

Liefhebbers van de gedragsanalyse

Het verbeteren en implementeren van een gedragsanalysetool binnen Han Snel



Annemaud Koekoek

Juli 2018

Han Snel

Voor de verandering 

Liefhebbers van de gedragsanalyse

Het verbeteren en implementeren van een gedragsanalysetool binnen Han Snel

Auteur: Annemaud Koekoek
Masterthesis Gedragsverandering
Juli 2018

Interne begeleider: Doeschka Anschutz
Radboud Universiteit Nijmegen

Externe begeleider: Annis Anakotta
Han Snel



Radboud Universiteit Nijmegen

Han Snel

Voor de verandering 

Dankwoord

Doeschka bedankt!

Als eerste wil ik graag mijn interne begeleidster bedanken. Vanaf onze eerste ontmoeting had ik al een goed gevoel over onze samenwerking. Je hebt altijd heldere feedback gegeven en mij gerustgesteld in mijn kleine paniekmomenten.

Annis bedankt!

Ik vond het een genoegen om bij jou en David op kantoor te zitten. Ik heb met plezier iedere dag de reis naar het verre noorden gemaakt en jullie flauwe grappen waren een welkome afwisseling van de wetenschappelijke literatuur.

Alle Han Snellers bedankt!

Als laatste wilde ik de rest van de medewerkers van Han Snel bedanken. Niet alleen voor de goede medewerking aan mijn onderzoek, maar ook voor de gastvrijheid in het bedrijf. Ik kon met mijn vragen altijd bij iemand terecht en ik heb veel geleerd over het hectische leven in de reclamewereld.

Inhoudsopgave



Managementsamenvatting	5	Waargenomen gebruiksgemak en bruikbaarheid	13
De reden voor het onderzoek	5	Informatievoorziening in de gedragsanalyse	13
Interventie	5	Fluency	14
Resultaten en conclusies	6	2.2 Gebruik gedragsanalyse	15
Aanbevelingen	7	Attitude ten opzichte van de gedragsanalyse	15
1. Probleemsituering en vooronderzoek	8	Kennis en de rol van self-efficacy	15
1.1 Over Han Snel	9	Weerstand tegen verandering binnen Han Snel	16
Het huidige proces binnen Han Snel	9	3. Interventie	18
1.2 De gedragsanalyse van D&B en Han Snel	9	3.1 Gebruikservaring gedragsanalyse	19
1.3 Het probleem	10	Het verhogen van de fluency	19
1.4 Vooronderzoek	10	Gebruik van afbeeldingen	20
Resultaten	10	Overige aanpassingen	21
Conclusie	11	3.2 Interventie intern	21
2. Wetenschappelijke context	12	Presentatie	21
2.1 Gebruikservaring gedragsanalyse	13	Opdrachten	22

4. Toetsing.....	25	7. Aanbevelingen voor Han Snel.....	36
4.1 Deelnemers en design	26	7.1 Aanbevelingen gebruikservaring gedragsanalyse	36
Deelnemers.....	26	7.2 Aanbevelingen gebruik gedragsanalyse	36
Design.....	26	8. Referenties.....	36
4.2 Materialen en meetinstrumenten	26	9. Bijlagen.....	36
4.3 Onderzoeksopzet	27	Bijlage A – Interviewschema vooronderzoek onervaren medewerkers	36
Gebruikservaring gedragsanalyse.....	27	Bijlage B: Interviewschema vooronderzoek ervaren medewerkers	36
Gebruik gedragsanalyse intern	27	Bijlage C: onderdelen training.....	36
4.4 Hypothesen	27	Bijlage D – Onderbouwing gedragsregels.....	36
4.5 Analysemethoden	28	Bijlage E – Vragenlijst gebruikservaring.....	36
Aanvullende analyses	28	Bijlage F – Vragenlijst intern gebruik	36
Hoofdanalyses	28	Bijlage G – De briefing	36
5. Resultaten	29		
5.1 Aanvullende resultaten	30		
5.2 Resultaten hoofdanalyses	30		
Resultaten online onderzoek gebruikservaring	30		
Resultaten interne meting gebruikservaring	31		
Resultaten intern gebruik gedragsanalyse	31		
6. Discussie	33		
6.1 Conclusies.....	34		
6.2 Verklaringen voor de gevonden resultaten.....	34		
Gebruikservaring van de gedragsanalyse.....	34		
Interne gebruik van de gedragsanalyse	35		
6.3 Suggesties voor verder onderzoek.....	35		
6.4 Relevantie.....	35		

Managementsamenvatting



Als gevolg van een interventie met verschillende sociaalpsychologische technieken en aanpassingen aan een gedragsanalysetool is niet alleen de beoordeling van deze gedragsanalyse significant verbeterd, maar ook het denken aan de analyse en de kennis over de analyse is significant verhoogd. De gemiddelden van het daadwerkelijke gebruik van de gedragsanalyse tonen echter aan dat er geen significante toename is.

De reden voor het onderzoek

Han Snel is een reclamebureau waar zes jaar geleden een gedragsanalyse is ontwikkeld. Echter gebruiken zij deze gedragsanalyse niet en hier wilden zij graag verandering in brengen. De gedragsanalyse kan hen namelijk belangrijke inzichten verschaffen over de beweegredenen van de doelgroep van een campagne. Bovendien is Han Snel van mening dat de oude gedragsanalyse aan verbetering toe is. De vraag voor de onderzoeker is daarmee tweeledig:

- ✓ Hoe kan de gebruikservaring van de huidige gedragsanalyse verbeterd worden?
- ✓ Hoe kan het gebruik van de gedragsanalyse verhoogd worden binnen het bedrijf?

Interventie

Gebruikservaring gedragsanalyse

Om de gebruikservaring met de gedragsanalyse te verbeteren zijn er een aantal aanpassingen gedaan aan de oude gedragsanalyse. Ten eerste is getracht de fluency (het gemak van informatieverwerking) te verhogen op twee manieren: de opmaak van de analyse is veranderd om de informatie sneller te kunnen verwerken en de uitleg binnen de gedragsanalyse is korter en relevanter gemaakt voor de gebruiker. Ten tweede zijn er afbeeldingen toegevoegd die dienen als voorbeelden bij de sociaalpsychologische technieken die als advies worden gegeven op het uitkomstenformulier van de gedragsanalyse. Op deze manier werd verwacht de informatiekwaliteit te verbeteren en het begrip van de technieken te verhogen. Als laatste zijn er nog overige aanpassingen gedaan op basis van feedback van de medewerkers.

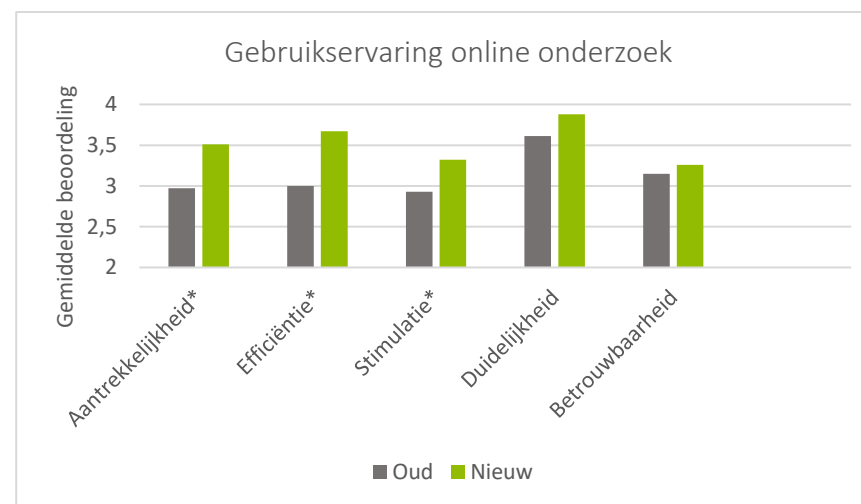
Intern gebruik van de gedragsanalyse

Om het interne gebruik van de gedragsanalyse onder de medewerkers te verhogen is er een training gegeven. In deze training is uitleg gegeven over de nieuw ontwikkelde gedragsanalyse en het gebruik ervan. Ook zijn er na de uitleg een drietal opdrachten uitgevoerd. Deze opdrachten bevatten sociaalpsychologische technieken waarvan verwacht wordt dat deze de weerstand tegen verandering van de medewerkers verminderen: zelfovertuiging, implementatie intenties en commitment en consistentie.

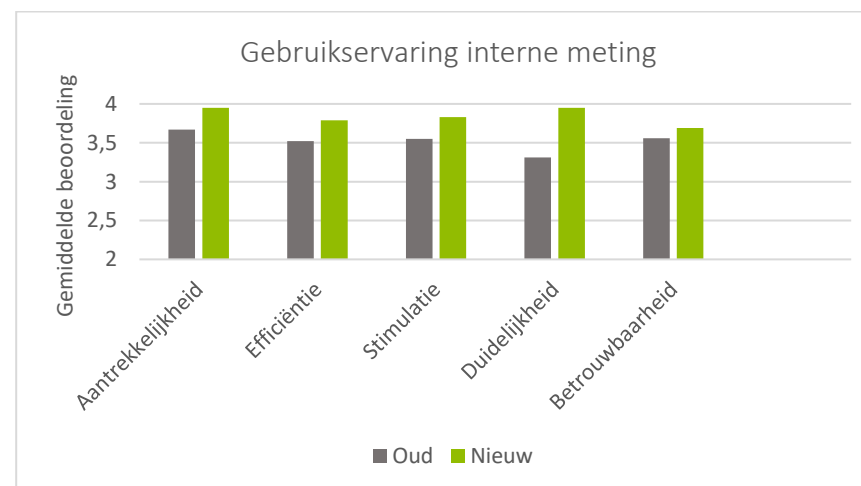
Resultaten en conclusies

De resultaten van het online onderzoek laten zien dat de beoordeling van de nieuwe gedragsanalyse significant hoger is dan de oude gedragsanalyse op basis van aantrekkelijkheid, efficiëntie en stimulatie (figuur 1). De resultaten van de meting naar de gebruikservaring bij de medewerkers tonen echter geen significante resultaten (figuur 2). Een verklaring voor dit verschil kan zijn dat de steekproef bij de online meting groter was dan de interne steekproef. Een gevolg van een zeer kleine steekproef (uiteindelijk hebben twaalf medewerkers meegedaan) is namelijk dat er minder snel een significant resultaat wordt gevonden. Om deze reden zullen de resultaten van de interne meting voorzichtig geïnterpreteerd moeten worden.

De resultaten voor de interne meting naar het gebruik van de gedragsanalyse tonen geen significante verschillen tussen de meetperiode voor de training en na de training. Het denken aan de analyse en de kennis over de analyse zijn echter significant verhoogd. De training blijkt dus effect te hebben op de mate van kennis van de medewerkers. Het non-significante effect op het gebruik van de gedragsanalyse kan aan de ene kant mogelijk verklaard worden door de non-significante toename in self-efficacy (vertrouwen in het eigen kunnen) waardoor effect van de toename in kennis wordt verminderd. Aan de andere kant is het mogelijk dat de gebruikservaring van de medewerkers met de gedragsanalyse effect heeft op de intentie (en daarmee het gebruik).



Figuur 1: de gemiddelde beoordelingen voor aantrekkelijkheid, efficiëntie, stimulatie, duidelijkheid en betrouwbaarheid van de oude en de nieuwe gedragsanalyse in het online onderzoek. *= significant verschil.



Figuur 2: de gemiddelde beoordelingen voor aantrekkelijkheid, efficiëntie, stimulatie, duidelijkheid en betrouwbaarheid van de oude en nieuwe gedragsanalyse in de interne meting.

Aanbevelingen

Op basis van de gevonden resultaten en de wetenschappelijke literatuur kunnen er drie aanbevelingen worden gedaan.

- 1. Gebruik de nieuwe gedragsanalyse.**
- 2. Voer de training in over de gedragsanalyse.**
- 3. Doe een follow-up meting over het gebruik van de gedragsanalyse.**

1. Probleemsituering en vooronderzoek



In dit hoofdstuk wordt de opdrachtgever voorgesteld en het probleem verkend. Ook wordt het vooronderzoek beschreven wat in dit geval bestaat uit interviews met een aantal medewerkers.

1.1 Over Han Snel

Han Snel is een reclamebureau gevestigd in hartje Utrecht. Hun motto is 'Voor de verandering' en zij staan open om gedragsverandering te gebruiken in hun campagnes. Het is vooral een reclamebureau voor retailcommunicatie en merkactivatie. Dit houdt in dat zij zich bezig houden met klanten die gericht zijn op het maken van winst en dus commercieel zijn (bijvoorbeeld winkels). Voorbeelden van klanten van Han Snel zijn: AKO, Wecycle, Tui en U-OV (het openbaar vervoer in Utrecht). De opdrachten die Han Snel voor deze klanten uitvoert verschillen van het bedenken van een nieuw reclamespotje tot het ontwikkelen van logo's.

Het huidige proces binnen Han Snel

De huidige werkwijze van Han Snel is als volgt. Ten eerste krijgt de afdeling account een opdracht binnen van een van hun klanten. Op deze afdeling werken mensen die verantwoordelijk zijn voor het klantcontact, de planningen en het soepel verlopen van de verschillende projecten. Zij verwerken de opdracht die zij van de klant hebben gekregen in een briefing en geven dit door aan de afdeling creatie. Op deze afdeling worden de briefings uitgewerkt in concepten voor een campagne. Deze concepten worden vervolgens door henzelf uitgewerkt, maar kunnen ook doorgespeeld worden naar de afdeling studio. Hier worden de meeste concepten van creatie uitgewerkt tot een eindproduct. Een schematische weergave van het proces staat in figuur 1.



Figuur 1: Schematische weergave van het proces binnen Han Snel.

1.2 De gedragsanalyse van D&B en Han Snel

Han Snel werkt ook al een tijd samen met het gedragsveranderingsbureau D&B. Zij vragen hen advies om te helpen met het ontwikkelen van de beste campagnes. Ook heeft D&B een gedragsanalysetool ontwikkeld samen met Han Snel. De gedragsanalyse heeft als doel om nieuwe (creatieve) inzichten te geven over de doelgroep van een campagne op basis van weerstanden en motieven. Daarnaast kunnen de inzichten zorgen voor inspiratie voor de afdeling creatie en gebruikt worden om bestaande ideeën te onderbouwen. Met behulp van de gedragsanalyse kunnen daarnaast de klantgesprekken met huidige klanten geoptimaliseerd worden en nieuwe klanten worden aangetrokken. De gedragsanalyse is namelijk speciaal ontwikkeld met D&B en hiermee onderscheidt Han Snel zich van andere reclamebureaus.

Het gedrag van de doelgroep van de desbetreffende campagne wordt geanalyseerd aan de hand van een aantal vragen. Voorbeelden zijn: "Wie is de doelgroep?", "Wat is het doelgedrag?" en "Waarom zou de doelgroep het doelgedrag uitvoeren?". De antwoorden van de gebruiker worden vervolgens uitgewerkt tot een uitkomstenformulier. Op dit uitkomstenformulier staan de adviezen met betrekking tot de weerstanden en motieven van de doelgroep en technieken om in te spelen op deze aspecten.

1.3 Het probleem

De gedragsanalyse is in 2012 ontwikkeld in samenwerking met D&B, maar wordt in de praktijk niet veel gebruikt. Han Snel zou hier graag verandering in willen brengen om de resultaten van de campagnes te optimaliseren. Toen de gedragsanalyse net in gebruik was zijn zij ook tegen enkele problemen aangelopen met betrekking tot het gebruik en Han Snel is daarom van mening dat de gedragsanalyse aangepast kan worden, zodat het gebruik voor de medewerkers en eventueel klanten verbeterd wordt.

De vraag die vanuit Han Snel aan de onderzoeker is gesteld, is tweeledig.

- ✓ Zij willen de gedragsanalyse beter implementeren binnen het bedrijf voor zover dat mogelijk is.
- ✓ Daarnaast willen zij dat de gedragsanalyse aangepast wordt, zodat het gebruiksvriendelijker is.

1.4 Vooronderzoek

Om achter de beweegredenen van het niet gebruiken van de gedragsanalyse door de medewerkers te komen, zijn er als vooronderzoek een aantal interviews afgenomen ($N=7$). Het interviewschema is terug te vinden onder bijlage A. Eén van deze medewerkers heeft meegeholpen met het ontwikkelen van de gedragsanalyse en daarom is er bij hem gekozen voor een uitgebreider interview waarbij de vragen meer ingaan op de inhoudelijke aspecten en de ontwikkeling van de analyse (zie bijlage B).

Resultaten

In de kennismakingsgesprekken met Han Snel werd genoemd dat er “niet echt” gebruik werd gemaakt van de analyse en zij hier meer gebruik van willen maken in

de toekomst. Uit de interviews bleek echter dat medewerkers geen enkele ervaring hebben met de gedragsanalyse en deze zelfs nog nooit gezien hebben. Hierdoor kon bij deze medewerkers ($N=6$) niet ingegaan worden op de inhoud van de analyse en slechts op de beweegredenen om de analyse op dit moment niet te gebruiken.

Medewerkers zonder ervaring met de gedragsanalyse

Enkele redenen die genoemd worden door de medewerkers om de analyse niet te gebruiken zijn: “de gedragsanalyse is nooit aangereikt aan mij”, “ik heb het nog niet gebruikt zien worden door anderen”, “ik heb geen inzicht in het praktisch nut en de toepassing ervan”. Zij geven echter aan op een schaal van 1 tot 5, ondanks deze redenen, gemotiveerd te zijn om het te leren gebruiken ($M= 4.67$, $SD= 0.52$). Zij zijn namelijk overtuigd van het nut van de gedragsanalyse ($M= 4.17$, $SD= 0.75$) en geven als redenen om de analyse te gebruiken “het zorgt voor onderbouwing bij presentaties [voor klanten]”, “de gedragsanalyse zorgt voor waardevolle inzichten voordat we beginnen met het ontwikkelen van een concept”, “het wekt de nieuwsgierigheid van klanten”. Daarnaast geven medewerkers aan behoefte te hebben aan een training om de analyse te leren gebruiken ($M= 4.67$, $SD= 0.52$).

“De gedragsanalyse zorgt voor waardevolle inzichten”

Het plots implementeren van de gedragsanalyse in de werkwijze van de medewerkers kan voor sommigen een grote verandering zijn. Aangezien deze medewerkers niet met zekerheid kunnen stellen hoe de gedragsanalyse voor specifieke verandering kan zorgen is er gevraagd naar de algemene houding ten opzichte van veranderingen binnen het bedrijf. Medewerkers geven aan het oneens te zijn met de stelling geen behoefte te hebben aan veranderingen in hun werkwijze ($M= 1.67$, $SD= 0.82$), zij denken niet dat veranderingen voor onnodige problemen

zullen zorgen ($M= 1.33$, $SD= 0.52$) en vinden zelfs dat veranderingen in werkwijze noodzakelijk zijn ($M= 4.67$, $SD= 0.52$).

Hetzelfde geldt voor de mate van self-efficacy (het vertrouwen in het eigen kunnen; Schunk, 1991). De medewerkers geven aan dat zij er vertrouwen in hebben dat zij de gedragsanalyse correct toe kunnen passen ($M= 4.00$, $SD= 0.89$). Echter hebben zij de gedragsanalyse nog nooit gebruikt. Deze inschatting moet dus voorzichtig geïnterpreteerd worden.

Medewerker met ervaring met de gedragsanalyse

Bij de medewerker waarbij een apart interview is afgenomen, kwam naar voren dat er “in de praktijk nog te veel haken en ogen aan zitten” om de gedragsanalyse goed te gebruiken. Het is ongeveer gedurende het eerste jaar een aantal keer gebruikt, maar daarna niet meer. Daarnaast gaf hij aan een ongemakkelijk gevoel te krijgen tijdens het gebruik van de analyse: “Ik heb die *know how* niet en voelde me daarom ongemakkelijk soms bij gesprekken met de klant. Ik ben alleen maar reclamemaker. De informatie [uit de gedragsanalyse] voldeed niet altijd. [...] het verhelderde niet altijd helemaal”. Hij geeft echter aan net als de andere medewerkers de gedragsanalyse nuttig te vinden, zeer veel behoefte te hebben aan een training en heeft geen problemen met eventuele veranderingen binnen het bedrijf. Deze medewerker heeft wel ervaring met de analyse en kan daarom aangeven dat zijn mate van self-efficacy met betrekking tot de gedragsanalyse hoog is (4).

Conclusie

Uit de bovenstaande resultaten zijn een aantal conclusies te trekken. Ook al gebruiken de medewerkers de gedragsanalyse op dit moment niet zijn zij toch gemotiveerd om deze te gebruiken. Zij achten het nuttig, maar hebben het gevoel uitleg nodig te hebben om deze zo optimaal mogelijk te gebruiken. De huidige gedragsanalyse is volgens een ervaren medewerker nog niet klaar voor daadwerkelijk gebruik. Als laatste is de algemene houding ten opzichte van veranderingen binnen Han Snel positief. Echter kan niet met zekerheid gesteld worden dat dit ook geldt voor veranderingen die de gedragsanalyse met zich meebrengt.



De gedragsanalyse die samen met D&B is ontwikkeld wordt niet gebruikt binnen Han Snel. Zij willen hier verandering in brengen. De vraag voor de onderzoeker is tweeledig: het implementeren van de gedragsanalyse binnen Han Snel en de huidige analyse verbeteren. Uit interviews is gebleken dat medewerkers gemotiveerd zijn om de analyse te leren gebruiken en deze nuttig achten voor het bedrijf. Redenen waarom zij de analyse niet gebruiken zijn onder andere het niet aangeboden krijgen van de gedragsanalyse, het niet gebruikt zien worden door collega's en ze geen inzicht hebben in de toepassingen ervan.

2. Wetenschappelijke context



Zoals uit het vooronderzoek naar voren kwam, achten medewerkers de gedragsanalyse nuttig voor Han Snel. Zij kunnen met gemak enkele redenen bedenken waarom de analyse ingezet zou moeten worden binnen het bedrijf. Toch gebruikt niemand binnen Han Snel de huidige analyse. Enkele psychologische factoren kunnen ten grondslag liggen hieraan. Deze factoren zullen besproken worden binnen de wetenschappelijke context en zijn weergegeven in een procesmodel aan het einde van het hoofdstuk. Eerst zal echter de gedragsanalyse zelf besproken worden en factoren die kunnen bijdragen aan een positievere gebruikservaring.

2.1 Gebruikserving gedragsanalyse

Zoals de geïnterviewde medewerker met kennis over de gedragsanalyse al aangaf, zijn er nog enige haken en ogen aan de analyse en is het gebruik ervan niet altijd fijn. Daarom wordt er ook gekeken naar eventuele factoren binnen de analyse die kunnen bijdragen aan een positieve gebruikservaring.

Waargenomen gebruiksgemak en bruikbaarheid

De tevredenheid van een gebruiker over een nieuw systeem kan men onderverdelen in twee aspecten: waargenomen gebruiksgemak en waargenomen bruikbaarheid (Wixom & Todd, 2005). Waargenomen gebruiksgemak (*perceived ease of use; PEOU*) representeert de hoeveelheid moeite die men verwacht in het gebruik van een systeem te moeten steken; hoe makkelijk is het systeem te gebruiken? Waargenomen bruikbaarheid (*perceived usefulness*) is de verwachting dat het gebruik van het systeem de kwaliteit van het geleverde werk zal verbeteren. Met andere woorden, hoe nuttig het systeem is voor de gebruiker (Davis, 1989). Men kan verwachten dat hoe hoger het waargenomen gebruiksgemak en de bruikbaarheid zijn, des te hoger de mate van positieve gebruikservaring zal zijn (Wixom & Todd, 2005).

Informatievoorziening in de gedragsanalyse

Hoeveelheid informatievoorziening

In de loop van de gedragsanalyse worden de medewerkers begeleid aan de hand van informatieblokken met aanvullende uitleg (afbeelding 1 en 2). Tijdens het vooronderzoek werd duidelijk dat de uitleg in de analyse nog te wensen over laat. Wanneer men geen expert is, is voldoende informatievoorziening van belang voor het succesvol voltooien van een taak aan de hand van instructies (Kalyuga, Ayres, Chandler & Sweller, 2003). De meeste medewerkers van Han Snel hebben de gedragsanalyse nog nooit gezien en zijn daarom geen expert in het gebruik van de analyse. Wanneer de medewerkers de gedragsanalyse invullen zonder voldoende

uitleg (in de informatieblokken) wordt hierdoor verwacht dat de analyse niet succesvol (of met moeite) doorlopen zal worden. Met andere woorden: het gevoel van bekwaamheid in het gebruik van de analyse zal afnemen (ook wel *competence*).

Bekwaamheid is een van de belangrijkste psychologische behoeftes van de mens en komt onder andere terug in de *self-determination theory* van Ryan en Deci (2000). Wanneer bekwaamheid niet vervuld wordt, zullen de positieve gevoelens ten opzichte van het systeem dat op dat moment gebruikt wordt verminderen. Doordat men minder positieve gevoelens heeft ten opzichte van een systeem daalt ook de waargenomen bruikbaarheid en het waargenomen gebruiksgemak (Hassenzahl, Diefenbach & Göritz, 2010). Er wordt daarom verwacht dat de informatievoorziening binnen de gedragsanalyse van belang is voor de waargenomen bruikbaarheid en het gebruiksgemak van de analyse.



Afbeelding 1: voorbeeld van een informatie icoon in de huidige gedragsanalysetool.



Afbeelding 2: voorbeeld van een 'uitgeklapt' informatieblok in de huidige gedragsanalysetool.

Mate van informatiekwaliteit

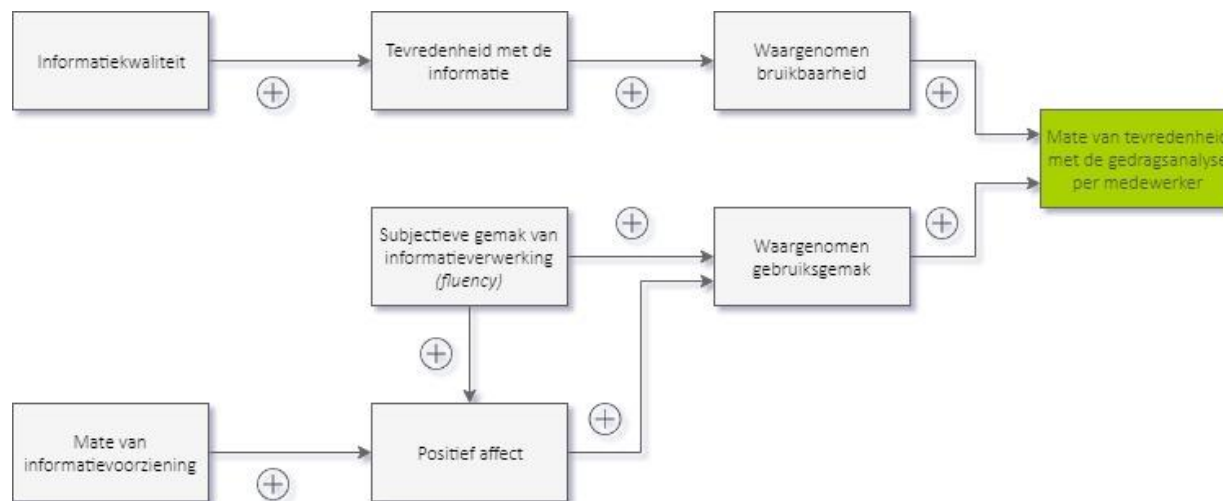
Onnodige informatie is door amateurs van een nieuw systeem daarnaast moeilijk te negeren en zo kan de relevante informatie niet optimaal verwerkt worden. Bij het geven van instructies (zoals in de uitleg van de gedragsanalyse) is hierbij het gevolg dat men faalt in het opvolgen van deze instructies (Kalyuga et al., 2003). Wanneer de informatiekwaliteit echter hoog is (hoge volledigheid, accuraatheid en relevantie) zal de tevredenheid met de informatievoorziening toenemen. Hierdoor

zal de algehele waargenomen bruikbaarheid van het systeem ook toenemen (Wixom & Todd, 2005). Men kan verwachten dat wanneer de kwaliteit van informatievoorziening in de gedragsanalyse hoog genoeg is de bruikbaarheid van de analyse zal toenemen.

Fluency

Een laatste factor die bijdraagt aan de positieve gebruikservaring met de gedragsanalyse is het subjectieve gemak waarmee informatie verwerkt wordt, ook wel de *fluency* (Reber, Wurtz & Zimmerman, 2004). Zoals eerder is beschreven, is het waargenomen gebruiksgemak (PEOU) van belang voor een positieve gebruikservaring met de gedragsanalyse. Dit gebruiksgemak kan echter ook beïnvloed worden door de presentatie van informatie. Hoe moeilijker het namelijk is om een tekst te verwerken (bijvoorbeeld door lettertype of kleurgebruik), des te moeilijker men denkt dat de taak is (Song & Schwarz, 2008). Wanneer het verwerken van de informatie in de gedragsanalyse moeizaam verloopt, zal het gebruiksgemak dus afnemen en daarmee de mate van tevredenheid met de analyse.

Het verhogen van de fluency is ook bewezen effectief gebleken om participanten stimuli als meer positief te laten beoordelen. Het sneller en moeiteloos verwerken van de stimuli door een hoog contrast zorgde namelijk dat participanten positiever reageerden op deze stimuli vergeleken met stimuli met een laag contrast (Reber, Winkielman & Schwarz, 1998). Hoe meer *fluent* de informatie in de gedragsanalyse gepresenteerd wordt, des te positiever zal de gedragsanalyse dus beoordeeld worden.



Figuur 2: Het procesmodel met de factoren die van invloed zijn op de attitude ten opzichte van de gedragsanalyse.

2.2 Gebruik gedragsanalyse

Om de gedragsanalyse beter te kunnen implementeren binnen Han Snel is er gekeken naar factoren die van invloed kunnen zijn op het gebruik van de analyse. Deze worden in het tweede deel van dit hoofdstuk besproken.

Attitude ten opzichte van de gedragsanalyse

De intentie (het voornemen) om een nieuwe technologie te adopteren wordt grotendeels bepaald door de attitude die de gebruikers hebben ten opzichte van deze technologie (Wixom & Todd, 2005). Zoals in het eerste deel van het hoofdstuk is besproken, wordt deze attitude (de gebruikservaring) bepaald door het waargenomen gebruiksgemak en de waargenomen bruikbaarheid. De waargenomen bruikbaarheid heeft naast deze indirecte invloed op intentie ook een

directe invloed en bepaalt dus samen met de attitude de intentie (Wixom & Todd, 2005). Dit betekent dat de waargenomen bruikbaarheid van de gedragsanalyse ook direct van invloed is op de intentie om de analyse te gebruiken. Hoe hoger de positieve attitude en de waargenomen bruikbaarheid zijn, des te hoger de intentie om de gedragsanalyse te gebruiken is.

Kennis en de rol van self-efficacy

Het feit dat werknemers aangeven dat zij zeer veel behoefte hebben aan een training om te leren omgaan met de gedragsanalyse geeft aan dat zij het gevoel hebben op dit moment over te weinig kennis te beschikken. Kennis kan dienen als basis voor gedragsverandering, maar het verschaffen van informatie is over het algemeen niet genoeg om echte verandering teweeg te brengen. Dit wordt de

knowledge-behavior gap genoemd (zoals geciteerd in Rimal, 2000). Een voorbeeld is stoppen met roken; men heeft voldoende kennis over de schadelijke effecten van roken, maar wanneer zij niet geloven dat zij voldoende capaciteiten hebben om te stoppen met roken zullen zij uiteindelijk niet stoppen. Self-efficacy speelt dus een mediërende rol in dit proces (Rimal, 2000). In de huidige context betekent dit dat de mate van kennis een directe positieve invloed heeft op het gebruik van de gedragsanalyse, maar dat de mate van self-efficacy deze relatie versterkt.

Self-efficacy wordt door Bandura (geciteerd in Schunk, 1991) gedefinieerd als de beoordeling van mensen over hun eigen vaardigheden om acties te ondernemen die nodig zijn om een bepaald resultaat te behalen. Kortom, het vertrouwen in het eigen kunnen. Self-efficacy speelt een grote rol in het voorspellen van gedrag (Bandura, 2002). Het stimuleert ons onder andere om door te zetten tijdens het verrichten van moeilijke taken (Bouffard, 1990) en het stuurt gedachtepatronen en emotionele reacties door taken als moeilijker te ervaren dan ze daadwerkelijk zijn wanneer self-efficacy laag is (Pajares, 1996).

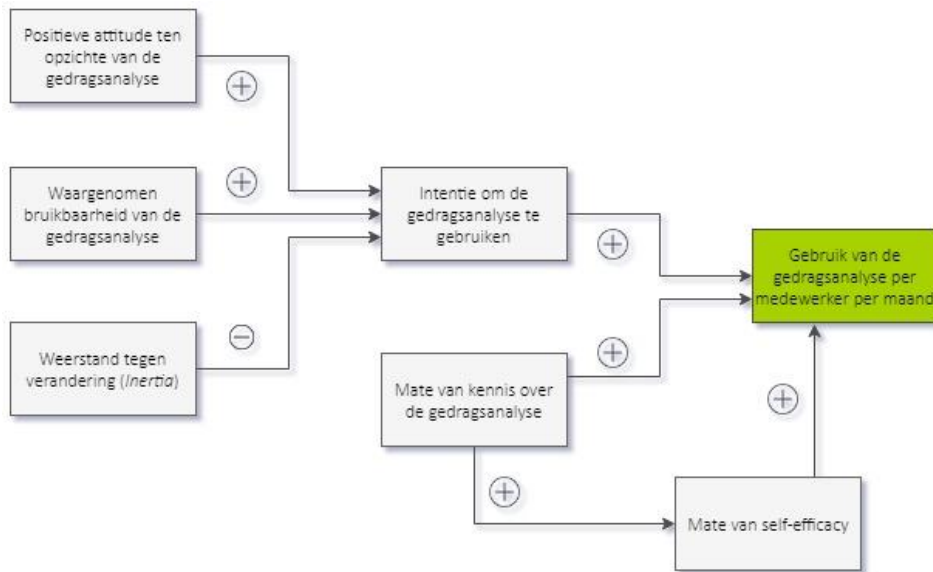
Voor de medewerkers van Han Snel zijn beide punten belangrijk aangezien zij aan de ene kant niet het gevoel moeten krijgen dat de gedragsanalyse moeilijker is dan het daadwerkelijk is en aan de andere kant niet op moeten geven met het invullen van de analyse als het moeizaam verloopt. Uit het vooronderzoek bleek namelijk dat de medewerkers hun self-efficacy niveau hoog inschatten, maar dat deze inschatting niet op ervaring met de analyse gebaseerd is. Het is dus onzeker of er sprake is van een gebrek aan self-efficacy bij deze medewerkers. Daarnaast zijn er nog enkele medewerkers die niet mee hebben gedaan aan het vooronderzoek, maar wel aan het hoofdonderzoek. Om deze redenen zal er dus rekening mee moeten worden gehouden met de mate van self-efficacy.

Bovendien geeft Bandura aan in de *social cognitive theory* (geciteerd in Rimal, 2000) dat mensen met positieve percepties over hun eigen vaardigheden eerder geneigd zijn om te beginnen aan een moeilijke taak vergeleken met mensen die negatieve percepties hebben. Wanneer men zorgt voor voldoende kennis bij de medewerkers en wanneer self-efficacy hoog is, zal dit leiden tot veranderingen in het gebruik van de gedragsanalyse doordat men eerder geneigd zijn om de 'moeilijke'

gedragsanalyse proberen te gebruiken (Rimal, 2000). Niet alleen zal de kennis van de medewerkers dus verhoogd moeten worden, maar ook de self-efficacy in het gebruik van de analyse.

Weerstand tegen verandering binnen Han Snel

In de literatuur blijkt dat er bij veranderingen binnen een bedrijf vaak weerstand is tegen deze verandering vanuit de werknemers; ook wel inertia genoemd (Bovey & Hede, 2001; Oreg, 2003; Jermias, 2001). Het is namelijk over het algemeen het geval dat de veranderingen die management wil doorvoeren, niet overeenkomen met de belangen van de werknemers die de veranderingen moeten ondergaan. Uit het vooronderzoek blijkt echter dat werknemers van Han Snel geen bezwaar tegen algemene veranderingen binnen het bedrijf hebben. Aangezien er niet bij alle medewerkers naar de specifieke verandering die de gedragsanalyse teweeg zou brengen gevraagd kan worden, kan een weerstand tegen deze specifieke situatie wellicht alsnog een rol spelen. Bovendien komt deze vorm van weerstand sterk terug in de literatuur en zal er om deze redenen rekening mee gehouden moeten worden bij het invoeren van de gedragsanalyse.



Figuur 3: Procesmodel met factoren die ten grondslag liggen aan het gebruik van de gedragsanalyse per medewerker per maand.



Aan de ene kant is gekeken naar factoren die van invloed kunnen zijn op de positieve gebruikservaring met de gedragsanalyse. Uit de literatuur is gebleken dat waargenomen gebruiksgemak en waargenomen bruikbaarheid samen de gebruikservaring bepalen. Daarnaast is de informatievoorziening en de fluency van belang voor een positieve gebruikservaring; hoe hoger de mate en kwaliteit van informatievoorziening en hoe hoger de fluency, des te hoger de mate van waargenomen gebruiksgemak en bruikbaarheid zal zijn. Aan de andere kant is er gekeken naar de factoren die van invloed zijn op het daadwerkelijke gebruik van de gedragsanalyse. Attitude, kennis, self-efficacy en weerstand tegen verandering (inertia) bleken belangrijke voorspellers voor het gebruik van de analyse.

3. Interventie



Op basis van de wetenschappelijke context is een interventie ontwikkeld om aan de ene kant de gedragsanalyse te verbeteren en aan de andere kant het gebruik van de gedragsanalyse binnen Han Snel te verhogen. De interventie zal voor het eerste gedeelte bestaan uit aanpassingen aan de gedragsanalyse zowel inhoudelijk als visueel. Daarnaast zal geprobeerd worden het gebruik van de gedragsanalyse te verhogen door middel van een training met daarin verschillende sociaalpsychologische technieken.

3.1 Gebruikservaring gedragsanalyse

Het verhogen van de fluency

Zoals in het vorige hoofdstuk genoemd is, zijn er verschillende punten waarop de gebruikservaring kan worden verbeterd. Een daarvan is het verhogen van de fluency, oftewel het gemak van informatieverwerking (Reber & Schwarz, 1999; Reber, Winkielman & Schwarz, 1998).

Opmaak van de gedragsanalyse

Een manier om de informatieverwerking te bevorderen is het duidelijk leesbaar maken van de tekst door middel van contrastverhoging en soort lettertype (Reber, Wurtz & Zimmerman, 2004). Aan lettertype kan niks aangepast worden aangezien het huidige lettertype de huisstijl van Han Snel is. Daarom is gefocust op het aanpassen van het contrast en de achtergrond.

Het effect van contrast op de leesbaarheid van tekst is vele malen onderzocht (Shieh & Lin, 2000; Hall & Hanna, 2004; Greco et al., 2008; Reber et al., 2004) en uit deze onderzoeken is duidelijk geworden dat hoe hoger het contrast is tussen de tekst en de achtergrond, des te beter de tekst te lezen is. Daarnaast hebben Scharff en Ahumada (2002) onderzoek gedaan naar de invloed van achtergrond met textuur op de leesbaarheid van tekst. Hieruit blijkt dat het plaatsen van tekst op een achtergrond met textuur (zoals in de oude gedragsanalyse; afbeelding 3) voor het minder snel kunnen onderscheiden van doelstimuli in een stuk tekst zorgt vergeleken met een vlakke achtergrond.

In de oude analyse scheen de achtergrond door naar de tekstvlakken, waardoor het contrast op sommige plekken verminderd wordt. Om dit contrast te verhogen is er een ondoorzichtig tekstvlak over de achtergrond geplaatst en schijnt de achtergrond dus niet meer door in de nieuwe analyse (afbeelding 4). Op deze manier wordt verwacht dat de fluency op basis van leesbaarheid van de tekst verhoogd wordt.



Afbeelding 3: de opmaak van de oude gedragsanalyse.



Afbeelding 4: de opmaak van de nieuwe gedragsanalyse.

Uitleg binnen de analyse

In de loop van de analyse worden de gebruikers begeleid aan de hand van informatieblokken met extra uitleg. In deze informatieblokken staat in de oude analyse echter veel tekst. Dit wordt ondersteund door feedback van verscheidene medewerkers over de oude analyse nadat zij deze een keer doorgelopen hebben: “Te lang, te veel” en “[.] te veel tekst”. Daarnaast is in het vorige hoofdstuk vermeld dat het verschaffen van veel (onnodige) informatie overreeds werkt op fluency (Kalyuga et al. 2003). Effectieve instructies zorgen daarentegen voor correcte begeleiding en een vermindering van de cognitieve belasting (Sweller, van Merriënboer & Paas, 1998). In de nieuwe analyse is de uitleg daarom veranderd om met minder woorden noodzakelijke informatie over te brengen om de analyse in te kunnen vullen (afbeelding 5 en 6). Op deze manier wordt verwacht dat de fluency verhoogd zal worden voor gebruikers van de analyse.

Wat zijn de eerste/belangrijkste associaties met het product?

i

x

Associaties zijn de relaties tussen de 'dingen' in onze hersenen. ? Dingen? zoals objecten, gevoelens, ideeën, beelden, enzovoorts.

Het menselijk geheugen is een groot associatief netwerk; 'dingen' die met elkaar te maken hebben zijn sterk verbonden. Op het moment dat iemand aan één 'ding' denkt, worden automatisch de daarmee sterk geassocieerde ?dingen? ook actief in onze hersenen.

Bijvoorbeeld: bij iemand die aan boter denkt, wordt ook brood actief. Bij iemand die aan een bibliotheek denkt, wordt ook fluisteren actief. Deze associaties zijn cruciaal, omdat deze gedrag kunnen sturen!

Wat zijn de eerste/belangrijkste associaties met het merk?

i

Deze associaties zijn erg belangrijk voor je product. Welke 'dingen' worden geactiveerd als mensen aan uw product denken?

POSITIEF

Afbeelding 5: uitleg bij de vraag "Wat zijn de eerste/belangrijkste associaties met het product?" uit de oude analyse.

Wat zijn de belangrijkste associaties met het product?

i

x

Welke objecten, ideeën, beelden, gevoelens etc. worden geactiveerd als mensen aan het product denken?

Positief

Afbeelding 6: uitleg bij de vraag "Wat zijn de belangrijkste associaties met het product?" uit de nieuwe analyse.

Gebbruik van afbeeldingen

Het gebruik van tekst lijkt echter niet genoeg voor het uitleggen van de verschillende technieken op het uitkomstenformulier. De medewerkers van Han Snel zijn niet bekend met deze technieken en hebben aangegeven in het vooronderzoek duidelijke uitleg nodig te hebben. Op het uitkomstenformulier is de

informatie daarom uitgebreid met behulp van afbeeldingen. Mensen hebben namelijk een voorkeur voor informatievoorzieningen gebaseerd op afbeeldingen vergeleken met informatievoorzieningen gebaseerd op tekst; ook wel het *picture superiority effect* genoemd (Sansgiry, Cady & Adamcik, 1997). Daarnaast is het toevoegen van afbeeldingen effectief gebleken voor het vergroten van het begrip van in tekst uitgewerkte instructies en het naleven van deze instructies (Dowse & Ehlers, 2005).

Er wordt verwacht dat het inspelen op deze voorkeur en het verhogen van het begrip van de informatie in de gedragsanalyse de perceptie van de informatiekwaliteit verhoogt bij gebruikers en hiermee de tevredenheid met de verschaft informatie. Naast de informatieblokken uit de oude gedragsanalyse zijn er daarom in de nieuwe analyse ook afbeeldingsblokken toegevoegd waarop men kan klikken om een afbeelding te zien dat als voorbeeld dient bij die specifieke techniek (zie afbeelding 7 en 8).



Afbeelding 7: voorbeeld van het icoon van het afbeeldingsblok (het o-icoon) voor een van de weerstandstechnieken.



Afbeelding 8: voorbeeld van een 'uitgeklapt' afbeeldingsblok voor een van de weerstandstechnieken.

Overige aanpassingen

Naast bovenstaande aanpassingen aan de nieuwe gedragsanalyse zijn er nog enkele overige aanpassingen verricht. Deze hebben betrekking op de vraagstelling in de analyse (verwoordingen van de vragen is aangepast), de manier van antwoorden (schaal vragen in plaats van antwoord geven aan de hand van een schuifje; zie afbeelding 9), de hoeveelheid vragen (in de nieuwe analyse zijn er minder vragen meegenomen) en de hoeveelheid technieken in het uitkomstenformulier (in de nieuwe analyse zijn er meer weerstandstechnieken toegevoegd). Deze veranderingen zijn toegevoegd op basis van gesprekken over de behoeftes van medewerkers.



Afbeelding 9: antwoorden d.m.v. een schuifmechanisme in de oude analyse (links) en antwoorden d.m.v. een schaal in de nieuwe analyse (rechts).

3.2 Interventie intern

Er is een training met de betrokken medewerkers uitgevoerd. Deze training bestond uit twee onderdelen: een presentatie onderdeel over de nieuwe gedragsanalyse en hoe deze gebruikt kan worden, en een drietal opdrachten waarin gedragsveranderingstechnieken zijn gebruikt.

Presentatie

Om de kennis te verhogen van de medewerkers in het gebruik van de analyse is er eerst een uitleg gegeven. De gehele uitleg inclusief het maken en bespreken van de opdrachten en vragen vanuit de medewerkers duurde 45 minuten. Er is gebruik gemaakt van een televisiescherm waarop de presentatie (gemaakt met Prezi, een online presentatietool) getoond werd. Aan de hand van deze presentatie is de nieuwe gedragsanalyse doorlopen. Verschillende aspecten van de analyse zijn uitgelicht en hoe je deze het beste toe kan passen in de praktijk. Aangezien de basis

van de analyse bestaat uit weerstanden en motieven is hier speciale aandacht aan besteed, zodat de medewerkers een goed beeld hebben bij deze termen.

De kennis die de medewerkers opdoen tijdens de presentatie zal als basis dienen voor de uiteindelijke gedragsverandering (Rimal, 2000). Zoals in het vorige hoofdstuk is benoemd, is deze kennis door de *knowledge-behavior gap* alleen niet genoeg om gedragsverandering teweeg te brengen (zoals geciteerd in Rimal, 2000). De mate van self-efficacy (waarvan onzeker is of deze hoog of laag is) zal ook verhoogd moeten worden.

Een bron die mensen gebruiken om hun mate van self-efficacy vast te stellen zijn de resultaten van andere mensen in de omgeving. Wanneer peers een taak met succes voltooien, zal de eigen self-efficacy ook toenemen (Zimmerman, 2000). Het feit dat het invullen van de gedragsanalyses is besproken tijdens de training geeft aan alle medewerkers een bron van de mate van self-efficacy. Zij hebben ervaren dat hun collega's de gedragsanalyse ook met succes hebben doorlopen en hierdoor is het waarschijnlijk dat de mate van self-efficacy zal stijgen.

Opdrachten

In totaal zijn er drie onderdelen met sociaal psychologische technieken erin verwerkt. Deze onderdelen worden ieder apart weergegeven op standaard A4 papier, waarop de medewerkers schriftelijk antwoord geven.

Zelfovertuiging

Bij dit onderdeel schrijven de medewerkers twee redenen op waarom zij de gedragsanalyse zouden gebruiken (zie afbeelding 10 / bijlage C). Het zelf verzinnen van redenen om een bepaald gedrag uit te voeren wordt ook wel zelfovertuiging (of *self-persuasion*) genoemd (Aronson, 1999). In het vorige hoofdstuk is duidelijk geworden dat er waarschijnlijk sprake zal zijn van weerstand tegen verandering (inertia) bij de medewerkers (Bovey & Hede, 2001; Oreg, 2003; Jermias, 2001). Het beargumenteren van de voordelen van het gebruik van de gedragsanalyse zal niet werken in dit geval zonder dat hier weerstand door ontstaat. Zelfovertuiging kan

daarentegen goed werken tegen inertia zonder weerstand op te wekken (Andrews, van Leeuwen & van Baaren, 2013).

Onderzoek naar stoppen met roken heeft namelijk aangetoond dat het zelf genereren van argumenten om te stoppen met roken voor het minder snel opsteken van een eerstvolgende sigaret zorgt. De controle groep waarbij de argumenten door anderen opgesteld waren, wachtten niet significant langer met het opsteken van de volgende sigaret (Müller et al., 2009). De reden hiervoor is dat informatie die je zelf genereert als betrouwbaarder wordt beschouwd dan informatie die aangeboden wordt door anderen (Hoch & Deighton, 1989; Levin et al., 1988). De medewerkers kunnen informatie krijgen over de voordelen van het gebruik van de gedragsanalyse, maar zij zullen zelf argumenten moeten bedenken waarom zij het zouden willen gebruiken. Wanneer zij dit doen, zullen zij dus daadwerkelijk overtuigd worden. Daarnaast is het zelf genereren van twee argumenten als optimaal beoordeeld, waardoor ook in dit onderzoek is gekozen voor het genereren van twee argumenten (Müller et al., 2017).

Nu dat jullie de uitleg over de nieuwe gedragsanalyse gehad hebben, volgen er nog drie korte onderdelen.

Onderdeel 1

Schrijf voor jezelf 2 redenen op waarom jij de gedragsanalyse zou gebruiken.

1. _____

2. _____

Afbeelding 10: zelfovertuiging formulier met twee invulmogelijkheden

Implementatie intenties

Het opstellen van doelen is vaak niet genoeg om het doel te behalen. Dit is te wijden aan het feit dat men een goede intentie heeft om het gedrag uit te voeren, maar dit vervolgens toch niet doet (Orbell & Sheeran, 1998). Wanneer de medewerkers het

doel hebben om de gedragsanalyse vaker te gebruiken en gemotiveerd zijn om dit te doen, zal dit niet betekenen dat dit ook gebeurt. Met name wanneer het doelgedrag nieuw of onbekend is, is het moeilijker om te weten wanneer het doelgedrag uitgevoerd dient te worden (Gollwitzer & Sheeran, 2006).

Onderdeel 2

Nu gaan jullie concrete plannen maken over het gebruik van deze analyse. Hierbij omschrijf je wanneer, waar en hoe je het zal gebruiken.

Voorbeelden van concrete plannen zijn:
Wanneer ik naar de Albert Heijn ga, neem ik mijn oude lampen mee om in te leveren in de Wecycle inleverbak.
Wanneer ik vanavond thuis kom, pak ik mijn hardloopschoenen om 5 km te rennen.

Maak nu zelf een plan voor het gebruik van de gedragsanalyse. Belangrijk hierbij is dat je de situatie waarin je het zal gebruiken zo concreet mogelijk omschrijft en dat je een situatie kiest die zeer waarschijnlijk in de komende weken voor zal komen.

Wanneer _____
_____ zal ik de gedragsanalyse gebruiken
om _____.

Afbeelding 11: Implementatie intentie formulier met voorbeelden en invulmogelijkheid.

Implementatie intenties helpen met het concretiseren van de situatie waarin men het doelgedrag uit zal voeren. Zij geven aan waar, wanneer en hoe iemand de gewenste gedraging zal uitvoeren en hiermee zijn eerder opgestelde doelen kan behalen. Ze worden geformuleerd als “Wanneer situatie X zich voordoet, zal ik gedrag Y uitvoeren” (Orbell & Sheeran, 1998). Zo kunnen implementatie intenties helpen om inertia te verminderen en te beginnen aan een taak of een actie, zelfs wanneer deze bedreigd worden door gedachtes en gevoelens gevormd vanuit gewoontes (Gollwitzer, 1999). Hoe implementatie intenties zijn toegepast in de training staat in afbeelding 11 en bijlage C.

Commitment en consistentie

Een andere techniek om inertia te verminderen is het gebruik van commitment en consistentie. Dit houdt in dat wanneer mensen hebben toegezegd aan het uitvoeren van een bepaald gedrag (bijvoorbeeld het gebruiken van de gedragsanalyse), zij eerder geneigd zullen zijn om deze gedraging later ook uit te voeren. Ze hebben immers gezegd dat ze het zouden doen en men vindt het fijn om consistent (voorspelbaar) te zijn (Cialdini, 2008). Dit blijkt vooral het geval te zijn wanneer dit in het bijzijn van anderen gebeurt. Onderzoek heeft namelijk aangetoond dat het publiekelijk (vergeleken met privé) toezeggen tot een intentie de waarschijnlijkheid dat men de intentie doorvoert tot gedrag verhoogt (Stults & Messé, 1985). Om deze reden is gekozen om de training met de gehele groep uit te voeren in plaats van individueel. Ook is er gekozen voor het schriftelijk toezeggen tot de intentie om de gedragsanalyse te gebruiken. Uit een review van Schultz, Oskamp en Mainieri (1995) blijkt namelijk dat onderzoeken waarbij proefpersonen schriftelijk toezegden meer hun best doen om te recyclen dan wanneer zij mondeling toezegden.

Het zetten van de handtekening onder de vier gedragingen zorgt voor commitment tot de gedragingen en op zijn beurt voor consistentie van gedrag. De onderbouwing van de gedragingen staat in bijlage D uitgewerkt. Aan het begin van het formulier wordt verder gesteld dat mensen vrij zijn om het formulier niet te ondertekenen wanneer zij het niet eens zijn met de stellingen. Hiervoor is gekozen om eventuele reactance weg te nemen. Reactance is weerstand tegen beïnvloeding en wordt opgewekt doordat de vrijheid van mensen beperkt wordt (Brehm & Brehm, 1981; Ashforth, 1989). In dit geval kunnen de medewerkers het formulier opvatten als het opleggen van gedragsregels. Om te vermijden dat zij reactance ondervinden wordt door de stelling dat zij vrij zijn om het formulier niet te ondertekenen deze autonomie terug gegeven (Guéguen et al., 2013).

Onderdeel 3

Als laatste wil ik jullie vragen om de volgende informatie goed door te nemen. Wanneer jullie het hiermee eens zijn, zet je een handtekening onder aan het formulier. Je bent natuurlijk vrij om dit niet te doen wanneer je het er niet mee eens bent.

Als medewerker van Han Snel

- ✓ **Zal ik proberen om de nieuwe gedragsanalyse zoveel mogelijk te gebruiken.**
'Learning by doing' is over de jaren heen zeer effectief gebleken. Onderzoekers stellen zelfs dat wanneer er geen oefening plaatsvindt er niet dezelfde belangrijke zaken geleerd kunnen worden.
- ✓ **Zal ik mijn collega's helpen met het werken met de nieuwe gedragsanalyse.**
Onderzoek heeft aangetoond dat het helpen van anderen zorgt voor een betere kwaliteit en een hogere kwantiteit van het werk dat geproduceerd wordt. Daarnaast verhoogt het de efficiëntie binnen het bedrijf.
- ✓ **Zal ik anderen om hulp vragen wanneer ik er zelf niet uit kom met de nieuwe gedragsanalyse.**
Onderzoek heeft aangetoond dat door het actief vragen om hulp en het vragen om hulp wanneer er een fout wordt gemaakt resultaten worden verbeterd.
- ✓ **Zal ik mijn collega's stimuleren om de nieuwe gedragsanalyse te gebruiken.**
Onderzoek naar het implementeren van een nieuw communicatiesysteem toont aan dat wanneer mensen zien dat collega's een nieuw systeem gebruiken, zij meer geneigd zijn om ook dit nieuwe systeem te gebruiken.
Daarnaast zorgen sociale interacties op de werkvloer voor gedeelde meningen en deze meningen zorgen op hun beurt weer voor gedeelde patronen van het gebruik van nieuwe technologie.

Ben je het hiermee eens?

Naam _____

Handtekening _____

Afbeelding 12: commitment en consistentie formulier met vier gedragingen, onderbouwing en ruimte voor handtekening.



De interventie is zowel gefocust op het verbeteren van de gebruikservaring als het verhogen van het gebruik van de analyse. Voor de gebruikservaring is hiervoor onder andere de fluency verhoogd en zijn afbeeldingen toegevoegd. Er wordt getracht het gebruik van de analyse te verhogen door middel van een training met uitleg over het gebruik van de analyse en een drietal opdrachten waarin sociaalpsychologische technieken zijn verwerkt: zelfovertuiging, implementatie intenties en commitment en consistentie.

4. Toetsing



Om het effect van de interventie te toetsen zijn er een aantal metingen verricht. De deelnemers, materialen, onderzoeksopzet, hypothesen en analysemethoden zullen in dit hoofdstuk besproken worden.

4.1 Deelnemers en design

Deelnemers

Aangezien Han Snel de gedragsanalyse ook graag wilt gebruiken om door hun klanten in te laten vullen, moet het ook begrijpelijk zijn voor mensen buiten de reclamewereld met verschillende opleidingsniveaus. De doelgroep van de gedragsanalyse bestaat dus niet alleen uit de medewerkers van Han Snel. Daarom is er gekozen om een aanvullend online onderzoek af te nemen. De online participanten (N= 77; 32 mannen en 45 vrouwen) geven de verscheidenheid aan gebruikers van de analyse weer. De gemiddelde leeftijd was 25.6 jaar oud met een minimum van 18 en een maximum van 61. De meeste deelnemers waren studenten; 73% heeft een HBO of WO opleiding afgerond.

In totaal zijn er twaalf medewerkers van Han Snel die mee hebben gedaan waarvan zes vrouwen en zes mannen. De gemiddelde leeftijd is 40,5 jaar. De jongste medewerker is 25 en de oudste is 54. Negen medewerkers hebben HBO als hoogst afgeronde opleiding, één HAVO, één VWO en één WO.

Design

Voor de medewerkers is een within-subject design gebruikt om het effect van de veranderingen aan de gedragsanalyse te meten (kwantitatief) waarbij zij beide gedragsanalyses doorlopen hebben; eerst de oude en daarna de nieuwe. Voor de online participanten is een between-subject design gebruikt. Zij hebben slechts een van beide analyses gemaakt en zijn random verdeeld over een van deze condities (oude analyse/nieuwe analyse). De onafhankelijke variabele voor beide groepen is de gedragsanalyse (oud/nieuw). Om het effect van de veranderingen te kunnen analyseren is de afhankelijke variabele onder verdeeld in verschillende factoren die ieder een onderdeel van de gebruikservaring weergeven: de aantrekkelijkheid, duidelijkheid, betrouwbaarheid, stimulatie en efficiëntie van de gedragsanalyse (Laugwitz, Held & Schrepp, 2008).

Het design voor de interne meting is ook een within-subject design. De afhankelijke variabele hierbij is het gebruik van de analyse (gemeten in aantal opdrachten). De onafhankelijke variabele is tijd (voor de training/na de training).

4.2 Materialen en meetinstrumenten

Voor dit onderzoek zijn meerdere vragenlijsten gebruikt om het effect van de veranderingen aan de gedragsanalyse te meten en om het daadwerkelijke gebruik van de gedragsanalyse te meten. Als eerste zijn er twee semantische vragenlijsten gebruikt om de gebruikservaring van de oude vergeleken met de nieuwe analyse te meten. Deze vragenlijsten zijn identiek en hebben betrekking op zowel de inhoud (uitleg bij vragen en technieken, duidelijkheid vraagstelling) als de vormgeving (achtergrond, kleurgebruik). De volledige vragenlijst staat in bijlage E. De resultaten van betrouwbaarheidsanalyses voor deze vragenlijsten tonen aan dat Cronbach's alfa voor de meeste factoren zeer hoog is (tabel 1 en tabel 2).

Factor	Oude analyse (α)	Nieuwe analyse (α)
Aantrekkelijkheid	.923	.949
Duidelijkheid	.317	.700
Stimulatie	.500	.905
Efficiëntie	.378	.780
Betrouwbaarheid	.717	.853

Tabel 1: Cronbach's alfa voor de factoren aantrekkelijkheid, duidelijkheid, stimulatie, efficiëntie en betrouwbaarheid voor de interne meting naar gebruikservaring.

Factor	Cronbach's alfa (α)
Aantrekkelijkheid	.946
Duidelijkheid	.896
Stimulatie	.878
Efficiëntie	.896
Betrouwbaarheid	.726

Tabel 2: Cronbach's alfa voor de factoren aantrekkelijkheid, duidelijkheid, stimulatie, efficiëntie en betrouwbaarheid voor de online meting naar gebruikservaring.

Ten tweede zijn er twee vragenlijsten afgenomen om onder andere het interne gebruik van gedragsanalyse te meten. Andere factoren die hiermee gemeten worden zijn: intentie om de gedragsanalyse te gebruiken (Ajzen, 2002), gedachtes aan de gedragsanalyse, software self-efficacy (SSE; Hsu, Wang, Chiu, 2009), perceived usefulness (Davis, 1989), perceived ease of use (PEoU; Davis, 1989), zekerheid over het kunnen uitvoeren van gewenste gedragingen (onderdeel van self-efficacy; Bandura, 2006) en de kennis over de analyse. Zie bijlage F voor de complete vragenlijst. Ook deze vragenlijsten zijn identiek aan elkaar. De resultaten van de betrouwbaarheidsanalyse voor deze factoren tonen aan dat Cronbach's alfa voor alle factoren hoog is, behalve voor PEoU (tabel 3).

Factor	Oude gedragsanalyse (α)	Nieuwe gedragsanalyse (α)
Zekerheid uitvoering gedrag	.895	.850
Perceived usefulness	.874	.732
SSE	.922	.907
PEoU	.339	.808

Tabel 3: Cronbach's alfa van de factoren zekerheid uitvoering gedrag, perceived usefulness, SSE en PEoU voor de oude en nieuwe gedragsanalyse.

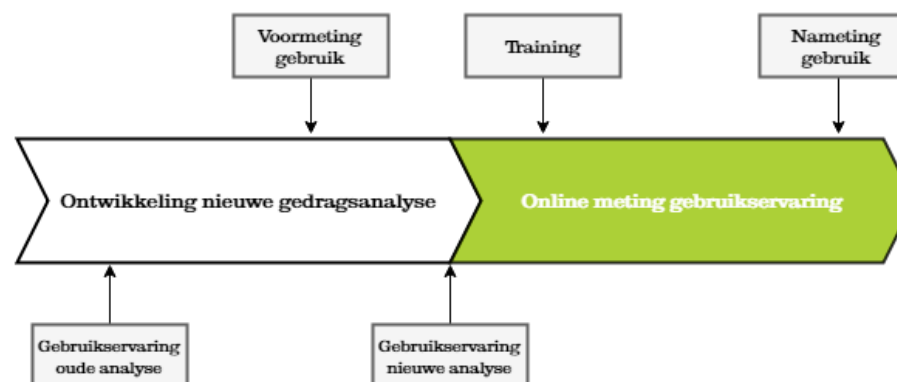
4.3 Onderzoeksopzet

Gebruikservaring gedragsanalyse

De oude analyse wordt vergeleken met de nieuwe analyse, zowel bij de medewerkers intern als via het online onderzoek. Beide groepen kregen eerst informatie (een briefing; zie bijlage G) om de gedragsanalyse in te kunnen vullen. Hierna hebben zij de vragenlijst over de vijf eerder genoemde gebruikservaring factoren ingevuld. De online participanten zijn benaderd door middel van e-mails, facebook en Sona (het onderzoekstelsel van de Radboud Universiteit).

Gebruik gedragsanalyse intern

Voordat de training en uitleg over de nieuwe gedragsanalyse is gegeven, is de voormeting voor het gebruik van de analyse afgenomen. Deze vragen hebben dus betrekking op de oude gedragsanalyse. Er werd gevraagd de antwoorden te baseren op de afgelopen vier weken. Hierna is de training gegeven en zijn de psychologische technieken toegepast. Vier weken later is dezelfde vragenlijst nogmaals afgenomen. Ditmaal gebaseerd op de nieuwe gedragsanalyse en de vier weken na de training. In figuur 4 staat een schematische weergave van de verschillende meetmomenten.



Figuur 4: tijdslijn dataverzameling zowel intern (grijze blokken) als online (groene vlak).

4.4 Hypothesen

Op basis van de voorgaande hoofdstukken kunnen er twee hypothesen gesteld worden.

- Ten eerste wordt er een significant effect verwacht van de veranderingen aan de gedragsanalyse op basis van aantrekkelijkheid, duidelijkheid, betrouwbaarheid, stimulatie en efficiëntie. Dit wordt verwacht voor zowel de medewerkers van Han Snel (intern) als de online participanten.

- Ten tweede wordt verwacht dat het interne gebruik van de gedragsanalyse significant hoger zal zijn na de interventie vergeleken met het gebruik voor de interventie.

4.5 Analysemethoden

Om deze hypothesen te testen zijn er een aantal statistische analyses uitgevoerd met behulp van het programma *IBM SPSS statistics 25*.

Aanvullende analyses

De aanvullende analyses zijn allemaal uitgevoerd aan de hand van non-parametrische toetsen (Wilcoxon signed ranks test), aangezien voor alle factoren de assumptie van normaliteit geschonden is ($p > .05$). Deze analyses hebben allemaal betrekking op de meting met de medewerkers van Han Snel. Er wordt gekeken naar het effect van de interventie op de kennis van de medewerkers over de gedragsanalyse, de mate van self-efficacy, de intentie om de gedragsanalyse te gebruiken en het denkpatroon over de gedragsanalyse (denken mensen na de interventie meer aan de gedragsanalyse vergeleken met voor de interventie).

Hoofdanalyses

Analyse gebruikservaring intern

Voor het meten van het effect van de veranderingen aan de gedragsanalyse bij de medewerkers is er een repeated measures ANOVA uitgevoerd. De within-subject variabele is de gedragsanalyse (oud/nieuw) en de afhankelijke variabelen zijn aantrekkelijkheid, duidelijkheid, stimulatie, efficiëntie en de betrouwbaarheid van de analyse (kwantitatief).

Analyse gebruikservaring online

Voor het meten van het effect van de veranderingen aan de gedragsanalyse bij de online groep is er een MANOVA uitgevoerd. De between-subject variabele is de groep (oude gedragsanalyse /nieuwe gedragsanalyse) en de afhankelijke variabelen zijn aantrekkelijkheid, duidelijkheid, stimulatie, efficiëntie en de betrouwbaarheid van de analyse (kwantitatief).

Analyse intern gebruik gedragsanalyse

Voor het analyseren van het gebruik van de gedragsanalyses is er ook een Wilcoxon signed ranks test uitgevoerd aangezien de assumptie van normaliteit is geschonden ($p < .001$). De within-subject variabele is de meting (voor de training/ na de training) en de afhankelijke variabele is het gebruik van de analyse (kwantitatief).



Voor het gehele onderzoek zijn twee groepen gebruikt: twaalf medewerkers van Han Snel en 77 online participanten. Beide groepen hebben een semantische vragenlijst ingevuld over hun gebruikservaring met zowel de oude als de nieuwe gedragsanalyse. Daarnaast hebben de medewerkers twee extra vragenlijsten ingevuld over hun gebruik van de gedragsanalyse binnen het bedrijf; één vragenlijst voor een training over deze analyse en één erna.

5. Resultaten

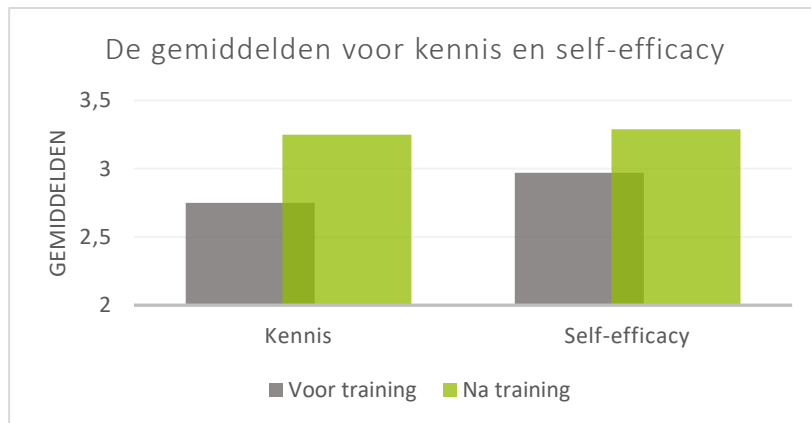


In het volgende hoofdstuk worden de resultaten van de verrichte analyses besproken. Ook hier wordt onderscheid gemaakt tussen de resultaten voor de gebruikservaring met de gedragsanalyse en de resultaten van het daadwerkelijk gebruik van de gedragsanalyse intern.

5.1 Aanvullende resultaten

De resultaten tonen aan dat er een significant verschil is tussen de mate van kennis voor de training en de mate van kennis na de training ($z = -2.121, p = .034, r = -.43$). Dit betekent dat de gemiddelde mate van kennis voor de training ($M = 2.75, SD = .97$) lager was dan de gemiddelde mate van kennis na de training ($M = 3.25, SD = .75$). Zie ook tabel 6 en figuur 6.

Het verschil tussen de metingen in de mate van self-efficacy bleek niet significant te zijn ($z = -1.380, p = .168, r = -.28$). Dit betekent dat de gemiddelde mate van self-efficacy niet significant groter was na de training ($M = 3.29, SD = .85$) vergeleken met voor de training ($M = 2.79, SD = .92$). Zie ook tabel 6 en figuur 6.



Figuur 6: de gemiddelden voor de mate van kennis en self-efficacy voor de training en na de training.

De intentie om de gedragsanalyse te gebruiken (oud of nieuw) na de training verschilde niet significant met de intentie voor de training ($z = -.365, p = .715, r = -.07$). Dit betekent dat ook deze gemiddelden niet significant hoger waren na de training ($M = .92, SD = .40$) vergeleken met voor de training ($M = .75, SD = .59$).

Het verschil in denkpatroon was echter significant ($z = 1.930, p = .054, r = -.39$). Dit betekent dat er gemiddeld meer aan de analyse gedacht werd na de training ($M = 1.83, SD = .83$) vergeleken met voor de training ($M = 1.17, SD = .61$). Zie ook figuur 7 en tabel 6.

5.2 Resultaten hoofdanalyses

Resultaten online onderzoek gebruikservaring

De multivariate toets was significant voor groep (oude analyse/nieuwe analyse) (Wilks $\Lambda = .762, F(5, 71) = 4.444, p = 0.001$, partieel $\eta^2 = .238$). De beoordelingen voor aantrekkelijkheid ($F(1, 76) = 5.663, p = .015$, partieel $\eta^2 = .076$), efficiëntie ($F(1, 76) = 8.719, p = .001$, partieel $\eta^2 = .137$) en stimulatie ($F(1, 76) = 3.020, p = .007$, partieel $\eta^2 = .093$) verschilden significant tussen de oude en nieuwe gedragsanalyse. De gemiddelde beoordeling voor de nieuwe analyse was significant hoger op basis van aantrekkelijkheid, efficiëntie en stimulatie vergeleken met de oude analyse (tabel 4). De beoordelingen voor duidelijkheid ($F(1, 76) = 1.468, p = .204$, partieel $\eta^2 = .021$) en betrouwbaarheid ($F(1, 76) = .221, p = .421$, partieel $\eta^2 = .009$) verschilden niet significant van elkaar. De gemiddelde beoordeling voor de nieuwe gedragsanalyse op basis van duidelijkheid en betrouwbaarheid was niet significant hoger dan de oude gedragsanalyse (tabel 4).

Factor	Oude gedragsanalyse (n=38)	Nieuwe gedragsanalyse (n=39)
Aantrekkelijkheid	M= 2.97* SD= 1.02	M= 3.51* SD= .89
Efficiëntie	M= 3.00* SD= .84	M= 3.67* SD= .87
Stimulatie	M= 2.93* SD= .68	M= 3.32* SD= .57
Duidelijkheid	M= 3.61 SD= .80	M= 3.88 SD= 1.06
Betrouwbaarheid	M= 3.15 SD= .63	M= 3.26 SD= .53

Tabel 4: gemiddelden en standaarddeviaties voor aantrekkelijkheid, efficiëntie, stimulatie, duidelijkheid en betrouwbaarheid voor de oude en de nieuwe gedragsanalyse (between-subject). *= significant verschil.

Resultaten interne meting gebruikservaring

Uit de resultaten blijkt dat de multivariate toets niet significant is (Wilks $\Lambda = .308$, $F(7,12) = 3.146$, $p = .084$, partieel $\eta^2 = .692$). Daarom kan er niet gekeken worden naar de resultaten voor de univariate toets. Dit betekent dat de gemiddelden voor aantrekkelijkheid, duidelijkheid, stimulatie, efficiëntie en betrouwbaarheid niet significant hoger zijn voor de nieuwe gedragsanalyse vergeleken met de gemiddelden op de oude gedragsanalyse (tabel 5).

Factor	Oude gedragsanalyse (N=12)	Nieuwe gedragsanalyse (N=12)
Aantrekkelijkheid	M= 3.67 SD= .71	M= 3.95 SD= .63
Duidelijkheid	M= 3.31 SD= .38	M= 3.66 SD= .43
Stimulatie	M= 3.55 SD= .37	M= 3.83 SD= .54
Efficiëntie	M= 3.52 SD= .32	M= 3.79 SD= .41
Betrouwbaarheid	M= 3.56 SD= .54	M= 3.69 SD= .48

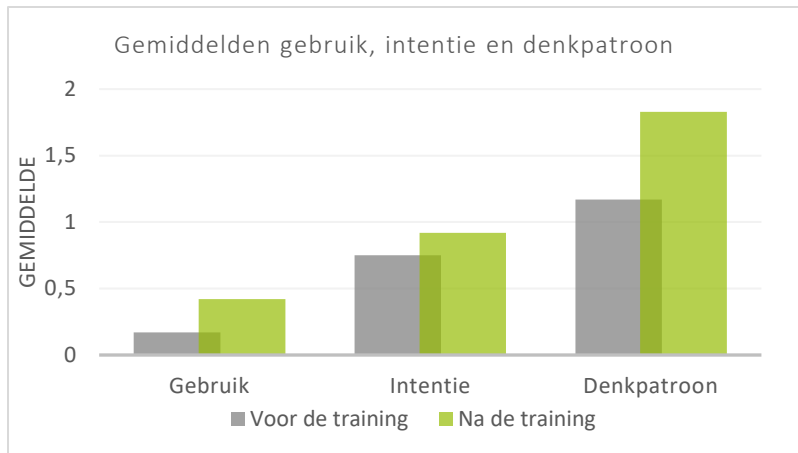
Tabel 5: gemiddelden en standaarddeviaties voor aantrekkelijkheid, efficiëntie, stimulatie, duidelijkheid en betrouwbaarheid voor de oude en de nieuwe gedragsanalyse (within-subject).

Resultaten intern gebruik gedragsanalyse

Het gebruik van de gedragsanalyse (oud of nieuw) na de training verschilde echter niet significant van het gebruik voor de training ($z = -.756$, $p = .450$, $r = -.15$). Dit betekent dat het gemiddelde gebruik na de training ($M = .42$, $SD = .23$) niet significant hoger was dan het gemiddelde gebruik voor de training ($M = .17$, $SD = .17$). Zie ook figuur 7. Dit resultaat suggereert dat de interventie niet heeft gezorgd voor een verhoging van het gebruik van de gedragsanalyse. De medianen voor deze resultaten zijn weergegeven in tabel 6.

Variabele	Mediaan voor training	Mediaan na training
Kennis	3.00	3.00
Self-efficacy	2.63	3.38
Intentie	.00	.00
Denkpatroon	.00	1.00
Gebruik	.00	.00

Tabel 6: medianen voor de kennis, self-efficacy, intentie, denkpatroon en gebruik van de gedragsanalyse voor de training en na de training.



Figuur 7: Gemiddelden van het gebruik, de intentie en het denken aan de gedragsanalyse voor de training en na de training.



De resultaten tonen aan dat de gebruikservaring gemeten bij de online participanten significant was; de nieuwe gedragsanalyse werd significant beter beoordeeld op aantrekkelijkheid ($M= 3.95$), stimulatie ($M=3.83$) en efficiëntie ($M= 3.79$) vergeleken met de oude gedragsanalyse (respectievelijk $M= 3.67$, $M= 3.55$ en $M= 3.52$). Voor de medewerkers bleken er geen significante verschillen te zijn met betrekking tot de gebruikservaring. Bij de medewerkers is echter de kennis significant toegenomen door het volgen van de training en ook het denken aan de gedragsanalyse bleek significant verhoogd.

6. Discussie



Hoe de resultaten uit het vorige hoofdstuk verklaard kunnen worden, zal in het volgende hoofdstuk behandeld worden. Daarnaast zijn er enkele limitaties aan het onderzoek en zullen suggesties voor verder onderzoek gedaan worden.

6.1 Conclusies

Dit onderzoek was gericht op het verbeteren en implementeren van een gedragsanalysetool binnen het reclamebureau Han Snel. De hypothesen bij dit onderzoek waren als volgt: er werd verwacht dat de beoordelingen op basis van gebruikservaring van de nieuwe gedragsanalyse hoger zullen zijn dan de gebruikservaring van de oude gedragsanalyse zowel voor de medewerkers als de online participanten. De gemeten constructen waren aantrekkelijkheid, duidelijkheid, stimulatie, efficiëntie en betrouwbaarheid. Daarnaast werd verwacht dat het gebruik van de gedragsanalyse zou toenemen als gevolg van de training.

1. De resultaten van het online onderzoek naar de gebruikservaring met de gedragsanalyse tonen aan dat de beoordelingen van de nieuwe gedragsanalyse significant hoger waren op basis van aantrekkelijkheid, stimulatie en efficiëntie vergeleken met de oude gedragsanalyse. Voor de interne meting met de medewerkers bleken de verschillen in beoordelingen echter niet significant te zijn.
2. Het gebruik van de gedragsanalyse was niet significant hoger na de interventie. Dit suggereert dat de interventie er niet voor heeft gezorgd dat het gebruik verhoogd werd.

6.2 Verklaringen voor de gevonden resultaten

Gebruikservaring van de gedragsanalyse

Aanpassingen aan de gedragsanalyse

Aan de hand van de resultaten kan gesteld worden dat de aanpassingen effectief zijn gebleken om de gebruikservaring onder de online participanten te verhogen. Deze resultaten zijn in lijn met de wetenschappelijke literatuur waarin wordt gesteld dat het verhogen van de fluency zorgt voor een hogere mate van gebruiksgemak

(Reber et al., 1998; Song & Schwarz, 2008). Ook de aanpassingen aan de hoeveelheid informatievoorziening (Hassenzahl et al. 2010) en de mate van informatiekwaliteit (Kalyuga et al., 2003) blijken effect te hebben gehad op de gebruikservaring van de online participanten. Waarom is dit echter niet het geval voor de gebruikservaring van de medewerkers?

Steekproefgrootte

Een reden voor de verschillen tussen de resultaten van het online onderzoek en het interne onderzoek naar gebruikservaring kan zijn dat de steekproefgrootte van het interne onderzoek zeer klein was. Er zijn namelijk enkele gevolgen van het gebruik van een kleine steekproef. Een daarvan is het vaak niet vinden van een significant effect. De reden hiervoor is dat de intervallen tussen de resultaten sterk met elkaar overlappen in een kleine steekproef en hierdoor de verschillen niet significant zullen zijn (Fields, 2014).

Central tendency bias

De tweede reden voor het gevonden verschil kan de *central tendency bias* zijn. Dit treedt vooral op wanneer er gebruik is gemaakt van een semantische schaal en betekent dat men geneigd is om de extreme opties van de schaal te vermijden (Yu, Albaum & Swenson, 2003; Kuusinen et al., 2016). Wanneer wordt gekeken naar de verschillen tussen beoordelingen van het interne en het online onderzoek valt het op dat de participanten vaker voor een extreme optie kiezen (25%) vergeleken met de medewerkers (16%). Wanneer er dus vooral neutraal geantwoord wordt, is het moeilijker om een significant resultaat te verkrijgen.

Manier van toetsen: between versus within

Als laatste kunnen eventuele verschillen tussen de metingen hebben opgetreden door het feit dat er bij het interne onderzoek sprake was van een within-subject design zonder de volgorde van de metingen te randomiseren (*counterbalancing*). Dit is het pre-test post-test effect. Het feit dat de medewerkers al eerder een vragenlijst hebben ingevuld kan effect hebben op de resultaten van de daaropvolgende vragenlijsten (Greenwald, 1976). Bij het online onderzoek heeft elke deelnemer slechts één van de gedragsanalyses gezien waardoor dit effect geen invloed kan hebben gehad.

Interne gebruik van de gedragsanalyse

Kennis en self-efficacy

De toename in de mate van kennis over de gedragsanalyse was significant en kan daarom als basis voor de gedragsverandering dienen. Echter is in de wetenschappelijke context ook gebleken dat het verhogen van de kennis op zich niet voldoende is en de mate van self-efficacy ook van invloed is op het gewenste gedrag (Rimal, 2000). Dit kan een mogelijke verklaring zijn voor het non-significante resultaat van het gebruik van de gedragsanalyse. Wanneer de training namelijk zorgt voor een significante toename in de mate van kennis, maar niet in een significante toename in self-efficacy zal dit alsnog weinig effect hebben op het gebruik van gedragsanalyse.

Attitude ten opzichte van de gedragsanalyse

De resultaten van de meting naar gebruikservaring van de medewerkers moeten voorzichtig geïnterpreteerd worden, maar wanneer men deze resultaten in acht neemt kan er een verklaring worden gegeven voor zowel het non-significante effect op gebruik als op intentie. Uit de literatuur was namelijk gebleken dat het verhogen van de positieve attitude ten opzichte van de gedragsanalyse voor een toename in intentie zou moeten zorgen (Wixom & Todd, 2005). Doordat de nieuwe gedragsanalyse niet beter beoordeeld werd vergeleken met de oude gedragsanalyse kan dit effect hebben gehad op de intentie (en daarmee het gebruik).

Consistency effect

Als laatste is een mogelijke reden voor dit non-significante resultaat het *consistency* effect. In retrospectieve vragenlijsten waarbij gevraagd wordt naar attitudes, percepties of gedrag kan dit effect namelijk optreden. Dit betekent dat deelnemers overeenkomsten zoeken tussen de verschillende items op een vragenlijst, omdat zij graag willen dat zij consistente overtuigingen hebben. Hierdoor kunnen er relaties gevormd worden tussen verschillende factoren die er in de 'echte wereld' niet zijn voor hen (Podsakoff et al., 2003). Aangezien bij dit deel van het onderzoek gebruik is gemaakt van een retrospectieve vragenlijst kan het dus het geval zijn dat de

vragen niet compleet naar waarheid ingevuld zijn door de medewerkers. Dit heeft op zijn beurt weer invloed op de resultaten van het onderzoek.

6.3 Suggesties voor verder onderzoek

Aangezien er gebruik is gemaakt van meerdere sociaalpsychologische technieken om inertia te verminderen bij de medewerkers kan er niet met zekerheid gesteld worden welke techniek effect heeft gehad en welke niet. Deze technieken zijn nog niet eerder samengevoegd om te proberen inertia te verminderen. Verder onderzoek naar het samenspel tussen deze technieken is noodzakelijk om het gezamenlijke effect op inertia (en wellicht ook op gebruik) te kunnen vaststellen. Bovendien kan het feit dat er sprake was van een beperkte meetperiode van invloed zijn geweest op de resultaten van het gebruik van de gedragsanalyse. Een follow-up meting zou aan kunnen tonen of het gebruik in de gedragsanalyse in de toekomst nog toeneemt.

6.4 Relevantie

De aanpassingen aan de gedragsanalyse blijken volgens het online onderzoek effectief geweest. De waarde van het huidige onderzoek voor Han Snel is daarmee groot. Zij kunnen in het vervolg gebruik maken van een verbeterde gedragsanalyse. Daarnaast is het onderzoek relevant voor de wetenschappelijke literatuur over het invoeren van veranderingen binnen bedrijven met betrekking tot nieuwe software.



Enkele verklaringen voor de gevonden resultaten met betrekking tot de gebruikservaring zijn: de verschillen in steekproefgrootte, de central tendency bias en de manier van meten. De mate van gebruikservaring van de interne meting kan daarnaast van invloed zijn geweest op de intentie om de gedragsanalyse te gebruiken. Ook het feit dat de self-efficacy niet is toegenomen door de training kan het effect van de significante verhoging van kennis op gebruik verminderen. Desalniettemin zijn de aanpassingen aan de gedragsanalyse effectief gebleken voor de online participanten en kan het Han Snel helpen met het bieden van duidelijkere inzichten voor campagnes in de toekomst.

7. Aanbevelingen voor Han Snel



In dit laatste hoofdstuk zullen een aantal aanbevelingen gedaan worden op basis van de wetenschappelijke literatuur en de gevonden resultaten. Deze aanbevelingen hebben zowel betrekking op het verbeteren van de gedragsanalyse en het verhogen van het gebruik ervan intern.

7.1 Aanbevelingen gebruikservaring gedragsanalyse

Gebruik de nieuwe gedragsanalyse.

Op basis van de gevonden resultaten kan gesteld worden dat de nieuwe gedragsanalyse buiten Han Snel beter beoordeeld wordt dan de oude gedragsanalyse. Aangezien de resultaten van het interne onderzoek in verband met de zeer kleine steekproef voorzichtig geïnterpreteerd dienen te worden, is de aanbeveling om voortaan de nieuwe gedragsanalyse te gebruiken voor de campagnes.

7.2 Aanbevelingen gebruik gedragsanalyse

Voer de training van de gedragsanalyse in.

Op basis van de wetenschappelijke literatuur over het verhogen van kennis en de gevonden resultaten over de mate van kennis van de gedragsanalyse wordt aanbevolen om de training voor medewerkers in te voeren. Wanneer er nieuwe medewerkers worden aangenomen, wordt aangeraden om ook deze medewerkers de training over de gedragsanalyse te laten doorlopen. Ook kan een eventuele handleiding zorgen voor het bijhouden van de mate van de huidige kennis van de medewerkers die al meegedaan hebben aan de training.

Doe een follow-up meting over het gebruik van de gedragsanalyse.

Om betere verwachtingen te kunnen scheppen over het toekomstige gebruik van de gedragsanalyse kan er een follow-up meting gedaan worden over enkele weken. Dit kan vaststellen hoe het gebruik van de gedragsanalyse verandert over een langere tijdsperiode na de training.

8. Referenties

- Aarts, H., Custers, R., & Veltkamp, M. (2008). Goal priming and the affective-motivational route to nonconscious goal pursuit. *Social Cognition*, 26(5), 555-577.
- Andrews, M., van Leeuwen, M., & van Baaren, R. (2013). *Hidden persuasion. 33 psychological influence techniques in advertising*. Amsterdam: BIS Publishers.
- Aronson, E. (1999). The power of self-persuasion. *American Psychologist*, 54(11), 875-884.
- Ashforth, B. E. (1989). The experience of powerlessness in organizations. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 43, 207-242. DOI: 10.1016/0749-5978(89)90051-4
- Bandura, A. (1988). Organisational applications of social cognitive theory. *Australian Journal of Management*, 13(2), 137-164.
- Bandura, A. (1993). Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning. *Educational Psychologist*, 28(2), 117-148.
- Bandura, A. (2002). Social cognitive theory in cultural context. *Applied Psychology*, 51(2), 269-290.
- Bargh, J. A. (1990). Auto-motives: Preconscious determinants of thought and behavior. *Handbook of motivation and cognition: Foundations of Social Behavior*, 93-130.
- Bovey, W. H., & Hede, A. (2001). Resistance to organizational change: the role of cognitive and affective processes. *Leadership & Organization Development Journal*, 22(8), 372-382. DOI: 10.1108/01437730110410099
- Bouffard, T. (1990). Influence of self-efficacy on performance in a cognitive task. *The Journal of Social Psychology*, 130(3), 353-363. DOI: 10.1080/00224545.1990.9924591
- Brehm, J. W., & Brehm, S. S. (1981). *Psychological reactance: A theory of freedom and control*. San Diego, CA: Academic Press.
- Cialdini, R. B. (2008). *Influence: Science and practice* (Vol. 5). Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Dowse R. & Ehlers M. (2005). Medicine labels incorporating pictograms: do they influence understanding and adherence? *Patient Education and Counseling*, 58(1), 63-74.
- Fields, A. (2014). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (4th ed.). Londen, Groot-Brittanie: Sage Publications.
- Gollwitzer, P. M. (1999). Implementation intentions: strong effects of simple plans. *The American Psychologist*, 54(7), 493-503.
- Gollwitzer, P. M., & Sheeran, P. (2006). Implementation intentions and goal achievement: a meta-analysis of effects and processes. *Advances in Experimental Social Psychology*, 38, 69-119.
- Greco, M., Stucchi, N., Zavagno, D., & Marino, B. (2008). On the portability of computer-generated presentations: the effect of text-background color combinations on text legibility. *Human Factors*, 50(5) 821-833. DOI: 10.1518/001872008X354156

- Greenwald, A. G. (1976). Within-subjects designs: to use or not to use? *Psychological Bulletin*, 83(2), 314-320.
- Guéguen, N., Joule, R., Halimi, S., Pascual, A., Fisher-Lokou, J., & Dufourcq-Brana, M. (2013). I'm free but I'll comply with your request: generalization and multidimensional effects of the "evoking freedom" technique. *Journal of Applied Social Psychology*, 43(1), 116-137.
- Hall, R. H., & Hanna, P. (2004). The impact of web page text-background colour combinations on readability, retention, aesthetics and behavioural intention. *Behaviour and Information Technology*, 23(3), 183-195.
- Hassenzahl, M., Diefenbach, S., & Göritz, A. (2010). Needs, affect and interactive products – facets of user experience. *Interacting with Computers*, 22, 353-362. DOI: 10.1016/j.intcom.2010.04.002
- Hobson, K. (2003). Thinking habits into action: the role of knowledge and process in questioning household consumption practices. *Local Environment*, 8(1), 95-112.
- Hoch, S.J. and Deighton, J. (1989). Managing what consumers learn from experience. *Journal of Marketing*, 53, 1-20.
- Hung, A. A., & Yoong, J. K. (2010). Asking for help: Survey and experimental evidence on financial advice and behavior change (Working Paper Nr. 714-1). Geraadpleegd via https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/working_papers/2010/RAND_WR714-1.pdf
- Jermias, J. (2001). Cognitive dissonance and resistance to change: the influence of commitment confirmation and feedback on judgement usefulness of accounting systems. *Accounting, Organizations and Society*, 26, 141-160.
- Kalyuga, S., Ayres, P., Chandler, P., & Sweller, J. (2003). The expertise reversal effect. *Educational Psychologist*, 38(1), 23-31.
- Kim, H. W., & Kankanhalli, A. (2009). Investigating user resistance to information systems implementation: A status quo bias perspective. *MIS Quarterly*, 33(3), 567-582. DOI: 10.2307/20650309
- Kraut, R. E., Rice, R. E., Cool, C., & Fish, R. S. (1998). Varieties of social influence: the role of utility and norms in the success of a new communication medium. *Organization Science*, 9(4), 437-453.
- Kuusinen, K., Väättäjä, H., Mikkonen, T., & Väänänen, K. (2016). Towards understanding how agile teams predict user experience. In *Integrating User-Centred Design in Agile Development* (pp. 163-189). Springer International Publishing. DOI: 10.1007/978-3-319-32165-3_7
- Laugwitz, B., Held, T., & Schrepp, M. (2008). Construction and evaluation of a user experience questionnaire. *HCI and Usability for Education and Work*, 63-76. DOI: 10.1007/978-3-540-89350-9_6
- Lending, D., & Straub, D. (1997). Impacts of an integrated information center on faculty end-users: A qualitative assessment. *Journal of the American Society for Information Science*, 48(5), 466-471.
- Müller, B. C. N., van Baaren, R. B., Ritter, S. M., Woud, M. L., Bergmann, H., Harakeh, Z., Engels, R. C. M. E., & Dijksterhuis, A. (2009). Tell me why ...The influence of self-involvement on short term smoking behaviour. *Addictive Behaviors*, 34, 427-431. DOI:10.1016/j.addbeh.2008.12.016
- Müller, B. C. N., van Someren, D. H., Gloudemans, R. T. M., van Leeuwen, M. L., & Greifeneder, R. (2017). Helping made easy: Ease of argument generation enhances intentions to help. *Social Psychology*, 48(2), 113-121. DOI: 10.1027/1864-9335/a000293
- Orbell, S., & Sheeran, P. (1998). Inclined abstainers: A problem for predicting health-related behavior. *British Journal of Social Psychology*, 37, 151-165.
- Oreg, S. (2003). Resistance to change: developing an individual differences measure. *Journal of Applied Psychology*, 88(4), 680-693. DOI: 10.1037/0021-9010.88.4.680
- Pajares, F. (1996). Self-efficacy beliefs in academic settings. *Review of Educational Research*, 66(4), 543-578.
- Papies, E. K., & Veling, H. (2013). Healthy dining. Subtle diet reminders at the point of purchase increases low-calorie food choices among both chronic and current dieters. *Appetite*, 61, 1-7.
- Podsakoff, P. M., Ahearne, M., & MacKenzie, S. B. (1997). Organizational citizenship behavior and the quantity and quality of work group performance. *Journal of Applied Psychology*, 82, 262-270.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and

- recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903. DOI: 10.1037/0021-9010.88.5.879
- Polites, G. L., & Karahanna, E. (2012). Shackled to the status quo: the inhibiting effects of incumbent system habit, switching costs, and inertia on new system acceptance. *MIS Quarterly*, 36(1), 21-42.
- Postema, M. (2013). 'De bal bij de coach leggen'. *Het bevorderen van positief coachgedrag tijdens amateurwedstrijden* (master thesis). Geraadpleegd van: https://blackboard.ru.nl/bbcswebdav/pid-2905658-dt-content-rid-5050805_4/institution/SOW/SOW-PS/Scripties/Master%20GV/2012-2013/Scripties/Postema%2C%20Mats.pdf
- Pratkanis, A. R. (2007). *The science of social influence. Advances and future process*. New York, NY: Psychology Press.
- Reber, R., & Schwarz, N. (1999). Effects of perceptual fluency on judgements of truth. *Consciousness and Cognition*, 8, 338-342.
- Reber, R., Winkielman, P., & Schwarz, N. (1998). Effects of perceptual fluency on affective judgements. *Psychological Science*, 9(1), 45-48.
- Reber, R., Wurtz, P., & Zimmmerman, T. D. (2004). Exploring fringe consciousness: the subjective experience of perceptual fluency and its objective bases. *Consciousness and Cognition*, 13, 47-60. DOI: 10.1016/S1053-8100(03)00049-7
- Rimal, R. N. (2000). Closing the knowledge-behavior gap in health promotion: the mediating role of self-efficacy. *Health Communication*, 12(3), 219-237.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55, 68-78.
- Samuelson, W., & Zeckhauser, R. (1988). Status quo bias in decision making. *Journal of Risk and Uncertainty*, 1, 7-59.
- Sansgiry S. S., Cady P. S., & Adamcik B. A. (1997). Consumer comprehension of information on over-the-counter medication labels: effects of picture superiority and individual differences based on age. *J Pharm Mark Manage*, 11, 63-76.
- Scharff, L. F. V., & Ahumada, A. J. (2002). Predicting the readability of transparent text. *Journal of Vision*, 2(9), 7. DOI: 10.1167/2.9.7
- Schmitz, J., & Fulk, J. (1991). Organizational colleagues, media richness, and electronic mail. A test of the social influence model of technology use. *Communication Research*, 18(4), 487-523. DOI: 10.1177/009365091018004003
- Schultz, P. W., Oskamp, S., & Mainieri, T. (1995). Who recycles and when? A review of personal and situational factors. *Journal of Environmental Psychology*, 15, 106-121.
- Schunk, D. H. (1991). Self-efficacy and academic motivation. *Educational Psychologist*, 26, 207-231.
- Shieh, K., & Lin, C. (2000). Effects of screen type, ambient illumination, and color combination on vdt visual performance and subjective preference. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 26, 527-536.
- Stajkovic, A. D., & Luthans, F. (1979). Social Cognitive Theory and Self-Efficacy: Implications for Motivation Theory and Practice. *Motivation and Work Behavior*, 7, 126-140.
- Stults, D. M., & Messé, L. A. (1985). Behavioral consistency: the impact of public versus private statements of intentions. *The Journal of Social Psychology*, 125(2), 277-278.
- Sweller, J., van Merriënboer, J., & Paas, F. (1998). Cognitive architecture and instructional design. *Educational Psychology Review*, 10, 251-296.
- Tichy, N. M. (1983). *Managing strategic change: Technical, political, and cultural dynamics*. New York: Wiley.
- Touchette, P. E., & Howard, J. S. (1984). Errorless learning: reinforcement contingencies and stimulus control transfer in delayed prompting. *Journal of Applied Behavior Analysis*, 17(2), 175-188.
- Triandis, H. C. (1979). Values, attitudes, and interpersonal behavior. *Nebraska Symposium on Motivation*, 27, 195-259.
- von Hippel, E., & M. Tyre (1995). How the 'learning by doing' is done: problem identification in novel process equipment. *Research Policy*, 24(1), 1-12.
- Walz, S. M., & Niehoff, B. P. (2000). Organizational citizenship behaviors: Their relationship to organizational effectiveness. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 24, 301-319.

- Watson, G. (1971). Resistance to change. *American Behavioral Scientist*, 14, 745–766.
- Webb, N. M. (1982). Peer interaction and learning in cooperative small groups. *Journal of Educational Psychology*, 74(5), 642-655.
- Wixom, B. H., & Todd, P. A. (2005). A theoretical integration of user satisfaction and technology acceptance. *Information Systems Research*, 16(1), 85-102.
- Yu, J. H., Albaum, G., & Swenson, M. (2003). Is a central tendency error inherent in the use of semantic differential scales in different cultures? *International Journal of Market Research*, 45(2), 213-228.
- Zimmerman, B. J. (2000). Self-efficacy: an essential motive to learn. *Contemporary Educational Psychology*, 25, 82–91. DOI: 10.1006/ceps.1999.1016
- Zuwerink, J. R., & Devine, P. G. (1996). Attitude importance and resistance to persuasion: it's not just the thought that counts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(5). 931-944.

9. Bijlagen

Bijlage A – Interviewschema vooronderzoek onervaren medewerkers

Naam:

Functie:

Dagelijkse bezigheden / wat betekent deze functie voor het bedrijf:

Belangrijk bij dit interview is dat je zo eerlijk mogelijk antwoord. Ook krijg ik de beste resultaten als je niet teveel over je antwoorden nadenkt, maar het eerste noemt dat in je opkomt. Er zijn geen goede of foute antwoorden. De resultaten van dit interview zullen anoniem verwerkt worden.

Algemeen

1. Heb je wel eens gehoord over de gedragstool die D&B voor Han Snel heeft ontwikkeld?

Ja / nee

Zo nee → even kort uitleggen wat het doet en skip vraag 2 en 3.

2. Hoe ben je hierover geïnformeerd?

3. Zou je kort in eigen woorden willen vertellen waar de gedragstool voor gebruikt kan worden?

4. Waarom heb je nog niet met de tool gewerkt?

Kennis

5. Op een schaal van 1 tot 5; hoe groot schat jij jouw kennis in op het gebied van gedragsverandering?

1= weinig kennis, 5= veel kennis

1 2 3 4 5

6. Zou je kort in je eigen woorden uit kunnen leggen wat weerstanden zijn? (voorbeelden? Verschillende soorten weerstanden? Waarom goed om rekening mee te houden?)

7. Zou je kort in je eigen woorden uit kunnen leggen wat motieven zijn? (voorbeelden geven? Waarom goed om rekening mee te houden?)

De tool

8. Zou je 2 redenen kunnen noemen waarom de tool ingezet zou moeten worden?

9. Zou je 2 redenen kunnen noemen waarom de tool *niet* ingezet zou moeten worden?

10. Op een schaal van 1 tot 5; Hoe nuttig zou de tool in jouw ogen zijn?

1= helemaal niet nuttig, 5= zeer nuttig.

1 2 3 4 5

11. Op een schaal van 1 tot 5; hoeveel behoefte heb je aan een eventuele training voor het leren omgaan met de tool?

1= geen behoefte, 5= veel behoefte.

1 2 3 4 5

12. Op een schaal van 1 tot 5; hoe nuttig zou een training voor het leren omgaan met de tool zijn voor jou?

1= helemaal niet nuttig, 5= zeer nuttig.

1 2 3 4 5

13. Op een schaal van 1 tot 5; Hoe groot schat jij de kans dat de tool daadwerkelijk gebruikt zal worden binnen Han Snel?

1= zeer klein, 5= zeer groot.

1 2 3 4 5

14. Op een schaal van 1 tot 5; In hoeverre ben je het eens met de volgende stellingen?

1=zeer oneens, 5= zeer eens.

- a. Ik ben gemotiveerd om de tool te leren gebruiken.

1 2 3 4 5

- b. Ik ga de tool alleen gebruiken als anderen dat ook doen.

1 2 3 4 5

- c. Ik ga de tool alleen gebruiken als mijn baas zegt dat ik het moet gebruiken.

1 2 3 4 5

- d. Ik ga de tool gebruiken, omdat het mij nuttig lijkt.
1 2 3 4 5
- e. Ik wil de tool implementeren in mijn dagelijkse bezigheden.
1 2 3 4 5
- f. Ik heb geen behoefte aan verandering in mijn dagelijkse bezigheden.
1 2 3 4 5
- g. Ik verwacht dat de tool de huidige resultaten kan verbeteren.
1 2 3 4 5
- h. Ik vind het fijn om routine te hebben in mijn werk.
1 2 3 4 5
- i. Ik denk dat veranderingen voor onnodige problemen zorgen.
1 2 3 4 5
- j. Ik heb er vertrouwen in dat ik de tool correct kan toepassen.
1 2 3 4 5
- k. Zolang ik de gewenste uitkomst krijg, bepaal ik zelf hoe ik mijn werk doe.
1 2 3 4 5
- l. Ik vind dat veranderingen in hoe we hier werken noodzakelijk zijn.
1 2 3 4 5
- m. Ik hou mij het liefst aan een vaste manier van werken.
1 2 3 4 5

Bijlage B: Interviewschema vooronderzoek ervaren medewerkers

Naam:

Functie:

Dagelijkse bezigheden / wat betekent deze functie voor bedrijf:

Belangrijk bij dit interview is dat je zo eerlijk mogelijk antwoord. Ook krijg ik de beste resultaten als je niet teveel over je antwoorden nadenkt, maar het eerste noemt dat in je opkomt. Er zijn geen goede of foute antwoorden. De antwoorden zullen verder anoniem verwerkt worden.

Algemeen

1. Werk je nog steeds met de gedragstool?

Ja / nee

a. Waarom niet meer?

b. Hoelang heb je hiermee gewerkt?

c. Op een schaal van 1 tot 5; hoe vaak zou je zeggen dat je de tool gebruikte?

1= nooit, 5= voor iedere opdracht

1 2 3 4 5

15. Zou je kort in eigen woorden kunnen vertellen waar de gedragstool voor gebruikt kan worden?

16. Hoe heb je het gebruik ervaren?

a. Positieve ervaringen

b. Negatieve ervaringen

Kennis

17. Op een schaal van 1 tot 5; hoe groot schat jij jouw kennis in op het gebied van gedragsverandering?

1= weinig kennis, 5= veel kennis

1 2 3 4 5

18. Waren er zaken onduidelijk / zaken waar je tegenaan liep in het gebruik van de tool?

19. Zou je in je eigen woorden uit kunnen leggen wat weerstanden zijn? (voorbeelden geven? Verschillende soorten weerstanden? Waarom goed om rekening mee te houden?)

20. Zou je in je eigen woorden uit kunnen leggen wat motieven zijn? (voorbeelden geven?)

De tool

21. Wat vond je van de informatieblokken die ingevoegd zijn in de tool? (Maakte je er gebruik van? Waren ze duidelijk uitgelegd? Zijn ze van toegevoegde waarde in jouw ogen?)

22. Wat vond je van de uitkomsten en adviezen? (is de informatie duidelijk / nuttig / begrijpelijk?)

23. Heb je uitleg gekregen over het gebruik van de tool?

- a. Hoe verliep deze uitleg?
- b. Van wie heb je deze uitleg gekregen?

- c. Op een schaal van 1 tot 5; hoe nuttig was deze uitleg voor jou?
1= helemaal niet nuttig, 5= zeer nuttig.
1 2 3 4 5

24. Zou je 2 redenen kunnen noemen waarom de tool ingezet zou moeten worden?

25. Zou je 2 redenen kunnen noemen waarom de tool *niet* ingezet zou moeten worden?

26. Op een schaal van 1 tot 5; hoe nuttig is de tool in jouw ogen?

1= helemaal niet nuttig, 5= zeer nuttig.

1 2 3 4 5

27. Op een schaal van 1 tot 5; hoeveel behoefte heb je aan een eventuele training voor het gebruik van de tool?

1= geen behoefte, 5= veel behoefte.

1 2 3 4 5

28. Op een schaal van 1 tot 5; hoe nuttig zou een training zijn voor jou?

1= helemaal niet nuttig, 5= zeer nuttig.

1 2 3 4 5

29. Op een schaal van 1 tot 5; Hoe groot schat jij de kans dat de tool daadwerkelijk gebruikt zal worden binnen Han Snel?

1= zeer klein, 5= zeer groot.

1 2 3 4 5

Stellingen

30. Op een schaal van 1 tot 5; In hoeverre ben je het eens met de volgende stellingen?

1=zeer oneens, 5= zeer eens.

a. Ik ben gemotiveerd om de tool te leren gebruiken.

1 2 3 4 5

b. Ik ga de tool alleen gebruiken als anderen dat ook doen.

1 2 3 4 5

c. Ik ga de tool alleen gebruiken als mijn baas zegt dat ik het moet gebruiken. Wouter: Ik ga de tool alleen gebruiken, omdat ik dit ook van werknemers verlang.

1 2 3 4 5

d. Ik ga de tool gebruiken, omdat het mij nuttig lijkt.

1 2 3 4 5

e. Ik wil de tool implementeren in mijn dagelijkse bezigheden.

1 2 3 4 5

f. Ik heb geen behoefte aan verandering in mijn dagelijkse bezigheden.

1 2 3 4 5

g. Ik verwacht dat de tool de huidige resultaten kan verbeteren.

1 2 3 4 5

h. Ik vind het fijn om routine te hebben in mijn werk.

1 2 3 4 5

i. Ik denk dat veranderingen voor onnodige problemen zorgen.

1 2 3 4 5

j. Ik heb er vertrouwen in dat ik de tool correct kan toepassen.

1 2 3 4 5

k. Zolang ik de gewenste uitkomst krijg, bepaal ik zelf hoe ik mijn werk doe.

1 2 3 4 5

l. Ik vind dat veranderingen in hoe we hier werken noodzakelijk zijn.

1 2 3 4 5

m. Ik hou mij het liefst aan een vaste manier van werken.

1 2 3 4 5

Bijlage C: onderdelen training

Nu dat jullie de uitleg over de nieuwe gedragsanalyse gehad hebben, volgen er nog drie korte onderdelen.

Onderdeel 1

Schrijf voor jezelf 2 redenen op waarom jij de gedragsanalyse zou gebruiken.

1. _____

2. _____

Onderdeel 2

Nu gaan jullie concrete plannen maken over het gebruik van deze analyse. Hierbij omschrijf je wanneer, waar en hoe je het zal gebruiken.

Voorbeelden van concrete plannen zijn:

Wanneer ik naar de Albert Heijn ga, neem ik mijn oude lampen mee om in te leveren in de Wecycle inleverbak.

Wanneer ik vanavond thuis kom, pak ik mijn hardloopschoenen om 5 km te rennen.

Maak nu zelf een plan voor het gebruik van de gedragsanalyse. Belangrijk hierbij is dat je de situatie waarin je het zal gebruiken zo concreet mogelijk omschrijft en dat je een situatie kiest die zeer waarschijnlijk in de komende weken voor zal komen.

Wanneer

_____ zal ik de
gedragsanalyse _____ gebruiken om

Onderdeel 3

Als laatste wil ik jullie vragen om de volgende informatie goed door te nemen. Wanneer jullie het hiermee eens zijn, zet je een handtekening onder aan het formulier. Je bent natuurlijk vrij om dit niet te doen wanneer je het er niet mee eens bent.

Als medewerker van Han Snel

✓ **Zal ik proberen om de nieuwe gedragsanalyse zoveel mogelijk te gebruiken.**

‘Learning by doing’ is over de jaren heen zeer effectief gebleken. Onderzoekers stellen zelfs dat wanneer er geen oefening plaatsvindt er niet dezelfde belangrijke zaken geleerd kunnen worden.

✓ **Zal ik mijn collega’s helpen met het werken met de nieuwe gedragsanalyse.**

Onderzoek heeft aangetoond dat het helpen van anderen zorgt voor een betere kwaliteit en een hogere kwantiteit van het werk

dat geproduceerd wordt. Daarnaast verhoogt het de efficiëntie binnen het bedrijf.

✓ **Zal ik anderen om hulp vragen wanneer ik er zelf niet uit kom met de nieuwe gedragsanalyse.**

Onderzoek heeft aangetoond dat door het actief vragen om hulp en het vragen om hulp wanneer er een fout wordt gemaakt resultaten worden verbeterd.

✓ **Zal ik mijn collega's stimuleren om de nieuwe gedragsanalyse te gebruiken.**

Onderzoek naar het implementeren van een nieuw communicatiesysteem toont aan dat wanneer mensen zien dat collega's een nieuw systeem gebruiken, zij meer geneigd zijn om ook dit nieuwe systeem te gebruiken.

Daarnaast zorgen sociale interacties op de werkvloer voor gedeelde meningen en deze meningen zorgen op hun beurt weer voor gedeelde patronen van het gebruik van nieuwe technologie.

Ben je het hiermee eens?

Naam

Handtekening

Bijlage D – Onderbouwing gedragsregels

-Zal ik proberen om de nieuwe gedragsanalyse zoveel mogelijk te gebruiken.

'Learning by doing' is over de jaren heen zeer effectief gebleken. Onderzoekers stellen zelfs dat wanneer er geen oefening plaatsvindt er niet dezelfde belangrijke zaken geleerd kunnen worden (von Hippel & Tyre, 1995).

-Zal ik mijn collega's helpen met het werken met de nieuwe gedragsanalyse.

Onderzoek heeft aangetoond dat het helpen van anderen zorgt voor een betere kwaliteit en een hogere kwantiteit van het werk dat geproduceerd wordt (Podsakoff, Ahearne & MacKenzie, 1997). Daarnaast verhoogt het de efficiëntie binnen het bedrijf (Walz & Niehoff, 2000).

-Zal ik anderen om hulp vragen wanneer ik er zelf niet uit kom met de nieuwe gedragsanalyse.

Onderzoek heeft aangetoond dat door het actief vragen om hulp en het vragen om hulp wanneer er een fout wordt gemaakt resultaten worden verbeterd (Hung & Yoong, 2010; Webb, 1982).

-Zal ik mijn collega's stimuleren om de nieuwe gedragsanalyse te gebruiken.

Onderzoek naar het implementeren van een nieuw communicatiesysteem toont aan dat wanneer mensen zien dat collega's een nieuw systeem gebruiken, zij meer geneigd zijn om ook dit nieuwe systeem te gebruiken (Kraut, Rice, Cool & Fish, 1998).

Daarnaast zorgen sociale interacties op de werkvloer voor gedeelde meningen en deze meningen zorgen op hun beurt weer voor gedeelde patronen van het gebruik van nieuwe technologie (Schmitz & Fulk, 1991).

Bijlage E – Vragenlijst gebruikservaring

ALGEMENE SCHAALVRAGEN GEDRAGSANALYSE

1. Hoe ziet de gedragsanalyse er uit?

Vervelend - - - prettig

Slecht - - - goed

Onaangenaam - - - aangenaam

Onaantrekkelijk - - - aantrekkelijk

2. Werken met de gedragsanalyse is

Verwarrend - - - duidelijk

Ingewikkeld - - - makkelijk

Inefficiënt - - - efficiënt

Traag - - - snel

Onpraktisch - - - praktisch

Demotiverend - - - motiverend

Saaï - - - opwindend

Niet waardevol - - - waardevol

Oninteressant - - - interessant

3. De gedragsanalyse is

Niet te begrijpen - - - begrijpelijk

Moeilijk om te leren gebruiken - - - makkelijk om te leren gebruiken

Warrig - - - georganiseerd

Verhinderend - - - ondersteunend

Onvoorspelbaar - - - voorspelbaar

4. De gedragsanalyse

Voldoet niet aan verwachtingen - - - voldoet aan verwachtingen

ALGEMENE SCHAALVRAGEN UITKOMSTENFORMULIER

1. Hoe ziet het uitkomstenformulier van de gedragsanalyse er uit?

Vervelend - - - prettig

Slecht - - - goed

Onaangenaam - - - aangenaam

Onaantrekkelijk - - - aantrekkelijk

2. De uitkomsten van de gedragsanalyse

Voldoen niet aan verwachtingen - - - voldoen aan verwachtingen

3. Werken met de uitkomsten van de gedragsanalyse is

Verwarrend - - - duidelijk

Ingewikkeld - - - makkelijk

Inefficiënt - - - efficiënt

Traag - - - snel

Demotiverend - - - motiverend

Saaï - - - opwindend

4. De uitkomsten van de gedragsanalyse zijn

Niet te begrijpen - - - begrijpelijk

Moeilijk om te leren gebruiken - - - makkelijk om te leren gebruiken

Warrig - - - georganiseerd

Verhinderend - - - ondersteunend

Onvoorspelbaar - - - voorspelbaar

Niet waardevol - - - waardevol

Oninteressant - - - interessant

Onpraktisch - - - praktisch

SPECIFIEKE STELLINGEN GEDRAGSANALYSE

Deze stellingen worden in willekeurige volgorde weergegeven aan de participanten.

1. Ik vind de achtergrond afleidend.
2. Ik vind de combinatie van kleuren prettig om naar te kijken.
3. De vragen zijn duidelijk geformuleerd.
4. De tekst in de informatieblokken is verhelderend.
5. De tekst in de informatieblokken is duidelijk geformuleerd.

6. Er worden te veel vragen gesteld.
7. Het invullen van de vragen duurt te lang.
8. Er waren vragen waarbij geen informatieblok stond, maar ik deze wel nodig had.
9. De tekst in de informatieblokken is nuttig.

SPECIFIEKE STELLINGEN UITKOMSTENFORMULIER

Deze stellingen worden in willekeurige volgorde weergegeven aan de participanten.

1. De voorbeelden die gegeven worden bij de technieken zijn onduidelijk.
2. De tekst in de informatieblokken is duidelijk geformuleerd.
3. De tekst in de informatieblokken is verhelderend.
4. De voorbeelden die gegeven worden bij de technieken zijn relevant voor de reclamewereld.

5. Er worden te weinig technieken beschreven.
6. In de informatieblokken staat te veel tekst.
7. Er wordt te veel informatie gegeven op het uitkomstenformulier.

Bijlage F – Vragenlijst intern gebruik

De volgende vragen hebben betrekking op **de afgelopen 4 weken**.

1. Voor hoeveel opdrachten heb je de gedragsanalyse daadwerkelijk gebruikt?
2. Bij hoeveel opdrachten heb je de intentie gehad om de gedragsanalyse te gebruiken, maar heb je dit vervolgens niet gedaan?
3. Bij hoeveel opdrachten heb je gedacht aan de gedragsanalyse/ is de analyse in je opgekomen?

Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen. (schaal 1-5; helemaal oneens – helemaal eens)

1. Het gebruik van de gedragsanalyse kan mijn resultaten verbeteren.
2. Het gebruik van de gedragsanalyse kan mijn effectiviteit verhogen.
3. Het gebruik van de gedragsanalyse kan mijn productiviteit verhogen.
4. De gedragsanalyse is nuttig voor mij.
5. Het zal makkelijk voor mij zijn om de gedragsanalyse te leren gebruiken.
6. Mijn gebruik van de gedragsanalyse ervaar ik als duidelijk en begrijpelijk.
7. Het zou makkelijk voor mij zijn om goed te worden in het gebruik van de gedragsanalyse.
8. Ik vind de gedragsanalyse makkelijk om te gebruiken.
9. Ik vind dat de gedragsanalyse tijdverspilling is.
10. Ik snap niet waarom iemand in mijn werkveld de gedragsanalyse nodig heeft.
11. Ik ga proberen om de gedragsanalyse voor nieuwe opdrachten te gebruiken voor zover dat mogelijk is.
12. Ik ben van plan om de gedragsanalyse voor nieuwe opdrachten te gebruiken voor zover dat mogelijk is.
13. Ik vermijd de gedragsanalyse, omdat het mij te moeilijk lijkt.

14. Ik voel mij onzeker in het gebruik van de gedragsanalyse.

Ik kan de gedragsanalyse gebruiken als ..

1. Ik een van mijn collega's het eerder heb zien gebruiken, voordat ik er gebruik van heb gemaakt.
2. Ik iemand om hulp kan vragen bij moeilijkheden.
3. Iemand me op weg helpt.
4. Iemand me eerst laat zien hoe ik het moet gebruiken.

Geef aan in hoeverre je er zeker van bent dat je in staat bent om de volgende handelingen uit te voeren. (schaal 1-5; helemaal niet zeker – heel zeker)

1. Bepalen voor welke opdrachten de gedragsanalyse geschikt is of niet.
2. De gedragsanalyse invullen aan de hand van informatie van een klant.
3. De uitkomsten en adviezen van de gedragsanalyse verwerken in een briefing/concept.
4. De gedragsanalyse gebruiken om nieuwe klanten te werven.
5. De gedragsanalyse gebruiken om bestaande klanten enthousiast te maken voor ons concept.
6. De gedragsanalyse gebruiken om het klantcontact te verbeteren.
7. Uitleggen hoe de technieken die besproken worden in de gedragsanalyse gebruikt kunnen worden binnen de reclame.
8. Uitleggen waarom bepaalde vragen gesteld worden in de gedragsanalyse.
9. Mijn collega's uitleggen hoe de gedragsanalyse werkt.
10. Mijn collega's helpen om de gedragsanalyse in te vullen.
11. Mijn collega's overtuigen om de gedragsanalyse te gebruiken.
12. Mensen buiten Han Snel uitleggen hoe de gedragsanalyse werkt.
13. Mensen buiten Han Snel uitleggen waar de gedragsanalyse toe dient.

Op een schaal van 1 tot 5, hoe groot acht jij jouw kennis over de gedragsanalyse?

1=klein

5= groot

INFORMATIE VOOR GEDRAGSANALYSE

Om de gedragsanalyse in te kunnen vullen heb je de onderstaande informatie nodig. Lees deze eerst goed door en laat deze pagina voor de zekerheid open staan tijdens het invullen van de analyse, zodat je hier nog bepaalde zaken in terug kunt zoeken.

Deze informatie is niet gebaseerd op een echt bedrijf, maar wel zo realistisch mogelijk weergegeven om de beste resultaten te krijgen.

Wanneer je een vraag van de analyse niet in zou kunnen vullen aan de hand van deze informatie zet dan een vraagteken (?) om aan te geven dat je het niet weet.

BRIEFING VOOR VRIENDEN VAN VIS

Vrienden van Vis is een bedrijf dat het eten van vis in Nederland stimuleert. Dit doen zij op verschillende manieren: organiseren van activiteiten, online acties etc. Binnenkort start het seizoen van de verkoop van de Hollandse Nieuwe (haring) weer en hiervoor willen we een nieuwe actie bedenken.

Aanleiding

Uit onderzoek is gebleken dat 83% van de haringeters 50+ is. Aangezien de vergrijzing in Nederland toeneemt, zal het aantal consumenten van haring

afnemen. Daarom zal met behulp van de nieuwe campagne de jeugd aangespoord worden om meer haring te eten.

Doelgroep

De doelgroep van deze campagne is de jongere generatie (18-35 jaar). Uit onderzoek is gebleken dat deze groep geen haring eet, omdat zij dit vanuit huis uit niet mee hebben gekregen. Daarnaast vinden zij de geur van de vis niet lekker en is deze vis voor hen te duur. Redenen die door andere generaties genoemd worden om wél haring te eten zijn dat het lekker en gezond is. De jeugd heeft hier echter zijn twijfels bij.

Jongeren geven aan, wanneer zij wel haring eten, haring spontaan te eten wanneer het hen aangeboden wordt. Denk hierbij aan feestjes of festivals (met name in de zomermaanden). Vrienden van Vis zelf is minder bekend bij deze generatie, maar Hollandse Nieuwe uiteraard wel.

De boodschap

Er moet worden gecommuniceerd naar de jongeren dat haring eten hip is en zeker niet alleen voor ouderen. Op dit moment geloven jongeren niet dat Hollandse Nieuwe echt lekker is en heel gezond.

Vrienden van Vis hoeft verder geen rekening te houden met concurrenten. Zij willen puur het eten van Hollandse Nieuwe onder jongeren promoten.

Middelen

Er zal promotiemateriaal voor de winkels moeten worden ontwikkeld. Daarnaast wordt een social media campagne opgericht. Het materiaal mag opvallend zijn en 'jong' om de doelgroep aan te spreken.

Als laatste is het de bedoeling om over 2 maanden deze middelen bij Vrienden van Vis te hebben.

*Nu je alles goed doorgelezen hebt, kun je de gedragsanalyse invullen!
Nogmaals, laat voor de zekerheid deze pagina open staan.*

De gedragsanalyse vind je hier: <http://gedragsanalyse.hansnel.nl>

Wanneer je de analyse voltooid hebt, klik je op: toon uitslag als webpagina. Hierna opent zich een nieuw tabblad met de uitkomsten en adviezen. Deze kun je het beste goed doornemen voordat je verder gaat met de vragenlijst.