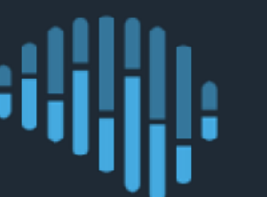




Alles wat je moet weten over nudging

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 5100 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/alles-wat-je-moet-weten-over-nudging>

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. Vormen van gedragsbeïnvloeding

Gedragsbeïnvloeding is breed toepasbaar begrip voor veel soorten problemen. Zoals bijvoorbeeld hoe kun je mensen duurzamere keuzes laten maken?

Naast nudging zijn er ook traditionele vormen van gedragsbeïnvloeding zoals:

- **Wetgeving:** mensen dingen verbieden of verplichten om dingen te doen.
- **Educatie:** mensen meer leren over een onderwerp en hopen dat ze dat ook meer uit zullen voeren.
- **Financiële sancties:** bijvoorbeeld boetes.

Het probleem met deze traditionele vormen van gedragsbeïnvloeding is dat ze vaak duur zijn. Daarnaast houden ze rekening met de mens als rationeel wezen. Echter zijn mensen alles behalve rationeel.



Wetgeving



Educatie



Financiële sancties

Inzicht #2. Mensen zijn niet rationeel

Mensen zijn niet rationeel. Mensen maken met verschillende systemen keuzes. Systeem 1 is ons onbewuste en intuïtieve systeem. Systeem 2 is daarentegen ons rationele systeem. Heel veel keuzes maken wij met systeem 1, buiten ons bewustzijn.

Voorbeelden zijn:

1. Mensen laten ons door veel irrelevante cues sturen.

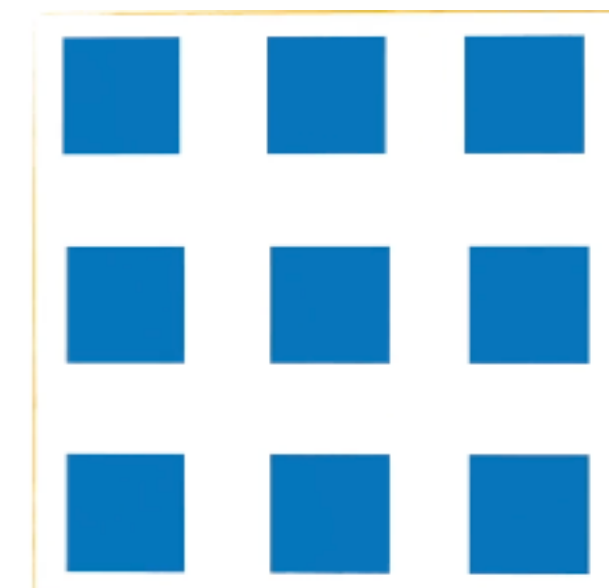
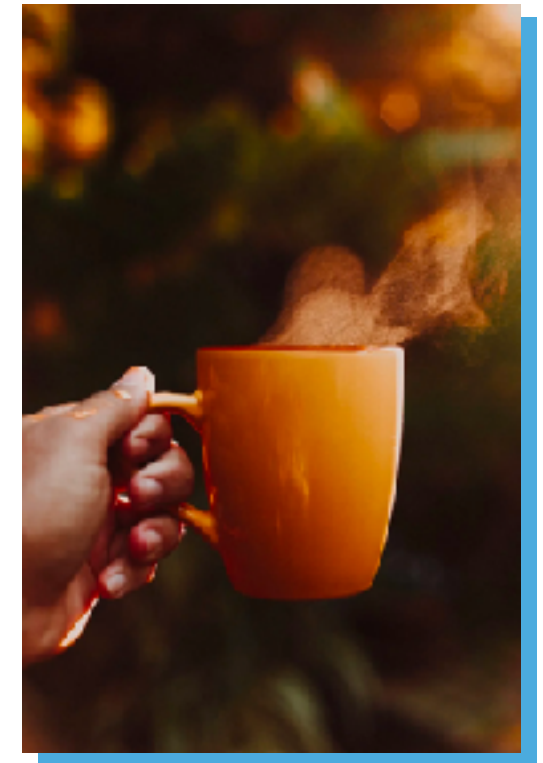
- Experiment: mensen voor het eerst voorgesteld werden aan een persoon liet zien.
- Resultaten: Wanneer je voorafgaand aan de ontmoeting mensen een warme beker laat vasthouden, dat ze deze persoon als warmer, socialer en vriendelijker omschreven dan wanneer je mensen een koude beker laat vasthouden.

2. Mensen zijn niet rationeel.

- Experiment: Mensen kregen de taak om 1 uur lang blokjes om te draaien.
- Resultaat: De groep die hier €1,- voor kreeg het leuker dan de groep die er €20,- voor kreeg. De €1,- groep moest voor zichzelf een reden vinden voor het feit dat ze 1 uur lang die blokjes om hebben gedraaid. Ons brein maakt ons dan wijs dat het eigenlijk wel een leuke taak was.



VS.



Inzicht #3. **Wat is nudging?**

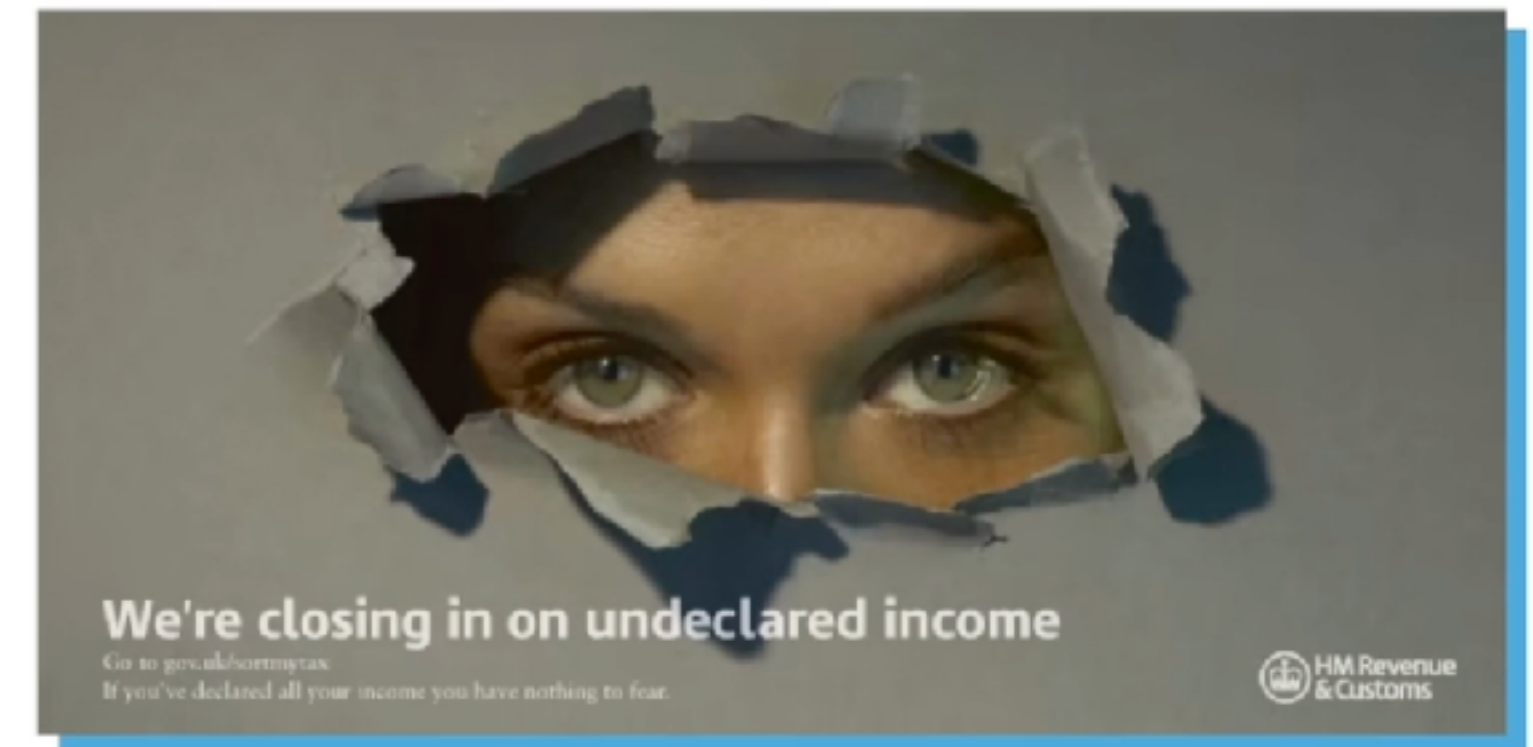
Nudge= een verandering van de omgeving waarin een keuze plaatsvindt - de keuzecontext-, om op onbewust niveau de keuze te beïnvloeden (Thaler & Sunstein, 2009). Dit wordt ook wel letterlijk een 'duwtje in de rug' genoemd.

De ingrediënten van een effectieve nudge:

- **Easy.** Een goede nudge maakt het gedrag makkelijker.
- **Attractive.** Een goede nudge moet aantrekkelijk zijn.
- **Social.** Er zijn veel sociale factoren en mensen om ons heen die invloed hebben op het slagen van de nudge.
- **Timely.** Er zijn tijdsfactoren die invloed hebben op de nudge.

Een voorbeeld hiervan is **de rol van mensen.**

Wij mensen zijn bewuster van onze normen en waarden wanneer wij aangekeken worden door iemand anders. Dit hoeft niet een echt persoon te zijn of een persoon die daadwerkelijk aanwezig is. Aangekeken worden door een advertentie kan er al voor zorgen dat wij ons eerlijker gaan gedragen.



Inzicht #4. Nudging gone wrong

Zet nudging niet in voor rationele problemen of voor onjuiste psychologische drijfveren.

Voorbeelden van nudging gone wrong:

1. Hoe kunnen we alcoholgebruik onder jongeren reduceren?

Educatie is **niet** de oplossing voor alcoholgebruik onder jongeren. Vaak weten jongeren wel dat alcohol slecht voor ze is. Echter heeft het te maken met er sociaal bij willen horen of een bepaalde onzekerheid uit de weg willen gaan.

2. Hoe kunnen we ervoor zorgen dat mensen minder papier gaan verspillen?

Onderzoek waarbij mensen werden gevraagd om vormpjes te knippen van papier. In de kamer werd signing opgehangen waardoor de aandacht meer kwam te liggen op het recyclen. Echter was dit niet het geval. Doordat mensen zich ervan bewust waren dat ze konden recyclen, gingen ze juist meer verspillen.



Inzicht #5. Voorbeelden van nudging

Een kleine aanpassing kan een groot verschil in impact maken.

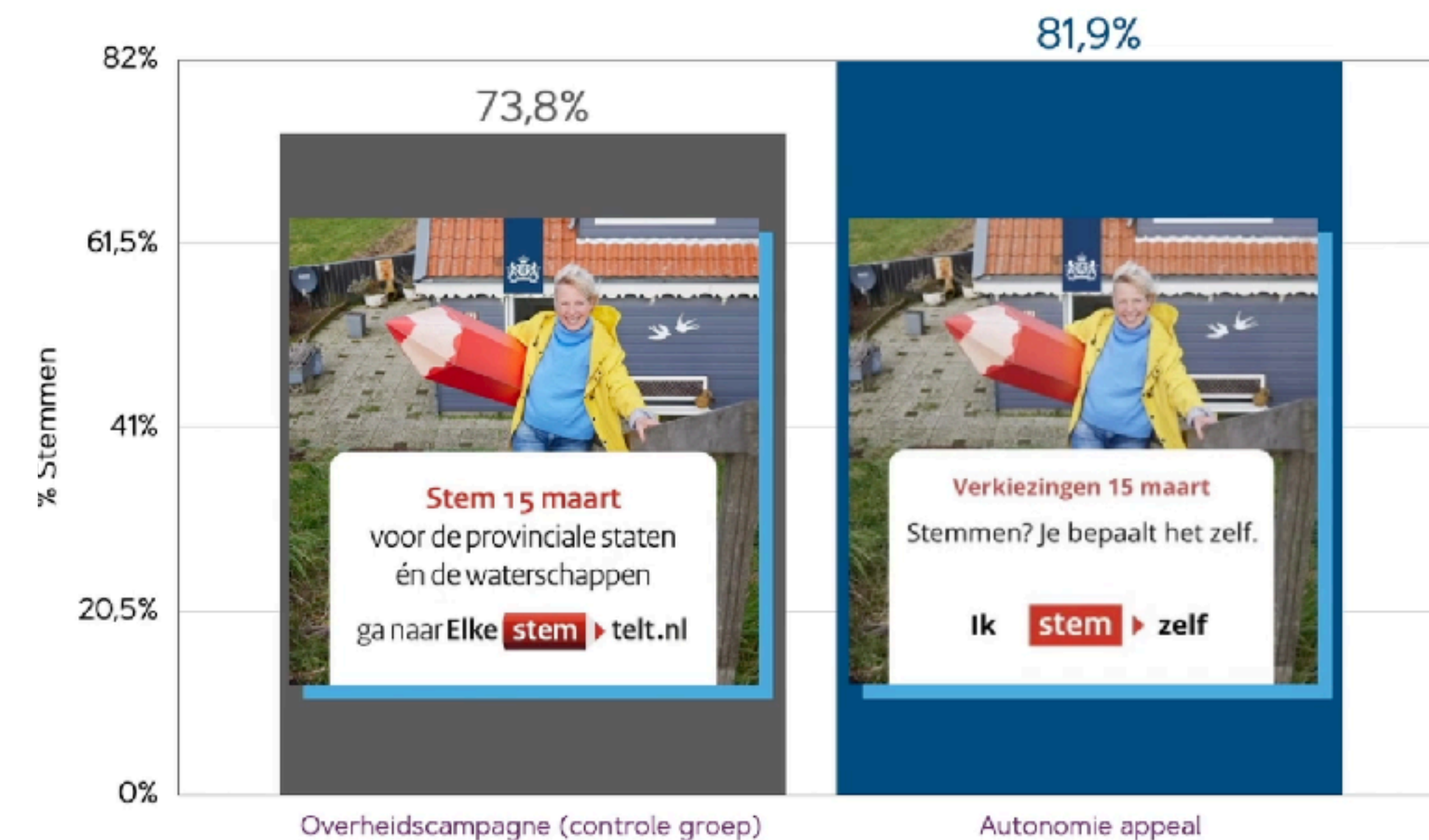
1. *Hoe kun je ervoor zorgen dat meer mensen gaan stemmen?*

Het idee van de verkiezingscampagne van de overheid is goed: als je gaat stemmen heb je invloed. Echter is deze rationeel ingesteld.

Een onderliggende psychologische drijfveer om te stemmen is autonomie. Het is namelijk ontzettend belangrijk om de keuze vrijheid die wij hebben continu te voelen. Wij hebben hier een nudge van gemaakt: stemmen? Je bepaalt het zelf. Dit laten de resultaten van onze nudge ook zien.

2. *Hoe nudge je mensen dat het ook oke is om via de museumwinkel naar boven te lopen?*

Ondanks het bordje boven nog meer te vinden, was dit niet duidelijk voor de bezoekers. Het neerzetten van een smiley naast de trap zorgde ervoor dat er ineens wel allemaal mensen naar boven liepen.



Inzicht #6. Biases

Ons brein heeft zich zo ontwikkeld dat wij vaak niet onze volle capaciteit gebruiken. Dit is belangrijk om te weten zodat je je bewust kunt zijn van de valkuilen van het brein. Dit kun je uiteindelijk inzetten om gedrag te sturen.

Een voorbeeld hiervan is de **optimism bias**. Dit is de neiging om te optimistisch te zijn en gunstige en aangename resultaten rondom zichzelf te overschatten.

Voorbeeld.

- Probleem: mensen onderschatten de kans dat hun huis in de brand zal vliegen.
- Gevolg: mensen nemen geen maatregelen tegen brandveiligheid.
- Mogelijke oplossing: geef inzicht in cijfers en verhoog het risicobesef.

Inzicht #7. Pijnpunten en oplossingen

Wat zijn de redenen dat bepaalde ongewenste vormen van gedrag voorkomen? En dat verschillende keuzes worden gemaakt die eigenlijk niet zo gunstig voor onszelf zijn? Dit heeft te maken met **3 barrières**:

1. Beperkte toegang tot informatie
2. Beperkte capaciteit
3. Beperkte aandacht en controle



Voorbeeld.

Mensen zijn ontzettend slecht in het voorspellen hoe we ons in de toekomst gaan voelen. Dit komt doordat de gevolgen van het heden wegen veel zwaarder dan gevolgen in de toekomst. Het is daarom bijvoorbeeld lastig om nu te sparen voor later.

Een nudge die hierbij helpt is om contact te leggen met onze **'future self'**. Hier laat je mensen een brief schrijven aan de toekomstige zelf. Zo kunnen ze iets makkelijker keuzes maken die goed zijn voor onze future self.

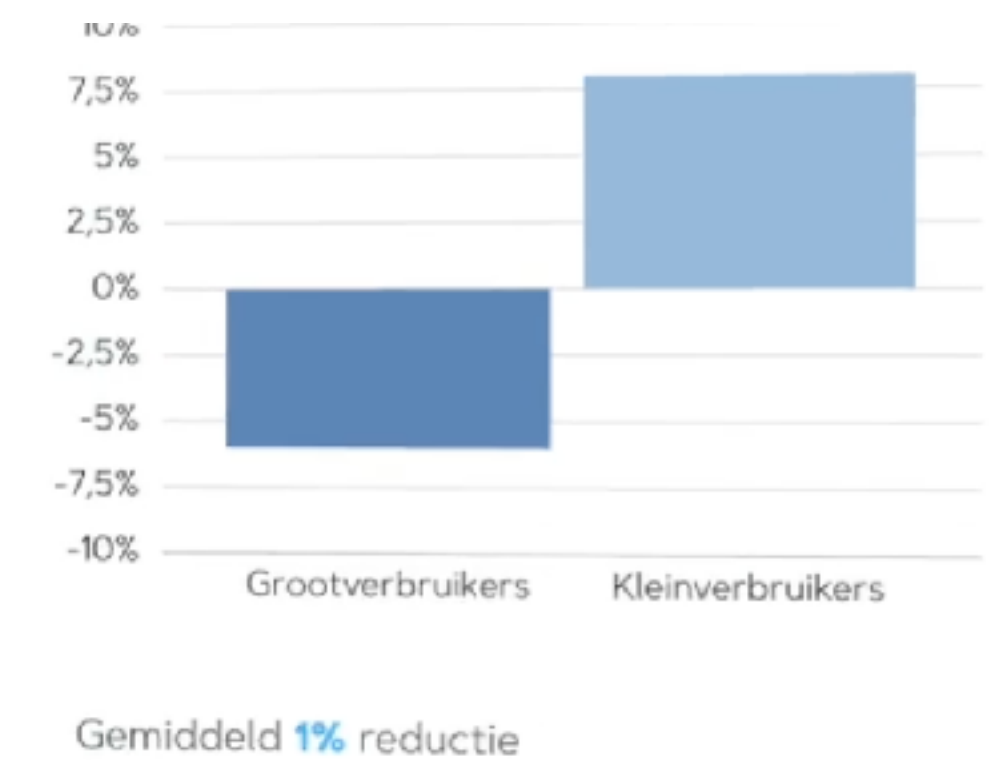
Inzicht #8. Nudging toegepast op gebied van duurzaamheid

Te veel energieverbruik

Hoe kun je ervoor zorgen dat het slechte gedrag verminderd wordt en juist het positieve gedrag juist meer geactiveerd wordt? Door **social proof** in te zetten. Dit houdt in dat wij mensen zijn ontzettend gevoelig voor het gedrag van andere mensen.

Experiment:

- Grootverbruikers kregen thuis een brief gestuurd waarin werd gezegd dat ze bovengemiddeld verbruikten en kleinverbruikers een brief dat ze gemiddeld minder verbruiken.
- Resultaten: Het gemiddelde verbruik van grootgebruikers ging omlaag. Daarentegen ging die bij kleinverbruikers juist omhoog wat niet de bedoeling was. Daarom hebben in de brief voor kleingebruikers een smiley toegevoegd met de tekst "goed bezig". Zo gingen alle mensen minder verbruiken.



Inzicht #9. De habit loop

Nudge jezelf

Waarom falen goede voornemens vaak?

Dit komt doordat ons brein de route kiest van de minste weerstand. Daarnaast is vaak het probleem dat de locatie van het voornemen en het gedrag vaak ver uit elkaar liggen.

Een voorbeeld hiervan is dat je inplant om meer te gaan sporten, terwijl je champagne drinkt en een oliebol eet.

Om deze gewoonte te doorbreken, moeten we kijken naar hoe je een nieuwe gewoonte vormt. Dit gaat d.m.v. de **habit loop**:

1. **Cue**: dit is een trigger of een herinnering die je hersenen vertelt welke en wanneer je de gewoonte moet uitvoeren.
2. **Routine**: dit zijn handelingen, emoties of gedrag dat volgt na de cue.
3. **Reward**: dit is de beloning die je ervaart na afloop van een bepaalde handeling.



Inzicht #10. **Test je nudge**

Test je nudge

Het is hierbij belangrijk om het gedrag ook daadwerkelijk te testen en niet alleen de intentie. Dit komt doordat wij mensen slecht zijn in het voorspellen van ons eigen gedrag.

Dit zag Sony terug in hun onderzoek:

Mensen mochten kiezen tussen 2 walkmans een grijze en een gele. Wanneer ze gevraagd werden welke ze zouden kiezen, kozen ze de gele. Vervolgens, toen ze naar huis gingen mochten ze zelf een walkman meenemen. Hier kozen mensen echter voor de grijze.



Inzicht #11. Zo ging onze nudging campagne viraal (1/2)

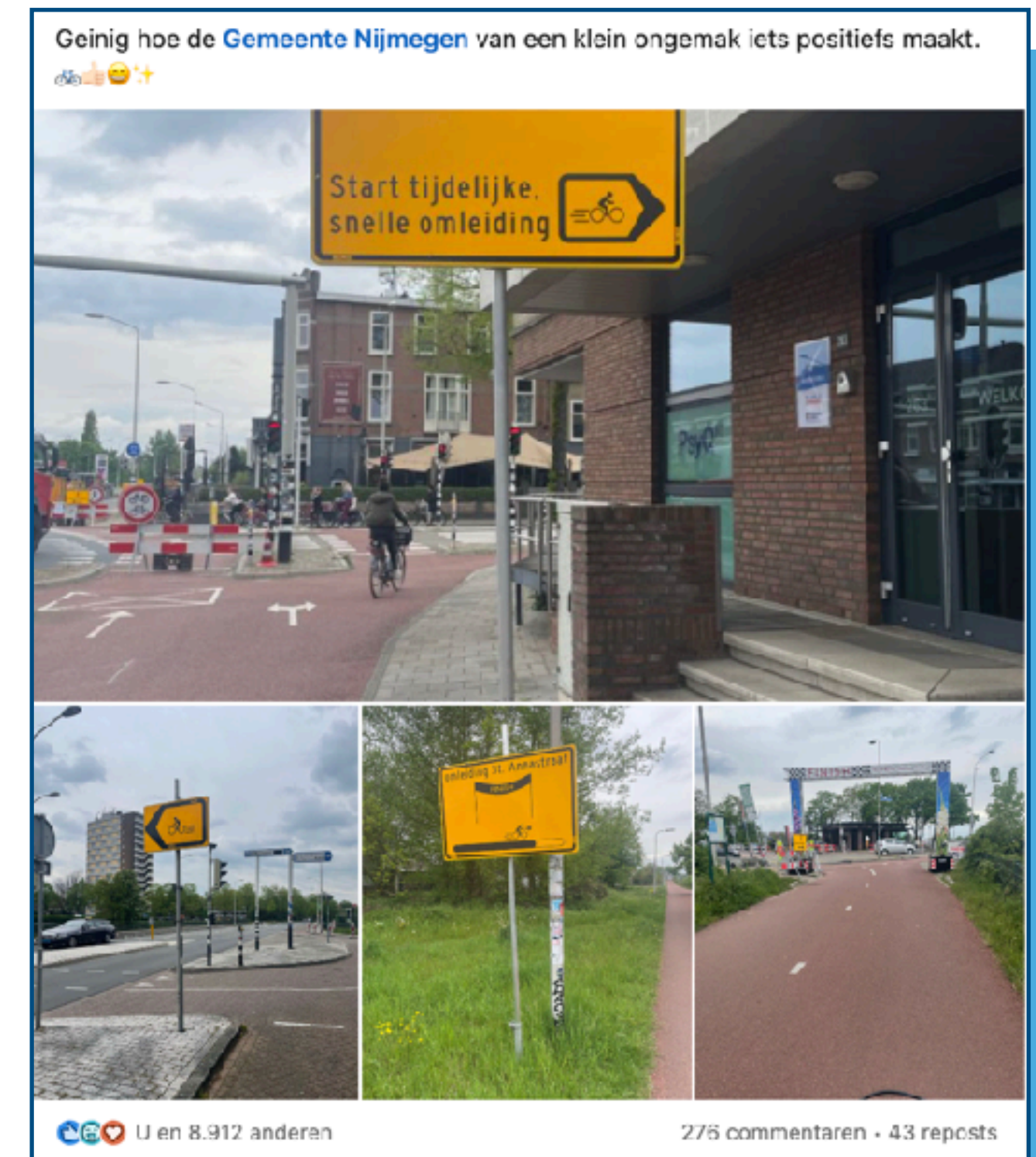
De probleemstelling

Soms kun je er niet omheen dat gedragsverandering moet plaatsvinden. Een goed voorbeeld is de nudging campagne die wij uitgevoerd hebben voor de gemeente Nijmegen en Buko. Hier was een weg afgesloten en moest er een omleiding komen voor fietsers.

In dit geval ging het specifiek om de volgende probleemstellingen:

- Hoe kunnen wij ervoor zorgen dat mensen daadwerkelijk omleiding volgen?
- Hoe kunnen we voor de mensen die wel netjes de omleiding nemen ervoor zorgen dat we dit zo leuk mogelijk maken? Met zo min mogelijk weerstand?

Hiervoor hebben wij gekeken naar de onderliggende psychologische drijfveren voor gewenst en ongewenst gedrag. Ook hebben we gekeken naar hoe we psychologische technieken in gaan zetten om mensen het meer te laten doen én het positiever ervaren te laten worden. Zodat uiteindelijk de kans op een nieuwe gewoontevorming groter wordt.



Inzicht #11. Zo ging onze nudging campagne viraal (2/2)

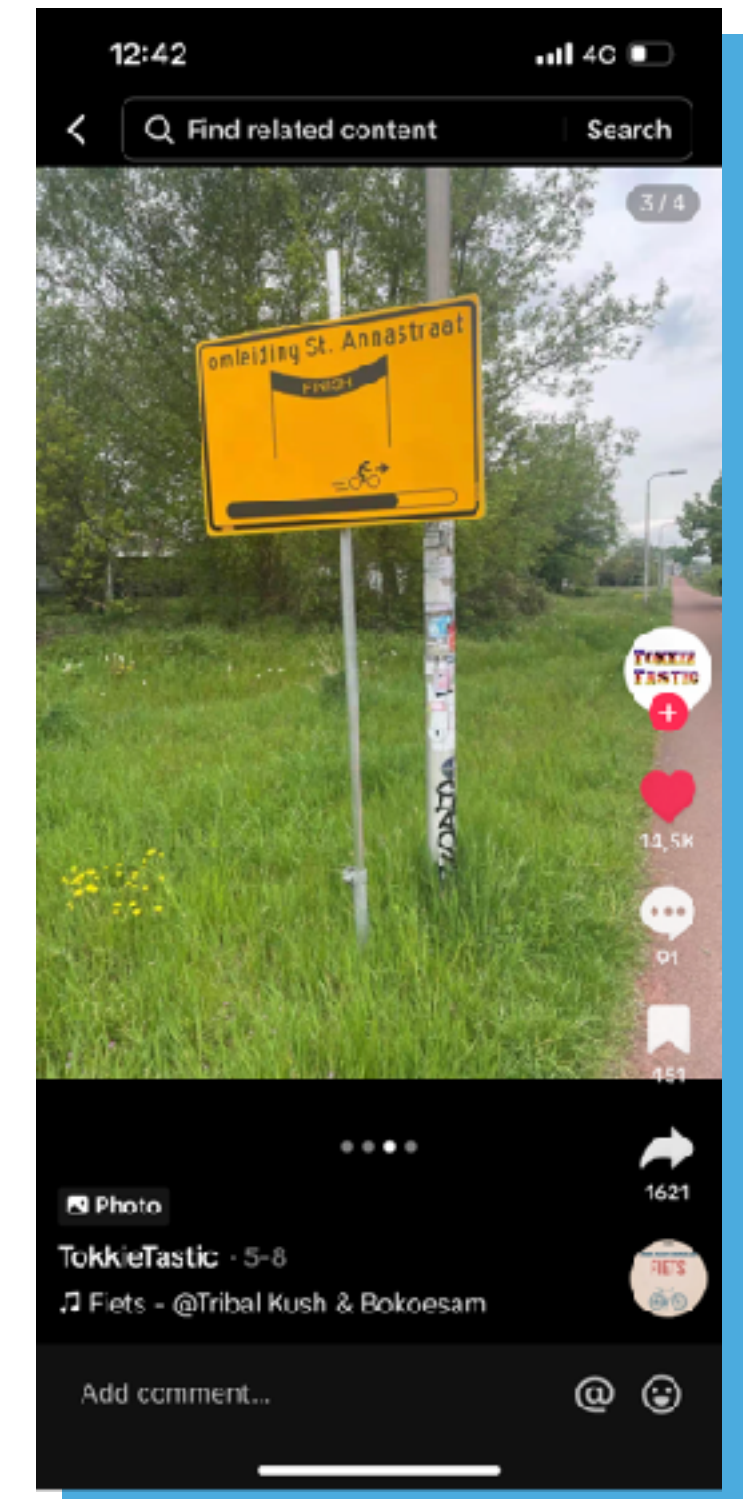
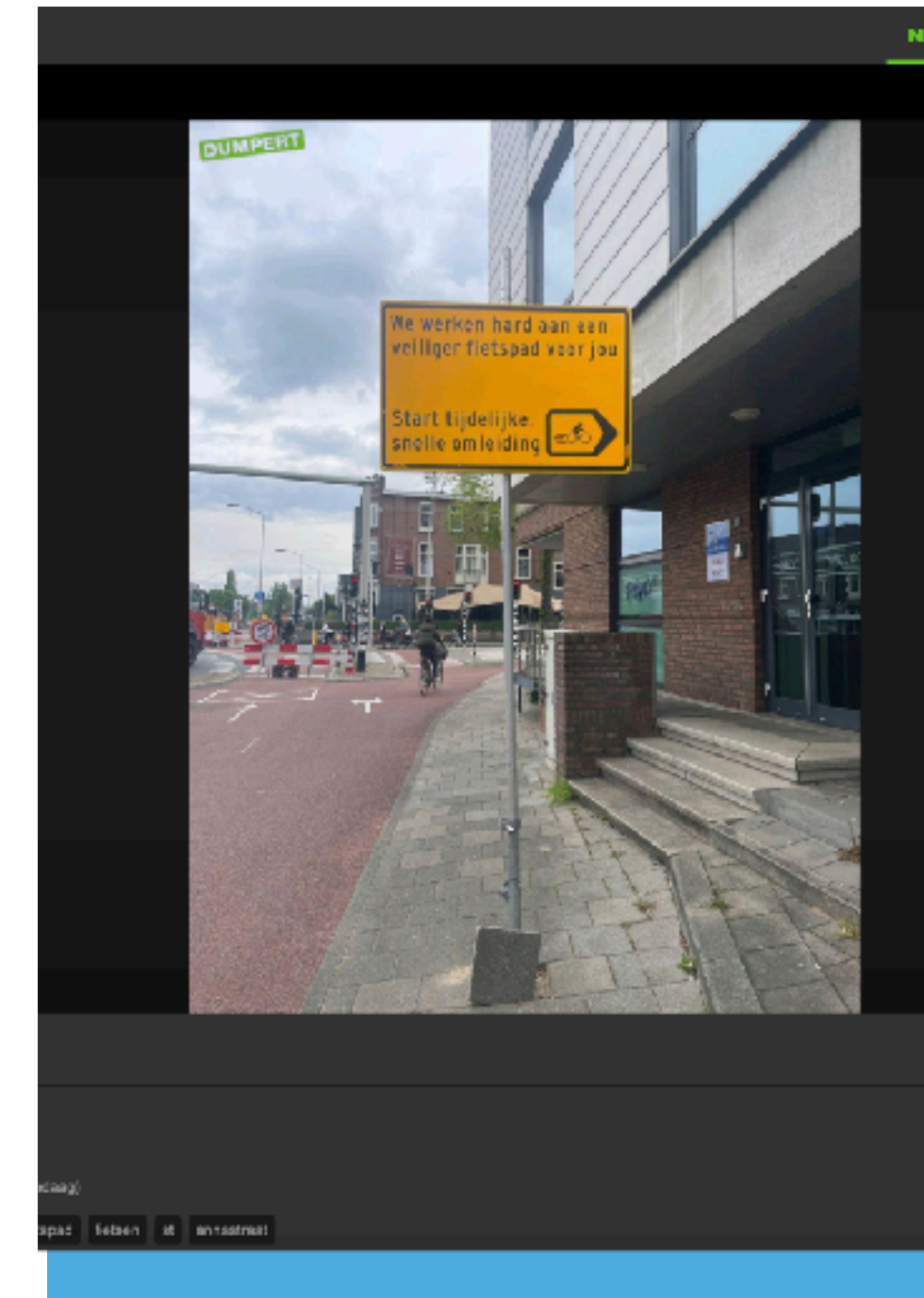
Onze oplossingen

1. *“Wij werken hard aan een veiliger fietspad voor jou. Start tijdelijke snelle omleiding”*

- Wederkerigheidsprincipe: dit is een techniek binnen de psychologie die uitlegt dat wanneer jij mensen laat zien dat je iets voor hen hebt gedaan, ze een bepaalde druk voelen om iets terug te doen.
- Dit wordt vanuit de gemeente gedaan om een veiligere situatie te creëren voor mensen op de fiets. En dus niet alleen om mensen lastig te vallen.

2. *“Finishlijn met een balkje dat vol loopt”*

Commitmentprincipe; dit legt uit dat wij het prettig vinden wanneer wij ergens aan begonnen zijn om dat vervolgens af te kunnen maken. Dit komt doordat wij dan het gevoel hebben dat we onze ‘moeite’ weggooien.



Key Take-Aways

✓ **Pas nudging toe in de juiste context.** Mensen zijn niet rationeel.

✓ **Kijk naar psychologische drijfveren.** Zo kan een kleine aanpassing zorgen voor veel impact.

✓ **Test je nudge.** De intentie van een gedrag is anders dan het daadwerkelijke gedrag.

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