



MBTI profiling

H1 Doel

H2 MBTI

Vereenvoudig model MBTI van Roy Williams

H3 Behoeftes type websitegebruikers

Competitieve bezoeker

Methodische bezoeker

Humanistische bezoeker

Spontane bezoeker

H4 Bronnen

H1 Doel

Het onderzoeken van MBTI profiling. Hiervoor wordt de onderzoeksmethode van het DOT framework: Best, good & bad practices toegepast. Het doel is om bestaande informatie over MBTI profiling te onderzoeken. Welke van deze informatie over MBTI profielen moet worden verwerkt in de doelgroepprofielen van Brik en welke informatie is niet van toepassing.

H2 MBTI

Het Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) is een model waarin persoonlijkheidstypes zijn gesegmenteerd. Volgens het MBTI model zijn er 16 persoonlijkheidstypen en elk persoonlijkheidstype heeft zijn eigen persoonlijkheid gebaseerd op 4 dimensies. Dit geeft inzicht in persoonlijke beweegredenen en de manier waarop iemand interactie heeft. (*MBTI ® persoonlijkheidstypen, z.d.*).

- Waar wordt de aandacht op gericht - Extraversion (E) of Introversion (I)
- Hoe wordt informatie opgenomen - Sensing (S) of INTuition (N)
- Hoe worden beslissingen genomen - Thinking (T) of Feeling (F)
- Hoe wordt er met de wereld om u heen omgegaan - Judging (J) of Perceiving (P)


(*MBTI (Myers-Briggs Type Indicator) - Impact Trainingen, z.d.*).

De vier mentale functies

1. Waar u energie uit haalt:



EXTRAVERSION
Put bij voorkeur energie uit de wereld van mensen, activiteiten en dingen om zich heen.



INTROVERSION
Put bij voorkeur energie uit zijn innerlijke wereld van ideeën, emoties en indrukken.

2. De manier waarop u informatie op neemt:



SENSING
Neemt bij voorkeur informatie op via de vijf zintuigen en merkt op wat reëel is.



INTUITION
Neemt bij voorkeur informatie op via een '6e zintuig' en merkt op wat zou kunnen zijn.

3. De manier waarop u beslissingen neemt:



THINKING
Voorkeur voor het ordenen en structureren van informatie om op een logische, objectieve wijze te beslissen.



FEELING
Voorkeur voor het ordenen en structureren van informatie om op basis van persoonlijke waarden te beslissen.

4. Hoe u omgaat met de wereld om u heen:



JUDGING
Leidt bij voorkeur een georganiseerd leven.

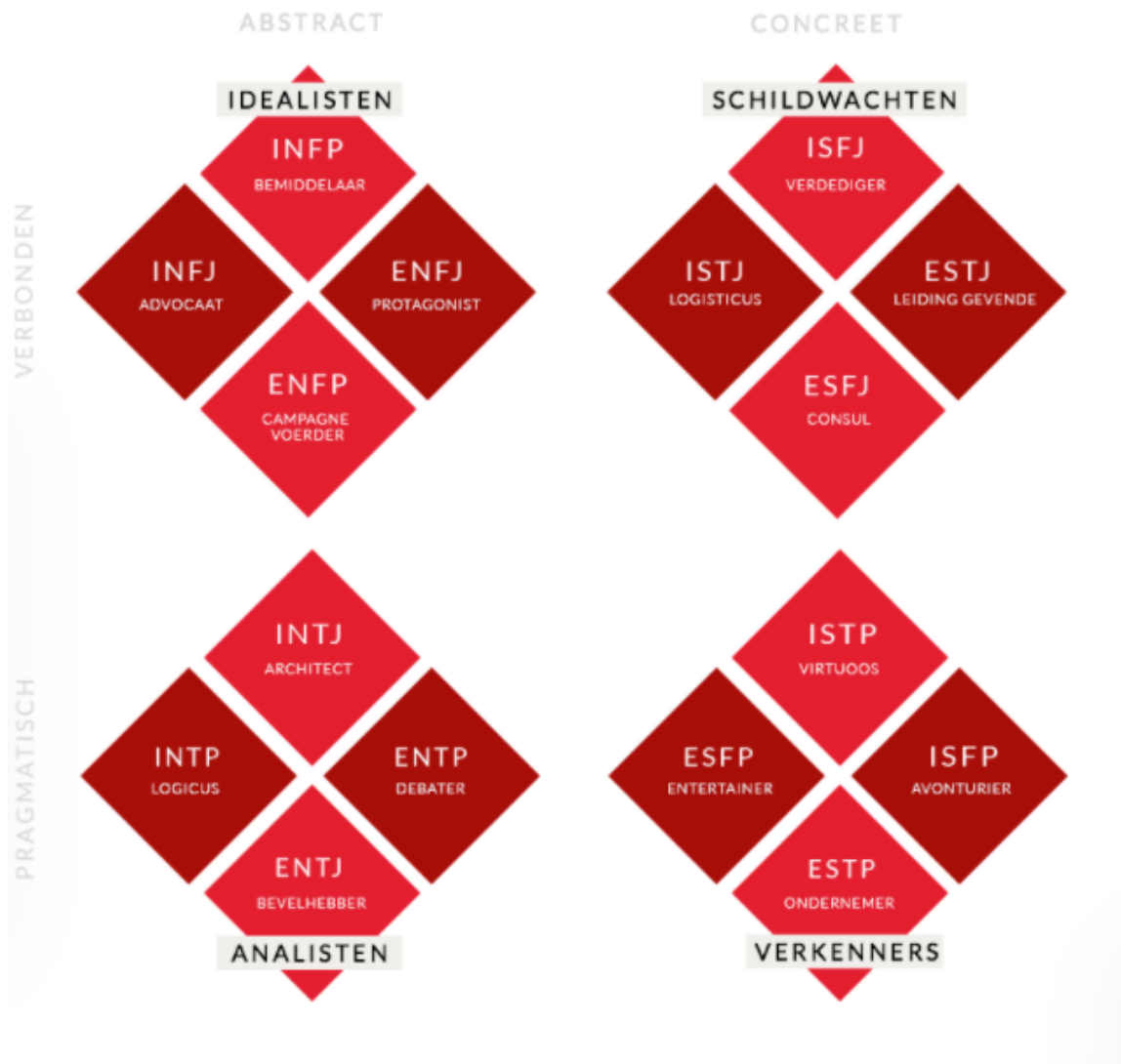


PERCEIVING
Leidt bij voorkeur een spontaan en flexibel leven.

MBTI test

Om het persoonlijkheidstype te achterhalen is het mogelijk om een MBTI test uit te voeren. Bij het uitvoeren van een MBTI test komt er als resultaat een persoonlijkheidstype uit met daarin 4 letters. Deze vier letters zijn gebaseerd op de vier dimensies waarin elke letter voor een dimensie staat. Bijvoorbeeld mijn persoonlijkheidstype is INFJ wat staat voor **I**ntroversion, **i**Ntuition, **F**eeling en **J**udging.

De gekwalificeerde MBTI test bestaat uit meer dan 100 vragen en is prijzig om aan te schaffen. Ik heb daarom gezocht naar een alternatief en in de link hieronder een verkorte en gratis versie van de test gevonden waaruit een persoonlijkheidstype komt. ([MBTI \(Myers-Briggs Type Indicator\) - Impact Trainingen, z.d.](#)).



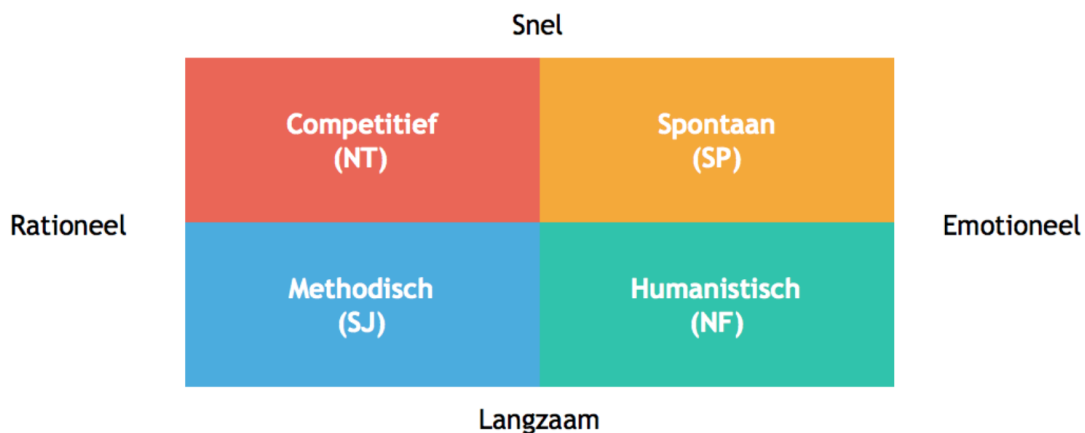
(Plugers, 2020).

Vereenvoudig model MBTI van Roy Williams

16 persoonlijkheidstypes is natuurlijk erg veel en lastig om toe te passen en te verwerken in overzichtelijke doelgroepprofielen. Om deze reden heeft Roy Williams een vereenvoudigd model van het MBTI model uitgewerkt en zijn de 16 persoonlijkheidstypen teruggebracht naar 4 soorten websitebezoekers. (Plugers, 2020).

- **Competitieve bezoekers:** snelle beslissers, op basis van feiten.
- **Spontane bezoekers:** snelle beslissers, op basis van emotie.
- **Methodische bezoekers:** langzame beslissers, op basis van feiten.
- **Humanistische bezoekers:** langzame beslissers, op basis van emotie.

(Happy Idiots, 2019).



Bestaat langzaam op basis van gevoel.

• INTJ	• INTP	• ENTP	• ENTJ
• ISTP	• ISFP	• ESTP	• ESFP
• ISTJ	• ISFJ	• ESTJ	• ESFJ
• INFJ	• INFP	• ENFP	• ENFJ

(Zo Beslist Jouw Bezoeker Om Een Aankoop Te Doen, 2021).

H3 Behoeftes type websitegebruikers

Competitieve bezoeker

De competitieve bezoeker scant websites op basis van feiten en is een snelle beslisser. De naam zegt het al: de competitieve bezoeker vergelijkt USP's van aanbieders en sluit graag de beste deal. Dat kan zijn op basis van prijs, product of service. (*MBTI® persoonlijkheidstypen, z.d.*)

Competitieve bezoeker wensen

Het gebruiken van opsommingen, met het tonen van USP's op een duidelijke overzichtelijke manier. (*Medium, 2021*).

- Grote geheel
- Strategisch

- Leiderschapsrol
- Langetermijndoelen
- Dominant/intimiderend
- Gestructureerd
- Uitdagend
- Competitief
- Efficiënt
- Voortgang monitoren op basis van feiten

Methodische bezoeker

De methodische bezoeker is op zoek naar erg veel informatie. Beslissingen worden gemaakt op basis van feiten en er wordt tijd genomen om de details te lezen en informatie uit te zoeken. Behoeftte aan goede voorlichting en laat niets aan toeval over. (*ISTJ: MBTI-persoonlijkheidsprofiel*, *z.d.*).

Methodische bezoeker wensen

Duidelijke product- en leverspecificaties, hecht waarde aan autoriteit in de vorm van bijvoorbeeld keurmerken en garantie. Interesse in veelgestelde vragen op de website. (*Hoe Overtuig Ik de Methodische Bezoeker?*, 2021).

- Gebruik maken van opsommingen
- USP's weergeven
- Gericht op structuur
- Systematisch te werk
- Betrouwbaar
- Inflexibel
- Duidelijke doelen
- Langzame beslisser
- Visueel versterkende afbeeldingen

Humanistische bezoeker

De humanistische bezoeker neemt de tijd om informatie over de aanbieder op te zoeken en beslist aan de hand van zijn emotie. De humanistische bezoeker is een veilige beslisser en is te beïnvloeden met een persoonlijke website. Een website met veel informatie en uitstraling van autoriteit.

Humanistische bezoeker wensen

Het plaatsen van uitgebreide user cases en het stimuleren van klanten om een review achter te laten. Inspireren van de bezoeker met persoonlijke verhalen en er wordt ook waarde gehecht aan een persoonlijke over-ons pagina. (Carreiro, 2020).

- Gericht op customer journey
- Meelevend
- Idealistisch
- Gedetailleerd
- Langzame beslissers
- Persoonlijk
- Emoties
- User cases
- Persoonlijke afbeeldingen

Spontane bezoeker

De spontane bezoeker is een bezoeker die snelle beslissingen neemt op basis van emotie en gevoelig is voor impulsaankopen. Houdt van een snel, kort bestelproces en van vrijheid. (Binford, 2022).

Spontane bezoeker wensen

Gevoelig voor aanbiedingen en het benadrukken van laatste artikelen schaarste. Haal voor de spontane bezoeker obstakels weg die in de weg staan van een snelle bestelling. Zorg voor vrijblijvendheid en laagdrempelige content. (Hoe Communiceer Ik Effectief Met Een Spontane Bezoeker?, 2021).

- Sociaal
- Korte krachtige informatie
- Extravert
- Snelle beslisser

- Prestatiegericht
- Teamplayer
- Nieuwsgierig
- Optimisme
- Persoonlijke afbeeldingen

H4 Bronnen

MBTI ® persoonlijkheidstypen. (z.d.). eu.themyersbriggs.com. Geraadpleegd op 21 maart 2022, van <https://eu.themyersbriggs.com/nl-NL/tools/MBTI/MBTI-personality-Types>

MBTI (Myers-Briggs Type Indicator) - Impact Trainingen. (z.d.). impact ontwikkeling. Geraadpleegd op 21 maart 2022, van <https://www.impact-ontwikkeling.nl/pagina/mbti/>

Plugers, W. (2020, 1 oktober). *Zo pas je MBTI toe op websites en binnen online marketing.* Scherponline. Geraadpleegd op 22 maart 2022, van <https://www.scherponline.nl/mbti-website-online-marketing/>

I. (2019, 3 oktober). *MBTI Methode - Richt je website in volgens deze methode.* Happy Idiots. Geraadpleegd op 21 maart 2022, van <https://www.happyidiots.nl/blog/mbti>

Zo beslist jouw bezoeker om een aankoop te doen. (2021, 29 juli). Concept7. Geraadpleegd op 23 maart 2022, van <https://concept7.nl/artikelen/aankoopbeslissing/>

ISTJ: MBTI-persoonlijkheidsprofiel. (z.d.). The Myers-Briggs Company. Geraadpleegd op 22 maart 2022, van <https://eu.themyersbriggs.com/nl-nl/tools/mbti/mbti-personality-types/istj>

Binford, E. (2022, 23 februari). *Best Sales Personality Types: Key Character Traits and Sales Skills of Top Sellers.* Dealcode. Geraadpleegd op 23 maart 2022, van <https://www.dealcode.ai/blog/best-sales-personality-types-sales-skills-of-top-sellers>

Hoe communiceer ik effectief met een spontane bezoeker? (2021, 11 juni). Concept7. Geraadpleegd op 22 maart 2022, van <https://concept7.nl/artikelen/spontane-bezoeker/>

C. (2021, 17 juni). *Hoe bereik ik de competitieve bezoeker op mijn site?* Medium. Geraadpleegd op 22 maart 2022, van <https://medium.com/concept7/hoe-bereik-ik-de-competitieve-bezoeker-op-mijn-site-25f07e521419>

Carreiro, V. (2020, 27 juni). *De humanistische bezoeker: langzaam en o.b.v. emotie.* SYS Platform. Geraadpleegd op 23 maart 2022, van <https://sysplatform.nl/website-maken/de-humanistische-bezoeker/>

Hoe overtuig ik de methodische bezoeker? (2021, 29 juli). Concept7. Geraadpleegd op 24 maart 2022, van <https://concept7.nl/artikelen/methodische-bezoeker/>