

DUURZAME GEDRAGSVERANDERING

Dr. Annemiek Linn

Universiteit van Amsterdam / Amsterdam School of
Communication Research

DISCLOSURE

- Geen potentiële belangenverstrengeling

Annemiek Linn, PhD gezondheidscommunicatie

Onderzoekslijn: De spreekkamer van de toekomst

- Communicatie op maat
- Convergence van technologie met interpersoonlijke communicatie

Amsterdam Center for Health Communication
Onderzoeksthema's Team Publicaties Partners Nieuwsarchief PanelCom

Het Amsterdam Center for Health Communication (ACHC) streeft er naar om gezondheid te bevorderen door middel van wetenschappelijk onderzoek naar effectieve communicatie.

Openingssymposium ACHC groot succes

Op dinsdag 10 mei vond het openingssymposium van het ACHC plaats. Veel belangstellenden vanuit de praktijk en wetenschap kwamen naar de UvA voor een middag in het teken van effectieve communicatie voor mensen met lage gezondheidsvaardigheden. [Lees verder >](#)

Promotie Corine Meppelink over effectieve communicatie bij lage gezondheidsvaardigheden.

Van burgers wordt in toenemende mate verwacht dat zij verantwoord met hun gezondheid omgaan en alles in het werk stellen om zo lang mogelijk gezond te blijven. Om hierover geïnformeerde keuzes te kunnen maken, is het hebben van voldoende kennis essentieel. Op het internet is een grote hoeveelheid informatie beschikbaar [...] [Lees verder >](#)

Persuasive Communication

Welcome to the website of Persuasive Communication. On this website more information can be found on what the program and Master Track of Persuasive Communication entail, who are involved, which courses are being taught, and which themes are of importance within Perscom. In addition, publications and abstracts of the Perscom members can be found on this website.

Contact
Address: Nieuwe Achtergracht 166, 1018 WV, Amsterdam, the Netherlands
For information about the website, please contact perscom.redactie@gmail.com
For information about the program, please contact [Julia C. M. van Weert](#) [Continue reading >>](#)

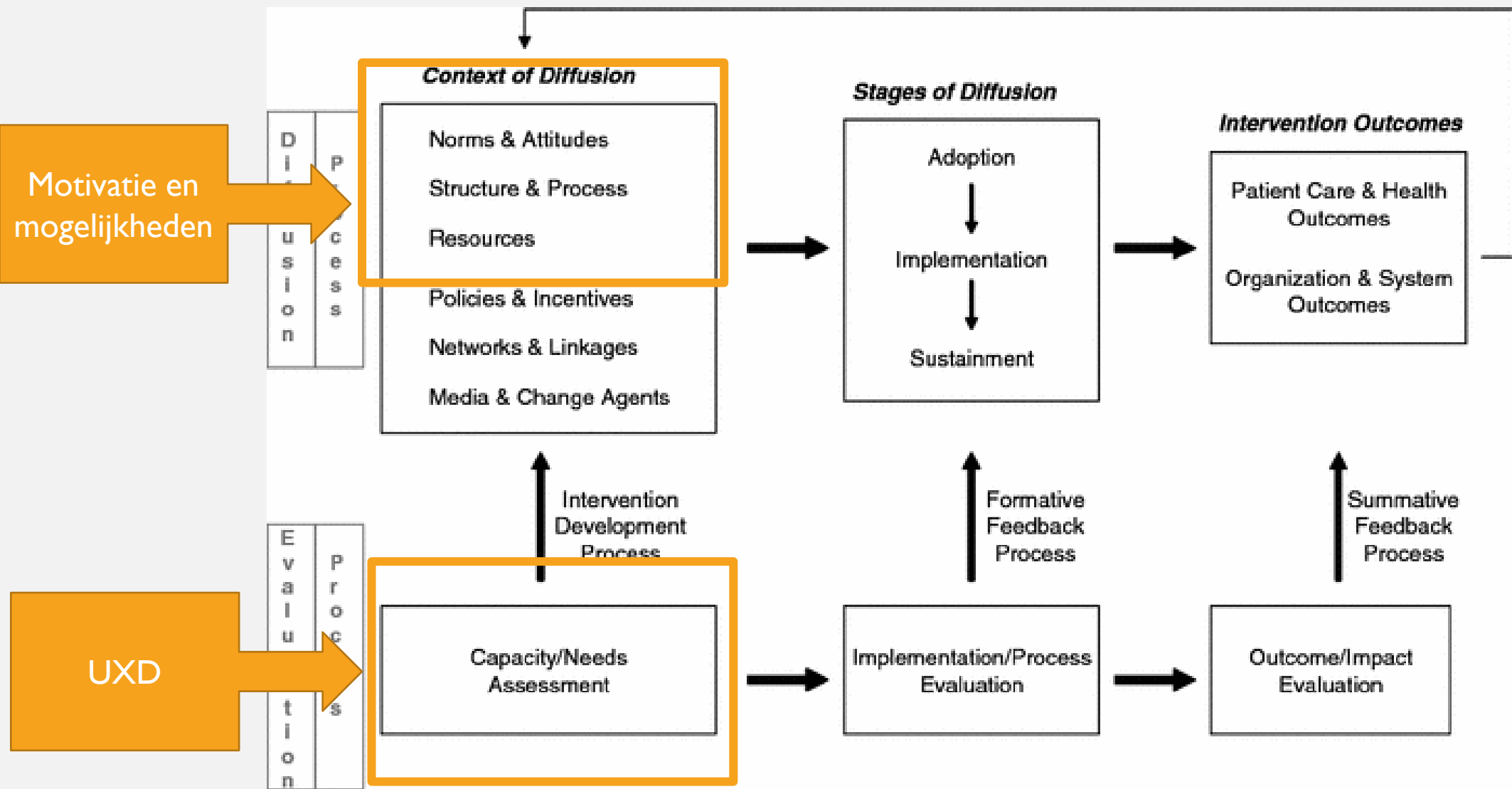
Tag cloud
Marketing communication Intercultural communication

Amsterdam School of Communication Research / ASCoR
Home Research PhD program News Events About ASCoR Contact

Amsterdam School of Communication Research (ASCoR)
is the largest research institute of its kind in Europe and is among the largest

Latest news
» ASTRO-LAB – EC-funded asthma project concludes with advice on improving patient-provider

Events
» ICA Conference 2016 Conference, 09-06-16



INTENTION- BEHAVIOR GAP



Aanzetten tot
gedrag (gebruik
interventie)

Volhouden van
gedrag



Fase 1: Acuut

In hoeverre loop
ik risico en ernstig
zijn de gevolgen?

Gaat het

Denk ik dat ik de
aanbevolen
gedragingen goed
en consistent uit

Wat heeft iemand
nodig om tot
gedrag over te
gaan?

1a Risico-inschatting
Vatbaarheid & ernst versus (sociale)
voordelen van risicogedrag

1b Effectiviteit respons
Geloof dat gedragsadviezen
opvolgen risico effectief verlaagt

**1c (Sociale) Barrieres & Self-
efficacy**
Ongemak & kosten vs vertrouwen
die te overwinnen

1d Cue tot actie
Interne of externe trigger: sociale
normen, media, zorgprofessional

Gedrag: starten
Of men wel of
niet adviezen
opvolgt



Fase 2: Volhouden

2a Motieven voor volhouden
Positief affect, intrinsieke reden,
consistent met eigen identiteit

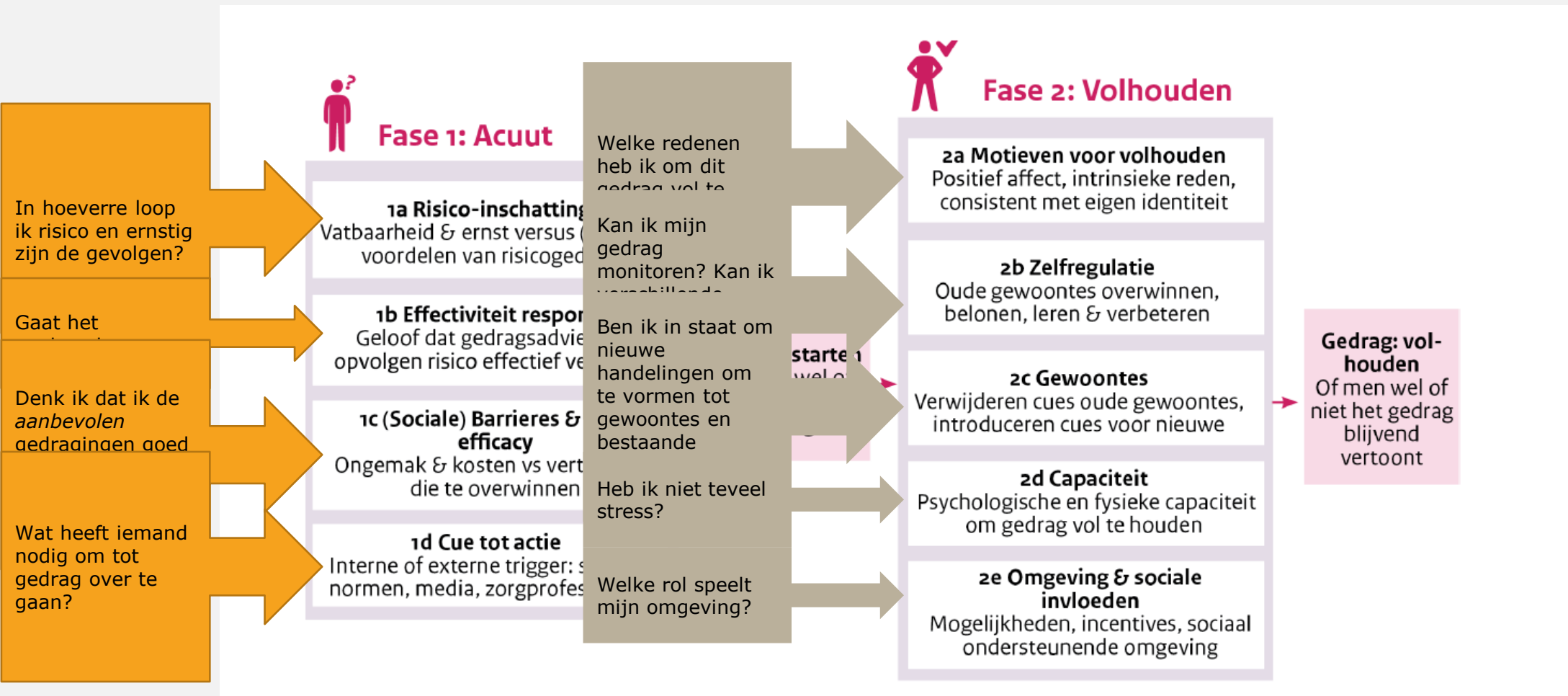
2b Zelfregulatie
Oude gewoontes overwinnen,
belonen, leren & verbeteren

2c Gewoontes
Verwijderen cues oude gewoontes,
introduceren cues voor nieuwe

2d Capaciteit
Psychologische en fysieke capaciteit
om gedrag vol te houden

**2e Omgeving & sociale
invloeden**
Mogelijkheden, incentives, sociaal
ondersteunende omgeving

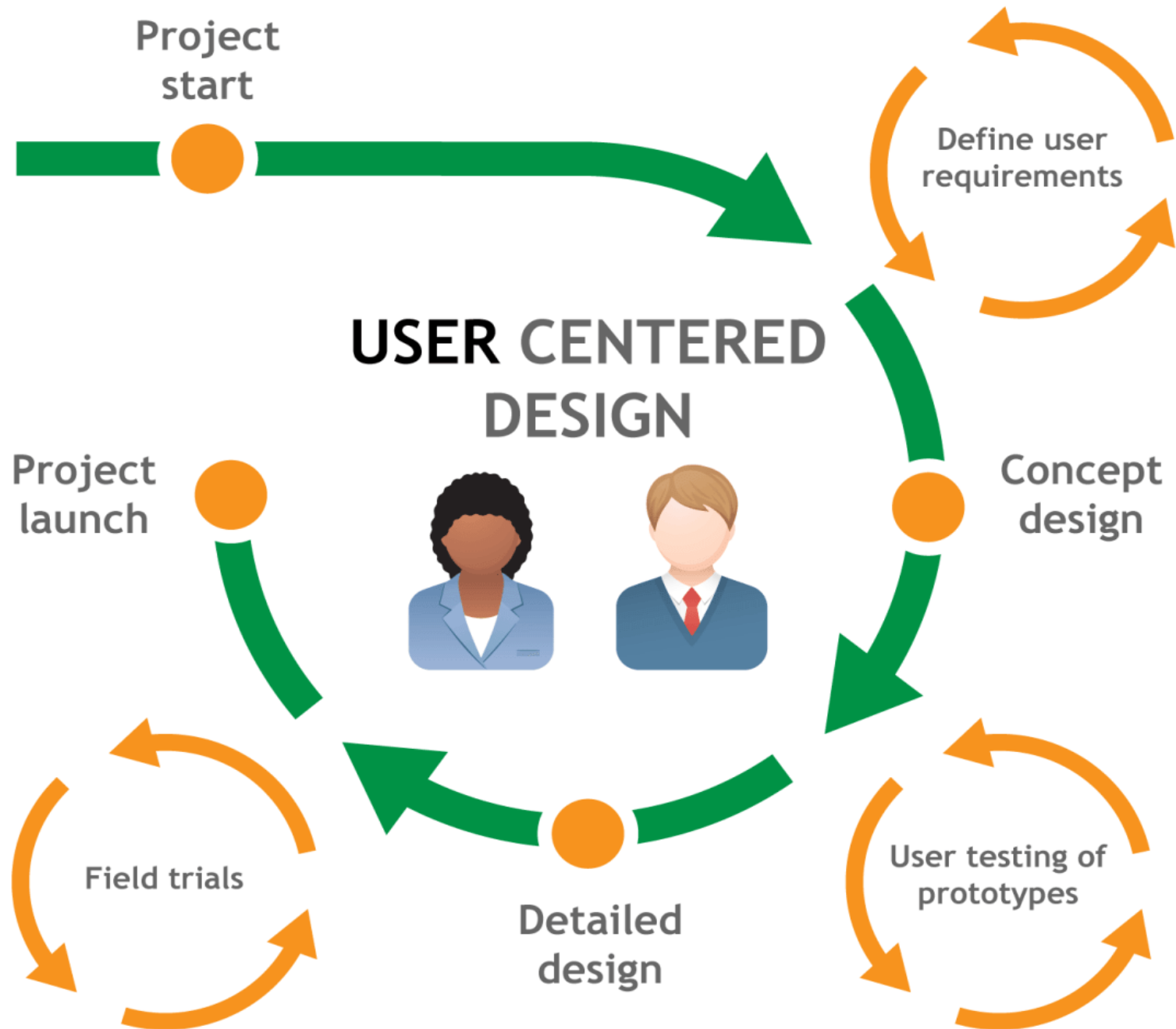
**Gedrag: vol-
houden**
Of men wel of
niet het gedrag
blijvend
vertoont





BETREKKEN VAN STAKEHOLDERS

- **Werk samen** met stakeholders van ontwikkeling tot implementatie (Grimshaw et al., 2004)



USER-CENTERED DESIGN

The image displays two side-by-side login forms, each with an 'E-mail' field containing 'me@domain.com' and a 'Password' field containing '*****'. Below the password field, the left form shows a red 'Error!' message, while the right form shows a red 'Password incorrect. If you don't remember your password, [reset it](#)' message. Below each form is a red circle with a white 'X' on the left and a green circle with a white checkmark on the right.

E-mail
me@domain.com

Password

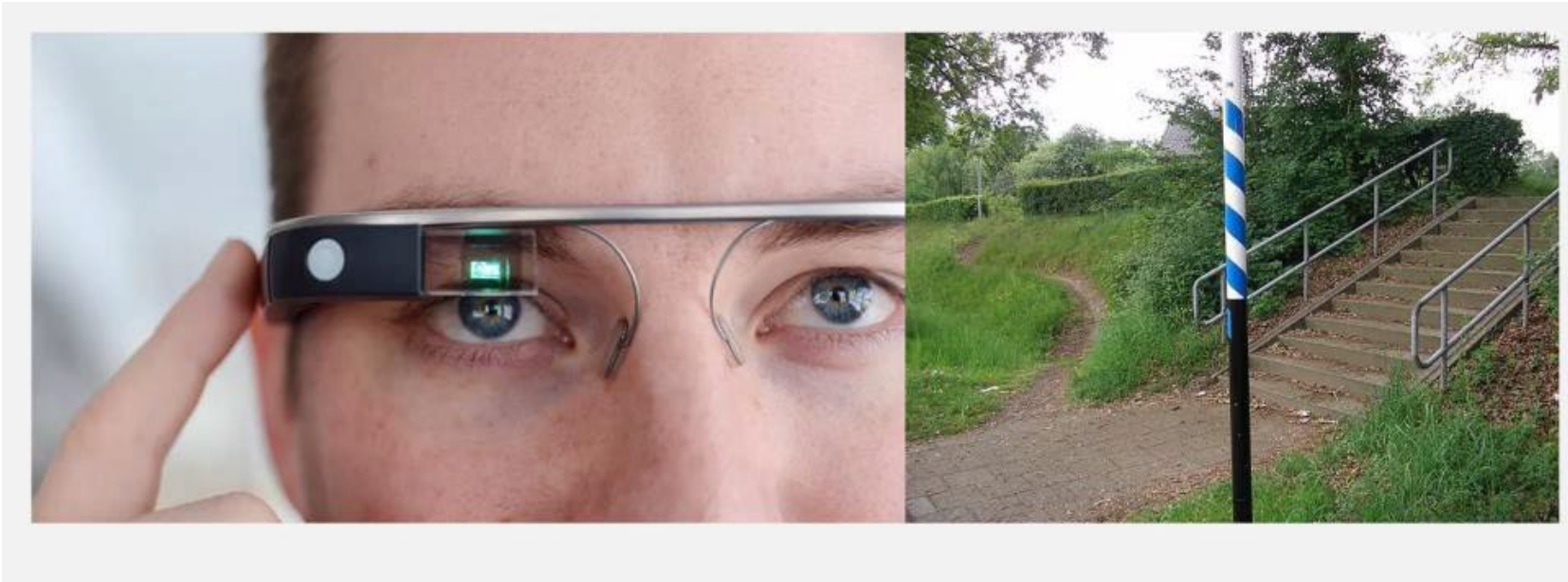
Error!

E-mail
me@domain.com

Password

Password incorrect. If you don't remember your password, [reset it](#)

USER-CENTERED DESIGN



VERSCHILLENDE STRATEGIEEN

- Personas
 - Keuzes omtrent determinanten van gedrag; design



"At my age I've come to terms with the fact that health is not going uphill from here."

AGE: 75

GENDER: Male

INCOME: 8.400 EUR (pension)

EDUCATION LVL: Vocational

OCCUPATION: Retired

FAMILY STATUS: Married to Yvonne (71)

LOCATION: Watergraafsmeer

CONDITION: Rheumatic arthritis

COMORBIDITY: Diabetes (Type II)



Bio

Boris was diagnosed with rheumatic arthritis 12 years ago. He used to work as an electrician before retiring. Due to the numbness in his hands, he was unable to proceed with his job and was forced to retire early. Due to his condition, he is unable to do work around the house, which he likes to take care of himself. He has been taking the same medication for a couple of years but has noticed a change in how it is affecting him. He does not use the internet much and is very skeptical of its functions.

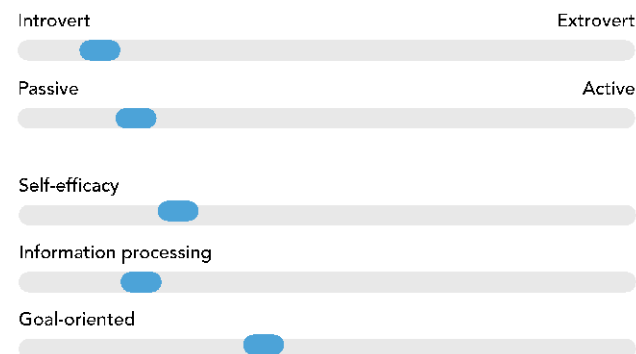
Goals

- Being able to use his hands again so he can work around the house
- Feel less tired to be able to enjoy his retirement

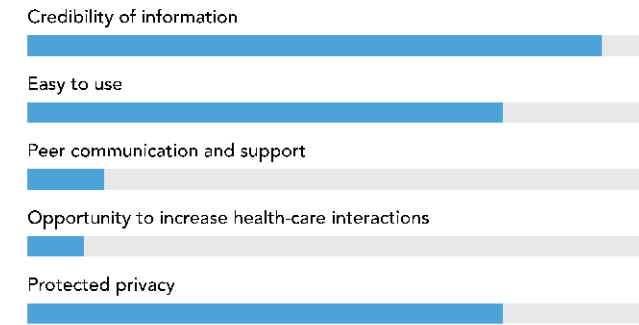
Challenges / Frustrations

- Thinks that the internet does not provide accurate information
- Does not believe in the internet as a valid source of support
- Doesn't think he needs help/doesn't think his condition can get better
- Doesn't know that there are alternatives to the medication he is currently taking
- Worried about his privacy not being protected

Personal characteristics



Motivators



Scenario

Boris has been taking the same medication for a couple of years now. He feels like it is not efficient in managing the feeling in his hands and he has noticed additional side effects. He is not aware that there might be alternatives to his medication and is a bit afraid to discuss this with his doctor, because his doctor knows best and what can he know as Boris without medical degree? He also does not like using the internet at all. He is frustrated with his condition.

Trusted sources of information

- Boris trusts only his doctor

Media use

- Devices: smartphone, desktop PC (Windows)
- Average daily screen time: 1 hour
- Social media: family WhatsApp group

VERSCHILLENDE STRATEGIEEN

- Personas
 - Keuzes omtrent determinanten van gedrag; design
- Focus groups
 - Inventarisatie van behoeften; feedback; vereisten voor gebruik
- Prototype
 - Verzamelen vereisten voor gebruik
- Vragenlijsten
 - Verzamelen van kwalitatief en kwantatieve data; grotere sample
- Think-a-Loud
 - Feedback op prototype; gebruiksvriendelijkheid

HANDVATTEN

1. Overtuig niet alleen de doelgroep, maar ook de gebruiker
2. Laat de gebruiker het gebruik monitoren en zelf, actief oplossingen bedenken als dit niet lukt
3. Kader gewoontegedrag
4. Omgeving als stimulator
5. Betrek verschillende stakeholders in ontwikkeling én evaluatie;

"People ignore design that ignores people."

Frank Chimero

6. Controleer het gebruik op de lange termijn en pas indien aan

VRAGEN?

