**La nouveauté et l'imprévu vous ressourcent.**

La nouveauté et l'imprévu vous ressourcent. Vous aimez les nouvelles idées, les nouvelles personnes, les nouvelles situations. Vous aimez les surprises, les imprévus, les changements. Vous aimez les défis, les nouvelles expériences, les nouvelles rencontres. Vous aimez les nouvelles technologies, les nouvelles méthodes de travail, les nouvelles idées de marketing.

Vous aimez les nouvelles personnes, les nouvelles idées, les nouvelles situations. Vous aimez les surprises, les imprévus, les changements. Vous aimez les défis, les nouvelles expériences, les nouvelles rencontres. Vous aimez les nouvelles technologies, les nouvelles méthodes de travail, les nouvelles idées de marketing.

Vous aimez les nouvelles personnes, les nouvelles idées, les nouvelles situations. Vous aimez les surprises, les imprévus, les changements. Vous aimez les défis, les nouvelles expériences, les nouvelles rencontres. Vous aimez les nouvelles technologies, les nouvelles méthodes de travail, les nouvelles idées de marketing.

Ici, vous trouverez un texte explicatif qui décrit votre **motivation spécifique** à votre couleur secondaire.

La nouveauté et l'imprévu vous ressourcent. Vous aimez les nouvelles idées, les nouvelles personnes, les nouvelles situations. Vous aimez les surprises, les imprévus, les changements. Vous aimez les défis, les nouvelles expériences, les nouvelles rencontres. Vous aimez les nouvelles technologies, les nouvelles méthodes de travail, les nouvelles idées de marketing.

Vous aimez les nouvelles personnes, les nouvelles idées, les nouvelles situations. Vous aimez les surprises, les imprévus, les changements. Vous aimez les défis, les nouvelles expériences, les nouvelles rencontres. Vous aimez les nouvelles technologies, les nouvelles méthodes de travail, les nouvelles idées de marketing.

Vous aimez les nouvelles personnes, les nouvelles idées, les nouvelles situations. Vous aimez les surprises, les imprévus, les changements. Vous aimez les défis, les nouvelles expériences, les nouvelles rencontres. Vous aimez les nouvelles technologies, les nouvelles méthodes de travail, les nouvelles idées de marketing.

Vous aimez les nouvelles personnes, les nouvelles idées, les nouvelles situations. Vous aimez les surprises, les imprévus, les changements. Vous aimez les défis, les nouvelles expériences, les nouvelles rencontres. Vous aimez les nouvelles technologies, les nouvelles méthodes de travail, les nouvelles idées de marketing.

Vous aimez les nouvelles personnes, les nouvelles idées, les nouvelles situations. Vous aimez les surprises, les imprévus, les changements. Vous aimez les défis, les nouvelles expériences, les nouvelles rencontres. Vous aimez les nouvelles technologies, les nouvelles méthodes de travail, les nouvelles idées de marketing.

Vous aimez les nouvelles personnes, les nouvelles idées, les nouvelles situations. Vous aimez les surprises, les imprévus, les changements. Vous aimez les défis, les nouvelles expériences, les nouvelles rencontres. Vous aimez les nouvelles technologies, les nouvelles méthodes de travail, les nouvelles idées de marketing.

### 3.5. Style d'organisation :

Ici, vous trouverez un texte explicatif qui décrit le **style d'organisation** propre à votre profil de personnalité.

### 3.6. Vos rôles préférés dans une équipe

Lorsque vous travaillez en équipe vous allez chercher à tenir un ou plusieurs rôles. Ces rôles, qui ne sont pas forcément en lien avec vos compétences métier, vous motivent si vous pouvez les vivre dans votre équipe.

VOTRE FONCTIONNEMENT DANS UNE ÉQUIPE AGRÉABLE QUI N'EST PAS SOUMISE À UNE PRESSION TROP FORTE



Votre rôle de coéquipier "Coordinateur (Jaune)" :

Ici, vous trouverez un texte explicatif qui décrit votre **rôle en équipe** dans une situation **sans pression**.

VOTRE FONCTIONNEMENT DANS UNE ÉQUIPE SOUMISE À UNE FORTE PRESSION DONT LE CLIMAT SE DÉGRADE



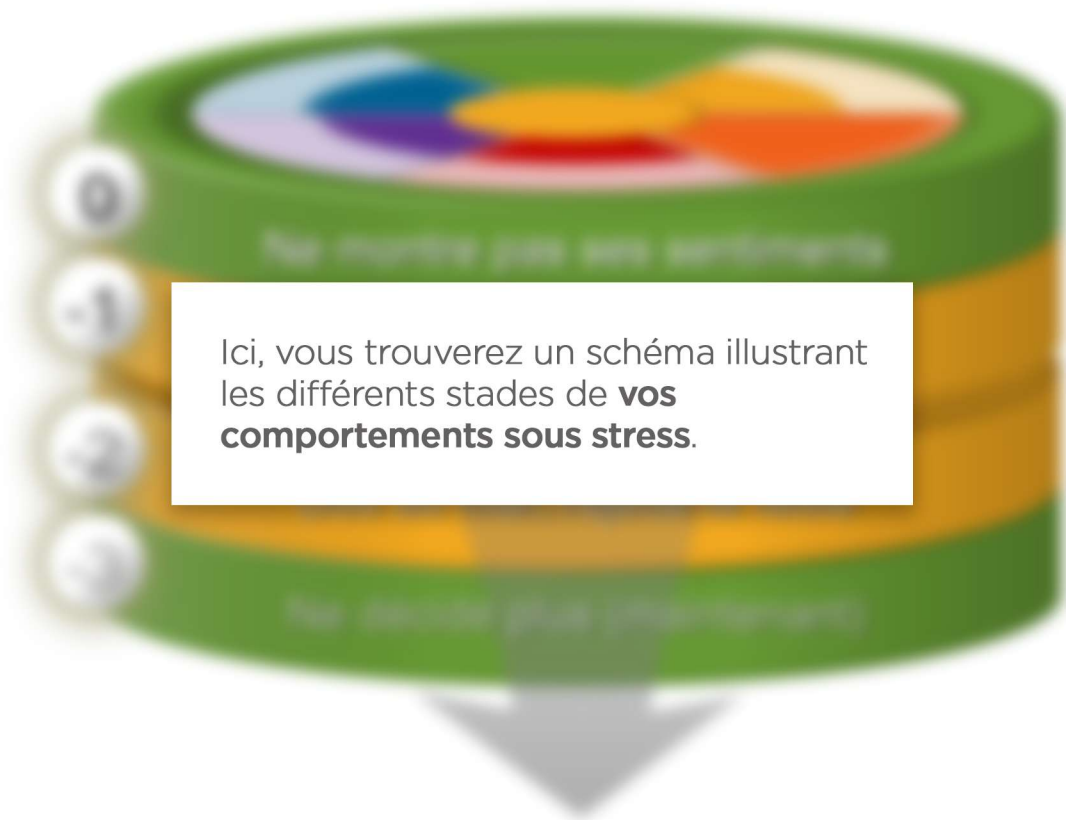
Votre rôle de coéquipier "Vert" :

Ici, vous trouverez un texte explicatif qui décrit votre **rôle en équipe** dans une situation de **stress**.

## 4.

### Les étapes de vos comportements sous stress

Chaque personne est différente face au stress. Cependant, en connaissant le profil psychologique d'une personne, il est possible de prévoir les différentes étapes qui vont la conduire des comportements positifs jusqu'aux comportements négatifs. Les comportements positifs ont été décrits dans les chapitres précédents. Vous allez découvrir maintenant les aspects négatifs de votre profil en commençant par les comportements les plus "légers" jusqu'aux comportements les plus "lourds". Être conscient de ses propres comportements négatifs permet de mieux gérer son stress.



Ici, vous trouverez un schéma illustrant les différents stades de **vos comportements sous stress**.

0

**Première étape : ce comportement intimement lié à votre personnalité dominante, vous est tellement naturel que vous le montrerez même quand vous savez très bien que la vie est belle.**

Ici, vous trouverez un texte explicatif qui décrit la première étape de vos comportements sous stress.

-1

**Deuxième étape : ce comportement indique que votre pensée devient moins claire et que vous commencez à descendre dans les comportements plus négatifs.**

Ici, vous trouverez un texte explicatif qui décrit la deuxième étape de vos comportements sous stress.

-2

Troisième étape : ce comportement indique que votre état émotionnel s'est fortement modifié et que vous risquez de vivre des situations conflictuelles avec votre entourage.

Ici, vous trouverez un texte explicatif qui décrit la troisième étape de vos comportements sous stress.

-3

Dernière étape : lorsque vous entrez dans ce comportement négatif, que vous connaissez depuis votre enfance, c'est le signal que vous n'allez pas bien du tout et qu'il est urgent de recharger vos batteries avant que les choses n'empirent.

Ici, vous trouverez un texte explicatif qui décrit la quatrième étape de vos comportements sous stress.

## Vos zones de vigilance

Ici, vous trouverez un texte explicatif qui décrit les **points de vigilance spécifiques** à votre profil.