

TheNextWeb 2010: Kuddegedrag volgens Mark Earls



Dit jaar was Bijgespijkerd in de persoon van Maurice en mij vertegenwoordigd op The Next Web Conference 2010. Helaas heb ik moeten concluderen dat het inhoudelijk niet zo inspirerend was als vorig jaar, waar personen als Chris Sacca de show stalen. Er werd meer gesproken over 'the previous web' en 'the current web' dan over 'the next web', dat was jammer. De inhoud was dan ook meer geschikt voor een doelgroep met slechts beperkte kennis van het web, dan voor de webexperts die in de zaal zaten.

[Mark Earls](#), schrijver van het boek Herd, kon mij (en het publiek) echter wel bekoren. Zijn verhaal had diepgang en ging in op het gedrag van mensen in plaats van puur technologische ontwikkeling. Buiten dat Earls een goed spreker is, was zijn verhaal inspirerend!

Earls begon met het houden van een wave, om gelijk duidelijk te maken dat we als mens leven van kuddegedrag. Daarna gebruikte hij het onderstaande filmpje om nog duidelijker in beeld te brengen wat het menselijke kuddegedrag precies inhoudt. In onze maatschappij maken we mensen die 'ander' gedrag vertonen als snel uit voor 'freak', zoals de man in het filmpje. Ook als deze gevolgd wordt door een tweede en derde persoon blijft het gevoel dat ze 'raar gedrag' vertonen intact. Op een bepaald moment is er echter het kritieke punt waarop de sfeer omslaat en het gedrag ineens wel geaccepteerd en gevolgd wordt. In het filmpje geeft de groep die direct na de eerste drie mannen komt de doorslag. Daarna is het feest los! Zelf heb ik dergelijk kuddegedrag ervaren bij de campagne rondom de Zeemanboxershorts. In eerste instantie kwam het traag los, maar na een bepaald kritiek punt qua bereik ging de campagne als een lopend vuurtje. Het was ineens niet langer 'raar', maar 'trendy' om de gele boxer te kopen en dragen.

Earls omschrijft drie constatering die duidelijk maken dat we als mens helemaal niet zo individualistisch zijn als we altijd gedacht hebben. We zijn kuddedieren in hart en nieren.

- Alles is social: ons gedrag bestaat uit reacties op anderen en op de omgeving. Vrijwel nooit zullen we daadwerkelijk individueel gedrag vertonen. Uit onderzoek blijkt dat de enige bewijsbare individuele actie het kiezen van je soort deodorant is (roller of spuitbus). Onze cultuur beschrijft dat we denken voor we handelen, maar denken blijkt behoorlijk te worden overschat. In vrijwel alle gevallen handelen we op basis van ervaring uit het verleden, ervaringen van anderen (peers) of onderbuikgevoel. Earls stelt: De beste manier om te zorgen dat er niks gebeurd, is door mensen te laten nadenken.
- Kopiëren, niet originaliteit, rules: een baby is al na 42 seconden in staat menselijk gedrag te kopiëren. Ons hele leven staat in teken van social learning, bewust en onbewust. We noemen onszelf dan wel 'de denkende

mens' (homo sapiens), maar in realiteit zijn we 'de kopiërende mens' (homo mimicus).

- Sailing on social soup: in onze maatschappij worden we geacht mee te zeilen met de normen en waarden van de omgeving. Het wordt niet gewaardeerd als je dingen anders doet dan 'normaal'. Kopieergedrag wordt dus in sterke mate verwacht en gevraagd.

De inzichten van Earls, en de onderzoeken die gedaan zijn, zijn in mijn opinie zeer goed te vertalen naar de ontwikkelingen op het social web en de manier waarop marketing dient te worden vormgegeven. Ik had Herd nog niet gelezen, maar heb het vandaag gelijk besteld.

Mocht jij ook op Next Web zijn geweest, deel dan in de reacties je ervaringen, we zijn benieuwd!