Plezier, de eenvoudigste manier om het gedrag van mensen te veranderen

26 augustus 2011, 02:00

Pascal Pollet

Experimenten met mensen tonen aan dat iets leuk maken het gedrag van mensen sterk kan beïnvloeden. De ‘funfactor’ biedt bovendien een interessante opportuniteit voor de ontwikkeling van nieuwe producten.

De ‘Fun Theory’ is een initiatief van Volkswagen om innovatieve ideeën te belonen die mensen moeten aanzetten bepaalde dingen te doen door deze leuk te maken. De theorie erachter is dat iets leuk maken de eenvoudigste manier is om het menselijk gedrag te veranderen of verbeteren. Of het doel nu de eigen persoon, het milieu of iets totaal anders is, het resultaat is een veranderd, verbeterd gedrag dankzij de juiste motivatie. Deze gedachtegang biedt ook heel wat potentieel voor productontwikkeling: het is een opportuniteit om producten doeltreffend te vernieuwen, aantrekkelijker te maken, ...

Dat het werkt, bewijzen de vele voorbeelden op de website (met filmpjes): een muzikale trap met treden als pianotoetsen zet mensen aan meer de trap te nemen in plaats van de roltrap, een openbare vuilbak met geluidseffecten moedigt aan tot gebruik of een flitspaal als loterij beloont chauffeurs die zich wel aan de snelheidsbeperkingen houden (met een verlote prijs, betaald door de laagvliegers). Dit laatste idee werd door de Zweedse nationale vereniging voor veiligheid op de weg zelfs tot realiteit omgezet in Stockholm. Tijdens het experiment daalde de gemiddelde snelheid van 32 km/u in een zone 30 naar 25 km/u, of een reductie van 22 procent!

Zie de video over trager rijden dankzij de loterij met flitscamera:

Aanvaard marketingcookies om deze video te bekijken. FireFox-gebruikers moeten de 'Verbeterde trackingbescherming' van hun browser uitschakelen om deze video te bekijken.

Andere video's:

- Piano stairs
- The world's deepest bin
- Bottle bank arcade machine

Bron

- www.thefuntheory.com

Auteurs



Pascal Pollet