

# the A-team en MBTI, hand in hand!

MBTI is een veel gebruikte manier om de voorkeuren van mensen in kaart te brengen. Vaak krijg ik de opmerking dat mensen zich moeilijk in kunnen leven in de verschillende types. In dit artikel trek ik de vergelijking met de vier MBTI typeringingen en de populaire tv-serie the A-team en Sex and the City. Die hebben meer overeenkomsten dan je in eerste instantie zult denken.

## MBTI, even wat achtergronden

MBTI staat voor Myer Briggs Type Indicator. Het is een psychologische vragenlijst wat de voorkeurswerkwijze van mensen blootlegt. Hiermee kun je vragen beantwoorden als: Ben je iemand die snel beslist of iemand die langzaam beslist? Schrijf je liever met links of liever rechts. Vind je het belangrijk wat anderen vinden of ga je altijd uit van feiten?

Om aan te geven dat ik het niet over een willekeurige test heb, even wat feiten. Het model is ruim 50 jaar geleden ontwikkeld door Katharine Cook Briggs en haar dochter Isabel Briggs Myers. Het is gebaseerd op eerder verricht onderzoek door de Zwitserse psycholoog en psychiater Carl Gustav Jung. MBTI bestaat al meer dan Het onderzoek wordt jaarlijks door meer dan 200 miljoen mensen over de hele wereld ingevuld.

## Vier typen bezoekers

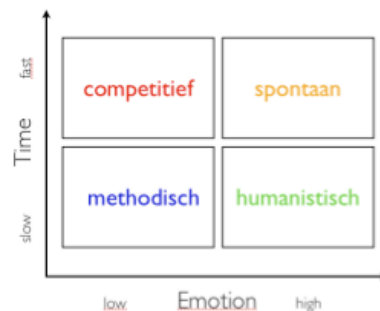
De originele MBTI kent zestien verschillende types. De verschillende types worden opgebouwd uit de volgende vier hoofdvragen:

- ▶ heeft iemand de voorkeur voor naar buitengericht gedrag (extraversie) of naar binnen gericht gedrag (introversie);
- ▶ heeft iemand de voorkeur voor op het opnemen van feitelijke informatie (sensing) of voor het opnemen van informatie in de vorm van verbanden en grote lijnen (intuition);
- ▶ heeft iemand de voorkeur voor het nemen van beslissingen op basis van logica (thinking) of op basis van normen en waarden (feeling);
- ▶ heeft iemand een voorkeur voor een planmatig geordende manier van werken (judging) of een flexibele en spontane manier van werken (perceiving).

Roy Williams, schrijver van onder andere het boek, 'The Wizard Of Ads' vond zestien types nogal veel. Hij deed hier onderzoek naar en kwam met de volgende twee vragen:

- ▶ ben je een snelle of een langzame beslisser?
- ▶ beslis je op basis van feiten of op basis van emotie?

Op basis van deze twee vragen zijn nog vier verschillende types te onderscheiden. Ik heb ze even in een grafiek gezet (zie afbeelding 1). De indeling zorgt dan ook voor vier typen gebruikers, ook wel de competitieve, de methodische, de spontane en de humanistische gebruiker genoemd.



## **the A-team en MBTI**

Maar wat heeft the A-team hier nu mee te maken? hoor ik je denken. Behalve dat ze ook met vier personen zijn kan ik me voorstellen dat je op het eerste ogenblik weinig overeenkomsten ziet. Toch zijn ze er zeker.

Ik beweer namelijk dat alle vier de karakters een eigen MBTI typering hebben. En als we dat weten maakt het het een stuk leuker om functionaliteiten voor je website te ontwerpen. Want zeg nou zelf, Wat zou B.A. doen is toch een veel leukere vraag dan, wat zou de competitieve gebruiker op mijn website willen?

Tijd om alle gebruikers eens na te lopen voor een korte toelicht. En voor de dames... de vergelijking met Sex and the City neem ik direct ook mee.

## **B.A. Baracus, je competitieve bezoeker**

Wie kent hem niet, de spierbundel met al zijn gouden kettingen en enorme hanenkam. De man die graag met alles, maar vooral met mensen gooit, op gespannen voet leeft met Murdock en nergens voor terug deinst. Aan de andere kant is hij erg sociaal, drinkt graag melk en heeft een vliegengst.

Is dit de bezoeker op je website die je om de tuin leidt met goede marketingpraatjes? Ik denk het niet. Dit zijn mensen die snel en direct op hun doel af gaan. Mensen die graag feiten zien en vooral niet teveel onnodige informatie. Bedenk eens als je een nieuwe functionaliteit aan je website toevoegt: wat zou B.A. hiervan vinden? En voor de Sex and the City liefhebbers, wat zou Samantha doen als ze je website bezoekt?

## **Face, je humanistische bezoeker**

De snelle jongen uit the A-team. Face is altijd op de versiertoe en vindt het erg belangrijk wat andere mensen, met name vrouwen, van hem vinden. Zijn vriend Murdock wordt regelmatig door hem bevrijd terwijl hij zich voordoeft als dokter of hoge militair. Hij geniet van de fijne dingen van het leven en zou vrienden kunnen zijn met Sex and the City ster Charlotte.

Face en Charlotte zijn op je website vooral op zoek naar achtergronden. Het zijn mensen die niet snel beslissen en weldoordacht hun keuzes maken. Ze vinden het belangrijk dat mensen hun vertrouwen en verwachten dat ook van jou. Ze zijn op zoek naar informatie over je bedrijf maar ook naar de ervaring van anderen met jou. Het zijn mensen die je raakt met emotie en niet met feiten. Houd Face goed in je achterhoofd wanneer je een nieuwe pagina aan je website toevoegt.

## **Hannibal, je methodische bezoeker**

Hannibal is de leider van het team. Hi is de oudste van het stel, rookt altijd sigaren en staat bekend om zijn weldoordachte plannen. Hij is het brein achter het team. Niet voor niets is zijn favoriete slogan: I love it when a plan comes together. In Sex and the City is hij het beste te vergelijken met advocate Miranda.

Hannibal vraagt op je website vooral veel informatie. Hij wil het onderste uit de kan halen en schroomt er niet voor je algemene voorwaarden door te lezen. Na lang wikken en wegen neemt hij zijn beslissing, maar zijn besluit staat dan ook vast. Feiten, feiten, feiten bij voorkeur met bronvermelding. Loop eens door je huidige website en stel je voortdurend de hoe? vraag. Dat is wat Hannibal namelijk ook doet!

## **Murdock, je spontane bezoeker**

Murdock is de piloot van het team. Met zijn slogan If it has wings, I can fly it! is hij de perfecte spontane bezoeker. Vergelijk hem met Carrie uit Sex and the City en een echte impuls aankoper. In de serie is Murdock officieel voor gek verklaard, maar hij is echt niet zo gek als hij zich voordoe. Op deze manier krijgt hij veel dingen voor elkaar die een ander mogelijk niet zou lukken. Murdock is erg loyaal aan de andere leden van het team en vangt voor vriend Hannibal zelfs een keer een kogel op.

Murdock op je website is een spontane klikker die voor hij het weet een product besteld heeft. Gewoon omdat het er goed uitzag. Het is ook iemand die als het hem niet bevalt, zo weer weg is. Er zijn immers voldoende andere sites waar hij zijn ding kan doen. Service is belangrijk, net als de volledige experience. Het zijn mensen die moeilijk te binden zijn maar ook erg goede ambassadeurs kunnen zijn.

## **MBTI, leuk om te doen!**

Iedere website heeft bezoekers en iedere bezoeker is onder te verdelen in één van bovenstaande types. Loop gewoon eens door je website en bedenk je wat één van de verschillende types van bepaalde pagina's en functionaliteiten zal vinden.

Wanneer je MBTI gebruikt als basis voor je doelgroep is het goed eens kwantitatief te onderbouwen hoe de verhouding binnen je doelgroep ligt. Op deze manier zou je een bepaald type meer aandacht kunnen geven op de verschillende functionaliteiten binnen je website.

Voor veel mensen is dit echter nog een brug te ver. En dat is helemaal niet erg. Door voorzichtig eens met een MBTI bril naar je website te kijken, ben je al een eind op de goede weg!

## **Auteur en publicatie**

Raymond Klompsma is werkzaam bij Concept7 ([www.concept7.nl](http://www.concept7.nl)). Raymond is bij Concept7 werkzaam als commercieel directeur.

Dit artikel is gepubliceerd op mijn blog [www.raymondklompsma.nl](http://www.raymondklompsma.nl) en in Usabilityweb magazine.

## **Bedankt mensen!**

-