



COLORIET

IN DIT NUMMER

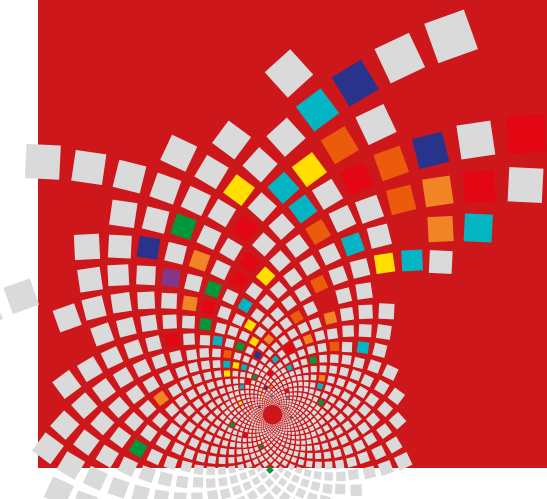
4

TEAM MARKETING EN
COMMUNICATIE VAN
CLINICLOWNS GAAT DANKZIJ
PROFILE DYNAMICS® MET
HERNIEUWDE FOCUS, PASSIE,
CREATIVITEIT EN ENERGIE HUN
NIEUWE UITDAGINGEN AAN



VERDER IN DIT NUMMER

- 2 REDACTIONEEL
- 2 ZO BINDT EN BOEIT U GENERATIE Y
- 3 SPEAKERS CORNER: MARIËT TONEN
- 6 PROFILE DYNAMICS 10 JAAR
- 8 KORT NIEUWS
- 8 AGENDA



COLORIET is een uitgave van Profile Dynamics

Profile Dynamics
Antilopestraat 20
1338 EE Almere
T 036 54 65 243
office@profiledynamics.nl
www.profiledynamics.com

Niets uit deze uitgave mag zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Profile Dynamics vervoelvoudigd en/of openbaar worden gemaakt door middel van druk, offset, fotokopie of microfilm of in enige digitale, elektronische, optische of andere vorm.

Hoofdreductie: Wilma Kuipers, Hans de Jong
Tekstbijdragen: Willem Oosterbeek, Ellemieke de Wolf
Vormgeving: Studio Marise Knechtmans
Druk: Elco Extension, Amsterdam

Profile Dynamics bestaat 10 jaar! In 2006 ontwikkelden we de eerste vragenlijst waarmee we de markt op gingen. In die tijd werkte ik nog als interim manager en daarbij viel het me vaak op dat de ene mens veel makkelijker meeding in veranderingen dan de andere. Dat intrigeerde me. Mijn vrouw Wilma Kuipers en ik stuitten toen op het werk van de Amerikaanse psycholoog Clare W. Graves. Deze theorie inspireerde ons en we ontwikkelden een vragenlijst die we bij vrienden en bekenden testten. De resultaten waren zo verrassend positief, dat mijn ondernemersgeest een kans zag. Zo ontstond Profile Dynamics. De afgelopen tien jaar heeft de Profile Dynamics®-analyse zich ontwikkeld tot wat 'ie nu is en de ontwikkelingen gaan uiteraard door. Zo kwamen we het afgelopen jaar op de markt met de instrumenten Function Profiler® en Profile Dynamics® Challenger en heeft afgelopen maand

een nieuwe brochure het licht gezien. Ons jubileum vierden we in juni met onze consultants. Het verslag van ons jubileumfeest leest u op pagina 6 en verder. Verder in deze Coloriet aandacht voor de teamtraining die consultant Maureen Tardjopawiro samen met een collega-trainer verzorgde bij de CliniClowns. Medewerkers die keihard werken vanuit hun overtuiging en liefde voor het werk, maar die wel een boost konden gebruiken. Hoe dat afliep leest u op pagina 4. Tot slot hieronder enkele adviezen over het binden en boeien van generatie Y op de werkvloer. De drijfverentheorie geeft namelijk veel handvatten over generatie Y naar werk kijkt en hoe u daar op kunt inspelen.

Namens het Profile Dynamics team, Hans de Jong

Jongere generatie kijkt heel anders naar 'werk' dan veertig-plusser ZO BINDT EN BOEIT U GENERATIE Y

Medewerkers die behoren tot generatie Y nemen in organisaties een steeds belangrijkere positie in. De eerste lichten van deze generatie is immers inmiddels de dertig gepasseerd; in toenemende mate bezetten generatie-Y-ers leidinggevende functies en cruciale posities. Hoe blijven werkgevers voor deze zelfbewuste en kritische generatie aantrekkelijk?

Om generatie Y (geboren tussen 1980 en 2001) te blijven boeien en binden is een actieve houding vereist. We hebben het immers over een goed opgeleide groep mensen, die al op jonge leeftijd veel ervaringen heeft opgedaan. Generatie Y wordt wel getypeerd als enthousiast, optimistisch en zelfverzekerd. En veeleisend: generatie Y is immers opgegroeid in een welvarende tijd, waarin veel mogelijk was.

AFWISSELEND EN RELEVANT

Mensen uit generatie Y kijken anders naar 'werk' dan voorgaande generaties. Ze willen om te beginnen werk dat leuk en uitdagend is. Werk moet bovendien relevant zijn: van maatschappelijke waarde en duurzaam. En mensen uit generatie Y willen inspraak. Tot slot vinden ze het van groot belang dat ze werk en privé goed kunnen combineren. Generatie Y is veel minder loyaal aan een bedrijf of organisatie dan voorgaande generaties. Ze werken hard en committeren zich aan het zo goed mogelijk verrichten van hun werk. Ze zijn dus loyaal aan 'de klus' die ze doen, maar ondertussen latent op zoek naar leukere en betere omgevingen.

PLUS EN MIN | MARIËT TONEN



Iedere medewerker heeft zijn leuke en minder leuke kanten. Iedere medewerker kunnen we zien als +/-.

Samenwerken met collega's in een team lijkt vanzelfsprekend, maar verloopt niet altijd constructief. Ieder team heeft zijn eigen dynamiek. Regelmatig zie ik in teams dat van één collega met name de negatieve kanten benadrukt worden. Onder collega's wordt die ene collega met name – afgeschilderd, hetgeen er toe leidt dat de anderen zich meer + voelen. De fouten of het niet goed samenwerken wordt toegedicht aan die ene persoon en daardoor kijken de anderen niet of nauwelijks naar hun eigen bijdrage aan het niet goed functioneren van het team.

Als dit langere tijd plaatsvindt, gaat deze collega zich meer – gedragen. Dit is een onbewust proces dat ik in veel teams tegenkom.

De zondebok van het team is geboren. Na verloop van tijd gaat deze collega meestal weg. En wat gebeurt? Er ontstaat een nieuwe –, een nieuwe zondebok. Het is een patroon. Ik heb bij een organisatie gewerkt waar op die manier ieder jaar een manager vertrok.

Als ik een team begeleid, zet ik graag Profile Dynamics in. Doordat iedere kleur zijn kwaliteiten en weerstanden heeft, wordt gelijk duidelijk dat alle kleuren, zowel positieve als negatieve kanten hebben.

En Profile Dynamics maakt ook zichtbaar dat iedereen alle kleuren in zich heeft. Een mooie start om vervolgens te kijken naar de individuele profielen. Naar de positieve inbreng en ook de valkuilen van individuele medewerkers en ook van het team als geheel. Het was zo bijzonder om te zien hoe een voormalig 'zondebok' na het werken met Profile Dynamics gewaardeerd werd, doordat ze juist op haar kwaliteit werd ingezet. Daar doe ik het voor!

Mariët Tonen
Coach, trainer, conflictbegeleider

TURKOOIZER

Omgevingsbewustzijn en maatschappelijke relevantie spelen een grote rol in hun motivatie; generatie Y is dus veel 'turkooizer' dan eerdere generaties. De gele drijfveer vinden wij terug in de wens om initiatief te nemen en nieuwe dingen te ontdekken. Het sociale contact met vrienden en familie is een exponent van de groene drijfveer. In het ondernemerschap en het verlangen naar waardering en erkenning herkennen we de oranje drijfveer. De blauwe, rode en paarse drijfveren vinden we nauwelijks terug bij generatie Y.

Om deze kritische generatie aan uw organisatie te binden moet u goed letten op een aantal zaken:

CREËER VEEL ONTWIKKELMOGELIJKHEDEN

Organisaties die het ontwikkelen van medewerkers serieus nemen doen het goed bij generatie Y. Het gaat dan niet (meer) om een incidentele workshop of cursus, maar om een werkelijke inzet op ontwikkeling in combinatie met een actieve uitnodiging aan de werknemers om de regie over hun eigen carrière te nemen.

TRAIN UW LEIDINGGEVENDEN

Of iemand uit generatie Y zich thuis voelt in een organisatie hangt in belangrijke mate af van de leidinggevende. Mensen uit generatie Y werken niet graag in een hiërarchische blauwe organisatie en zullen zich moeilijk schikken



De Amerikaanse docent psychologie dr. Clare W. Graves definieerde zeven drijfveren die de basis vormen van ons denken en handelen:

Paars: staat voor het zoeken naar veiligheid en geborgenheid
Rood: wil macht en hecht aan daadkracht en snelheid
Blauw: staat voor een hang naar orde en structuur, betrouwbaarheid
Oranje: vertegenwoordigt drijfveren als competitie, winnen en doelgerichtheid
Groen: wordt gemotiveerd door sociale verbinding in harmonie
Geel: staat voor vrijheid, creativiteit, vernieuwing.
Turkoois: zoekt naar rust door relativering in het besef dat alles met elkaar samenhangt

onder een directieve rode manager. Ze hebben graag een leidinggevende die zich als coach of als mentor opstelt.

VERSTERK UW CULTUUR

Generatie Y houdt van informele omgangsvormen. Een spetterende brainstorm zal hun gele drijfveer meer aanspreken dan een traditionele blauwe agenda-gestuurde vergadering die begint bij de mededelingen en eindigt bij de rondvraag.

Dit artikel is een verkorte weergave van ons whitepaper over Generatie Y waarin wij uitgebreid ingaan op de wijze waarop u kennis van ieders unieke drijfveren kunt inzetten om voor generatie Y een nog aantrekkelijker werkgever te worden.



CliniClowns:
hernieuwde energie met Profile Dynamics®

OPENHEID, VEILIGHEID EN KWETSBAARHEID IN TEAMTRAINING

Zo'n half jaar geleden werd onze consultant Maureen Tardjopawiro samen met collega-trainer Marvin Sutherland door CliniClowns benaderd. Het verzoek: de marketing- en communicatieafdeling met behulp van een Profile Dynamics®-analyse van nieuwe brandstof te voorzien. Resultaat: het gehele team gaat met hernieuwde focus, passie, creativiteit en energie hun nieuwe uitdagingen aan.



De CliniClowns: wie kent ze niet. Ze toveren een glimlach op het gezicht van zieke kinderen waardoor die hun ellende voor even kunnen vergeten. De afdeling Marketing en Communicatie zorgt ervoor dat de clowns regelmatig in de schijnwerpers van de media staan en dat er voldoende fondsen worden aangeboden om dit belangrijke werk mogelijk te maken, nu en in de toekomst. Dat doen ze met zo'n vijftien medewerkers. Sutherland: 'Ze werken keihard vanuit hun overtuiging en liefde voor het werk, maar konden als team wel een boost gebruiken. Daarvoor zijn Maureen en ik benaderd.' CliniClowns wil in de toekomst - zoals de organisatie zelf zegt - 'nog meer magische momenten creëren voor kinderen in moeilijke gezondheidssituaties, en heel Nederland bewust maken van het effect daarvan.' Daarvoor is een sterker team nodig, met verscherpte focus, hernieuwde energie en enthousiasme. 'Het is een kleine organisatie en dat vereist dat je geregeld nauw met elkaar samenwerkt', vertelt Tardjopawiro. 'Als je je bewust bent van je kwaliteiten en je weerstanden kun je beter samenwerken. Daarom hebben we het team de Profile Dynamics®-drijfverenanalyse laten doen.'

KWETSBAARHEID

Nadat alle medewerkers hun rapportage hadden gelezen, kreeg iedereen de gelegenheid zichzelf in tien minuten te presenteren. Terwijl de één een collage had gemaakt met foto's van vroeger, hielden anderen het bij een mondelinge toelichting. Sutherland: 'Het motto van Maureen en mij is: openheid, veiligheid en kwetsbaarheid. Daardoor kwamen in de presentaties veel persoonlijke dingen naar voren.' Door de vaak mooie persoonlijke verhalen ontstond al snel meer begrip voor elkaar. Waar vroeger irritaties en allergische reacties ontstonden, werd nu gelachen. Tardjopawiro: 'De sfeer was meteen een stuk ontspannener. Men begon elkaar vragen te stellen.' 'En het grote voordeel van de Profile Dynamics®-analyse is dat het objectivert', vult Sutherland aan. 'Ook daardoor kun je makkelijker praten over miscommunicatie en weerstanden.'

BUDDY

Daarna werden de drijfverenprofielen besproken in kleine groepjes, waarbij iedereen voor een ander moest aangeven wat zijn kwaliteit en kracht was en wat hij nog kon verbeteren. Tardjopawiro: 'Het is natuurlijk niet zo van: ik ben blauw, klaar is Kees. Nee, je kunt ook doorgroeien, andere kwaliteiten stimuleren.' Sutherland: 'Maar uiteindelijk gaat het er natuurlijk om hoe je dat

weer vertaalt in concrete actie. Hoe zorg je ervoor dat je als teamlid je eigen kwaliteit verzilvert, nog beter samenwerkt en de kwaliteiten (drijfveren) van je collega aanvult, waardoor je als team nog verder kan groeien.' Een laatste opdracht was om een buddy te zoeken. Sutherland: 'Daarbij ging het erom tegengestelde types aan elkaar te koppelen, zodat het een beetje zou gaan schuren. Om bijvoorbeeld een visionair type bij een praktisch ingestelde persoon te zetten. Dat is een goede manier om je eigen drijfverenprofiel te overstijgen.' Ook tussen de trainers zelf is er nogal wat verschil en dat uitte zich in de taakverdeling. Tardjopawiro: 'Marvin is nogal geel, oranje, rood; hij kan tamelijk ongeduldig zijn maar hij is wel een goede procesbewaker. Hij zorgt ervoor dat we van A naar B gaan.' Sutherland: 'En Maureen is geel, groen, turkoois; zij zorgt voor reflectie, verbinding en verdieping en let erop dat ik niet teveel doordram. En ik zorg er op mijn beurt weer voor dat we niet verzanden in luchtflitsen. Die combinatie werkt goed. Beide krachten zijn nodig. Dat werkte ook positief uit op het team van CliniClowns.'

TANJA BEERENS-VISSER

tot 1 maart manager Fondsenwerving bij CliniClowns:

'Marvin en Maureen voelden perfect aan waar de behoefte van mij als klant lag. Tijdens een voorbereidend gesprek wisten ze de goede vragen te stellen om op die manier een perfect afgestemde training te verzorgen. Ze wisten, als daar reden toe was, te improviseren om zo een optimaal resultaat neer te zetten. Zijn praktische inslag en haar verdieping hielpen om het geleerde in de praktijk te brengen. Het team kijkt terug op een training waarbij ze elkaars krachten hebben leren herkennen en erkennen en van daaruit in de praktijk hebben leren opereren.'

MIRANDA KRAAIJENHAGEN

manager Communicatie bij CliniClowns:

'Marvin en Maureen hebben ons geholpen meer inzicht te krijgen in onze kwaliteiten. Daarnaast hebben ze vooral een belangrijke bijdrage geleverd aan het leren kennen en waarderen van elkaars kwaliteiten. Het heeft ons een team een boost gegeven in ons zelfbewustzijn. We zoeken elkaar vaker op en maken nu nog meer gebruik van elkaars expertise.'



TIEN JAAR PROFILE DYNAMICS

Profile Dynamics bestaat tien jaar en dat was een feestje waard. En feest was het 8 juni in De Landgoederij in Bunnik. Maar ook inhoudelijk werden er een paar noten gekraakt.

Dat plezier en serieuze zaken goed samen kunnen gaan, bleek wel uit de presentatie van de eregast op deze bijeenkomst, waterpolocoach Robin van Galen. Hij leidde in 2008 de waterpolodames naar het Olympische goud in China en haalde dit jaar bijna de Olympische Spelen in Rio de Janeiro met de mannenploeg, terwijl het streven was ze bij de top 10 te brengen voor de spelen in Tokio in 2020. Het plezier bleek toen Van Galen zijn nieuwe mannenteam presenteerde onder het motto 'geldschietters mogen overal bij' waarbij we tussen de waterpoloërs opeens voormalig premier Jan Peter Balkenende zagen opduiken. 'Als je niks hebt, moet je creatief zijn' vertelde Van Galen met een glimlach op z'n gezicht, waarbij hij wel serieus verklaarde erg blij te zijn met het sponsorship van Profile Dynamics. Ook serieus was zijn verhaal over de vijf ontwikkelingsstadia bij teamontwikkeling aan de hand van het model van de Amerikaanse hoogleraar Bruce W. Tuckman. Van Galen vertelde boeiend over de lange gesprekken die hij voerde met het team en met individuele leden aan de hand van onder andere de Profile Dynamics®-analyse. Daarbij kwamen voor een optimaal functioneren van het team drie kernelementen naar voren: accepteer onderlinge verschillen, bewonder elkaars talenten en zorg voor overeenstemming over het doel. Het zijn dit soort zaken aldus Van Galen waar ook het bedrijfsleven z'n voordeel mee kan doen.

MERKBEKENDHEID

Vanzelfsprekend werd er op de bijeenkomst ook teruggekeken. Onder andere door directeur Hans de Jong - compleet met verplichte oranje stropdas - waarbij tijdens zijn voordracht, net als bij de andere sprekers, regelmatig voor prettige chaos werd gezorgd door acteurs van het Waardentheater. Het begon allemaal zoals De Jong vertelde op het moment dat hij zich als interim-manager begon af te vragen hoe hij meer grip op zijn mensen kon krijgen zodat ze meer zouden doen wat hij graag wilde. Waar dit inmiddels toe heeft geleid? Tot een bedrijf met kantoren in Nederland, Duitsland, België en Zuid-Afrika met honderden gecertificeerde consultants die duizenden bedrijven bedienen. Eén van de eerste gecertificeerde Profile Dynamics®-consultants, Jaap Weijers van Jawel Coaching, blikte terug op de grafische presentaties door de jaren heen. Grote vooruitgang was volgens Jaap geboekt met de methode en de merkbekendheid was een stuk groter geworden in die tien jaar. Richard van Schaik, verantwoordelijk voor de ontwikkeling van medewerkers bij een grote financiële dienstverlener, werd geïnterviewd door consultant Annemieke Nijman van Vlonck. Van Schaik vindt het waardevol dat iedereen dankzij Profile Dynamics® naar één taal toegroeit, zodat

FEEST MET INHOUD

men in de letterlijke zin van het woord verstaat. Maar, aldus Van Schaik, 'je kunt niet alles verklaren met drijfveren en teamprofielen. Ook groepsdynamica speelt een rol.' Hij zou het graag eens verder onderzoeken, net als de verhouding tussen drijfveren en macht.

BRUG

Omdat Profile Dynamics de vleugels inmiddels ook over de grenzen heeft uitgeslagen, keek consultant Pieter Heddema van Eqcoaching terug op zijn ervaringen bij een Zweeds-Duits energiebedrijf. Ondanks de nauwe verwantschap van deze landen trof hij interessante culturele verschillen aan. Zo zijn bijvoorbeeld Zweden in hun werkvormen geneigd tot individuele diepgang, terwijl Duitsers zich vooral concentreren op systemen en procedures. 'De taal van drijfveren is in zo'n internationale setting van groot belang. Het slaat een brug tussen mensen en teams uit verschillende landen, aldus Heddema.

Het waren niet alleen de voordrachten die het tienjarige jubileum tot een feestelijke en zinvolle bijeenkomst maakten. Ergens aan een tafel waren drie vers gecertificeerde consultants in gesprek met meer door de wol geleverde collega's. Dat zouden ze wel vaker willen en in die zin vonden ze deze dag al zeer geslaagd. En Robin van Galen? Die blijft geloven in wonderen. Ook als het maar een stipje is aan de horizon in Tokio. Maar één ding zal nooit veranderen, daarvan is hij overtuigd. Tot in lengte van dagen zal hij de man blijven waarvan mensen zeggen: 'Bent u niet die coach die in het water viel?'

Robin van Galen en Profile Dynamics®

Op 10 april verloor de Nederlandse herenwaterpoloploeg de kwartfinale van het Olympisch Kwalificatie Toernooi. Bondscoach Robin van Galen daags erna: 'Gister verloren we de belangrijkste wedstrijd van het jaar en misten we de kans om naar Rio te gaan. Ondanks de enorme kater die we nu hebben, overwint toch de trots het van de teleurstelling. Trots op wat we in de afgelopen jaren hebben neergezet. Trots op het proces wat we hebben doorlopen, de enorme progressie die het team heeft gemaakt en het hoge niveau wat we deze week hebben bereikt.' Bij deze woorden van Robin van Galen sluiten wij ons als sponsor helemaal aan! In 2014 verscheen in dit blad een interview met Robin. Hij zei toen: 'Met de mannen worden we op korte en middellange termijn geen

Olympisch kampioen. De stap is te groot omdat we nu op de twintigste plek staan in de wereld.' Dat het team zich überhaupt kwalificeerde voor het Olympisch Kwalificatie Toernooi, was al boven verwachting. De sponsoring van Profile Dynamics startte in de zomer van 2013. Alle spelers van het team maakten toen een Profile Dynamics®-analyse. Bij het coachen maakt Robin van Galen dankbaar gebruik van de inzichten die de drijfverenanalyse verschaft. Robin: 'Dankzij de Profile Dynamics®-analyse hebben de spelers meer zelfinzicht. Veertig procent van de spelers scoort hoog op rood en oranje, maar ook de andere drijfveren zijn aanwezig. Dat is voor mij als coach goed om te weten, want zo kan ik beter inschatten hoe ik iemand kan raken en efficiënter kan coachen. Profile Dynamics® is een goed hulpmiddel om je team, en elkaar, beter te leren kennen.'

Naamsbekendheid Profile Dynamics®

Naast deze u bekende *Coloriet* is Profile Dynamics online actief. Communicatiespecialist Ellemieke de Wolf liet zien hoe de middelen bekeken worden en nodigde iedereen uit om deze publicaties te delen. Door met elkaar in gesprek te gaan over drijfveren en wat deze voor mensen en organisaties kunnen betekenen, kan een ieder bijdragen aan de naamsbekendheid van Profile Dynamics®. Want hoe breder onze naam bekend wordt, hoe beter anderen ons zullen weten te vinden. En dat leidt er dan uiteindelijk weer toe dat meer mensen de baan vinden die écht bij hun past.

PROFILE DYNAMICS BEDANKT AL HAAR KLANTEN EN CONSULTANTS VOOR HET VERTROUWEN DE AFGELOPEN 10 JAAR. OP NAAR HET VOLGENDE JUBILEUM!



AGENDA

- 22 augustus, 3 november
Profile Dynamics®
Challenger
- 31 augustus
Inspiratiecafé voor trainer/
coaches
- 9 september, 4 oktober,
1 december
E-certificering Profile
Dynamics®
- 16 september
Driedaagse certificering
Profile Dynamics®
- 8 november
Werken met Teams

KORT NIEUWS

■ Brochure vernieuwd

De brochure van Profile Dynamics® is vernieuwd. In deze rijk geïllustreerde brochure vindt u alle informatie over de instrumenten en toepassingen van Profile Dynamics op overzichtelijke wijze bij elkaar.

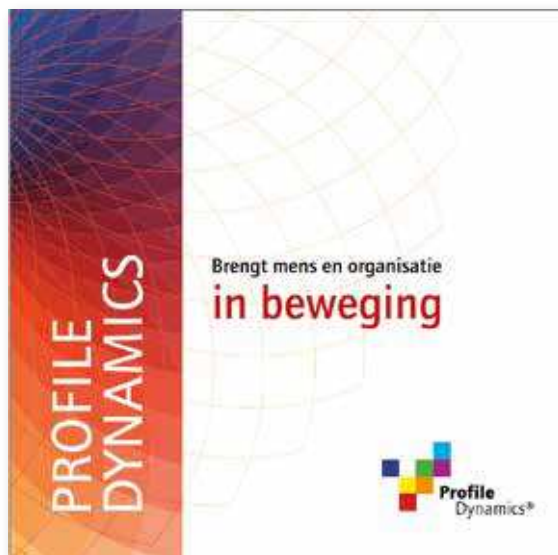
U vindt informatie over de volgende Instrumenten:

- Individuele analyse
- Teamanalyse
- Organisatie-analyse
- Analyse voor studenten en scholieren

Daarnaast geven wij een overzicht van onze toepassingen voor:

- werving en selectie (Function Profiler® en Job Profiler®), en
- loopbaanontwikkeling (Profile Dynamics® Challenger).

Breng uw mensen en uw organisatie in beweging met de instrumenten en toepassingen van Profile Dynamics®!



■ PD Care

Voor professionals in de zorg heeft Profile Dynamics een analyse op maat gemaakt: PD Care. Profile Dynamics® Care is exclusief bedoeld voor zorgmedewerkers en hun leidinggevenden. Deze analyse kan worden ingezet voor training en coaching, loopbaanontwikkeling, mobiliteit en natuurlijk bij fusies en andere ontwikkelingen in de zorg. Hebt u interesse in ons product voor de zorg, neem dan contact op met één van onze gecertificeerde consultants. U vindt hen op onze website.

Heeft u behoefte aan een specifieke drijfverenanalyse voor een bepaald doel? Neem dan contact met ons op. Dat kan via e-mail: office@profiledynamics.nl of telefoon: 036 54 65 243.

■ Profile Dynamics Duitsland verhuist

De Duitse vestiging van Profile Dynamics is verhuist. Wij betrokken een mooi kantoor in de haven van Hamburg. Vanuit Hamburg organiseren wij onder andere de opleidingen voor consultants. De eerste opgeleide consultants zijn enthousiast over hun ervaringen met Profile Dynamics® in teamontwikkelings- en coachingsprocessen. Verantwoordelijk voor deze activiteiten zijn Robert Siegers (directie), Thomas Schnehagen (sales) en Bauke Bergsma (bureau).

De contactgegevens zijn:

Profile Dynamics® Deutschland GmbH
Australiastraße 51b, 20457 Hamburg
Tel. +49 40 559 290 21
E-mail: buero@profiledynamics.de