

De gedragsverandering begrijpen

VERANDERING SCHRIKT AF!

Angst om de enige te zijn.
Angst om fouten te maken.
Angst voor het onbekende.
Angst om te verliezen wat men heeft.

BESCHRIJVING

Als Energieverantwoordelijke moet u uw gesprekspartners vaak vragen om hun gedrag aan te passen met het oog op een rationeel energiegebruik. Maar verandering schrikt af en de tegenkating kan hevig zijn. Temeer omdat een duurzame gedragswijziging zelden van vandaag op morgen gebeurt. Door een goed begrip van de verschillende fases van gedragsverandering, zoals gedefinieerd door de Amerikaanse psychologen James Prochaska en Carlo DiClemente, kunt u uw communicatie beter aanpassen aan de verschillende fases waarin uw gesprekspartners zich bevinden.

uw gesprekspartner de verandering ziet zitten
→ *Speel in op de emotie van uw gesprekspartner **zodat de wil om te veranderen ontstaat**. Laat hem het nieuwe gedrag uitproberen, help hem om met humor te benoemen wat hem tegenhoudt en zet zowel de collectieve aanpak als de reeds behaalde resultaten in de verf.*

3. Voorbereidingsfase

Uw gesprekspartner is klaar om te veranderen, de wil moet omgezet worden in daden en er moet een engagement komen. Hij heeft niet alleen nood aan praktische informatie, maar moet deze verandering ook begrijpen.
→ *Stel opleidingen en concrete of ludieke tools voor om hen te begeleiden en geef feedback over de reeds bereikte resultaten.*

4. Actiefase

Bravo! Sommigen hebben hun gedrag veranderd op basis van de informatie

waarover ze beschikken, hun nieuwe vaardigheden en hun persoonlijke motivatie. Maar als de ervaring negatief is, zal u alle moeite hebben om hen zover te krijgen het nog eens te proberen!

→ *Zorg ervoor dat de omstandigheden gunstig zijn voor een positieve eerste ervaring, hou het gemoedelijk, maar waardeer en beloon het ook als uw gesprekspartner tot actie overgaat.*

5. Fase van het behoud

De gedragsverandering is een feit, maar moet standhouden op lange termijn. Dit is niet het moment om uw communicatie terug te schroeven!

→ *Stimuleer het herhaaldelijk of regelmatig vertonen van het gedrag, valoriseer de verandering via een positieve stimulans en vergeet niet om feedback te geven.*

6. Fase van voltooiing

De personen die hun gedrag hebben veranderd, kunnen de geknipte ambassadeurs worden die het

nieuwe gedrag aanmoedigen.
→ *Stimuleer en vergemakkelijk de uitwisseling van ervaringen, zodat uw boodschap nog luider klinkt.*



AANDACHTSPUNTEN

- Gedragsverandering is niet lineair: men kan afhaken, van mening veranderen of er zelfs van overtuigd zijn dat men moet veranderen... zonder er iets aan te doen. Het is dus belangrijk om uw boodschap onophoudelijk aan te passen en te verspreiden!
- Volhard: het vergt tijd om een gedrag te veranderen!

METHODOLOGIE

1. Voorbeschouwingsfase

Uw gesprekspartner ziet het probleem en het belang ervan niet. In deze fase ziet hij niet in hoezeer een gedragsverandering nuttig en mogelijk is. Het is aan u om hem bewust te maken van het probleem en de nodige kennis bij te brengen, zonder daarbij schrik aan te jagen of te moraliseren.

→ *Geef informatie, **maak de uitdagingen begrijpelijk en concreet**, en haal tastbare voordelen aan om uw gesprekspartner te sensibiliseren.*

2. Beschouwingsfase

De uitdagingen en het gewenste gedrag zijn bekend: er wordt in uw organisatie over gesproken en enkele early adopters hebben hun gedrag al veranderd. Dit is het moment om uw gesprekspartner warm te maken voor verandering, door de drempels te benoemen en hefboomen in werking te zetten. U moet ervoor zorgen dat