



Werken met het Behavior Model (deel 1) - Voorkom Interventie Missers

Neuromarketing lunch-webinar / Key Insights

Webinar Woensdag

Geen webinars missen?

Wil je weten wanneer we de volgende webinar houden?

Schrijf je in om op de hoogte te blijven!

- ✓ Krijg **live** antwoord op je vragen
- ✓ Ontvang de **opname** en sheets altijd via de mail
- ✓ Webinar toevoegen aan je **agenda** met 1 klik 🥳

 **Klik hier je in te schrijven**

Je bent met ruim 9.165 anderen in goed gezelschap!



UNRAVEL

Webinar Woensdag

Deze webinar terugkijken:

De opname van dit webinar vind je via onderstaande link:

Klik hier 📌

<https://www.unravelbehavior.com/webinars/behavior-driver-model-altijd-juiste-beinvloedingstechniek>

Alle webinars terugkijken?

Ga naar de overzichtspagina en kijk al onze afgelopen webinars terug. Bijvoorbeeld over De Psychologie van de Supermarkt, of De Psychologie van Onweerstaanbare Brand Assets.

Klik hier 📌:

<https://www.unravelresearch.com/webinars/>



UNRAVEL

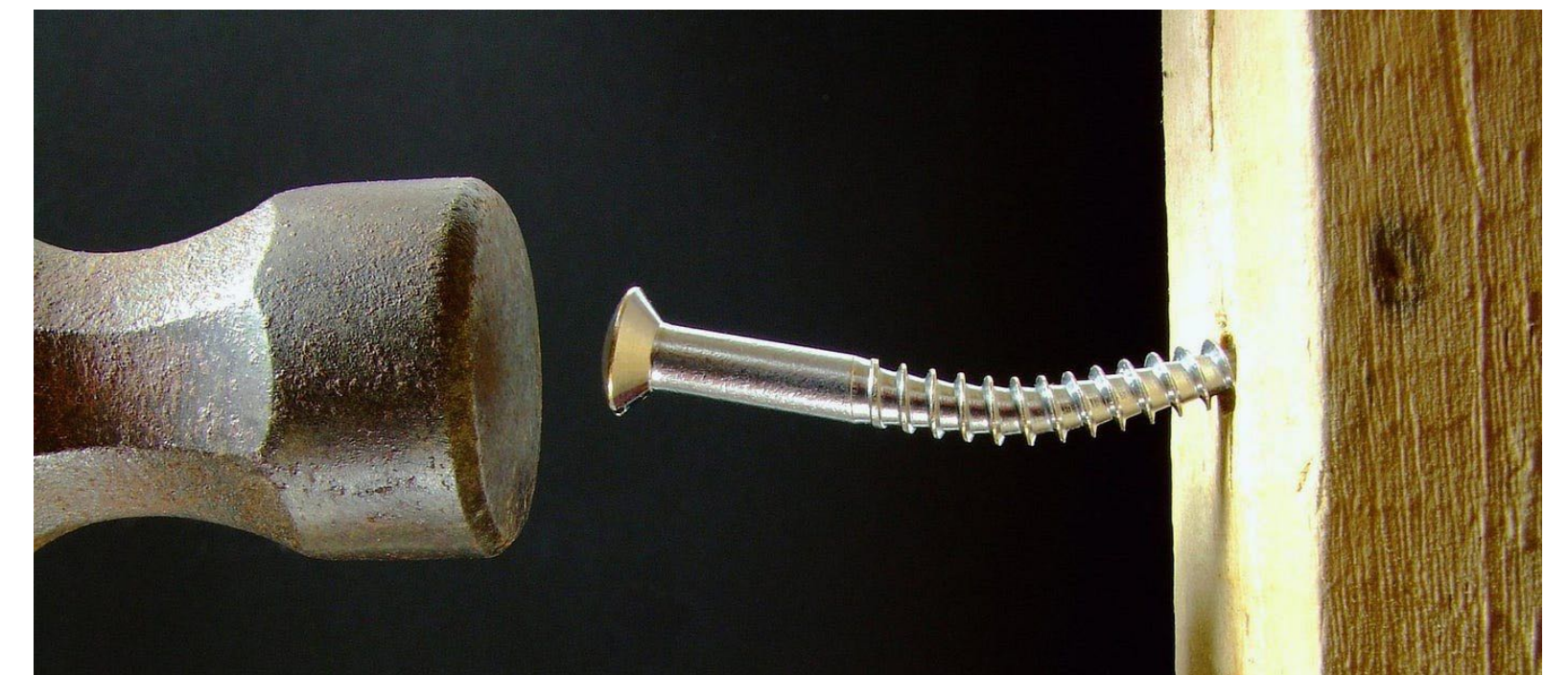
Het Unravel Behavior Model

(1/2)

Wat veroorzaakt gedrag? Wat houdt het gewenste gedrag tegen?

Deze vragen worden tijdens het bouwen van een interventie vaak ten onrechte overgeslagen. Beïnvloedingstechnieken worden direct toegepast in een interventie, wat eigenlijk al zorgt voor de meest gemaakte fout; het verkeerde gereedschap wordt gebruikt, waarmee het verkeerde gedrag wordt aangesproken. Een gevonden beïnvloedingstechniek uit bepaald onderzoek, dat overigens in dat onderzoek prima heeft kunnen werken, wordt gebruikt bij een interventie voor een heel ander gedragsprobleem. Wat kan leiden tot een ineffectieve interventie.

Het is van essentieel belang dat allereerst de drivers achter het (on)gewenste gedrag in kaart worden gebracht. Voor elke psychologische techniek geldt dat zij een probleem oplossen voor ons brein. Voor elke techniek is dat een andere. In deze webinar zullen we jou de handvatten bieden om een succesvolle interventie voor jouw gedragsprobleem te ontwikkelen, aan de hand van het Unravel Behavior Model.



Niet het juiste gereedschap om het probleem op te lossen.

Het Unravel Behavior Model

(2/2)

Hoe krijg je inzicht in de drivers achter gedrag?

Allereerst belangrijk om te benoemen dat we heel veel tijd investeren in deze eerste stap, het identificeren van de drivers. Hierdoor kunnen we tot de kern van het gedrag komen en onze interventies zorgvuldig ontwerpen en onderbouwen.

Om dit te realiseren maken we gebruik van verschillende kennisbronnen. We houden interviews, observeren het gedrag en kijken naar al bestaande onderzoeken en literatuur. We kijken dus vanuit verschillende hoeken om te begrijpen wat het gedrag drijft.

Er zijn verschillende categorieën drivers waar op ingespeeld kan worden en bepaalt hoe er binnen die driver een zo effectief mogelijke interventie kan bouwen om gedragsverandering te realiseren. In de komende slides zullen we inzoomen op deze zeven drivers van gedrag.

Deze zeven drivers worden als metafoor geschetst in een ijsschots, waar de aandacht en kennis & attituden op bewust niveau zouden zijn en de rest op onbewust niveau. Echter, kunnen deze drivers eveneens op onbewust niveau opereren. Vandaar de vloedgolf bij de ijsschots.



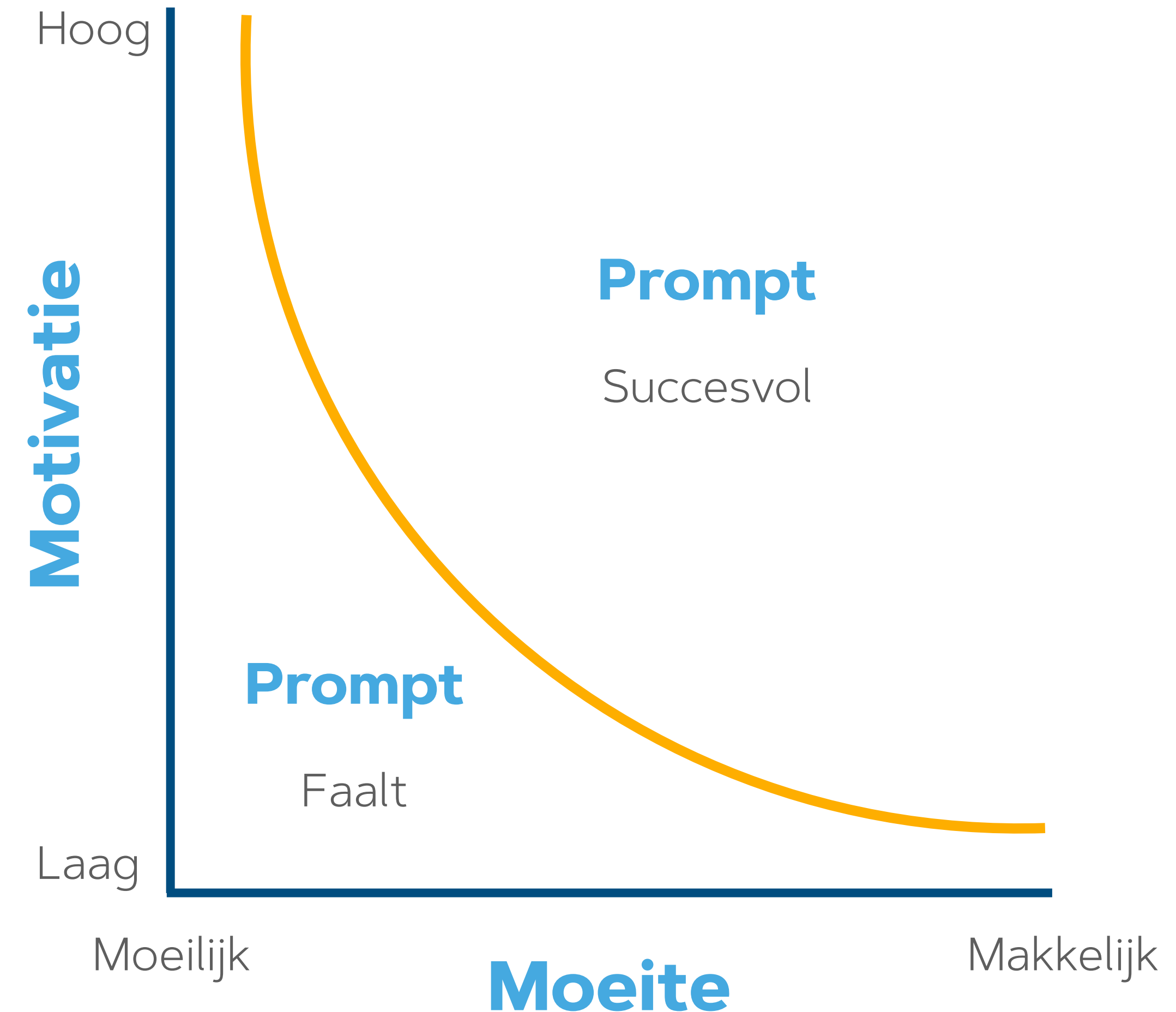
De zeven drivers van gedrag

Driver #1. Aandacht

Heel vaak is het probleem achter gedrag, de aandacht. Gedrag wordt sterk beïnvloed door waar mensen hun aandacht op richten. Mensen kunnen slechts een beperkte hoeveelheid informatie tegelijkertijd verwerken, dus interventies moeten ontworpen zijn om de aandacht effectief te vangen en te sturen.

Er zitten drie grote redenen achter wat gedrag stuurt. De motivatie die mensen hebben, of juist niet hebben om iets te doen, of het moeilijk is om het gewenste gedrag uit te voeren en de prompt die gegeven wordt, dus je interventie.

De motivatie en de moeite kunnen in de grafiek geplaatst worden. Het gedrag kan moeilijk of makkelijk zijn en de motivatie kan laag of hoog zijn. En wat dan vervolgens daarin getoond wordt, is eigenlijk de succeskans is van je interventie, je prompt. Dus het mechanisme waarmee je probeert het gewenste gedrag te activeren. Bij hoge motivatie is vaak een prompt voldoende om het probleem op te lossen.



Driver #2. Kennis & attitudes

Hoewel het verschaffen van kennis en het vormen of veranderen van attitudes vaak de eerste stap lijkt bij gedragsinterventies, is dit meestal niet voldoende op zichzelf. Het gaat hierbij om educatie en bewustwording, zoals campagnes tegen roken die de gezondheidsrisico's benadrukken. Toch missen deze interventies vaak impact zonder concrete gedragsstimulansen.

Bij high involvement onderwerpen kunnen kennis en attitudes wel degelijk van belang zijn. Bijvoorbeeld bij dingen die voor ons persoonlijk heel erg belangrijk zijn, denk aan je financiën of geloofsovertuigingen.

Bij attitudes kan er ook sprake zijn van een 'backfire-effect', wanneer contrasterende informatie over sterke bestaande attitudes wordt gepresenteerd zal dit juist de bestaande attitude versterken.

Behavior Bootcamp

Tweedaagse training
over de toepassing van psychologie en
gedragsbeïnvloeding.

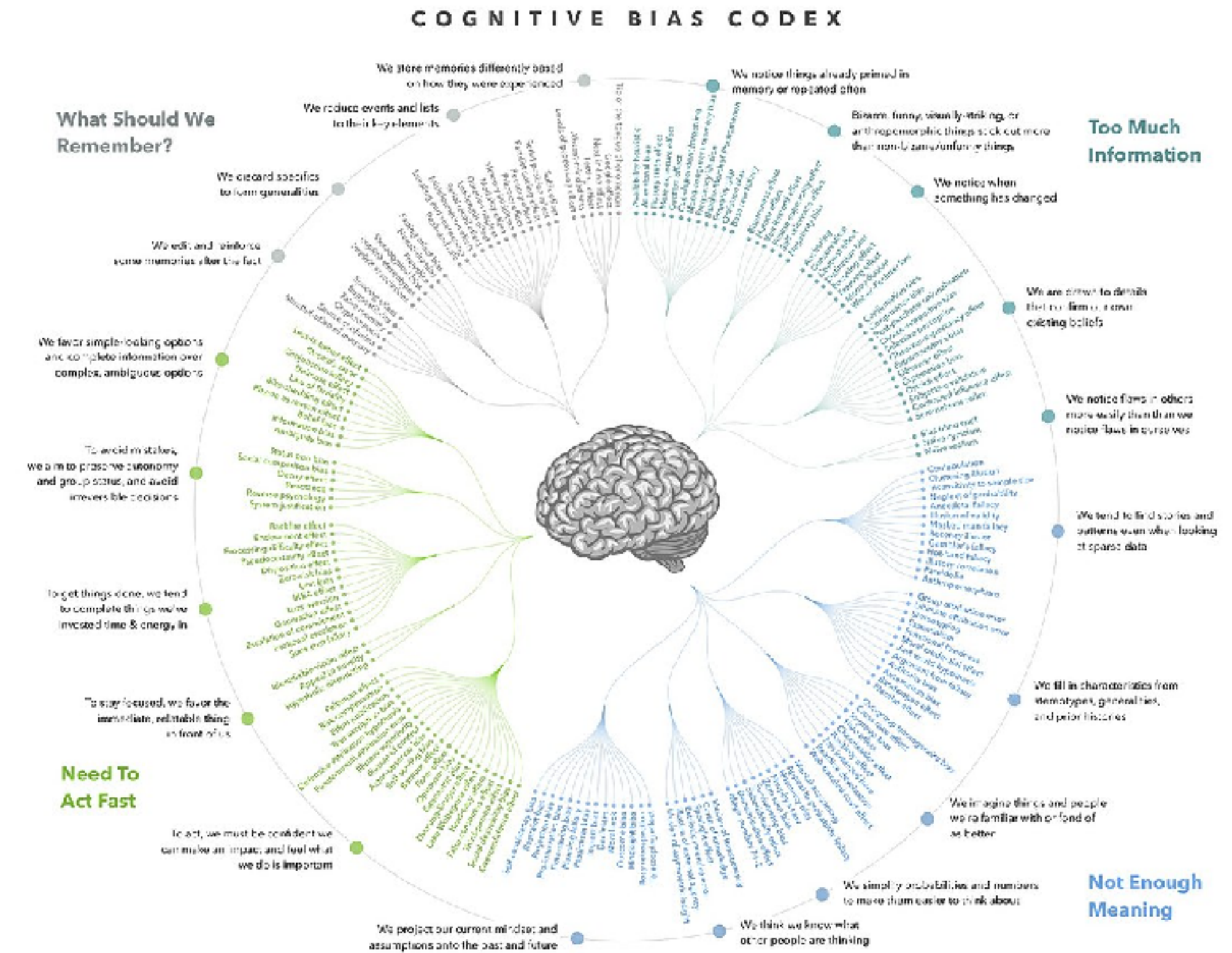
5 & 12 sep, Utrecht

➔ tom@unravelbehavior.com

Driver #3. Verwerking & biases

Wanneer iets de aandacht krijgt, betekent dat niet altijd dat de boodschap landt zoals die bedoeld is. Deze driver gaat in op hoe mensen informatie verwerken en welke vooroordelen/denkfouten, ofwel biases, deze verwerking beïnvloeden. Er zijn enorm veel menselijke denkfouten, om interventies effectief te maken, moet men begrijpen en inspelen op deze cognitieve biases.

Zie het model voor een overzicht van vele van deze denkfouten.



Driver #4. Gemak & barrières

Zoals al eerder benoemd; op het moment dat je wilt dat gedragsverandering gerealiseerd wordt, dan is motivatie nodig. Het moet makkelijk genoeg zijn en er moet een bepaalde trigger zijn die ervoor zorgt dat uiteindelijk ook dat gedrag gaat plaatsvinden. Gedrag wordt dus vaak gedreven door wat het eenvoudigst uit te voeren is. Als het gewenste gedrag simpel en gemakkelijk is en barrières die het in de weg staan worden verwijderd, is de kans groter dat mensen dit gedrag zullen vertonen. Dit omvat het beperken van fysieke (denk aan de toegankelijkheid van recyclingbakken) en psychologische barrières (zoals de angst voor mislukking).



NOS Nieuws • Vrijdag 25 november 2022, 09:30 •
Aangepast vrijdag 25 november 2022, 14:38

Sigaretten vanaf 2032 alleen nog te koop in tabaksspecialzaken

Het kabinet wil verder gaan snijden in het aantal verkooppunten voor sigaretten. Haagse bronnen bevestigen een bericht in [De Telegraaf](#) dat de inzet is om vanaf 2032 verkoop van tabaksproducten alleen nog maar toe te staan in tabaksspecialzaken.

Het was al bekend dat de verkoop in supermarkten vanaf 2024 wordt verboden en dat vanaf midden volgend jaar online geen tabak meer mag worden verkocht. Tot 2030 mogen bijvoorbeeld benzinestations en 'gemakswinkels'

Het wordt lastiger gemaakt om sigaretten te kopen. Een barrière wordt gevormd om het gewenste gedrag te stimuleren.

Driver #5. Motivatie & weerstand

Een hele belangrijke driver op het gebied van gedragsverandering is motivatie. Daarbij bestaan verschillende vormen van motivatie:

- Intrinsieke motivatie
Innerlijke drijfveren zoals persoonlijke waarden en interesses.
- Extrinsieke motivatie
Extern opgelegde stimuli zoals beloningen en straffen.

Een extrinsieke motivatie, zoals een beloning kan echter soms wel een negatieve invloed hebben. Het kan mogelijk de intrinsieke motivatie op lange termijn verminderen. Het is van groot belang om te onderscheiden of er sprake is van een intrinsieke of een extrinsieke motivatie, om de juiste interventie te ontwikkelen.

Daarnaast is weerstand tegen verandering een veelvoorkomende barrière. Effectieve interventies moeten strategieën bevatten om deze weerstand te verminderen, bijvoorbeeld door nudging.



Een voorbeeld van functionele motivatie uit onze case voor de Gemeente Nijmegen.

Driver #6. **Emotie**

Gedrag wordt vaak gestuurd door emotionele reacties. Emoties kunnen krachtige triggers zijn; bijvoorbeeld bij campagnes die emotionele verhalen gebruiken om bewustzijn en gedragsverandering te stimuleren. Daar waarbij het gedrag ook emotie oproept, blijkt de strategie om emotie te gebruiken in een interventie erg effectief.

Denk hierbij aan gezond eten. Wanneer de gezonde opties emotioneel aantrekkelijker worden gemaakt, zullen mensen hier eerder voor kiezen. Eten is namelijk altijd vervlochten met emotie. Dit is ook een voorbeeld van een mix van drivers, hier wordt namelijk ook op de aandacht ingespeeld. Een combinatie van verschillende drivers kan soms dus ook effectief zijn.



Het creëren van schaamte door een transparante vuilniszak. Hiermee is het voor iedereen zichtbaar of jij wel of niet gerecycled hebt.

Driver #7. **Automatisch gedrag & gewoontes**

De laatste driver zijn automatisch gedrag & gewoontes. Gewoontes zijn herhaald gedrag dat in specifieke contexten plaatsvindt en zijn vaak moeilijk te beïnvloeden. Ze zijn namelijk dieper ingebed in onze dagelijkse routines. Het gebruik van 'primes' of triggers in de omgeving kan helpen nieuwe, gewenste gewoontes op te bouwen. Een prime kan mensen bewuster maken van het gewenste gedrag, maar mensen soms ook laten herinneren aan het ongewenste gedrag, waardoor zij dat misschien juist meer gaan doen. Om dit te voorkomen en aan de slag te gaan met de verandering van gewoontes, moet je goed weten hoe nieuwe gewoontes gevormd kunnen worden.

Het moment van grote veranderingen in het leven, zoals bij een verhuizing, is hét moment om nieuwe gewoontes te vormen. Gewoontes zitten namelijk heel erg in ons systeem. Een grote verandering kan voor mensen het moment zijn om dus ook hun gewoontes aan te pakken.

Het kan lastig zijn om de juiste drivers te identificeren en hierbij de geschikte interventie te ontwerpen. Om dit zo efficiënt en succesvol mogelijk te doen, maken wij gebruik van het PATHS-model. Zie de volgende slide voor het model en de toelichting.



Je telefoon pakken tijdens het auto rijden is vaak een vorm van automatisch gedrag.

Effectieve beïnvloeding. **Het PATHS model**



Ontleed het probleem.

Breng mogelijke drivers van gedrag in kaart met literatuur en aanvullend onderzoek.

Ontwikkel een procesmodel en test of deze standhoudt middels literatuur en aanvullend onderzoek.

Stem de interventie af op de dominante drivers. Bepaal kanaal, methode en strategie. Pre-test indien mogelijk.

Beoordeel het succes van de interventie middels gedragsonderzoek of andere data.

Key Take-Aways

✓ **Wat is de driver?** Wat drijft gewenst gedrag en wat blokkeert ongewenst gedrag?

✓ **Drie bronnen van drivers.** Bestaande literatuur, gedragsobservatie en interviews.

✓ **Maak je interventie.** Richt je interventie op evidence based maatregelen van die driver.

Bedankt voor je aandacht!

Meer weten over Nudging en Gedragsbeïnvloeding?



Bespreek de mogelijkheden met Tim, onze mede-oprichter

👉 Een online afspraak plannen

← Klik hier om een online afspraak te plannen