



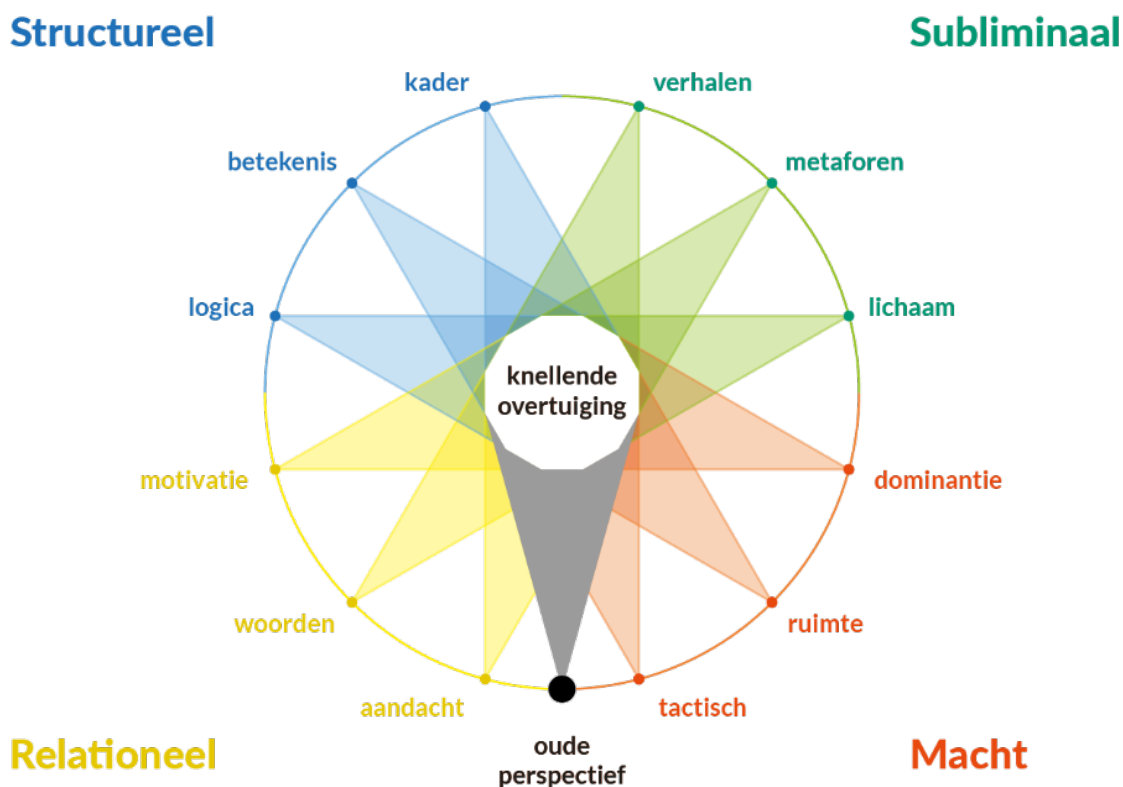
## Methodebeschrijving beïnvloedingsprofielen

In dit artikel vind je de beschrijving van de wijze waarop de beïnvloedingsprofielen van bekende Nederlanders zijn gemaakt en op welke principes en modellen deze zijn gebaseerd.

### Inleiding

Mensen zijn voortdurend aan het communiceren. Ze vertellen elkaar hoe ze iets beleven, wat ze ergens van vinden en hoe de wereld er volgens hen uitziet. Ze zijn bezig om de ander mee te krijgen in een bepaalde richting of om het eigen gedrag toe te lichten. Ook al praten ze niet, de interactie tussen mensen kun je zien als een continue poging om de omgeving te beïnvloeden. Bewust of onbewust. Als je bekijkt wat ze zeggen en hoe ze dingen zeggen, kun je inschatten hoe ze overkomen en hoe effectief ze zijn in het bereiken van hun doelen.

Bij de analyse van de beïnvloedingsprofielen van bekende Nederlanders hebben we gebruik gemaakt van de nieuw ontdekte methode van het Perspectief Principe en de twaalf vormen van het Beïnvloedingskompas. Het brengt alle vormen van interactie en beïnvloeding in kaart en is daarmee uitermate geschikt om communicatie te analyseren.



Figuur 1: Het beïnvloedingskompas met vier hoofdgroepen en twaalf vormen van beïnvloeding.

Wij hebben gekozen voor het onderzoeken van de beïnvloedingsprofielen van bekende Nederlanders omdat er veel beeldmateriaal van deze mensen op het internet beschikbaar is. Daarbij hebben we zoveel mogelijk gekozen voor open gesprekken zonder veel structuur. Vrije interviews, discussies met meerdere personen of stukjes met losse interacties. Debatten in de Tweede kamer lenen zich soms wat minder, omdat de politici zich vooraf



voorbereiden op een interventie en we dan niet te zien krijgen hoe ze in het normale leven communiceren. We zijn ons bewust dat we met deze methode – het analyseren van vrij beschikbare videobeelden - maar een klein deel te zien krijgen van de vormen van beïnvloeden van een persoon. Maar toch is er ook in deze beelden al veel te zien en kunnen we wel uitspraken doen hoe een persoon in de gekozen situaties communiceert.

Het beeldmateriaal is minutieus bekeken en bij iedere uitspraak, redenatie of anekdote is beoordeeld onder welke vorm van beïnvloeden het valt. Per persoon hebben we op deze manier gemiddeld honderdvijftig waarnemingen gedaan in vier of vijf gesprekken. De hoeveelheid waarnemingen per vorm is vervolgens gedeeld door het totaal aantal waarnemingen, waarmee een percentage per vorm berekend kon worden. Deze percentages zijn gebruikt om het weergegeven radardiagram te maken.

## De twaalf vormen van beïnvloeding

Het beïnvloedingsprofiel dat voor ieder persoon wordt getoond, laat twaalf vormen zien. Deze zijn onderstaand kort uitgelegd. In het boek 'Laat die overtuiging los!' kun je de volledige beschrijving vinden.

### Hoofdgroep relationele beïnvloeding

De eerste drie vormen behoren tot de groep van de relationele beïnvloeding. Deze zijn gericht op het opbouwen en uitbouwen van een goede verstandhouding.

#### 1. Aandacht geven en doorvragen

Aandacht geven, een goede verbinding leggen en snappen waar de ander het over heeft zijn de sleutel tot een goed gesprek. In het vakgebied van het Neurolinguïstisch programmeren (NLP) hebben we het over het maken van 'rapport'. Bij het vaststellen of een persoon dit doet, bekijken we of er persoonlijk contact gemaakt wordt met de gesprekspartner. Daarnaast beoordelen we of we het gevoel krijgen dat we de hoofdpersoon echt als mens te zien krijgen. Krijgen we alleen een gepolijste buitenkant te zien of zien we ook de minder mooie kanten en de emoties van een persoon. Alhoewel wij als NLP-trainers veel ervaring hebben met deze manier van kijken, blijft het een subjectieve beoordeling. We bekijken – in tegenstelling tot de andere vormen – globaal per video hoe goed het rapport is.

#### 2. Herdefinieer woorden

Als je een kritische houding ervaart bij de ander is het vaak in jouw belang om gedurende het gesprek te gaan afwijken van de woorden die de ander gebruikt. Want die zijn nog wel eens te scherp en helpen niet in de richting waar je heen wilt. Bij deze vorm analyseren we of de persoon in staat is om net even andere woorden te gebruiken of de situatie anders te formuleren zodat het meer in diens straatje past.

#### 3. Gebruik de motivatie

Deze vorm van beïnvloeden gaat over de onderliggende waarden en de intentie waarmee iemand iets doet. Mensen die deze vorm gebruiken vertellen over wat ze belangrijk vinden en wat ze willen bereiken.

### Hoofdgroep structurele beïnvloeding

Als je iets zegt over de manier waarop onze werkelijkheid in elkaar zit, begeef je je in de hoofdgroep van de structurele beïnvloeding. Je doet dan namelijk uitspraken over wat oorzaken en gevolgen zijn; wat goed is en fout en vanuit welk kader je moet kijken. Deze vormen grijpen in op de fundamenten van alles wat wij voor waar houden.

#### 4. Overtuig met logica

Als je wilt beïnvloeden, gebruik dan feiten en logica. Mensen vinden het fijn om te snappen hoe de wereld in elkaar steekt en daarbij zijn causale verbanden essentieel. Wat is de oorzaak en wat is het gevolg en hoe komt het dat deze situatie is ontstaan?

Door deze vorm te gebruiken kun je snel in een discussie terechtkomen omdat er verschillen in de kijk op de werkelijkheid aan het licht komen. Deze vorm van beïnvloeden voelt als overtuigen en argumenteren.



## 5. Stuur naar andere betekenis

Bij deze vorm geef je aan wat je ergens van vindt. Of je het goed of slecht vindt, prachtig of afgrijselijk. Het gaat over de subjectieve beleving van iemand en de betekenis die hij/zij ergens aan geeft. Terwijl in de vorige vorm de focus lag op het verband tussen oorzaak en gevolg, ligt hier de nadruk op het effect.



*Figuur 2: De structuur van onze overtuigingen waarmee ons beeld van de werkelijkheid is opgebouwd.*

## 6. Vergroot het kader

Als jij het perspectief kunt bepalen van waaruit gekeken wordt naar een vraagstuk, dan heb je een machtige tool in handen. Want een lastige vraag of mening van een ander is vaak alleen geldig binnen een bepaald kader of een bepaalde context. Als je het kader kunt veranderen, zet je die overtuiging op losse schroeven. In gesprekken kan het gebruik van deze vorm voelen alsof de persoon zijn/haar mening geeft in een richting die de interviewer niet bedoelde.

## Hoofdgroep subliminale beïnvloeding

De structurele beïnvloeding kan een scherpe sfeer van debating oproepen, waardoor mensen in het verzet komen. Het is zinvol als je nog andere mogelijkheden hebt die de weerstand van het bewuste brein omzeilen. De drie vormen van subliminale beïnvloeding komen op een ander niveau (via het onbewuste brein) binnen.

## 7. Verschuif door verhalen

Bewust een verhaal gebruiken om iets over te brengen is een krachtige tool als er weerstand kan zijn. We laten ons makkelijk meeslepen door een verhaal; zeker als het goed gebracht wordt. Daar zit een enorme potentie in om te beïnvloeden.