

Sociale marketing

Praktijkboek voor gedragsverandering

Sociale Marketing is al sinds de jaren '70 wereldwijd de basis voor vele communicatie- en gedragsveranderingstechnieken, zoals Behaviour Change Wheel, Human Centred Design, Nudge of Combi. In Nederland wordt Sociale Marketing ingezet door overheden, instituten, instellingen en bedrijven.

Sociale Marketing is een wetenschappelijk onderbouwde methodiek; een mix van gedragstheorieën en marketingprincipes. De methodiek is geschikt voor (aankomende) professionals die beter willen zijn in het 'verkopen' van hun aanbod en projecten. Die weten dat bij gedragsverandering inhoudelijke argumenten mensen vaak niet voldoende overtuigen en een aanpak willen ontwikkelen die doelgroepen op respectvolle wijze echt in beweging krijgt. Een aanpak die naast deskundig en effectief, voor de doelgroep ook aantrekkelijk en realistisch is. Zodat de doelgroep zegt: "Ja, wat jij nu van mij vraagt: dát zie ik mezelf wel doen, dat is voor mij nuttig en inpasbaar in mijn leven."

Het praktijkboek Sociale Marketing geeft handvatten aan studenten en professionals om inhoudelijke deskundigheid, marketingprincipes en gedragstheorieën vanaf dag één ook echt toe te kunnen passen in de praktijk. Het beschrijft de theorie, termen en tools, aan de hand van het Stappenplan, heldere voorbeelden, moderne illustraties en overzichtelijke schema's.

De auteur is in Nederland en Europa actief als spreker, trainer en adviseur en deelt haar kennis en ervaring met Sociale Marketing in o.m. gezondheidspreventie, veiligheid, arbeid, welzijn, wonen en duurzaamheid.



ISBN: 9789088508288

Auteur: Julie Huibregtsen

www.swpbook.com/2080