

Purpose Innovatiedag

*Van klant-centraal naar mens-centraal:
Het geheim achter beïnvloeding.'*

SUE AMSTERDAM



01 Bouwsteen 1: Achter iedere klant zit een irrationeel mens

~~klantgericht~~
mensgericht

System 1

95%

Intuïtie, Instinct

Automatisch, snel

Stuurt suggesties naar system 2



5%

System 2

Rationeel denken

Op afroep, langzaam

Neemt actie of wordt overtuiging

Daniel Kahneman, Thinking Fast & Slow

Wij werken met humans

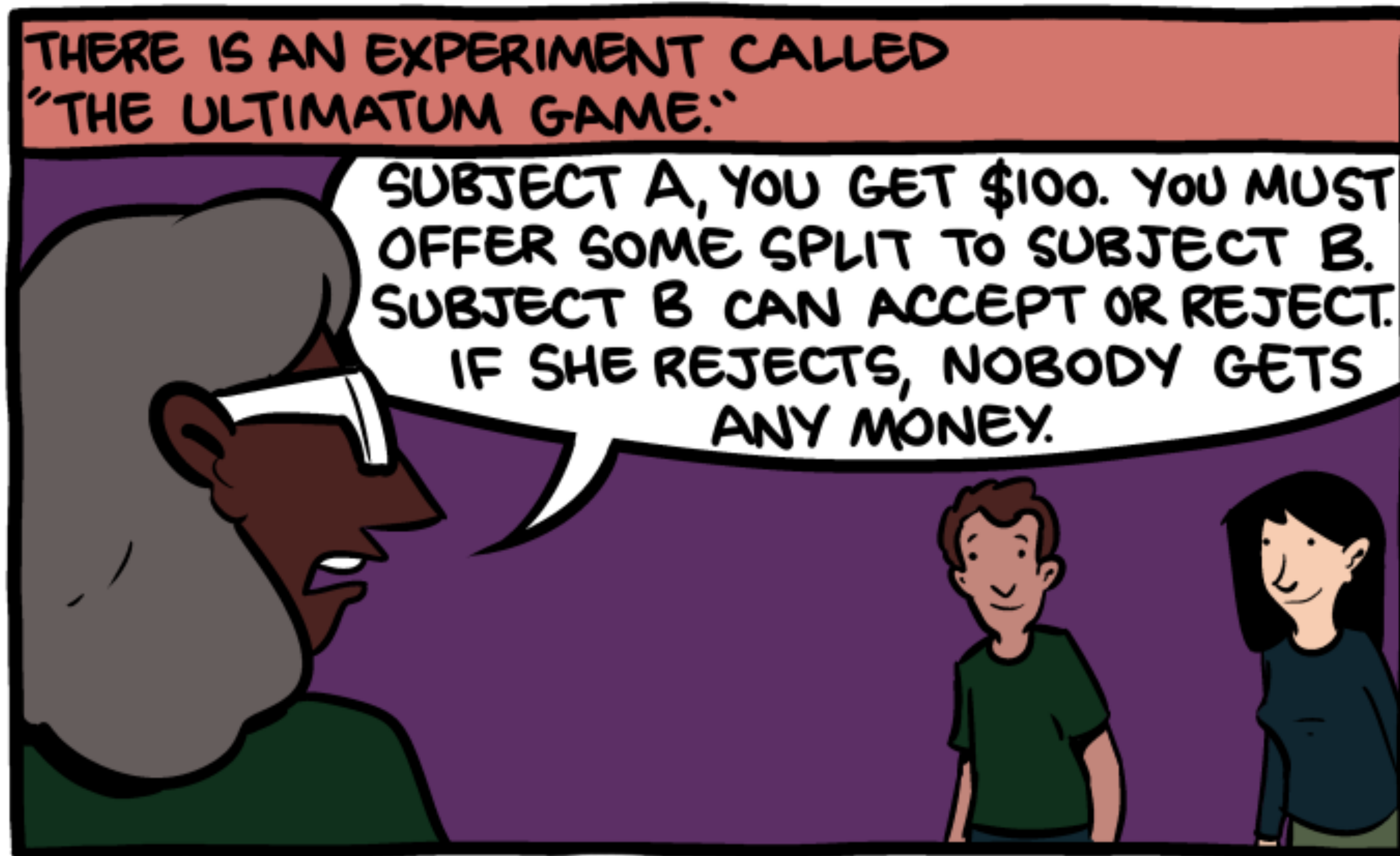
Econs

SMART
RATIONAL
SELF-INTEREST
UTILITARY
ECONOMIC
THOUGHT-OUT

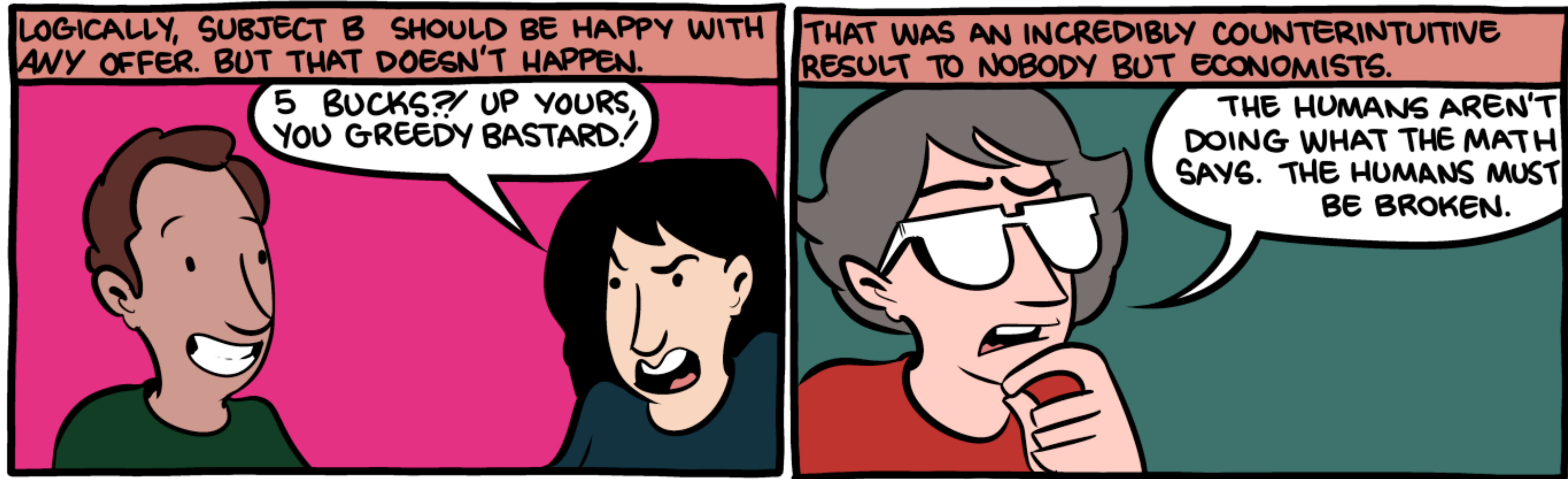
Humans

BIASED
IRRATIONAL
SOCIAL ANIMAL
IMPULSIVE
LAZY
SHORTCUTS

Mensen zijn voorspelbaar irrationeel



Mensen maken irrationele short-cuts



Slecht Gedrags- ontwerp

Enron's
Rank&Yank. Ontworpen voor
Econs, gesaboteerd door
Humans



Welke verzekering is het meest **winstgevend**?

Optie A:

Een reisverzekering
die alle schade dekt

Optie B:

Een reisverzekering
die alle schade dekt
en terroristische aanslagen



DON'T LET **TERRORISM**
BE THE THREAT TO YOUR VACATIONS

BUY NOW

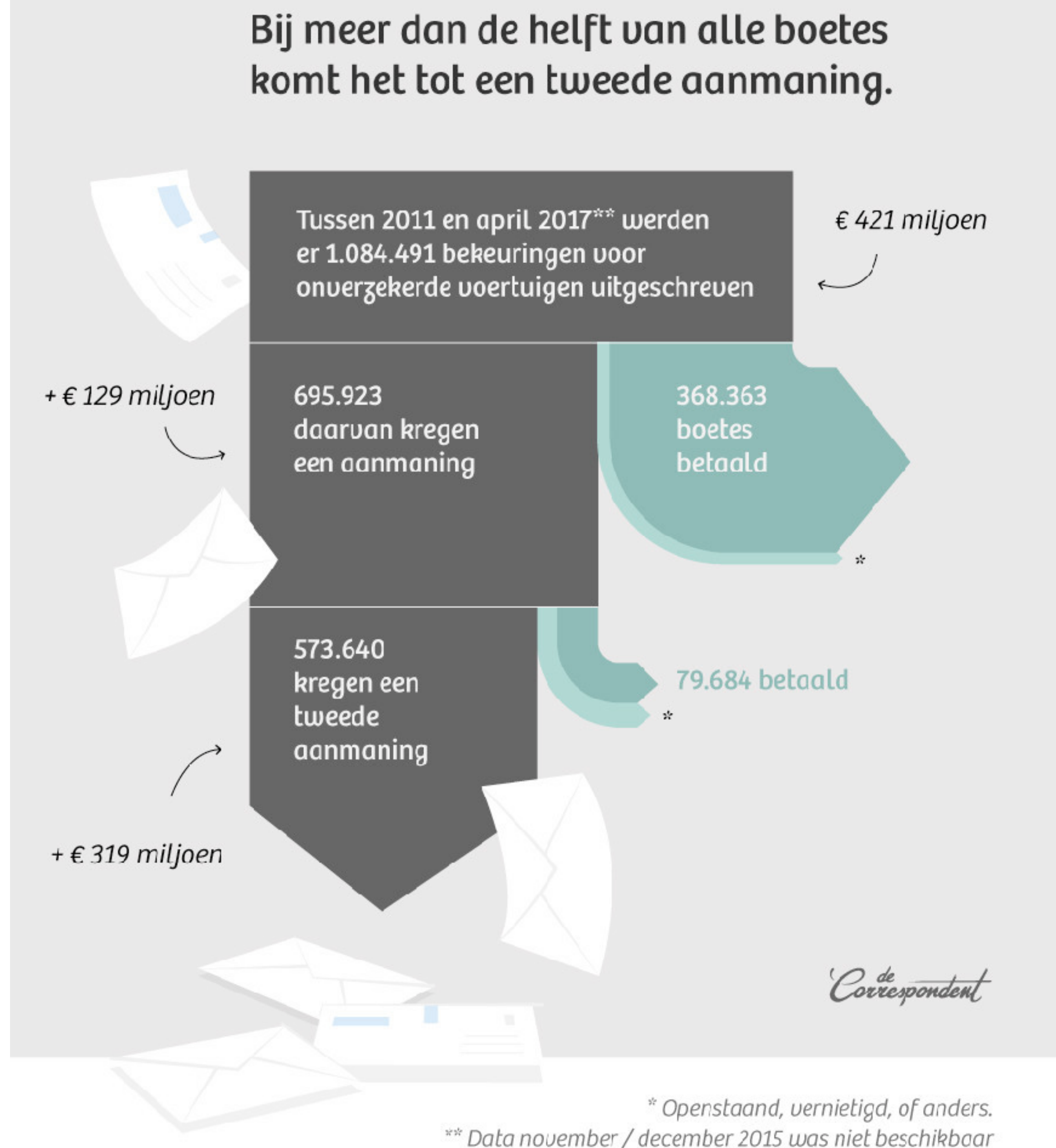
Mensen zijn totaal 'price clueness'.



Econs in de schulden industrie

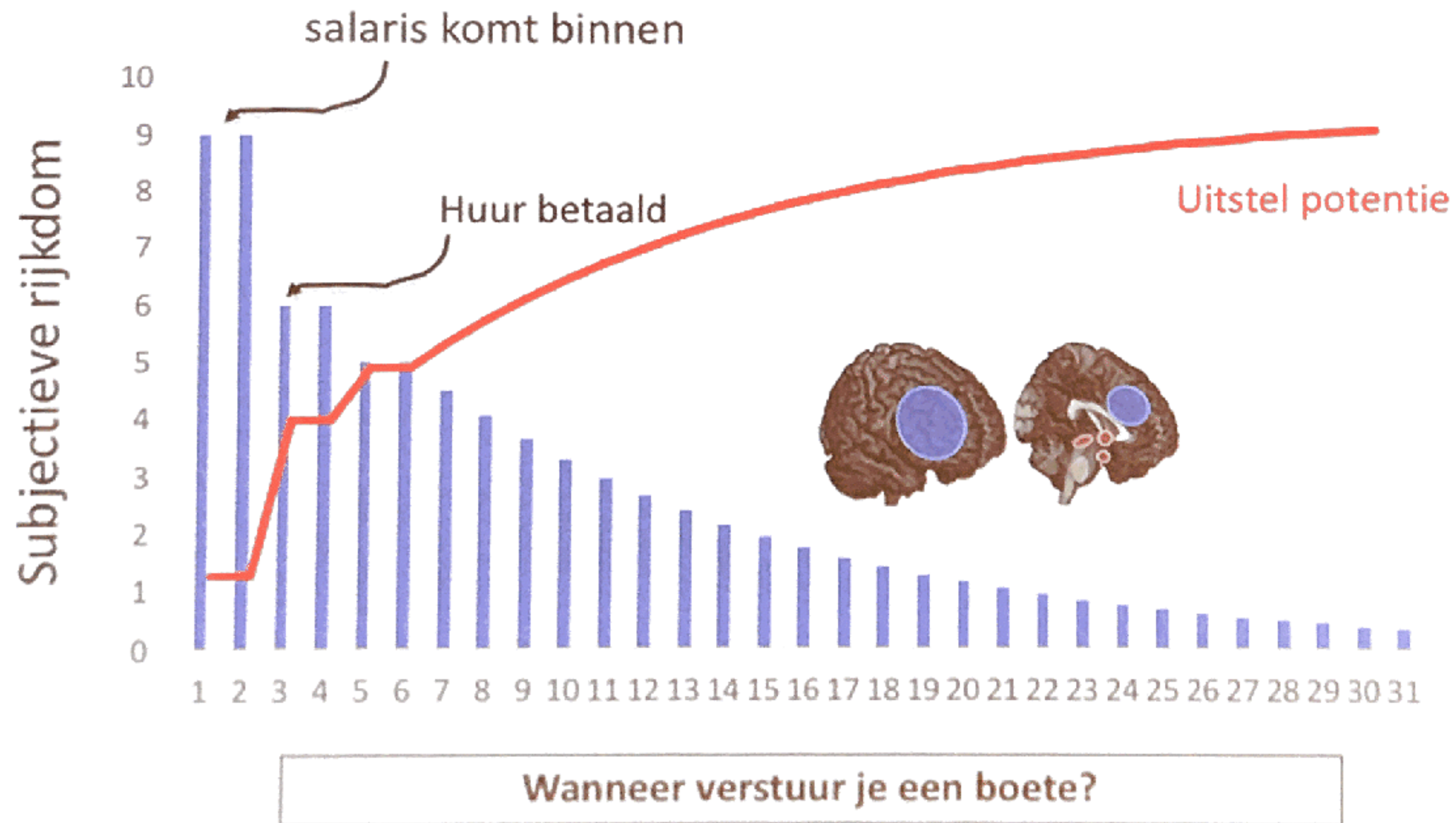
Schuldbeleid door de overheid houdt er een compleet achterhaald mensbeeld op na.

“Om ervoor te zorgen dat bekeurde burgers hun boetes op tijd betalen, verhoogde de wetgever ook de kosten bij te laat betalen. Daarover maakte geen Kamerlid zich tijdens de wetsbehandeling druk. Het parlement vroeg zich slechts af of er wel voldoende ‘afschrikwekkende werking’ uitging van de nieuwe maatregel”.



Uitstel gedrag veranderen

Kwestie van timing?



Onze grootse fout als marketeers is dat we systematisch ontkennen hoe menselijk onze doelgroep is, omdat we geneigd zijn door de ‘klantlens’ naar hen te kijken en doordat irrationaliteit simpelweg niet naar voren komt in consumentenonderzoek.

02 Bouwsteen 2: Mensen hebben Job-To-Be-Done's waar ze producten voor inhuren.

The famous fast food milkshake case

Clayton Christensen



We **huren** producten, diensten of merken of bepaalde Job-To-Be-Done's te realiseren

Jobs-To-Be-Done is een veel rijkere methode dan persona's.

Vb. “Vermogen opbouwen is geen Job-To-Be-Done. Een zorgeloze oude dag hebben wel.

03 Bouwsteen 3: Er zijn krachten
waardoor ons gedrag
verandert en krachten die
verandering in de weg staan.

Het leven gaat over keuzes.



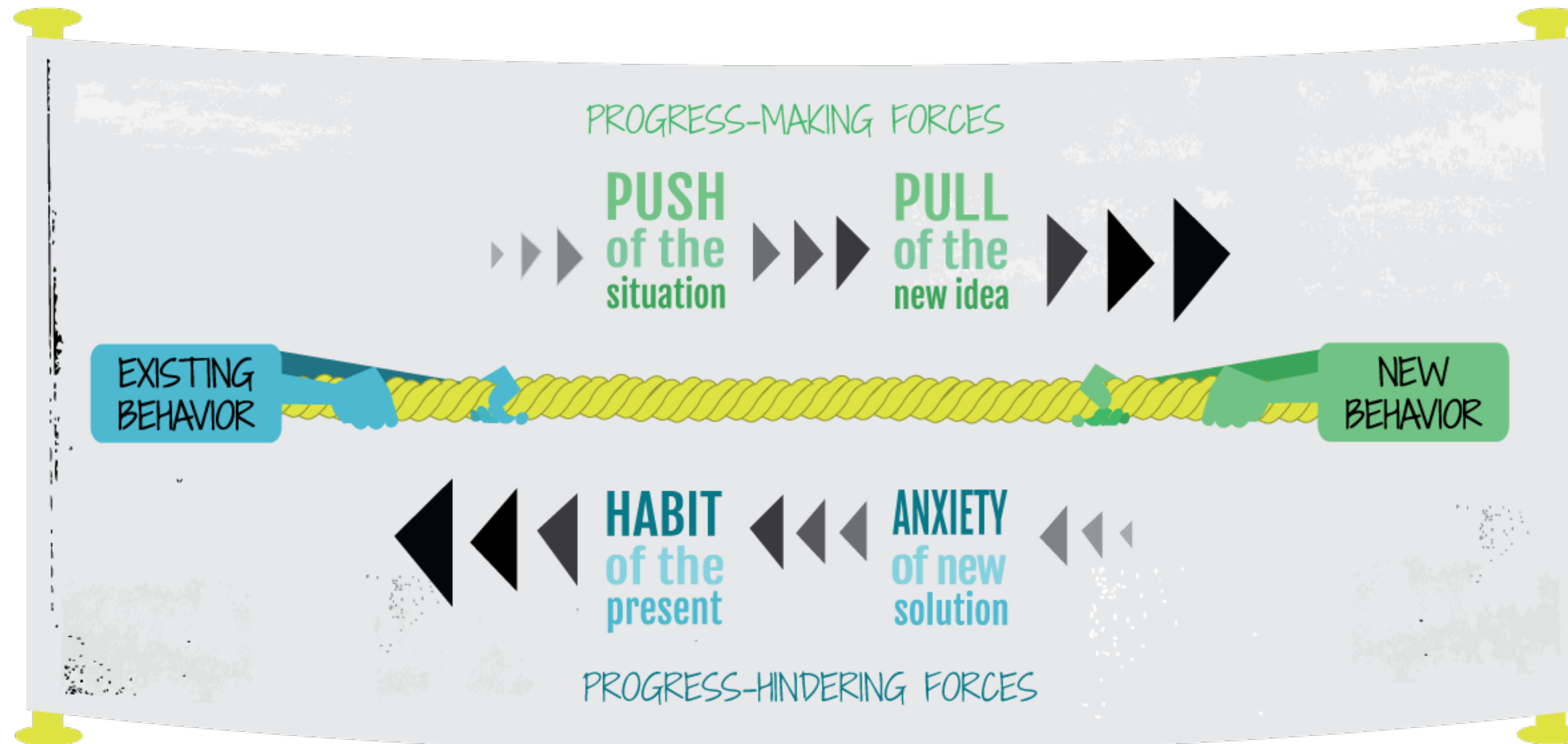
“To choose a new solution, people have to **switch** from their existing behaviour, from the status quo, which is likely an existing solution.”

– JOANNA WIEBE, COPYWRITER AND AUTHOR OF ‘COPY HACKERS’

Wanneer je iets nieuws moet doen,
moet je altijd met iets anders stoppen.

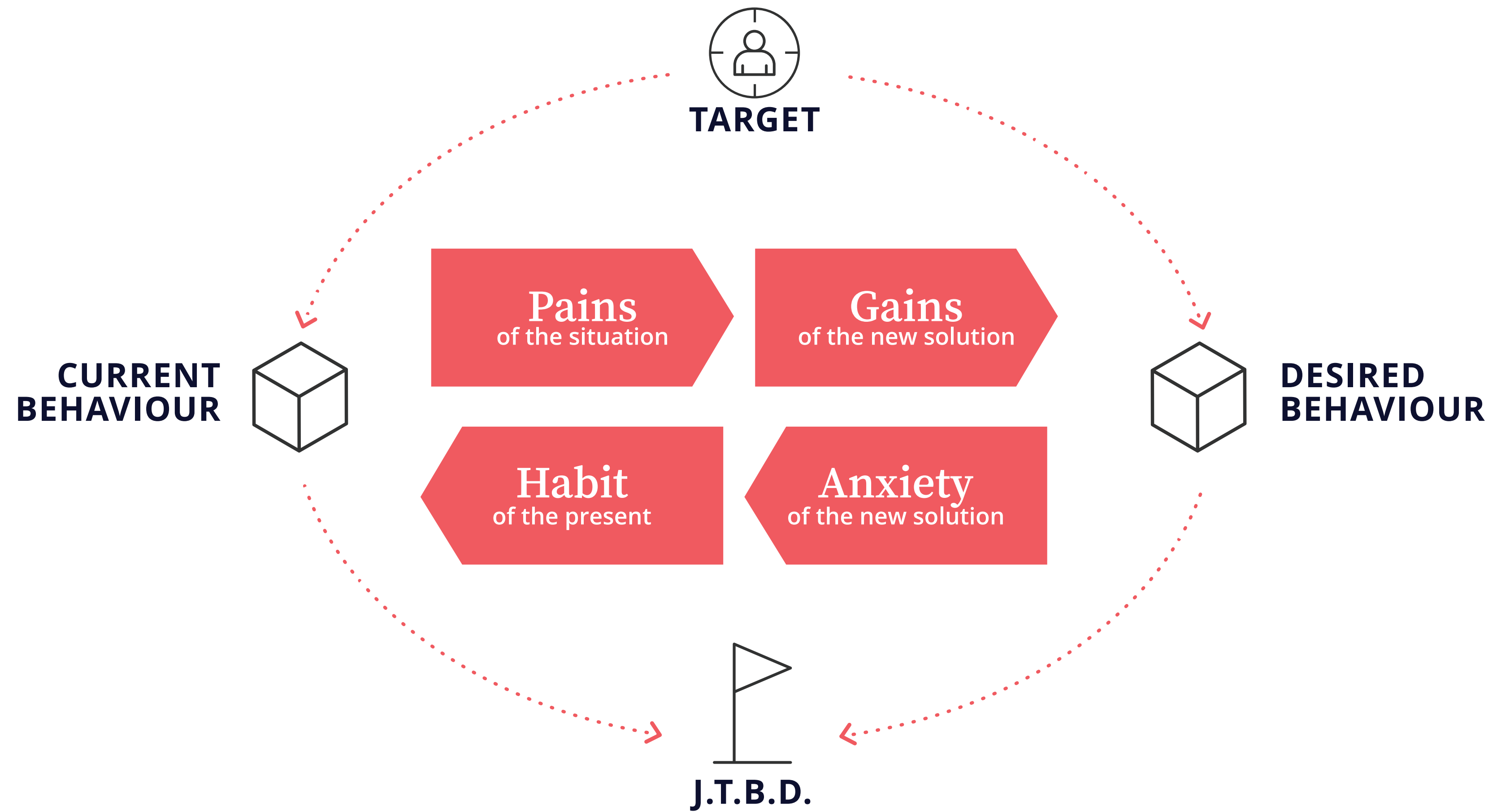
Stoppen is moeilijk!!

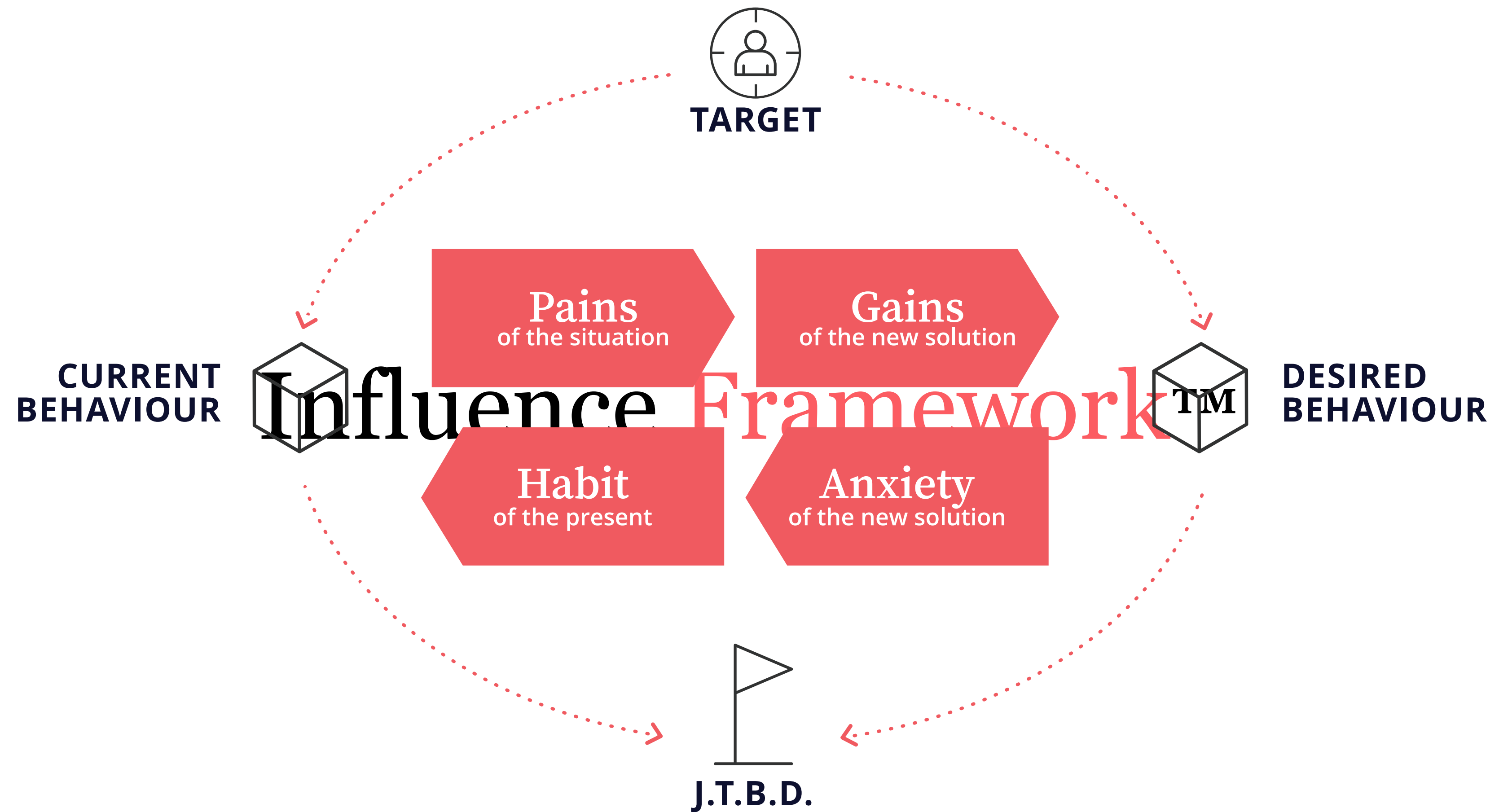
Vier krachten die ons gedrag beïnvloeden.

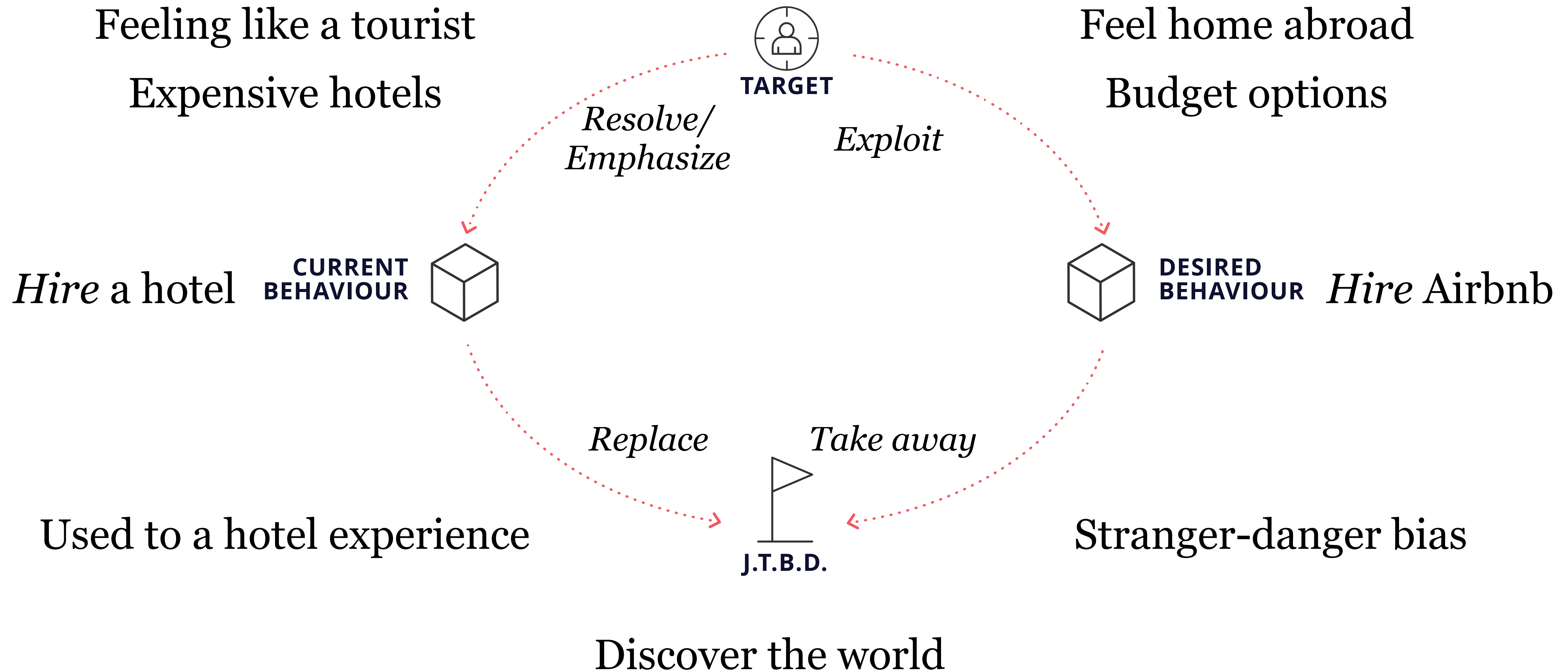


The Re-Wired Group

04 Het Influence Framework™ brengt deze bouwstenen samen



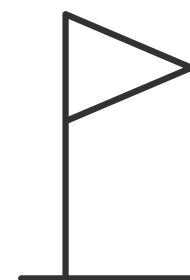






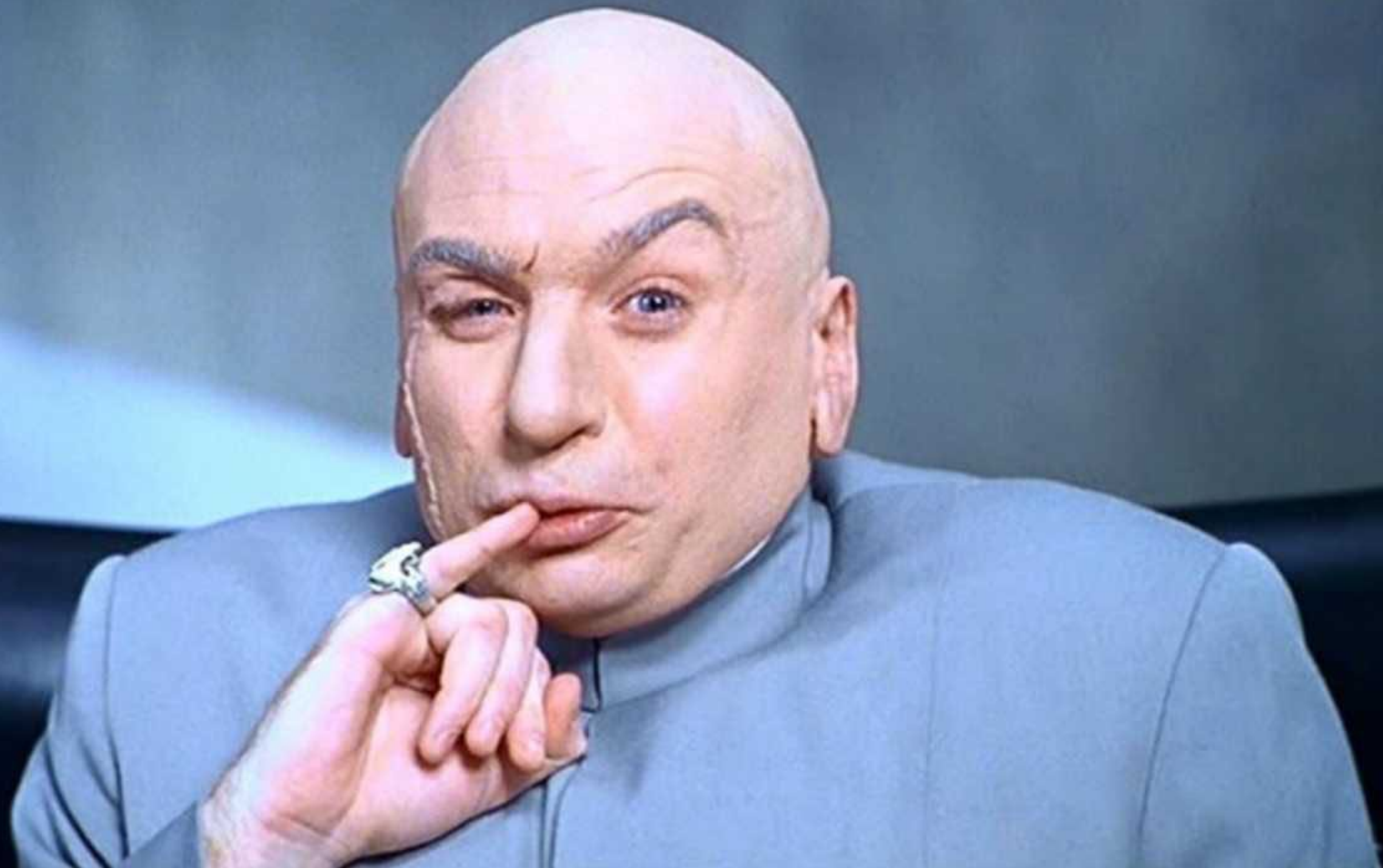
TARGET

Hire  **airbnb**



J.T.B.D.

De kracht van het Influence Framework™:
radicaal human-centred inzichten.



SUE AMSTERDAM

.....

Wil je updates of op de hoogte gehouden
worden van gratis trainingen? Stuur dan
een mailtje naar:

Astrid Groenewegen
astridsueamsterdam.com

+31 (0)6 54 74 37 82
SUE Amsterdam
's-Gravenhekje 1a
1011 TG Amsterdam