

THE BEHAVIOURAL LENSES



Scherper zicht op gedrag Voor designers en multidisciplinaire teams

Gedrag is complex en kent vele aspecten. Deze gedragsaspecten zijn vaak onderbelicht of worden tijdens het ontwerpen van producten of diensten onderschat, terwijl ze een groot deel van het succes ervan bepalen. Door vragen te stellen tijdens het ontwerpproces en ideeën aan te reiken voor interventiestrategieën in je ontwerp, helpen de gedragslenzen je scherp te focussen op het gedrag van je doelgroep.

LENS 1 GEWOONTES EN IMPULSEN

Een groot deel van ons gedrag is automatisch. We denken er niet bij na. Het kan bestaan uit reflexmatige impulsen, maar ook uit meer of minder diep ingesleten gewoontes. Bekijk met deze lens of het doelgedrag van je doelgroep automatische aspecten kent en hoe je die kunt beïnvloeden.

LENS 5 DOEN EN BLIJVEN DOEN

Om tot nieuw gedrag te komen, is het nodig het gewenste gedrag in haalbare stappen uit te proberen en te blijven toepassen. Bekijk met deze lens hoe makkelijk en aantrekkelijk het is om het nieuwe gedrag uit te proberen, te herhalen en onder de aandacht te houden.

LENS 4 WILLEN EN KUNNEN

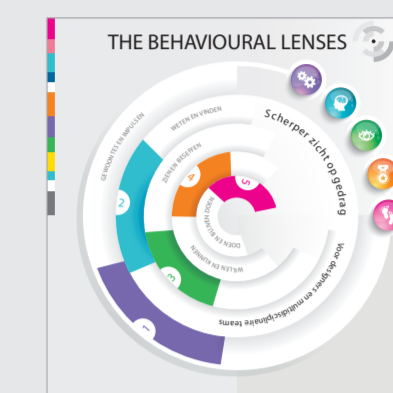
Gedragsverandering is pas echt mogelijk als er voldoende motivatie aanwezig is en de juiste vaardigheden voorhanden zijn. Bekijk met deze lens of de doelgroep voldoende gemotiveerd is om het gedrag te veranderen, of ze daartoe de juiste vaardigheden bezit en of ze de kans krijgt om het nieuwe gedrag uit te voeren.



MEER WETEN OF AAN DE SLAG:
www.touchpoints-hu.nl



Boek: Ontwerpen voor gedragsverandering



Tool: The behavioural lenses

LENS 2

WETEN EN VINDEN

Het gewenste gedrag komt niet altijd overeen met de wil en de mogelijkheden van de doelgroep. Bekijk met deze lens welke kennis de doelgroep heeft van het doelgedrag. Onderzoek wat de doelgroep van het doelgedrag vindt, bijvoorbeeld of ze er weerstand tegen voelt.

LENS 3

ZIEN EN BESEFFEN

Doelgroepen zijn niet altijd even goed in het waarnemen van het eigen gedrag. Bekijk met deze lens of je doelgroep goed in staat is om het verschil tussen het eigen gedrag en het doelgedrag waar te nemen. Onderzoek ook of zij daar hulp bij nodig heeft.

DE WAARDE VAN DE LENZEN IN DE DIVERSE FASEN VAN EEN PROJECT



INLEVEN IN DE DOELGROEP

The Behavioural Lenses bij exploratie

Nog voordat je begint te ontwerpen, is het belangrijk voldoende inzicht te hebben in de context van je doelgroep. Deze gedragslenzen helpen je een beeld te vormen van de gedragsaspecten van de doelgroep. Dit biedt meer focus aan je onderzoek.



ONTWIKKELEN VAN IDEEËN

The Behavioural Lenses bij divergeren

De gedragslenzen helpen je om vanuit verschillende invalshoeken oplossingsrichtingen te verkennen en ideeën te genereren. De kracht ligt vooral in het systematisch triggeren van alternatieve oplossingen, vanuit de verschillende perspectieven die de gedragslenzen je bieden.



EVALUEREN VAN CONCEPTEN

The Behavioural Lenses bij beoordelen

De gedragslenzen helpen je eerst om conceptideeën en achterliggende aannames te controleren op gedragsaspecten. Het brengt de specifieke kracht en de zwaktes van het concept aan het licht. Vervolgens helpen de lenzen je om bij een praktijktest de juiste onderwerpen te onderzoeken, te bevragen of te observeren.



ONDERBOUWEN VAN EFFECTEN

The Behavioural Lenses voor accountability

De gedragslenzen helpen bij het definiëren van een degelijke projectaanpak en het maken van onderbouwde keuzes, en geven daarmee vorm aan de decisional accountability van een project. Ze maken evidenced based gedragswetenschappelijke kennis toegankelijk en actionable in een ontwerptraject. Dit vergroot de slagingskans en effectiviteit van het nieuwe product/de nieuwe dienst.