

## Doelgroepenanalyse: Adoptiecurve Rogers

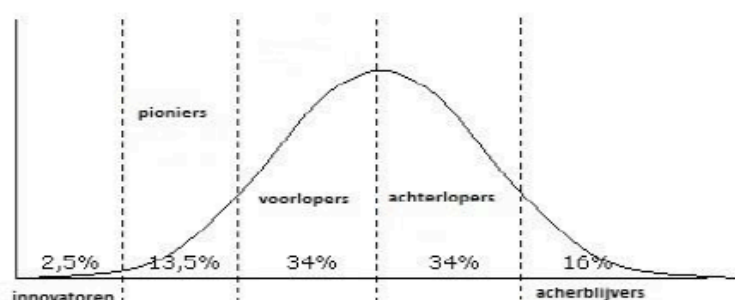
Doel: Inzicht krijgen hoe de doelgroep een verbetering/innovatie omarmt.

Onderbouwing: Verandering loopt vaak via sociale netwerken. De innovatietheorie van Rogers beschrijft de subgroepen die bestaan binnen sociale netwerken.

Ontwikkeld door: Rogers in 1962.

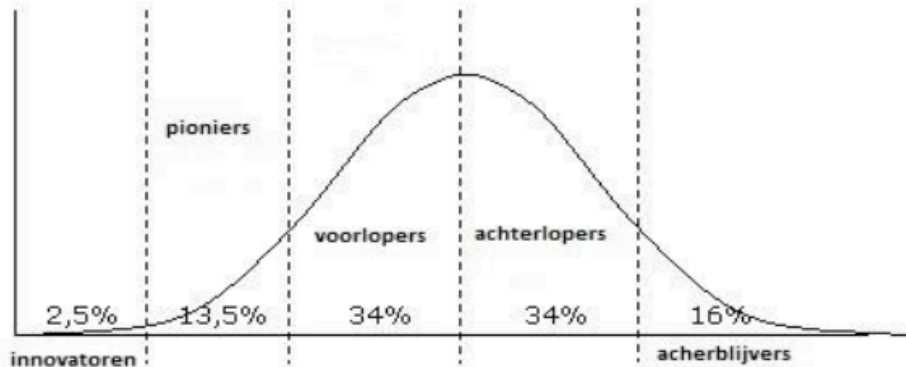
Toepassing: Rogers heeft aan de hand van een aantal persoonlijkheidskenmerken categorieën gemaakt die ons helpen te begrijpen hoe medewerkers verbeteringen en innovaties omarmen.

- Innovatoren (Innovators)
  - Innovatoren zijn de mensen die een verbetering/innovatie als eerste zullen omarmen. Zij zijn sterk gericht op nieuwe ideeën.
- Pioniers (Early adopters)
  - Pioniers zijn een actieve groep mensen. Zij hebben een grote invloed op de groep innovators en fungeren vaak als referentiepunt.
- Voorlopers (Early majority)
  - Voorlopers nemen meer hun tijd voordat ze een verbetering/innovatie omarmen. Ze zijn vooral benieuwd wat de verbetering/innovatie in hun werkzaamheden toevoegt.
- Achterlopers (Late majority)
  - Achterlopers omarmen een verbetering/innovatie als er weinig tot geen onzekerheid meer bestaat op de prestaties. Vaak omarmen zij een verbetering/innovatie omdat anderen dat ook doen.
- Achterblijvers (Laggards)
  - Achterblijvers omarmen slechts een verbetering/innovatie omdat het moet.



Figuur 5. Adoptiecurve van Rogers

### Veranderaanpak gekoppeld aan adoptiecurve Rogers



- 0 Niets doen ----->
- 1. Consulteren ----->
- 2. Inspireren ----->
- 3. Rationeel overtuigen ----->
- 4. Steun aanbieden ----->
- 5. Voordeel tonen ----->
- 6. Sfeer creëren ----->
- 7. Persoonlijk beroep ----->
- 8. Onderhandelen- >

|                            |   |
|----------------------------|---|
| 1. Consulteren             | Vragen om suggesties voor verbetering of een persoon vragen te helpen met het plannen van een activiteit en verandering die hij of zij moet steunen of uitvoeren. |
| 2. Inspireren              | Inspelen op de waarden en idealen van een persoon of enthousiasme opwekken om steun voor een verzoek of voorstel te verkrijgen.                                   |
| 3. Rationeel overtuigen    | Gebruiken van logische argumenten en feiten om aan te geven dat een verzoek of voorstel uitvoerbaar is en van belang voor het behalen van gestelde doelen.        |
| 4. Steun aanbieden         | Aanbieden van relevante ondersteuning als de persoon een verzoek wil uitvoeren of instemt met een voorgestelde verandering.                                       |
| 5. Voordelen tonen         | Uit leggen hoe het uitvoeren van een verzoek of het steunen van een voorstel een persoon voordeel oplevert en kan helpen in zijn of haar carrière.                |
| 6. Gunstige sfeer creëren  | Complimenteren en vleien om een persoon een verzoek uit te laten voeren of een voorstel te laten steunen.   |
| 7. Persoonlijk beroep doen | Vragen om een vriendendienst, een verzoek uit te voeren of een voorstel te steunen, of een persoonlijke gunst vragen alvorens te zeggen waar het om gaat.         |
| 8. Onderhandelen           | Aanbieden van iets wat een persoon wil of aanbieden later iets terug te doen als hij zij instemt met een verzoek.   |
| Coalitie sluiten           | Wijzen op de steun van anderen of anderen inzetten om een persoon iets te laten doen.   |
| Legitimeren                | Wijzen op de legitimiteit van een verzoek of aantonen dat het gerechtvaardigd is om het verzoek te doen.  |
| Druk uitoefenen            | Eisen stellen, herhaaldelijk controleren en op indringende wijze duidelijk maken dat een persoon moet.  |