

Doelgedrag

Wat is het doelgedrag?

Is er een keten van doelgedragingen?

Is het concept een goede operationalisatie (praktische, meetbare vertaling) van het doelgedrag?

Levert het concept meetbare, evalueerbare data op voor de doelgroep en voor de opdrachtgever?

Is er voor iedere schakel in de keten een oplossing in

het concept? *(Om een concept te laten slagen, moet vaak een keten van handelingen doorlopen worden: campagne opmerken, geïnteresseerd raken, app downloaden, registreren, nieuw gedrag uitproberen, blijven uitproberen. Is voor iedere stap in die keten een campagne-element voorzien?)*

Automatisch vs Reflectief

*Is het doelgedrag automatisch / reflexief
of
gecontroleerd / reflectief?*

Past het concept bij het type gedrag?

Welke onderdelen van het concept maken het juist geschikt voor het veranderen van automatisch gedrag c.q. gecontroleerd gedrag?

Concurrerend gedrag

Welke concurrerende doelen / gedragingen zijn er bij de doelgroep?

Hoe houdt het concept het gewenste gedrag in de aandacht?

Hoe maakt het concept het gewenste gedrag aantrekkelijk?

Hoe maakt het concept het gewenste gedrag aantrekkelijker dan concurrerende gedragingen?

Weerstand

Roept de gedragsverandering weerstand op bij de doelgroep?

Hoe gaat het concept om met weerstand?

Hoe gaat het concept om met reactance, skepsis, inertia?

Doelgroep en Doelgedrag

Weten en Vinden

Wat weet de doelgroep van het doelgedrag?

Wat vindt de doelgroep van het doelgedrag?

Wat zijn de heersende normen over het doelgedrag,
zowel in de eigen groep als in de maatschappij?

Eigen gedrag beoordelen

Is de doelgroep in staat om het eigen gedrag adequaat te beoordelen?

Is het noodzakelijk dat het concept de gebruiker het eigen gedrag voorspiegelt? Hoe doet het concept dit?

Past deze aanpak bij de behoeften en vaardigheden van de gebruiker en de eigenschappen van de situatie?

Wanneer je gebruik maakt van feedback, is deze:
direct? concreet? in context?

Zijn er negatieve gevolgen van de feedback te verwachten?

Motivatie

Welk type of welke typen motivatie passen het beste bij het doelgedrag?

autonomy: intrinsieke motivatie gericht op zelfstandigheid

relatedness: intrinsieke motivatie gericht op erbij horen

competence: intrinsieke motivatie gericht op het beheersen van een vaardigheid

extrinsieke motivatie: het verkrijgen van beloningen of het vermijden van straf

Hoe motiveert het concept de doelgroep?

Hoe komt de gewenste motivatiestijl in het concept tot uitdrukking?

Heeft het concept elementen die potentieel frustrerend kunnen zijn?

Vaardigheden

Bezit de doelgroep de nodige vaardigheden om het doelgedrag uit te kunnen voeren?

Hoe speelt het concept in op de vaardigheden van de doelgroep?

Moet de doelgroep nieuwe vaardigheden aanleren om het concept uit te kunnen voeren?

Stelt het concept een uitdaging op het goede niveau
– niet te makkelijk of te moeilijk?

Kansen

Heeft de doelgroep de kans het doelgedrag uit te voeren?

Hoe is de timing van het concept?

Is het concept zo opgezet dat de doelgroep het gedrag direct uit kan voeren?

Is het doel controleerbaar en specifiek genoeg?

Hoe gaat het concept om met drempels en belemmeringen die de uitvoering van het gedrag in de weg staan?

Hoe gaat het concept om met systeemfactoren (organisatie- of groepscultuur, regels, normen, processen in de organisatie) die het doelgedrag belemmeren?

Sociale factoren

Zijn er factoren in de sociale omgeving van de doelgroep die het doelgedrag vergemakkelijken of bemoeilijken?

Hoe wordt dit in het concept vormgegeven?

Maakt het concept gebruik van:

- peer pressure
- sociale beïnvloeding
- samenwerking
- sociale ondersteuning
- sociale vergelijking?

Past deze aanpak bij de doelgroep?

Boodschaptactieken

Hoe communiceert het concept het gewenste gedrag?

Past de boodschap bij het kennisniveau en de mening van de doelgroep?

Past de boodschaptactiek bij de doelgroep?

Lokt de boodschaptactiek het gewenste doelgedrag uit?

Maakt het concept gebruik van descriptieve of injunctieve normen? Op welke manier, en leidt dit tot het gewenste effect?

Maakt het concept gebruik van zgn. “altercasting-tactieken” zoals het inzetten van autoriteit of voorbeeldfiguren, en leidt dit tot het gewenste effect?

Worden nog verdere boodschaptactieken ingezet – zoals schaarste, wederkerigheid, disrupt/re-frame, enzovoorts? Leidt dit tot het gewenste effect?

Sluit de vormgeving van het concept aan bij de doelgroep en het doelgedrag?