



Professional + JobMotivation Edition
NL441h Nederlands

ontwikkeld door

Identity Compass
International GmbH

Profiel d.d.

15.11.2005

Geëvalueerd met vragenlijst versie

DE JP 441f

voor

Identity Compass gebruiker

XY000JP_ZYZYZY001

Om uw gegevens te beschermen
gebruiken wij alleen uw code

Uw Consultant:

Ben Licher
RaVisie Organisatieadvies
Nijenheim 6409

3704 BN Zeist

Tel.: 030 699 02 50

Web: www.ravisie.nl · e-mail: ben.licher@ravisie.nl

Identity Compass® Profiel

Professional Edition, werkgerelateerd

Identity Compass® heeft uw denkstijlen en - voorkeuren in kaart gebracht. Zoals reeds genoemd in de vragenlijst, zijn er geen goede of slechte voorkeuren. Elke denkstijl heeft zijn eigen voor- of nadelen, afhankelijk van de context of de taak. Nu Identity Compass® uw voorkeuren in kaart heeft gebracht, kunt u ze bestuderen en bepalen welke andere denkstijlen u in bepaalde situaties zou kunnen gebruiken.

Een kompas heeft 2 belangrijke functies:

1. Positie bepalen

Met een kompas kunnen we onze positie bepalen. Afhankelijk van onze positie wijst de naald een bepaalde kant op. De denkstijlen die Identity Compass® in kaart heeft gebracht kunnen onder verschillende omstandigheden anders zijn. In dit geval is de professionele context in kaart gebracht. Eigenlijk is Identity Compass® een soort inventarisatie die laat zien hoe een individu bij voorkeur denkt en handelt om problemen op te lossen en om doelen te bereiken.

2. Koers bepalen

Met een kompas kunt u ook bepalen waar u naartoe wilt. Op deze manier laat Identity Compass® u zien hoe u zich kunt ontwikkelen en wat voor u de beste mogelijkheden zijn.

De soorten denkstijlen die in kaart worden gebracht laten de fundamentele basis zien van de manier waarop we denken en hoe we ons gedragen. Hoewel dat redelijk stabiel is, kan het in de loop van de tijd veranderen, door de specifieke ervaringen die iemand onder bepaalde omstandigheden opdoet.

Zodoende kan men spreken van een persoonlijkheidsstructuur. We willen nogmaals benadrukken dat deze structuren niet beoordeeld worden en we niet de mens zelf in kaart brengen. De structuren laten alleen zien hoe iemand zijn manier van denken organiseert.

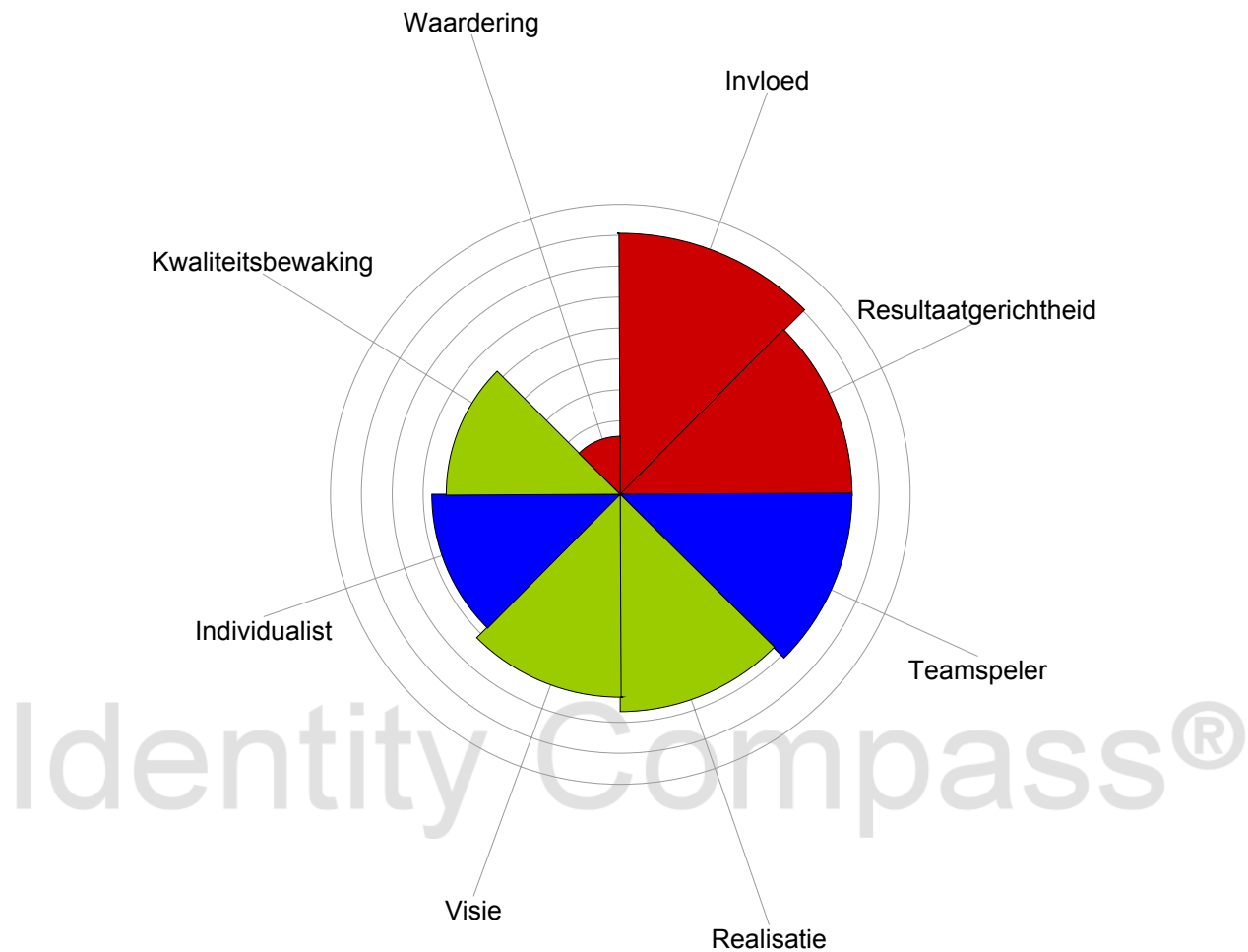
Wij denken dat dit het waardevolste verschil is met andere soorten persoonlijkheidsprofielen, die immers meestal iemand in een hokje plaatsen. We zijn er absoluut zeker van dat Identity Compass® de individualiteit van elk mens reflecteert en respecteert.

Met behulp van dit profiel kunt u ook ontdekken voor welk soort taken u het meest geschikt bent.

Een gekwalificeerde consultant kan in teamprofielen ook ontdekken of er communicatieproblemen tussen teamleden zijn, en hij kan adviseren hoe de teamleden hun communicatie kunnen verbeteren.

Onderstaande conclusies zijn voor u van toepassing als u uw vragen eerlijk en spontaan heeft beantwoord.

PreScan



Invloed

Wil bepalen
Wil de controle hebben
Wil leiden

Teamspeler

Behulpzaam
Werkt sneller in een team
Attent

Visie

Denkt over de lange termijn
Innovatief
Bedenkt **wat** gedaan kan worden

Kwaliteitsbewaking

Kritisch
Analytisch
Vraagt graag: **Waarom?**

Resultaatgerichtheid

Houdt van presteren
Wil overtuigen door zijn/haar optreden
Houdt van competitie

Realisatie

Doener
Bedenkt **hoe** dingen gedaan kunnen worden
Brenge plannen ten uitvoer

Individualist

Onafhankelijk
Werkt sneller in z'n eentje
Houdt graag zelf de controle

Waardering

Wil geliefd zijn
Hecht waarde aan een goede relatie
Zoekt harmonie

WAARNEMING

Zintuiglijk kanaal

Denken is het innerlijk gebruiken van onze zintuigen. Onze gedachten zijn een samenstelling van onze indrukken en voorstellingen. Mensen denken in termen van beelden, geluiden, woorden en gevoelens. Ruiken en proeven zijn nauw verbonden met gevoelens. Elk stukje informatie over onze omgeving ontvangen we via de kanalen van de zintuigen. Als we opgroeien, leren we de informatie van een specifiek kanaal sterker herkennen dan die van andere kanalen. Hier zijn verschillende redenen voor, zoals de invloed van onze families of in het algemeen het proces van onze socialisatie. Daarom heeft iedereen een kanaal dat de voorkeur heeft, dat hij/zij gebruikt bij het denken en praten. In dit gedeelte laten we uw voorkeur in de selectie en het gebruik van uw zintuiglijke kanalen zien wanneer u de wereld om u heen waarneemt en wanneer u denkt. Kent u uw individuele voorkeur, dan kunt u uw denkstijl daaraan aanpassen. Bijvoorbeeld de manier waarop u leert, informatie verkrijgt of communiceert. U krijgt begrip voor andere (andermans) voorkeuren en leert uw eigen communicatie eraan aan te passen. Zien, horen en voelen vormen als het ware de ruwe/algemene denkstructuur; alle andere door Identity Compass® behandelde denkstructuren tonen de fijne structuur.

Relevante onderwerpen: Leren, Onderwijzen, Communicatie

Zien

Voor mensen met deze denkstijl is het belangrijk om mensen of hun omgeving te zien. Typische uitdrukkingen zijn: "Dat ziet er goed uit", "Dit is duidelijk", "Ik zie wat je bedoelt". Deze mensen helpt het om innerlijke plaatjes te maken, schetsjes of grafieken. Ze beginnen het liefst met een algemeen overzicht; ontvangen informatie vertalen ze naar innerlijke beelden of films en ze vragen hun gesprekspartner met plaatjes, grafieken, documenten et cetera te komen. Alle belangrijke informatie moet hen worden getoond.

Horen

Voor mensen met deze denkstijl is het belangrijk te horen over mensen, dingen en gebeurtenissen. Uitdrukkingen als "Dat klinkt bekend", "Klinkt goed", zijn typerend. Hen helpt het auditieve kanaal bij praten en discussiëren. Krijgen deze mensen plaatjes te zien, dan vertalen en becommentariëren ze hun gedachten graag met hun innerlijke stem. Willen ze zich concentreren op belangrijke zaken, dan creëren ze graag voldoende stilte om afleiding door lawaai uit de omgeving te voorkomen.

Voelen

Voor mensen met deze denkstijl is het belangrijk in aanraking te komen met mensen en met hun omgeving. Ze willen dingen letterlijk vastpakken. Uitdrukkingen als "Ik voel wat je bedoelt" zijn typerend. Een andere manier van voelen is: intuïtie. Veel mensen gebruiken deze 'meta-gevoelens' om te checken of iets goed is of niet. Dat merk je aan uitdrukkingen als "Dat voelt goed" of "Ik heb er een raar gevoel over". Ze gebruiken dit kanaal meer door dingen te proeven of uit te proberen, met hun gedachten te spelen en hun gevoelens op te merken. Ze vragen om concrete voorbeelden, overdenken dingen en plaatsen zichzelf in de schoenen van de ander. Deze mensen blijven graag in beweging, leren of lezen in verschillende houdingen, kunnen ook stand of lopend aantekeningen maken. Ze leren dingen makkelijker als het 'speels' wordt gebracht.

Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:



Primaire belangstelling

Net als bij de zintuiglijke kanalen hebben we persoonlijke voorkeuren in waar we onze aandacht op vestigen. Dit is bijvoorbeeld erg belangrijk in de samenstelling van teams. Wanneer iemand een nieuwe baan krijgt, kan hij/zij zijn of haar primaire aandacht vestigen op mensen, locaties, activiteiten, informatie of dingen.

Relevante onderwerpen: Communicatie, Babbelen

Mensen

Personen met deze voorkeur willen voornamelijk mensen zien en ontmoeten. Over het algemeen kunnen ze goed namen en gezichten onthouden. Ze zijn gericht op anderen.

Plaatsen

Bij mensen met deze denkstijl is de aandacht vooral gericht op de locatie. Ze maken zichzelf snel bekend met een nieuwe omgeving. Ze hebben een goed gevoel voor structuur en oriëntatie.

Activiteiten

Mensen met deze voorkeur zijn voornamelijk geïnteresseerd in de dingen die ze doen. Ze zijn graag actief, in sporten bijvoorbeeld, maar ook in hun werk. Ze zijn geïnteresseerd in het 'hoe' en 'wat' van de activiteiten waarmee ze bezig zijn. Het is belangrijk voor hen om te weten wat ze kunnen ondernemen.

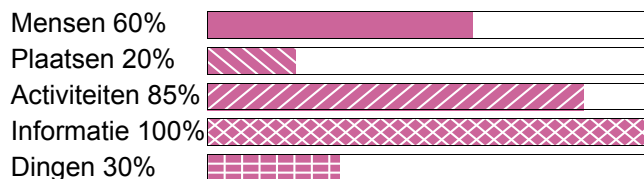
Informatie / Kennis

Personen met deze voorkeur zijn vooral geïnteresseerd in wat ze kunnen leren van de mensen, plaatsen en activiteiten om hen heen. Ze hebben interesse in de cultuur, de geschiedenis en de relevante cijfers en feiten van een bedrijf.

Dingen

Mensen met deze voorkeur zijn voornamelijk geïnteresseerd in de voorwerpen die ze kunnen zien en waarmee ze kunnen werken in hun nieuwe omgeving. Ze werken graag met dingen waar ze echt in geïnteresseerd zijn. Hun voornaamste aandacht ligt bij concrete onderwerpen en voorwerpen.

Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:



Perspectief

Dit denkpatroon toont het perspectief dat mensen voornamelijk gebruiken wanneer ze in actie zijn. Het zegt veel over stressmanagement, klant- en servicegerichtheid en over conflictoplossing. Dit vermogen neemt toe naarmate het vermogen om van perspectief te wisselen, toeneemt.

Relevante onderwerpen: Team, Communicatie, Leiderschap

Eigen (emotioneel)

Mensen met deze voorkeur zetten zich in voor de dingen die belangrijk voor hen zijn. Ze kijken naar de wereld vanuit hun eigen perspectief: hun eigen waarden, emoties en overtuigingen. Dit perspectief is belangrijk voor doorzettingsvermogen.

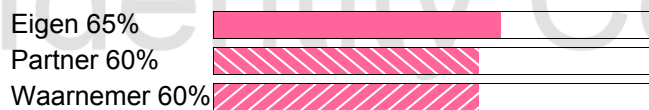
Partner (empathisch)

Mensen met deze voorkeur kunnen zichzelf in de situatie van een ander verplaatsen. Ze zijn eerder in staat anderen te begrijpen. Wanneer iemand alleen vanuit dit perspectief denkt, kan het gevaar van 'burn-out' de kop opsteken. Deze denkstijl is belangrijk voor afstemmen op de klant en voor dienstverlening.

Waarnemer (rationeel)

Mensen met deze voorkeur kunnen zichzelf gemakkelijk in de positie van waarnemer plaatsen. Ze zijn emotioneel gedissocieerd en houden zo het hoofd koel. Deze denkvoorkeur is belangrijk voor analytisch gerichte banen.

Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:



MOTIVATIEFACTOREN

Waarden

Emoties zijn boodschappen van ons onbewuste; ze zijn nauw verbonden met onze waarden. Waarden zijn een soort kompas dat richting geeft aan onze gedachten en handelingen. Ze hebben de functie van 'aandachtfilter' en 'selectiemechanisme'. Waarden helpen ons om zaken te evalueren. Het zijn criteria voor goed of slecht, kwaliteit of non-kwaliteit. We richten ons op zaken die belangrijk voor ons zijn: doelwaarden. Of we concentreren ons op wat onze 'bestaande waarden' bedreigt. De volgende criteria zijn zeer belangrijk voor uw baan:

Relevante onderwerpen: Motivatie, Emotionele tevredenheid binnen het werk

Doelwaarden

1. Effectiviteit/efficiëntie
2. Vrijheid
3. Betrouwbaarheid
4. Groeipotentieel
5. Vaardigheid

Bestaande waarden

1. Conflictmanagement
2. Vrijheid
3. Groeipotentieel
4. Verantwoordelijkheid
5. Betrouwbaarheid

De met de doelwaarden verbonden ervaringen vertegenwoordigen voor u dat wat u in een baan zoekt. De bestaande waarden vertegenwoordigen waarden die voor u vanzelfsprekend, maar ook belangrijk zijn. Als een van deze waarden zou ontbreken, zou dat demotiverend voor u zijn. De waarden van een mens creëren de motivatie om iets te doen of te laten.

Het is belangrijk voor mensen dat hun bestaande waarden vervuld zijn en blijven. Het is ook nuttig erop te letten dat doelwaarden zowel door de omgeving als door het eigen handelen worden gerespecteerd. Ontevredenheid ontstaat wanneer de eigen waarden worden veronachtzaamd. Tevredenheid met het leven en het werk hangt samen met verbonden en in harmonie zijn met uw individuele waarden.

Motieven

Aan de basis van elke actie liggen drie mogelijke motieven ten grondslag: invloed, waardering en resultaatgerichtheid. Deze motieven zijn nauw verbonden met de waarden van een persoon. Als u weet hoe u zichzelf kunt motiveren, gelooft u doorgaans dat u andere mensen ook gemakkelijk motiveert en kunt u dat ook. Dit geldt alleen bij mensen met dezelfde motivatiestructuur. Kennis van deze denkpatronen vergroot de mensenkennis en het vermogen uzelf en anderen te motiveren. Het volgende denkpatroon toont hoe u zichzelf kunt motiveren bepaalde dingen te doen, bijvoorbeeld langer te werken.

Relevante onderwerpen: Motivatie, Leiderschap, Team

Invloed

Iemand die wordt gemotiveerd door invloed, wil macht hebben over zijn/haar omgeving. Hij/zij houdt graag de voortgang en het resultaat van elke situatie onder controle. Hij kan het best worden gemotiveerd wanneer hij begrijpt dat hij zijn werkomgeving kan beïnvloeden door, bijvoorbeeld, extra uren te maken. In situaties waarin hij meer gemotiveerd wil zijn, denkt hij waarschijnlijk graag aan hoe zijn acties een grotere invloed kunnen creëren op hemzelf, anderen of de situatie.

Waardering

Voor mensen met deze voorkeur is hun relatie met andere mensen en hun sympathie het belangrijkste. Ze willen gewaardeerd worden. Hun motivatie in dit voorbeeld zou zijn: zich realiseren hoeveel waardering ze zouden kunnen krijgen van hun baas of collega's als ze langer doorwerken. Ze bedenken hoe hun activiteiten meer waardering, vriendschap, liefde et cetera kunnen opleveren.

Resultaatgerichtheid

Mensen met deze voorkeur halen hun motivatie om harder of langer te werken uit het feit dat ze zo kunnen laten zien hoe goed ze presteren. Ze zouden ook andere doelen kunnen najagen, zoals extra tijd krijgen voor verdere projecten, wat opnieuw hun prestatievermogen zou aantonen. Ze willen resultaten behalen, een doel bereiken of een probleem oplossen. Om hun gemotiveerdheid te verhogen, denken ze graag aan hoe hun handelen kan leiden tot betere resultaten, meer winst, een betere prestatie.

Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:



Richting

Dit patroon is complex, het bestaat uit twee onderverdelingen. Hier wordt aangetoond dat mensen een voorkeur hebben om hun aandacht te richten op óf potentiële problemen, óf doelen die ze willen bereiken. Het zijn eigenlijk twee kanten van dezelfde medaille: iemand kan naar een doel toe bewegen, of van een probleem weg bewegen. Soms wordt het verlangen om een zeker punt te bereiken veroorzaakt door een nog sterker verlangen om de huidige situatie te veranderen. Omgekeerd kan achter de wil om een probleem op te lossen, de wens liggen om een bepaald doel te bereiken.

Relevante onderwerpen: Motivatie, Communicatie, Leiderschap

Weg van

Probleemgerichte mensen bewegen zich weg van alle mogelijke soorten problemen. Ze volgen een ontwijkingstrategie, ze ontwijken problemen of moeilijkheden liever, hun aandacht is gericht op dingen die niet zullen gebeuren. Ze kunnen deze voorkeur, hun voorzichtigheid, positief gebruiken om hoge kwaliteit te leveren, om op een veilige manier door te gaan en aldus zeer betrouwbaar worden. Ze gaan heel goed samen met hun 'naartoe'-collega's. Ze kunnen het best gemotiveerd worden door hen negatieve consequenties te tonen. Deze mensen helpt het vaak om te ontdekken wat ze precies willen hebben in plaats van het probleem waarmee ze bezig zijn.

Naartoe

Mensen met deze voorkeur bewegen naar een bepaald doel toe. Het verleden laten ze snel achter zich om zich op hun taken en doelen te richten. In extreme situaties kan dat betekenen dat ze zo 'doelgericht' zijn dat ze problemen op hun pad over het hoofd zien. Hun motivatie is de aantrekkelijkheid van hun doelen. Men kan het helpen om uit te vinden wat voor soort problemen ze zouden kunnen tegenkomen op weg naar hun doel.

Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:



Om misverstanden te voorkomen:

Uit de gedragspsychologie weten we dat we gewend raken aan constante prikkels. Mensen die vlak bij een spoorbaan wonen, horen het lawaai van de treinen na een tijd niet meer. Het zou gevaarlijk zijn om iemand te willen motiveren door hem constant te wijzen op negatieve consequenties. Hierdoor zou de persoon afgestompt raken, of hij zou de situatie ondraaglijk vinden en daarom elke confrontatie ermee gaan vermijden. Anders gezegd: het zou een soort 'innerlijk ontslag' bewerkstelligen.

Iets dergelijks gaat op voor de 'naartoe'-gerichte mensen. Het heeft weinig zin iemand te willen motiveren door hem of haar steeds dezelfde of een soortgelijke beloning voor te houden (opslag bijvoorbeeld). Men raakt hier snel aan gewend, om automatisch een steeds hogere beloning te gaan eisen.

Elke motivatie van buitenaf verandert in demotivatie als het door het individu niet kan worden veranderd in een motivatie van binnenuit. Het volstaat niet te weten of iemand wordt gemotiveerd door ofwel 'het koekje', of 'de zweep'; het is belangrijk de juiste soort van elk aan te bieden, en in verschillende vormen.

Referentiekaders

Deze denkstructuur heeft te maken met de manier waarop mensen het resultaat van hun inspanningen beoordelen. Sommige mensen hebben een innerlijk weten over wat ze goed of slecht hebben gedaan, terwijl anderen feedback van buitenaf nodig hebben. Deze verschillende manieren van denken kunnen leiden tot misverstanden, bijvoorbeeld wanneer een manager met een interne referentie zijn werknemer nooit prijst ("Hij weet zelf wel dat hij goed werk doet!"). De werknemer raakt gefrustreerd, aangezien hij een externe referentie heeft en werkelijk verlangt naar feedback.

Relevante onderwerpen: Communicatie, Leiderschap, Team

Interne Referentie

Mensen met deze voorkeur weten vanbinnen of ze iets goed of niet zo goed hebben gedaan. Ze vertrouwen op hun eigen innerlijke referentiekader. Ze vergaren informatie en gebruiken hun intuïtie om te beslissen. Typerende uitdrukkingen zijn: "Ik had zo'n gevoel dat...", of: "Ik wist het gewoon". Ze beslissen zelfstandig; ze weten vanuit zichzelf wat juist is. Het is moeilijk deze mensen over te halen om hun mening te veranderen. Ze zijn minder gevoelig voor lof of kritiek. Beide zullen eerder worden gebruikt om te beoordelen of de ander het onderwerp goed heeft begrepen. Deze mensen kan het helpen te leren luisteren naar voorstellen en feedback van anderen.

Externe Referentie

Mensen met deze voorkeur staan open voor andere meningen wanneer ze een beslissing nemen. Ze willen weten wat anderen denken. "Iemand moet 't me zeggen", of: "Ik werd gewaardeerd". Om te kunnen evalueren, hebben ze informatie van buitenaf nodig. Ze willen weten wat anderen van hen denken. Ze zijn gevoelig voor positief commentaar of kritiek. Mensen met een sterke externe referentie hebben informatie van buitenaf nodig om te weten waar ze staan. Hierdoor zijn ze minder autonoom. Hen helpt het te leren zich niet al te zeer te laten beïnvloeden door anderen. Te leren vertrouwen op mensen die ze goed kennen en die betrouwbaar zijn.

Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:



Planningstijl

De planningstijl zegt iets over waarom mensen op een bepaalde manier handelen of dingen doen. Het laat zien dat sommige mensen eerder in opties en keuzemogelijkheden denken, terwijl anderen gebruikmaken van bestaande manieren om een bepaalde taak uit te voeren. Beide voorkeuren zijn belangrijk en waardevol in een team. Maar ze kunnen ook een bron van conflict vormen, wanneer teamleden de verschillende planningstijlen niet als aanvullend zien.

Relevante onderwerpen: Inzet, Communicatie, Team, Leren, Leiderschap, Taakomschrijving en -ontwerp

Opties

Mensen met deze voorkeur zijn gemotiveerd om nieuwe oplossingen te vinden en om te experimenteren met alternatieven wanneer ze daar de kans toe krijgen. Ze vragen: "Op welke andere manieren zou het kunnen werken?" Geeft u ze een proces dat honderd procent succes belooft, dan poetsen ze het nóg meer op. Beslissingen betekenen voor hen beperkingen. Ze houden niet van beslissingen en als ze ook nog eens van het Reactieve type zijn, gaan ze beslissingen uit de weg. Ze ontwijken of negeren regels en ze zoeken naar alternatieven voor de routine. Mensen met deze voorkeur kunnen worden gemotiveerd door ze opties te geven, keuzemogelijkheden, alternatieven en kansen. Ze kunnen makkelijk procedures bedenken, maar vinden het moeilijk ze te volgen.

Procedures

Met deze voorkeur zoeken mensen naar 'de juiste manier' en naar beproefde procedures. Ze vragen: "Wat moet ik doen?" Hun referentiekader is: doen wat nodig is. Ze volgen graag de officiële paden en bestaande werkstructuren. Ze hebben geen moeite met beslissen, elk genomen besluit is voor hen een opluchting. Hebben ze eenmaal een werkwijze gevonden die werkt, dan zullen ze daar altijd naar terugkeren. Vraagt iemand hen de regels te overtreden, dan zullen ze geïrriteerd of verward raken. "Waarom zou ik regels overtreden die duidelijk werken?" Deze mensen worden gemotiveerd wanneer men ze laat werken met beproefde procedures en processen. Zijn die niet voorhanden dan kunnen ze hulpeloos worden. Ze vinden het moeilijk om zelf procedures te ontwikkelen. Ze houden ervan een bepaalde werkwijze opgedragen te krijgen en die te volgen.

Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:



MOTIVATIEVERWERKING

Niveau van activiteit

Deze denkstructuur heeft te maken met de snelheid van actie of reactie. Is er bij u een balans (verschil van maximaal 10%) tussen Preactief en Reactief op een hoger niveau (meer dan 60%), dan kunt u als Actief worden beschouwd. Op een laag niveau (minder dan 50%) bent u Non-Actief.

Relevante onderwerpen: Communicatie, Team, Crisismanagement

Preactief

Deze voorkeur doet een persoon preventief reageren, ook wanneer dat waar hij of zij op reageert niet eens werkelijk gebeurt. Voorbeeld: wanneer een verslag geschreven moet worden en de deadline is over vier weken, dan begint deze persoon er onmiddellijk aan. Hij/zij handelt van tevoren en op tijd. Deze denkstructuur doet denken aan een 'voorbehoedmiddel'.

Actief

Een persoon met deze denkstijl reageert onmiddellijk en spontaan op veranderingen. Deze denkstructuur is belangrijk bij korte reactietijden.

Reactief

Iemand met deze denkstijl komt bij veranderingen pas in actie na een innerlijke analyse en afweging. Deze voorkeur is nuttig wanneer het om kwaliteit leveren gaat.

Non-Actief

Een persoon met deze voorkeur verandert niet van tempo door invloeden van buitenaf. Hij/zij straalt volharding uit; kan dingen 'uitzitten'. Deze voorkeur is waardevol wanneer een taak moet worden volbracht waarbij de nodige obstakels moeten worden overwonnen.

Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:



Vergelijking

Dit denkpatroon is relatief belangrijk. Het vertegenwoordigt een overheersend element van de persoonlijkheid. Het valt onder die structuren die we gebruiken om dingen te begrijpen en om keuzes te maken. Om iets te kunnen begrijpen, zoeken sommige mensen eerst naar overeenkomsten, anderen naar verschillen, om de feiten aan de hand daarvan in te delen. Beide voorkeuren zijn zeer belangrijk in het zakenleven. Ze tonen aan hoe we de buitenwereld vergelijken met ons interne referentiekader.

Relevante onderwerpen: Inzet, Communicatie, Aantal jaren in functie, Leren

Overeenkomst

Mensen met een voorkeur voor overeenkomsten bekijken in elke nieuwe situatie eerst of deze iets gemeen heeft met eerdere ervaringen. Ze hebben soms moeite met verschillen en veranderingen opmerken. Ze houden niet van grote veranderingen; ze houden van vertrouwde dingen en van de veiligheid van het bekende. Deze voorkeur is belangrijk om patronen te herkennen.

Overeenkomst met uitzonderingen

In nieuwe situaties zoeken deze mensen naar overeenkomsten met eerdere ervaringen, maar ook naar verschillen. Ze houden over de grote lijnen graag alles bij het oude, maar veranderingen accepteren ze in veel kortere tijd dan de vorige groep. Ze houden ervan dat dingen zich langzaam en over een bepaalde periode ontwikkelen.

Verschil met uitzonderingen

Mensen met deze voorkeur proberen eerst verschillen met een vorige situatie te ontdekken. Daarna zoeken ze naar overeenkomsten. Deze groep kan zowel met een zekere routine leven als met een periode van verandering, maar ze hebben meer afwisseling nodig dan voorgaande twee groepen.

Verschil

Mensen met deze denkstijl herkennen eerst de verschillen in vergelijking met een eerdere ervaring. Wanneer ze in een onbekende kamer of een nieuwe situatie komen, kunnen ze onmiddellijk signaleren wat er anders is dan ze kennen. Ze vinden het moeilijk om patronen of gelijksoortige dingen te herkennen en ze houden van verandering. Deze voorkeur is belangrijk voor het ontdekken van fouten.

Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:



Reactie

Dit denkpatroon heeft twee kanten. Het laat zien hoe iemand het eens of oneens is met een ander.

Relevante onderwerpen: Communicatie, Team

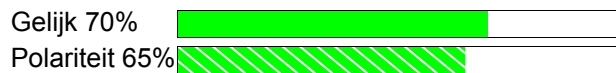
Gelijk

Mensen met deze voorkeur conformeren zich. Ze doen normaal gesproken wat ze wordt gezegd. Ze zijn teamgericht en komen gemakkelijk tot afspraken.

Polariteit / Tegenovergesteld

Deze denkvoorkeur komt niet veel voor (bij 5 - 10% van de mensen). Mensen met deze voorkeur reageren tegenovergesteld: ze doen precies het tegenovergestelde van wat je ze zegt. Dit is een afgrenzende reactie om de eigen onafhankelijkheid te onderstrepen.

Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:



Identity Compass®

Successtrategie

Deze denkstructuur geeft informatie over persoonlijke voorkeuren als het gaat om het realiseren van projecten en dergelijke. Het laat zien of iemand de fase van de visie, van de realisatie of van de kwaliteitsbewaking het liefst voor z'n rekening neemt. De meeste mensen kunnen goed overweg met één onderdeel van een project en hebben moeite met de andere. In een team is het handig om mensen met elke voorkeur te hebben, hoewel dit ook kans op conflicten geeft.

Relevante onderwerpen: Inzet, Communicatie, Team, Projectmanagement

Visie

Mensen met deze denkstijl plannen graag nieuwe projecten. Ze houden ervan nieuwe concepten te ontwikkelen. Ze geven de voorkeur aan de vraag: "Wat kunnen we doen?" Ze vinden het leuk om dingen uit te denken, ze maken zich er innerlijke voorstellingen van en ontwikkelen graag een visie.

Realisatie

Mensen met deze voorkeur zijn vooral geïnteresseerd in het uitvoeren van projecten. Ze zetten de plannen om in actie, zorgen dat het project loopt. Het zijn doeners die vragen: "Hoe kunnen we het realiseren?"

Kwaliteitsbewaking

Mensen met deze voorkeur kunnen een project verbeteren, ze ontdekken gemakkelijk haken en ogen en gebreken. Ze vragen graag: "Waarom?" Onderzoeken en testen past bij hen. Ze willen projecten verbeteren en fouten corrigeren.

Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:



Werkoriëntatie

Dit patroon laat zien of iemand de nadruk legt op de taak zelf of op de personen die ermee gemoeid zijn. Zeer belangrijk bij het samenstellen van teams en voor samenwerken met anderen.

Relevante onderwerpen: Teams, Leiderschap

Relatie

Voor relatiegerichte mensen is het belangrijk dat het met alle leden van een team goed gaat. Bij een sterke neiging naar deze voorkeur kan de taak zelf op de achtergrond raken. Deze mensen richten hun aandacht vooral op andere mensen en op de onderlinge sfeer. Ze houden rekening met anderen.

Taak

Taakgerichte mensen willen vooral het werk gedaan krijgen en het gestelde doel bereiken. In extreme gevallen kunnen ze te hoge eisen gaan stellen aan collega's of henzelf. Ze richten hun aandacht op het werk zelf en op de deadlines.

Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:



Identity Compass®

INFORMATIEVERWERKING

Informatieomvang

Mensen kunnen 7 +/- 2 deeltjes informatie tegelijkertijd bewust verwerken, met andere woorden: 5 - 9 deeltjes. Zo'n deeltje (informatie-eenheid) kan een willekeurige hoeveelheid informatie bevatten. Maar detailgerichte mensen kunnen weinig beginnen met globale informatie, net zoals globaal gerichte mensen gedetailleerde informatie niet goed kunnen verwerken. Daarom is deze denkstructuur belangrijk voor communicatie in het algemeen, tijdens trainingen en bij leidinggeven. Twee mensen met tegenovergestelde denkvoorkeuren lopen een grote kans op misverstanden en daardoor op conflicten. Tegelijkertijd kunnen ze elkaar perfect aanvullen. De kunst om de omvang van informatie aan te passen is dus een belangrijke factor in leidinggevende capaciteiten.

Relevante onderwerpen: Leren, Onderwijzen, Communicatie, Projectmanagement, Leiderschap

Globaal

Mensen met deze voorkeur generaliseren. Ze hebben graag het overzicht. De deeltjes die ze gebruiken bevatten grovere en meer globale informatie. Ze concentreren zich op de algemene richting van een project. Ze zien gemakkelijk verbanden en basisstructuren. Ze werken het best wanneer ze details naar anderen kunnen delegeren. Hun leerstijl is van globaal naar gedetailleerd (deductief).

Details

Mensen die deze voorkeur gebruiken concentreren zich op de details van een taak. Details zijn belangrijk voor hen. De deeltjes die ze gebruiken bevatten vele gedetailleerde stukjes informatie en hebben een fijnere structuur. Ze hebben te maken met de elementen en onderdelen van een project. Precisie en nauwgezetheid zijn belangrijk voor hen. Hun leerstijl is van gedetailleerd naar globaal (inductief).

Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:



Denkstijl

Dit patroon wordt vaak verward met het vorige. Echter, een globaal denkende persoon kan ook concreet denken, en een detailgerichte persoon abstract. De twee denkvoorkeuren Abstract en Concreet vullen elkaar aan. Bij de uitvoering van een project zullen deze denkpatronen de volgende impact hebben:

Relevante onderwerpen: Leren, Onderwijzen, Communicatie

Abstract

Mensen met deze voorkeur denken graag in combinaties, principes en symbolen. Het project zullen ze starten met tekeningen en ontwerpen alvorens het te realiseren. Dit is de zoektocht naar een abstracte oplossing. Mensen met deze denkstijl letten vooral op efficiency, deadlines, voortgangpercentages et cetera.

Concreet

Deze mensen concentreren zich op concrete feiten en voorbeelden. Hun project zou dus starten met een concreet beeld van hoe het project van start kan gaan of wat het resultaat moet zijn. Mensen met deze denkstijl houden in de gaten wie wat doet en wanneer, hoe en waar het gedaan kan worden.

Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:



Identity Compass®

Werkstijl

Deze denkstructuur heeft te maken met de werkstijl die iemand prefereert. Het geeft een antwoord op de vraag of iemand graag in teamverband werkt of het werk liever zelfstandig uitvoert.

Relevante onderwerpen: Team, Werkomgeving

Teamspeler

Mensen met deze voorkeur willen deel uitmaken van een team en stellen hun inspanningen graag ter beschikking van het team. Ze verdelen graag het werk en werken liefst samen; dit is belangrijk voor ze. Ze geven om de andere leden van de groep en werken efficiënter in teamverband.

Individualist

Mensen met deze voorkeur werken het best wanneer ze alleen zijn en onafhankelijk zijn, en wanneer ze de volledige controle over het project hebben. Ze kunnen een taak goed zelfstandig volbrengen. Ze kiezen graag zelf de tijden en de plaats waar(op) ze werken. Bemoediging van anderen met hun project willen ze voorkomen. Ze houden minder rekening met andere teamleden en werken doorgaans sneller in hun eentje.

Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:



Identity Compass®

Primaire aandacht

Deze structuur toont of iemand in gezelschap eerst voor zichzelf zorgt of eerst voor anderen.

Relevante onderwerpen: Team, Klanten

Zelf

Voor mensen met deze voorkeur is het belangrijker zich eerst op zichzelf te concentreren. Ze realiseren zich waarschijnlijk eerst dat ze zelf iets nodig hebben (iets te drinken of te eten bijvoorbeeld), en dan pas vragen ze de anderen of die ook iets willen, om het vervolgens te gaan halen. Deze denkvoorkeur wordt vaak gebruikt door topsporters of in beroepen waarin presteren van groot belang is. Deze mensen kunnen doorgaans goed voor zichzelf zorgen.

Anderen

Mensen met deze voorkeur denken eerst aan anderen. In ons voorbeeld zou het ze opvallen dat iemand anders iets te drinken wil, om dat vervolgens voor die persoon te gaan halen. In dit geval zouden ze waarschijnlijk zelf ook iets te drinken nemen. Deze denkstijl ziet men vaak in dienstverlenende en verzorgende beroepen.

Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:



Identity Compass®

Tijdoriëntatie

Een belangrijke factor voor de denkwijze van mensen: hoe oriënteren ze zich in de tijd? Zijn ze vooral gefocust op het verleden, het heden of de toekomst?

Relevante onderwerpen: Inzet, Communicatie

Verleden

Mensen met deze voorkeur baseren hun beslissingen op eerdere ervaringen en oriënteren zich vooral op het verleden. In extreme gevallen hebben ze geen oog voor plezierige ervaringen in het heden en maken ze geen toekomstplannen. Deze denkstijl is belangrijk voor analyse en probleemoplossing.

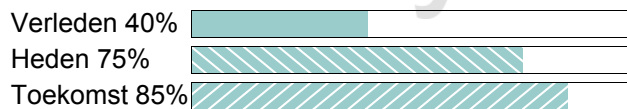
Heden

Mensen met deze voorkeur leven in het hier en nu en hebben gemakkelijk toegang tot wat er werkelijk gebeurt. Bij sterk eenzijdig gebruik van deze denkvoorkeur leren mensen moeilijk van het verleden en vinden ze het lastig om toekomstplannen te maken. Deze denkstijl is belangrijk voor direct reageren, dienstverlening en improviseren.

Toekomst

Mensen met deze voorkeur brengen hun tijd graag door met toekomstplaatjes en plannen maken. Als deze voorkeur voornamelijk wordt gebruikt, leren mensen niet van het verleden en genieten ze niet van de resultaten van hun eerdere plannen. Deze denkstijl is belangrijk voor de ontwikkeling van organisaties, bij projecten, in stafposities en bij het overwegen van consequenties.

Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:



Tijkader

Deze structuur heeft te maken met de manier waarop u uw voorstelling van tijd organiseert. Het houdt sterk verband met de voorkeur voor korte of lange termijn denken. Het geeft een antwoord op de vraag hoe ver iemand vooruitkijkt, of in welke mate iemand improviseert.

Relevante onderwerpen: Team, Communicatie, Planning, Improvisatie

Lange termijn

Mensen met deze voorkeur leggen de nadruk op middellange of lange termijn consequenties en effecten. Bij eenzijdig gebruik van deze voorkeur worden korte termijn consequenties over het hoofd gezien. Deze mensen gebruiken graag een planner. Ze delen hun tijd globaal in. Lange termijn betekent voor u in uw huidige werksituatie: 2 week(weken).

Korte termijn

Hun primaire aandacht is gericht op korte tot middellange termijn consequenties. Bij eenzijdig gebruik van deze denkstijl worden de lange termijn aspecten genegeerd. Ze hebben een 'zuidelijk' soort gevoel voor tijd en zullen niet snel een planner gebruiken. Deze denkstijl is belangrijk voor onmiddellijk reageren en voor improvisatie. Korte termijn betekent voor u in uw huidige werksituatie: 3 dag(en).

Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:



Identity Compass®

Overtuigingskanaal

Dit patroon toont welk zintuiglijk kanaal primair wordt gebruikt om ergens van overtuigd te zijn, ergens voor of tegen te beslissen. Via welk kanaal krijgt iemand de informatie om een beslissing te nemen?

Relevante onderwerpen: Motivatie, Communicatie, Verkoop

Kijken

Mensen met deze voorkeur moeten iets met eigen ogen zien voor ze het geloven. Ze willen kunnen kijken naar hun collega's of naar de omstandigheden. Ze besluiten of iets 'er goed uitziet'.

Luisteren

Met deze voorkeur is het belangrijk wat iemand over een persoon of een situatie hoort. Deze mensen willen praten en overleggen met anderen alvorens ze een beslissing maken. Voor hen is het belangrijk dat iets 'goed klinkt'.

Lezen

Mensen met deze voorkeur vertrouwen voornamelijk op geschreven informatie. Of iets moet eenvoudigweg 'zin hebben'. Ze halen graag informatie uit vaktijdschriften en lezen graag folders, bewijsstukken en testrapporten alvorens ze een keuze maken.

Handelen

Deze mensen willen samenwerken en proberen iets eerst zelf uit voor ze het geloven. Ze zijn overtuigd van wat ze hebben getest. Of het 'voelt goed'. Voor hen is het belangrijk dingen te ervaren en uit te proberen alvorens ze een besluit nemen.

Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:



Overtuigingsstrategie

We gebuiken onze overtuigingsstrategie om er zeker van te zijn dat iets waar is. Hoogstwaarschijnlijk heeft de overtuigingsstrategie meer impact op iemands beslissingen dan het overtuigingskanaal.

Relevante onderwerpen: Motivatie, Communicatie, Verkoop

Aantal voorbeelden

Mensen met deze voorkeur moeten iets meermaals meemaken voordat ze overtuigd zijn. Wanneer ze iets een bepaald aantal keer hebben meegemaakt, beginnen ze het te geloven.

Tijdsduur

Mensen met deze voorkeur zien iets graag gedemonstreerd over een bepaalde tijdperiode voordat ze kunnen geloven dat het waar is.

Skepsis

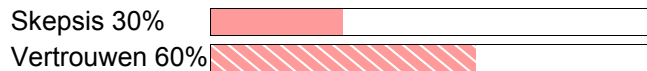
Mensen met deze voorkeur moet men elke keer opnieuw ergens van overtuigen. Ze zijn skeptisch of voortdurend wantrouwig. Ze zijn moeilijk te overtuigen. Deze denkvoorkeur toont zijn waarde het best in werk waar kwaliteitscontrole belangrijk is.

Vertrouwen

Mensen met deze voorkeur hebben geen demonstratie nodig om te geloven dat iets waar is of werkt. Vaak geven deze mensen vooraf hun vertrouwen en checken ze later de details.

Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat:

U bent gewoonlijk overtuigd na 2 maand(en).



Managementstijl

Dit patroon maakt het mogelijk vast te stellen of te voorspellen of iemand zichzelf of anderen leiding kan geven. Het maakt ook duidelijk of iemand de wens en de capaciteiten heeft om anderen leiding te geven, of liever leiding krijgt.

Relevante onderwerpen: Leiderschap, Communicatie, Zelfreflectie, Waarneming

Zelf en Anderen

Mensen met deze voorkeur weten wat ze zelf moeten doen en wat anderen moeten doen en zijn bereid hen dat te vertellen. Ze kunnen zowel zichzelf reflecteren als anderen observeren en analyseren.

Zelf

Mensen met deze voorkeur houden zich niet bezig met andermans taken en ambiëren geen managementfunctie. Anderen observeren en analyseren vinden ze lastig. Zichzelf kunnen ze wel reflecteren. Binnen een organisatie functioneren ze het best op een plek waar ze onafhankelijk kunnen werken.

Anderen

Mensen met deze voorkeur vindt men veel op administraties of bij overheden. Ze doen wat hun chef ze vertelt. Normaal gesproken weten ze ook wat anderen moeten doen, en ze aarzelen niet hen dat te vertellen. Zichzelf reflecteren kunnen ze moeilijk vinden. Anderen kunnen ze wel observeren en analyseren.

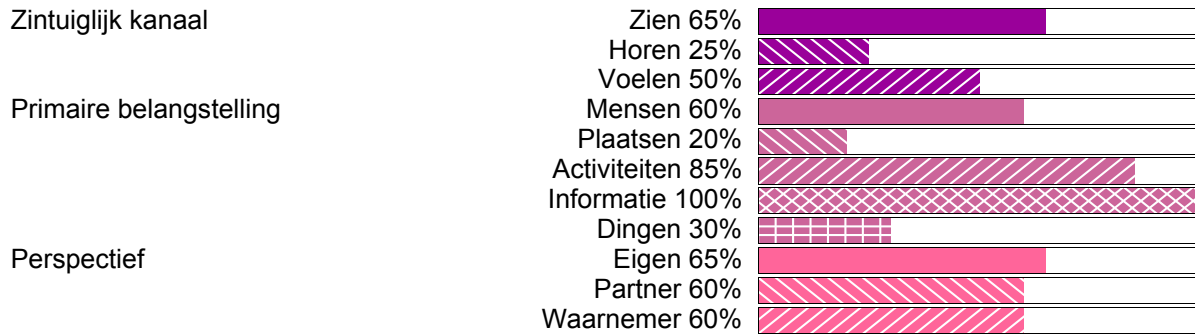
Ieder het zijne

Mensen met deze voorkeur weten wat ze moeten doen om succes te behalen. Ze weten ook wat anderen moeten doen, maar zijn niet geneigd hen dat te zeggen (typerend: "Wie ben ik om jou te vertellen wat je moet doen?"). Ze kunnen zichzelf reflecteren en anderen observeren en analyseren. Normaal gesproken hebben ze weinig interesse in managementfuncties, maar mochten ze een dergelijke promotie krijgen, dan kunnen ze veranderen in het type 'Zelf en Anderen'.

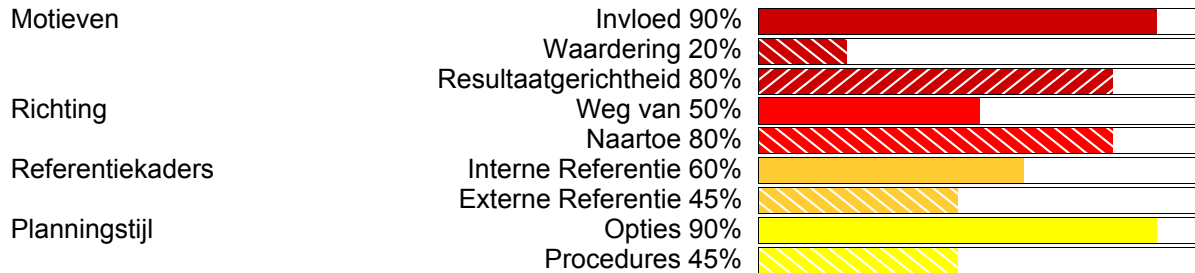
Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:

Zelf 77% 

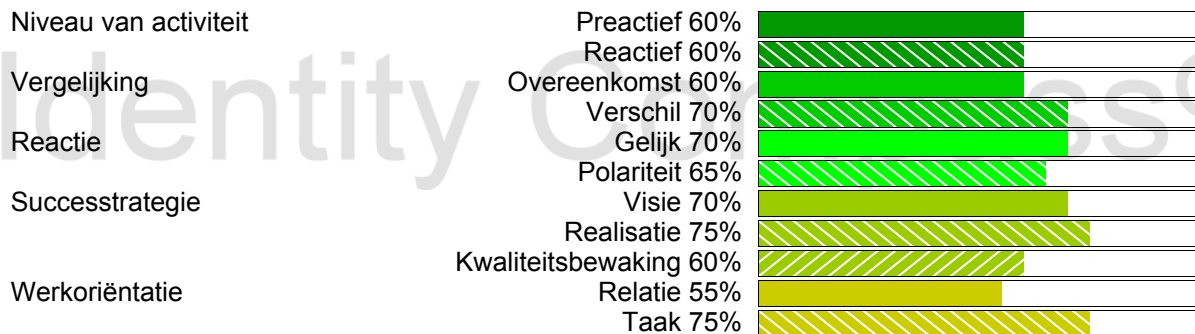
WAARNEMING



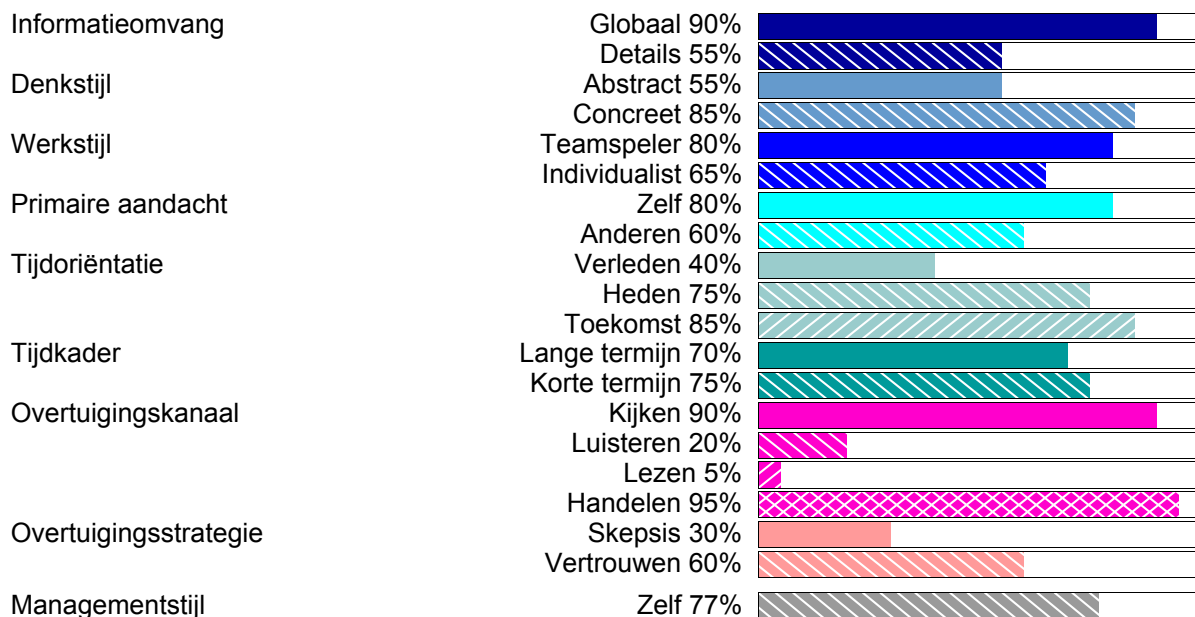
MOTIVATIEFACTOREN



MOTIVATIEVERWERKING



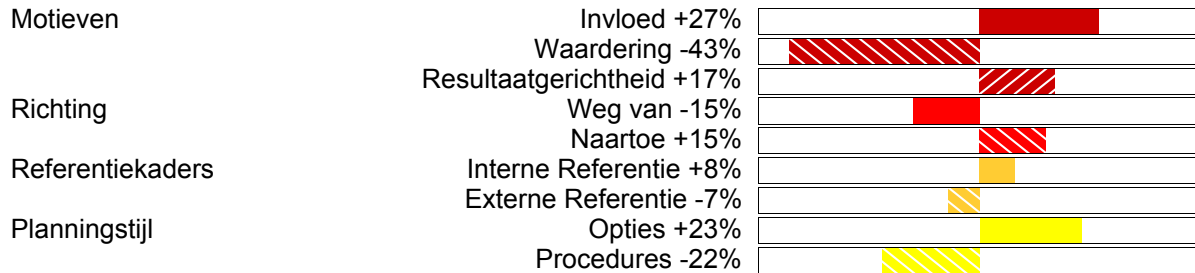
INFORMATIEVERWERKING



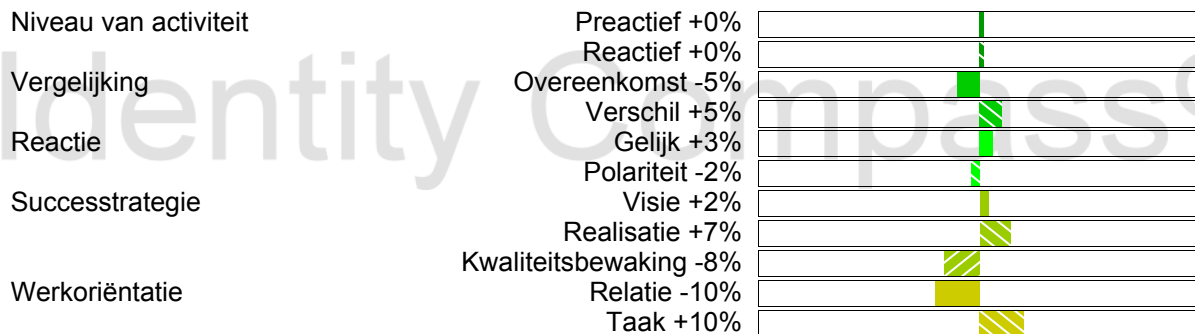
WAARNEMING Voorkeuren



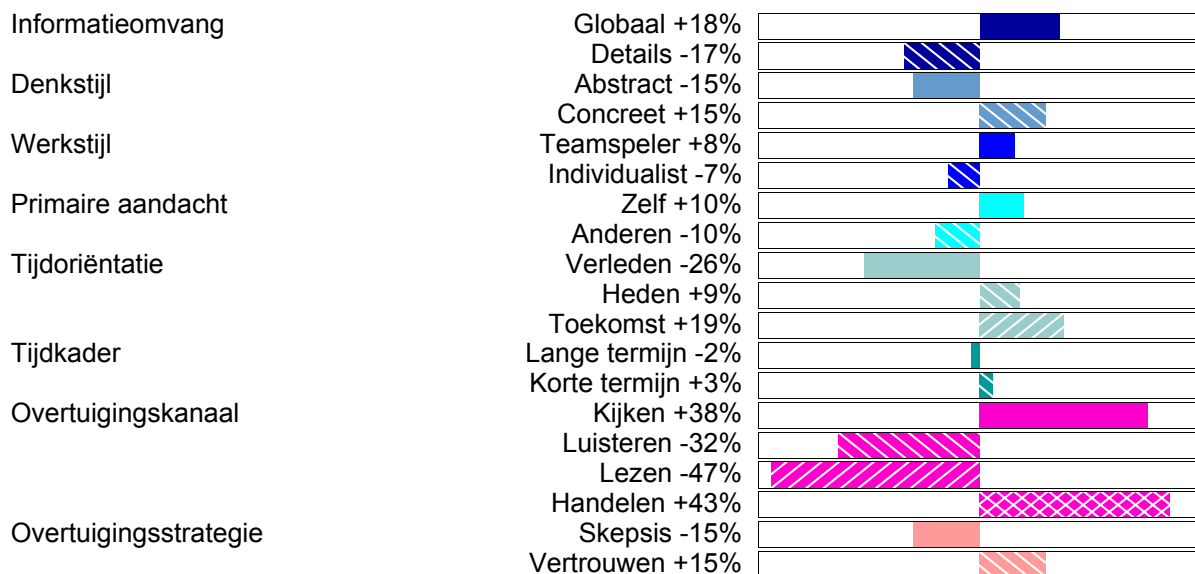
MOTIVATIEFACTOREN Voorkeuren



MOTIVATIEVERWERKING Voorkeuren

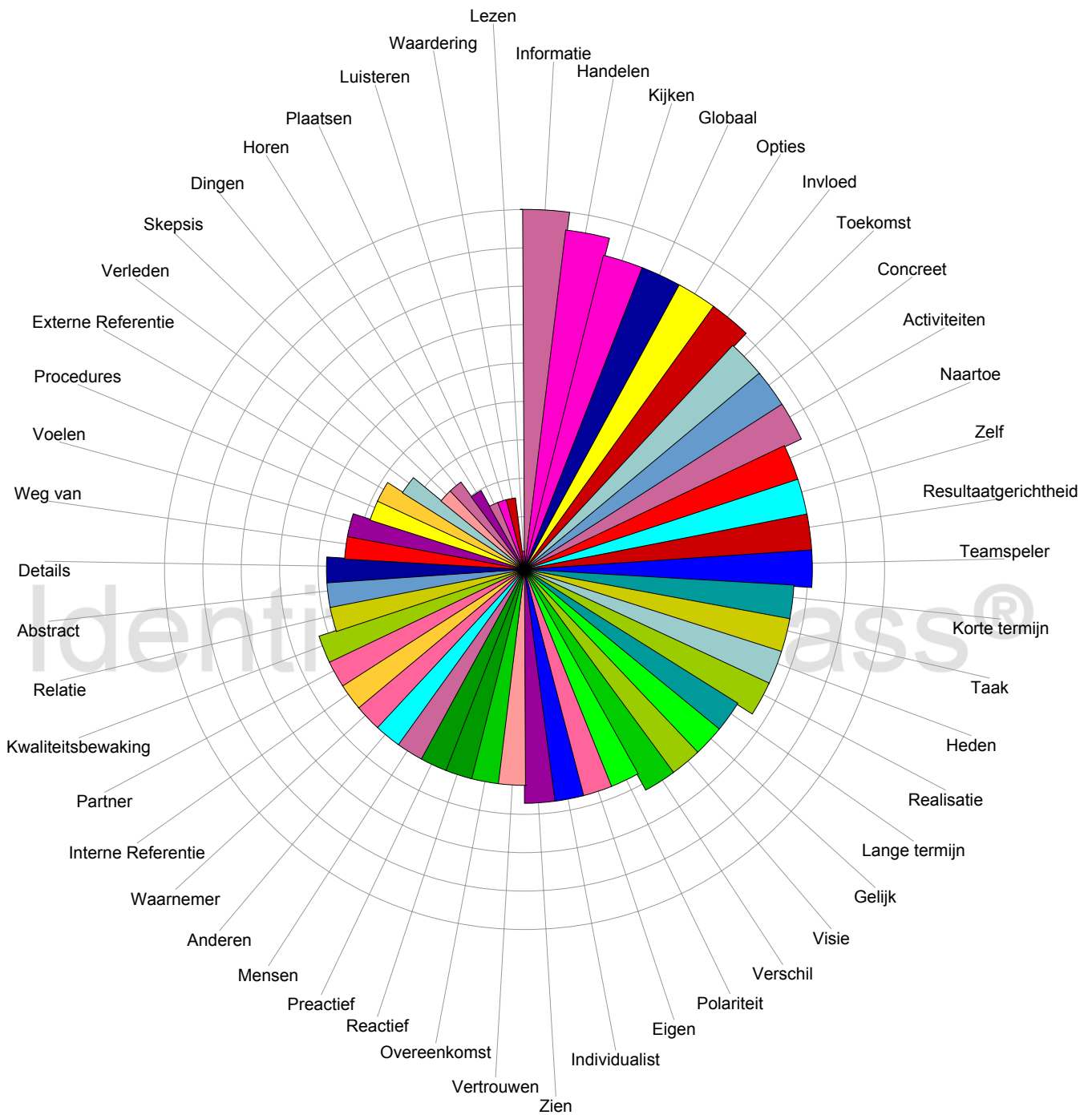


INFORMATIEVERWERKING Voorkeuren



* De voorkeurwaarden zijn slechts statistische waarden die de afwijking van het gemiddelde binnen een denkstructuur laten zien. Bijvoorbeeld zintuiglijk kanaal: Zien 90%, Horen 30%, Voelen 60% geeft in deze structuur een gemiddelde van $90+30+60=180/3=60$. Dit resulteert in de voorkeurwaarden Zien +30%, Horen -30%, Voelen 0%

Overzicht van uw voorkeuren



Persoonlijk gemiddelde

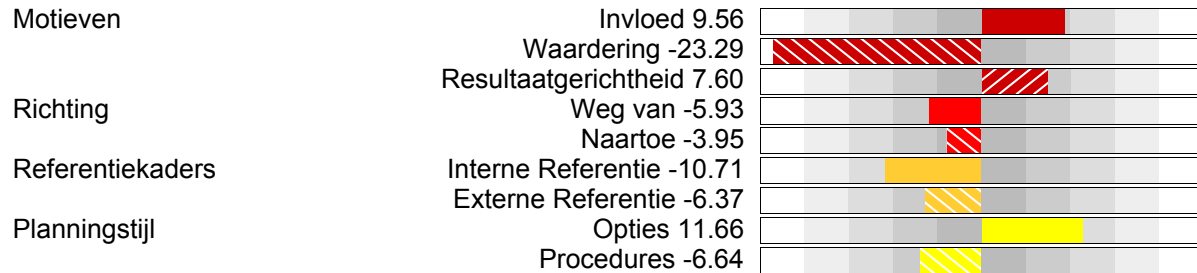


* Het percentage ligt doorgaans tussen 60% en 70%.
Een hoger of lager percentage is niet slechter of beter, maar anders!

WAARNEMING*



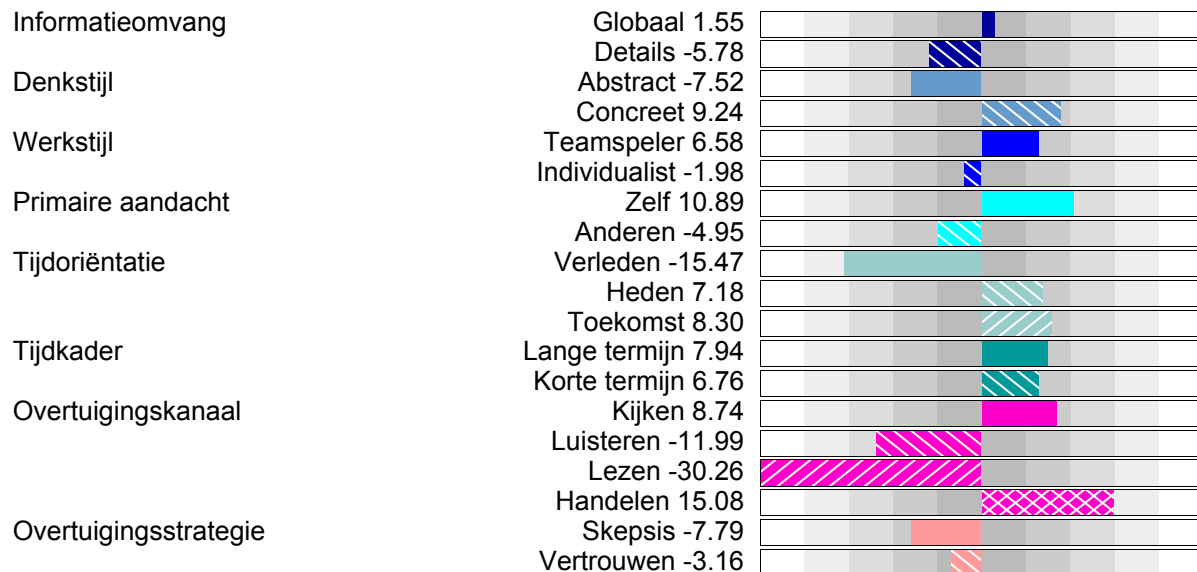
MOTIVATIEFACTOREN*



MOTIVATIEVERWERKING*



INFORMATIEVERWERKING*



* Vergelijking met het landelijke gemiddelde.

Nota bene: ook hier is er geen 'slechter' of 'beter', alleen een 'anders'!

Conclusie

Uw waarden

Doelwaarden

1. Effectiviteit/efficiëntie
2. Vrijheid
3. Betrouwbaarheid
4. Groeipotentieel
5. Vaardigheid

Bestaande waarden

1. Conflictmanagement
2. Vrijheid
3. Groeipotentieel
4. Verantwoordelijkheid
5. Betrouwbaarheid

Uw voorkeuren

Informatie
Handelen
Kijken
Globaal
Opties
Invloed

Toekomst
Concreet
Activiteiten
Naartoe
Zelf
Resultaatgerichtheid

De basis van uw voorkeuren

Teamspeler
Korte termijn
Taak
Heden
Realisatie
Lange termijn
Gelijk
Visie
Verschil
Polariteit
Eigen
Individualist
Zien

Vertrouwen
Overeenkomst
Reactief
Preactief
Mensen
Anderen
Waarnemer
Interne Referentie
Partner
Kwaliteitsbewaking
Relatie
Abstract
Details

Zelden gebruikte denkstructuren

Weg van
Voelen
Procedures
Externe Referentie
Verleden
Skepsis

Dingen
Horen
Plaatsen
Luisteren
Waardering
Lezen

Identity Compass® Analyse

JobMotivation Edition

De JobMotivation Edition is een door Dr David Scheffer ontwikkelde, wetenschappelijk gefundeerde vragenlijst voor het beoordelen van werkmotivatie en werktevredenheid. De eisen die banen aan werknemers stellen zijn constant aan verandering onderhevig. Instrumenten die gebaseerd zijn op specifieke kenmerken van de aan het werk gestelde eisen, lopen zo constant het risico verouderd te raken. De JobMotivation Edition daarentegen is minder gevoelig voor dit risico, aangezien het is gebaseerd op een algemene theorie over motivatie, en menselijke motivatie is een antropologische constante die slechts langzaam verandert vergeleken met de sociale omstandigheden van het leven.

De analyse van werkmotivatie en werktevredenheid is zowel voor het individu als voor de bedrijfsleiding zeer nuttig. Individuen ontdekken door deze analyse in hoeverre ze het potentieel van hun baan verwerkelijken en waar nog ontwikkelingskansen liggen. Hier is een combinatie van de JobMotivation Edition met een persoonlijkheids-vragenlijst vooral behulpzaam, aangezien zo de kenmerken van de baan en de kenmerken van het individu optimaal 'passend' kunnen worden gemaakt. Bedrijfsleiders komen op deze manier iets te weten over de heersende sfeer binnen de organisatie. Recente onderzoeken wijzen uit dat een hoge mate van motivatie en tevredenheid over het werk bij de werknemer een cruciale bijdrage leveren aan het succes van een bedrijf. De JobMotivation Edition voorziet in een gedetailleerde en veelzijdige analyse van de verschillende factoren van werkmotivatie en werktevredenheid.

Wat wordt er gemeten?

Bepaalde factoren in het werk motiveren en zorgen voor tevredenheid, andere factoren geven stress en ontevredenheid - hoewel afwezigheid van die laatste factoren nog geen hoge motivatie garandeert! Werkmotivatie heeft zowel een positieve als een negatieve zijde, die niet afhankelijk van elkaar zijn.

Uit de algemene theorie over motivatie komen drie hoofdthema's voort:

1. **Autonomie versus afhankelijkheid:** voelt men zich door het werk sterk en machtig?
2. **Zekerheid versus gebrek aan vooruitzichten:** voelt de werknemer zich op zijn plaats in deze baan, voelt hij/zij zich veilig?
3. **Uitdaging versus zinloosheid:** voelt de werknemer zich uitgedaagd en optimaal gestimuleerd door het werk?

Deze drie hoofdthema's worden vervolgens onderverdeeld in zes hoofdschalen, op basis van de verdeling tussen positief gedefinieerde motivatiefactoren en negatief gedefinieerde hygiënefactoren ('ontevredenmakers'). Deze kunnen dan in nog fijnere facetten worden onderverdeeld.

De grafische weergave van de resultaten gebeurt op basis van Z-waarden (afwijkingen van het gemiddelde). Balken die vanuit het midden naar rechts gaan, geven de mate aan waarin bovengemiddelde motivatiefactoren of benedengemiddelde non-motivatiefactoren eruit springen.

Betekenis:

	minder dan 05 betekent: 'geringe afwijking'
	tot 10 betekent: 'significante afwijking'
	tot 15 betekent: 'sterke afwijking'
	tot 20 betekent: 'zeer sterke afwijking'
	meer dan 20 betekent: 'extreme afwijking'

Autonomie versus afhankelijkheid

Het eerste hoofdthema gaat over de kwestie autonomie tegenover afhankelijkheid.

Positief gedefinieerd wordt hier middels schalen gemeten in hoeverre iemand zichzelf kan verwerkelijken via het werk. Banen die positieve zelfwerkzaamheidservaringen bieden, versterken het gevoel van autonomie en - het doel waarnaar men streeft - tevredenheid met het werk.

Negatief gedefinieerd wijst dit gebied op onmachtgevoelens. Het ontbreken van zulke gevoelens motiveert weliswaar niet, het zorgt op een bepaalde manier wel voor tevredenheid met het werk. Hoewel moet worden gezegd dat deze 'afwezigheid van ontevredenheid', zoals Herzberg heeft aangetoond, geen motiverende factor is. Een kritische waarde bij onmachtgevoelens maakt zeer ontevreden en weerspannig.

Autonomie

Deze schalen geven aan of het individu voldoende invloed uitoefent op zijn/haar werkomgeving, en of de werksituatie wat dit betreft motiverend is. De volgende schalen tonen de mate waarin de individuele componenten vervuld zijn.

Invloed

Hoge waarden op dit onderdeel geven aan dat het individu via het werk anderen kan beïnvloeden, zaken op gang kan brengen. Dergelijke rollen op werkgebied worden vaak zeer gerespecteerd, ze worden in verband gebracht met de macht van een bepaalde positie en expertise, en gaan samen met een hoge mate van verantwoordelijkheid, om niet te zeggen controle. Desondanks hoeft iemand geen managementpositie te hebben om hoog te scoren op deze schaal. Het is vaak zo dat posities op de lagere niveaus van een organisatorische hiërarchie een sleutelrol spelen in een specifiek proces - waarmee de werknemers in kwestie veel invloed en macht hebben doordat ze deze specifieke positie bekleden.

Betekenis van de baan

Hoge waarden op deze schaal laten zien dat het werk de persoon een betekenisvol gevoel geeft, het werk maakt hem of haar trots en draagt zo bij aan de ontwikkeling van de persoonlijkheid. Dergelijke werkrollen zijn over het algemeen belangrijk en staan maatschappelijk in hoog aanzien. Ze versterken het zelfvertrouwen van het individu en geven de kracht om met tegenslagen en kritiek om te gaan.

Identificatie

Hoge waarden hier geven aan dat het individu zich compleet identificeert met zijn/haar rol en deze rol graag wil voortzetten. Hij of zij voelt zich zeker in deze werkomgeving en in de ontwikkelingsmogelijkheden die de baan biedt. Een aanzienlijke binding met de werkrol is duidelijk aanwezig.

Sociaal netwerk

Hoge waarden tonen aan dat het individu steun krijgt in het werk, dat anderen erop rekenen een goede band met deze persoon te hebben en dat hij/zij wordt gerespecteerd en gewaardeerd. Dit draagt duidelijk bij aan een gevoel van welslagen en effectief en zelfwerkzaam kunnen zijn.

Promotiekansen

Hoge waarden laten zien dat deze werkrol goede promotiekansen biedt. Er is zichtbaar vooruitzicht op het bereiken van een positie die het mogelijk zal maken om in een beslissende en bepalende rol voor het bedrijf te werken.

Invloed -9.25	
Betekenis van de baan 6.45	
Identificatie 4.72	
Sociaal netwerk -7.38	
Promotiekansen -1.35	

Afhankelijkheid

Deze schaal heeft geen onderverdelingen; dit is de op zichzelf staande tegenhanger van de Autonomieschaal. Dit betekent dat deze twee dimensies onafhankelijk van elkaar zijn - iemand kan dus hoge waarden hebben op de autonomie- én de afhankelijkheidsschaal. Bij positieve/negatieve rollen zoals deze komen machtsverhoudingen en de ups en downs van (gebrek aan) macht kijken. Maar hoge waarden voor afhankelijkheid betekenen altijd lage motivatie door de werksituatie. De afwezigheid van lage motivatie is echter geen bewijs van motivatie. Een wagen komt immers ook niet in beweging alleen maar omdat je de rem eraf hebt gehaald.

Negatieve stress

Hoge waarden op deze schaal geven aan dat de arbeidsrol hoge eisen stelt, zodanig dat het een gevoel van hopeloosheid kan geven. Verder geeft het aan dat het individu op dit moment niet over de innerlijke bronnen beschikt om de uit te voeren taken aan te kunnen. Het werk voelt onplezierig en zwaar aan. Een gevoel van hulpeloosheid kan opkomen.

Negatieve stress -4.55 

Identity Compass®

Zekerheid vs. gebrek aan vooruitzichten

Hier komt vooral de mate van zekerheid in de werksituatie aan bod, en de mate waarin sociale relaties intact blijven.

Zekerheid

Deze schalen tonen aan of de persoon in kwestie voldoende zekerheid heeft in relatie tot zijn/haar arbeidspositie, en aldus of de arbeidspositie als motiverend wordt ervaren. De volgende schalen tonen de mate waarin de individuele componenten worden vervuld.

Ontwikkelingsmogelijkheden

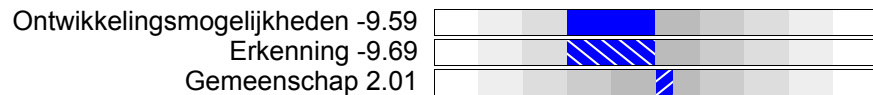
Hoge waarden geven aan dat de werkomgeving voldoende steun biedt, bijvoorbeeld door mentoring. De persoon voelt zich geborgen en thuis in het werk. Dit geeft een gevoel van veiligheid en van vertrouwen in de toekomst.

Erkenning

Het is een feit dat alle menselijke wezens van tijd tot tijd erkenning en waardering van anderen nodig hebben. Nu biedt niet elke bedrijfstak hier evenveel gelegenheid toe. Sommige banen zijn weliswaar belangrijk en geven veel invloed door hun positie, maar de persoon in kwestie wordt hierin niet bevestigd door anderen. Hoge waarden op deze schaal suggereren een hoge mate van erkenning en positieve feedback. Dat wil zeggen, ze toont de graad van openlijk geuite erkenning en waardering die met de huidige positie verbonden is.

Gemeenschap

Hoge waarden op deze schaal geven aan dat de persoon een veilig en duurzaam gevoel van verbinding en gemeenschappelijkheid ervaart, dat anderen hem/haar bijstaan en vriendschappelijke gevoelens voor hem/haar koesteren. De persoon in kwestie voelt zich verbonden met de werkomgeving en weet dat deze band crisisbestendig is.



Gebrek aan vooruitzichten

Deze schaal is de op zichzelf staande tegenhanger van Zekerheid. Hoge waarden tonen een uitgesproken gebrek aan motivatie in de werksituatie. Is dit gebrek aan motivatie niet aanwezig, dan is dit nog geen bewijs van gemotiveerdheid. Hoge waarden wijzen erop dat de persoon innerlijk al ontslag heeft genomen. Hij/zij ziet geen enkel perspectief meer in het werk.

Gebrek aan steun

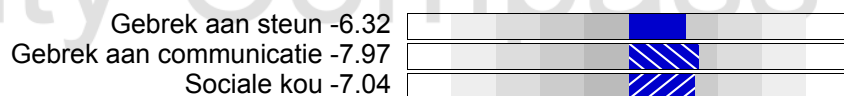
Hoge waarden op deze schaal zijn vaak het resultaat van concrete bedreigingen, met ontslag bijvoorbeeld of faillissement van het bedrijf. Maar ook zonder concrete aanleiding kunnen de werkverhoudingen afstandelijk, koud en kwetsend zijn en kan de benodigde ruggensteun geweigerd worden. Hoge waarden wijzen in ieder geval op een zeer instabiele binding met de arbeidsrol - de persoon wil niet veel langer blijven werken onder deze omstandigheden.

Gebrek aan communicatie

Banen waarin de communicatie onbevredigend of zeldzaam is leveren veel mensen stress en onlustgevoelens op. Deze schaal toont de intensiteit van deze stressfactor. Hoge waarden tonen lacunes in de communicatie, die kunnen worden toegeschreven aan gebrekkig management, zoals het ontbreken van feedback of het afschuiven van taken. Maar de oorzaak kan ook (mede) in verstoorde verhoudingen of negatieve groepsprocessen liggen.

Sociale kou

Deze schaal laat het gebrek aan warmte en aan het gevoel 'er bij te horen' zien die in een baan worden ervaren. De intermenselijke relaties in een dergelijke baan worden als onpersoonlijk en afstandelijk beschreven, wat tot een gevoel van isolatie leidt.



Uitdaging versus zinloosheid

Hier gaat het vooral om de gemotiveerdheid om goed te presteren op de werkplek en de mate waarin het werk zelf prestatiebevorderend of -remmend is.

Uitdaging

Deze schaal laat zien of het individu door de werksituatie voldoende wordt gemotiveerd om goed werk te leveren. De volgende schalen tonen de mate waarin de individuele componenten worden vervuld.

Positieve stress

Hoge waarden tonen hier dat de persoon zich voortdurend in zijn/haar professionele rol moet aanpassen om tegemoet te kunnen komen aan de hoge eisen die het werk stelt. Mensen met veel ondernemingslust en een sterke behoefte om te groeien werken graag in veelzijdige, veeleisende en afwisselende banen. Hoge waarden tonen dat een baan een sterke stimulerende potentie heeft.

Strategische vaardigheid

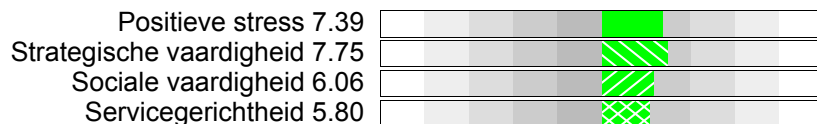
Hoge waarden wijzen erop dat het individu in deze arbeidsrol vaardig moet zijn in communiceren en onderhandelen, aantoonbaar strategisch moet kunnen denken en scherpzinnig en analytisch te werk moet gaan om zijn/haar doelen te bereiken.

Sociale vaardigheid

Hoge waarden tonen aan dat de persoon in deze werksituatie sociaal intelligent en empathisch moet zijn en zich bij tijd en wijle ook moet kunnen inhouden.

Servicegerichtheid

Hoge waarden wijzen erop dat in deze arbeidsrol het individu klantgericht moet zijn en moet handelen naar wat op dat moment nodig is. Hij/zij moet aanvoelen wat anderen nodig hebben.



Zinloosheid

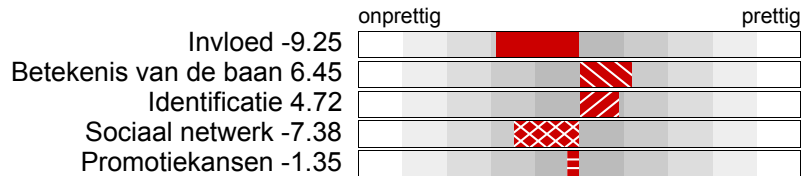
Deze schaal heeft geen onderverdelingen. Het is de op zichzelf staande tegenhanger van Uitdaging. Hoge waarden wijzen op een uitgesproken gebrek aan motivatie in deze werksituatie. Is dit gebrek aan motivatie niet aanwezig, dan is dit echter nog geen bewijs van gemotiveerdheid.

Hoge waarden wijzen erop dat het individu gedwongen is te leven in een sfeer van desinformatie, onwetendheid en wederzijdse verkeerde inschattingen, waarin de taakstelling vaak volledig onduidelijk is. Dit kan gepaard gaan met verveling, maar ook met angstgevoelens.

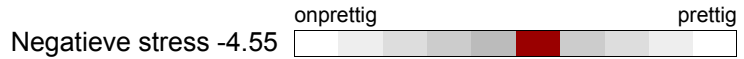
Zinloosheid -10.53 

Identity Compass®

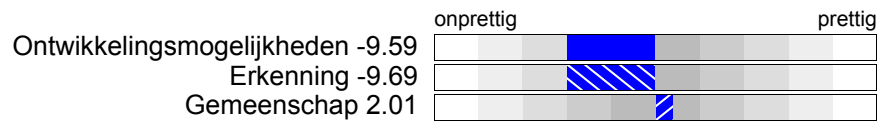
AUTONOMIE



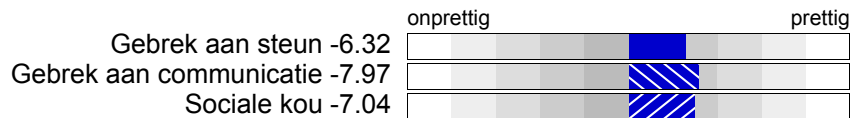
AFHANKELIJKHEID



ZEKERHEID

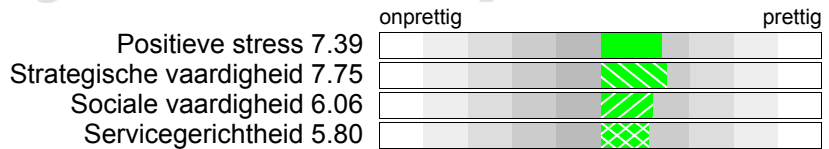


GEBREK AAN VOORUITZICHTEN

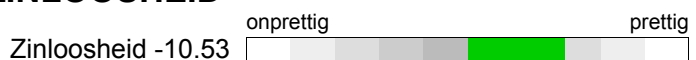


Identity Compass®

UITDAGING



ZINLOOSHEID



Waarden die als prettig worden ervaren zijn weergegeven door een balk die van het midden naar rechts loopt; als onprettig ervaren waarden door een balk die van het midden naar links loopt. Deze manier van weergeven is onafhankelijk van het plus- of minteken. Negatieve waarden onder 'afhankelijkheid', 'gebrek aan vooruitzichten' en 'zinloosheid' geven aan dat er geen gebrek aan motivatie aanwezig is. Is er geen gebrek aan motivatie, dan zal dit over het algemeen als prettig worden ervaren, dus gaan de balken hier naar rechts.

U had 28:17 (mm:ss) nodig om de vragen van versie DE JP 441f Duitser te beantwoorden

Identity Compass® is een internationaal geregistreerd handelsmerk van
Identity Compass International GmbH · Web <http://identity-compass.nl> · E-mail info@identity-compass.nl