



# ‘Ik probeer nu alles vanuit gedrag te beredeneren’

**Hoe trek je mensen naar jouw evenement, hoe laat je ze de gewenste routing volgen, hoe overtuig je eventbezoekers van een strategisch doel? Allemaal vragen waar eventmanagers tegenaan kunnen lopen en die te maken hebben met gedragsverandering. Wat is menselijk gedrag en hoe kun je dat professioneel beïnvloeden?**

Eind 2017 maakten we in De Eventmanager online melding van een nieuwe Postacademische opleiding tot Gedragsveranderaar. Sandra van Herwijnen (zie kader) las dat artikel en meldde zich aan; in juni 2018 rondde ze de opleiding met succes af.

**Waarom deze opleiding?** “Ik wilde weten wat er achter gedrag van mensen zit, wat ze beweegt, wat hun drijfveren zijn. Dat is belangrijk voor mijn werk als eventmarketeer, waarin je altijd mensen wil meenemen in je verhaal. Ook in contact met collega’s en anderen merk je soms dat iemand volledig in de weerstand gaat. Dan wil je weten waarom iemand zo reageert en wat je daaraan kunt doen. Deze opleiding leek precies wat ik zocht: een korte intensieve opleiding, gebaseerd op wetenschappelijke inzichten over psychologie, waarmee ik kennis zou opdoen om praktisch aan de slag te kunnen.”

**Sandra van Herwijnen** werkte de afgelopen jaren als sponsor- en eventmanager bij MOVIR, specialist in arbeidsongeschiktheitsverzekeringen. Kortgeleden kreeg ze er een nieuwe functie: distributie- en eventmarketeer. “Samen met een collega verzorg ik live communicatie voor en met de doelgroepen van MOVIR: medisch professionals, zakelijke professionals en andere ondernemers. Mijn focus ligt momenteel bij de medisch professionals en medewerkers. Ik organiseer bijvoorbeeld workshops – over

tuchtrecht of work life balance – voor huisartsen, in samenwerking met ons coachings- en preventiebureau dat de inhoud verzorgt. Maar we krijgen ook sponsorverzoeken om het thema ‘arbeidsgeschiktheid’ voor de verschillende doelgroepen onder de aandacht te brengen. Bijvoorbeeld via events en speciale acties voor doelgroepen of door een speciale Movir ontmoetingsplaats te creëren bij events van derden waar onze doelgroepen ook komen.”

Sandra zat bij de eerste lichting van deze opleiding: 25 hbo/universitair opgeleide professionals die in hun werk te maken hebben met menselijk gedrag, maar weinig specifieke kennis hadden van (gedrags)psychologie. Samen verdiepten ze zich in de verschillende onderdelen van de opleiding – Begrijpen van de mens; Veranderen van gedrag; Borgen van kennis en effect – die verwerkt waren in de 9 modules van 1 dag, verspreid over 8 maanden. Voor elke bijeenkomst moesten de deelnemers 5 tot 8 uur besteden aan zelfstudie. De inzet die verwacht werd, vond Sandra zo nu en dan wel zwaar: “Je moet veel literatuur verwerken: dikke pillen over sociale psychologie of gedrag & marketing. En voor elke bijeenkomst je gedragscasus verder uitwerken. Terwijl je ook gewoon je werk en gezin ernaast hebt. Dat was soms pittig.”

**Wat is het belangrijkste dat je meeneemt uit de opleiding?** “Ten eerste inzicht in psychologische basisprocessen. En de kennis over welke reacties mensen kunnen vertonen en welke technieken er zijn om die te beïnvloeden. Om die technieken op de juiste manier toe te passen, heeft het opleidingsinstituut het Behavior Change Model ontwikkeld dat je stap voor stap leert toepassen. Gedragsverandering roept vaak weerstand op bij mensen; je leert nagaan waar die weerstand precies uit bestaat en wat je kunt doen of zeggen om weerstand weg te nemen. Via de kennis die je eigen maakt en het model dat je krijgt aangereikt kom je uiteindelijk uit bij gedragsinterventies. Alle kennis én het model maakten deze opleiding eigenlijk nog veel breder toepasbaar dan ik vooraf had gedacht.”

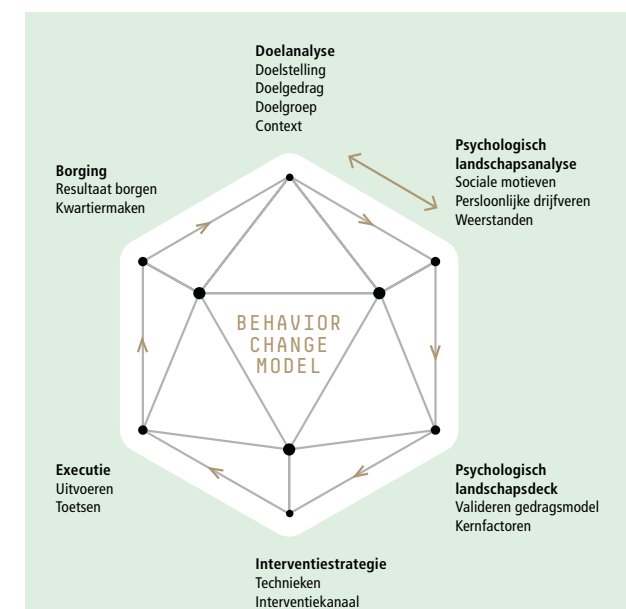
**Hoe pas je het toe in je werk?** “Eigenlijk vooral door zoveel mogelijk alles wat we doen vanuit ‘gedrag’ te beredeneren. Ik zet niet altijd het hele model in, maar wel de kennis van de psychologische basisprocessen die ik heb opgedaan. Onbewust gebruik je vaak al technieken als je weerstand voelt; ik weet nu alleen beter wanneer je wat kunt inzetten. Bijvoorbeeld, ik werk nu aan een gedragsinterventie via een ombuiging in het werkdrukscorereformulier voor vrouwelijke medisch specialisten. Wie daarop hoog scoorde werd altijd gevraagd zelf contact op te nemen met ons coachingsbureau, maar dit bleek vaak een drempel. Nu is het idee dat ze aangesproken worden door een coach, die gebruikmaakt van een bepaalde techniek, waardoor ze makkelijker contact met die coach opnemen. Ook ben ik aan het bedenken hoe ik beursbezoekers kan overhalen om onze stand binnen te lopen.”

**Deel je je opgedane kennis ook intern?** “Ja, ik benoem het vaak: hebben we dit of dat weleens vanuit gedrag bekeken? Ik laat zien dat gedrag een belangrijke component is als je dingen wilt aanpassen. Nu gebeurt dat vaak vanuit een bepaalde businesscase, vrijwel nooit vanuit gedrag. Terwijl dat eigenlijk is waar je op zou moeten sturen.”

**‘Ik laat zien dat gedrag een belangrijke component is als je dingen wilt aanpassen’**

**Hoe houd je de opgedane kennis levend?** “Vanuit het opleidingsinstituut is inmiddels een online community opgezet. Al het nieuws over dit onderwerp wordt daar gedeeld. Heel belangrijk, want je krijgt in 8 maanden tijd echt een bak kennis over je heen, daar moet je wel mee bezig blijven. Om te zorgen dat het niet verloren gaat.” ●

Ook interesse in een wetenschappelijk onderbouwde opleiding tot gedragsveranderaar? Je kunt je nog inschrijven voor **de lichten die starten in mei 2019**. Meer informatie vind je op de website van de Behavior Change Academy: [gedragsveranderaar.nl/postacademische-opleiding/praktische-informatie](https://gedragsveranderaar.nl/postacademische-opleiding/praktische-informatie)



Bron: Behavior Change Academy