



激励图谱剖析报告

张德馨

- 目标性强 ■
- 创新的 ■
- 有责任心的 ■



2022.10.21
ABC 培训咨询公司

报告内容

前言	3
工作中的9大激励因子	4
执行摘要	5
你的个人剖析	6
你的个人剖析	6
你的激励因子总结	6
分差	6
你的首要激励因子	7
你的第二大激励因子	8
你的第三大激励因子	9
你的最低激励因子	10
一个典型的故事	11
个人激励	13
你目前的激励水平	13
你前三大激励因子的满意度	13
你的激励行动计划	14
最后的思考	15

前言

你在工作上的快乐和成功部分取决于你的核心“激励需求”是否得到了满足。这些激励需求不是有意识的决定，而是源于你的自我认知、信念、期望和个性。就像我们人生目标一样，我们并不“发明”激励需求但却可以探测到它们。顺应我们的激励需求是至关重要的。

本剖析报告是基于你对激励图谱问卷的回答，于2022年10月21日完成。

激励图谱的起源是基于对人类动机的广泛研究，主要有三个来源：马斯洛的需求层次理论、沙恩的职业锚以及人格剖析工具九型人格。

激励图谱包括三个簇群，每个簇群都包含三个核心激励因子。这意味着，总共有九个核心激励因子。



通常情况下，其中三个属主导激励因子，但有时也会有所不同——可能是两个，也有可能超过三个。在主导你的三个激励因子中，有一个是核心激励因子，你的工作必须满足它，才能让你实现真正的满意。识别出你的激励因子，并在工作中不断努力获得更多的能量，这一点非常重要。而且，你在工作中想要的东西，很可能也是你在生活中所想要的。因此，研究你的激励因子尤为重要。

工作中的九大激励因子

九大激励因子位于三个簇群中，如下图所示。



这些是广泛的分组，并不是无懈可击的。例如，“专家”不一定是指在工作方面的“专家”——尽管这是一般的焦点所在。显然，在某些意义上，如果激励因子都是以成就为导向的，那么从工作中获得满足是“更容易”的：毕竟，大多数地方的工作都是为了金钱（“建设者”）、权力（“主管者”）和专业知识（“专家”）；而获得友情（“朋友”）或意义（“探索者”）通常更有问题。所有老板面临的挑战是在这所有九个领域为他们的员工创造激励的可能性。

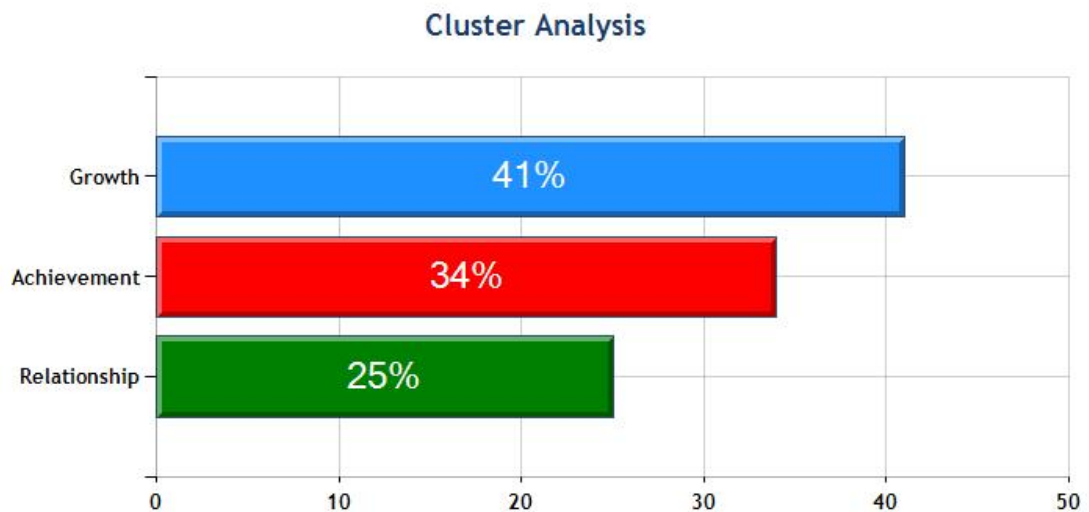
请阅读下一页以了解你的个人激励倾向。

执行摘要

绝对强度图衡量的是每个激励簇群相对于其他两个簇群的重要程度。通过这个图表，你将会明白，对于在工作中，真正能为你带来激励的重要东西到底是什么。如果三种颜色的分布相当平均，说明你保持得相当平衡，即你在工作中是同等程度地通过关系、成就和个人成长来获得激励的。

在看这个图表时，要考虑：

- 是否有一个占主导地位？
- 是否有一个特别弱？
- 是否有一个平衡？



你的主导簇群是：成长

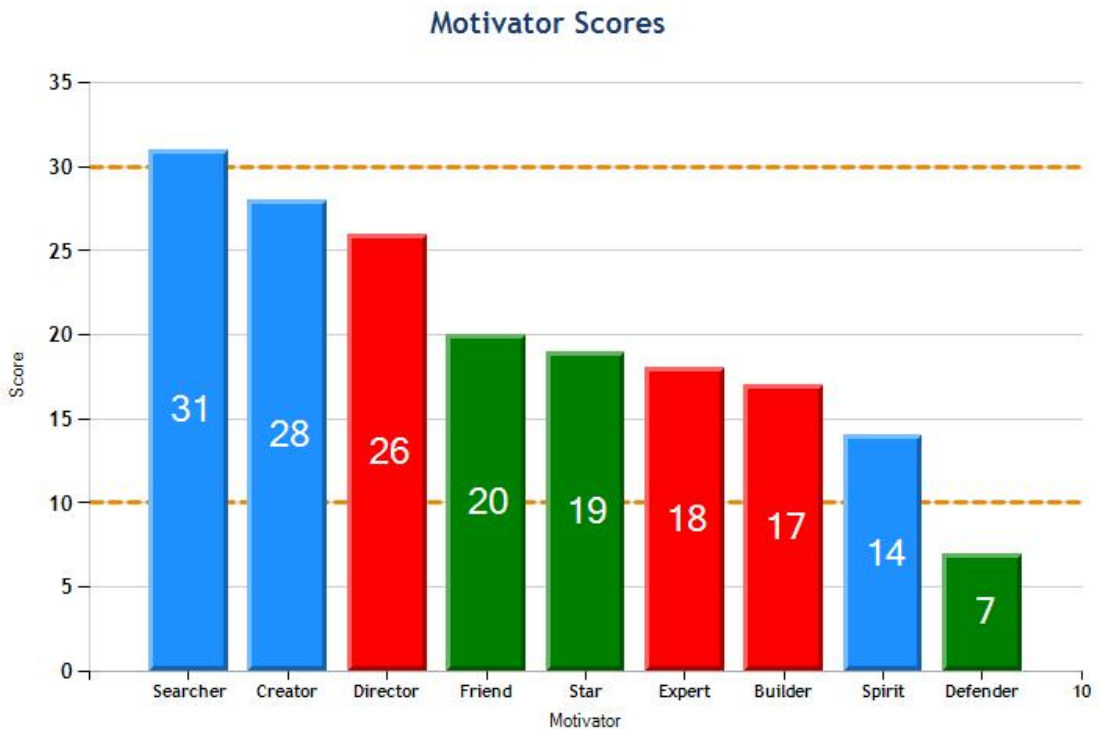
在成长型簇群占主导地位时，个人的激励主要来自于，要实现他们的全部潜力和成为他们能够成为的一切。这种实现，意味着成就了一个崭新的“你”，意味着实现了创造性的变化，而且你想在工作和生活的特定领域里创造这种变化。此外，为了实现这一目标，自由和目标通常是必不可少的。因此，你更喜欢生活在未来。然而，如此聚焦于“成长”，你可能会由于非常沉浸在自己的事项之中而错过了一些可持续的关系？或者，可能由于聚焦于变化和新事物的参与以及你的自由和目的，而没有完成现有的项目或跟进重要的关系？

你的个人剖析

下面的柱状图显示了你所有的九个激励因子的排序，以及它们相互之间的强度衡量。

- 30分以上是一个“尖峰”，表明是一个极强的激励因子。
- 10分或以下表示“反向尖峰”，表明是一个较弱的激励因子。
- 得分低于5分，表示可能会对其他人将此激励因子处于主导地位时而感到不适。

在任何时候都要牢记住：激励因子或激励分数没有“更好”或“更差”之分，只有差异性和目的的适应性的区别。较低的分数集中在一起时显示平衡，而尖峰则提示极度。目的的适应性，决定了在某些特定情形下有什么可能是更好的。有关这方面的更多信息，请咨询你的激励图谱认证专家或顾问。



分差

九大激励因子的分差可以让你更深入地了解你的核心激励因子。分差是指首位和末位激励因子分数之间的差值。一般情况下，个人平均分差为8分。然而，有些人的分差可能会更大，这表明他们比较聚焦；另些人的分差可能较小，这表明他们比较平衡。

你的分差是24分，这表明你完全专注于激励你的事项。如果你要想在工作中富有成效，激励因子得分30分以上是至关重要的

你的第一大激励因子



探索者

- 目标性强
- 反馈为导向
- 质量至关重要

作为一个“探索者”，你需要的是意义。寻求意义，意味着你想做的事情本身就是有价值的。你想做你所相信的活动。这又意味着你所做的事情对你来说，必须是重要的——而不仅仅是为了赚钱或给予地位。你必须看到这项工作本身的重要性和意义。因此，如果你的活动变得越来越纸上谈兵，这将严重打击你的积极性。从根本上说，“探索者”寻求的是对工作和生活质量的改变。这意味着你正在寻找比现在更好的东西——也许是一项“事业”。

“探索者”是你的最高激励因子，你善于发现自己的价值，并寻找能够体现这些价值观的工作。你真的想做出贡献并提高生活的质量。对意义的追求往往会使你产生永不满足的好奇心——你希望看到世界上更大的图景，并继续探寻更多的信息和主意。

这里有一些激励策略或措施，你可以用来提高或帮助保持你现有的激励水平：

激励策略

探索者

- 明确你的人生使命。在制定你的使命之前要问：你在有生之年里想做的是什么？你永远不想再做的是什么？你想提供和贡献的是什么？你想如何改变、发展和进步？
- 确定你的核心价值观，并在你意识到有实现其中之一时就奖励自己。
- 积极寻求正面的、高质量的反馈。反馈能让你迅速成长，所以要确保能得到反馈，并且不要忽略了社交媒体的作用。

你的第二大激励因子



创造者

- 创新的
- 以解决方案为导向的
- 最前沿的

作为一个“创造者”，你的需求是创造力。这种激励因子是以创新和寻求被认同为原创性的产出为导向的。换句话说，你希望自己的名字出现在书、CD、产品甚至服务上。你是一个能打破壁垒的人——带来了以前不存在的东西。因此，问题、挑战和“新”带来了其中最好的一面，并具有很强的激励作用——解决方案意味着创新。你往往乐观向上，能在逆境中坚持不懈。因为你解决问题，所以你喜欢并觉得需要玩乐——“创造者”在发挥创造力时会产生一种特殊的“玩耍”氛围，你希望在工作中能有这种气氛。否则，你就会不开心。

这里有一些激励策略或措施，你可以用来提高或帮助保持你现有的激励水平：

激励策略

创造者

- 使用“头脑风暴”来解决问题。拟定一个能激发想象力的具体问题。例如，“我怎样才能在接下来的6个月里变得更健康？”写出20个答案！这可以为你带来洞察和找到解决方案。
- 自愿参与任何新的倡议或活动——你会以新挑战为乐，因为它是一个提供创造性解决方案的机会。
- 为自己营造一个活力四射的环境——记住，我们的右脑会产生新的创意，而这是由美、自然、音乐和艺术以及非寻常的事物所激发的。

你的第三大激励因子



主管者

- 有责任心的
- 以权利为导向的
- 有影响力的

作为一个“主管者”，你需要的是权力和影响力。你希望能够左右事情发生的方式，包括人员和资源。默默无闻绝不能让你满意。一个人如何拥有权力或影响力的方式是多种多样的，但现实是，你需要主导获取。这其中一个表现就是，对组织中的事情如何进行，你要能做出关键的决定。自然而然，受此激励下，你会倾向于向管理和领导层发展。你也会倾向于拥有高度的自信心和对需要做的事情了然于胸。对“主管者”来说，被赋予责任是高度受激励的。你会以正式和非正式的方式寻求权力。

这里有一些激励策略或措施，你可以用来提高或帮助保持你现有的激励水平：

激励策略

主管者

- 了解自己的优势和劣势，这样你就能够更有效地为将来担任更高职位做好准备。
- 请外部职业顾问帮你规划未来几年的理想职业。
- 向组织申请更高的职位——不要等着别人问你。这将给你对自己工作的真实情况和未来前景带来宝贵的洞察力。

你的最低激励因子



守护者

- 稳定的
- 以安全为导向的
- 准确的

“守护者”是你的最低分，所以你往往不会被为寻求一个稳定和可预测的未来所困扰。你可能是一个冒险家，特别是如果“探索者”或“创造者”位列你的前三大激励因子时，你会倾向于鄙视那些行事“谨慎”的人。不要这样！要知道，周密扎实的计划是非常有益的，如果你目前没有，那么就要养成更彻底、更定期地检查数字的习惯。要注意避免过多的冲动决策和事后为错误的辩解。十年后你会在哪里？请反思这个问题。

为什么最低激励因子也是重要的

你的最低激励因子的分值可以很好地揭示问题。前三大激励因子的分值虽然更令人兴奋，但了解我们的最低激励因子，可以在提升激励和改善生活方面，为我们提供有用的线索。

首先，问自己一个问题：我的最低激励因子是否给我带来了问题？我们有时会把这称之为“保健因素”，这意味着该激励因子并不给我们带来激励，但它的缺失会导致我们失去动力。比如说，设想你是一名经理，而“主管者”是你的最末尾激励因子（需要管理但不想管理），这可能是一个问题。

其次，最低激励因子也可能重新强化所有前三大激励因子或其中一个的影响。我们把这称为“极性强化”。例如，“创造者”喜欢变化，而“守护者”则厌恶变化。如果你的首位激励因子是“创造者”，而末位激励因子是“守护者”，那么你会比你仅仅是“创造者”为首位激励因子的人更偏好变化。

第三，你的最低激励因子还会影响到你对他人的感觉。例如，如果你的末位激励因子是“明星”，而你要和一个首位激励因子是“明星”的人一起工作，那么很有可能，特别是在没有一两个共同激励因子的情况下，你会发现他们寻求“关注”的行为，正如你所看到和定义的那样，非常令人恼怒。

幸运的是，激励图谱的共通语言提供了一条摆脱冲突的途径。每当你察看自己的图谱时，自身的自我觉察也会随之得到提升。



一个关于“探索者”的典型故事

下面的故事不是关于你的，而是描述“探索者”类型的典型故事。我们在人们阅读这些典型故事的经历中发现了一些令人惊奇的巧合和相似之处。当你读到这个故事时，从中提取与你有关的内容，摒弃与你无关的内容。问问自己，这个故事中有什么适用于我，是什么让我对自己有了更深入的了解？

“探索者”有时看起来像是一个奇怪的悖论。他们的追求几乎带有宗教色彩——本质上是对意义的追求。意义也许是“探索者”想要的。对任何雇主说这句话，他们会跑得远远的：我们不想要一个疯子或哲学家在我们的员工，非常感谢！但这就是悖论：看似“模糊”的动机产生了奇怪的实际结果。也就是说，“探索者”会热衷于做出改变。”探索者“知道，当他们清楚地看到某些东西发生了变化时，那里就有意义了——他们提供的一些输入可能导致了更好的输出。

因此，自相矛盾的是，“探索者”可能经常被他们的管理者认为是组织中最有生产力和最重要的员工之一。“探索者”可能真的会带来改变。

然而，正是在“探索者”的最后一份工作中，改变的力量在车间里表现得如此明显。“探索者”有一项负责但有些重复的工作。他们的管理者经常表扬“探索者”，这很好。他们喜欢表扬，这在日常工作中是必要的。但过了一段时间，即使是表扬也无法掩盖“探索者”感到无聊和失去动力的事实。

管理者找到了完美的解决方案。他订了一个上午的时间，带着“探索者”去参观附近一家正在使用该公司产品的机构。“探索者”与几个终端用户进行了交谈；然后收到来自不同员工关于产品性能和附加值的反馈。在“探索者”看来，曾经是一件无关紧要、重复而无聊的事情，犯错误并不重要，但突然之间，它变成了一件非常紧迫的事情。他们可以看到他们努力的最终结果，——而这些正给其他许多人带来巨大的改变。动机？它冲破了屋顶。

在他们当前的角色上做出改变只是延伸了上一个成功的主题: 这一切都是关于生活品质的。当你有所作为时, 你就提高了他人或自己的生活品质, 或两者都提高了。在他们目前的岗位上, “探索者”正在确保各种对象到达他们的正确目的地。当然, 你是对的——确保他们是“探索者”的全部。没有什么比管理者发来的邮件或明信片更能让“探索者”感到高兴的了, 这些邮件或明信片会确认物品的到达, 并提供额外的信息, 比如物品对收件人的影响。这太棒了!

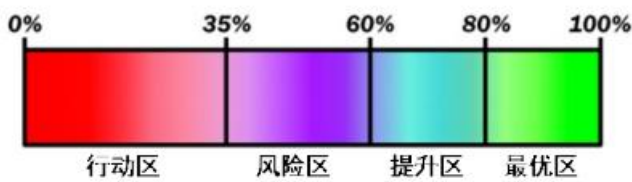
正如“探索者”所知道的, 做出改变本身就是一种奖励。你可以成为总统, 总理, 首席执行官, 甚至是志愿者。只要你做出改变, 提高生活品质, 并且从良好的反馈中确定你正在做这件事, 你可能会非常满意。“探索者”通常是这样的。



你目前的激励水平

个人激励水平检查，代表了目前你对前三大激励因子的个人满意程度。虽然这个分数有可能会受限于你完成问卷时当下的特定因素，但它能很好地说明你目前的激励水平，有助于你确定需要关注的领域，以提高你的激励水平。

下图显示了与个人激励水平百分比相关的四个区域。这些区域将帮助你确定需要采取的行动类型以及该行动的速度，以帮助你提高或保持你的激励水平。

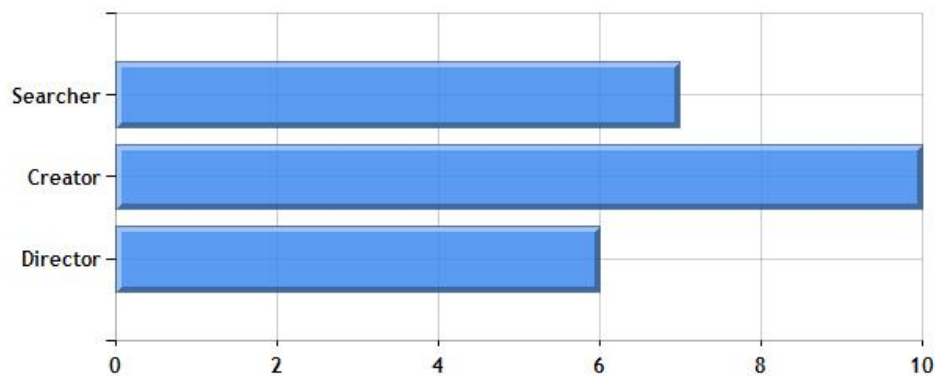


你目前在当前角色上的激励水平是78%。这意味着你有很高的激励水平，并享受着目前的激励状况。对你来说，挑战和课题在于有一两个激励领域，在这些领域中小小的改进或提升可以产生大的变化，从而进一步激励你。

这个分数并不意味着对你的任何评判。要清楚，激励与你的个人技能组合无关。这个分数的目的是帮助你增强你的激励水平。

下图以1（低）到10（高）的等级显示了你的前三大激励因子的满意度。如下：

Satisfaction of Top 3 Motivators



你的激励行动计划

当你有机会思考/或与他人讨论本报告时，想想你可以采取哪些行动来帮助提高你目前的激励水平。仔细研究本报告中，对前三大激励因子所给出的激励策略或措施。然后，请用此页写下目标，以及你要采取的一些行动，以帮助提高或保持你目前的激励水平。

我的目标

我该做什么？

我该如何做？

我该何时做？

最后的思考....

“ *Nothing will ever be attempted if all possible objections must first be overcome.*

如果必须要先解决所有的异议，就不会有任何尝试。

Samuel Johnson

塞缪尔.约翰逊 ”

For more information about Motivational Maps and James Sale please visit www.jamessale.com

有关激励图谱以及 James Sale 的更多信息，请访问 www.jamessale.com

Motivational Maps, its agents or employees and all other companies in the Motivational Maps group (together the "Motivational Maps Group") accept no responsibility for any decisions, actions or consequences arising as a result of readings, analysis and interpretations of its Map products and any advice given in the light of individual, team or organizational maps. Motivational information must always be taken together with other organizational factors when considering material and personnel changes. The Motivational Maps Group has no liability (including liability in contract or negligence) to you or to any other person for any loss of profits, turnover, revenue, opportunity or any consequential or indirect losses suffered or incurred by you or that person in relation to the advice, recommendations, information or services.

激励图谱代理商或雇员以及激励图谱集团的所有其他公司（统称“激励图谱集团”）对于因阅读、分析和解释其图谱产品而产生的任何决定、观点或后果，以及根据个人、团队或组织的图谱提出的任何建议，不承担任何责任。在考虑材料和人事变动时，必须将激励信息与其他组织因素结合起来。激励图谱集团不对您或任何其他人的任何利润、营业额、收入、机会的损失或任何相应的或间接的损失负责（包括合同或疏忽）。