



Bij 'enthuse' beïnvloeden we de interne motivatie, de wil van binnenin om een gedrag te stellen.

Het komt dus hierop neer:

- Dat je eerst een **persoonlijke context** voor het gewenste gedrag aanwakkert. Welke thema's waarden of concrete aanknopingspunten herkent je doelgroep? Waar raakt het hun verhaal, hun leven, hun persoon?
- En eens je dat weet, ga je **het gedrag voorstellen**, voorschilderen. Wat mogen ze **verwachten**:
 - van het **gedrag**: Wat houdt het in? Waarom zullen ze het leuk vinden?
 - van de **gevolgen**: Waar zijn er eventueel weerhaakjes, en waarom zijn die niet zo erg? Hoe zullen ze er wel bij varen? Wat verandert er voor hen? Wat zullen er eventueel verliezen?

Enthuse

**“Wow, van dat gedrag word ik enthousiast.
Dat wil ik ook.”**

Hoe zorgen we ervoor dat mensen het gedrag stellen omdat ze het zelf willen?

**Resultaat = acties gericht op het
enthousiasmeren van je doelpubliek.**



Checklist

Wek enthousiasme

1. Maak het doel persoonlijk:

- Bevestig de eigenwaarde van de doelgroep:
 - Excuseer oud gedrag.
- Wees aanstekelijk.
- Bouw bruggen:
 - Verzorg de associaties die je woorden, beelden, context, zender en cijfers oproepen.
 - Surf mee op trends.
 - *Prime*, bouw zelf associaties.
- Speel in op consistentie:
 - Laat ze tussenstappen zetten: wie A zegt, zal vlugger B zeggen.
 - Waardeer interne motivatie, grijp niet te snel naar externe waardering.
 - Haal het gewenste gedrag ongemerkt binnen: de Trojaanse Paard-tactiek.
 - Laat hen voornemens formuleren.
 - Verzacht inconsistenties in ons nadeel.
- Laat ze zich inleven:
 - Roep die rol op die hoort bij de gepaste waarde.
 - Toon het gewenste gedrag.
 - Nodig hen uit tot empathie en identificatie.
 - Laat hen dromen en vooruitblikken.
 - Roep passende herinneringen op waardoor ze zich het gevoel eigen maken.
 - Gebruik verhalen om inleving te versterken.



2. Wek verwachtingen omtrent het gedrag:

- Roep de verwachte beleving op:
 - de emotie
 - de lichamelijke ervaring
 - de verwondering
 - de identiteit-verrijkende aspecten
 - de sociale kant.
- Houd het realistisch.

3. Wek verwachtingen omtrent de gevolgen:

- Speel in op verwachte voordelen vanuit het perspectief van de doelgroep:
 - Zoek zowel fysieke en functionele als emotionele voordelen.
 - Stel een voordelenladder op.
 - Speel in op de zekerheid van het resultaat, eerder dan op de grootte van het voordeel.
 - Toon de link tussen de kleine inspanning en het grote doel.
- Verzacht de te verwachten verliezen:
 - Beheers de risico's.
 - Bundel de verschillende verliezen en stel ze uit.
- Verlaag de veranderangst:
 - Kapsel het nieuwe gedrag in het oude.
 - Stel het nieuwe gedrag vertrouwd voor, overzichtelijk.
 - Hou het binnen hun bereik.
 - Laat hen het nieuwe gedrag in gedachten stellen.
- Toon dat ze zo mogelijk verlies vermijden:
 - Zeg niet 'win', maar 'verlies niet'.
 - Overweeg zachte schaarste.
 - Let op met het inspelen op angst: insinueer geen verlies zonder perspectief. Geef een uitweg.