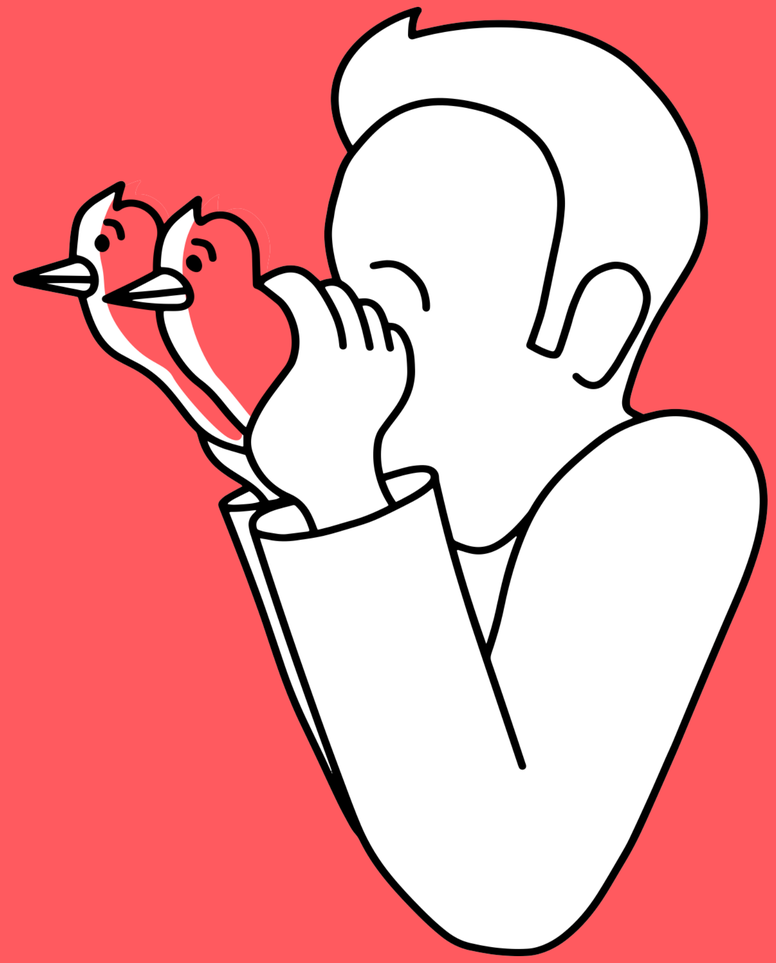
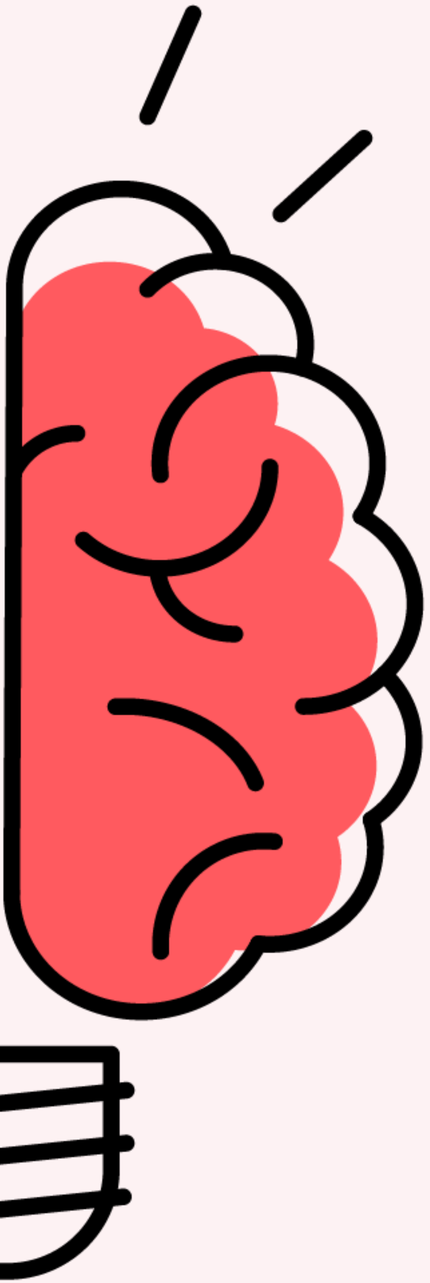
ONTWERPEN VAN VERTROUWEN

DE PSYCHOLOGISCHE KRACHT VAN EEN KEURMERK

TOM DE BRUYNE
FOUNDER SUE



SUE | Behavioural Design Academy



1. HOE ONS BREIN BESLIST

Vertrouwen is een intuïtieve keuze

JE BREIN MAAKT AUTOMATISCHE BESLISSINGEN



Leer de kunst van beïnvloeden: suebehaviouraldesign.com

SYSTEEM 1

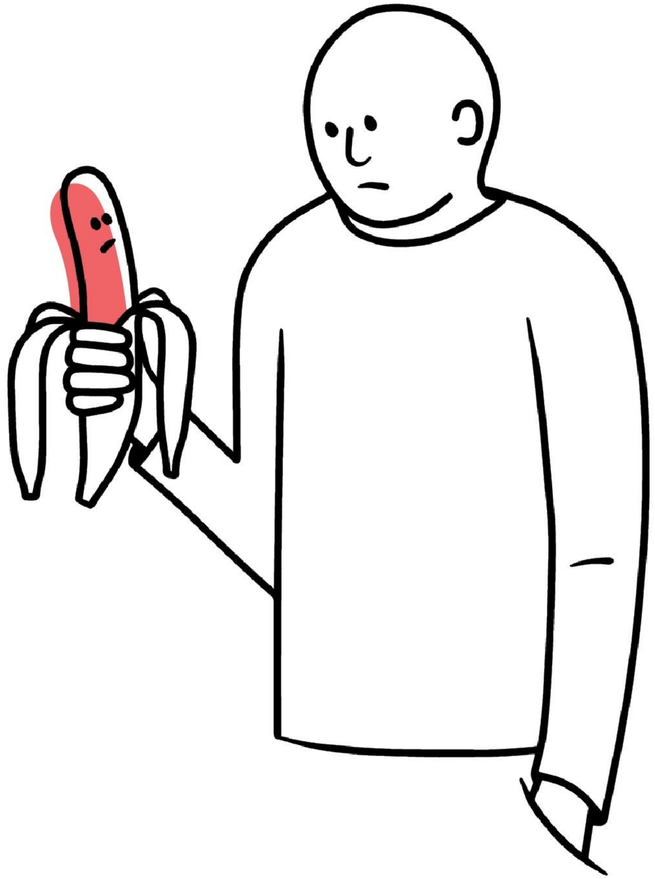
- Instinctief
- Automatisch
- Snel
- Moeiteloos
- Onbewust
- Sociaal

96 %

SYSTEEM 2

- Langzaam
- Veeleisend
- Bewust

4 %



SYSTEEM 1 SCANT CONSTANT NAAR CUES

Vertrouw ik dit?

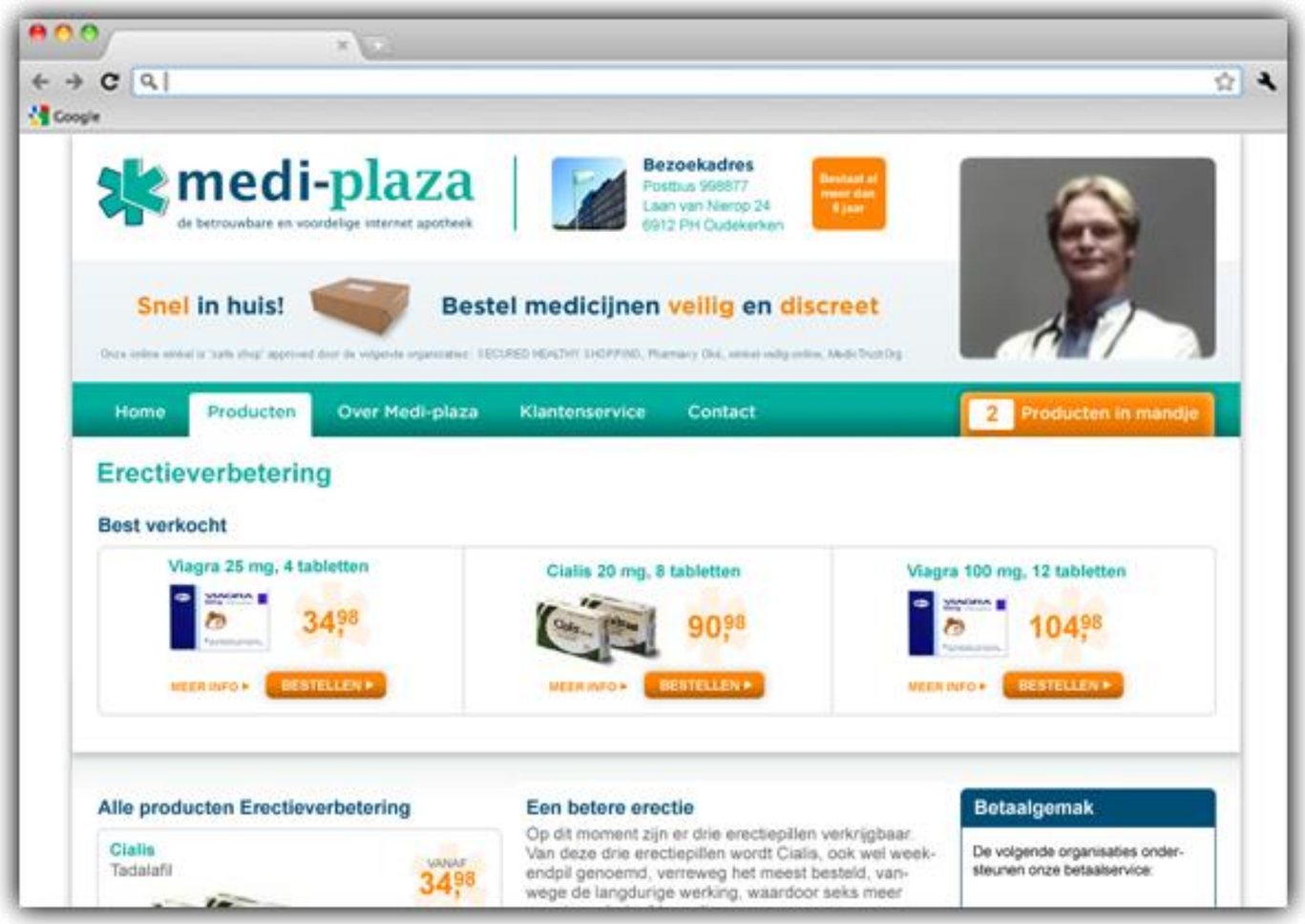
Lost dit iets op?

Kan ik een beslissing nemen die goed voelt?



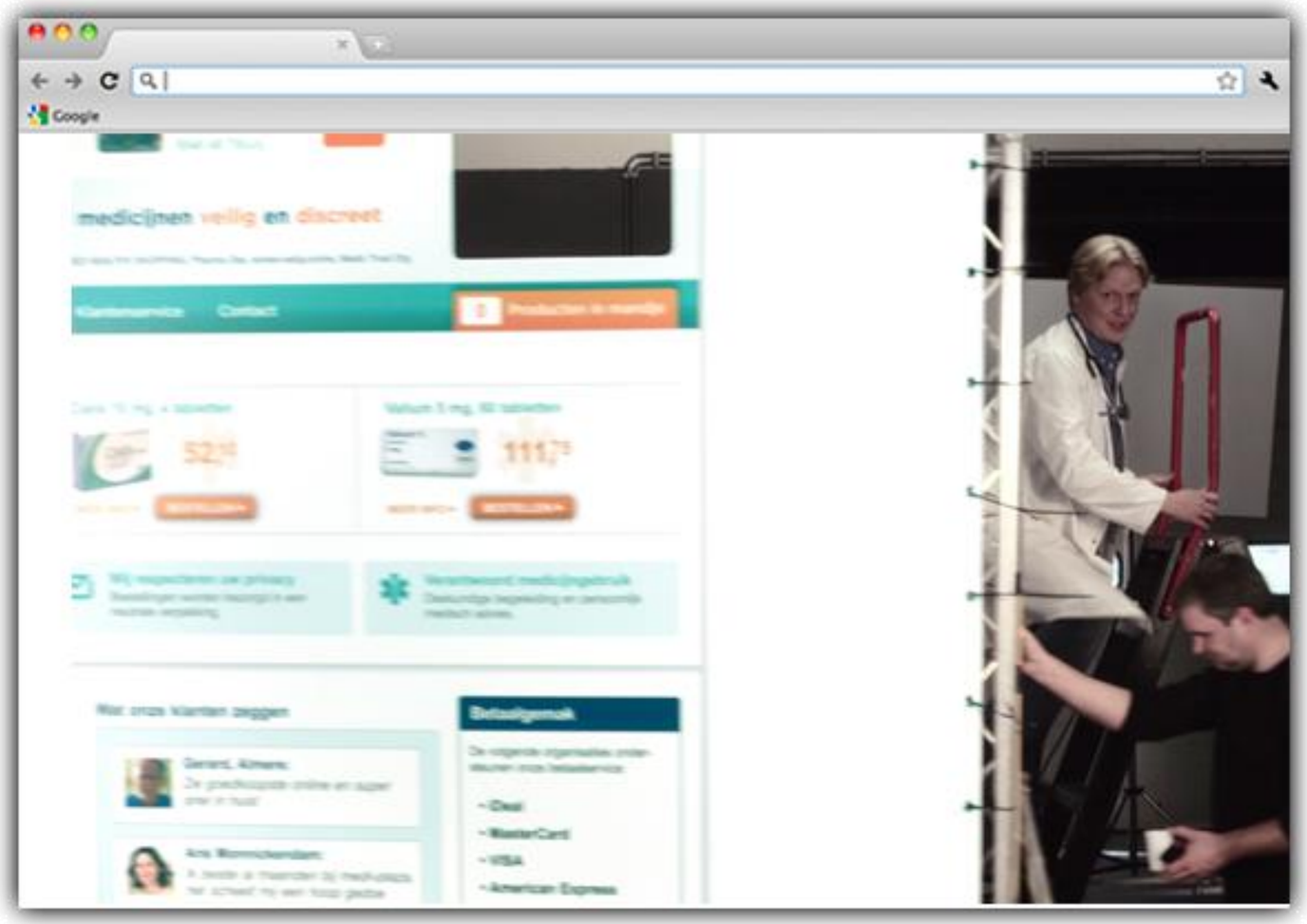
OPLICHTERS ZIJN MEESTERONTWERPERS IN VERTROUWEN

SOCIAL
ENGINEERING



OPLICHTERS ZIJN MEESTERONTWERPERS IN VERTROUWEN

SOCIAL
ENGINEERING



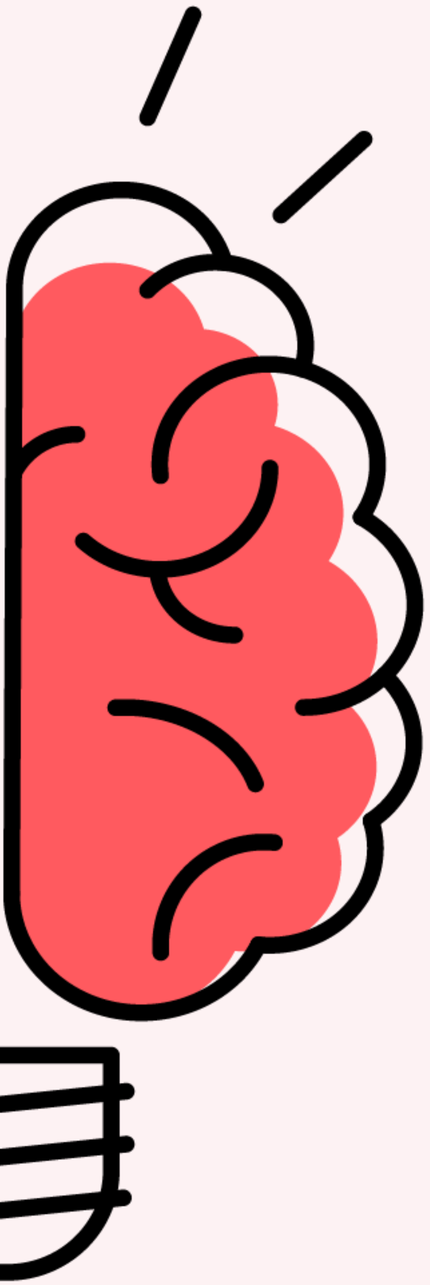
NIET ELK KEURMERK GEEFT VERTROUWEN

Systeem 1 is supersensitief.









2. HOE ONTWERP JE VERTROUWEN?

Wanneer werkt de system 1 shortcut?





MOMENTS THAT MATTER

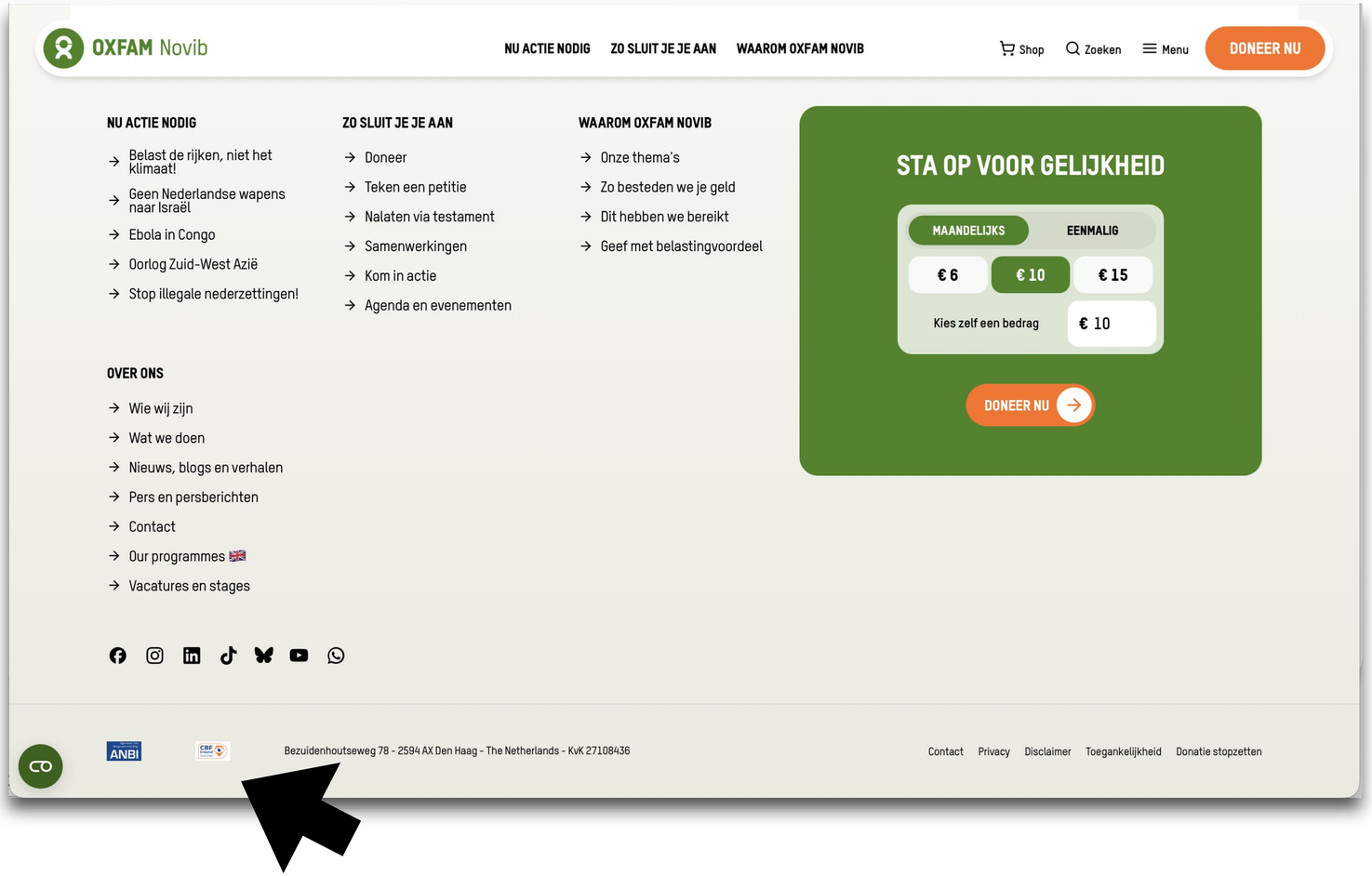
Overtuiging is de juiste trigger op het juiste moment.

De waarde van een keurmerk piekt op specifieke momenten.



MOMENTS THAT MATTER

Overtuiging is de juiste trigger op het juiste moment

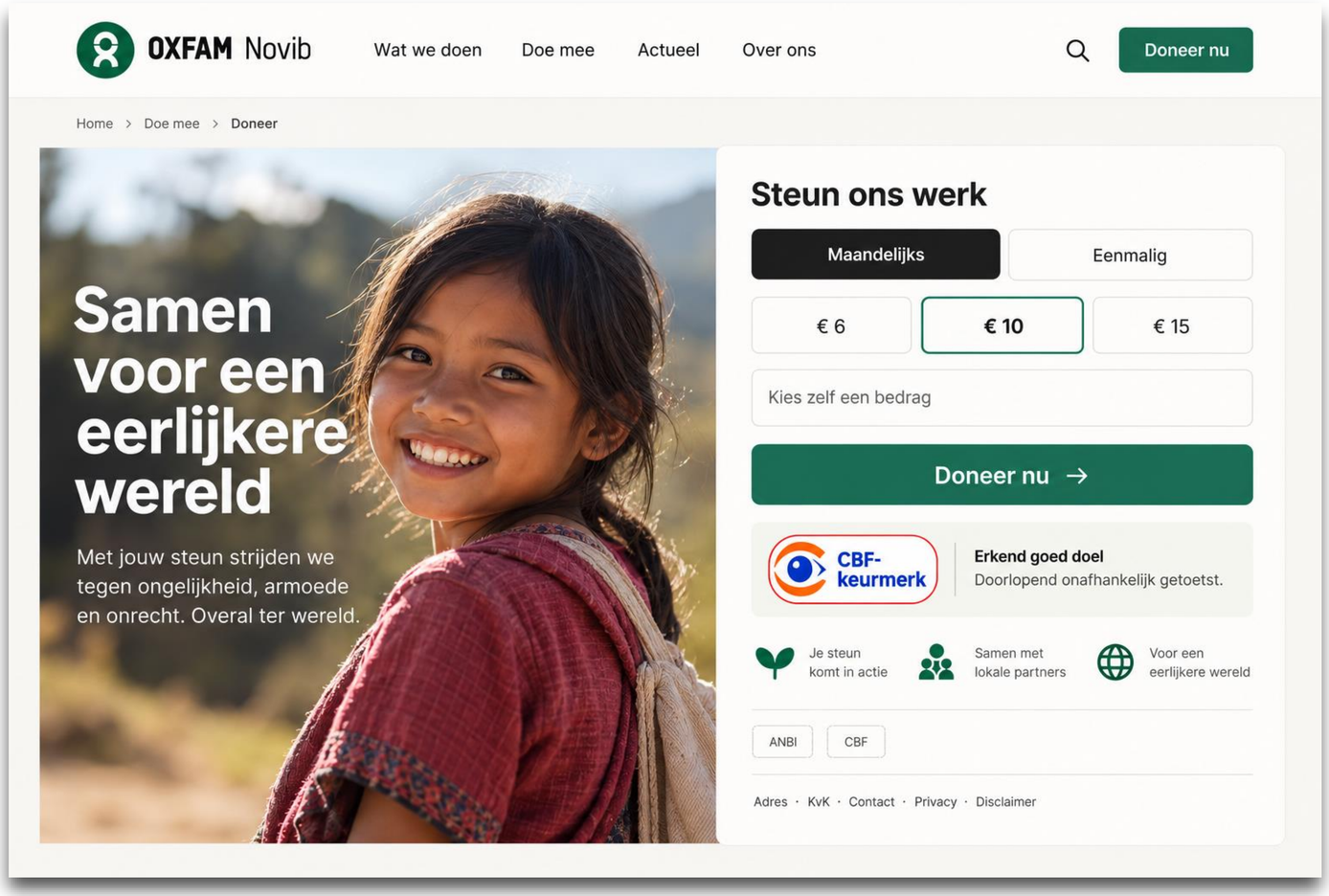


Leer de kunst van beïnvloeden: suebehaviouraldesign.com

MOMENTS THAT MATTER

Overtuiging is de juiste trigger op het juiste moment

Voorbeeld: Twijfel wegnemen bij donatieknop



MOMENTS THAT MATTER

Overtuiging is de juiste trigger op het juiste moment

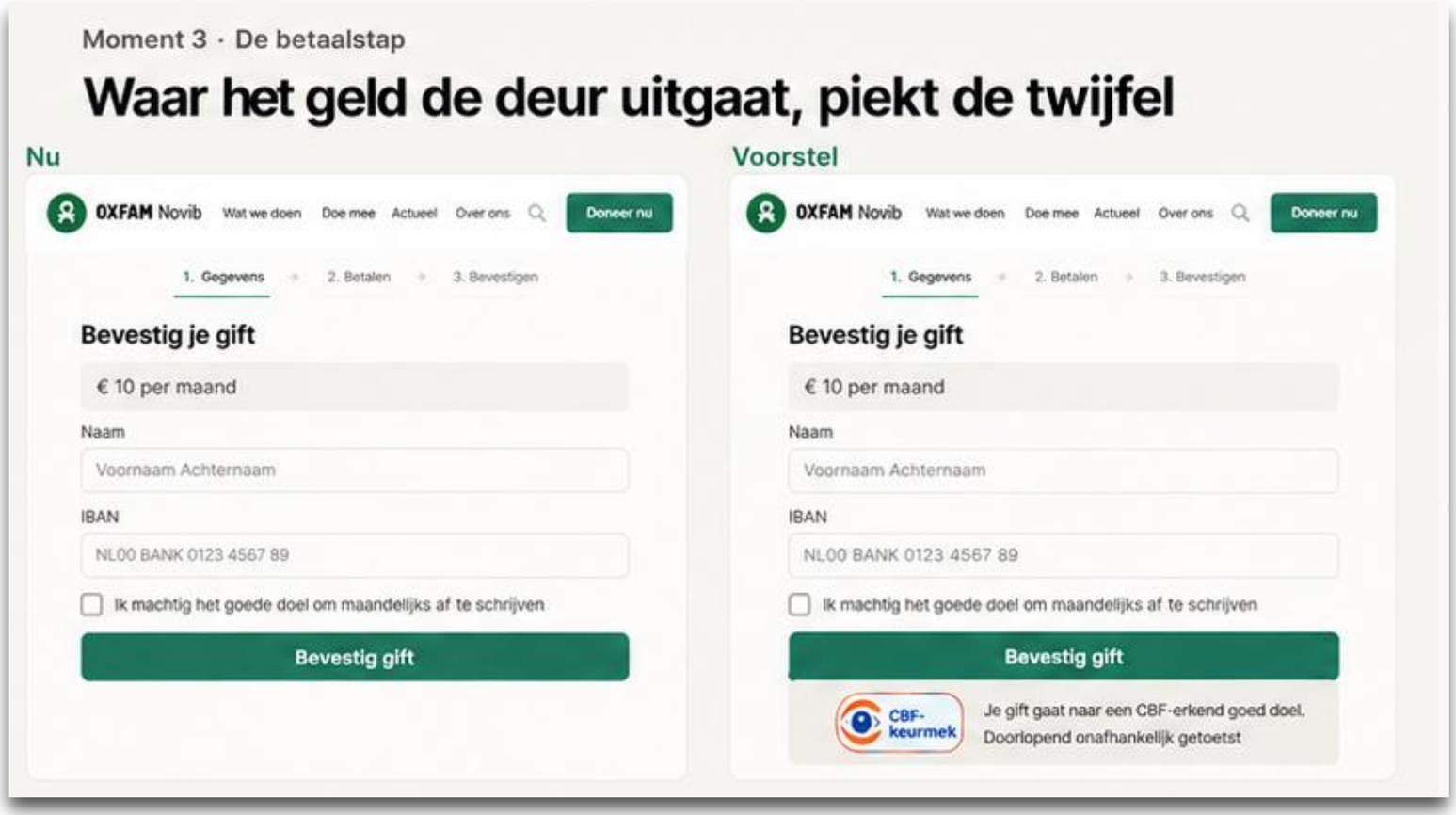
Voorbeeld: Twijfel wegnemen na de donatie



MOMENTS THAT MATTER

Overtuiging is de juiste trigger op het juiste moment

Voorbeeld: Twijfel wegnemen na de donatie

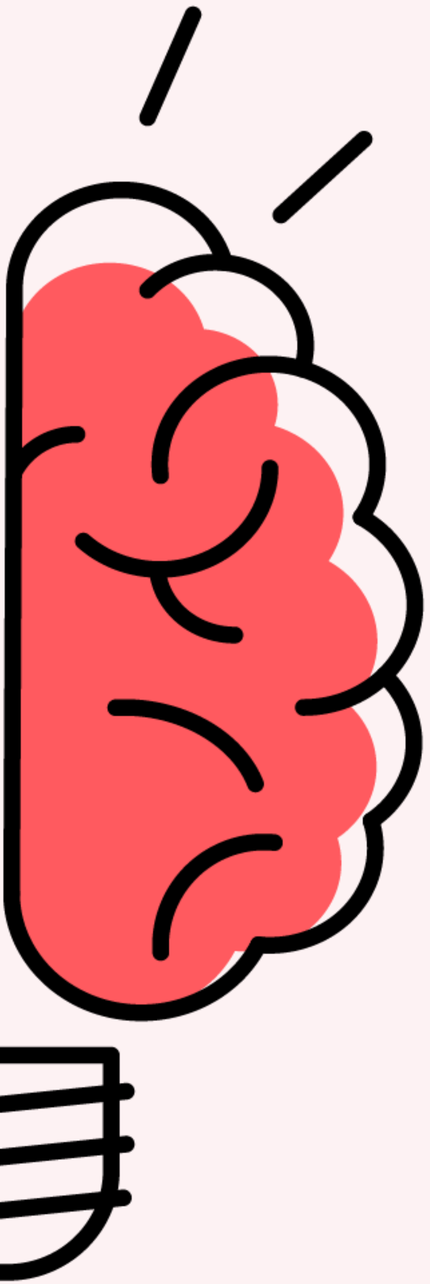


MOMENTS THAT MATTER

Overtuiging is de juiste trigger op het juiste moment

Voorbeeld: Twijfel wegnemen na de donatie





3. ANDERE MOMENTS THAT MATTER

Een keurmerk heeft meerdere Jobs-to-be-Done

MOMENTS THAT MATTER (2)

Overtuiging is de juiste trigger op het juiste moment

Fondswerving moment: Komt mijn geld wel goed terecht? Kom ik er wel vanaf?



MOMENTS THAT MATTER (2)

Overtuiging is de juiste trigger op het juiste moment

Nalatenschap.

Triggermoment: testament opmaken.

Onbewuste vraag: kan ik dit zorgeloos geven? Maak ik de juiste beslissing?



Leer de kunst van beïnvloeden: suebehaviouraldesign.com

MOMENTS THAT MATTER (2)

Overtuiging is de juiste trigger op het juiste moment

Vermogensfonds.

Triggermoment: kiezen van partner

Onbewuste vraag: kan ik verantwoorden dat ik dit goed doel kies?



Leer de kunst van beïnvloeden: suebehaviouraldesign.com

MOMENTS THAT MATTER (2)

Overtuiging is de juiste trigger op het juiste moment

Journalisten.

Er is een incident geweest met een goed doel. Kan ik met een betrouwbare partij praten?

Politicus.

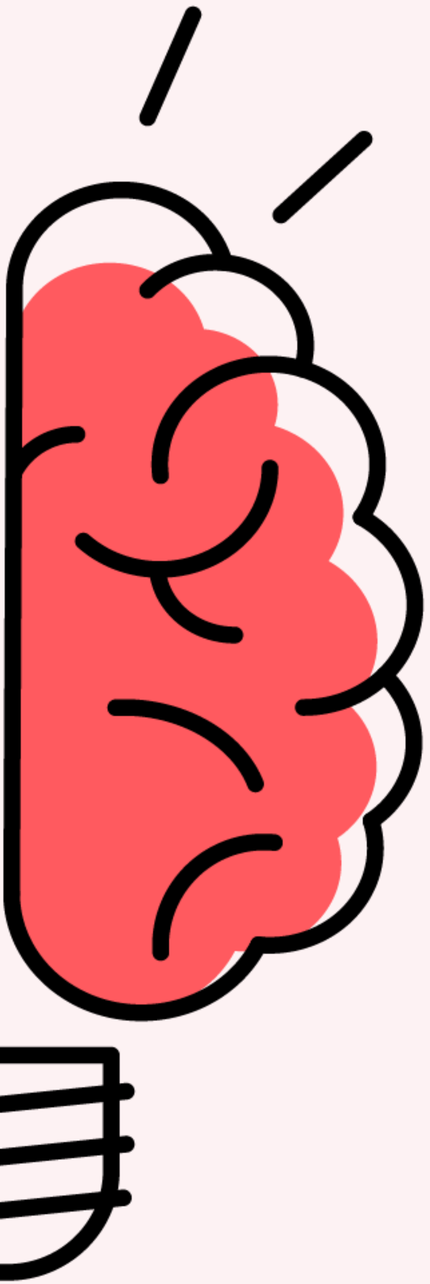
Ik krijg kamervragen na een schandaal of de overheid moet ingrijpen.

Geef me munitie dat ik dit niet zelf hoef te doen.

Concullega's

Er is een schandaal of ophef geweest bij een ander goed doel.
Ik wil ons verhaal op orde hebben voor als er vragen komen van stakeholders.

Leer de kunst van beïnvloeden: suebehaviouraldesign.com

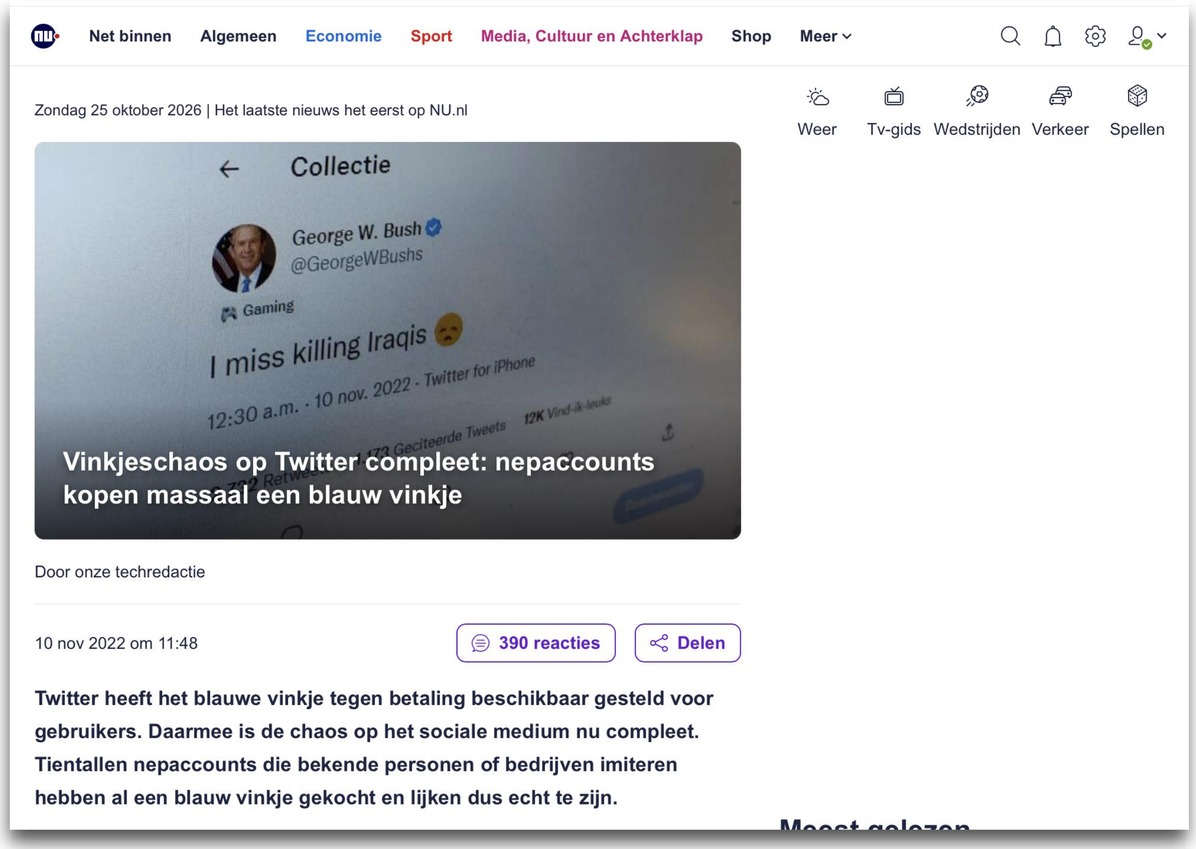


4. VAN KROON OP HET WERK

naar werk aan de winkel: Een keurmerk is een breekbaar vaasje.

DE PRIJS VAN NIET HANDHAVEN

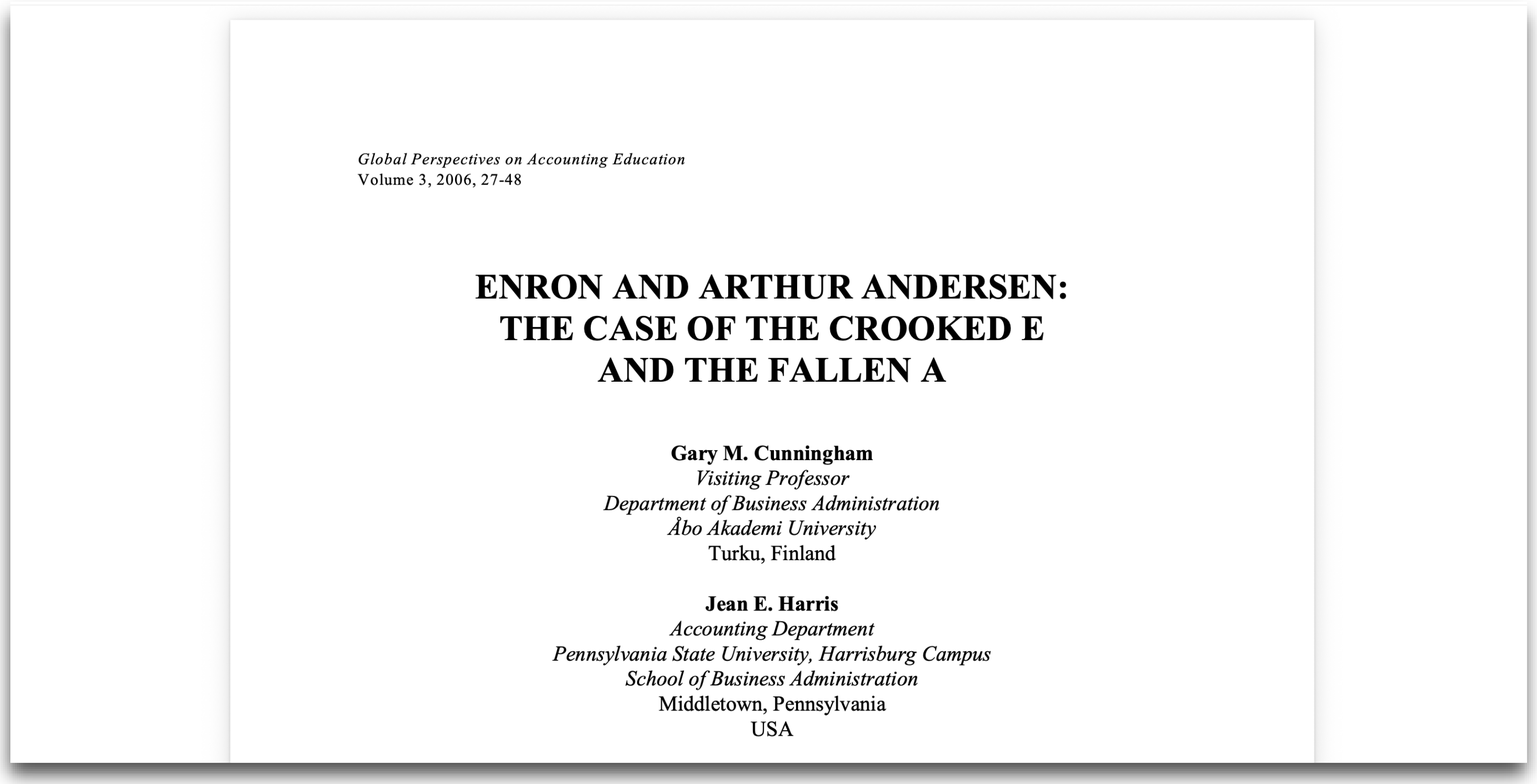
Twitter’s blauwe vinkjes



Leer de kunst van beïnvloeden: suebehaviouraldesign.com

DE PRIJS VAN SLECHT HANDHAVEN

De rol van de onafhankelijke scheidsrechter als de garant voor het vertrouwen in het systeem (zie ook credit rating agencies)



Global Perspectives on Accounting Education
Volume 3, 2006, 27-48

ENRON AND ARTHUR ANDERSEN:
THE CASE OF THE CROOKED E
AND THE FALLEN A

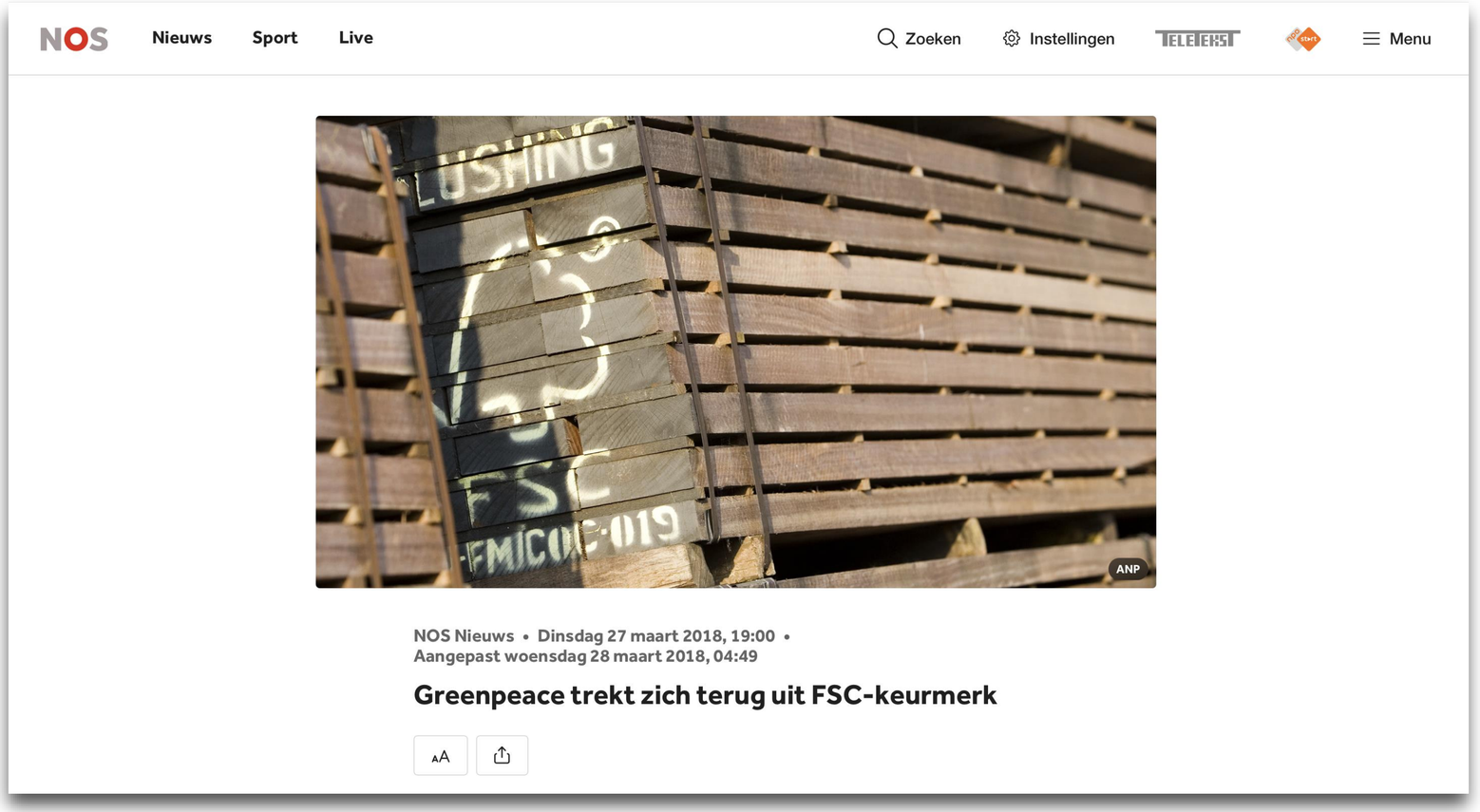
Gary M. Cunningham
Visiting Professor
Department of Business Administration
Åbo Akademi University
Turku, Finland

Jean E. Harris
Accounting Department
Pennsylvania State University, Harrisburg Campus
School of Business Administration
Middletown, Pennsylvania
USA

Leer de kunst van beïnvloeden: suebehaviouraldesign.com

DE PRIJS VAN NIET LEVEREN

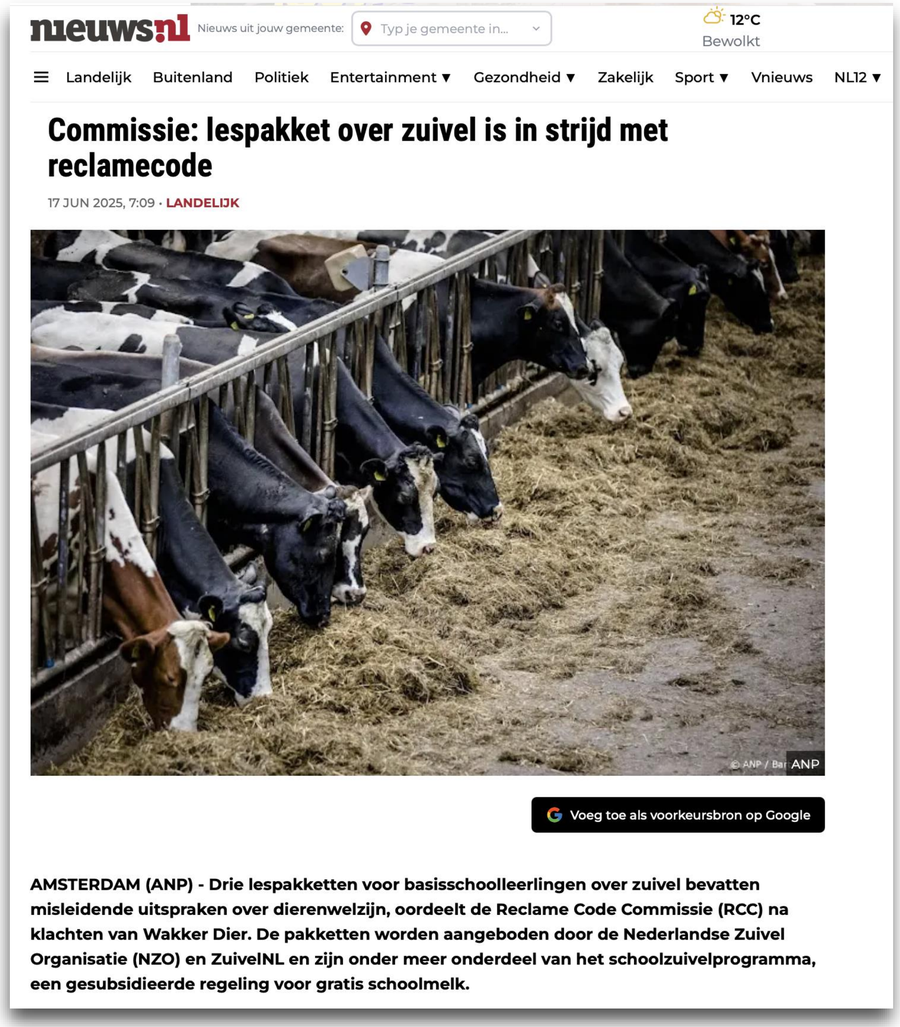
Fat tail distributie: De disproportionele reputatieschade van één drager van het keurmerk bij opstappen.



Leer de kunst van beïnvloeden: suebehaviouraldesign.com

DE REPUTATIEWAARDE VAN HANDHAVEN

Elke controle, handhaving of verwijdering versterkt de kracht van het keurmerk



nieuws.nl Nieuws uit jouw gemeente: Typ je gemeente in... 12°C Bewolkt

Landelijk Buitenland Politiek Entertainment ▾ Gezondheid ▾ Zakelijk Sport ▾ Vnieuws NL12 ▾

Commissie: lespakket over zuivel is in strijd met reclamecode

17 JUN 2025, 7:09 · LANDELIJK

© ANP / Bar ANP

Voeg toe als voorkeursbron op Google

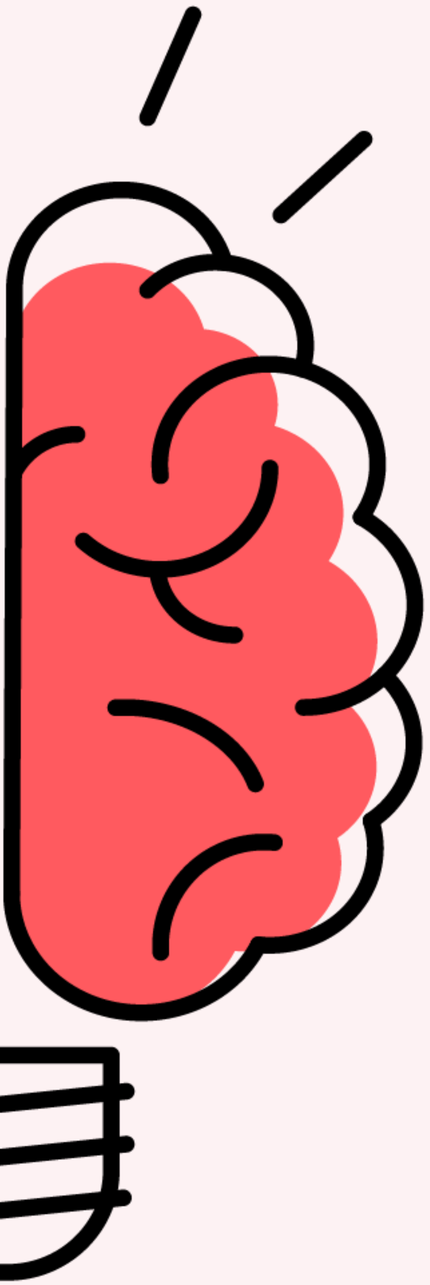
AMSTERDAM (ANP) - Drie lespakketten voor basisschoolleerlingen over zuivel bevatten misleidende uitspraken over dierenwelzijn, oordeelt de Reclame Code Commissie (RCC) na klachten van Wakker Dier. De pakketten worden aangeboden door de Nederlandse Zuivel Organisatie (NZO) en ZuivelNL en zijn onder meer onderdeel van het schoolzuivelprogramma, een gesubsidieerde regeling voor gratis schoolmelk.

Leer de kunst van beïnvloeden: suebehaviouraldesign.com

DE KRACHT VAN ONVERWACHTSE AUDITS

Onvoorspelbaarheid is een raketmotor onder geloofwaardigheid. Het prospect van onverwachtse alcoholcontroles heeft al een enorm effect op drinken en rijden.





5. WAT U MOET ONTHOUDEN

DE PSYCHOLOGIE VAN EEN KEURMERK

1. Is een shortcut van betrouwbaarheid voor het intuïtieve brein
2. Werkt op moments-that-matter van van piek-twijfel
3. Is een breekbaar vaasje dat aandacht vraagt

Tom De Bruyne
tom@sueamsterdam.com

Volg mij op linkedin.com/in/tomdebruyne

Podcast: Wat Gebeurt er Eigenlijk in je Hoofd?

Lees mijn Telegraaf columns over gedrag en invloed.