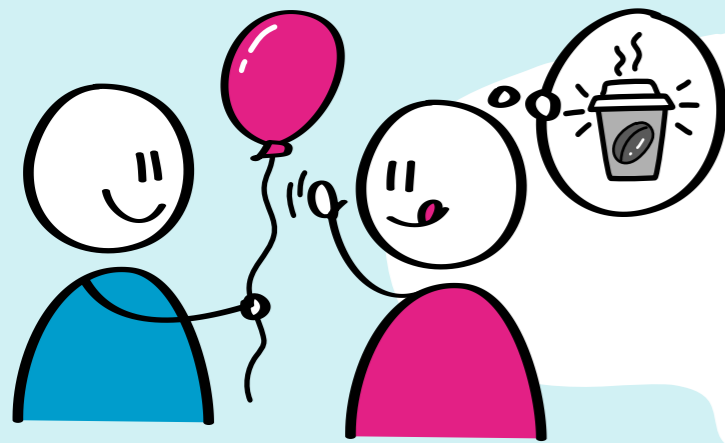


BETERE BESLUITEN, STERKERE TEAMS

PSYCHOLOGIE VAN HET OVERTUIGEN - ROBERT CIALDINI & JITSKE KRAMER

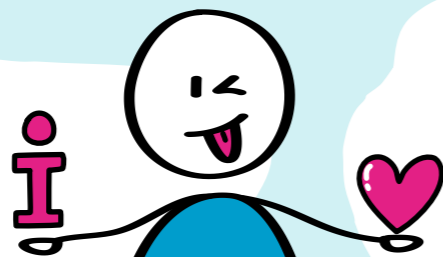
WEDERKERIGHEID

De kracht van (eerst) geven.



Hoe kansen vergroten dat men iets teruggeeft?
- een echt geschenk
- onverwacht
- persoonlijk

We bouwen relaties omdat we elkaar steeds iets geven: aandacht, informatie, goederen.



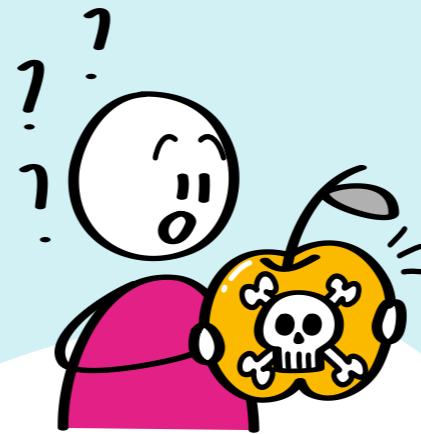
We denken in functies, maar handelen naar relaties.

Cirkels van relatie. Elk van deze relaties verwacht een ander geven/ nemen-patroon.

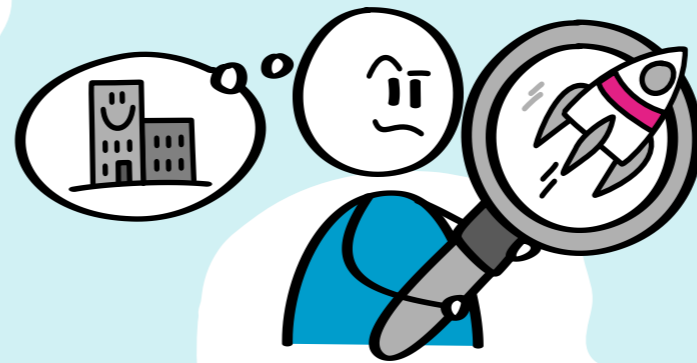
- 1 Inner circle
- 2 Vrienden, familie
- 3 Kennissen
- 4 Bekende gezichten
- 5 Mensen



Waar denkt de klant dat hij zit?



Met een 'poisonous gift', koop je je schuldgevoel af. Dit komt in de relatie terecht. Bestaan er wel 'free gifts' of verwacht je altijd iets terug?



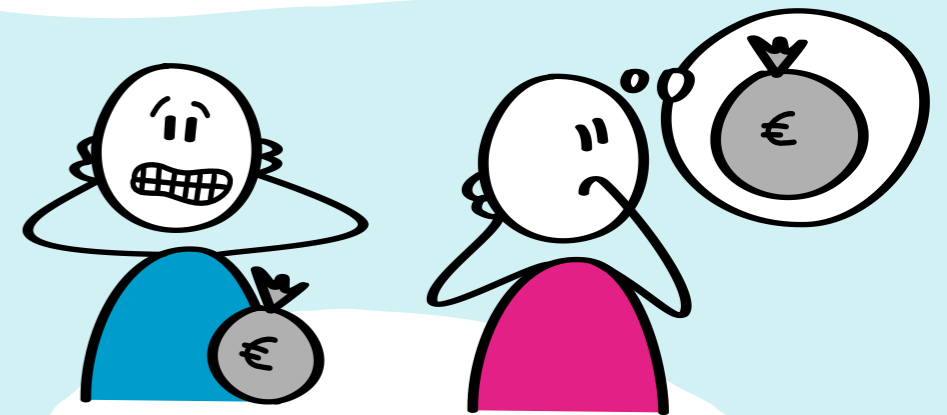
Jouw handelen heeft impact op de mensen van vandaag, morgen en overmorgen. Ben je een goede voorouder? En jouw organisatie dan?

SCHAARSTE

denk producties



Als ik het niet kan hebben, wil ik het.



Schaarste werkt vooral door 'loss-aversion'. Liever kiezen voor niet verliezen dan voor winnen.



FOMO en verliestaal. Noem wat de ander mist als ze niet met je in zee gaan.