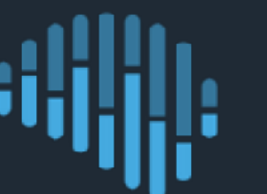




Nudging en Veiligheid

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-gedragsverandering-voor-veiligheid>

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. Ingrediënten voor een effectieve nudge

Het EAST principe

- 1. Easy:** Een nudge moet makkelijk uit te voeren zijn. Hoe makkelijker gewenst gedrag gemaakt wordt en hoe moeilijker ongewenst gedrag gemaakt wordt, heeft veel invloed op of het daadwerkelijke gedrag uitgevoerd wordt. Bijvoorbeeld het simpelweg weghalen van cash in bussen, leidt tot minder diefstal in bussen.
- 2. Attractive:** De aantrekkelijkheid van een nudge heeft vaak onbewust invloed op ons gedrag. Door bijvoorbeeld de toevoeging van kunst wordt op een onbewuste wijze het gewenste gedrag gestimuleerd.
- 3. Social:** De rol van mensen blijkt ontzettend groot te zijn en heeft heel veel invloed op gedrag. We laten ons heel sterk beïnvloeden door andere mensen. Bijvoorbeeld als we aangekeken worden. Op het moment dat we aangekeken worden, worden we even bewust van onze eigen normen en waarden en zullen we hier ons eerder naar gedragen.
- 4. Timely:** De timing van een nudge, maar ook de timing waarin gedrag plaatsvindt zijn erg belangrijk om het gewenste gedrag te stimuleren. Het is van belang dat op de juiste momenten de aandacht gevestigd wordt op de juiste informatie.



Inzicht #2. **Publiek commitment en labeling werken**

Het publiekelijk tonen van commitment voor een bepaalde vorm van veiligheid vergroot voor jezelf de kans dat je het ook daadwerkelijk doet. Hoe openlijker je laat weten dat je het wilt gaan doen, hoe groter de kans wordt dat je het gaat doen.

Daarnaast kan er door middel van de labeling techniek gezorgd worden dat mensen het gewenste gedrag uitvoeren. Door te laten zien dat mensen het goede gedrag vertonen, zorgt dit ervoor dat anderen ook het gevoel hebben dat zij het goede willen gaan doen.



**MAMA HEEFT
BELOOFD ME ALTIJD
VAST TE KLIKKEN**

BELOOF HET OOK OP
BELOOFD.be

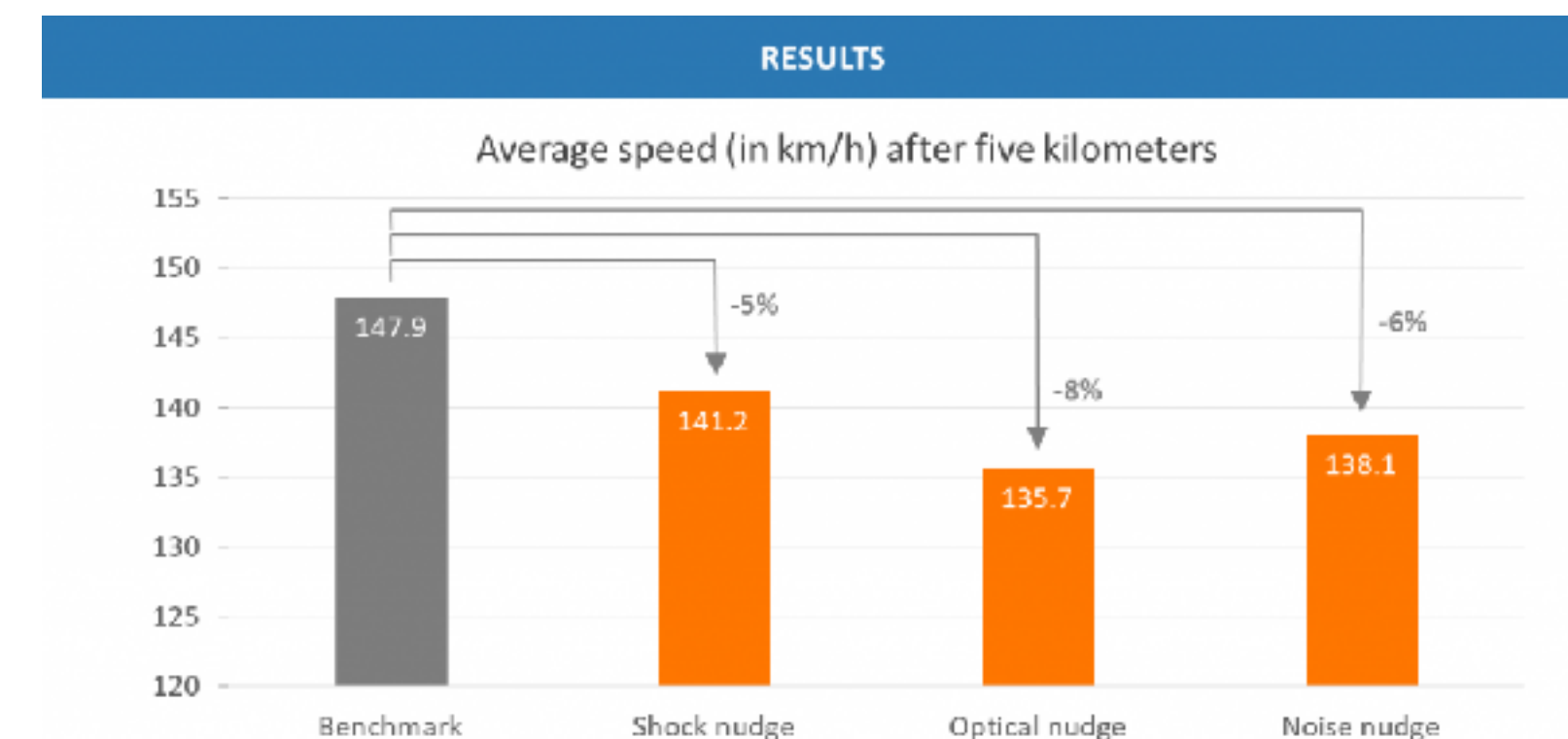
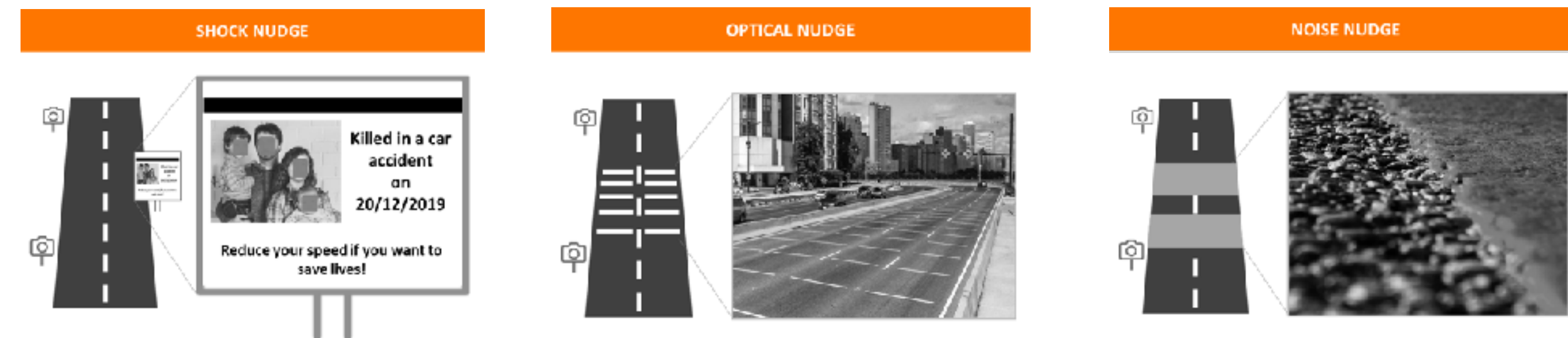
V.V. De Peeters 2019/2020 10 2000 Meters

Inzicht #3. Optische nudge voor snelheid reductie

Een optische nudge, zoals de strepen op de weg, blijkt het meest effectief om snelheid op wegen te reduceren ten opzichte van een shock en een geluid nudge. De onbewuste verwerking van de strepen op de weg bij de optische nudge zorgen ervoor dat automobilisten hun snelheid het meest aanpassen. Deze optische nudge heeft zelfs meer effect dan de shock nudge, waar er voornamelijk ingespeeld wordt op het emotionele aspect. Dit kan komen omdat we bij het zien van de strepen het gevoel hebben dat er iets aan komt.

De shock nudge roept de vraag op of de plek en de timing wel goed zijn voor deze nudge. Zo zijn factoren als motivatie en capaciteit om een bord te lezen hier zeer belangrijke aspecten om te overwegen. Wanneer mensen dus niet de tijd hebben om die emotie van de shock te voelen blijkt dat het resultaat ook minder is.

Uit deze studie valt te concluderen dat de meest onbewuste nudges, de optische nudge en de geluid nudge, het meest effectief blijken voor de snelheid reductie van automobilisten. Dit valt mogelijk te verklaren doordat de visuele en auditieve complexiteit bij deze twee nudges in een bepaalde maat verhoogt worden, waardoor mensen afremmen.



Inzicht #4. De beïnvloeding van wachttijdperceptie

Mensen hebben een hekel aan wachten. Helaas kan er soms niks gedaan worden aan het feit dat we moeten wachten. Wel kan, op het moment dat we weten dat we moeten wachten, de perceptie van de wachttijd beïnvloed worden.

We vinden het over het algemeen frustrerend als het doel wel inzicht is, maar we dit doel nog niet te bereiken is. Op het moment dat we kunnen zien dat het doel dichterbij komt, dus in dit geval het aftellen van de wachttijd, dan voelt het als minder lang. Dat terwijl de wachttijd dan niet veranderd.



Inzicht #5. Hoe het veiligheidsgevoel optimaliseren?

Er zijn verschillende factoren die invloed hebben op de subjectieve veiligheid, de veiligheid die we zelf ervaren. Soms kan een omgeving objectief onveilig zijn, door bijvoorbeeld cijfers die bekend zijn over de onveiligheid op een plek. De veiligheid die we zelf ervaren, de subjectieve veiligheid, kan hier echter wel van verschillen. Het gevoel van veiligheid kan namelijk door een aantal aspecten groter worden.

De schoonheid van de omgeving kan het gevoel van veiligheid vergroten. Als iets schoon gehouden wordt, is dit automatisch een omgeving waarin we ons veiliger voelen. Dit kan je vaak vrij makkelijk in verschillende omgevingen implementeren. Het kan er soms zelfs voor zorgen dat hierdoor de objectieve veiligheid ook beter wordt, omdat een veilige omgeving weer veilig gedrag oproept.

Geluid blijkt ook een rol te spelen bij het veiligheidsgevoel. Zo kan bijvoorbeeld muziek, voornamelijk vocale muziek, automatisch en dus onbewust voor een veiliger gevoel zorgen. Het horen van de stemmen in de muziek zorgt ervoor dat we denken dat er mensen zijn en we ons veiliger voelen. Naast muziek kunnen ook andere geluiden zorgen voor meer veiligheidsgevoel. Zoals audio in auto's als waarschuwing. Als we voornamelijk op het visuele gericht zijn, kan de audio weer zorgen voor aandacht voor de elementen die het nodig hebben.



Inzicht #6. **Bewustwording door spiegels**

Wat in lijn ligt met het sociale aspect van het EAST-principe, is het aankijken van jezelf. Naast dat anderen je aankijken, kan ook de toevoeging van spiegels je bewust maken van gedrag. Met de toevoeging van spiegels zijn mensen zich bewuster van hun eigen gedrag en vertonen zij minder agressief gedrag.

Wel is hierbij goed om te realiseren dat dit niet per definitie werkt. Het is altijd belangrijk om de drijfveren van het huidige gedrag te achterhalen om een juiste nudge of interventie te ontwikkelen.



Inzicht #7. Hoe ontwikkelen we de juiste interventie?

Het grootste probleem met veel interventies is dat het verkeerde gereedschap gebruikt wordt voor het probleem. Als jij aan de slag wil gaan met nudging is het altijd belangrijk om te kijken met wat voor probleem we te maken hebben en waar het gedrag vandaan komt. Juist omdat mensen zo irrationeel zijn.

Zelf gebruiken wij het PATHS model, een model uit de sociale psychologie. Die simpelweg begint met een probleemanalyse, waar je goed gaat kijken welke psychologische factoren een rol spelen. Zijn dit rationele factoren of zijn het emotionele factoren. Vervolgens kan je dit in een model zetten en kijken wat belangrijk is en wat er daadwerkelijk zin heeft. Wij maken hier een driver analyse voor. We willen hiermee in kaart brengen wat het gewenste en ongewenste gedrag activeert en blokkeert. Vervolgens kunnen we op basis van die factoren daadwerkelijk een interventie ontwikkelen en de impact hiervan te maximaliseren.

We doen op verschillende manieren onderzoek naar de drivers van mensen. Enerzijds kijken we naar gedrag, door middel van observaties en interviews. Altijd zoveel mogelijk in de context van het gewenste gedrag, dus hoe en waar het gedrag plaats zou vinden. Deze observaties en interviews en vullen we vervolgens aan met literatuuronderzoek.

Goed onderzoek levert vaak veel meer beïnvloeding op.



Key Take-Aways

- ✓ **Waarom voldoet een goede nudge?** Easy, Attractive, Social, Timely
- ✓ **Maak gebruik van literatuuronderzoek** Wat werkte eerder al en wat niet?
- ✓ **Breng probleem in kaart** Start met de driver analyse. Welke factoren kun je er nu al in zetten? → dan pas de interventie

Bedankt voor je aandacht!

Meer weten over Nudging en Veiligheid?



Bespreek de mogelijkheden met Tim, onze mede-oprichter

👉 Een online afspraak plannen

← Klik hier om een online afspraak te plannen