



Vrijwillig gemotiveerd

Arne Meeldijk & Kaj Bots

Dag van het Gedrag - 23 november 2017



werken aan perspectief



Wie zijn wij?

- Gedragswetenschappers bij UWV

- Onderzoek en advies

- Denktank Gedragsbeïnvloeding

“Met gedragswetenschappelijke kennis op een kosteneffectieve manier beleid, dienstverlening en communicatie van UWV verbeteren”



GEDRAG

Straffen

Belonen

Motivatie





Kaart hier



01 008 201000 CC





U mag weer aangifte doen!

Controleer, vul waar nodig aan en verstuur.
Doe het vóór 1 april, dan krijgt u in juni al
bericht. Kijk op belastingdienst.nl/aangifte



WISSENSWIRTSCHAFT (GENERAL)

1. Wissensmanagement ist ein Prozess, der...

2. Die Ziele des Wissensmanagements sind...

3. Die Aufgaben des Wissensmanagements sind...

WISSENSWIRTSCHAFT (GENERAL)

1. Wissensmanagement ist ein Prozess, der...

2. Die Ziele des Wissensmanagements sind...

3. Die Aufgaben des Wissensmanagements sind...

WISSENSWIRTSCHAFT (GENERAL)

1. Wissensmanagement ist ein Prozess, der...

2. Die Ziele des Wissensmanagements sind...

3. Die Aufgaben des Wissensmanagements sind...

WISSENSWIRTSCHAFT (GENERAL)

1. Wissensmanagement ist ein Prozess, der...

2. Die Ziele des Wissensmanagements sind...

3. Die Aufgaben des Wissensmanagements sind...

WISSENSWIRTSCHAFT (GENERAL)

1. Wissensmanagement ist ein Prozess, der...

2. Die Ziele des Wissensmanagements sind...

3. Die Aufgaben des Wissensmanagements sind...


WISSENSWIRTSCHAFT (GENERAL)

1. Wissensmanagement ist ein Prozess, der...

2. Die Ziele des Wissensmanagements sind...

3. Die Aufgaben des Wissensmanagements sind...



A hand is holding a dark blue Samsung smartphone. The screen is white and displays text. At the top of the screen, the word 'SAMSUNG' is visible. Below that, the text reads 'Ga naar' followed by 'menti.com' in a larger, bold blue font. Further down, it says 'Vul de code' followed by '28 39 77' in a larger, bold blue font, and then 'in' in a smaller black font. The phone has a physical home button at the bottom. The background is plain white.

SAMSUNG

Ga naar
menti.com

Vul de code
28 39 77 in



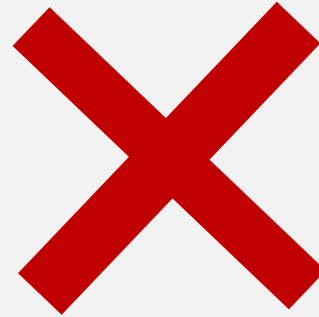
Reguleren



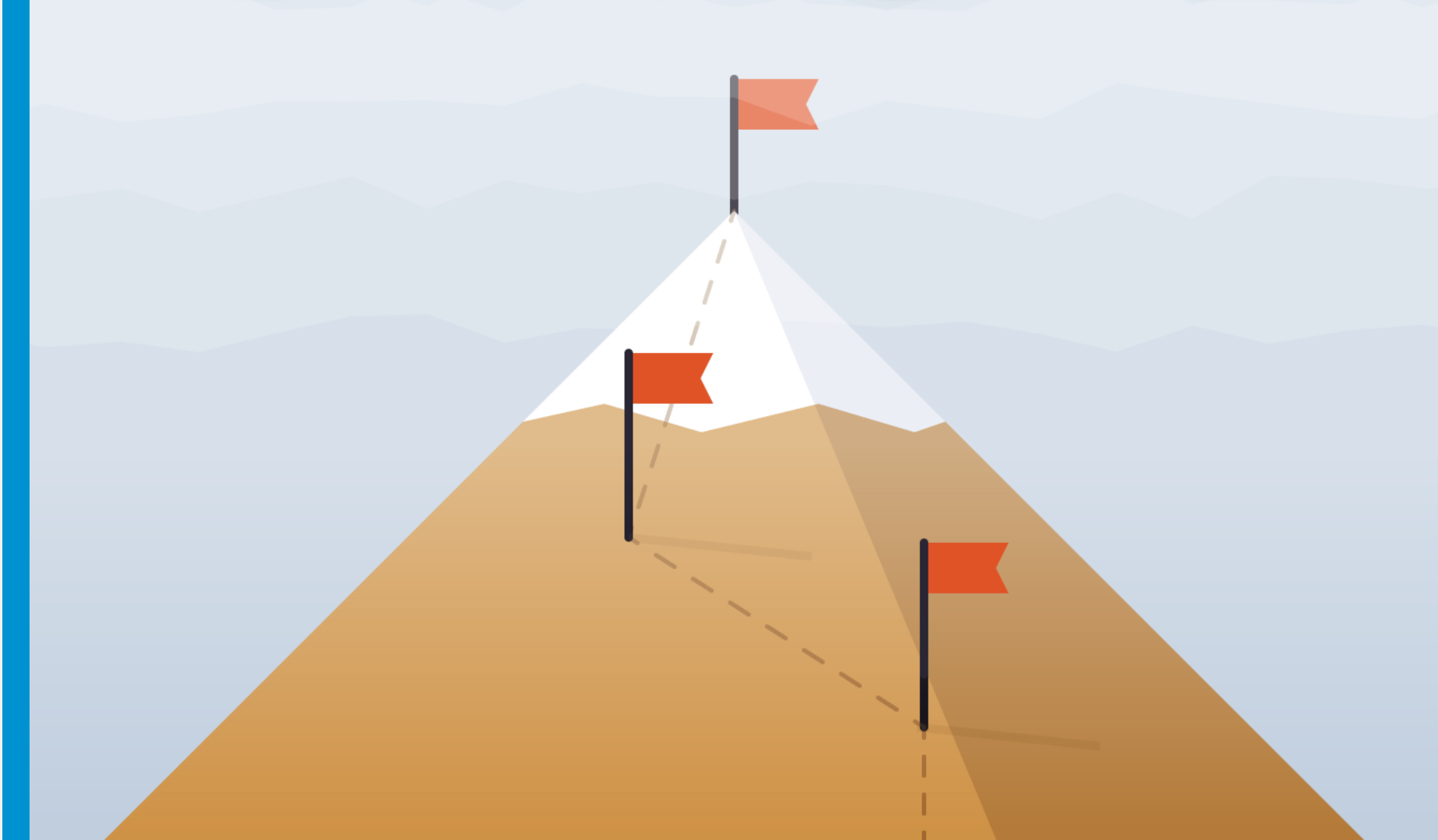
Stimuleren



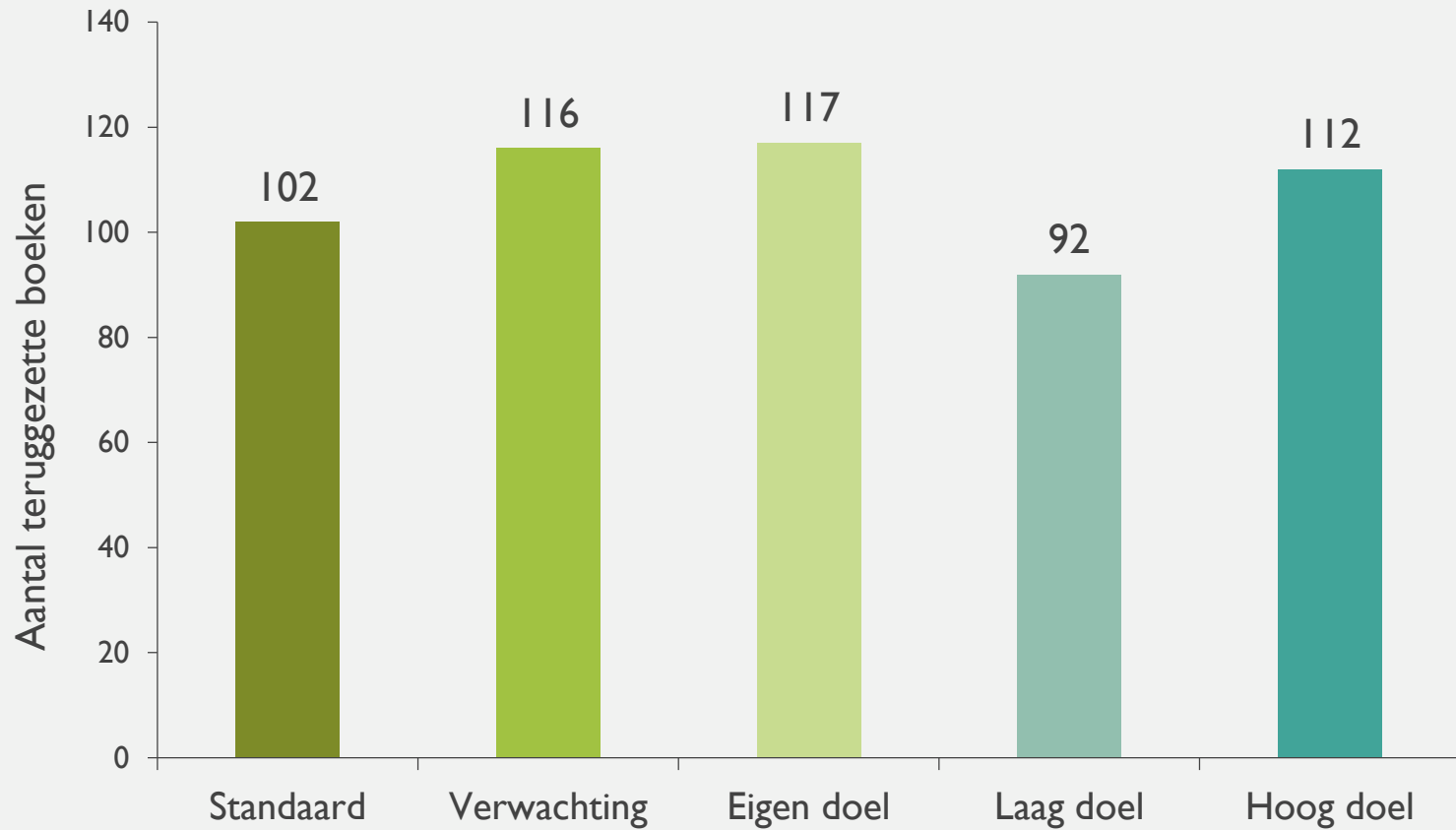
Gedragsinzichten

















Ga weer
naar
[menti.com](https://www.menti.com)



Waarom solliciteer je?

(n = 1.635)

■ Omdat ik het zelf wil ■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ Omdat het verplicht is



		JSB
Intrinsieke drijfveren	Ik zoek naar werk omdat ik het interessant vind om de arbeidsmarkt te verkennen	,230**
	Ik zoek naar werk omdat ik het leuk vind om naar nieuwe functies te kijken	,234**
	Ik zoek naar werk omdat ik het belangrijk vind om te werken	,240**
	Ik zoek naar werk omdat ik mezelf kan ontwikkelen door te werken	,270**
	Ik zoek naar werk omdat werken zinvol is	,212**
	Ik zoek naar werk omdat ik het als mijn plicht zie om werk te vinden	,171**
	Ik zoek naar werk omdat ik me schuldig zou voelen wanneer ik geen werk zou zoeken	,132**
Extrinsieke drijfveren	Ik zoek naar werk omdat ik me gedwongen voel om naar werk te zoeken	-,103**
	Ik zoek naar werk omdat ik meer geld kan verdienen wanneer ik werk	,159**
	Ik zoek naar werk omdat ik geen boete op mijn uitkering wil riskeren	,012



Reguleren



Stimuleren



Autonomie

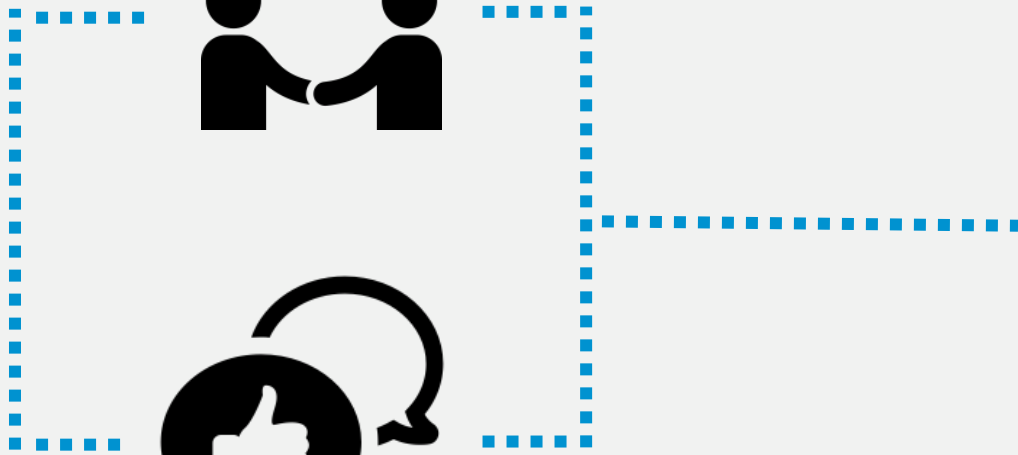


Doelen stellen



Gedraginsinzichten

Feedback





Werkplan

U bent op zoek naar werk. Een nieuwe baan vinden kan best lastig zijn. Waar bent u naar op zoek, bij wie moet u zijn voor tips en ondersteuning en wat is de beste manier om te solliciteren?

Het maken van een plan en het stellen van doelen kan helpen bij uw zoektocht naar een nieuwe baan. Daarom stellen wij dit plan voor u beschikbaar. In het plan beschrijft u welke activiteiten u wilt gaan ondernemen om werk te vinden. U maakt het plan voor uzelf zodat u meer inzicht krijgt in wat u zoekt en hoe u daar gericht naar kunt zoeken.

U kunt twee weken de tijd nemen om dit plan volledig in te vullen. Heeft u het plan ingevuld? Dan kunt u het met ons delen via een bericht in uw Werkplan. Onze adviseurs werk zijn goed op de hoogte van de actuele kansen op de arbeidsmarkt en kunnen u feedback en tips geven.

Concretiseren doelen

1. In welke sectoren zou u graag werk vinden?

(Bijvoorbeeld: Horeca, IT, etc.)

Media, dienstverlening, culturele sector.

2. Naar wat voor functie bent u op zoek? (passend bij uw opleiding en ervaring)

(Bijvoorbeeld: Barmedewerker, Programmeur, etc.)

redacteur, communicatiemedewerker. Ik ben heel erg zoekende en weet eigenlijk niet zo goed wat ik wil en kan. afgezien van redactie. Dit ben ik nu aan het

3. Welke activiteiten gaat u ondernemen om werk te vinden?

(Bijvoorbeeld: solliciteren op vacatures, langsgaan bij potentiële werkgevers, linked-in profiel updaten.)

solliciteren op vacatures, netwerk raadplegen, cv updaten, open sollicitaties versturen, persoonlijkheids- en beroepskeuzetesten doen, langsgaan bij potentiële werkgevers, etc.



Werkplan

4. Wat kan u helpen in uw zoektocht naar werk?

(Bijvoorbeeld: tips of workshops over bijvoorbeeld het samenstellen van een cv of netwerken, een gesprek (bijvoorbeeld met een adviseur van UWV) of een andere vorm van begeleiding, contact met werkgevers of andere werkzoekenden, etc.)

gesprekken voeren met leden uit netwerk, leeftijds- en lotgenoten, out of the box denken in mogelijkheden, onderzoeken of ik zelf iets kan starten.

5. Maak een weekplanning voor het zoeken naar werk.

TIP! De ervaring is dat het veel mensen helpt om per dag aan te geven **hoeveel uur of welk dagdeel** ze besteden aan het zoeken naar werk, **wat ze gaan doen** en wat het **doel of resultaat** moet zijn.

Voorbeeld: *In de ochtend op werk.nl en andere sites zoeken naar vacatures en minimaal 4 geschikte vacatures vinden.*

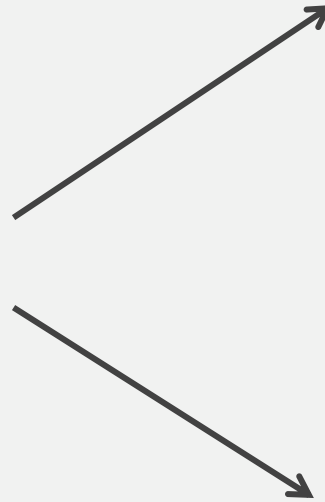
Maandag	's ochtends zoeken naar geschikte vacatures. verzamelen en opstellen van motivatiebrief en aan passen cv indien nodig. 's middaqs telefonisch
Dinsdag	op een rijtje zetten wat mijn sterke punten en talenten zijn, mijn passie en ambitie. Kijken of ik aansluiting vind met vacatures op internet.
Woensdag	's ochtends zoeken naar geschikte vacatures. verzamelen en opstellen van motivatiebrief en aan passen cv indien nodig. 's middaqs telefonisch
Donderdag	Bekijken van TEDtalks, om me te motiveren en laten inspireren, vacatures zoeken, potentiële werkgevers bellen, onderzoeken wat wel
Vrijdag	zoeken naar vacatures, reageren en nabellen.

Ik heb veel projecten in de media gedaan, maar ik vind het lastig om te bedenken wat ik kan doen om mijn kennis te laten zien en ben ik ook voor gekwalificeerd? Waar liggen mijn talenten en kracht, bij welke organisatie zou ik goed passen. Ik vind dit een lastig en zou best eens advies willen

Als u uw Werkplan met ons deelt via een bericht krijgt u van ons een ontvangstbevestiging. Zo weet u dat wij uw werkplan hebben ontvangen.

Implementatie intenties

WW-instroom
Zwolle, Haarlem & Almere
(n = 10.075)

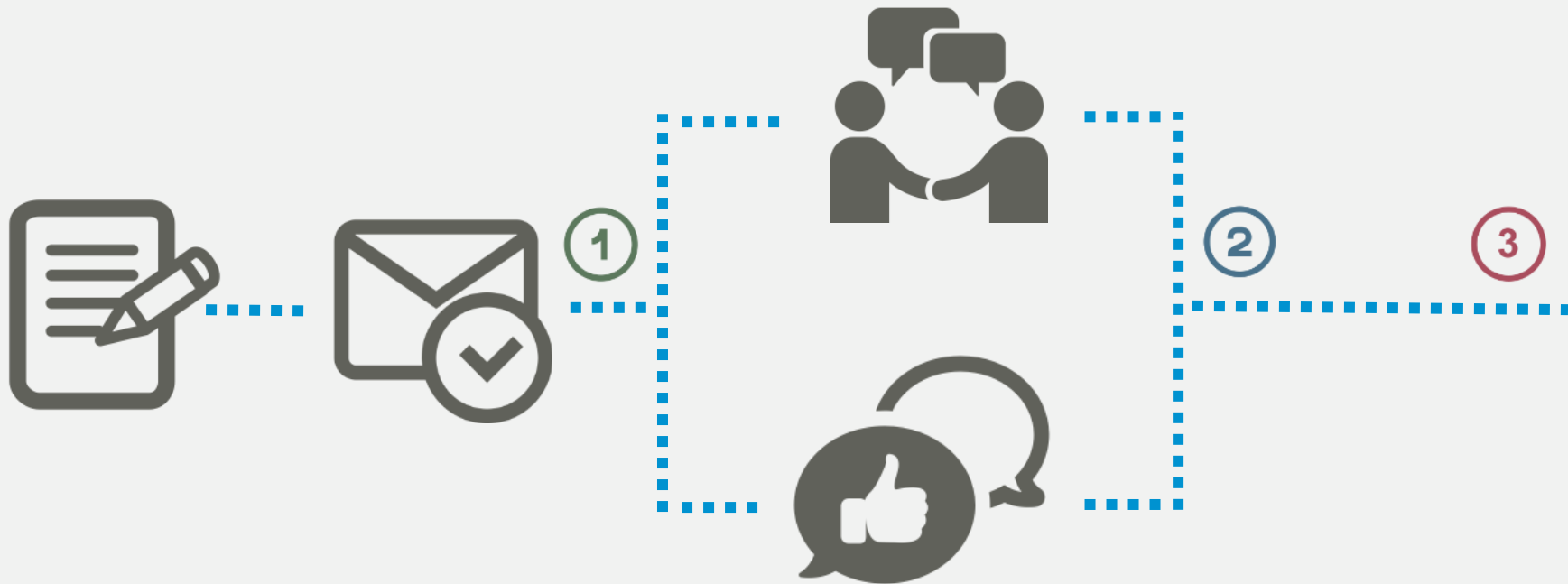


Werkplan
(n = 5.011)



Geen werkplan
(n = 5.064)





- ① **Vragenlijst:** autonomie, goalsetting, klanttevredenheid (na 2 weken)
- ② **Vragenlijst:** autonomie, goalsetting, klanttevredenheid (na 6 weken)
- ③ **Data:** doorgegeven sollicitaties (na 3 maanden)



‘Ik heb mezelf doelen gesteld die me helpen bij het zoeken naar werk’

‘Ik heb een duidelijk plan van aanpak gemaakt om werk te zoeken’

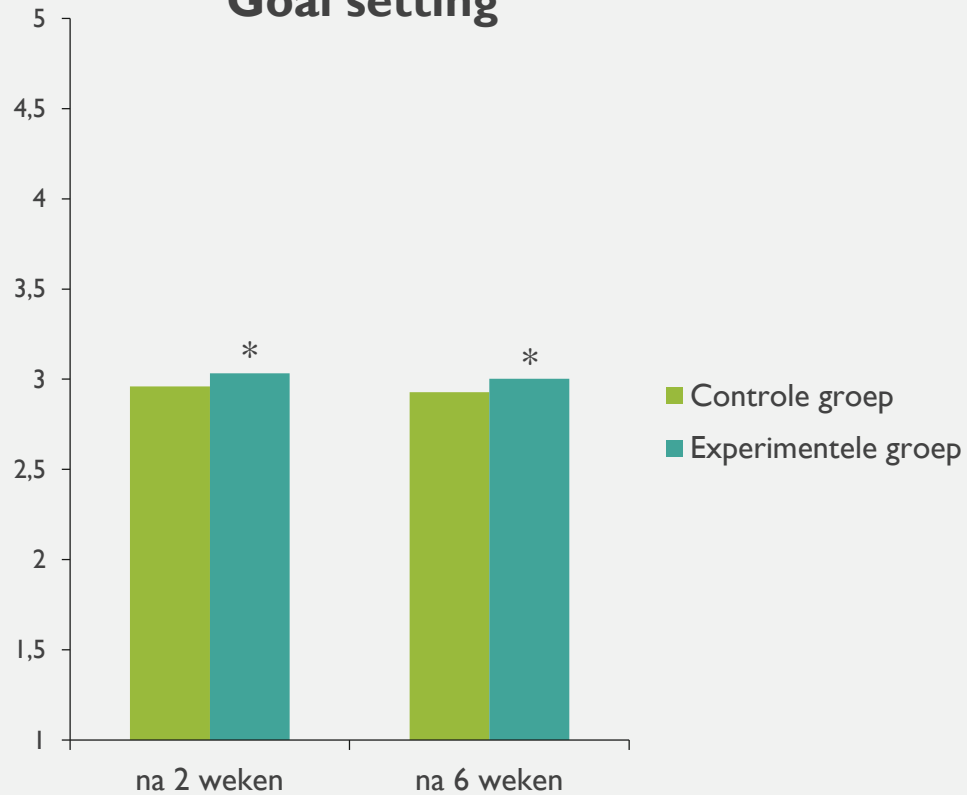
‘Ik bepaal zelf hoe ik naar werk zoek’

‘Ik krijg voldoende ruimte om zelf keuzes te maken in mijn zoektocht naar werk’

‘Ik kan zelf plannen wanneer ik mijn sollicitatieactiviteiten uitvoer’

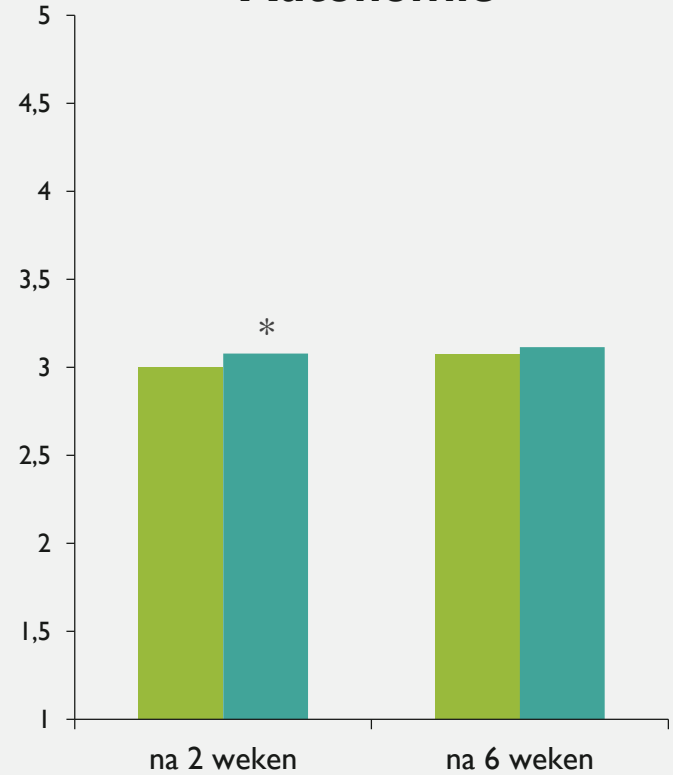


Goal setting



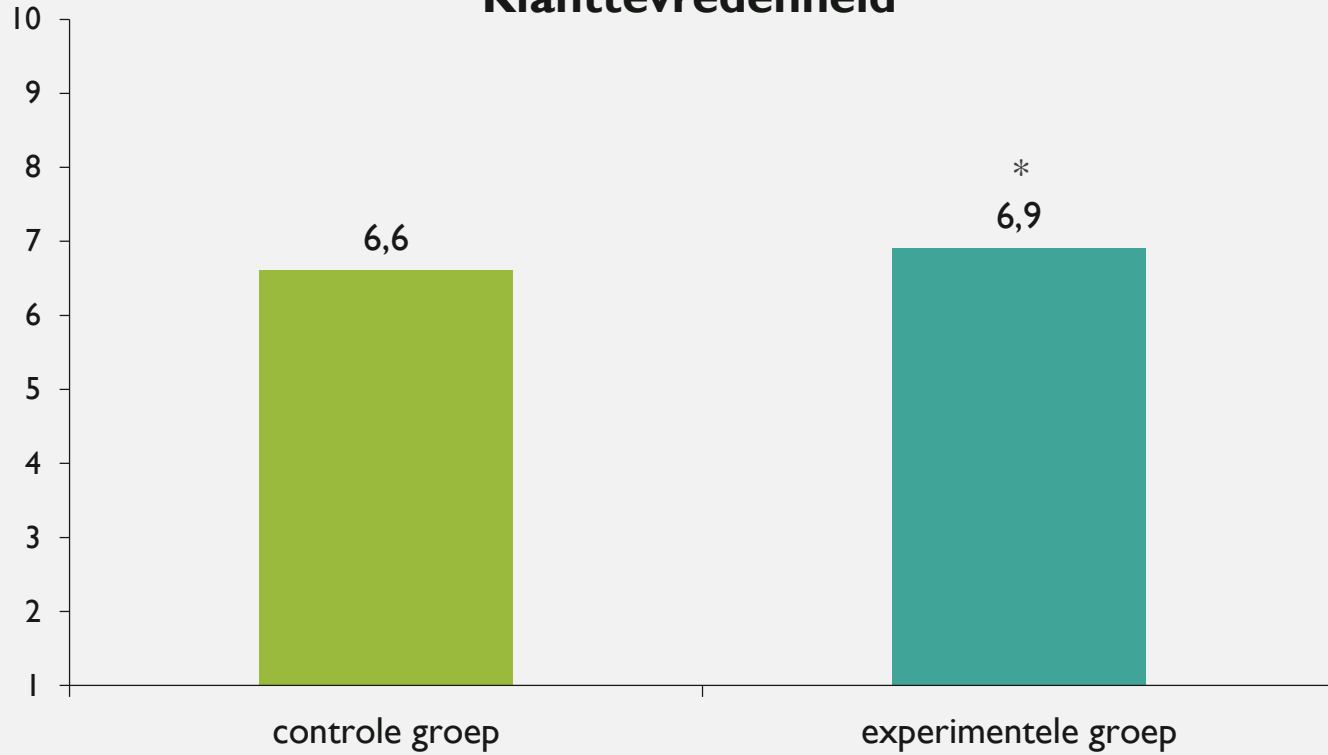
* $P < .05$
($n = 1.058$)

Autonomie



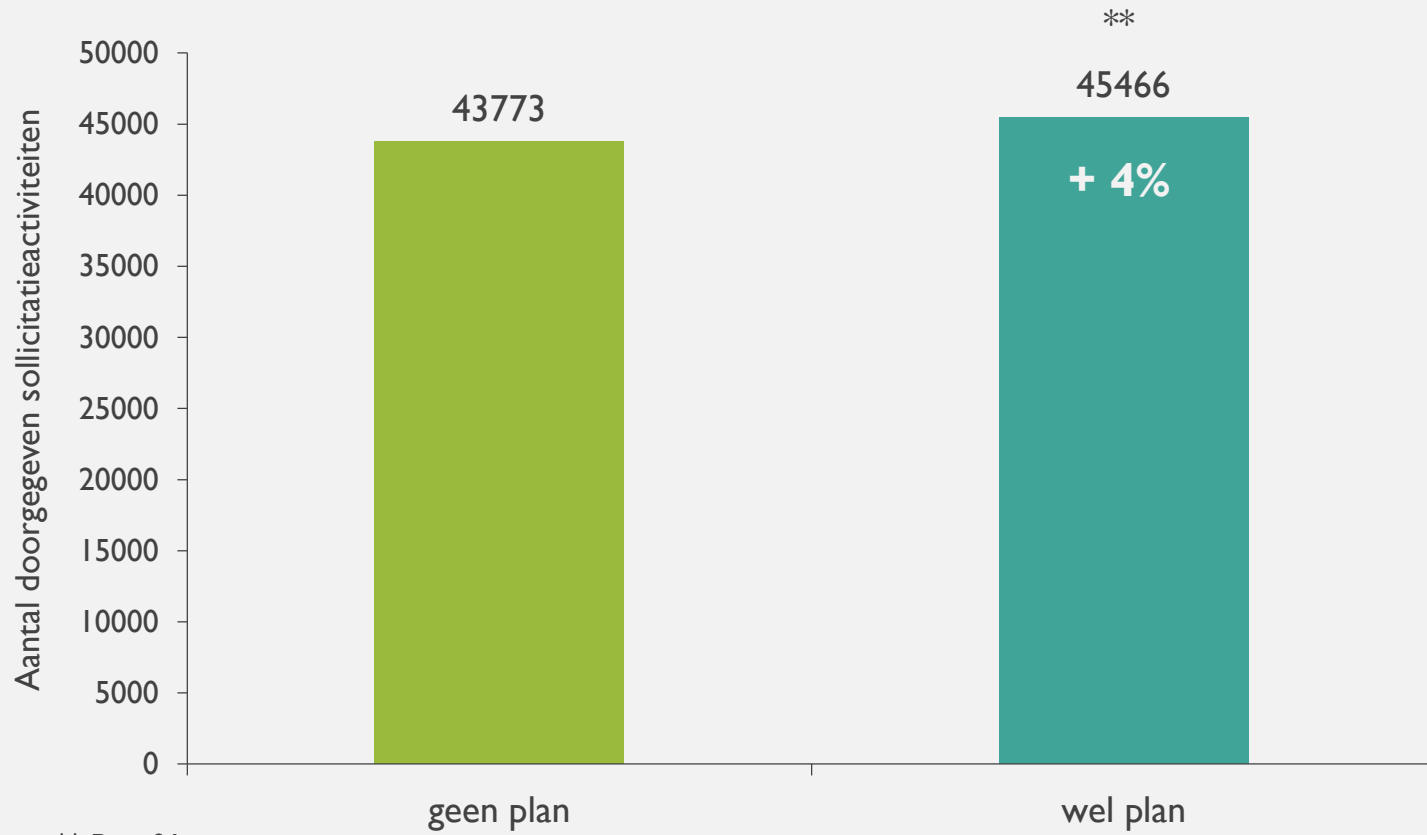
* $P < .05$
($n = 1.058$)

Klanttevredenheid

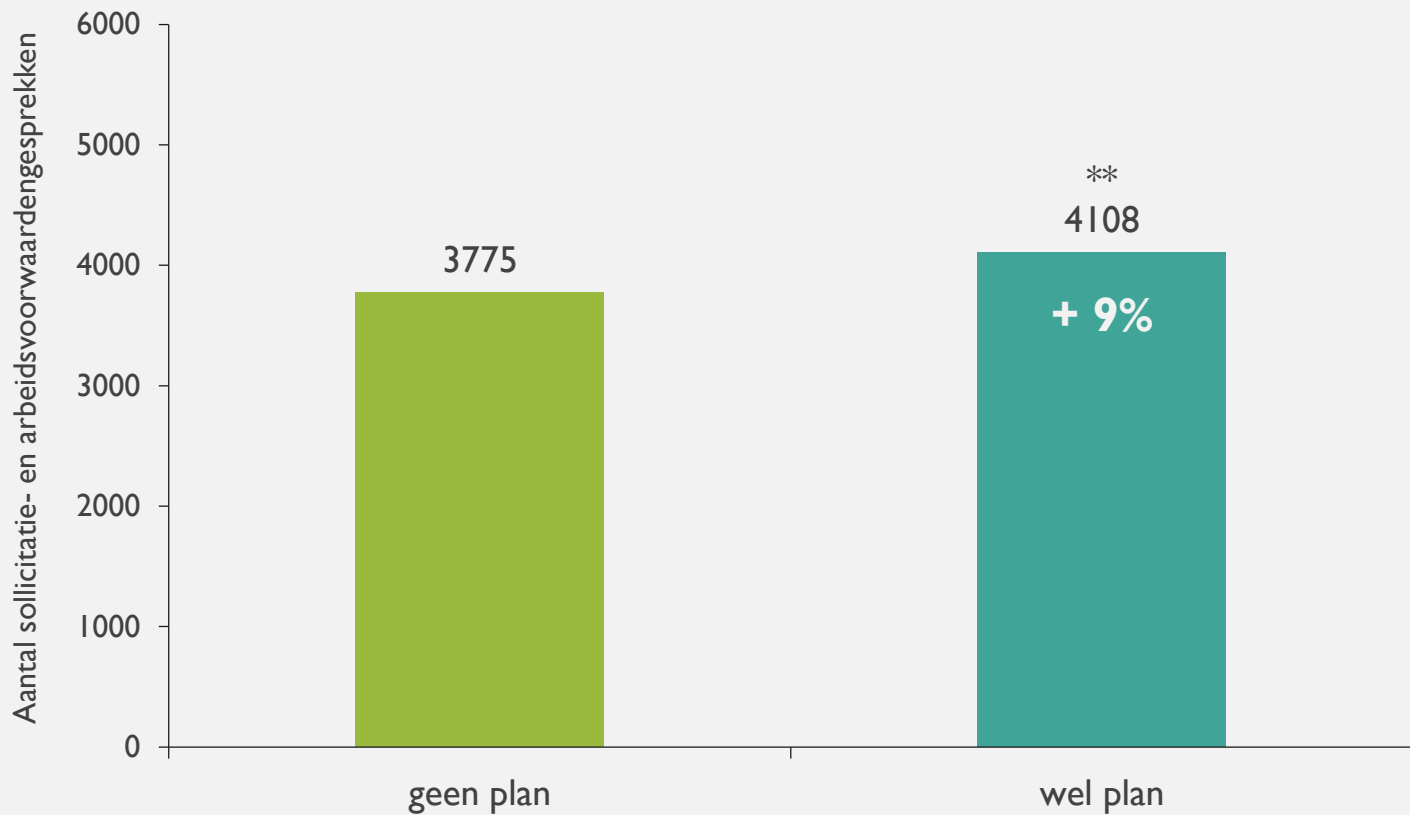


* P < .05
(n = 1.058)





** P < .01
(n = 10.075)



** P < .01
(n = 10.075)

U bent op zoek naar werk. Een nieuwe baan vinden kan best lastig zijn. Waar bent u naar op zoek, bij wie moet u zijn voor tips en ondersteuning en wat is de beste manier om te solliciteren?

Het maken van een plan en het stellen van doelen kan helpen bij uw zoektocht naar een nieuwe baan. Daarom stellen wij dit plan voor u beschikbaar. In het plan beschrijft u welke activiteiten u wilt gaan ondernemen om werk te vinden. U maakt het plan voor uzelf zodat u meer inzicht krijgt in wat u zoekt en hoe u daar gericht naar kunt zoeken.

U kunt twee weken de tijd nemen om het plan in te vullen. U kunt u het met ons delen. We helpen u met vragen in de Werkmap. Onze adviseurs werken met u samen op de arbeidsmarkt en kunnen u feedback en tips geven.

Vragen?

Heeft u nog vragen? Stuur ons een bericht in de Werkmap.

Wij wensen

1. In

(Bijvoor

2. Naar v

(Bijvoorbee

3. Welke activiteiten gaat u o

(Bijvoorbeeld: solliciteren op vacatures, langsgaan bij potentiële werkgevers, linked-in profiel updaten.)

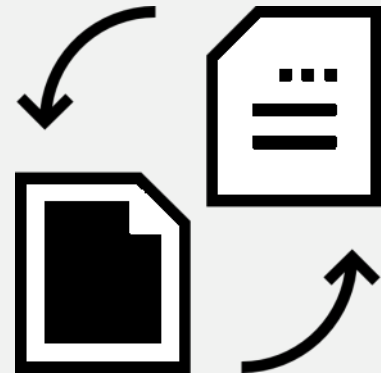
- ✓ Autonomie neemt toe
- ✓ Het stellen van doelen neemt toe
- ✓ Klanttevredenheid neemt toe
- ✓ Werkzoekgedrag neemt toe
- ... Werkhervatting?



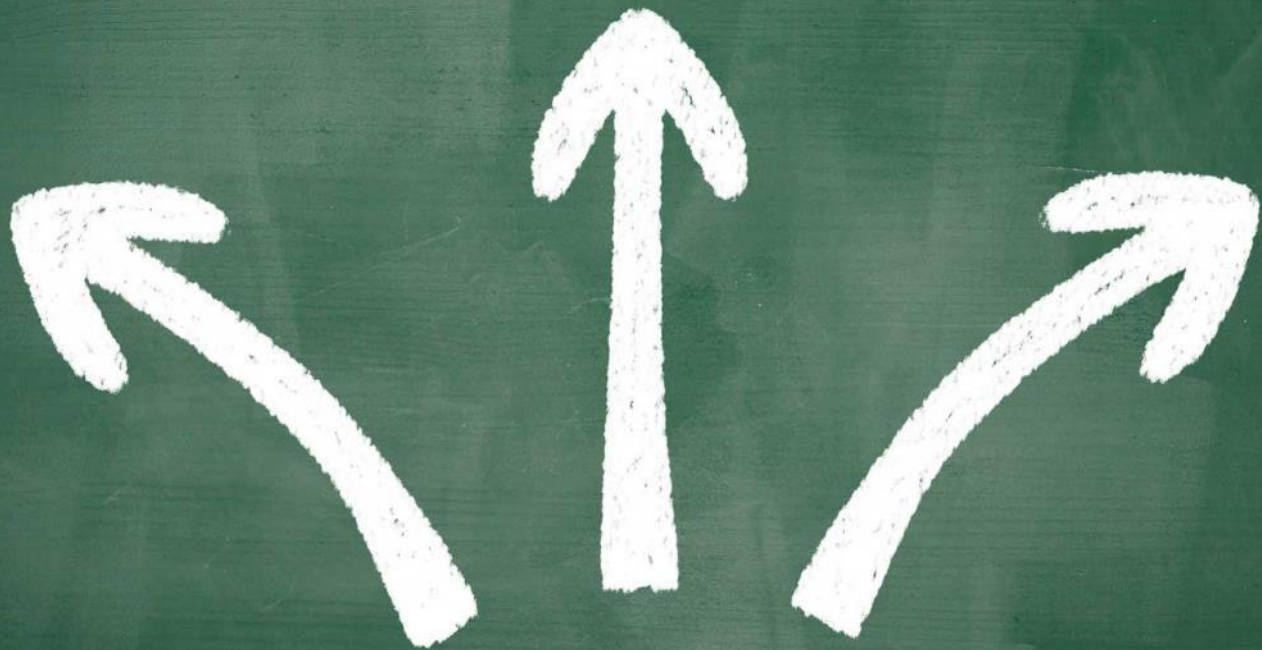
1. Optimaliseer
vormgeving



2. Optimaliseer
'promotie'



3. Maak
interactief

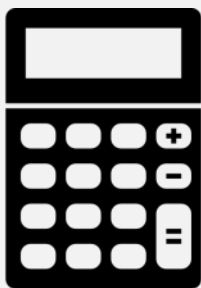




Straffen & belonen
is niet de enige
optie!



Onderzoek zo
veel mogelijk wat
werkt en wat niet!



Rationele
overwegingen
worden vaak
overschat!



Onderschat niet
de kracht van
pizza!



Welke vragen hebben jullie?

(uiteraard zijn jullie helemaal vrij om wel of geen vragen te stellen)

UWV Kennisverslag special juli 2017

Gedrags- beïnvloeding

De toepassing van
gedragswetenschappelijke
inzichten binnen UWV

3



Arne Meeldijk
Yvonne Engels
Kaj Bots

Klanten van
UWV alleen maar
informereren over
diensten en
regelgeving is vaak
niet toereikend
om gedrag te
veranderen.

UWV Kennisverslag 2016-10

Onbewust en irrationeel gedrag

Samenvatting

UWV probeert gedrag van klanten vaak te sturen door ze bewust te maken van bestaande regelgeving en dienstverlening. In de praktijk zien we echter dat klanten lang niet altijd doen wat UWV van ze wil of verwacht. De gedragswetenschappen leren ons dat het louter informeren of bewust maken van mensen vaak onvoldoende is om gedrag te veranderen. Gedrag komt namelijk ook onbewust tot stand en mensen maken vaak gebruik van irrationeel ogende vuistregels om beslissingen te nemen. Dit artikel geeft een aantal voorbeelden van hoe gedragswetenschappelijke kennis binnen UWV toegepast kan worden om zo op een kosteneffectieve manier beleid, dienstverlening en communicatie te verbeteren.

- Naast rationele overwegingen maken mensen ook gebruik van vuistregels waarmee ze snelle keuzes kunnen maken. Daarnaast worden ze onbewust beïnvloed door allerlei omgevingsprikkels. Kennis over het bestaan van deze irrationele ogende en onbewuste processen geeft beter inzicht in wat het gedrag van onze klanten bepaalt.
- Met een aantal voorbeelden tonen we aan hoe UWV deze kennis al gebruikt om de dienstverlening te verbeteren:
 - Het formuleren van boodschappen in termen van winst of verlies heeft een grote invloed op wat klanten uiteindelijk met de informatie doen.
 - Communiceren hoe andere klanten zich gedragen zorgt ervoor dat klanten zich vergelijkbaar gaan gedragen.
 - Klanten herinneren aan een actie is vaak voldoende om hen te activeren.
- Binnen de gehele UWV-organisatie zou meer kennis beschikbaar moeten zijn over hoe het gedrag van klanten tot stand komt en hoe dit op een positieve manier te beïnvloeden is. Dit kan door:
 - meer onderzoek te doen naar de toepassing van gedragswetenschappelijke inzichten;
 - gedragsdeskundigen te betrekken bij de ontwikkeling van dienstverlening en beleid;
 - het effect van dienstverlening op gedrag te evalueren.

Gebruiken van gedragswetenschappelijke kennis
UWV wil mensen stimuleren om aan het werk te blijven
voorkomen dat mensen de regels overtreeden. Zo vraag
Denk bijvoorbeeld aan actief naar werk zoeken, het do
tijd ziek melden, formulieren juist invullen, het verschij
De dienstverlening die UWV ontwikkelt om dergelijk ge
op de aanname dat klanten bewust en/of rationele besl
via berichten of mediacampagnes bewustgemaakt van r
van straffen (boetes en maatregelen) of belonen (premi
scholingsvouchers) om gedrag te sturen. Op deze man
bewuste afweging maken of ze dat gedrag wel of niet
we echter dat klanten zich niet altijd gedragen zoals U

Gedragswetenschappelijke inzichten leren ons dat en
onze klanten vaak tekortschiet om het gedrag in de ge
Gedrag komt namelijk ook onbewust tot stand. Daarna
de capaciteit, noch de tijd, om alle beslissingen welov
staat om bij iedere keuze de voordelen zorgvuldig af te
een zo goed mogelijke keuze te maken, gebruiken men
economisch perspectief maakt het gebruik van deze v
ze daardoor niet altijd de optimale keuze en die de meest v
psychologisch perspectief zijn deze vuistregels juist he
dagelijks functioneren en ervoor zorgen dat mensen ca
wél hun bewuste aandacht vragen. Wanneer UWV onv
onbewuste en irrationele processen, resulteert dit in d
zelfs averechts effecten kan hebben. Het gericht inze
kennis over deze processen helpt ons om het gedrag v
op in te spelen, zodat onze dienstverlening verder ver

Irrationale en onbewuste beslissingen

Als mensen niet altijd rationele of bewuste beslissingen
nog meer van invloed? En hoe kan UWV deze kennis ge
verbeteren? In de volgende paragrafen bespreken we
beslissingen nemen en hoe die samenhangen met het
maken wij een vertaalslag naar hoe UWV deze kennis

Heuristieken

Stel je voor dat je een zorgverzekering moet kiezen. Bij
het effectiefst om alle relevante variabelen zoals prijs,
te analyseren. Uiteraard hebben de meesten van ons n
berekening uit te voeren. Om toch tot een beslissing te
situaties, maken mensen gebruik van zogenaamde heu
vuistregels waarmee we snelle keuzes kunnen maken
zorgverzekering onze keuze bijvoorbeeld baseren op v
lusteren we naar wat de wetenschapper in een recla
tientallen verschillende heuristieken bekend. Kennis o
geeft inzicht in wat het gedrag van UWV-klanten bepa
verklaring. In deze paragraaf lichten we verschillende