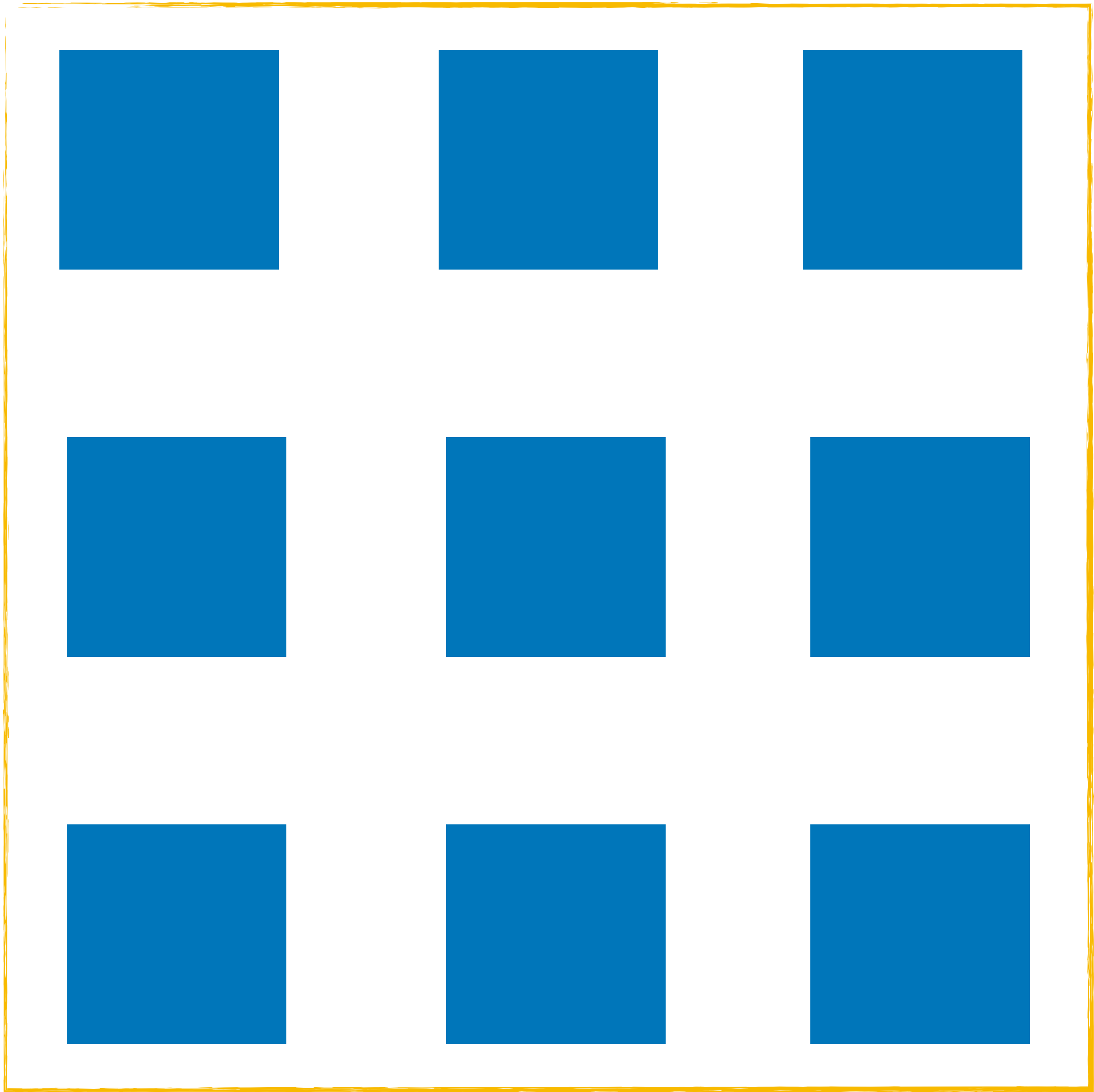
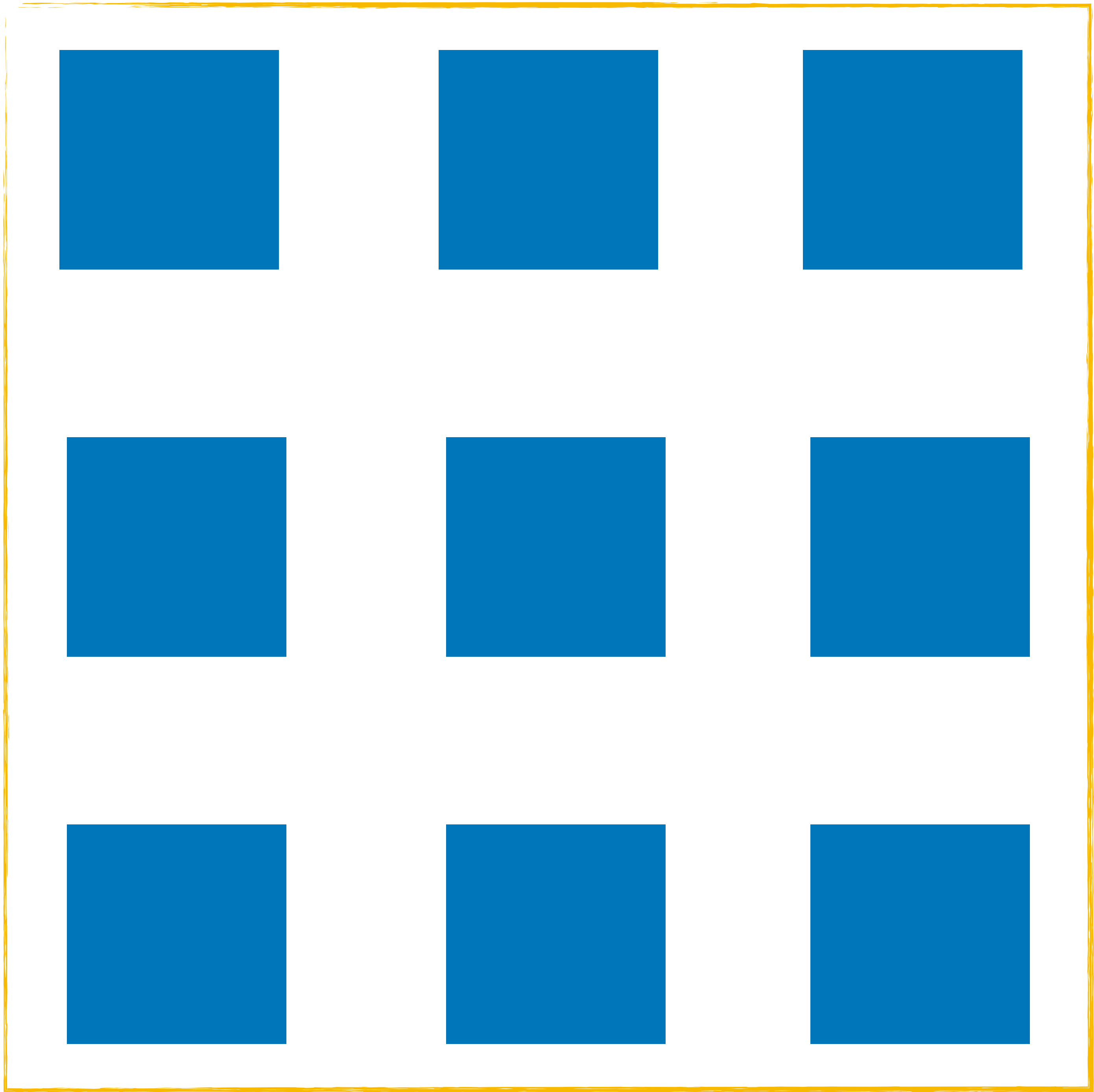


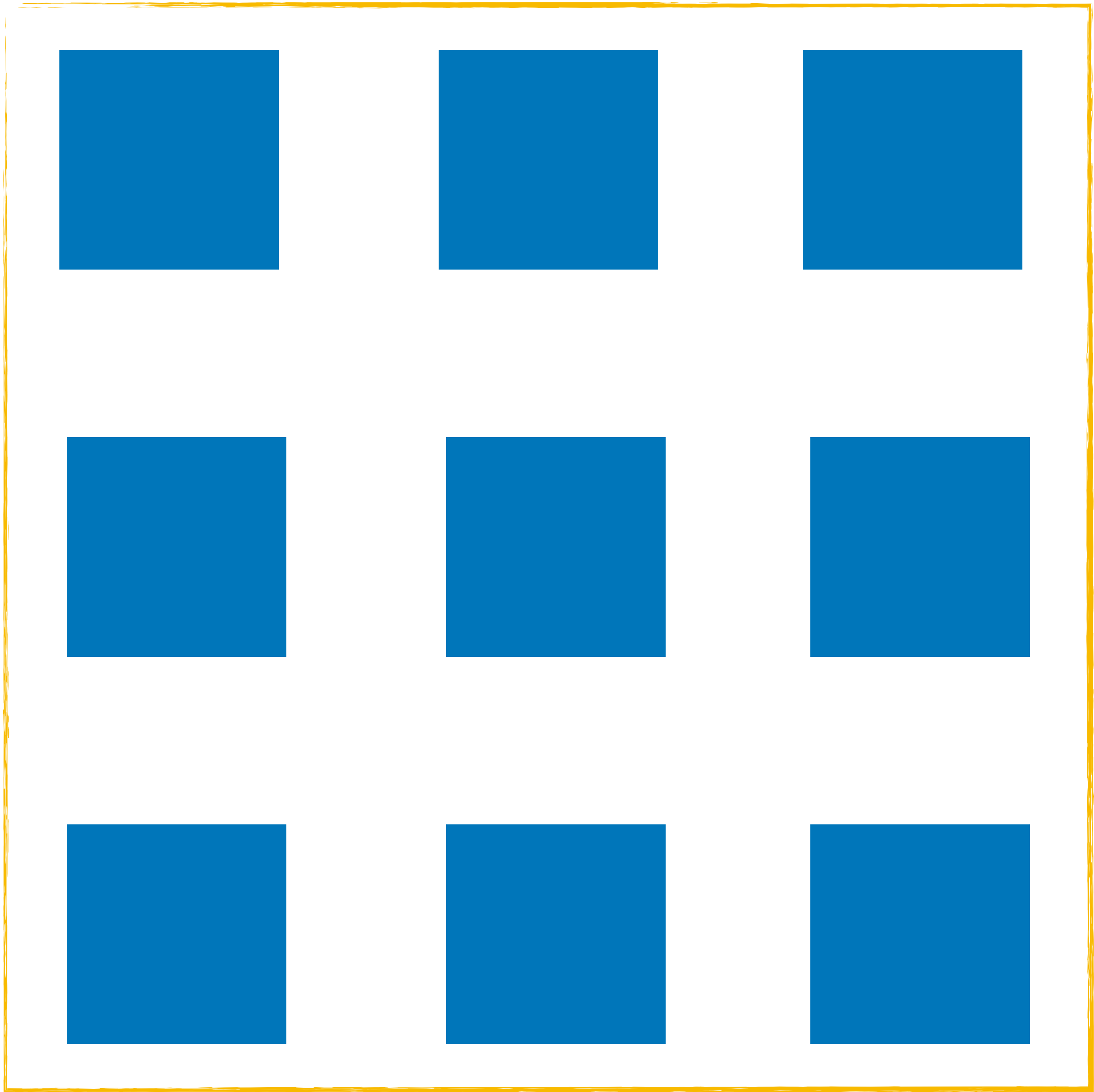


# Zo Irrationeel is Je Brein

Lunch-webinar







Mensen doen niet wat ze zeggen, en  
zeggen niet wat ze doen

---

# 5 Manieren

Hoe ons Irrationele Brein  
ons Voor de Gek Houdt



UNRAVEL



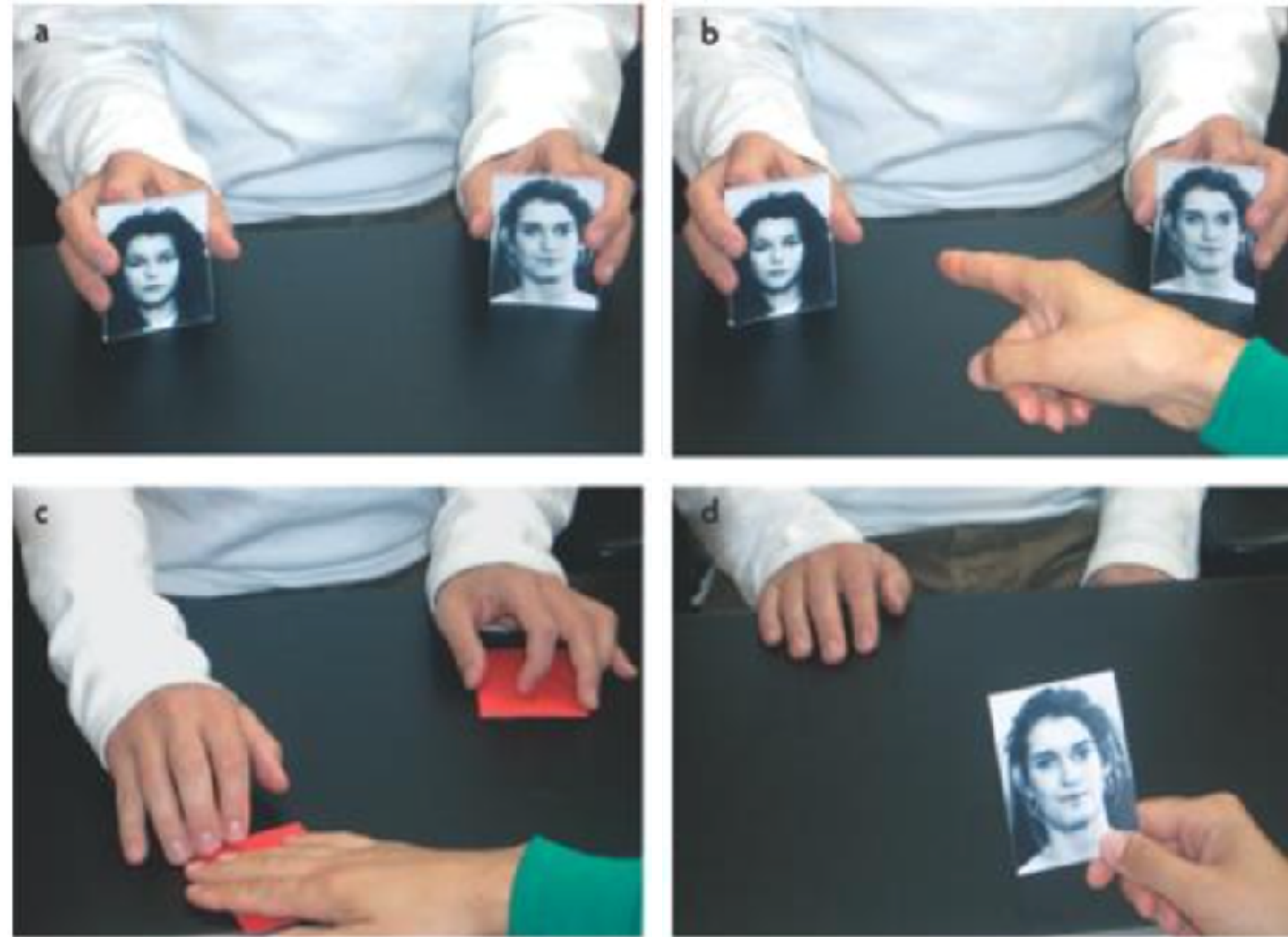
# 1

## Choice Blindness



# Hoe goed ken je je voorkeuren?

---



**13%** had dit door







Effectief?



Effectief?



**SUPERIOR CLEANING**  
WITH 0,01MM BRISTLES



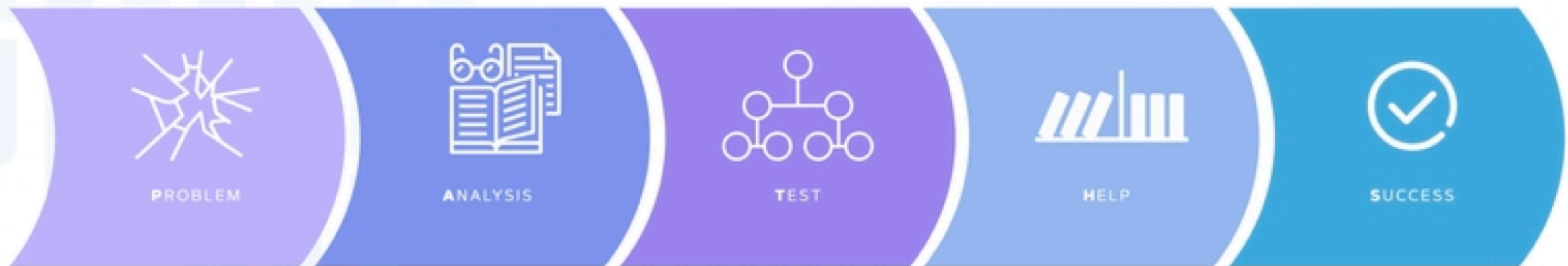
**100%**  
RECYCLED PLASTIC



**100%**  
RECYCLABLE

# Gevolgen voor gedragsbeïnvloeding

---



Ontleed het probleem.

Breng mogelijke drivers van gedrag in kaart met literatuur en aanvullend onderzoek.

Ontwikkel een procesmodel en test of deze standhoudt middels literatuur en aanvullend onderzoek.

Stem de interventie af op de dominante drivers. Bepaal kanaal, methode en strategie. Pre-test indien mogelijk.

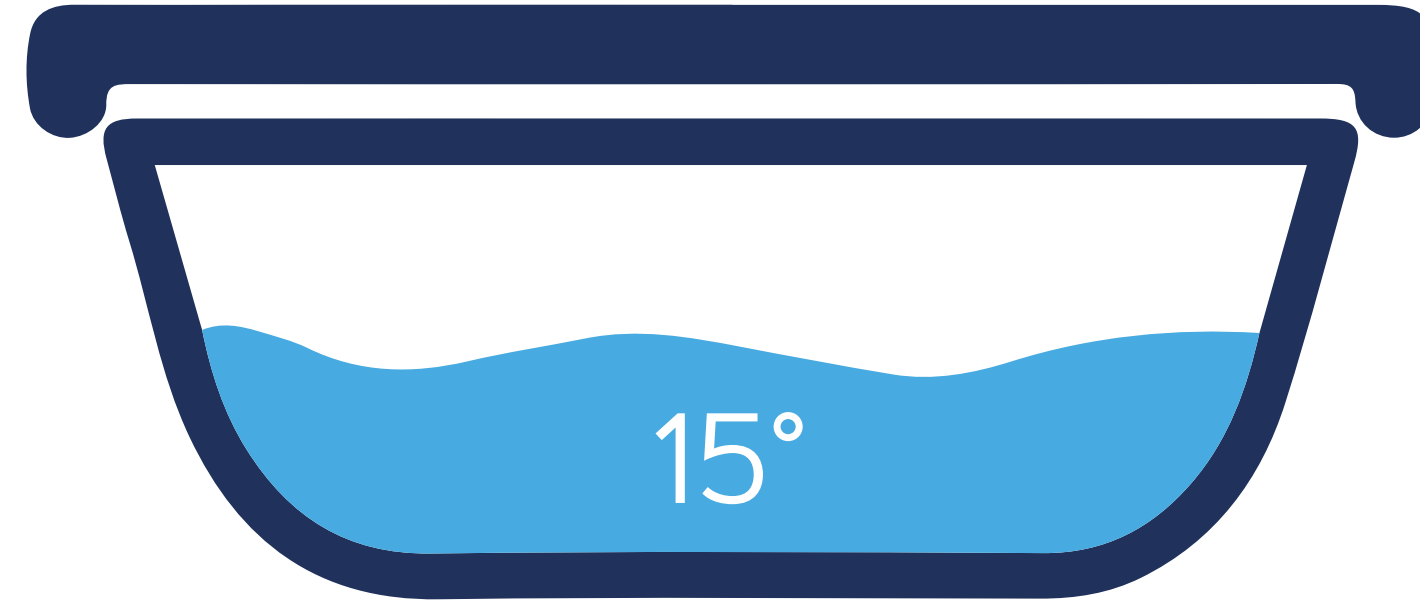
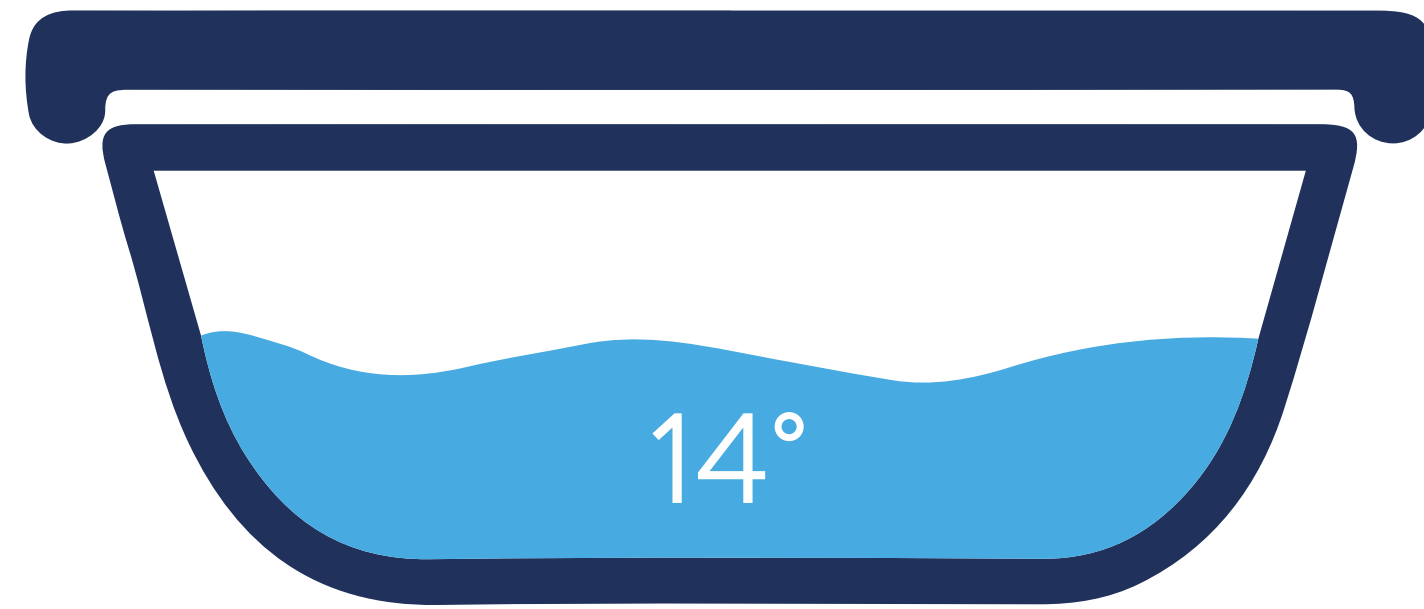
Beoordeel het succes van de interventie middels gedragsonderzoek of andere data.

---

# 2

## De Peak-End Rule





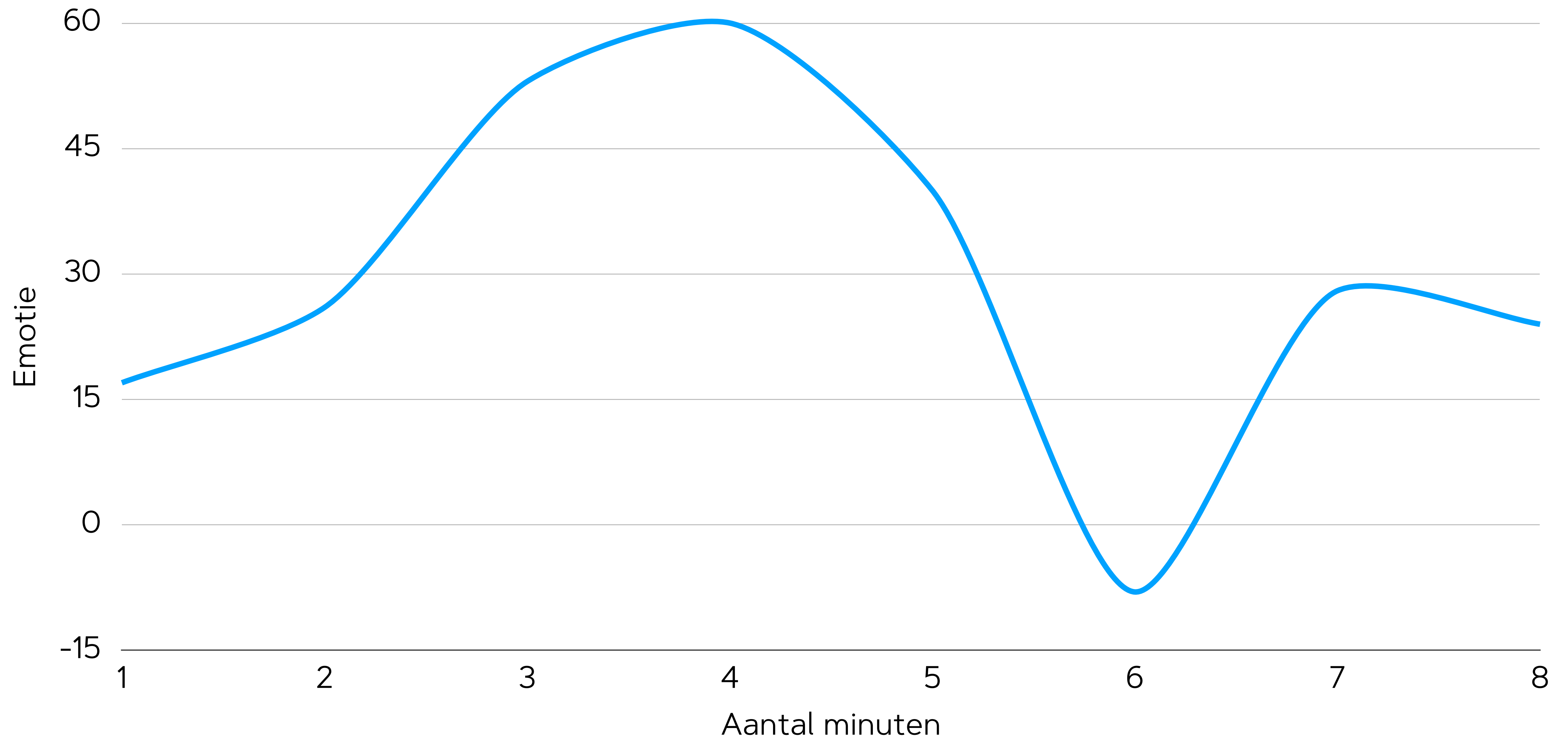
## Trial 1

60 sec in 14°

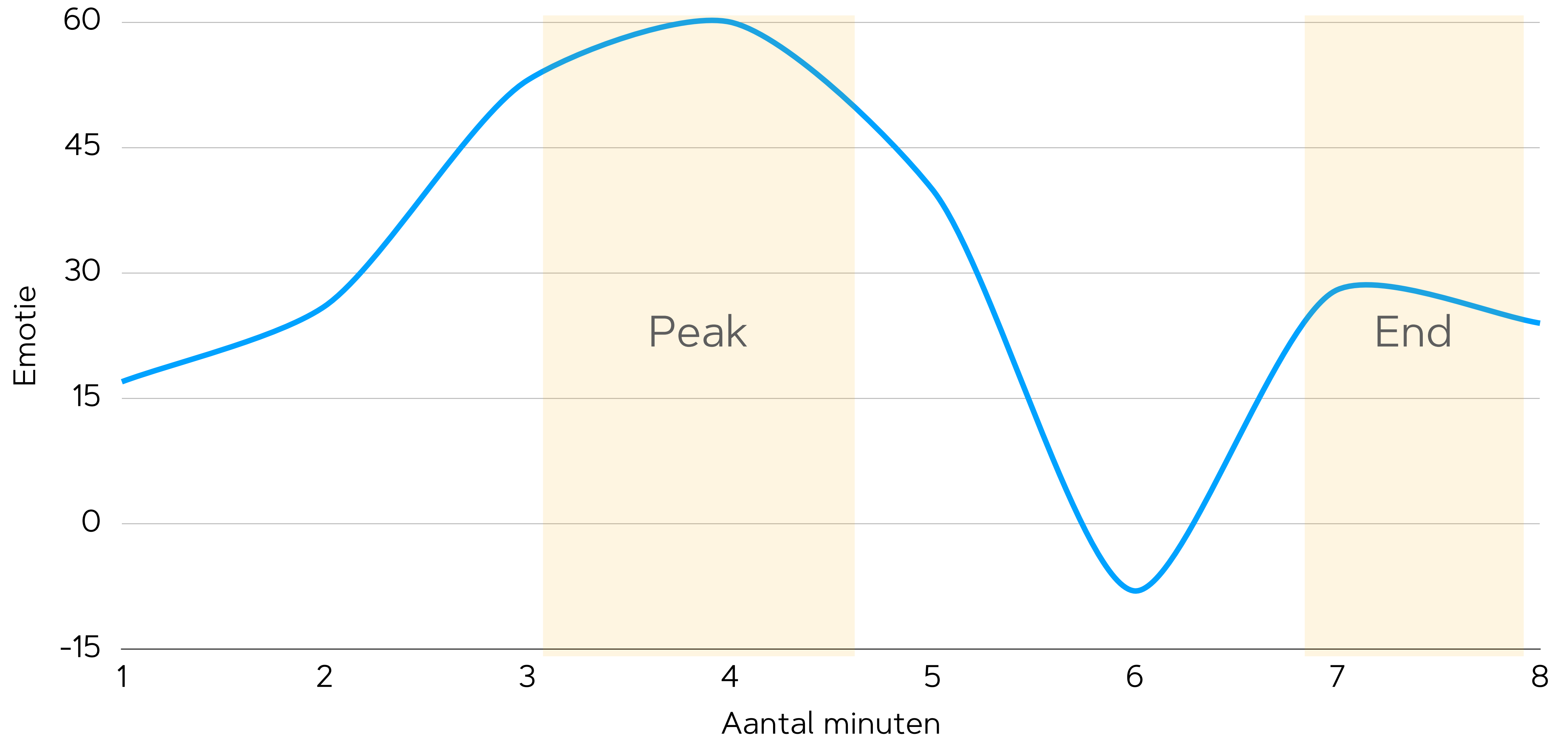
## Trial 2

60 sec in 14°

30 sec in 15°







# Slecht toetje of slecht voorgerecht?

---



# Je vakantie in het water

---



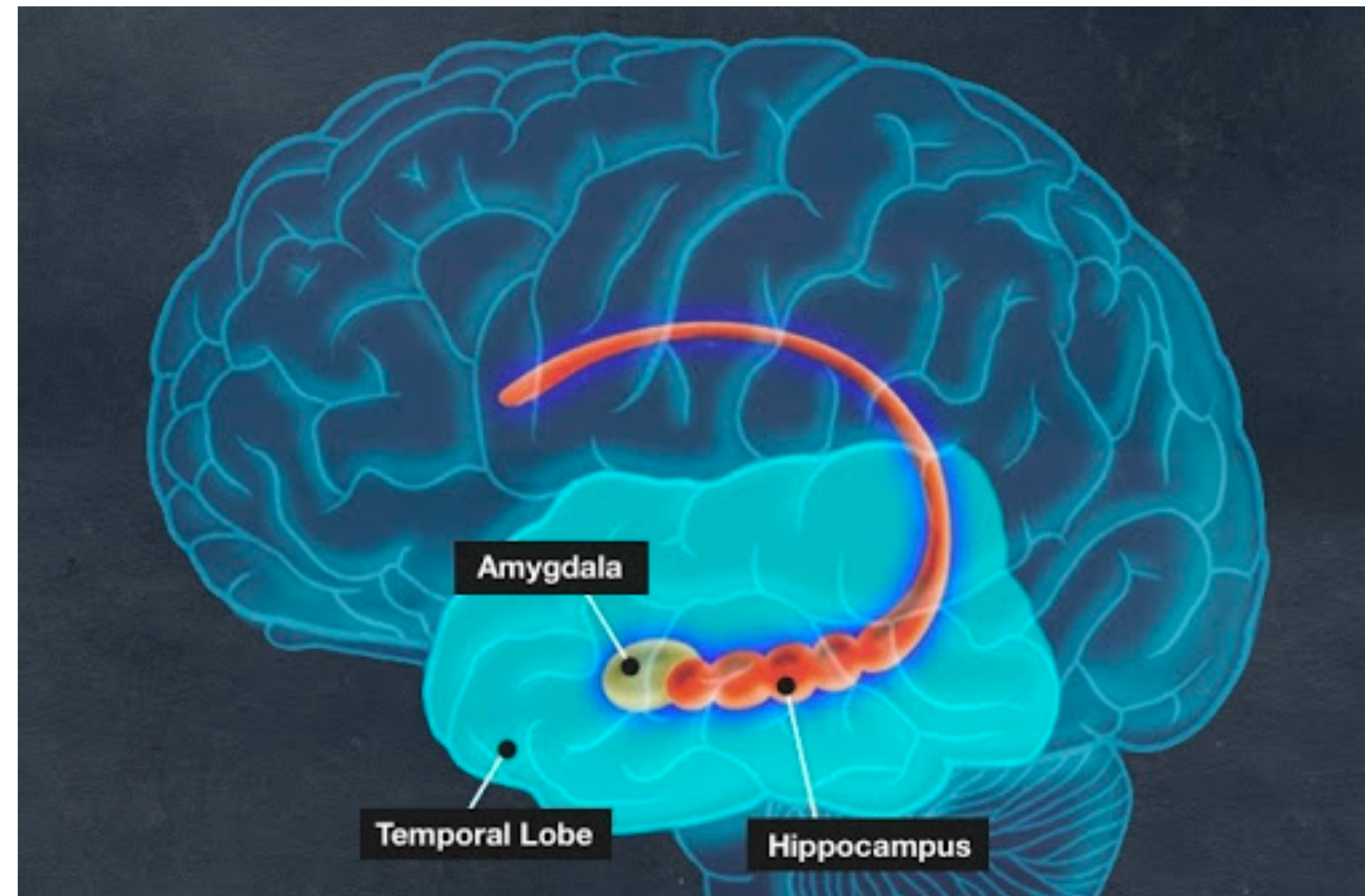
# Warme herinneringen bij IKEA

---



Amygdala

Labeling geheugen



Hippocampus

Formatie geheugen

Consolidatie van geheugen

Hamann, S. (2001). Cognitive and neural mechanisms of emotional memory. *Trends in cognitive sciences*, 5(9), 394-400.

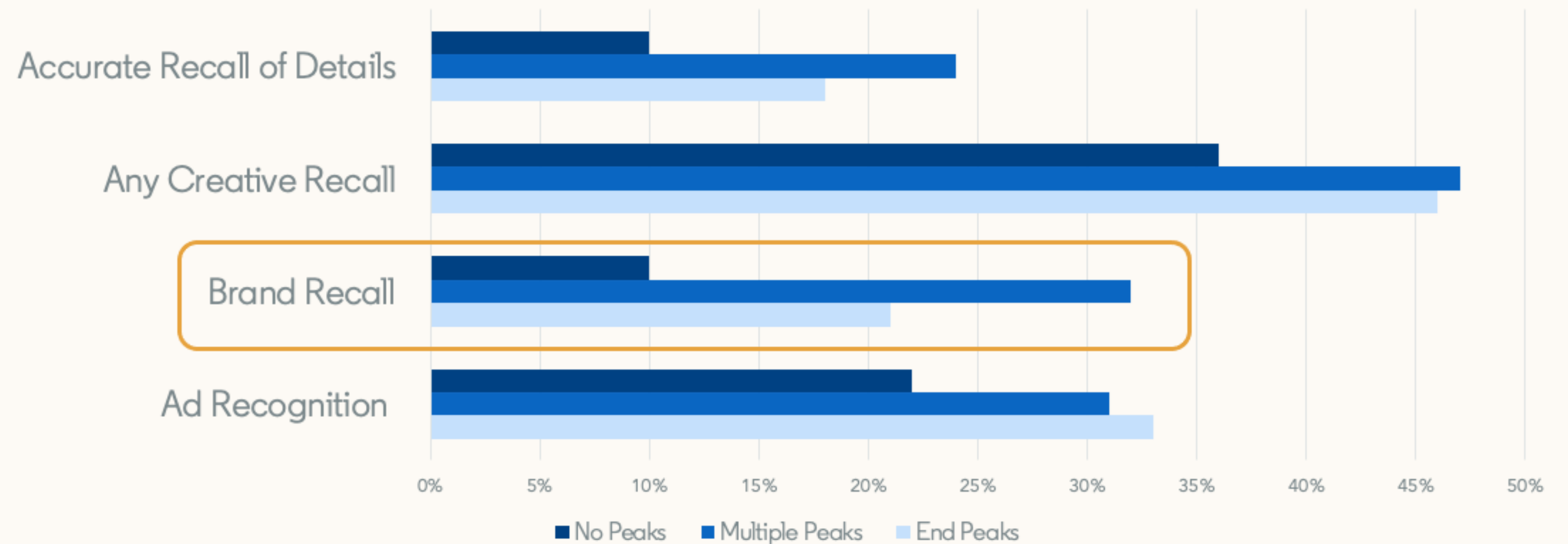
Cahill, L., Babinsky, R., Markowitsch, H. J., & McGaugh, J. L. (1995). The amygdala and emotional memory. *Nature*, 377(6547).



## 2. Labelling

Reclames met tenminste één piek blijven significant beter hangen

Ad Effectiveness of Emotional Peaks



Source: [Affectiva](#); Unruly

The B<sup>2</sup>B Institute A LinkedIn think tank

---

# 3

## Labelling & Groepsinvloeden





## 2. Labelling

---



### Nieuw sociaal vangnet

- \$800,- per maand voor gezinnen met één kind
- +\$200 per maand per kind
- Zorgverzekering
- Training job skills
- Subsidie op wonen en kinderopvang



Cohen, G. L. (2003). Party over policy: The dominating impact of group influence on political beliefs. *Journal of personality and social psychology*, 85(5), 808.

## 2. Labelling



### Nieuw sociaal vangnet

- \$800,- per maand voor gezinnen met één kind
- +\$200 per maand per kind
- Zorgverzekering
- Training job skills
- Subsidie op wonen en kinderopvang



"95% van het Republikeinse huis ondersteunt het beleid. Ze vinden de wetgeving voldoende vangnet biedt, zonder ondermijning van de basale arbeidsethos en gevoel van persoonlijke verantwoordelijkheid."

Cohen, G. L. (2003). Party over policy: The dominating impact of group influence on political beliefs. *Journal of personality and social psychology*, 85(5), 808.

## 2. Labelling



### Nieuw sociaal vangnet

- \$400,- per maand voor gezinnen



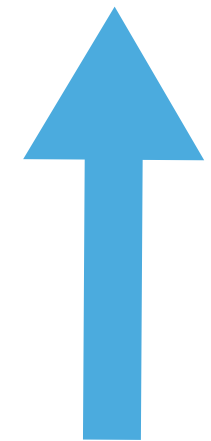
"95% van het Democratische huis ondersteunt het beleid. Ze vinden de wetgeving eindelijk een handreiking doet naar mensen die het nodig hebben."

Cohen, G. L. (2003). Party over policy: The dominating impact of group influence on political beliefs. *Journal of personality and social psychology*, 85(5), 808.

**WHEN IN DOUBT  
FOLLOW THE CROWD**



46%



## Verkeerde sociale informatie

---

- Onder- of overschatten van gevaar (campus) **Binge drinking**



---

# 4

## Paradox of Choice



# The Paradox of Choice

(Iyengar & Lepper, 2000)





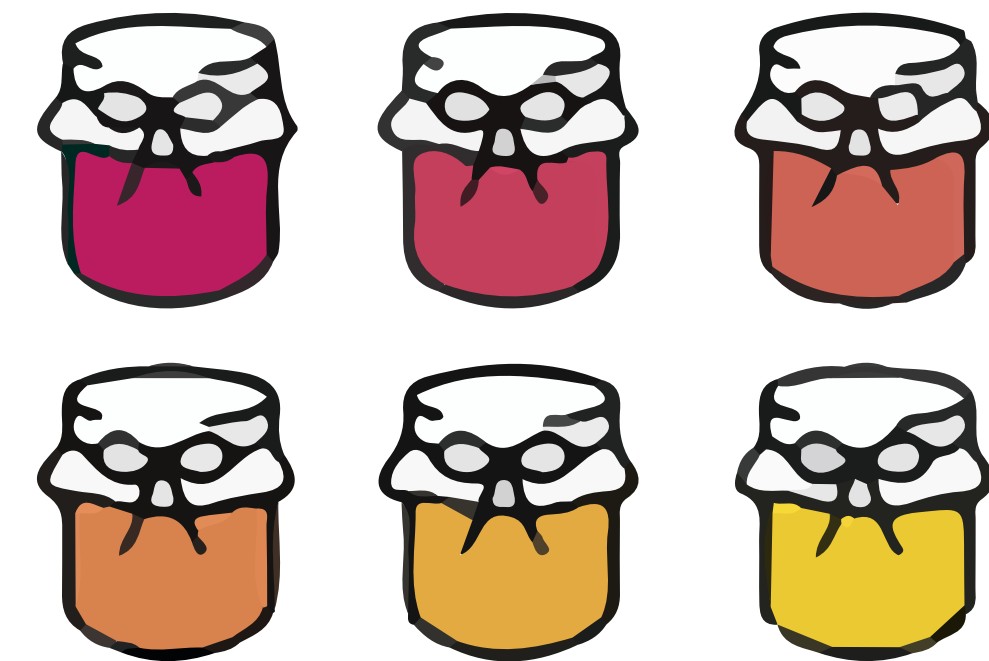
## The Paradox of Choice

---



**24 Opties**

Trekt 60% van de klanten aan.  
3% koopt iets



**6 Opties**

Trekt 40% van de klanten aan.  
30% koopt iets

# Minder producten, meer sales

Osnos (1997)



# Minder producten, meer sales

Osnos (1997)



10%



meer omzet

## Oplossing in de winkel? Slim snijden

---

- Broniarczyk, Hoyer, and McAlister (1998) verwijderde de 50% slechtst verkopende artikelen in 6 categorieën
- Klanten hadden niks door qua variatie, maar kozen wel veel sneller en vonden het prettiger winkelen. Totale sales gaat omhoog (Boatwright and Nunes, 2001)
- Mensen hebben niks door zolang hun favoriete producten en totale categorie-ruimte gelijkblijven (Broniarczyk et al., 1998)

# Oplossing in gedrag? Het default effect

- ▶ Automatische deelname vanuit werkgever (opt-out)
- ▶ Safe More Tomorrow (SMART): Een percentage van loonsverhoging gaat naar pensioen
- ▶ Extra effectief bij de groepen die het minst opzij zetten: jongeren en lage inkomens

**Table 1**

Total opt-out rates for 2017 *Ahorra+* program by salary group, gender, and age.

All workers	22.0%
<i>By salary groups</i>	
Low salary (< €27,000)	30.4%
Lower-intermediate salary (€27,000–€37,200)	29.6%
Upper-intermediate salary (€37,201–€51,000)	26.5%
High salary (> €51,000)	8.5%
<i>By gender groups</i>	
Men	23.5%
Women	21.0%
<i>By age groups</i>	
Less than 35 years	46.1%
From 36 to 45 years	20.2%
From 46 to 55 years	11.4%
More than 55 years	0.0%

Thaler and Benartzi (2004)

García, J. M., & Vila, J. (2020). Financial literacy is not enough: The role of nudging toward adequate long-term saving behavior. *Journal of Business Research*.

---

# 5

Inertia



UNRAVEL

**Hoeveel % van restaurant  
reserveringen is no-show?**

20%



# Commitmentboosters in restaurants

---

- ▶ "Wilt u ons opbellen als u onverhoopt moet afzeggen?"
- ▶ No-show van 30% naar 10%



# Commitmentboosters in verkiezingen

---

- ▶ USA Verkiezingen: "Gaaf u morgen stemmen?"
- ▶ Opkomst van 61% naar 86%



# In Nederland. Benadruk vrijheid



Controle

Test

## Veldexperiment dag voor en na verkiezingen

- Opkomst steeg van 74% naar 82%
- (landelijke opkomst was trouwens 58%)

+ 11%

# Take-Aways: Je Irrationele Brein

---

- ✓ **We doen niet wat we zeggen, en zeggen niet wat we doen.** Gedrag is grotendeels onbewust gedreven. Beïnvloeding en meting van bewust gedrag is zelden zinvol.
- ✓ **Onderzoek.** Dit is uitdagend voor onderzoek naar consumentengedrag en impact van gedragsinterventies. Intentie is van beperkte waarde. Neuro en gedragsobservatie/meting biedt uitkomst.
- ✓ **Beïnvloeding.** Speel in op onbewuste drivers, of verklein de kloof tussen intentie en gedrag met commitments.