



PreScan Edition
NL441h Nederlands

ontwikkeld door

Identity Compass
International GmbH

Profiel d.d.
11.7.2004
Geëvalueerd met vragenlijst versie
DE 4.41S

voor
Identity Compass gebruiker
XY000S_YYYYY005

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.

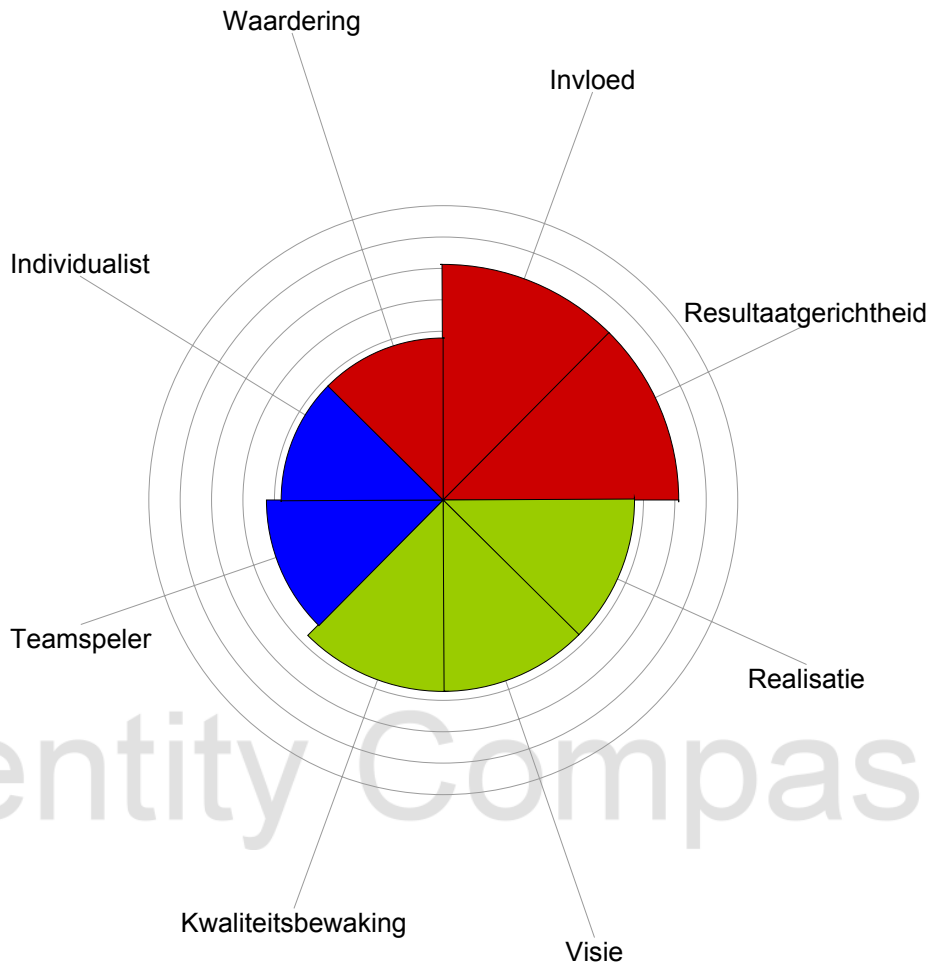
Wij denken dat dit het waardevolste verschil is met andere soorten persoonlijkheidsprofielen, die immers meestal iemand in een hokje plaatsen. We zijn er absoluut zeker van dat Identity Compass® de individualiteit van elk mens reflecteert en respecteert.

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

Realisatie

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

Kwaliteitsbewaking

Kritisch
Analytisch
Vraagt graag: **Waarom?**

Individualist

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

Resultaatgerichtheid

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

Visie

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

Teamspeler

Behulpzaam
Werkt sneller in een team
Attent

Waardering

Wil geliefd zijn
Hecht waarde aan een goede relatie
Zoekt harmonie

MOTIVATIEFACTOREN

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:



MOTIVATIEVERWERKING

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:



INFORMATIEVERWERKING

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.

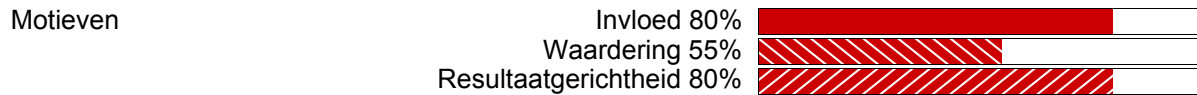
Individualist

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.

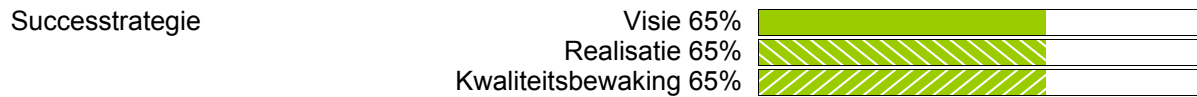
Uit de door u gegeven antwoorden blijkt dat uw voorkeurstijl is:



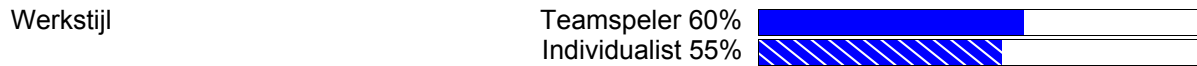
MOTIVATIEFACTOREN



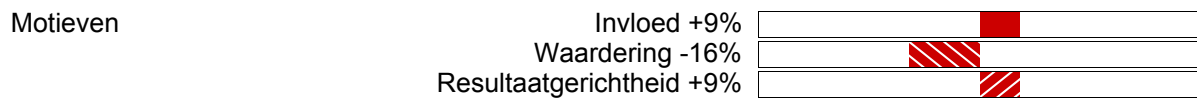
MOTIVATIEVERWERKING



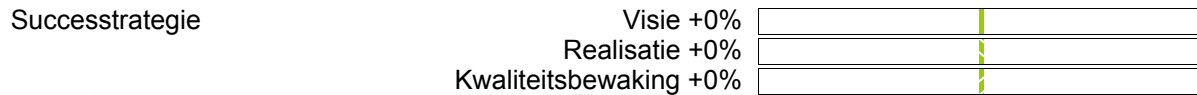
INFORMATIEVERWERKING



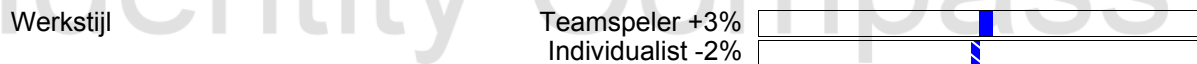
MOTIVATIEFACTOREN Voorkeuren*



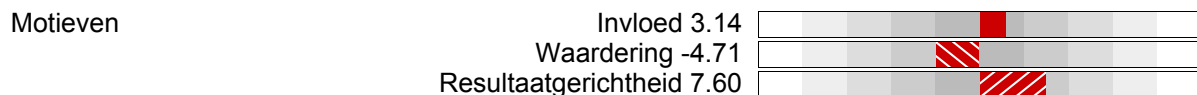
MOTIVATIEVERWERKING Voorkeuren*



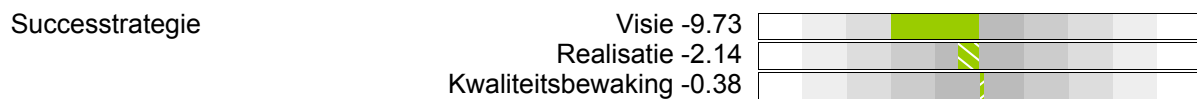
INFORMATIEVERWERKING Voorkeuren*



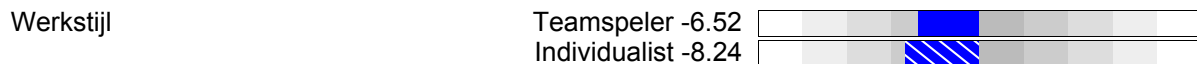
MOTIVATIEFACTOREN**



MOTIVATIEVERWERKING**



INFORMATIEVERWERKING**



* 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%

**Vergelijking met het landelijke gemiddelde.

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

U had 06:20 (mm:ss) nodig om de vragen van versie DE 4.41S te beantwoorden

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