

(Bijdragenr. 88)

Het verkeer is wél een spelletje

De game-layer in mobiliteit: gedragsbeïnvloeding door spelelementen in social media

Marc de Haan
(*Tiem*)

Samenvatting

Binnen het programma Beter Benutten liggen er kansen om de combinatie van sociale media en spelelementen in te zetten. Weggebruikers worden hierdoor spelenderwijs verleid tot een andere routekeuze of vervoerswijze, spitsmijden of zelfs thuiswerken. Tiem verkent graag met u de mogelijkheden.

Trefwoorden

Onbewuste gedragsbeïnvloeding, gamification, spelelement, social media.

1. Gedragsbeïnvloeding door spelelementen in social media

Volgens Seth Priebatsch is de infrastructuur voor sociale media zo goed als af. Het komende decennium zal gebruikt gaan worden om het spelelement dat in sociale media aanwezig is bewust in te gaan zetten om gedrag te beïnvloeden (de zgn. “game-layer”).

Binnen het werkveld Ruimte & Mobiliteit waar Tiem opereert, liggen hier schitterende kansen. Via een medium als Foursquare (4sq) bijvoorbeeld, kan ergens inchecken (laten zien waar je bent) punten opleveren die kunnen worden verzilverd in aanbiedingen, kortingen (benzineprijs, koffie etc.) of gratis artikelen.

Het mechanisme van de prijsprikkel wordt hierdoor niet direct gekoppeld aan het gebruik van de weg (zoals in de Kilometerprijs) maar meer aan voordelen en prijzen onderweg of aan het eind van de rit. Als die rit linksom interessanter wordt gemaakt voor 4sq-gebruikers dan de geijkte route rechtsom, dan wordt een betere verdeling over het beschikbare wegennet verkregen. De 4sq-weggebruiker wordt verleid om een andere route te nemen, op een ander tijdstip te reizen, een ander vervoermiddel te kiezen of zelfs thuis te werken. Een interessante en vernieuwende insteek die wellicht kansen biedt binnen het programma Beter Benutten.

Ook de sociale navigatie van bijvoorbeeld Waze maakt gebruik van het spelelement om weggebruikers te sturen in hun routekeuze.

Je hoeft maar een deel van de weggebruikers (15%) uit de file te halen voor een optimale doorstroming. Kortom, niet iedereen hoeft aan de social media.

Voor de inzet van dit soort media wordt gebruik gemaakt van een aantal gedragsmechanismen:

- Beloning (door spel en prijsprikkel)
- Competitie (meer punten halen dan je collega, zichtbaar wie 1^e is en waar jij staat)
- Onbewuste gedragsbeïnvloeding (buiten de spits reizen wordt aantrekkelijker want levert punten op)
- De behoefte van de mens om te communiceren (‘ik ben hier’)
- De behoefte van de mens om goede doelen te steunen (bijv. punten voor Rode Kruis sparen)

In Overijssel en Brabant zijn er projecten uitgevoerd of in voorbereiding die al (voorzichtig) gebruik maken van de inzet van social media in combinatie met spelelementen en er zijn elders in het land soortgelijke initiatieven in ontwikkeling.

In een interactieve presentatie gaan we in op deze nieuwe manier van gedragsbeïnvloeding.