

Innovatie, hersenen en gedrag

Boven kamers

stowa

31 november 2016

Anjo Travaille

BOVENKAMERS

Mobiele telefoon 1999



B O V E N K A M E R S

Innovatie, hersenen en gedrag

- Is innovatie belangrijk voor mensen?
- Wordt innovatie aangemoedigd in organisaties?
- Als innovatie iets oplevert, doen mensen dan massaal mee?
- Kan je mensen met de juiste argumenten aanzetten tot gebruik van innovaties en duurzamer gedrag?

Meestal niet als je kijkt naar de hersenen

BOVENKAMERS

Wat is het effect?







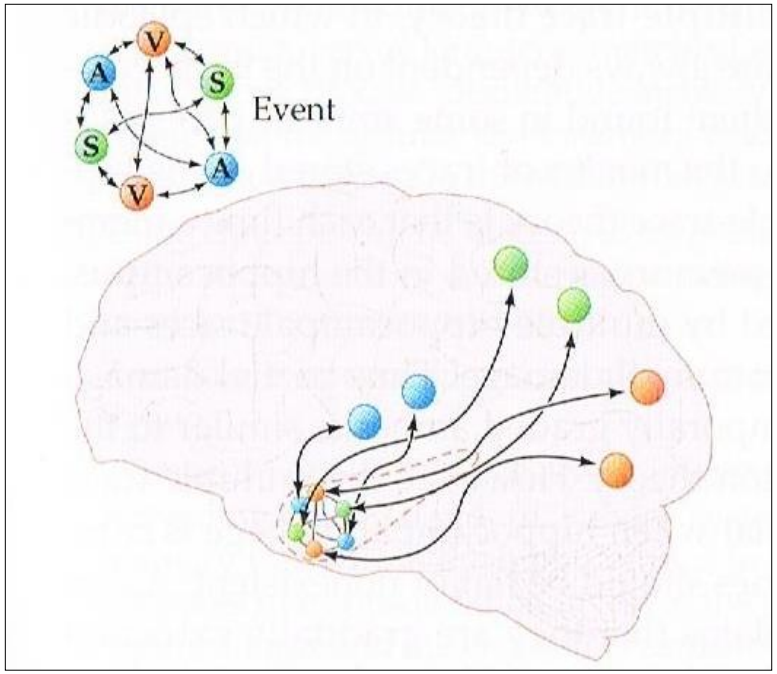
B O V E N K A M E R S

Wat is het effect?

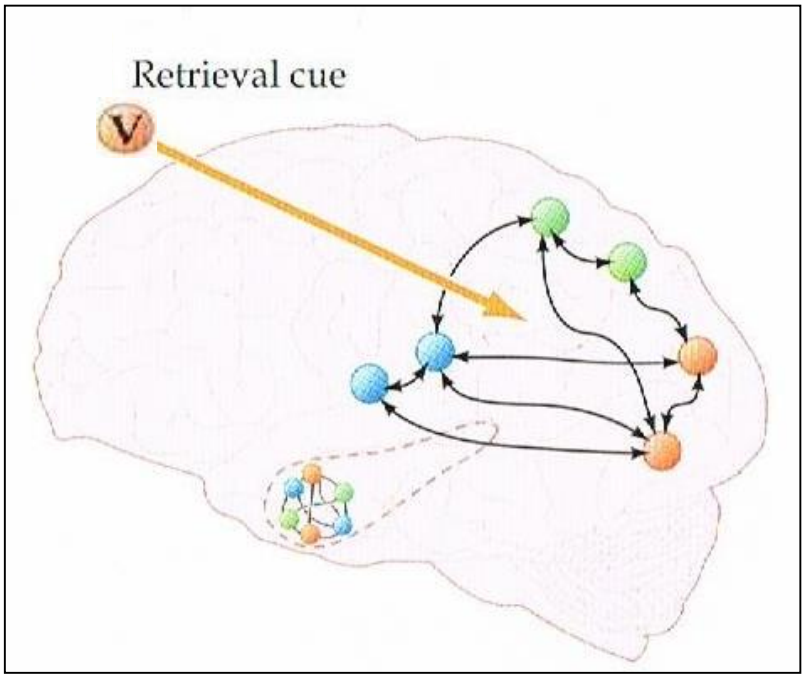


B O V E N K A M E R S

Prikkel-actie



Opslaan



Activeren

BOVENKAMERS

Wat is het effect?



BOVENKAMERS

Onbewuste verwerking van informatie



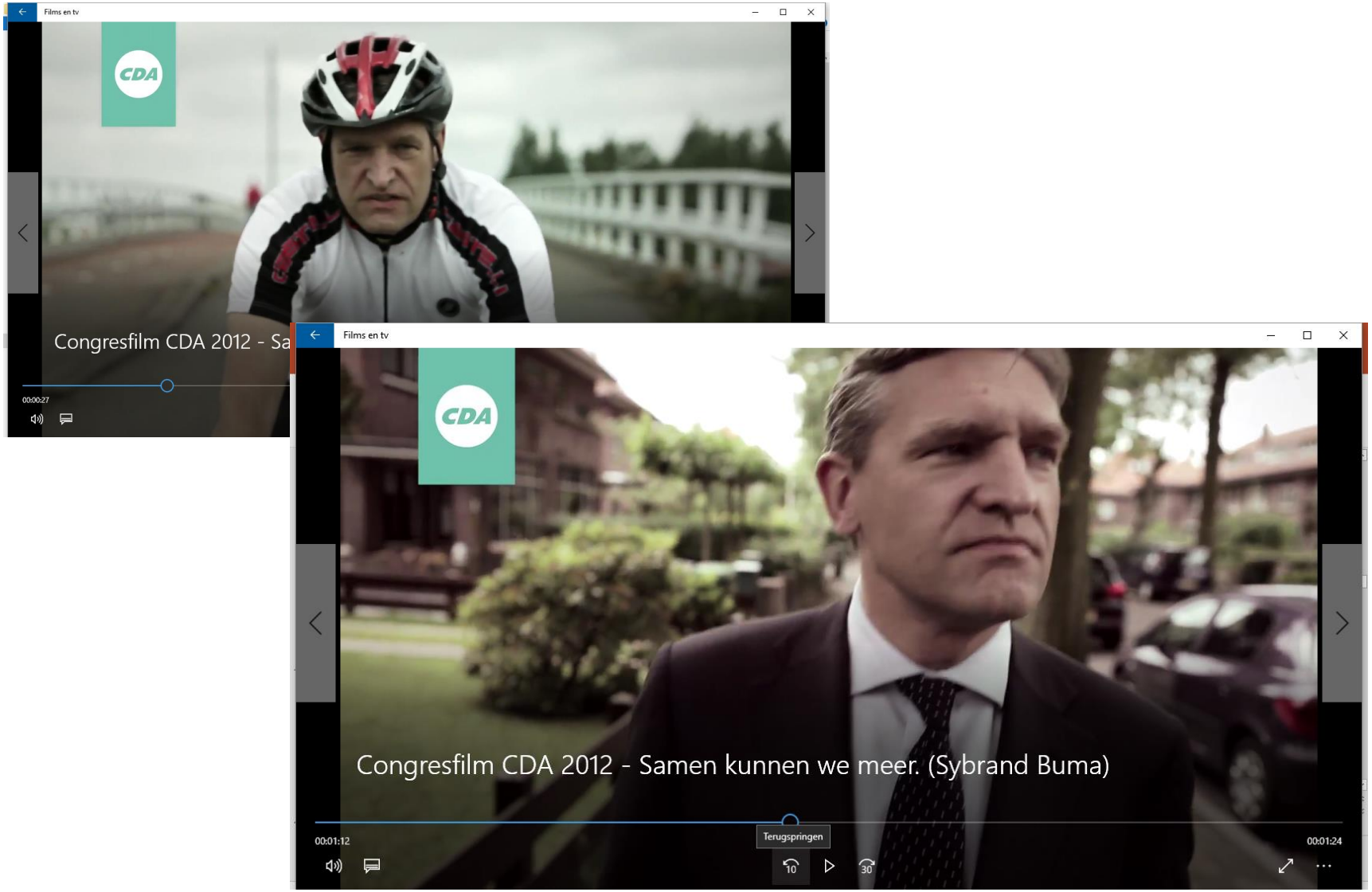
BOVENKAMMERS

Wat is het effect?



BOVENKAMERS

Wat is het effect?



BOVENKAMMERS

Wat is het effect?



Najaarsschouw
Vanaf de derde maandag van oktober controleren we of de sloten vrij zijn van riet, biezen, flap en kroos.

B O V E N K A M E R S

Innovatie =

Een nieuw idee …

… dat in productie is genomen

Kernvragen:

A. ‘Hoe krijg je nieuwe ideeën?’

B. ‘Hoe zorg je dat anderen je idee gaan gebruiken?’

BOVENKAMERS

A. Hoe krijg je een nieuw idee?

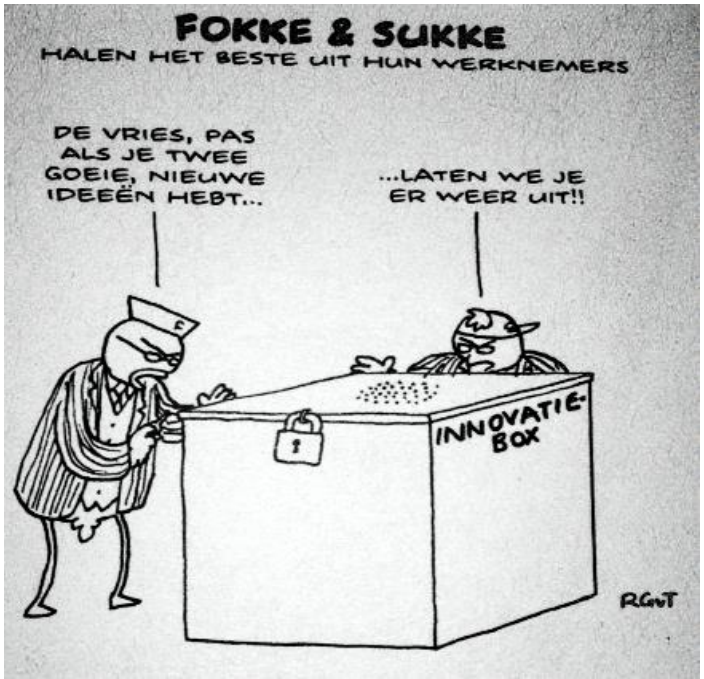
- Linear probleem: toetsen aan vergunningvoorschrift (bewust proces)
- Non linear probleem: hoe kan ik water bergen, natuur ontwikkelen en huizen bouwen in het centrum? (grotendeels onbewust proces)



BOVENKAMERS

Condities voor AHA moment

- Rust en visuele associatie (alpha hersengolven)
- Blij, nieuwsgierig, veilig
- Geen stress, dit geeft vermindering cognitieve prestaties en creativiteit en je kiest veilige oplossingen voor korte termijn)



BOVENKAMERS

Wat moet je als organisatie doen voor niet lineaire oplossingen?

- Definieer de innovatie opgave(n) met betrokkenen
- Creëer stiltemomenten, dagdromen zonder de aangeleerde begrenzingen (kan niet, mag niet, ..)
- Zorg voor een veilige organisatie (status, zekerheid, autonomie, verbondenheid, eerlijkheid)
- Beloon creativiteit en innovatie, geef vertrouwen aan professionals

Te efficiënt is niet effectief

BOVENKAMERS

B. Hoe zorg je dat anderen je idee gaan gebruiken?

- Niet automatisch kiezen voor: communicatie, kennis geven, bewustwording, mindset, commitment, ….

  ….. maar kies voor gedragsbeïnvloeding

Beleidsvoorstel voor Stowa: Zonder actieve keuze over beïnvloeding geen nieuwe rapportage ☺

B O V E N K A M E R S

Keuzes maken



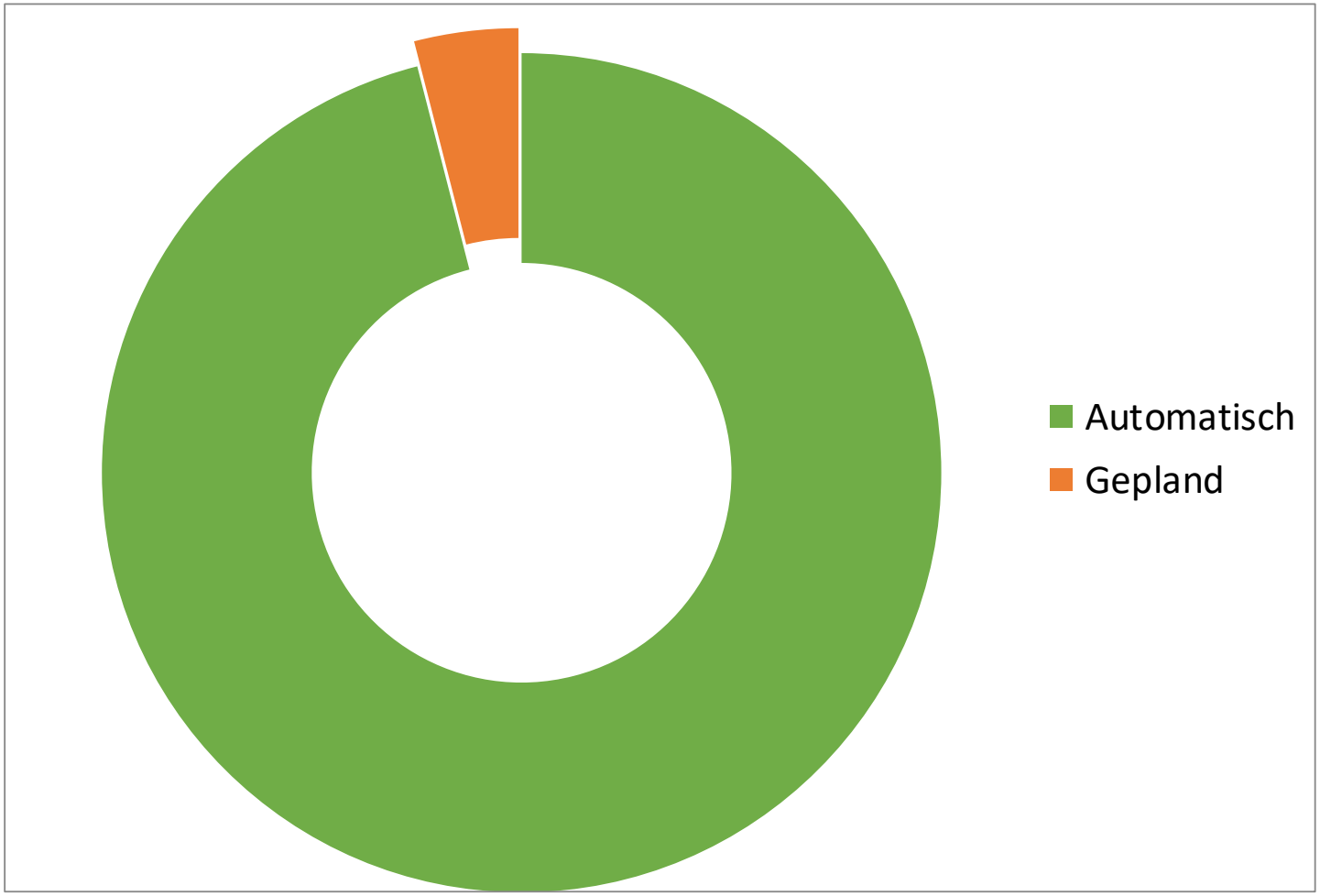
- Zintuigen, Geheugen
- Pijn, Angst, Winst
- Sociale normen, Zelfbeheersing, Doelgerichtheid

>> Gericht op zelfbehoud en reproductie <<



B O V E N K A M E R S

Maximaal 5% gepland gedrag (te beïnvloeden via argumenten)



Continuüm tussen gepland en automatisch gedrag



hoge betrokkenheid	lage betrokkenheid	betrokkenheid geen rol
↓	↓	↓
grondige verwerking	oppervlakkige verwerking	geen bewuste verwerking nodig
o.a. argumenten (ook automatisch!)	o.a. vuistregels (veel = goed)	o.a. priming; invloed omgeving

BOVENKAMERS

1. Verandermomenten

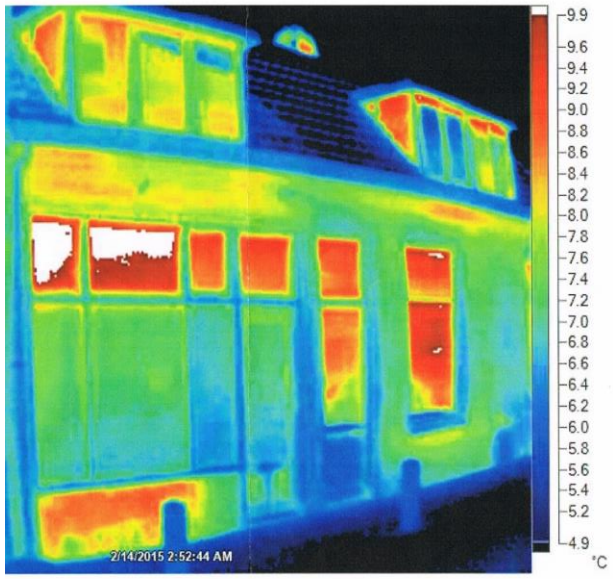
- Overvloed aan informatie, met weinig urgentie
- Onderbreek automatisch gedrag zodat mensen open staan voor informatie en even nadenken

B O V E N K A M E R S

Verandermomenten







BOVENKAMERS

2. Gedragsprincipes

Mensen zijn o.a. gevoelig voor …

- Sociale normen
- Sympathie, persoonlijk contact
- Autoriteit en deskundigheid
- Consistentie
- Wederkerigheid
- Anekdotische informatie
- Winst en verlies
- Makkelijkste optie (default keuze)





B O V E N K A M E R S

3. Weerstandsreductie

- Weerstand komt voort uit het voorkomen van verlies

- Kijk vanuit je doelgroep, neem barrières weg:

  Elke extra stap is een afhaakmoment





B O V E N K A M M E R S

Weerstandsreductie

1. Verzoek kleiner maken (Onderzoek, pilot, ..)
2. Erkennen van weerstand
3. Garanties geven
4. Herdefiniëren van aanbod (15% voldoet niet aan KRW of 85% voldoet aan KRW)
5. Zelfvertrouwen of opvallendheid (Yes we can!)



B O V E N K A M E R S

Neem contact op voor vragen, suggesties en uitwerking van praktische toepassingen



Boven kamers

Anjo Travaille

anjo.travaille@bovenkamers.nl

06-29098289