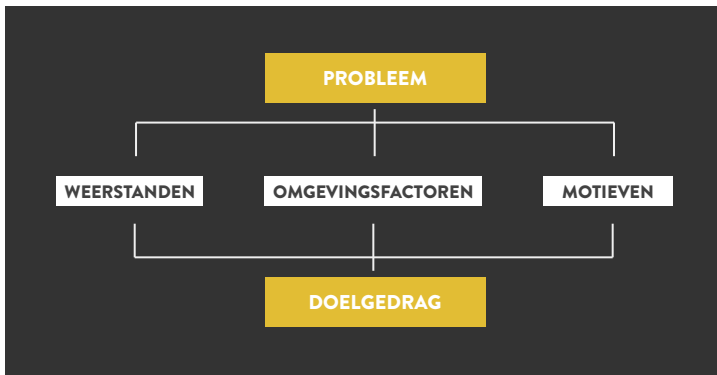


OVERZICHT WORKSHOP GEDRAGSVERANDERING

GEDRAGSMODEL

Tijdens de workshop hanteren wij een model waarin we stapgewijs een gedragsveranderingstraject doorlopen.

Daarbij gebruiken we het model om het psychologische landschap in kaart te brengen. Hoe belemmeren **weerstand** het doelgedrag, hoe kunnen we de **omgeving** aanpassen om gewenst gedrag aan te sporen en welke **motieven** drijft de mens om het doelgedrag te willen vertonen?



PSYCHOLOGISCHE WEERSTANDEN

- **Reactance** (autonomie) is weerstand tegen vrijheidsberoving en is gericht tegen de boodschapper. Mensen die reactance ervaren stellen zich passief agressief op en gedragen zich recalcitrant.
- **Scepticisme** (zekerheid) is weerstand tegen de inhoud. Het uit zich in ambivalentie, een (onnodig) kritische houding, tegenspraak en het uiten van twijfel en onzekerheid.
- **Inertia** (energiebehoud) is weerstand tegen verandering; wel willen maar niet doen. Mensen die inertia ervaren handelen veelal uit gewoonte.

VIJF EFFECTIEVE GEDRAGSTECHNIEKEN

- **1. Law of least effort** - Maak het makkelijk, duidelijk en visueel. Neem drempels en obstakels voor het gewenste gedrag weg. Hierdoor zetten mensen sneller door in het gewenste gedrag. Visuele informatie wordt makkelijker verwerkt waardoor die informatie meer aandacht krijgt en beter blijft hangen. Met een **Default optie** richt je de omgeving zo in dat als mensen de 'makkelijke' of 'standaard' optie volgen ze bij de juiste optie uitkomen.
- **2. Garanties** - Verminder scepticisme door vertrouwen en garanties te geven.
- **3. Altercasting** - Plaats mensen in de gewenste rol om de kans op bijbehorend gedrag te vergroten.
- **4. Social proof** - Mensen volgen het gedrag van andere mensen. Communiceren dat 'veel' of 'steeds meer' mensen het gewenste gedrag vertonen werkt dan ook motiverend.
- **5. Waarden** - Wanneer je het gewenste gedrag koppelt aan een belangrijke waarde van de doelgroep creëer je intrinsieke motivatie voor het doelgedrag. Met **Self-persuasion** probeer je mensen niet te overtuigen om hun gedrag of attitude te veranderen, maar motiveer ze om dit zelf te doen.