



Nudging en Psychologie in Deelmobiliteit

Neuromarketing lunch-webinar / Key Insights



UNRAVEL

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/nudging-en-psychologie-in-deel-mobiliteit>

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. Nudging en Deelmobiliteit 1/2

De negatieve sociale norm is de grootste psychologische blokkade wat betreft de transformatie van autobezit naar deelmobiliteit. Het gedrag dat wij om ons heen zien, is tevens het gedrag dat wij vertonen.

Met een **'driver analyse'** maak je gebruik van bestaande literatuur, interviews en gedragsobservaties om te kijken wat het krachtenveld is rondom het gedrag dat je wilt beïnvloeden. Dit geldt zowel voor het gewenste gedrag (wat stimuleert/blokkeert het gebruik van deelmobiliteit) als het ongewenste gedrag (en hoe dat wordt gestimuleerd/geblokkeerd).

Social Proof komt erg veel voor in deze situaties. Dat is een sociaal fenomeen waarbij mensen de acties van anderen kopiëren bij het kiezen van hoe ze zich in een bepaalde situatie moeten gedragen.



Inzicht #1. Nudging en Deelmobiliteit 2/2

Wat is hier aan te doen? (Activator)

Door de psychologisch-emotionele kant van iemand te benaderen kan iemand een morele plicht gaan voelen. Zie bijvoorbeeld de afbeelding rechts. Uit onderzoek bleek dan ook dat door deze uitspraak 'car sharing' ook sterk omhoog ging.

Hoe kan gedrag worden geblokkeerd?

De onzekerheid over de aanwezigheid van het vervoersmiddel en de mogelijke verre afstand van het vervoersmiddel kunnen beide het gewenste gedrag blokkeren.

Hoe los je dit op?

Breng de oplossing dichtbij. Maak bijvoorbeeld een app waarin te traceren is of het vervoersmiddel er nog staat. Daarnaast is het belangrijk om gebruik toegankelijk te maken. Denk bijvoorbeeld aan Lime-scooters waar je slechts eenmalig een QR-code hoeft te scannen. Door deze versimpelingen wordt het niet zozeer aantrekkelijker, maar het maakt het minder onaantrekkelijk.

Door een deelauto te gebruiken draag je bij aan een mooie, schone en bereikbare stad

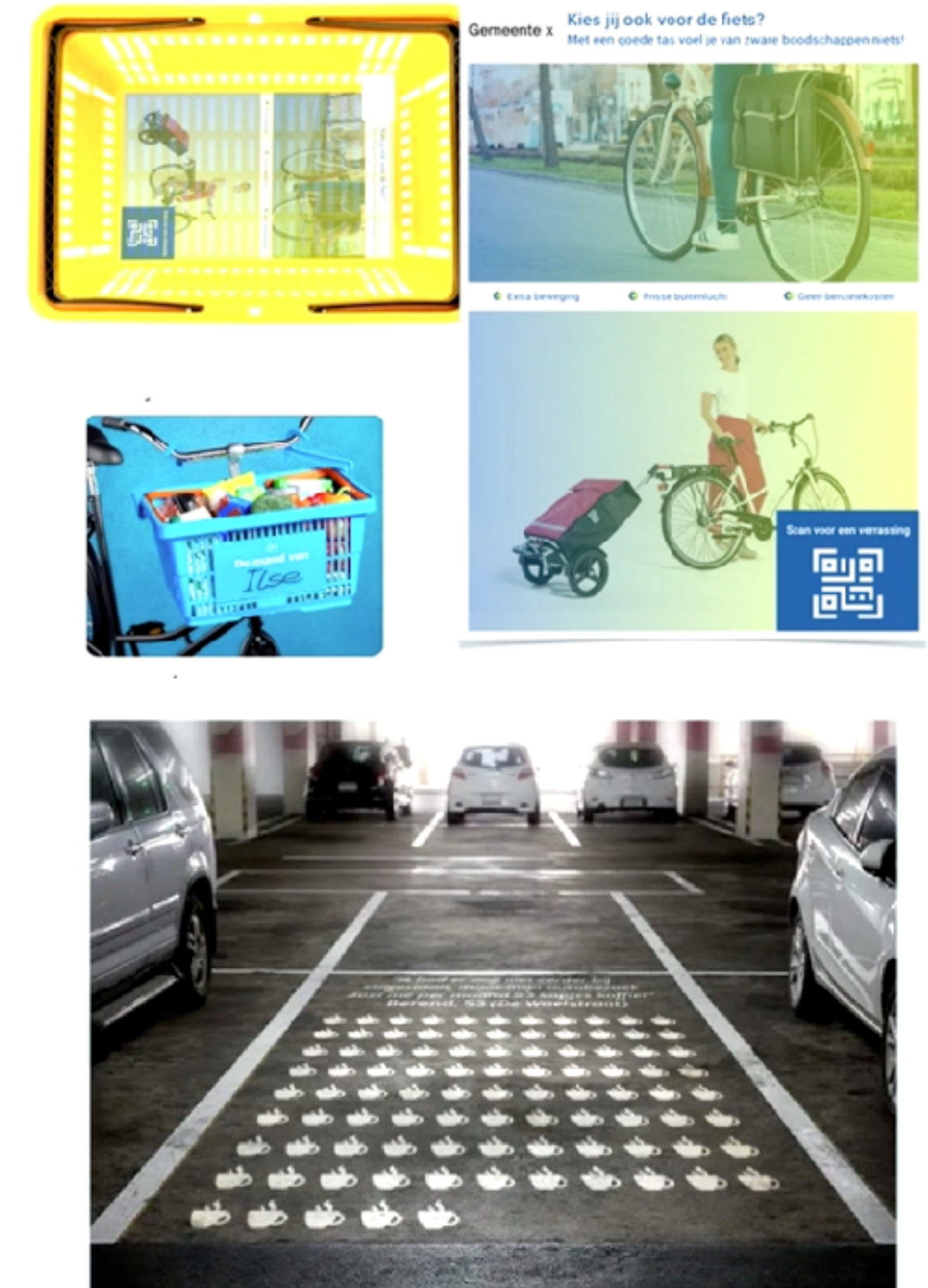
Activator voor deelauto gebruik

Inzicht #2. Gedragsverandering naar schoon vervoer

Om een nudge door te voeren om gedragsverandering naar schoner vervoer te stimuleren, zijn er een aantal aspecten om rekening mee te houden. Ten eerste, laat zien wat de veranderende norm is (bijvoorbeeld van auto naar fiets). Ten tweede, speel in op de drivers van mensen om met de fiets te gaan. Maak gebruik van slimme timing en plaats de nudge bijvoorbeeld op het moment dat het lekker weer is, mensen zullen enthousiaster reageren om te gaan fietsen. Ten derde kan het handig zijn om de voordelen van de nieuwe manier van vervoer te noemen, hiermee kan je iemand overtuigen (dus laten weten dat het gezonder en minder vervuילend is).

Perceived behavior control is het gevoel dat je in staat bent een bepaald soort gedrag uit te voeren. Dit is bijvoorbeeld te zien bij het doen van boodschappen op de fiets; men wil namelijk liever niet met een zware boodschappentas op de fiets zitten. Wanneer je bijvoorbeeld gebruik maakt van een winkelmandje dat je op je fiets kan klikken, dan kan je gemakkelijk je mandje vullen en vervoeren. Als je boodschappen in het mandje passen, dan kan je ze ook meenemen op de fiets.

Ook kan het helpen om de gemaakte kosten tastbaar te maken. Dit is bijvoorbeeld te zien in de afbeelding hiernaast. Wanneer je autokosten worden uitgedrukt in de prijs van **93 kopjes koffie per maand**, zullen mensen sneller hun gedrag daarop aanpassen.



Inzicht #3. Nudge mensen naar de gewenste parkeergebieden

Om mensen ook daadwerkelijk met de fiets te laten komen, is het essentieel dat de parkeermogelijkheden optimaal zijn. Vermijd ongemak in het stallen van fietsen en verhoog de veiligheidsperceptie. Hierin is framing erg belangrijk. Door middel van extra camera's zal een dief minder snel stelen en een bezoeker zich eerder vertrouwd voelen.

Om sociale veiligheid toe te voegen aan fietsenstallingen, is het aan te raden om de perceptie van menselijk contact toe te voegen (denk aan muziek met vocalen). Hierdoor zal iemand zich eerder vertrouwd voelen in de fietsenstalling en de perceptie van veiligheid zal hierdoor omhoog gaan.

Verhoog ook de vindbaarheid in parkeergebieden. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het gebruik van iconografie. Dit zal het gevoel van haast verminderen, aangezien men sneller hun vervoersmiddel terug kan vinden.



Huidig



Nieuw
Blauwdruk

Key Take-Aways

- ✓ **Ken je de driver?** Elke gedragvorm wordt gedreven (en geblokkeerd) door unieke drivers.
- ✓ **Stem je interventie af op de juiste driver.** Zo blijken sociale normen wel effectief voor OV-gebruikers, maar niet voor car-sharing. Dat wordt gedreven door gemak en morele motivaties.
- ✓ **Gebruik effectieve interventies om parkeren in de juiste banen te leiden.** De voorbeelden van Diede geven praktische houvast.

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