

Langdurig gedrag veranderen?

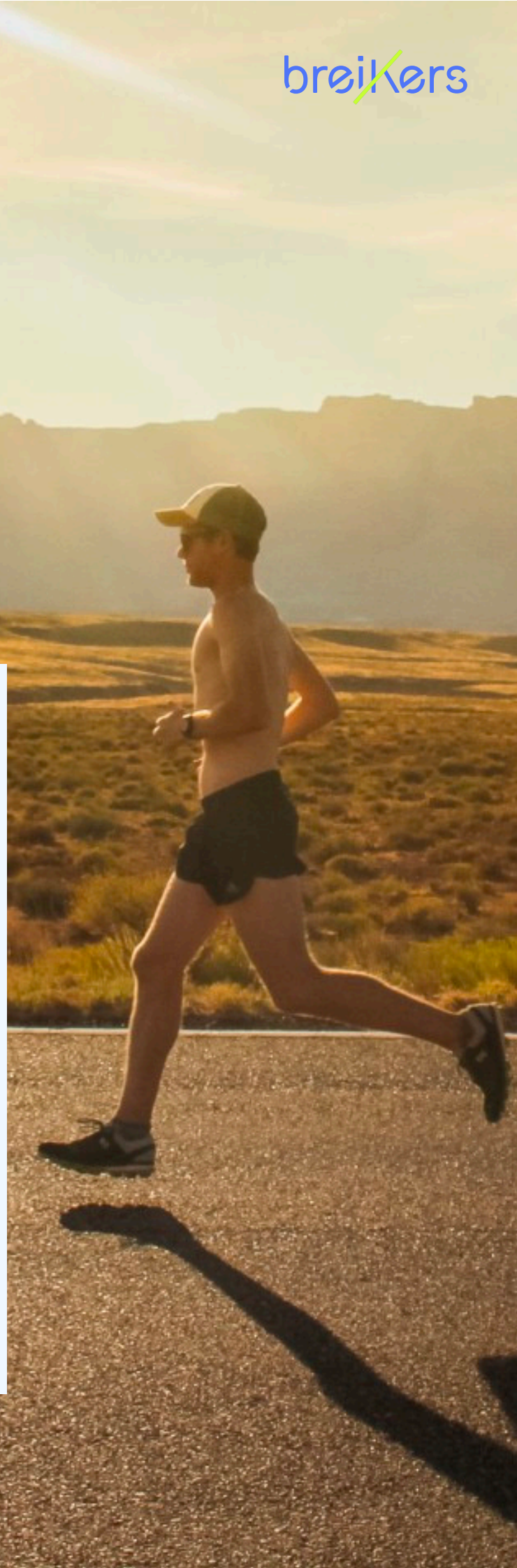
Gebruik deze drie
beïnvloedingstechnieken!

Geschreven door Dirkje van der Ven, gedragsexpert bij Breikers

Langdurig gedrag veranderen

Gedrag eenmalig beïnvloeden met communicatie is één ding, maar langdurig gedrag beïnvloeden is een vak apart. Veel pogingen om gedrag te veranderen werken slechts tijdelijk. Technieken om gedrag te veranderen zijn namelijk nog niet direct ook technieken om mensen te motiveren dit gedrag op de lange termijn vol te houden. De kern van succesvolle gedragsverandering zit in het weten wanneer je welke techniek inzet. Zo zijn er snel toepasbare technieken die op korte termijn veel opleveren, maar zijn er ook juist technieken die wat meer geduld vragen en uiteindelijk meer opleveren. Dit zijn vaak de strategieën die inzetten op een langetermijnverandering.

In deze whitepaper behandelen we drie beïnvloedingstechnieken om in te zetten op duurzame, structurele gedragsverandering.



1. Spreek het juiste type **motivatie** aan

Een populaire techniek voor gedragsverandering is motiveren. Dat kan bijvoorbeeld door het belonen van je doelgroep met geld of cadeaus. Dit noemen we ook wel extrinsieke motivatie: het belonende gevoel komt van 'buiten'. Hoewel dit zeker op de korte termijn enorm goed werkt, schuilt hierin ook een gevaar. Wat gebeurt er namelijk als we de beloning stopzetten? Dan stopt vaak automatisch ook het bijbehorende gedrag. Tenzij we dus een eindeloze stroom aan geld en cadeaus inrichten (wie biedt?) komen we daarmee niet tot een structurele verandering.

Een wat meer kansrijke strategie is daarom het inzetten op intrinsieke motivatie. Bij intrinsieke motivatie komt de beloning (zoals de naam al doet vermoeden) van 'binnen'. We ervaren een positief gevoel bij het vertonen van het gedrag, dat ontstaat vanuit een intrinsieke waarde. Intrinsieke motivatie stimuleer je bijvoorbeeld door mensen aan te sporen zelf argumenten te verzinnen. Als je een doelgroep wil motiveren om te stoppen met roken vraag je bijvoorbeeld:

"Wat is voor jou een reden om te stoppen met roken?". Deze techniek noemen we ook wel zelfovertuiging. Een eenvoudig toe te passen techniek, die in de wetenschap keer op keer effectief is gebleken.

Een andere – iets complexere – gedragstechniek is om in te zetten op waardegedreven gedrag. Hiervoor is het belangrijk om eerst onderzoek te doen naar de waarden van jouw doelgroep. Vervolgens koppel je dit aan het concrete gedrag dat je van ze wilt zien. Je ontwerpt bijvoorbeeld als communicatieprofessional een campagne om diversiteit op de werkvloer vergroten. Je stelt medewerkers eerst de vraag wat zij belangrijk vinden. Als medewerkers veel waarde hechten aan creativiteit en innovatie kun je laten zien hoe het concrete gedrag hieraan bijdraagt. Bijvoorbeeld: *"Zie je dat een collega weinig zegt tijdens een vergadering? Stel diegene dan eens een open vraag. Onderzoek laat zien dat vergaderingen – waarin iedereen ongeveer evenveel spreektijd heeft – leiden tot creatievere oplossingen."*

Extra tip: combineer dit met zelfovertuiging. Bijvoorbeeld: *"Hoe draagt een divers team volgens jou bij aan creativiteit?"*

2. Besteed aandacht aan **beleving**

Een andere manier om intrinsiek te motiveren is inzetten op een positieve beleving van het nieuwe gedrag. Wanneer ons brein het nieuwe gedrag koppelt aan een positieve ervaring is de kans namelijk een stuk groter dat we dit gedrag nog eens herhalen, en nog eens, en nog eens... Na voldoende herhalingen ontstaat vervolgens een nieuwe gewoonte. Het omgekeerde effect geldt hier helaas ook: na een negatieve ervaring is de kans op herhaling juist klein. Daarom werkt het stimuleren van wandelen en fietsen ook een stuk beter in de lente dan in de herfst. Doorwekt en koud op je bestemming arriveren is voor de meesten immers geen positieve beleving.

Op het weer hebben we natuurlijk geen invloed. Toch zijn er een hoop manieren om controle uit te oefenen op de beleving van nieuw gedrag. Wil je mensen bijvoorbeeld aanzetten om structureel vrijwilligerswerk te gaan doen, zorg dan dat ze bevestigd worden in het positieve gevoel dat ze hieraan overhouden. Een simpel compliment is soms al voldoende om een intrinsieke waarde te triggeren.

Zorg er vervolgens voor dat je iemand niet één keer, maar juist vaker die boost geeft om met het gedrag bezig te blijven. Dit vraagt niet alleen commitment van de persoon zelf, maar ook van jou als beïnvloeder. Je moet er immers zelf óók op de lange termijn aan blijven denken. Hierbij kan het helpen om jezelf geheugensteuntjes te geven voor de complimenten. Dat doe je bijvoorbeeld door een planning te maken voor de momenten waarop je de positieve feedback geeft.

“

Wanneer ons brein het
nieuwe gedrag koppelt
aan een positieve
ervaring is de kans
een stuk groter dat we
dit gedrag nog eens
herhalen ”

3. Koppel gedrag aan identiteit

Ga je nog een stapje verder, dan kun je het gedrag gaan koppelen aan iemands identiteit. We vertonen namelijk sneller gedrag waarvan we vinden dat het bij ons past. Iemand die zichzelf ziet als een avontuurlijk type zal eerder een berg beklimmen dan iemand die zichzelf een huismus noemt. Omdat onze identiteit over tijd relatief stabiel blijft, zal ook het bijbehorende gedrag beter blijven hangen.

Hoe je gedrag en identiteit aan elkaar koppelt? Ook dit kan in de vorm van positieve feedback. Om terug te komen op het voorbeeld over vrijwilligerswerk: met een compliment als: *“Wat goed dat je dit doet. Jij bent zeker een enorm betrokken persoon!”* koppel je het gedrag aan een persoonseigenschap. Hierdoor ‘programmeer’ je de gewoonte als het ware in iemands identiteit. Let op: het is bij deze techniek belangrijk om te weten welke identiteit de doelgroep heeft. Anders sla je mogelijk de plank mis en heeft de beïnvloedingspoging een averechts effect.

Langdurig aan de slag met gedrag

Dit waren ze! Drie beïnvloedingstechnieken die je helpen om gedrag duurzaam te veranderen. Ze vereisen wat meer geduld, bijvoorbeeld omdat je wat meer vooronderzoek moet doen óf doordat je een techniek vaker toe moet passen, maar ze zullen op termijn ook meer resultaat op gaan leveren. Het wordt tijd dat we gedragsverandering op een andere manier benaderen. Met één campagne of gedragsinterventie komen we een heel eind, maar alleen als we gedragsverandering als een continu proces beschouwen zullen we een langetermijneffect bereiken. Mix & match met deze drie technieken en zet de volgende stap naar duurzame gedragsverandering!