

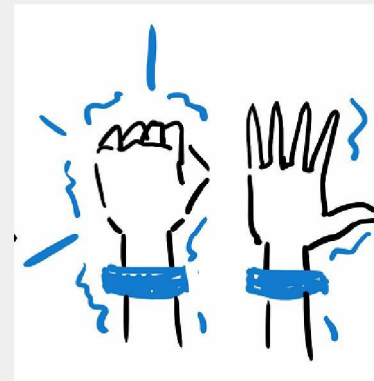


D&B

**ZICHTBARE REMINDER –
SANITY CHECK**

WAT WORDT DE REMINDER?

- *Voorwaarde:
Reminder moet aanwezig zijn op plek waar goede gedrag
vertoond moet worden en dan ook opvallen*
- Armbandje



VERSCHILLENDE OPTIES

- Siliconen armbandje
 - Mooier / professioneler / gaat langer mee
 - Kosten: 5.1.2e per stuk (obv 100.000 stuks)
 - Levertijd: 7 tot 12 dagen
- Papieren armbandje
 - Duurzamer
 - Kosten: 5.1.2b per stuk (obv 100.000 stuks)
 - Levertijd: 2 dagen



WAAR STAAT HET VOOR?

- *Voorwaarde:*
Gekoppeld aan concreet en specifiek handelingsperspectief
 - *Voor jezelf: herinnering aan concreet gedrag in specifieke situatie*
 - *Voor anderen: herkenbaar waar reminder voor staat*
- Eén maatregel: 1,5 meter afstand houden
- Eén herkenbare kleur



VERSCHILLENDE SOORTEN BANDJES

- *Voorwaardes:*
 - Keuzevrijheid binnen de kaders
 - Actieve commitment op naleven maatregel(en), het liefst publiekelijk
- Eén maatregel: 1,5 meter afstand houden
- Maar verschillende soorten bandjes – met verschillende motieven



HOE KOMEN MENSEN ERAAN?

- *Voorwaarde:*
Makkelijk te gebruiken/verkrijgen
- Gratis
 - Zero price effect
 - Pain of paying



HOE KOMEN MENSEN ERAAN?

- *Voorwaarde:*
Makkelijk te gebruiken/verkrijgen
- Onderdeel van de toolbox
- Via de post
- Supermarkten



ÓF TOCH IETS ANDERS?

- Eventueel alternatief voor het bandje
- Een laagdrempelige optie
- Iets dat je al in huis hebt
- *Voorwaarde:
Makkelijk te gebruiken/verkrijgen*



HOE INTRODUCEER JE HET?

- *Voorwaarden:*
 - Herkenbaar waar reminder voor staat
 - Duidelijke koppeling met persoonlijke motieven (persoonlijk nut moet duidelijk zijn)
 - Reminder moet aantrekkelijk (esthetisch) en populair ogen
- Kaartje erbij
- Campagne



KAARTJE

“Waarom vind jij 1,5 meter afstand houden ook thuis belangrijk?”

Met jouw ****NAAM****bandje laat je duidelijk zien aan je vrienden, familie en anderen dat je **ook thuis 1,5 meter afstand** houdt én waarom jij dit belangrijk vindt. Zo voorkom je meteen ongemakkelijke situaties waarin je dit moet uitleggen.

*Symbool hartje met schild: ik wil mijn vrienden en familie beschermen

*Symbool hartje en iets van de zorg: ik wil onze hulpverleners steunen

*Symbool hartje met luidspreker: ik wil vriendelijk delen dat ik graag afstand wil houden



CAMPAGNE

- Onderdeel van een grotere campagne. Waarin je alles in een groter kader plaatst. En ook de intrinsieke motivatie aanspreekt.
- *“Ook al is het lastig, het is belangrijk dat we ons aan de maatregelen blijven houden. Ook thuis. Bescherm jezelf en je bezoek.”*



EXTRA

- *Voorwaarde:*
Herkenbaar waar de reminder voor staat
- Symbool (emoticon) ontwikkelen dat 1,5 meter afstand houden toont
 - Armbandje
 - Posters en ander communicatiemateriaal
 - WhatsApp
 - Facebook



RISICO'S

- *Assumptie (!):
Mensen willen zich wel aan de coronamaatregelen houden in de thuissituatie, maar vinden dit moeilijk*
 - Obv bestaand onderzoek niet goed te zeggen of dit klopt
 - Voorkeur: aanvullend onderzoek: analyse + concepttest
 - 2 focusgroepen (n=16): ongeveer 7k-10k (paar dagen doorlooptijd)



RISICO'S

- Weinig afbreukrisico
- Mogelijk wel weinig effect
 - Geldverspilling
 - Niet duurzaam



VOORWAARDEN *EFFEKTIVITEIT* ZICHTBARE REMINDER

- Reminder moet aanwezig zijn op plek waar goede gedrag vertoond moet worden (pleit voor op het lichaam) en dan ook opvallen
- Gekoppeld aan concreet en specifiek handelingsperspectief
 - Voor jezelf: herinnering aan concreet gedrag in specifieke situatie (pleit voor focussen op één concrete maatregel: bijv. 1,5 meter afstand in thuissituatie)
 - Voor anderen: herkenbaar waar reminder voor staat (pleit ook voor focussen op één concrete maatregel, zodat iedereen weet waar het voor staat)
- Actieve commitment op naleven maatregel(en), het liefst publiekelijk



VOORWAARDEN *GEBRUIK* ZICHTBARE REMINDER

- Reminder moet aantrekkelijk (esthetisch) en populair ogen (anderen – rolmodellen/vergelijkbare anderen – gebruiken het ook)
- Duidelijke koppeling met persoonlijke motieven (persoonlijk nut moet duidelijk zijn)
 - Ongemak wegnemen in sociale situaties
 - Je eigen of andermans gezondheid beschermen door maatregel(en) na te leven
- Keuzevrijheid binnen de kaders (bijv. verschillende bandjes met verschillende motieven zodat je zelf jouw motief kan kiezen)
- Makkelijk te gebruiken/verkrijgen



- makkelijk verkrijgbaar
- betaalbaar
- populair
- meer geloofwaardig.



Mensen vinden het moeilijk!

zeker in de thuisituatie.

- o gevoel van onbijheid
- o gewoonte gedrag
- o denken dat onderen zich er ook niet aan houden

Zichtbare reminder.

hoe opte laten vallen?

EFFECTIEF ZICHTBAAR

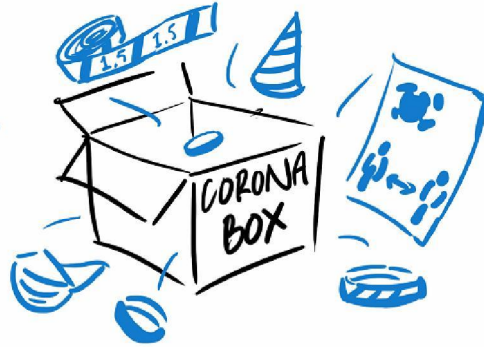
Bruidje zien = 1,5m
 Hoe krijgen we het aan de man?



WAARVOOR GAAT HET BANJE STAAN.

ONGEMAK WEG HALLEN & VEILIGHEID VOOR JEZELF EN ANDEREN.

ZICHTBARE REMINDER!!



- DREMPELS
- VERSPREIDING
- WAAR TE VERKRIJG
- BOODSCHAP
- CUSTOM ??



WELKOM
OP DEZE
BIJEENKOMST!

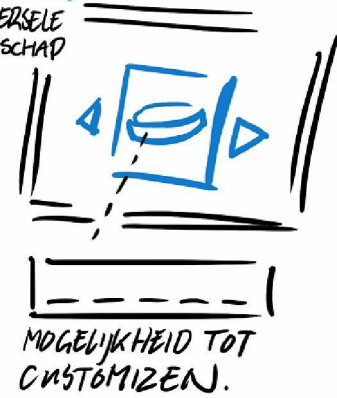


IK BEN
TEGEN
HET
VIRUS!
WINNERSELE
BOODSCHAP

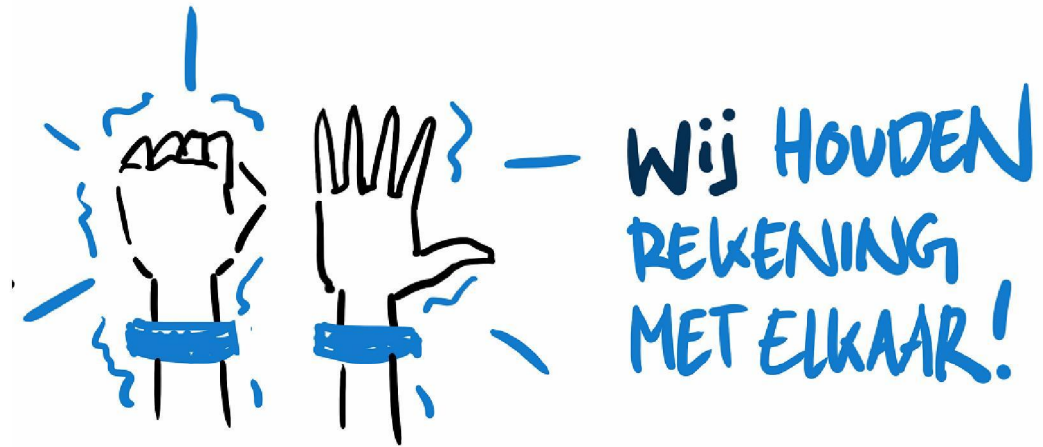
CORONAPROOF
AFSPREKEN.
IK COMMITTEER
MIJ AAN DE
AFGESPREKEN
REGELS

GRATIS
WEGGEVEN.
VERKRIJGBAAR IN
SUPERMARKT.

IK HOUD
REKENING
MET CORONA
MAATREGELEN



MOGELIJKHEID TOT
CUSTOMIZEN.



GEDRAGSANALYSE

- Mensen willen zich in de thuissituatie wel aan de coronamaatregelen houden, maar vinden dit moeilijk
 - Lage self-efficacy: ongemakkelijk om bespreekbaar te maken
 - Sterke behoefte aan nabijheid (vanuit evolutie)
 - Gewoontegedrag
 - Negatieve social proof – pluralistic ignorance
- Aandachtspunt:
 - Hieronder ligt de assumptie dat mensen *wel willen*, maar *niet kunnen*. Dat er al intrinsieke motivatie is.





WWW.DBGEDRAG.NL

5.1.2e @dbgedrag.nl