

Geen angst voor mindhacking

Gericht beïnvloeden of manipuleren doen we in het dagelijks leven allemaal, altijd en overal, bewust en onbewust. Ronald van Aggelen gaf er voor zijn boek en trainingen de moderne term mindhacking aan. Van mindhacking kun je als bijvoorbeeld adviseur, verkoper of manager ook bewust gebruik maken door het gedrag en de keuzes van mensen te beïnvloeden. Daarmee kun je resultaten bereiken en prestaties verbeteren.

Henk ten Have

Ronald van Aggelen kan zich goed inleven in de agrarische adviseur. Hij kwam jaren geleden namelijk zelf weleens bij melkveehouders. “Ik werkte als personeelsadviseur bij het vroegere Melkunie Holland en begeleidde adviseurs van deze zuivelcoöperatie.” Tegenwoordig werkt Van Aggelen bij EarlyBridge, een bureau in Amsterdam dat trainingen verzorgt op het gebied van klantbeleving en gedragsverande-

ring. In 2016 verscheen zijn derde boek: Mindhacking. Een handboek voor gerichte beïnvloeding. Mindhacking ligt dicht in de buurt van manipuleren, en dat woord roept bij veel mensen weerstand en angst op. Manipuleren wordt gezien als mensen in een bepaalde richting dwingen zonder dat ze er weet van hebben. “Maar manipuleren of beïnvloeden of mindhacking heeft op zich niets te maken met het uitbuiten van mensen”, vertelt Van Aggelen. “Het is een vast onderdeel van ons leven en iedereen doet het: we beïnvloeden en worden beïnvloed. In mijn trainingen en boek vertel ik hoe je manipuleren of mindhacking kunt inzetten als managementtool. Dan is het een proces om mensen van A naar B te brengen, waarbij B, het doel, van tevoren bepaald is.” In zijn boek schrijft hij: “Zodra je bewust bezig bent om doelen te behalen en daarbij anderen te beïnvloeden, ben je aan het mindhacken”. Over het doel dat je wilt bereiken hoef je niet geheimzinnig te doen. Van Aggelen: “Je kunt open zijn over wat je wilt bereiken. Daarmee geef je inzicht in het proces. Maar nog steeds is er dan sprake van mindhacking.”

Drie keuzes voorleggen

Om effectief te mindhacken noemt Van Aggelen in zijn boek vijf technieken: framing, priming, coping, choices en reinforcement. Over de techniek choices (keuzes) vertelt Van Aggelen: “De gemiddelde adviseur is geneigd om een advies te brengen met overtuiging. Maar als de andere partij een keuze

kan maken, gaat hij meer in het advies geloven dan als je hem van iets probeert te overtuigen. Dus is het de kunst om mensen niet te overtuigen, maar om ze een keuze voor te leggen. Want als mensen een keuze kunnen maken, is hun verbinding met de oplossing veel groter. Als adviseur moet je goed nadenken over welke keuzes je je klant kunt laten maken. Het best kun je drie keuzes voorleggen. Het blijkt dat mensen meestal voor de middelste keuze gaan. Het keuzeproces van je klant kun je weer beïnvloeden door perceptueel contrast toe te passen. Stel je hebt drie producten, dan begin je eerst te vertellen over het eerste en duurste product: ‘Dat is het duurst, maar levert u het meeste rendement op’. Dan zul je zien dat de verkoop van het tweede product zal toenemen omdat dat perceptueel goedkoper is. Een derde product is een referentieproduct dat het tweede product mooier en beter laat lijken. Een keuze uit drie is sowieso beter dan een keuze uit twee: in de psychologie veroorzaakt een keuze uit twee altijd een verlieservaring. Als er keuzes worden voorgesteld kan het ook gebeuren dat de klant het niet eens meer over de prijs heeft, maar alleen nog over welke keuze hij zal maken.”

Woorden en kleuren

De mindhackingstechniek framing is: het gebruik van de juiste woorden en symbolen om aan te sluiten bij de gedachtewereld en emoties van je klant. Framing is een bewust signaal dat je afgeeft. Met één woord of beeld beïnvloed je een heel denkschema. Een andere techniek is priming. Daarmee geef je signalen af die onbewust worden opgepikt door de ander. Van Aggelen: “Je draagt bijvoorbeeld de kleur blauw omdat je weet dat dat meer vertrouwen oproept dan rode kleding. Je poetst je schoenen omdat je dan geloofwaardiger overkomt. Of je komt juist met modderlaarzen bij een boer, omdat je weet dat je dan meer wordt vertrouwd dan wanneer je met glimmende schoenen aankomt.” Ook met de auto waarin je rijdt geef je een signaal af. “Ik denk dat het vrij onverstandig is om met een Porsche bij de gemiddelde veehouder te komen.” Coping betekent: hoe gaan jij en anderen met problemen om? Door dat te weten van jezelf en van anderen kun je optimaal beïnvloeden. Met de mindhackingstechniek reinforcement kan gewenst gedrag elke keer weer worden opgeroepen en versterkt, door bijvoorbeeld herhaling van de boodschap en beloning van gewenst gedrag.



RONALD VAN AGGELEN

“Mindhacking heeft niets met het uitbuiten van mensen te maken.”

Foto: EarlyBridge

Mindhacking: 5 tips

1. Voorbereiden, voorbereiden en voorbereiden. Bijvoorbeeld de keuzes die je je klant wil voorleggen, daar moet je van tevoren over nadenken.
2. Doel, focus en verbinding. Maak voor jezelf zo helder mogelijk wat je wilt bereiken en verbind je met dat doel, committeer je eraan, focus je erop, laat je niet afleiden.
3. Als je iets geeft, krijg je altijd iets terug. Maar wanneer, dat is de vraag. Dat geldt zelfs voor het halen van een kop koffie voor iemand.
4. Gebruik woorden die verstevigen wat jij wilt bereiken. (Framing)
5. Wees jezelf bewust van hoe jij met problemen omgaat. Dat is jouw manier en lang niet altijd de manier van de ander. (Coping)

Het boek Mindhacking van Ronald van Aggelen is verkrijgbaar via onder meer



Managementboek.nl en Bol.com en kost 22,95 euro.

