

A close-up photograph of two hands, one from the left and one from the right, with fingers curled to form a heart shape. The background is a clear, bright blue sky. The text 'Översikt: Guide till onboarding' is overlaid in white on the left side of the heart.

Översikt: Guide till onboarding

master[™]
VALUE PEOPLE

Från test till onboarding

Ni har förmodligen en struktur för onboarding på ditt företag. Kanske har ni en lista över praktiska saker som ska vara redo, dator, telefon, förberedelse av teamet, hur du välkomnar den nya kollegan osv. Grunden till en bra onboarding är redan på plats, men hur kan man göra onboarding till en succé? En framgångsrik onboarding handlar i grunden om att se till den nyanställda tidigt känner sig trygg i tjänsten och får rätt utmaningar i relation till kompetens och utveckling. Du kan göra mycket för att onboarding ska bli en framgång om du baserar den på de insikter du redan har om personen.

Använd testens fulla potential

Om du använder testverktyg, t ex i samband med rekryteringsprocessen, har du data som ger dig insikt i personens preferenser, typ och kognitiva nivå, beroende på vilka tester du använder. Med den här guiden kommer du att vara rustad för att tillämpa denna kunskap för att planera en bra och kvalificerad onboardingprocess. På de kommande sidorna ger vi dig exempel på hur man använder testens fulla potential.

Aktivera din kunskap

Det handlar om att aktivera den kunskap man har och på så vis få ut det mesta av den. Dra nytta av de testverktyg du redan använder. När du använder data från testresultaten och från dialogen med testtagaren, är processen inriktad på den individuella personen – du kan också använda datan vidare in i anställningen med fokus på utveckling och på så sätt optimerar du testanvändningen.

Så använder du guiden

Guiden vänder sig till dig som arbetar med testverktyg, rekrytering och onboarding. Du kommer att introduceras till olika typer av tester och hur du helt konkret kan använda kunskap från dessa i onboardingen. Guiden kommer inte in själva dialogen du har den nyanställde, utan används istället för att ge inspiration att hitta rätt onboarding. Du kan hitta konkreta exempel från Masters testverktyg, men de olika testtyperna kommer också att gås igenom på en allmän nivå.

Guiden är uppdelad i tre avsnitt, en för varje testtyp. I varje avsnitt anges användningsområde, hur testresultatet kan användas vid onboarding, samt ett konkret exempel på vilka aktiviteter som ett visst testresultat kan gynnas av. De tre typerna av tester är:



personlighetstest



kognitivt test



typologi

Personlighetstest

Förståelsen för människors karaktärsdrag och beteenden är viktig kunskap i professionella sammanhang, till exempel när vi ska rekrytera nya kollegor eller genomföra utvecklingssamtal. Ett personlighetstest mäter en persons föredragna beteende i ett arbetssammanhang. Det är ett test med en rad påståenden, och utgången är olika typer av rapporter. Vanligtvis är beteendet uppdelat i övergripande områden (t.ex. vilka beteende du har i förhållande till andra människor, vilket förhållningssätt du har till uppgifter och vilka personliga drivkrafter man har). Varje område kommer återigen att delas in i ett antal egenskaper eller aspekter. Personlighetstester används vanligtvis för rekrytering och utveckling.

Fån test till onboarding

Om du har använt personlighetstest i rekryteringsprocessen har du t.ex. relevant kunskap om vad den nyanställda föredrar i förhållande till samarbetsform, struktur, detaljfokus m.m. Du kan till exempel se om personen föredrar att ta aktiv del i onboarding och agera själv, eller om personen i fråga behöver en detaljplan från start. Du kan också få inblick i och en indikation på om det skulle vara en fördel att börja med uppgifter från dag ett eller spendera mer tid på att introducera företaget och processerna internt.

Master erbjuder två personlighetstest för rekrytering: OPTO och MPA. På nästa sida kan du se ett exempel på en OPTO-poäng och hur man kan planera en bra introduktionsprocess för personer med denna poäng.

OPTO Personlighetstest

En person med dessa OPTO-poäng kommer vanligtvis att ha en preferens för ordning, struktur och att arbeta systematiskt. Dessutom kommer personen vanligtvis vara noggrann, sträva efter perfektion och vara uppmärksam på detaljer.

STRUKTUR

Struktur mäter i vilken grad någon är organiserad.

POÄNG



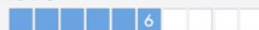
BETYDELSE

- Är välorganiserad
- Arbetar systematiskt
- Följer uppställda riktlinjer strikt

KVALITETSSÄKRING

Kvalitetssäkring mäter noggrannhet och sinne för detaljer.

POÄNG



BETYDELSE

- Är mycket uppmärksam på detaljer
- Strävar efter perfektion
- Är noggrann

När du planerar en introduktionsprocess för den här personen kan du med fördel använda denna kunskap och skicka fördjupat material i förväg till personen, samt att göra detaljerade planer för de första veckorna. Passa också på att se till att allt praktiskt, som dator, passerkort och liknande är redo.

Kognitivt test

Ett kognitivt test visar en persons kognitiva potential och förmåga att förstå komplexitet och fatta de logiskt bästa besluten. Det visar också förmågan att lära sig nya saker och hur snabbt det kan tänkas gå. Ett kognitivt test mäter GMA-nivån. Ju högre poäng du får på ett GMA test, desto större och snabbare förmåga att lära sig nytt och att även lära sig komplexa saker. Kognitiva tester används vanligtvis för rekrytering.

Fån test till onboarding

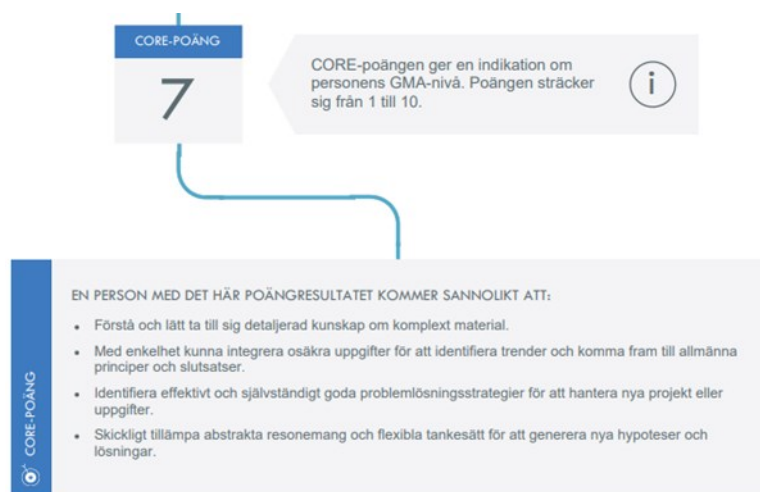
Har du använt ett kognitivt test vid rekrytering har du fått kunskap om den nyanställda som kan användas vid planering av introduktionsprocessen. Om du har använt ett kognitivt test kan det ofta berätta något om hur mycket ny kunskap du kan "fylla på" hos din nya kollega och inte minst hur snabbt personen kan lära sig nytt material. Använd denna kunskap för att planera processen så att den passar den nyanställdes sätt att skaffa ny kunskap – och anpassa sig till komplexiteten av informationen som ges, så att den är anpassad till personens kognitionsnivå.

Master erbjuder två kognitiva test, ACE. och CORE. På nästa sida kan du se ett exempel på en CORE-poäng och hur man kan planera en bra introduktionsprocess för personer med denna poäng.

CORE kognitivt test

Ju högre poäng på ett GMA-test personen har, desto högre förmåga

har personen att lära sig nya saker och saker med hög komplexitet. En person med denna CORE-poäng har vanligtvis lätt att urskilja trender i komplex information och drar effektivt logiska slutsatser från komplexa problem.



Baserat på denna CORE-poäng kan du också se att personen kan skaffa nya insikter om problem och komma fram till de bästa lösningarna, har hög förmåga till logiska resonemang och införlivar naturligt ny kunskap att optimera befintliga problemlösningstrategier.

När du planerar en onboardingprocess för denna person kan du därför anta att personen kan hantera komplex information och effektivt införliva ny kunskap. Onboardingen kan alltså planeras så att personen introduceras relativt snabbt för komplexa uppgifter och problem.

Typologitest

En typologi arbetar med fyra personlighetstyper. Varje typ har sin beteendestil och de fyra typerna motiveras olika. En typologi är lätt att förstå, komma ihåg och använda eftersom det är lätt att känna igen sig själv och andra i typerna. Typologier används ofta i samband med utveckling av medarbetare och team där det finns behov av att samverka och stärka det gemensamma arbetet. En typologi används som utgångspunkt i samband med utveckling.

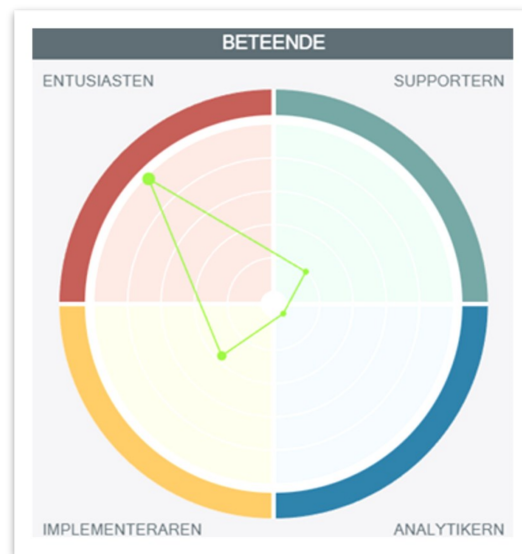
Fån test till onboarding

om du använder en typologi som en integrerad del av ditt företag, du kan med fördel använda denna kontinuerligt. Använd typologin för att kartlägga teamet och även den nyanställde. Då kan du se hur ett samarbete kan fungera bäst. Du kan använda typologin för att bekanta den nya kollegan med teamet genom att presentera teamets typer. Testa ledaren och teamet och använd resultaten som utgångspunkt för en dialog. Du kan både fokusera på hur den nyanställde förredrar att vara när det gäller egenskaper i personens typpreferens, samt hur samarbetet mellan chefen och den ny kollegan och/eller teamet och den nya kollegan kommer fungera.

Master erbjuder typologin EASI. EASI skiljer sig från andra typologier genom att ha en bestämd frågeram och mätning av både testpersonens beteende och motivation. Den ger en GAP-analys som inte tolkas av systemet baserat på personens typ, utan istället visas den nyanställdes beskrivning av sitt beteende, jämfört emot det som verkligen motiverar personen. På nästa sida kan du se ett exempel på en EASI-graf och hur man kan planera en bra introduktionsprocess för personer med detta resultat.

EASI typologitest

Denna EASI-graf visar en person vars beteende främst är entusiastiskt. Entusiaster kännetecknas av att vara entusiastiska, känslomässiga, utåtriktade, inflytelserika, experimentella och spontana. När du planerar en onboardingprocess för denna person måste du vara medveten om att entusiaster gillar att prata med allt och alla, fattar snabba beslut och är nyfiken.



Den nyanställde med denna EASI-graf kommer därför vanligast trivas med att snabbt komma igång. Personen kan verka otålig och impulsiv för andra. Till exempel, gör inte en onboardingplan som går långsamt eller är för detaljerad, för då kan entusiasten tappa intresset. Bättre att ge personen uppgifter där de snabbt kommer ut i organisationen och upp i fart.

EASI är designat för användning i ledarskaps- och utvecklingsprogram. Den är i den kontexten ett användbart verktyg när man arbetar med personlig utveckling oavsett position. Den stödjer utvecklingen och är "lätt" att förstå och använda sig av. Det kan till exempel vara mycket givande att genomföra EASI tre månader in i anställningen, då dialogen kan kretsa kring den nya tjänsten och hur beteende och motivation hänger ihop där. Du kan till exempel fråga hur personen upplever att beteendena tjänsten kräver (det uppmätta beteendet) förhåller sig till hur man önskar bete sig (motivationen) för att sedan bygga vidare på en utvecklingsdialog därifrån.

Mål med din onboarding

Det finns många sätt att välkomna nya medarbetare. Men när du använder testresultat i samband med onboarding, så börjar du med en stabil grund och då har du en väldigt bra utgångspunkt. När onboarding av den nya medarbetaren är över är det viktigt att du tar upp processen. Vad gick bra, var kan vi förbättra oss? Det är alltid en bra idé att mäta processen för att ta reda på var och vad du kan optimera. Du kan till exempel skapa automatiserade undersökningar för alla som fortsatt vara anställda eller hålla kvalitativa uppföljningsintervjuer med standardiserade frågor. Ser du mönster? Fundera över hur förändringar som förbättrar bristerna kan göras. Lycka till med att strukturera bra onboardingprocesser. Vi hoppas att du får aktiverat all kunskap du redan har från dina testverktyg.

Saknar du ett test eller har behov av en annan typ av test? Behöver du råd om att välja rätt testverktyg för t.ex. onboarding? Kontakta oss på Master för en dialog.

Hitta oss på master.se eller
ring oss på 08-32 42 42.