



Fietsveiligheid: fietshelmen & fatbikes

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.unravelresearch.com/webinars/fietsveiligheid-fietshelmen-en-fatbikes>

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

Inzicht #1. De drijfveren achter het probleem

Aan de hand van een Driver Analyse kan er gekeken worden naar hoe gewenst en ongewenst gedrag wordt geactiveerd en geblokkeerd. Wanneer er bijvoorbeeld gesproken wordt over veilig fietsgedrag op E-bikes kunnen leeftijdsgrenzen en een helm verplichting interventies zijn waardoor gewenst gedrag wordt geactiveerd. Dit gewenste gedrag kan geblokkeerd worden door afleidingen (bijvoorbeeld telefoon) of overschatting van de rijvaardigheid.

Ook wordt er gekeken naar de activatie van ongewenst gedrag. Zo zorgt het opvoeren van fatbikes en een verminderde gevarenherkenning ervoor zorgen dat het ongewenste gedrag wordt gestimuleerd. Om dit ongewenste gedrag te blokkeren kunnen factoren zoals angst en negatieve ervaring (beide mits aanwezig) ervoor zorgen dat men geen ongewenst gedrag vertoont.



Inzicht #2. Wat NIET werkt 1/2

Hiernaast zijn twee campagne's te zien die naar alle waarschijnlijkheid niet zullen werken. In de linkercampagne wordt namelijk de grootste driver geactiveerd waarom mensen geen helm dragen. Er wordt duidelijk gemaakt dat je haar er niet beter op gaat zitten wanneer je een fietshelm draagt. Het activeert dus enkel de blokkerende kracht achter het gebruik van een fietshelm.

In de tweede campagne staat een percentage uitgedrukt met betrekking op de kans op hoofdletsel. Dit kan erg effectief zijn, maar de vraag is voor wie. Als er wordt gekeken naar jongeren is er een groot probleem rondom risicoperceptie. Als de angst voor hoofdletsel namelijk niet bestaat, dan is de kans klein dat het echt effect zal hebben. Het werkt niet om een angst die er niet is te creëren.

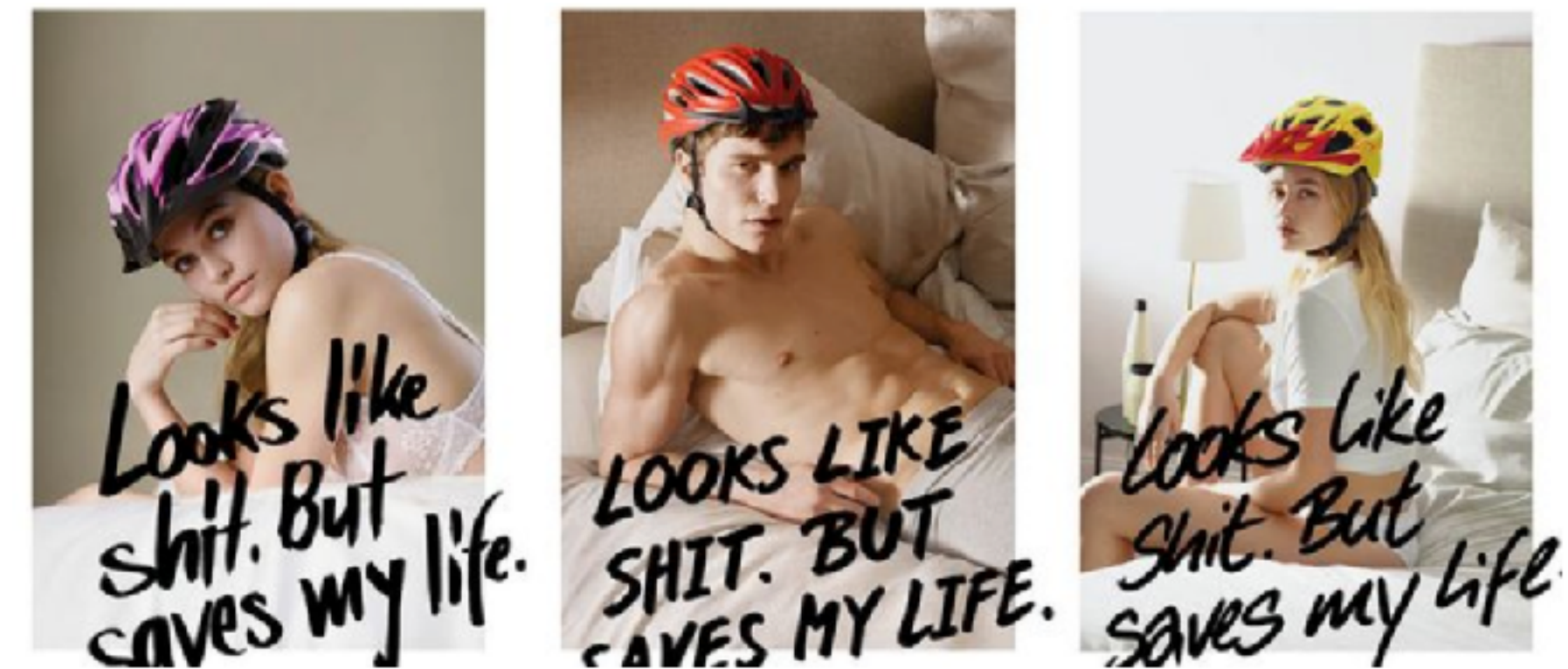


Inzicht #2. Wat WEL werkt 2/2

Wat ten eerste altijd goed werkt is het 'Rhyme as Reason' effect. Hierbij gebruik je een slogan die rijmt om zo iets meer waar te laten klinken. Zo is de campagne hiernaast effectief voor kinderen tussen de 4-8 jaar en zagen we een stijgen van 12% in het dragen van een helm tijdens het fietsen.



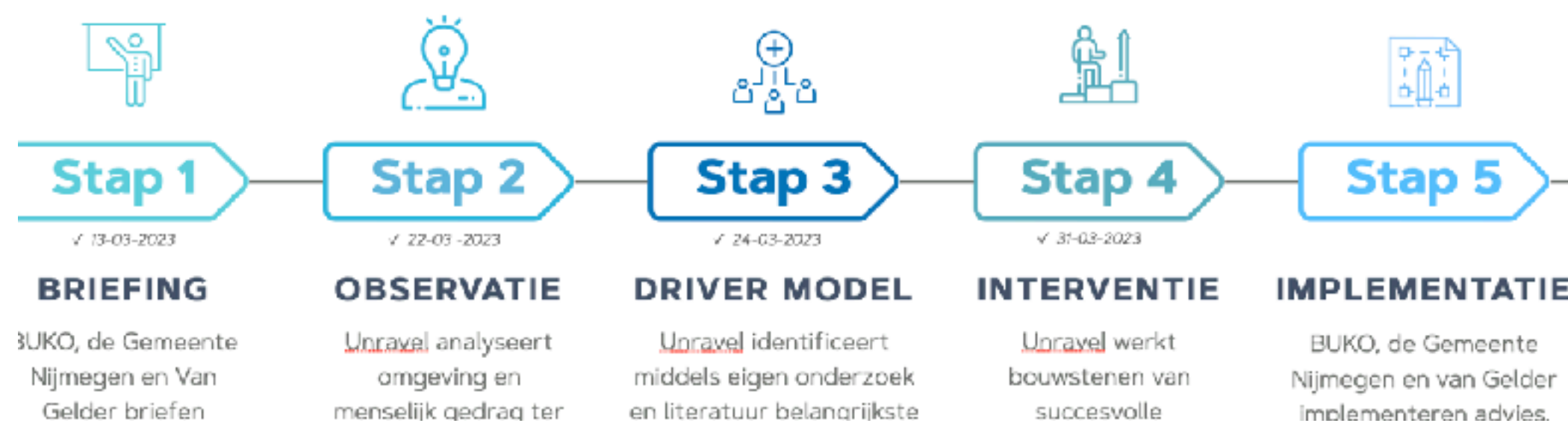
Wat vaak de insteek is van campagnes omtrent fietshelmen is het minder suf maken van het dragen. Factoren die hierbij kunnen helpen zijn bijvoorbeeld uiterlijk en uitstraling. Zo zie je op de foto's hiernaast dat modellen in schaarse kleding de helm dragen, om zo de associatie te veranderen. Daarnaast werkt het ook altijd om humor te gebruiken in je campagne. Humor werkt erg ontwapenend en stelt mensen überhaupt vaak open om anders over iets na te denken.



Inzicht #3. Effectieve gedragsverandering

Een jaar geleden hebben we een campagne gestart omtrent verkeersveiligheid. Hierbij stimuleerde we mensen om veilig de omleiding te volgen in plaats van stiekem de kortste route nemen. Hieronder is te zien hoe we te werk gingen.

Drivers die na interviews onder andere aan bod kwamen waren voornamelijk gevoeligheid voor sociale afkeuring. Hierdoor werd er geprobeerd in te spelen op deze sociale afkeuring door een verdrietig kind op een bord af te beelden. Hiermee wordt de sociale afkeuring getoond aan mensen die toch de fout in gingen.



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