

8 SEPTEMBER 2016
Amstelveen

3 meter gedragsbeïnvloeding in 3 uur



Se non è vero, è ben trovato

Als het niet waar is, is het in
elk geval goed gevonden.

PROGRAMMA

18:15	POWERSESSIE 1	“Ons onbewuste gedrag verklaard” Toepassing Natuurmonumenten (discussie)
18:55	POWERSESSIE 2	“Toepassen van Cialdini’s beïnvloedingstechnieken” Toepassing Natuurmonumenten (discussie)
19:35	PAUZE	
19:55	POWERSESSIE 3	“Barrières en hoe die in ons hoofd ontstaan” Praktijkcase: Retentiebeleid Natuurmonumenten
20:25	POWERSESSIE 4	“Gedragsbeïnvloeding, ethiek en realisatie” Toepassing Natuurmonumenten (discussie)
21:05	AFRONDING	
21:15	BORREL	(tot 22:00)

POWERSESSIE 1

Ons onbewuste gedrag verklaard

Anne Slaghuis, Suze de Bruin en Letteke Kampert

BKS praktische
psychologie



Suze de Bruin



Letteke Kampert



Anne Slaghuis

BKS
praktische
psychologie

Onbewust versus bewust

$$3542 + 12875 + 651 =$$

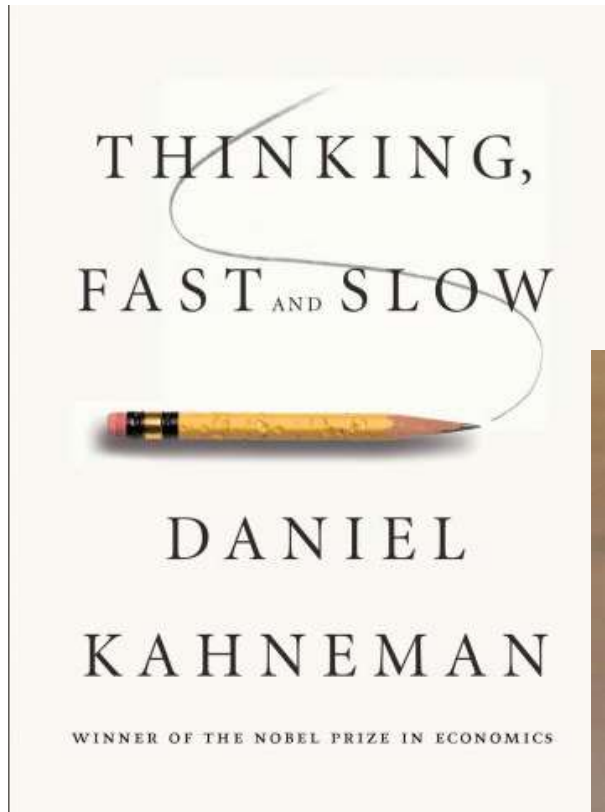
Onbewust versus bewust

$$3542 + 12875 + 651 = 17.068$$

Onbewust versus bewust



Onbewust versus bewust



System 1: FAST

Impulsief, intuïtief, legt razendsnel causale verbanden (ook al ze er niet zijn)

Onbewust

System 2: SLOW

Reflectief, argumentatie, voorzichtiger, rustiger (wil er best langer over nadenken)

Bewust

Onbewust versus bewust



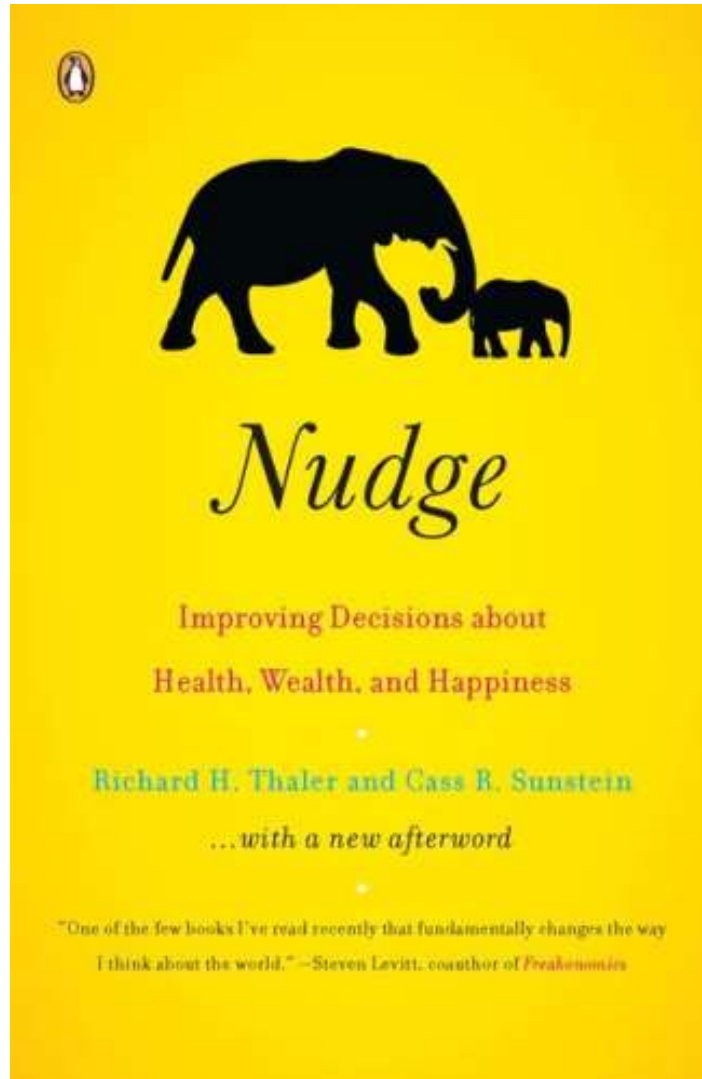
Onbewust versus bewust



Onbewust versus bewust



Nudging



BIT



Ministerie van Infrastructuur en Milieu

Even wat theorie...

- Nudge : elk aspect van de keuzearchitectuur dat het gedrag van mensen beïnvloedt zonder daarbij keuzevrijheid te beperken of economische prikkels te veranderen.
- (Relatief) eenvoudig
- Goedkoop
- Dus niet: het verbieden van fastfood

Voorbeelden:

Nudging



[Nudge traplopen](#)

Nudging



Nudging



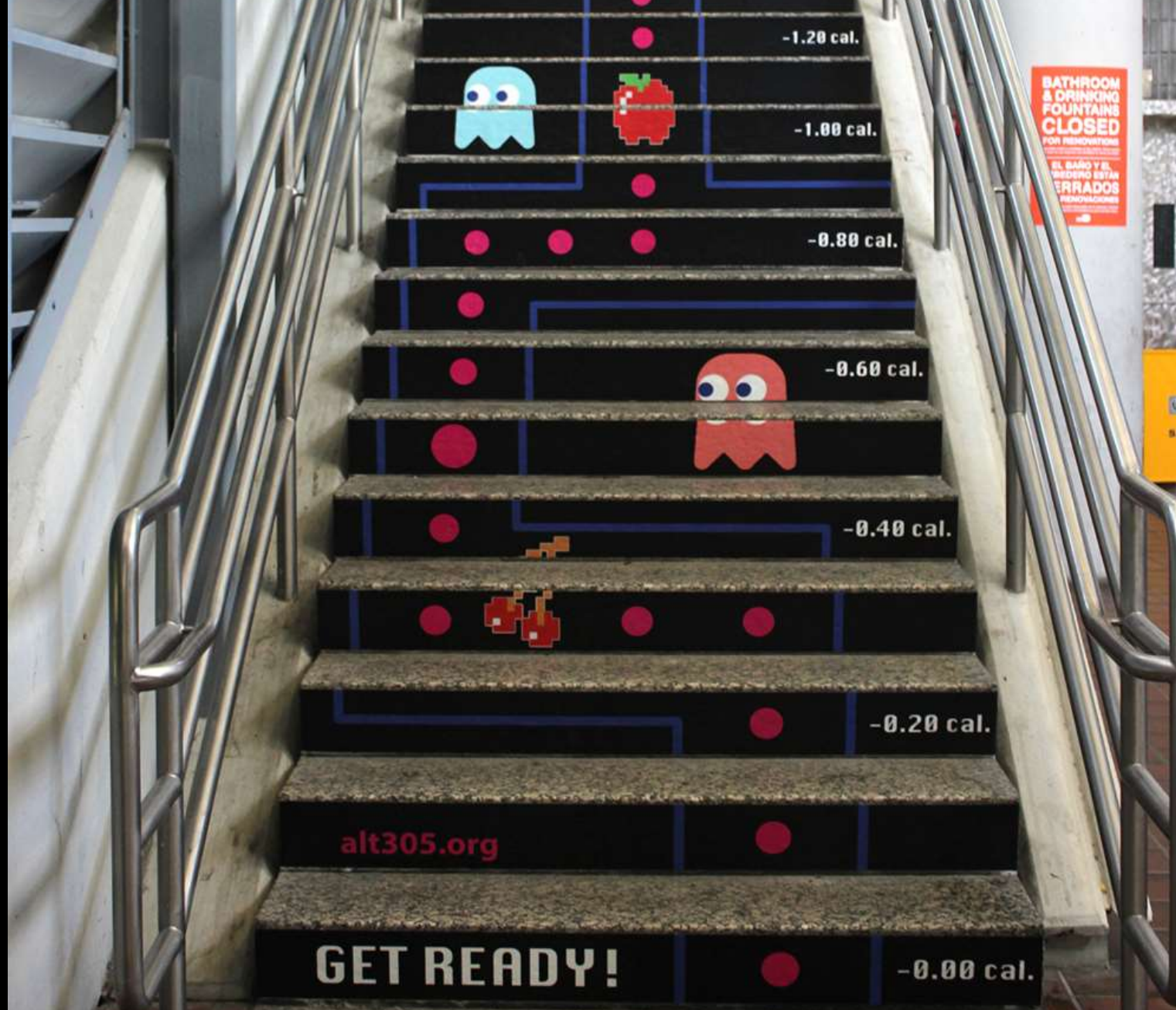
Nudging



Nudging



Nudging



Nudging



Nudging



Wel eerlijk
invullen hè?



Tnx! Esther

Een aangifteformulier vol
psychologische trucjes -
zo beïnvloedt de fiscus je gedrag.
Pagina E6-E7

Een extra duwtje van de Belastingdienst

ENIS 901MO - 5E*E13
Afdruk verboden

Framing



Framing



Experiment

Onderzoek Tversky &
Kahneman (1981)

- Griep epidemie
- 600 mensen
- 2 alternatieve programma's



Experiment (1)

Welk van de twee programma's zou je kiezen om de epidemie op te lossen?

Bij **programma A** worden er 200 mensen gered.

Bij **programma B** is er $1/3$ kans dat er 600 mensen gered worden en $2/3$ kans dat er niemand wordt gered.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211, 453-458.

Experiment (2)

Welk van de twee programma's zou je kiezen om de epidemie op te lossen?

Bij **programma A** zullen 400 mensen sterven.

Bij **programma B** is er $1/3$ kans dat iedereen gered wordt en $2/3$ kans dat er 600 mensen sterven.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211, 453-458.

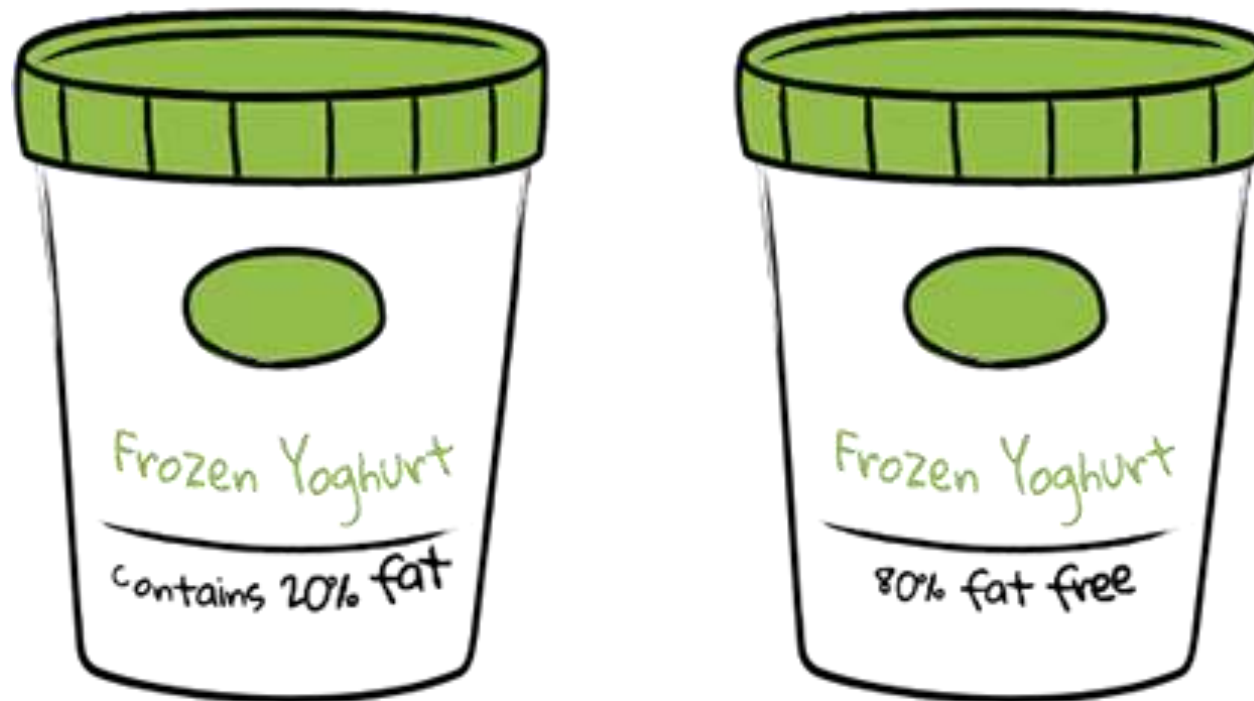
Framing



Framing



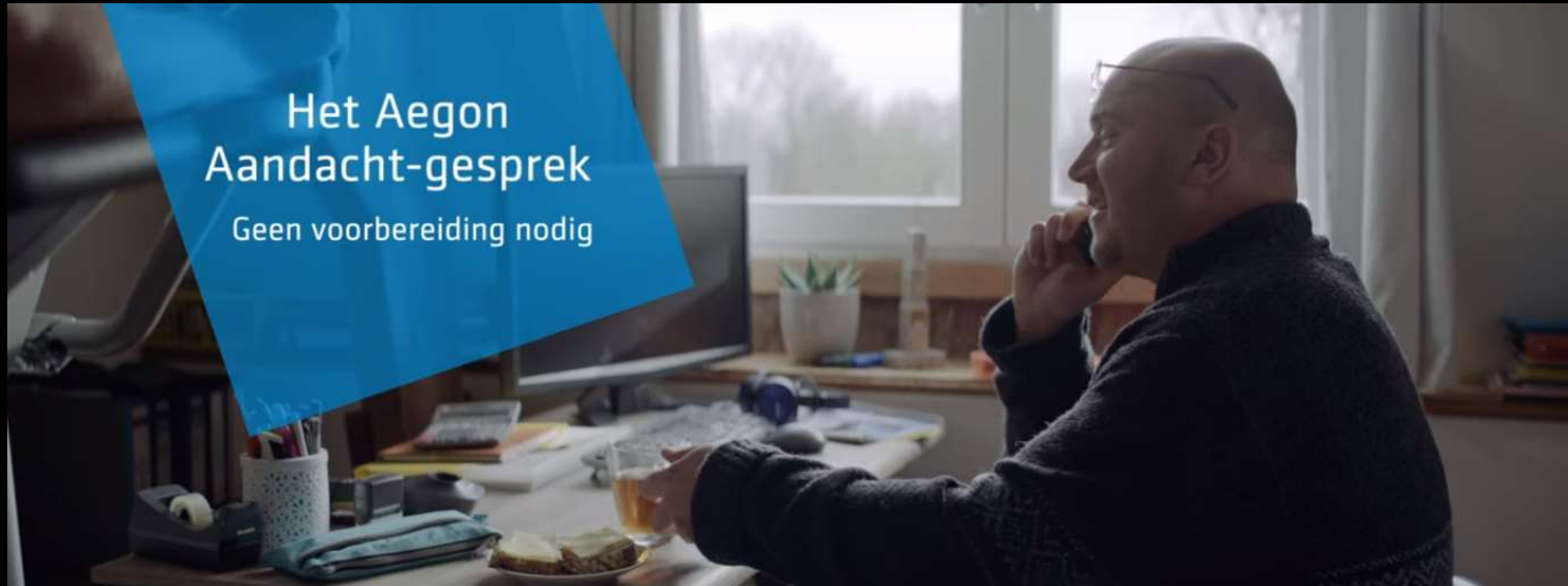
Positieve Framing



Framing



Framing



Framing



Geachte naam,

Om het jaar 2014 goed te starten is voor u een dag georganiseerd waarop u kennis kunt maken met verschillende bedrijven die u een leerwerktraject aan willen bieden. In een leerwerktraject kunt u verschillende aspecten van een beroep leren en ervaring opdoen in een beroep, met daarbij de keuze uit beroepen als schuldhulpverlener, baliemedewerker, administratief

Case: Gemeente Nijmegen

Oud	Nieuw
Maak uw CV in orde en controleer of het nog verbeterd kan worden...	<u>Ik</u> maak mijn CV in orde en controleer of deze nog verbeterd kan worden...
Pas op	Let op
Werkloze	Werkzoekend
U bent verplicht om de opdrachten uit te voeren. Als u dit niet of onvoldoende doet, zal de gemeente uw uitkering verlagen	Bij niet of onvoldoende nakoming van de afspraken, <u>schrijft de wet voor</u> dat de gemeente uw uitkering <u>noodgedwongen</u> moet verlagen.

DISCUSSIE

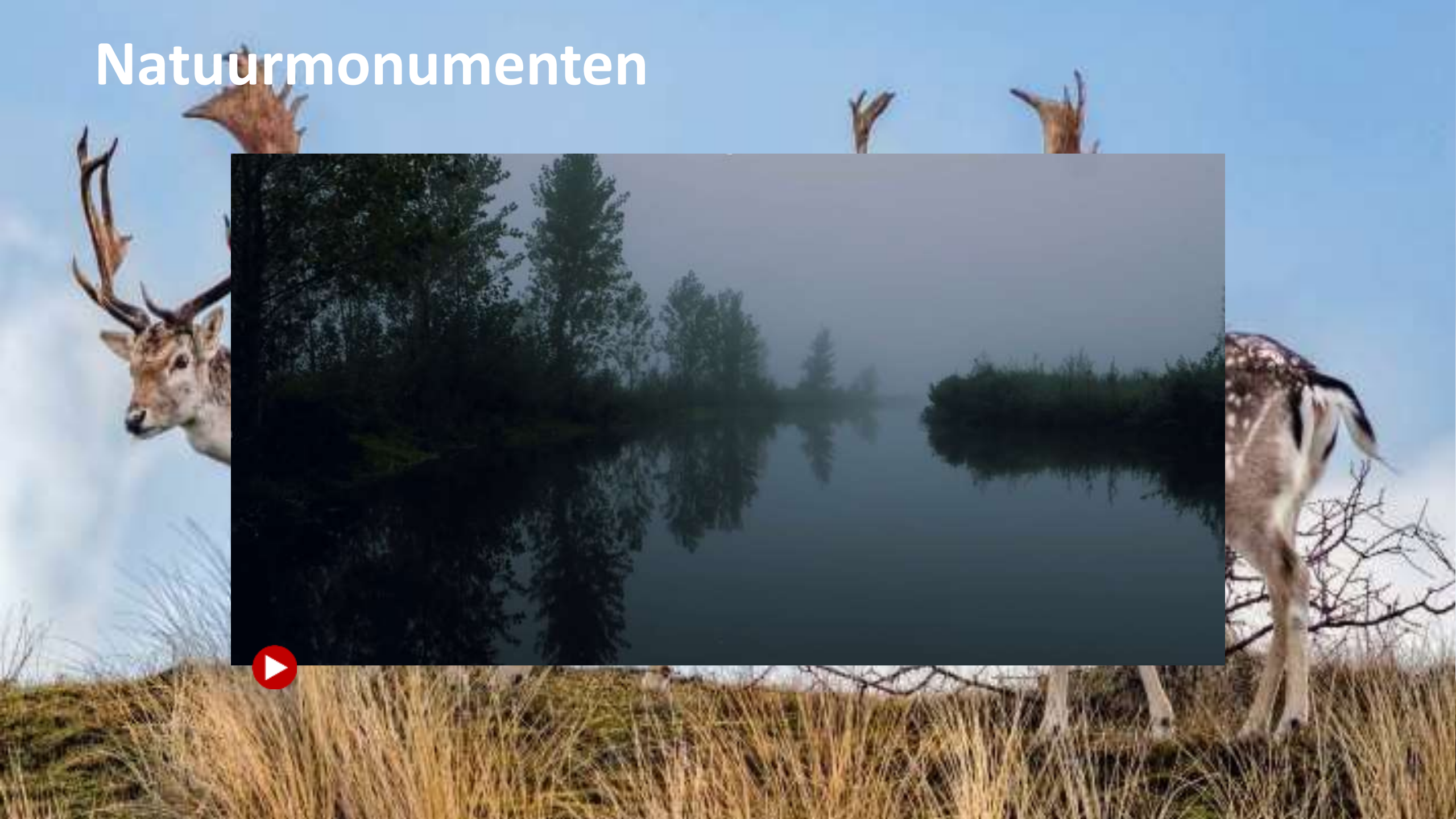
DISCUSSIE

Toepassing op Natuurmonumenten | INLEIDING

Marieke May



Natuurmonumenten



Samen voor natuur: resultaten van onze strategie in 2015



Natuurmonumenten

Beheerder

2.600
gebouwen



verkoop eigen
producten uit
onze gebieden



363 gebieden
105.958
hectare in beheer

Burgerbeweging

719.014
mensen
die ons werk
steunen



Jaarlijks meer
dan **50 miljoen**
bezoeken in 360
natuurgebieden

216.765 downloads
van de route app



177.495 nieuwsbrieflezers
334.673 websitebezoekers p.m.
463.327 Facebook fans en
Twitter volgers
12.134 Instagram en
LinkedIn volgers

201.962
OERRR kinderen



8.662
vrijwilligers



Media aandacht
opinie NM
Nederlandse Natuur

Meer dan
20 bedrijven
partners



Bedrijfsvoering



743
medewerkers

45%
vrouwen



55%
mannen

3,7%



ziekteverzuim

STELLING

“Hoe kan Natuurmonumenten bezoekers van natuurgebieden laten betalen voor hun bezoek?”

DE POWERSESSIE EINDIGT...

Nog maar

100

seconden om de discussie te winnen....!

POWERSESSIE 2

Toepassen van Cialdini's beïnvloedingstechnieken

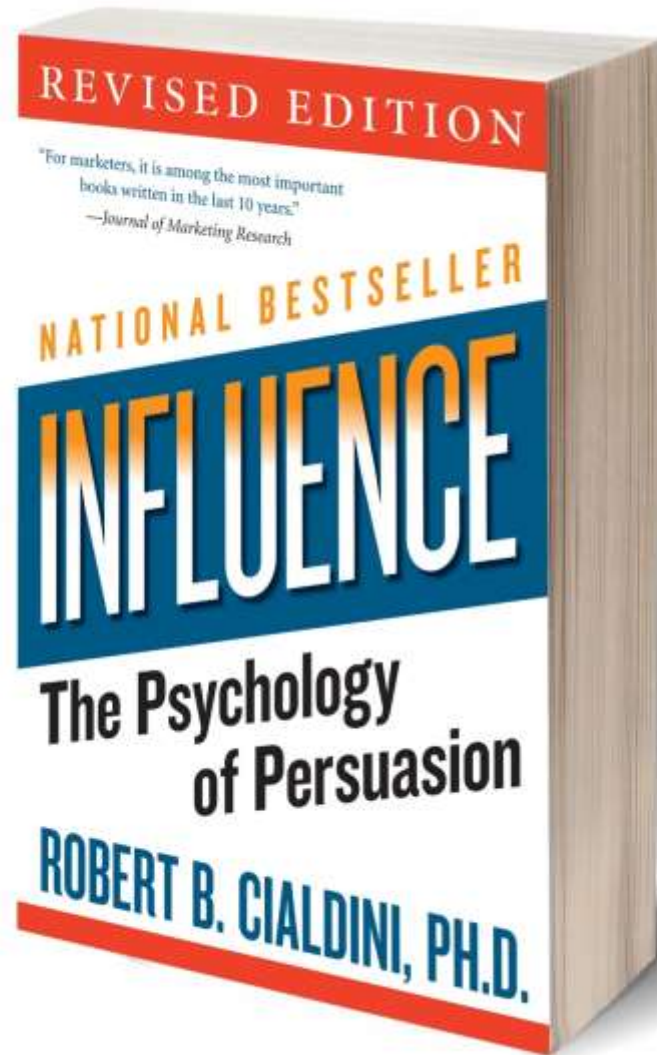
Nadine van de Sande

leau

Cialdini

Wat moet u aan
met Cialdini en zijn
6 beïnvloedings-
technieken?





Zes principes:

1. Reciprociteit
2. Schaarste
3. Autoriteit
4. Commitment
5. Social Proof
6. Liking

1. Reciprociteit



Gratis



Spotify Premium Help Downloaden

Geniet volop. Ga voor Premium.

Probeer Premium 30 dagen gratis. Hierna standaard €9,99/maand.*

NEEM EEN GRATIS PROEFABONNEMENT

* De gebruiker moet geen Premium nog niet geprobeerd hebben.

The image shows a Spotify Premium advertisement. At the top, there is a black navigation bar with the Spotify logo and links for 'Premium', 'Help', and 'Downloaden'. The main content area has a white background with a large blue circle on the right side containing a person's legs. The headline 'Geniet volop. Ga voor Premium.' is in large, bold, black text. Below it, a sub-headline reads 'Probeer Premium 30 dagen gratis. Hierna standaard €9,99/maand.*'. A prominent blue button with the text 'NEEM EEN GRATIS PROEFABONNEMENT' is circled in red. At the bottom left, there is a small disclaimer: '* De gebruiker moet geen Premium nog niet geprobeerd hebben.'



Tips voor reciprociteit



- In de vorm van cadeaus, tips of kennis
- Verwacht geen tegenprestatie
- Betekenisvol
- Onverwacht
- Persoonlijk



2. Schaarste



Tijdsdruk!



Zoek

Bestemming / hotelnaam:
Amsterdam

Werk Vakantie

Incheckdatum
donderdag 1 september 2...

Uitcheckdatum
vrijdag 2 september 2016

1 nacht

Kamers: 1 | Volwassenen: 2 | Kinderen: 0

Zoek

Filter op:

Kies uw budget per nacht

- € 0 - € 50: 5
- € 50 - € 100: 134
- € 100 - € 150: 199
- € 150 - € 200: 149
- € 200 +: 134

Populair

- Hotels: 356
- Ontbijt inbegrepen: 182

Amsterdam is topfavoriet op onze site bij reizigers op de door u geselecteerde data (71% gereserveerd).
Tip: Prijzen kunnen hoger zijn dan normaal op de door u gekozen data. Waarom probeert u niet één van deze alternatieven?

71% gereserveerd

1 sep - 2 sep Vanaf € 40 71% gereserveerd	2 sep - 3 sep Vanaf € 79 81% gereserveerd	3 sep - 4 sep Vanaf € 99 86% gereserveerd	4 sep - 5 sep Vanaf € 39 66% gereserveerd	5 sep - 6 sep Vanaf € 40 68% gereserveerd
--	--	--	--	--

Amsterdam: 1.322 accommodaties gevonden

3 redenen om te bezoeken: theater, gastronomie en livemuziek



Onze topaanbevelingen eerst | Laagste prijs eerst | Sterren | Afstand tot het centrum | Beoordeling

Vind alles wat u zoekt met deze populaire zoekfilters: [Hotels](#), [Ontbijt inbegrepen](#), [Amsterdam Centrum](#)

Deal van de Dag Resterende tijd: 13:39:45

-45% VANDAAG!

NH Collection Amsterdam Doelen ★★★★★ **Heerlijk 8,8**
Amsterdam City Centre, Amsterdam – Vlak bij de metro
418 beoordelingen

Suite met Uitzicht
GRATIS annuleren

€ 944 **€ 518** **Reserveer nu**

-40% VANDAAG!

Swissôtel Amsterdam ★★★★★ **Erg goed 8,5**
Amsterdam Centrum, Amsterdam
10 personen kijken momenteel
Vandaag 29 keer gereserveerd
Locatie 9,5
2.790 beoordelingen

Tweepersoonskamer met 1 of 2 bedden

Erg gewild - slechts 3 over op onze site! **-40%** € 428 **€ 258**

Kies uw kamer >

Dol dwaas





Exclusiviteit

secret Escapes

ALLE AANBIEDINGEN >

*Denderende Deals
voor denderende prijzen vanaf €70*



Laatste kans: leren over schaarste

- Leg de focus op wat je hebt gemist
- Plotselinge schaarste
- Grote vraag naar product



3. Autoriteit



De witte jas



**"Give your throat a vacation...
Smoke a
FRESH
cigarette"**

If the cigarette you have been smoking stings or burns your throat, switch to Camels and see the difference.
It's the peppery dust left in tobacco by inefficient cleansing methods that makes you cough.
It's the unkindly hot smoke of harsh, dried-out tobacco that burns and irritates your throat.
There is no peppery dust in Camels—that's whisked away by a special vacuum-cleaning process.
There are no stale, crumbly, parched tobaccos—the fine Turkish and mild Dominican tobaccos of which Camels are blended come to you in prime, factory-fresh condition, thanks to the Humidor Pack.
This scientific germicide wrapping—not plain ordinary Cellophane, but moisture-

proof Cellophane which costs nearly twice as much—seals in all the natural aroma and freshness, seals it so tightly that wet weather cannot make Camels damp, nor drought weather make them dry.
Camels are milder and more throat-friendly because they are dust-free and fresh.
Give your throat a vacation, switch to Camels for just one day. They love them—if you can.

There is **CAMEL HUMIDOR PACK** including **SHAMING** Shaving Cream and **EARLY RISE** 1-2-3 Tooth Powder. **Always use Superior Blend**—a Camels tobacco—on every night except Humidor.



Oral-B

VERWIJDERT TOT
**100% MEER
TANDPLAK***

#1

GEBRUIKT DOOR TANDARTSEN
WERELDWIJD

*VS EEN GEWONE MANJELE TANDENBORSTEL

Beroemdheden met status



Logo's



Tips van Cialdini zelf



- Pas op voor weerstand
- Titels, kleding en auto's
- Postuur



4. Commitment



Nieuwsbrieven



Meld je hier aan voor de
nieuwsbrief



Herinnering

The screenshot shows the OMODA website interface. At the top, there is a navigation bar with 'HOME', 'NL NEDERLANDS', 'KLANTENSERVICE', 'INLOGGEN', 'ACCOUNT AANMAKEN', and 'EUR 65,00'. Below this is a promotional banner with five checkmarks: 'GRATIS VERZENDING VANAF EUR 50,-', 'GRATIS RETOUR', 'ACHTERAF BETALEN MOGELIJK', '30 DAGEN BEDENKTIJD', and 'RESERVEER JE FAVORIET IN EEN OMODA-WINKEL'. The main navigation includes 'DAMES', 'HEREN', 'JONGENS', 'MEISJES', 'MERKEN', 'INSPIRATIE', and 'SALE'. A search bar is labeled 'ZOEKEN'. The background features large text: 'DAMES', 'HEREN', 'JONGE', 'MEISJES' and a 'sale spring/summer' graphic. A modal window is open, displaying a reminder: 'Vergeet niet om sale producten in je winkelmand tijdig af te rekenen.' It lists 'Grijze New Balance Sneakers WRT580' with a current price of 129,95 and a sale price of 65,00. There are two buttons: 'DOOR MET WINKELN' and 'NAAR SHOPPINGBAG'.

Commitment toepassen?



- Wees subtiel
- Creëer een interpersoonlijke relatie



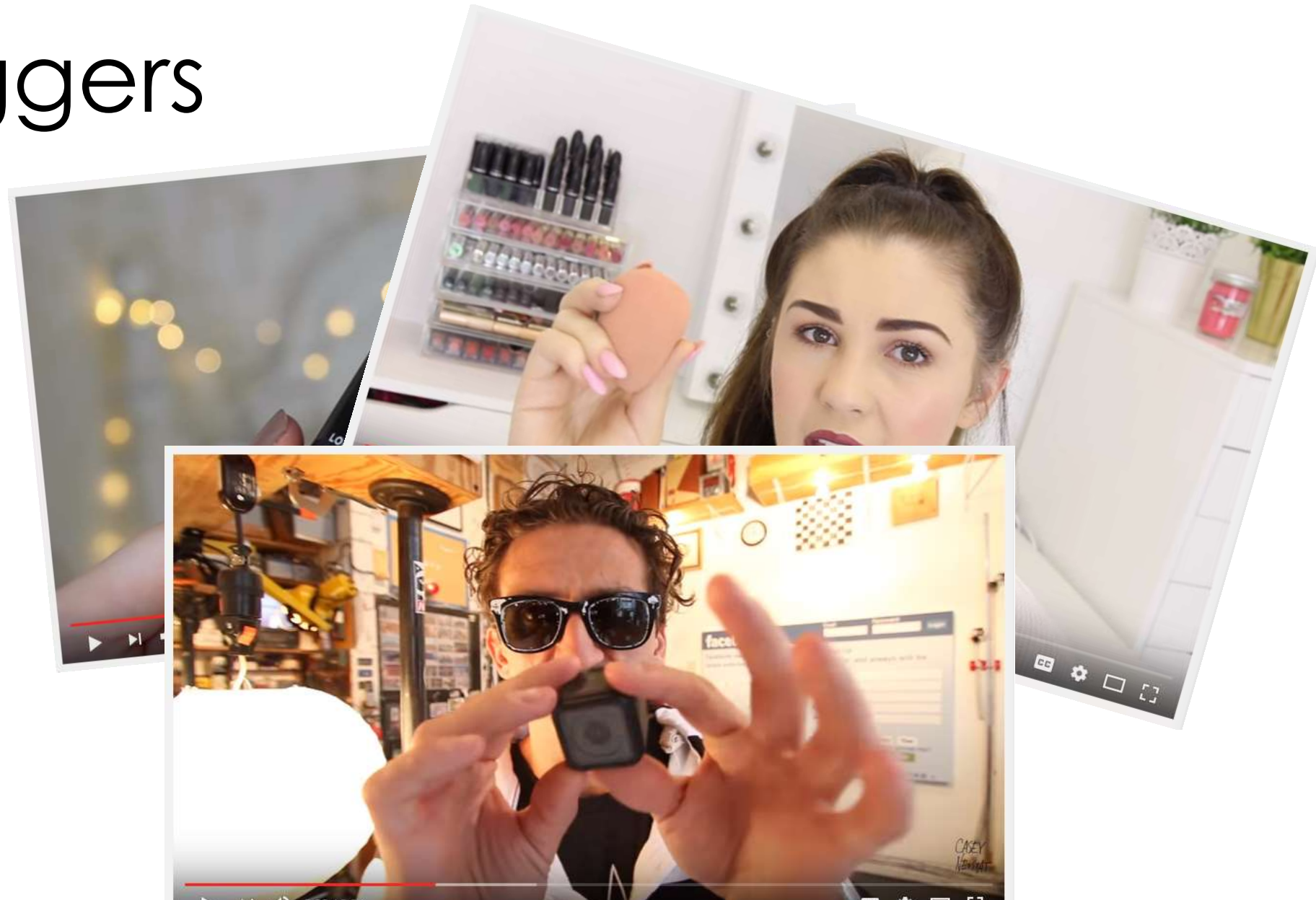
5. Social proof



Like!



Vloggers



Reviews en beoordelingen



cool blue Bekijk hele assortiment Nadine

Reviews over de Samsung Galaxy J5 (2016) Zwart

Gemiddelde beoordeling
★★★★☆ 94 reviews

Nieuwste reviews

"Een aanrader"
In de kleur: Wit | Door LÃCouaj Samir op 31 augustus 2016

- + lange levensduur van de batterij
- scherm vrij groot


Makkelijk om op te starten en het nodige te installeren van apps, lange levensduur van de batterij en de snelheid pluspunten. 1 enkel nadeel: gsm net te groot voor bv een sms te typen met 1 hand (als je dit zelf erg vind)

"Een aanrader"
In de kleur: Wit | Door LÃCouaj Samir op 31 augustus 2016

- + lange levensduur van de batterij
- scherm vrij groot

Makkelijk om op te starten en het nodige te installeren van apps, lange levensduur van de batterij en de snelheid pluspunten. 1 enkel nadeel: gsm net te groot voor bv een sms te typen met 1 hand (als je dit zelf erg vind)





DIT ITEM IS TOEGEVOEGD AAN JE WINKELMAND



WE Fashion jurk
- Materiaal: 100% viscose
- Kleur: Ivory
- Kraagvorm: Ronde hals
- Mouwlengte: Mouwloos
39.99 25.-

VERDER WINKELEN W 1 item € 25.- [GA NAAR WINKELMAND](#)

Andere klanten kochten of bekeken ook

 WE Fashion jurk 39.99 25.-	 ONLY jurk 21.95 12.95	 ONLY jurk 21.95 12.95	 VILA jurk 29.95 22.95
--	---	---	---

Wanneer werkt social proof het best?

- De invloed van onzekerheid
- Creëer gelijkenissen
- Let op: voldoende aanhangers



6. Liking



Fysieke aantrekkelijkheid



Gelijkenissen



Associaties

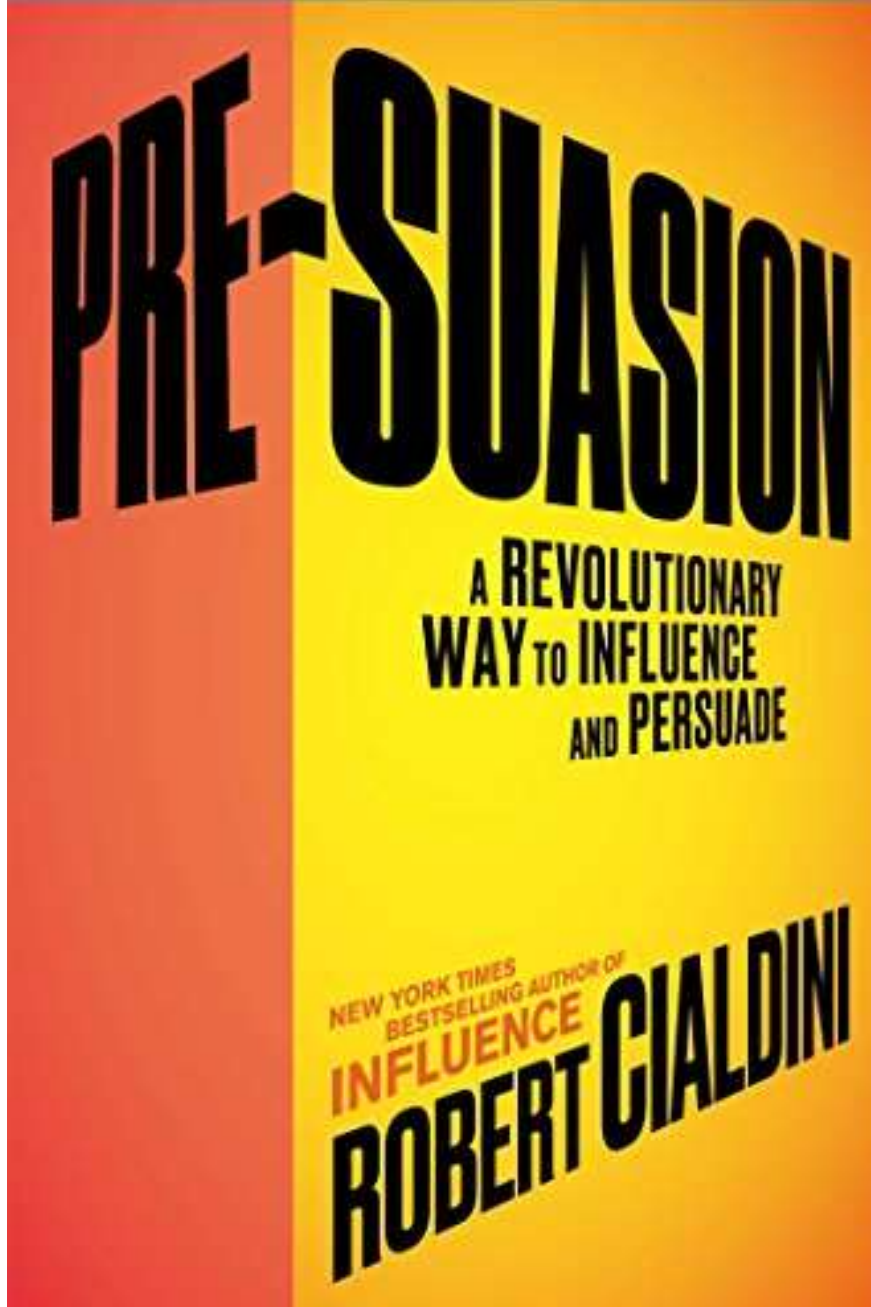


Liking herkennen



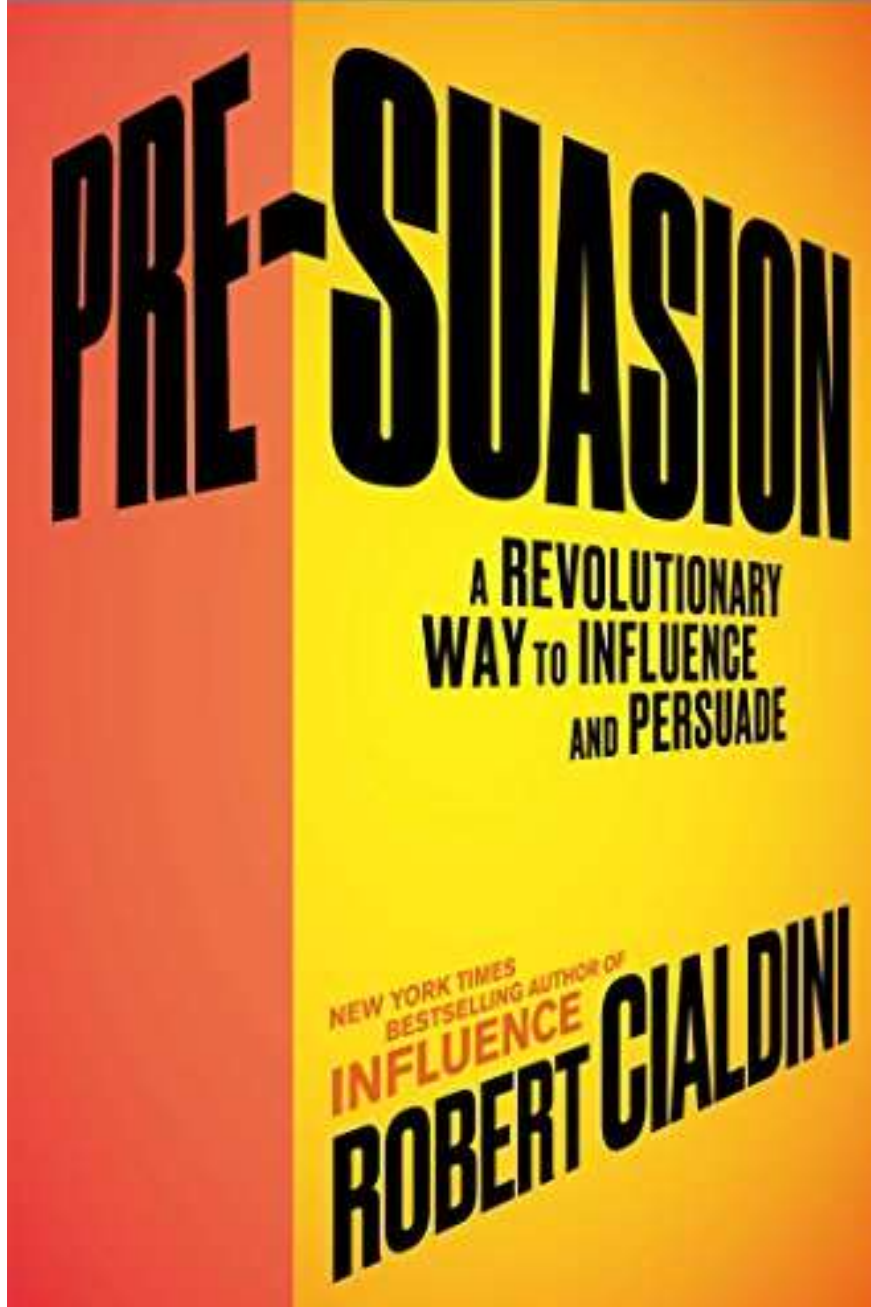
- Focus op het aanbod





Nieuw





Nieuw





Bedankt

DISCUSSIE

Bezoekerscentra van Natuurmonumenten

- 19 bezoekerscentra
- 700.000 bezoekers per jaar
- 2.500 activiteiten per jaar
- 250 routes
- 3.500 leden werven in bezoekerscentra



STELLING

“Hoe kan Natuurmonumenten de gasten van haar bezoekerscentra converteren naar betalende leden?”

DE POWERSESSIE EINDIGT...

Nog maar

100

seconden om de discussie te winnen....!

PAUZE

POWERSESSIE 3

Barrières en hoe die in ons hoofd ontstaan

Arend Jan Boss

 l'eau

“ OM MENSEN IN
BEWEGING TE BRENGEN,
MOET JE WETEN
WAT ZE TEGENHOUDT. ”



Arend Jan Boss



Even voorstellen

L'eau is een communicatiebureau voor gedragsbeïnvloeding

- Sales activation
- Brand activation

18 specialisten

- Strategie en creatie
- Account en producers
- Eigen gedragspsycholoog
- En samenwerking met vaste partners

Middelenonafhankelijk advies

- Crossmediaal
- Online & offline

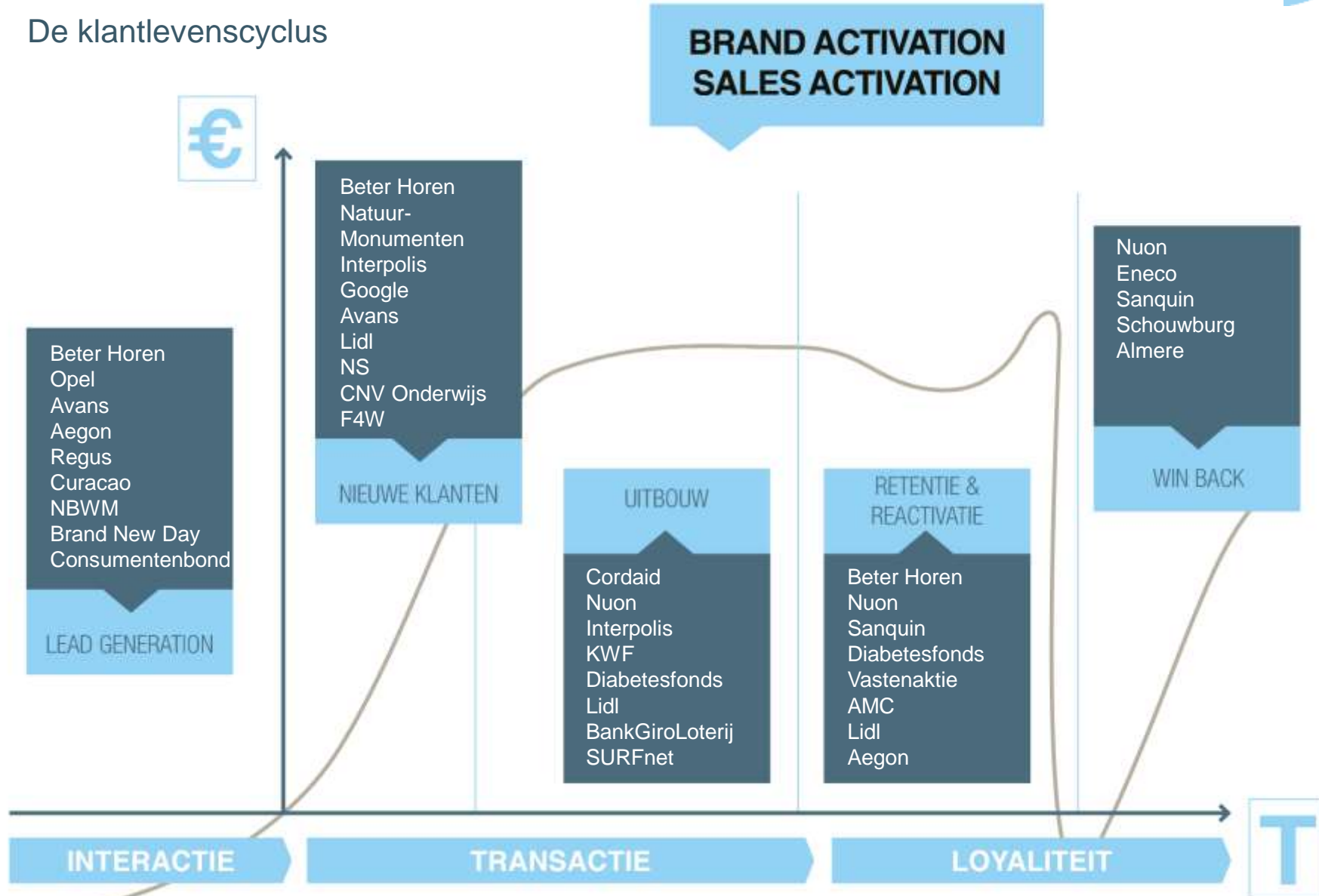
Zowel B2C als B2B

Aanhaken, maar vaak juist ook van “niets” “iets” maken!



Ons werkkader

De klantlevenscyclus



Barrière-methodiek



Wat stuurt ons gedrag?

Twee tegengestelde krachten:

1. Het roofdier in ons:
kansen benutten
2. Het prooidier in ons:
gevaar ontlopen



Twée beïnvloedingstrategieën



1. Motivatie versterken
2. Barrières wegnemen

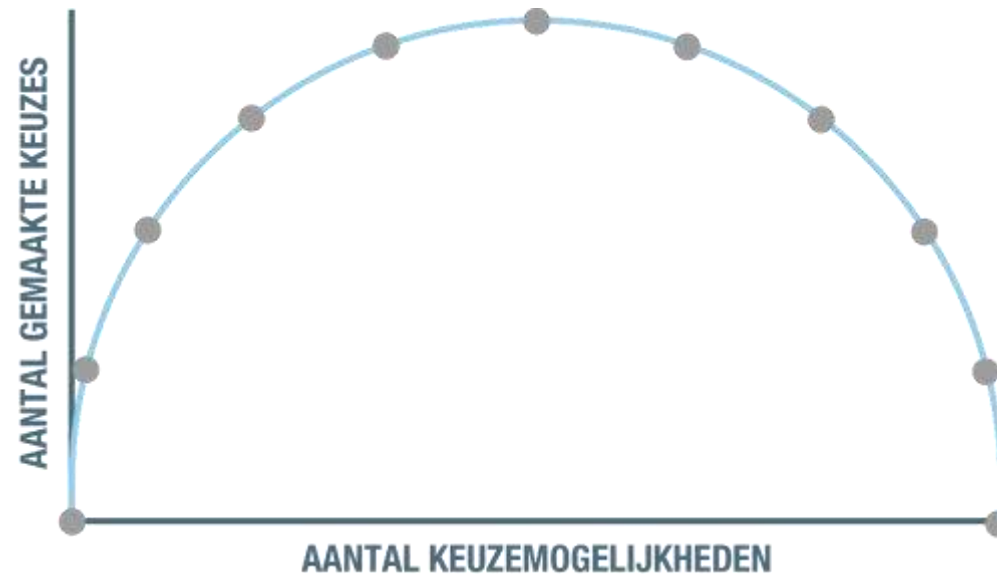


Niet òf-òf, maar én-én!

Keuzestress



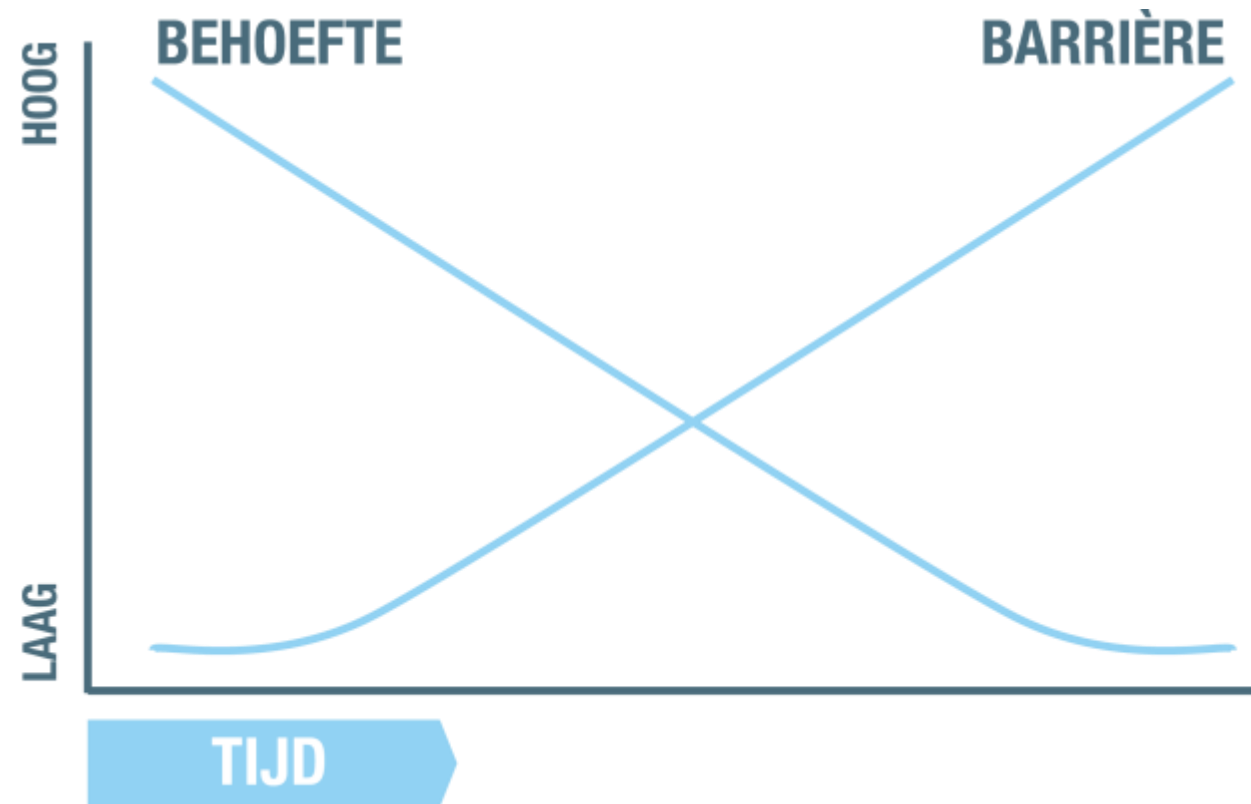
- Overvloed aan keuzes
- Overvloed aan informatie
- Keuzestress en keuzestaking
- Informatie overload roept weerstand op



Herkenbaar?



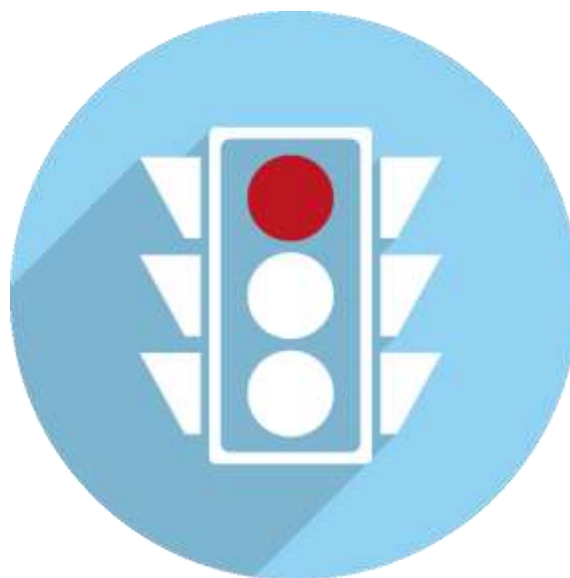
Weerstand neemt toe



Barrières



Om mensen in beweging te brengen,
moet je weten wat ze tegenhoudt.



Herkenbaar?



Welke barrières?

- Functionele barrières
- Sociale identiteitsbarrières
- Emotionele barrières



Functionele barrières



Veelal praktische, rationele bezwaren:

- Onhandig
- Gedoe
- Te groot
- Te duur
- Te weinig voordeel
- Etc.



Sociale identiteitsbarrières



- Wil niet bij gebruikersgroep horen
- Aanbieder past niet bij mij
- Beoogd gedrag past niet bij sociale identiteit, tast zelfbeeld aan



Emotionele barrières



- Gevoelens van onbehagen, weerszin en wantrouwen
- Inertie, angst voor verandering, verlies van controle
- Gebrek aan zelfvertrouwen
- Verzet tegen beïnvloeding



Barrière Methodiek[®]

Stap voor stap



Stap 1

Definieer de doelgroep en
doelgedrag

Stap 2

Verzamel doelgroepsinzichten

Stap 3

Wat zijn de motieven en
barrières?



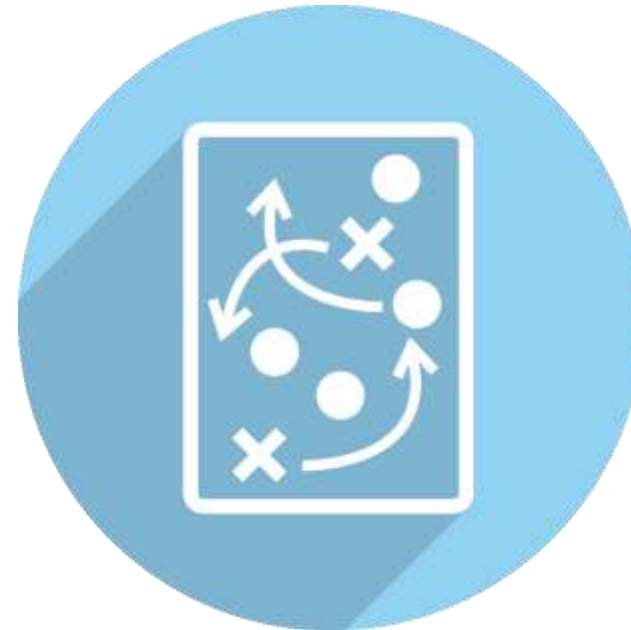
Barrière Methodiek[®]



Stap 1

Definieer de doelgroep en doelgedrag:

- Wat willen we dat de doelgroep concreet gaat doen?
- Op welk moment? Welke plaats?



Barrière Methodiek[®]



Stap 2

Verzamel doelgroepsinzichten:

- Wie is meest geneigd doelgedrag te vertonen?
- Waarom staan ze open voor wat we willen vertellen?



Barrière Methodiek[®]



Stap 3

- Wat zijn de motieven?
- Wat zijn de barrières?
- Welke moeten we echt aanpakken?



Belofte en methodiek





Nieuws!

- Barrièremethodiek 2.0
- Onderzoek naar het keuzegedrag van consumenten voor FMCG.
 - specifiek: hoe kunnen verpakkingen inspelen op de psychologische principes achter het keuze gedrag



Onderzoek





Welk antwoord?

- Onderscheid tussen reflectieve en impulsieve verwerking
- Hoe dient de verhouding verbale en visuele cues dan te zijn?
- Is er verschil tussen M/V?

Stel je voor...





Bedankt

PRAKTIJKCASE

Hoe Natuurmonumenten retentiebeleid opgezet heeft

Marieke May



Case Natuurmonumenten



De aanleiding

1. Retentie % verbeteren via ledenservice
2. Weerstand tav retentiegesprekken wegnemen

“Ik ben niet echt bezig met het terughalen van leden”

“Ik heb niet echt een strategie “

“Leden ouder dan 80 jaar ga ik niet behouden”

“Je moet er energie voor hebben, anders lukt het niet”

“Het ligt aan de persoon aan de andere kant”

“Het ligt er heel erg aan of ik moeite ga doen om ze te behouden”

Plan van aanpak

- Kijkje in de keuken
- Workshop voor medewerkers
- Coaching aan de telefoon
- Evaluatie moment
- Herhaling

Script mogelijkheden

1. Mens is kuddedier: *“Wat de meeste mensen in uw situatie doen”*
2. Rolgeven: *“U als natuurliefhebber...”*
3. Garanties geven bij scepticisme: *“Ik kan u garanderen dat..”*
4. Vrijheid geven: *“U bent natuurlijk vrij om te beslissen...”*
5. Weerstand erkennen: *“Ik snap dat je het niet wilt doen, maar...”*
6. Zorgen en twijfel: *“Ik garandeer u dat...”*
7. Wederkerigheid: *“Wilt u lid blijven... nee? ... Mag ik u vragen om 5 euro per jaar te doneren?”*
8. Wijze van geven van info: *“Dat is slechts...”*

Resultaten

Van 5% retentie naar 19% retentie!

Medewerkers ervaren minder weerstand en zijn blij met de concrete handvatten



Vragen?

POWERSESSIE 4

Waarom is gedragsverandering zo moeilijk te realiseren?
Over gedragsbeïnvloeding en ethiek

Olaf Cox

 l'eau

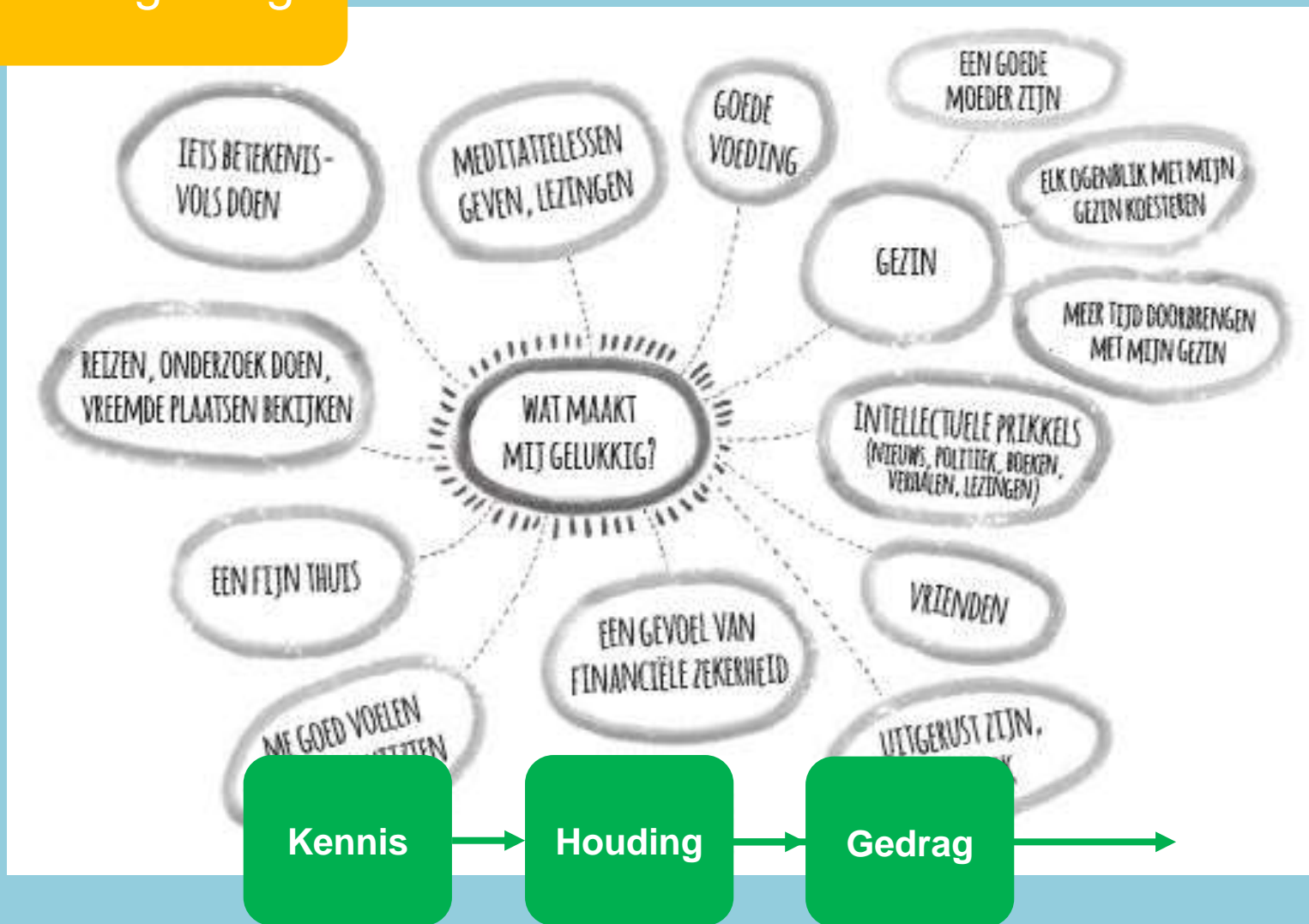
Olaf Cox





Waarom is gedragsverandering zo moeilijk te realiseren?

Intentie ≠ gedrag





We willen teveel! We willen te snel!





Dát is de reden dat veel van onze goede voornemens snel sneuvelen





Er is hoop!



Tiny Habits[®]
by Dr BJ Fogg



Kleine stapjes, die naarmate we eraan gewend zijn een grotere verandering teweeg brengen

Kleine stapjes, die we gemakkelijk kunnen zetten, omdat ze min of meer samenvallen met regelmatig terugkerende handelingen

We doen ***iets extra***, nadat we iets dat regelmatig terugkeert gedaan hebben

Tiny Habits
by Dr BJ Fogg

“Kleine stapjes”

Een les voor iedereen in het marketing en communicatievak

Want we zijn geneigd ‘de doelgroep’ te overvragen

Kijk nóg eens goed naar
de customer journeys
van uw klanten

Definieer uw funnels
opnieuw,
stapje voor stapje

Doseer in **kleine stapjes**
(ook marketeers willen te
snel, want het zijn immers
'maar' mensen)



Examples of Tiny Habits

You craft Tiny Habits in this form:

After I **[anchor]**, I will **[new tiny behavior]**

After I **brush**, I will **floss one tooth**

After I **start my morning coffee**, I will **set out my vitamins**

After I **start the dishwasher**, I will **wipe one kitchen counter**

After I **walk in door from work**, I will **get out my gym clothes**

After I **sit down on the train**, I will **open my sketch notebook**

After I **hear a phone ring**, I will **exhale and relax for 3 seconds**

After I **put my head on my pillow**, I will **think of one good thing**

After I **arrive home**, I will **hang my keys by the door**



#MINISTAPJE 13
NADAT IK ONZE VAKANTIE HEB GEBOKT, ONDERZOEK IK HOE WE DAAR ZO DUURZAAM MOGELIJK KUNNEN KOMEN.

#MINISTAPJE 03
NADAT IK 'S OCHTENDS MIJN AUTOSLEUTELS HEB GEPAKT, KIJK IK NAAR MIJN FIETS.

#MINISTAPJE 81
NADAT IK MIJN TENTJE OP MIJN CAMPING HEB AANGESLAGEN, ZET IK MIJN TAP WATER AF.

#MINISTAPJE 39
NADAT IK IN MIJN AUTO BEN GESTAPT, BEDENK IK LANGS WELKE WEG IK NAAR MIJN WERK GA.

#MINISTAPJE 90
NADAT IK DE KINDEREN HEB WEGGEBRACHT, ZET IK 'N DING OPZIE DAT NAAR DE KRING-VOODWINKEL MAG.

#MINISTAPJE 40
NADAT IK NIEUWE KLEREN HEB GEPAST, CONTROLEER IK ALTIJD OP HET LABEL WAAR HET IS GEMAAKT.

#MINISTAPJE 32
NADAT IK KIP IN MIJN WINKELWAGEN HEB GELEGD, PAK IK OOK VLEESVERVANGER.

#MINISTAPJE 17
NADAT IK EEN KAPOTTE LAMP ER HEB UITGEDRAAID, VERVANG IK HEM VOOR EEN LEDLAMP.

#MINISTAPJE 77
NADAT IK DE VAATWASMACHINE 'S AVONDS HEB GEWASSEN, ZET IK DE WARMING AF.

#MINISTAPJE 55
NADAT IK DE VERWARMING LAGER HEB GEZET, ZET IK MIJN INTERNET DEURTER UIT.

Ministerie van Infrastructuur en Milieu

Hoe kleine stapjes eruit kunnen zien

'Burgers duurzamer alledaagse keuzes laten maken'

INEKE EN HAAR DOCHTER DOEN #MINISTAPJE 32

ALS ZE KIP KOPEN, KOPEN ZE OOK EEN VLEESVERVANGER.

Nederland =duurzaam doen

Zo maken we samen Nederland stapje voor stapje duurzamer. Welk ministapje zet jij?? Kijk op duurzaamdoen.nl



Hoe kleine stapjes eruit kunnen zien

'Digitaal veiliger studeren en werken'



SURF NET





**Persoonlijke tip voor
een groot probleem!**

**Hoe zorg je ervoor
dat je huis opgeruimd is,
zonder dat het je
enige tijd en moeite kost?**

Olaf's Tiny Habit!

Ik loop dus nooit met lege handen door m'n huis 😊

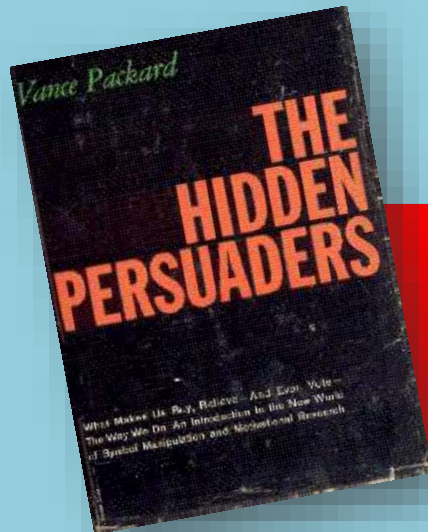
Nadat ik ben opgestaan in de richting van de (keuken, hal, overloop, zolder, ...) neem ik iets mee dat daar naar terug moet



Voodoo marketing

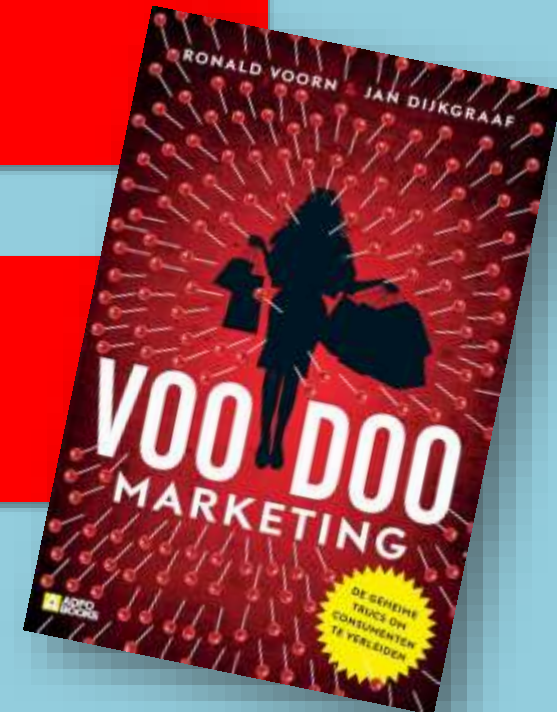
Over gedragsbeïnvloeding
& ethiek

Voodoo-marketing wat is het?



'The Hidden Persuaders'
Packard, 1957

'Voodoo-marketing'
Voorn & Dijkgraaf, 2015



Voodoo-marketing wat is het?



‘Voodoo-marketing’
Voorn & Dijkgraaf, 2015



“De geheime trucs om consumenten te
verleiden”

Voodoo-marketing volgens Voorn & Dijkgraaf



Kwestie van 5 vragen

1. Wordt de methode bewust en met intentie ingezet?
2. Hoe open of verborgen is de methode?
3. In welke mate respecteert de beïnvloeder de vrije keuze / wil van zijn klanten /burgers?
4. Brengt het gedrag van de beïnvloeder (dan wel het nalaten van gedrag) schade toe aan consumenten?
5. In welke mate richt de beïnvloeding zich op zwakkere groepen?

1 t/m 4 geen prettige uitkomst
Voodoo-marketing

5 bovendien anders dan “absoluut niet”
onethische marketing

Voorn & Dijkgraaf hebben 44 methodes ingedeeld

Fair

Op het
randje

Voodoo

Criterion: de mate van *vrije wil* om aan de verleiding toe te geven



Promoties,
commoties,
guerilla, virals

Taal-
intensiveerders

Websites

Sponsoring &
Events

Lichaamstaal

WoM & user
generated
content

Accommodatie
-theorie

Recommender-
systemen

Gain & loss-
framing

Mere exposure-
effect

Personalisering

Direct
marketing

'Doodgewone
reclame'

Social media

Beroemdheden
/ mooie
mensen

Folders

Instore
communicatie

Co-creatie

Inoculatie
methode

Online shop

PR & corporate
communicatie

Persoonlijke
verkoop

Tweezijdige
argumenten

Self persuasion



Archetypes

Cialdini

Embodied
cognition

SEO

Web Morphing

Storytelling

Personalisatie &
psychologische
data

Supraliminale
beïnvloeding

Nudging



Volgtijdelijke
methodes

Native advertising

Misbruik van
(psychologische)
data

Apple Watch &
wearables

Paspoppen met
microfoons en
camera's

A/B-testen

Covert persuasion

Dark design

SEO hacking

Markt hacking

Review hacking

Volgt u het nog?



Wees eerlijk, wie is er géén voodoo marketeer?



Wat is nou goed?
Wat is nou fout?





**Wat is nou goed?
Wat is nou fout?**



De gratis Telecomscan

Telecomscan

vraag nu vrijblijvend aan



Dal Voordeel abonnement van NS

Dal Voordeel abonnement
40% korting in de daluren
én in het weekend



Het BOB-arrangement in de horeca



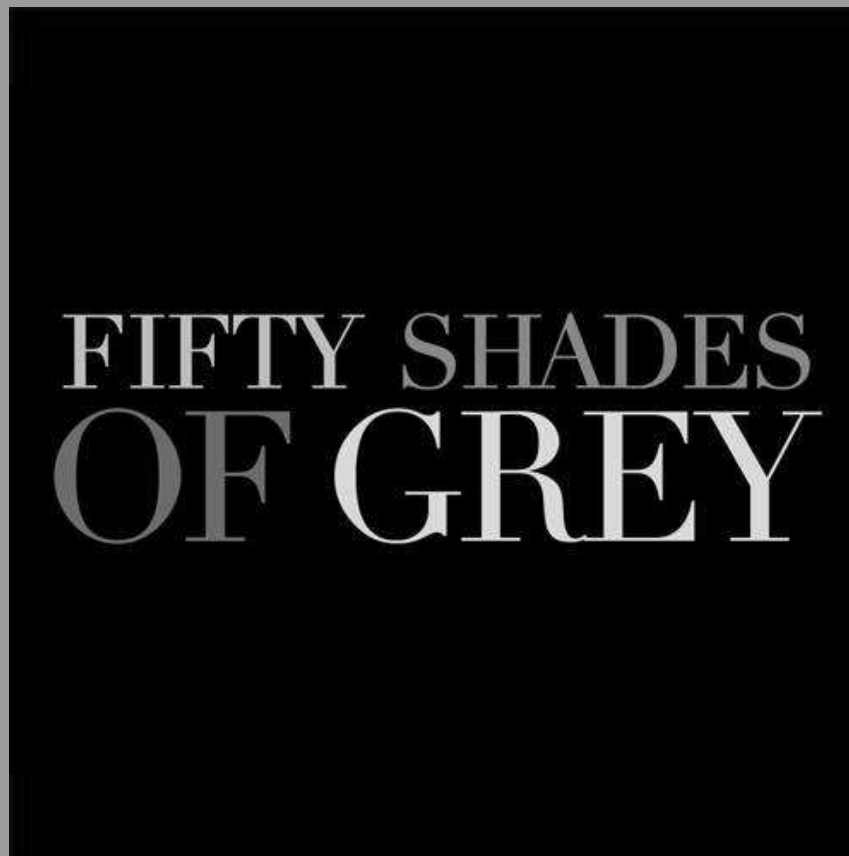


Wat past uw organisatie?

1. Wordt de methode bewust en met intentie ingezet?
2. Hoe open of verborgen is de methode?
3. In welke mate respecteert de beïnvloeder de vrije keuze / wil van zijn klanten /burgers?
4. Brengt het gedrag van de beïnvloeder (dan wel het nalaten van gedrag) schade toe aan consumenten?
5. In welke mate richt de beïnvloeding zich op zwakkere groepen?



**Ik wens u veel wijsheid
in de grijsheid!**





Bedankt

DISCUSSIE

Sporten in de natuur

- 6,6 miljoen wandelaars
- 8,2 miljoen recreatieve fietsers
- 2 miljoen hardlopers
- 1,5 miljoen watersporters
- 0,5 miljoen paardensporters
- 2 miljoen vissers



Natuurmonumenten

Natuursport

STELLING

“Hoe kan Natuurmonumenten sporters laten betalen voor het sporten in haar gebieden?”

DE POWERSESSIE EINDIGT...

Nog maar

100

seconden om de discussie te winnen....!



NATUURMONUMENTEN

AFSLUITING

Geniet van de borrel
Veilig thuis

Tot 25 oktober!



Resultaten Ledenenquête zomer 2016

Vind ze op www.pvko.nl !

