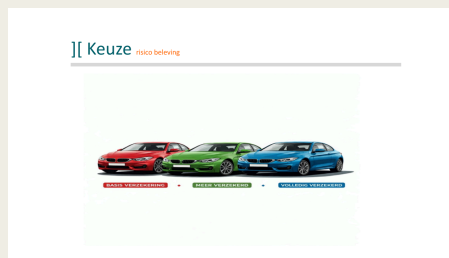
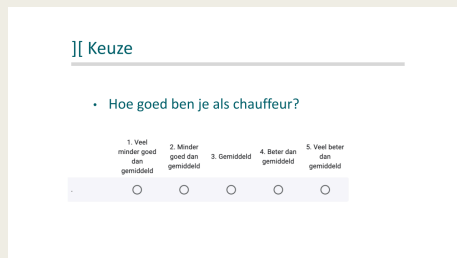
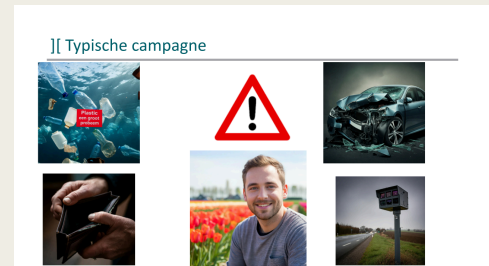


Hoe motiveer je mensen?

bijdrage van Kees Keizer aan NVVK-studiedag 14-11-2024

Dr. Kees Keizer - Spreker, adviseur, onderzoeker, schrijver & Assistant Professor Gedrags- & Belevingsbeïnvloeding - Motivatielab | www.keeskeizer.nl | [Linkedin](#)

De typische campagne focust aandacht op de risico's van bepaald gedrag of laten zien dat het gedrag een veel voorkomend probleem is. **MAAR:**



#TIPS:

1. Algemene risico boodschappen, motiveren vooral de verkeerde groep
2. Koppel risico aan een specifieke groep/ persoon (= op maat) als je een risico-boodschap effectief wil maken



#TIPS:

3. Angst boodschap is alleen geschikt voor mensen die nog geen financiële zorgen hebben (preventie) -> Veel angst zonder handelingsperspectief verlamt, in plaats van activeert

4. Al schulden/ stress: Geef makkelijke, directe mogelijkheid tot handelen in goede richting
5. Jan is niet Jan (en is ook niet Jan) -> Communicatie is niet alleen persoonsafhankelijk, het dient zich met name aan te passen aan de fase waarin iemand zit. Wat preventief goed werkt, kan averechts werken als er eenmaal geldzorgen zijn

]] Zelf-overtuigen in vertellen






Waarom mag je apen niet aaien?

]] Vraag

Noem 2 dingen die je leuk vindt aan je partner?

a) ..
b) ..

]] Vraag

Noem 2 dingen waarom je ... belangrijk vindt?

a) ..
b) ..

< Maak zichtbaar

]] Vraag

Noem 11 dingen die je leuk vindt aan je partner?

a) ..
b) ..
c) ..
d) ..
e) ..
..

]] Moeite in beeld

=> Breng gedane acties/moeite in beeld




]] Geef Keuze

=> Breng (gevoel van) keuze in het proces

- Geld besteden aan A. of B.?

Na afronden:
A. Geen contact
B. 1x per jaar contactmoment



]] Geef Keuze

=> Breng (gevoel van) keuze in het proces

- Geld besteden aan A. of B.?

Na afronden:
A. Geen contact
B. 1x per jaar contactmoment
C. 6x per jaar een interview



]] Geef Keuze

=> Breng (gevoel van) keuze in het proces

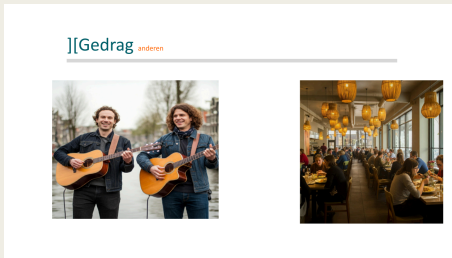
- Geld besteden aan A. of B.?

Na afronden:
A. 6x per jaar een interview
B. 1x per jaar contactmoment




#TIPS:

6. Vergroot moeite tijdens proces -> Alleen makkelijk maken helpt in start, maar ondermijnt de zelfredzaamheid na afronden
7. Breng gedane goede acties onder de aandacht
8. Laat cliënten zelf redenen bedenken voor bepaald gedrag (in plaats van deze redenen te geven)
9. Breng (gevoel van) keuze in het proces



#TIPS:

10. Teksten als “Veel jongvolwassenen hebben betalingsproblemen” activeren niet en kunnen zelfs averecht werken. Laat het gewenste gedrag zien: dat veel mensen jullie hulp vragen.
11. Laat zien: hoeveel mensen al geholpen/ hoeveel het traject al doorlopen hebben
12. Laat positieve reviews en ervaringen zien
13. “Show don’t tell” (-> laat trotse mensen zien, in plaats van 10x te zeggen dat je je niet hoeft te schamen)



Conclusie



Meer uitleg/ meer tips?

- www.keeskeizer.nl
- [Linkedin](https://www.linkedin.com/in/keeskeizer/)
- Mail@keeskeizer.nl