6 Psychologie

6.1 Model van gedragsverandering

6.1.1 Inleiding

Iedereen kent ondertussen wel het belang van een gezonde levensstijl. In het verleden dacht men dat de oplossing om mensen meer te laten bewegen vrij eenvoudig was: *"maak* mensen meer bewust *van* het feit *dat* voldoende bewegen en gezond *eten* goed *is,* en ze *zullen automatisch* **gezonder** *gaan* leven". Men ging er dus vanuit dat er automatische link was tussen "het bewustzijn" en "het gedrag".

Niets is echter minder waar. De meeste mensen weten wel dat te weinig bewegen en ongezond eten gezondheidsrisico's inhoudt zoals bijvoorbeeld een verhoogde kans op een hartinfarct, maar dit betekent daarom niet dat ze meer en vaker gaan bewegen en/of gezonder gaan eten. Ze gaan bijvoorbeeld hun favoriete tv-programma niet missen om te gaan sporten.

Dit leert ons dat er heel wat meer nodig is dan enkel "kennis" om te komen tot een verandering van het gedrag. In de volgende alinea leren we meer over die gedragsverandering.

6.1.2 Hoe mensen aanzetten tot meer bewegen en gezonder eten?

In de psychologie werden verschillende modellen ontwikkeld om na te gaan waarom mensen zich op een bepaalde manier gedragen. Eén van die modellen is het **transtheoretisch model van gedragsverandering.**

Ga nu even terug in de tijd en denk even aan een ongezonde gewoonte die je nu niet langer doet. Je bent misschien onlangs gestopt met roken?

De beslissing die je toen hebt genomen, zal niet van de ene dag op de andere gekomen zijn. De stap die je toen genomen hebt om te stoppen met roken was het eindresultaat van een heel proces.

Vroeger dacht men dat mensen na een korte of lange periode van overwegingen en twijfel uiteindelijk toch op een bepaald moment besluiten om te stoppen met roken of met drinken, of plots beslissen om minder vet te eten of meer te gaan sporten en dit dan ook deden. Dit is echter niet het geval.

Volgens het transtheoretisch model vraagt de verandering van een gedrag heel wat tijd en inspanning en is verandering een langzaam proces doorheen een reeks van 6 stadia. Mensen kunnen van de ene naar de andere fase van gedragsverandering overstappen. Bij elke fase hoort een bepaalde manier van denken. Volgens het model kunnen mensen hun gedrag slechts op een stabiele manier veranderen als ze erin slagen om deze zes stadia met succes te doorlopen.

Laten we dit proces even van dichtbij bekijken.

1. de voorbeschouwingsfase of I won't fase

2. de overwegingsfase of I might fase

3. de voorbereidingsfase of I will fase

4. de actiefase of I am fase

5. de fase van behoud van het gedrag of I have fase

6. de eindfase

In de onderstaande figuur kunt u zien wat de volgorde van de verschillende fasen is.



Fig 6.1. De fasen van gedragsverandering

Helemaal onderaan is de beginfase: **Thinking about it** (I might fase)

1. De overwegingsfase (thinking about it of I might fase)

Mensen die zich in deze fase bevinden bewegen op dat moment nog niet voldoende maar overwegen wel om dit in de toekomst te gaan doen omdat men bijvoorbeeld wil afvallen of zich gewoon fitter wil voelen. In deze fase denkt men alleen nog maar na over meer bewegen. Men heeft nog geen actie ondernomen.



Typische uitspraken van mensen die zich in deze fase bevinden:

"Ja, ja....er zit iets in wat je zegt. .."
"Ik ben wel aan het denken om te stoppen met roken, maar ik weet niet echt of ik het wel zie zitten"
"Ik moet eens beginnen met joggen of zo, maar wanneer vind ik de tyd?"

Men weet dat er een probleem is en beseft dat er verandering nodig is maar kan momenteel niet beslissen of hij dit wel wil. Voordelen en nadelen van het huidige gedrag en van het gewenste nieuwe gedrag worden afgewogen. Er ïs een lage intentie om te veranderen ir de nabije to=komst binnen de zes maanden), maar niet nu (of binnen één maand). Er is (nog) geen verbintenis. Het is niet ongewoon dat mensen lange tijd in dit stadium blijven.

Rol van de Personal Trainer

De Personal Trainer zal zijn klant helpen om de "beste" beslissing te nemen. Bij het opstellen van een beslissingsbalans zal de Personal Trainer trachten deze **balans** te laten doorwegen in de gewenste richting. Men zal de klant duidelijk moeten maken dat meer bewegen wel degelijk het verschil maakt.

Vraag je klant om de voor — en nadelen van het huidige ongezonde gedrag op te schrijven. Vervolgens vraag je ook de voor — en nadelen van het gewenste gedrag te formuleren. Samen denk je na over mogelijke pro*s en contra!s. Hierbij is het heel belangrijk dat je een soort van spiegel voorhoudt voor je klant zodat hij/zij zijn eigen woorden hoort. Respecteer steeds de autonomie van je klant en leg geen woorden in zijn/haar mond.

Wil men het evenwicht tussen de pro's en contra's verbreken om te veranderen naar het gezonde gedrag, moeten de voordelen van een verandering twee keer zoveel stijgen als het verminderen van de nadelen.

Dit betekent het volgende:

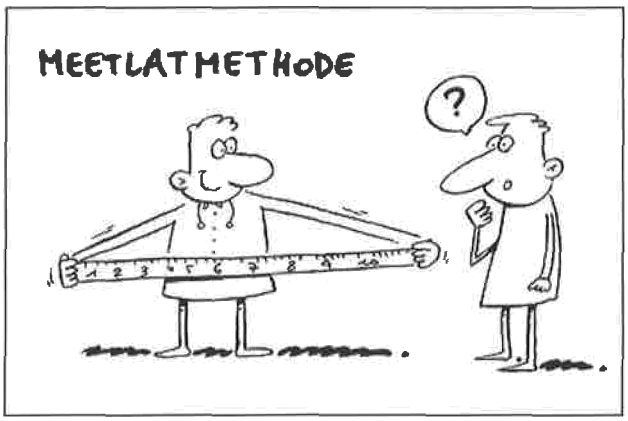
Benadruk meer het verhogen van de voordelen dan het verlagen van de barrières!



Het (thuis) op papier laten zetten (twee kolommen: voor — en nadelen, twee rijen: ongezond en gezond gedrag — zie figuur 6.b.) kan een hulpmiddel vormen. Eventueel kan je ook vragen aan je klant een waarde te geven aan de verschillende items (in belangrijkheid van 1 tot 10) om zo hem/haar te helpen tot een uiteindelijke beslissing te komen.

	Voordelen	***Nadelen***
Gewenst ***gedrag***		
Ongewenst *gedrag*		

Het gebruik yan de 'meetlattechniek' kan een eveneens een hulpmiddel zijn om het gesprek tussen Personal Trainer en klant te helpen structureren.



GRAAD van AMBIVALENTIE

Niet klaar voor verandering **Twijfel** Klaar voor verandering

1----------x----------x----------x --------- 10

WAAROM? HOE BELANGRIJK?

Niet belangrijk **Heel belangrijk**

1----------10

- Inleidende Vragen:
  - "Hoe belangrijk is voor jou....?"
  - "Wat zou je winnen als je....
  - "Wil je dat aanduiden op een schaal van 0 tot 10 ....
- Waarom een x en geen 0 (maat voor) voordelen van gewenst gedrag en nadelen van het huidige gedrag
- Waarom een x en geen 10 (maat voor) voordelen van huidige gedrag en nadelen van gewenst gedrag

Opgelet: motivatie is specifiek. Dit betekent dat men wel gemotiveerd kan zijn voor verandering in het ene gedrag (bv. Gezonder eten) maar niet noodzakelijk in het andere (bv. meer bewegen).

Communicatiestijl van de Personal Trainer:

De stijl die door de Personal Trainer wordt gehanteerd bij het bespreken van de voor — en nadelen is afhankelijk van de motivatie van de persoon. Indien de persoon nog niet sterk gemotiveerd is om te veranderen, moet de stijl **non-directief** en meer empatisch zijn. Dit wil zeggen dat je voornamelijk luistert zonder zelf veel in te brengen. Is de klant sterk gemotiveerd om zijn gedrag te veranderen en heeft hij/zij al concrete ideeën om meer te gaan bewegen, dan is de **directieve** stijl meer aangewezen. Dit geeft de klant immers het laatste duwtje in de rug om over te gaan tot actie. In deze directieve stijl kan de Personal Trainer zelf argumenten geven voor het benadrukken van bepaalde voordelen.

Let op! Indien een directieve stijl te vroeg wordt gehanteerd, bestaat er de kans dat er weerstand wordt opgewekt!

Voordelen	Nadelen
*** sociale contacten: nieuwe mensen leren kennen, met vrienden of familie samen kunnen sporten, kunnen napraten na de sportactiviteiten, ...**	* tijd: andere dingen die men moet opgeven
*** plezier: de activiteiten leuk vinden, het graag doen, ...**	* prijs: het prijskaartje om lid te worden van een club,
*** competitie: deel uitmaken van een ploeg, zich met anderen meten, de beste zijn, ...**	* inspanning: het zal veel inspanning en moeite kosten,
*** gezondheid: zich fitter voelen, gunstig effect op hart en longen, het vermijden van ziektes, ...**	
*** uiterlijk: er goed uit zien, gewicht verliezen, een mooi figuur hebben, ...**	
*** psychologische voordelen: zich minder depressief voelen, grotere zelfwaardering hebben, zich minder futloos voelen en zich beter kunnen concentreren,...**	

Tabel 6.1. Voor — en nadelen om meer le *bewegen versus de voor-en nadelen om b)' het oude gedrag te blyven*

Belemmeringen om meer te gaan bewegen (CONTRA'S)

Als Personal Trainer ga je vaak in contact komen met mensen die allerlei vormen van weerstand zullen vertonen wanneer je hen vraagt een gewoonte te veranderen.

Laten we opnieuw overgaan tot het voorbeeld van 'meer bewegen'.

Veel mensen vinden dat ze redenen hebben om niet genoeg te bewegen in het dagelijks leven. Dit zijn de belemmeringen voor hen, waardoor zij het ook niet gaan proberen.

Noem zelf even enkele redenen op die mensen kunnen aangeven om niet te bewegen.

Tracht nu de redenen die je zelf hebt gevonden op te delen in volgende categorieën

- gebrek aan tijd
- invloed van omgeving
- geen energie
- » geen doorzettingsvermogen
- angst voor blessure
- geen vaardigheden
- geen middelen / mogelijkheden

Hier is alvast een overzicht van de meest genoemde vormen van weerstand om meer te gaan bewegen. En... komen ze overeen met jouw antwoorden?

1. Het kost me teveel geld

2. Ik heb een slechte conditie

3. Als ik thuiskom van mijn werk, ben ik al doodmoe

4. Mijn gezondheid laat het niet toe om meer te bewegen

5. Ik heb geen energie meer om te bewegen

6. Ik heb geen doorzettingsvermogen

7. Ik heb er geen tijd voor

Nu dat we de voornaamste vormen van weerstand kennen, is het interessant om na te gaan op welke manier we hierop kunnen reageren.

Slaag je erin elke weerstand weg te werken?

Hier is alvast een mogelijke oplossing

Het kost me teveel geld	Voor sommige lichamelijke activiteiten maak je weinig kosten
Ik heb een slechte conditie	Ik bouw het langzaam op en begin met een paar minuten meer bewegen per dag
Als ik thuiskom van mijn werk ben ik al doodmoe	Juist door meer bewegen zal de algehele conditie verbeteren en zult u zich minder moe voelen! Bovendien werkt het ontspannend.
Mijn gezondheid laat het niet toe om meer te bewegen	Ook als u niet helemaal gezond bent kunt u meer bewegen. Meer bewegen heeft zelfs positieve effecten op veel chronische aandoeningen (hart- en vaatziekten, suikerziekte, overgewicht, rugpijn, etc.) U zou ook op een aangepaste manier kunnen sporten / bewegen.
Ik heb geen energie om meer te gaan bewegen	Bouw het langzaam op en plan per dag in op welke tijdstippen u iets meer gaat bewegen (bijvoorbeeld huishoudelijke activiteiten of klussen).
Ik heb geen doorzettingsvermogen	Maak afspraken met uzelf over wat u meer gaat doen aan bewegen. Maak hierbij realistische doelen. U kunt bijvoorbeeld een planning maken waarbij u in een logboek noteert wat u de komende week gaat doen.
Ik heb er geen tijd voor	Door in het dagelijks leven activiteiten in te passen kost het nauwelijks meer tijd. Bekijk eens hoe u uw dag indeelt en op welke tijdstippen u meer bewegen zou kunnen inplannen.

2. De voorbereidingsfase (of I will fase)

In de volgende fase treft men de voorbereidingen om gezonder te leven: **Preparing for Action** (I will fase). Men denkt dan na over *hoe* men het gaat aanpakken om meer te gaan bewegen en gezonder te eten en men bedenkt wat de mogelijkheden zijn.

Typische uitspraken bij deze fase zijn

" Ik wil wel, maar weet niet hoe te beginnen "

" Ik ga proberen te ... "

In de preparatiefase maakt men zich klaar om tot verandering over te gaan. Er wordt een **beredeneerd plan** opgesteld en de eerste stappen soms al ondernomen: men overweegt de moeilijkheden en verzint oplossingen ervoor.

Sommige mensen kijken bijvoorbeeld al eens rond welke sportscholen er in de buurt zijn of denken erover na elke dag met de fiets naar het werk te gaan in plaats van met de auto.

De beslissing tot gedragsverandering ligt in de zeer nabije toekomst (binnen één maand). De beslissingsbalans is overgeheld naar de gewenste positieve verandering. De twijfels zijn terzijde gelegd.



Mensen in de preparatiefase moeten veranderingstrategieën ontdekken en kiezen voor de meest geschikte strategie in hun persoonlijke context.

Het gaat nu vooral om het "Hoe"? Hoe starten met het gewenste gedrag, hoe behouden?

Rol van de Personal Trainer

De Personal Trainer richt zich op actief zoeken naar antwoorden op al de resterende vragen die de persoon zich stelt. Er worden oplossingen gezocht voor alle mogelijke hindernissen die zich zouden kunnen voordoen.

Het vertrouwen van de persoon in eigen **effectiviteit is hier erg belangrijk.**

De lat mag ook niet ‘te hoog’ gelegd worden. Hierdoor wordt het risico op falen immers groter met vaak opgeven als gevolg. Belangrijk is dan ook te exploreren welke (kleine of grote) successen door deze persoon al geboekt werden en deze te bekrachtigen. Om zicht te krijgen op de zelfeffectiviteit kan desgewenst ook gebruik worden gemaakt van de meetlattechniek.

VERTROUWEN in eigen kunnen (zelfeffectiviteit)

geen vertrouwen **Blaakt van vertrouwen**

1----------X- ——-—————-—————10

• Waarom een x en geen 0 = maat voor succeservaringen

• Waarom een x en geen 10 = maat voor faal-gevoelens

In dit stadium kan het goed zijn over te gaan tot het afsluiten van een ‘contract’

In dit contract moeten doelstellingen, beloningssysteem en een evaluatiemoment worden opgenomen. Zowel doelstelling (op korte en langere termijn) als beloning dienen door de persoon zelf geformuleerd.

Hierbij is het belangrijk dat de Personal Trainer bewaakt dat er vooral in gedragstermen gesproken wordt (“ik ga 5x per week 30 min snel wandelen”; “ik ga elk glas frisdrank vervangen door water”) en niet in resultaatstermen (“ik wil 5 kg kwijt zijn tegen....; ik wil 10 km afleggen in 30 minuten”...).

Vaak is de interne beloning, de zelfvoldoening van het gezonde gedrag te kunnen stellen en vol te houden, voor veel volwassenen voldoende als beloning. Waar extrinsieke beloning nuttig is, is de basisregel dat deze beloning door de persoon zelf moet gekozen worden.

(vb als ik vanavond een half uurtje ga sporten, kan ik me nadien ontspannen met een zalig deugdoende sauna)

3. De actiefase (of I am fase)

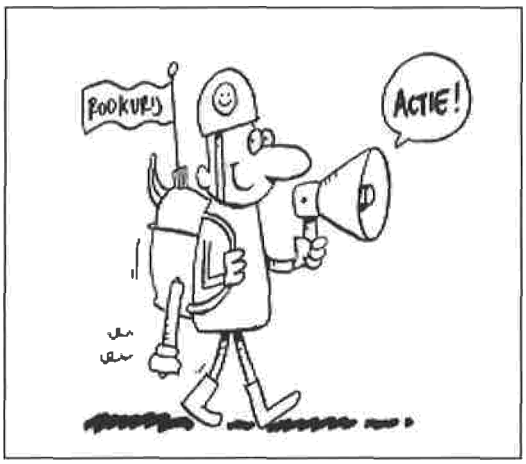
Wanneer men ook daadwerkelijk de fiets pakt of gezonder bent gaan eten, bevindt men zich in de Actie fase: **Taking Action (I am** fase). Men voegt de daad bij het woord.

Veel mensen denken dat ze klaar zijn, als ze eenmaal in deze actie fase terecht zijn gekomen...dit is niet het geval. Hoe vaak hoor je niet dat mensen gedurende een aantal weken sporten bij de sportschool en dan toch weer stoppen? De kunst is om het gezonde beweeggedrag in stand te houden.

Typische uitspraken bij deze fase zijn

“Het gaat wel, maar het is niet altijd even gemakkelijk...”

“Ik ben er mee bezig en het *lukt vrij goed. . ”*



De gedragsverandering werd opgestart (sinds minder dan 6 maanden). Personen in de actiefase moeten de eerder gekozen veranderingsstrategieën nu daadwerkelijk uitvoeren. Concrete daden om **het doel (het gewenste gedrag) te realiseren worden ondernomen en zijn (extern)** waarneembaar. Langzaam wordt het nieuwe gedrag geïntegreerd in de dagelijkse levensgewoonten.

De situatie is bij aanvang vaak onstabiel. Het zal best eens een keer voor komen dat men gedurende een bepaalde tijd er niet aan toe komt om te sporten en te bewegen volgens uw planning. Men glijdt als het ware weer terug naar de vorige fase (dit ziet u ook in de figuur). Dit is niet erg, als men maar de draad weer oppakt en langzaam weer toewerkt naar het beweegdoel dat men voor ogen had.

Het omgaan met dit soort 'terugvallen' kunt u leren tijdens de begeleidingsgesprekken met uw Personal Trainer.

Belangrijk is dat men **kleine stapjes** neemt en vanuit deze **kleine successen** een vergroot vertrouwen opbouwt in het eigen kunnen.

Rol van de Personal Trainer

De Personal Trainer kan volgende ondersteunende maatregelen aanbevelen aan zijn cliënt:

Stimuluscontrole: prikkels die ongezond gedrag uitlokken (de asbak) wegnemen en vervangen door prikkels die gezond gedrag stimuleren (de wandelschoenen klaar zetten).

Tegenconditionering: een situatie die gekoppeld was aan ongezond gedrag, wordt nu gekoppeld aan gezond gedrag (sigaretje na het eten, wordt blokje om na het eten of stukje fruit als dessert).

Sociale steun: anderen die 'meedoen' of je gedragsverandering belangrijk vinden, je positief herinneren aan je doelstelling... .

Hierin speelt de Personal Trainer een heel belangrijk rol

Beloning van elke stap in de goede richting (Cfr actieplan, cfr contract). Eventueel herzien van het contract bv. kleinere tussenstappen.

De omgeving stimuleren om meer mogelijkheden te creëren (basketbalring ophangen, diversiteit in 'gezonde' etenswaren in huis halen...)

4. De fase van behoud van het gedrag of I have fase

Wanneer men blijft bewegen volgens de eigen beweegdoelen en op een juiste manier omgaat met het terugvallen in een voorgaande fase, bevindt men zich in de fase van het volhouden van het beweeggedrag (I have fase), helemaal bovenaan in de figuur.

Sommige veranderingen aan uw beweeggedrag en/of eetgedrag die men heeft uitgeprobeerd in de actie fase, zijn routine geworden in het leven. Daarom is dit ook voor langere tijd vol te houden.



typische *uitspraken bij deze* fase *zijn*

"Ik kan er me goed aanhouden, maar nu tijdens het verlof, heb ik het toch moeilijk om niet te roken. ..."

"Ik heb er geen probleem meer mee om elke dag 2 stukken fruit te eten...

Nieuw gedrag krijgt plaats in het leven van de persoon. We spreken van **consolidatie** indien het gezonde gedrag al meer dan zes maanden wordt volgehouden. Er is dus een redelijke succeservaring. Dé uitdaging is de lange termijn. De risico's om te 'bezwijken' zijn nog reëel: situaties van emotioneel onbehagen (ruzie, neerslachtigheid, tegenslag...), positieve sociale situaties (amusement, meedoen met...), hevig verlangen en nood aan bevrediging (afkickverschijnselen tgv de geconditioneerde bevrediging aan het gewoontegedrag).

Rol van de Personal Trainer

De Personal Trainer houdt zich op dezelfde ondersteunende maatregelen als in de vorige fase.

Enkele accenten moeten gelegd worden:

Sociale steun: mensen die in het begin ondersteunend waren, kunnen na verloop van tijd 'afhaken' omdat de eigen doelstellingen in het gedrang komen. Blijvende sociale steun is echter noodzakelijk.

Beloning: zeker waar de reactie van de omgeving niet onverdeeld positief is, blijft het erg belangrijk dat de persoon zichzelf positief blijft belonen.

Soms kunnen gekozen strategieën niet uitgevoerd meer worden (bv vriendin die mee ging wandelen, heeft haar voet verstuikt): alternatieven moeten voorhanden zijn dan.

5. De voorbeschouwingfase of I won't fase

De voorbeschouwingsfase werd niet in de figuur opgenomen. Tijdens deze fase is er helemaal geen plan om meer te gaan bewegen en zien we geen 'waarneembare' belangstelling, geen plan om het ongezonde gedrag te veranderen. Er is geen notie van het/een probleem of geen persoonlijk engagement hieromtrent.

Opgelet! Dit betekent niet dat de persoon geen interesse heeft voor wat zijn gedrag tot gevolg kan hebben! Tracht uit te zoeken of mensen de voordelen van beweging kennen en toon interesse in de leefwereld van je klant.

Voor vele gezondheidsproblemen bevindt het overgrote deel van de doelgroep zich in deze fase. (bv. 40% van de rokers bevinden zich in de precontemplatiefase). Het is bovendien de moeilijkste fase om gedragsverandering te bekomen. Deze mensen zijn "niet klaar voor actie gerichte therapie". Het directe beïnvloeden van omgevingsvariabelen is waarschijnlijk meest efficiënt in deze fase. (bv. Regelgeving, rookvrije ruimten, verwijdering van reclame..)



Typische uitspraken bij deze fase zijn

"Meer bewegen?? Waar is dat goed voor?"

"Kom me met diëten niet lastigvallen; ik heb dat niet nodig!"

"Mijn opa werd 90 met de pijp in de mond."

Oorzaken van deze 'precontemplatieve' houding zijn een gebrek aan kennis, te weinig geïnformeerd zijn (en hierdoor ook een gebrek aan motivatie). Andere mogelijkheden zijn ook het "uitgeblust zijn" of "te angstig zijn". In deze fase worden de gerelateerde gezondheidsproblemen betwijfeld of ontkend. Andere qanqbare problemen worden belangrijker geacht. Tekort aan kennis in deze fase uit zich ook doordat de benodigde inspanning voor gedragsverandering en de onaangename gevolgen overschat worden. Vooral hierdoor is de motivatie laag.

Rol van de Personal Trainer

De klemtoon moet gelegd worden op de exploratie van wat de mensen weten over hun specifieke gedrag, de risico's, de inspanningen die nodig zijn om te veranderen, exploratie van hun beleving en de leefwereld.... Dit is ook een teken van echte 'interesse' in de ander als uniek persoon.

De twee aandachtspunten voor de Personal Trainer in deze fase zijn "bewustmaking via kennisvermeerderlng" en "motiveren"

Bewustmaking *via* *kennisvermeerdering*

Tijdens het gesprek met de cliënt kan de link gelegd worden tussen een bepaald gedrag en de verlaging/verhoging van het risico op bepaalde ziekten

Verder is het belangrijk de vraag steeds te concretiseren: wat is gezonde voeding, voldoende beweging...? Exploreer wat je cliënt al weet.

Motiveren *door gesprekstechnische* vaardigheden

Empathisch luisteren: welke beelden en verwachtingen heeft de patiënt over dit gedrag? Hoe kijkt de patiënt naar de situatie?

Hoe bepalend is de leefsituatie, de context voor het gedrag. Exploreer hoe de patiënt (zijn gedrag be) leeft.

Open vragen en “hertalen”, verduidelijken, tegenstrijdigheden zelf laten ontdekken, samenvatten wat de cliënt zegt en in een nieuw betekeniskader plaatsen.

Personen zijn eerder geneigd verandering in hun gedrag aan te brengen, wanneer dit gebaseerd is op hun eigen beslissing dan als gevolg van de vraag van iemand van buitenaf. Het samenvatten en hertalen van de boodschap van de patiënt berusten op eenzelfde onderliggend idee: personen zijn meer overtuigd van wat ze zelf vertellen dan van de woorden van anderen.

Door als Personal Trainer meerdere betekenissen aan de perceptie van een persoon te geven (cliënt deze betekenissen helpen ontdekken), krijgt men meerdere keuzemogelijkheden van handelen. Hierdoor vergroot het vertrouwen in eigen mogelijkheden en mogelijkheden tot verandering. Anderzijds moet de Personal Trainer beducht zijn voor het induceren van angst (door enkel te wijzen op het verhoogd risico). Het creëren van angst zorgt voor “aangeleerde hulpeloosheid” bij de patiënt en daardoor behoud van het ongewenste gedrag.

Samenvattend kunnen we zeggen dat het doel van het gesprek is de cliënt stilaan tot **‘cognitieve en affectieve herwaardering van de situatie’ te brengen. De Personal Trainer helpt de cliënt om de bedenkingen onder woorden te brengen, benadrukt de persoonlijke keuze en de positieve vooruitzichten en geeft uitleg over het veranderingsproces.**

Weerstanden in deze fase van precontemplatie zijn veelvuldig. Enerzijds is dit een relationeel gegeven: de reacties van een individu zijn een reactie op (de antwoorden) van de Personal Trainer. Verschillende agenda's liggen vaak *aan* de basis: wiens agenda krijgt voorrang, wiens wensen worden vervuld?

Anderzijds moet weerstand gezien worden als het resultaat van de interactie tussen de cliënt en de context waarin het ongezonde gedrag plaatsvindt. Dit laatste bepaalt immers de perceptie van de cliënt omtrent zijn gedrag.

De cliënt (be)leeft (in) zijn context.

Mogelijke vormen van weerstand:

- ontkenning en minimalisering: het ongezonde gedrag wordt niet onder ogen gezien, men doet alsof het niet bestaat

  “ik beweeg toch genoeg; vorige maand ben ik nog een uur gaan fietsen”

- rationalisatie: mensen zoeken voor zichzelf een perfect rationele verklaring ook al klopt deze bij nader inzicht totaal niet

  “mijn vader heeft nooit gesport en is kerngezond”

- projecteren: projecteren van eigen problemen op anderen. Mensen die hun eigen vrienden bijvoorbeeld met de vinger wijzen terwijl ze zichzelf niet als vergelijkbaar zien

  “mijn broer die is pas erg: die zit altijd voor de pc”

- externaliseren: het richten van de eigen problemen op de buitenwereld. Het zijn de anderen die problemen hebben...

  “dat komt door haar”..

- onderdanigheid: “ja , als u dat zegt zal dat zo wel zijn...”
- het excuseren van het eigen gedrag
- onaandachtigheid
- het niet antwoorden of naast de kwestie antwoorden
- het gesprek een andere wending geven
- het in vraag stellen van de expertise van de hulpverlener of de taak die deze zich toe-eigent
- pessimisme, negativisme....

Het bestrijden van de argumenten (het blijven aandringen) leidt bijna steeds tot het vergroten van de weerstand.

De beste houding is ‘Rollen met de weerstand’, respectvol en authentiek. Voor de Personal Trainer betekent dit vaak concreet het uitnodigen van de klant voor een vervolggesprek



Fig 6.2. De vier niveau's van miskenning

Het is mogelijk dat mensen al enkele pogingen hebben gedaan om meer te gaan sporten maar steeds weer terugvallen in hun oude inactieve gedrag. Deze mensen komen vaak terug in de voorbeschouwingsfase terecht.

6. Terugvalfase



Typische uitspraken bij deze fase zijn

"Dat had ik niet moeten doen, ik zal moeten uitkijken....."

"Ik kan dat toch niet; ik heb geen karakter....."

Als in een risico-situatie het oude gedrag terug wordt opgenomen, spreken we van een slippertje, als dit éénmalig is. Bij een opeenstapeling van slippertjes spreken we van herval: men hervalt in de oude gewoonte.

Binnen gezondheidsgerelateerde gedragsverandering, zijn slippertjes eerder regel dan uitzondering (actiefase en consolidatiefase). We zien dat rokers gemiddeld 3 tot 4 stoppogingen ondernemen vooraleer "het echt lukt"...

Mensen in actie- en onderhoudsfase hebben nog tegenstrijdige gevoelens over verandering: heimwee naar vroeger, toen al die moeite voor verandering niet nodig was en anderzijds hoop dat de gewenste verandering wordt volgehouden.

Het is aangewezen dat de Personal Trainer de mogelijkheid op een slippertje op voorhand al bespreekt met zijn cliënt (in de preparatiefase).

Het vooraf aangeven van de kans op terugval zorgt voor volgende positieve effecten:

Schuldgevoel wordt vermeden of verlaagd.

Interpretatie van een slippertje kan gestuurd worden: het is een "waarschuwingssignaal", gebruik het als "leermoment".

Er kan gewezen worden op het risico na een slippertje (sneeuwbaleffect, dag-na-dag redeneren).

Er kan een strategie voorgesteld worden om het hervalrisico te *verkleinen.*

Na* een *slippertje

Als een éénmalige fout kan gezien worden als een waarschuwingssignaal, wordt de kans op herval kleiner. Een slippertje kan als dusdanig gezien worden en een "leermoment' worden: waarom nu, waarom in deze situatie...? Hiervoor dienen oplossingen gezocht te worden.

Hoe ga ik er een volgende keer mee om? Hoe kan ik mijn gewenst gedrag beschermen in die situatie? Bepaalde doelstellingen kunnen onrealistisch zijn en moeten dan bijgesteld worden. Mogelijk moeten er tussenstappen gezet worden (ipv. Nooit meer frisdrank, één glas van 200 ml per.).

Ook **omgevingsfactoren** kunnen het behoud van gewenst gedrag nadelig beïnvloeden (zijn de asbakken uit huis, liggen er geen pakken chips in de kast?.).

Op deze momenten is **sociale steun** erg belangrijk: mee zoeken naar een oplossing, het zelfvertrouwen een extra steuntje geven.

Herval

Als een slippertje ervaren wordt als een als een teken van inherente zwakte, als bewijs van onhaalbaarheid van de doelstelling, dan is de kans op opgave erg groot. De persoon hervalt in de oude gewoonte. Hierbij komt hij/zij terecht in een 'vroegere fase': preparatie, contemplatie en kunnen de doelstellingen, de veranderingsstrategieën, de beslissingsbalans terug herbekeken worden. Niet onfrequent gaat het herval gepaard met een gevoel van hulpeloosheid ('ik ben gewoon te zwak om te veranderen..') waardoor de persoon terug in de precontemplatieve fase komt. Deze vorm van geïnternaliseerde weerstand is erg moeilijk te 'doorbreken'.

Succeservaring is nodig, maar wordt vermeden doordat men er niet in 'gelooft'. Men verwacht een negatief resultaat en men zal er (onbewust) ook voor zorgen dat zich dit ook voordoet. Personal Training is gebaseerd op de principes van de precontemplatiefase, waarbij **respect voor de cliënt** en diens autonomie een belangrijke basishouding blijft.

De Personal Trainer dient met volgende regels rekening te houden bij de begeleiding van een terugval:

1. Een terugval is eerder de regel dan de uitzondering

Het is zeldzaam dat een gezondheidsgedrag van bij de eerste poging wordt geconsolideerd. Slechts 20% van de mensen die hun gedrag willen veranderen zou daar bij de eerste poging in slagen. Anderzijds is het niet zo dat mensen steeds weer terugkeren naar nul. Voor wat betreft fysieke activiteit blijkt het zo te zijn dat slechts 15% van de mensen hervallen tot in de voorbeschouwingsfase. De meeste mensen keren terug naar de overwegingfase of de voorbereidingsfase en maken zich dan op korte of lange termijn klaar voor een nieuwe poging

2. Het is belangrijk om uit een terugval te leren

Op die manier zal dezelfde oorzaak geen twee keer spelen. Hulp van relevante anderen (zoals de Personal Trainer) is hierbij efficiënter dan het alleen te proberen

3. Verandering kost gewoonlijk meer inspanning en tijd dan men op voorhand had verwacht.

Men moet inzien dat het jaren duurde vooraleer het ongezonde gedrag werd ingeburgerd en dat een vastgeroeste gewoonte niet zomaar op een aantal weken kan veranderen. In deze context is men er zich bewust van geworden dat korte programma's voor gedragsverandering beter over een langere tijd worden gespreid om een terugval tussentijds op te vangen.

4. Een éénmalig terugvallen op het oude gedrag is geen volledige terugval.

Een slippertje betekent niet dan men heeft gefaald of dat een volledige terugval onvermijdelijk is. De kans is groot dat de persoon de volgende keer opnieuw kan doorgaan met het gezonde gedrag. Een probleem is wel dat velen het opgeven vanaf het moment dat ze een kleine terugval hebben en dit vooral op basis van de manier waarop ze deze terugval interpreteren. Éénmalig falen, 1 keer sporten overslaan, 1 dag zeer ongezond eten, beschouwen ze vaak als een totaal falen. Het idee dat ze tot dan toe van zichzelf hadden "ik ben sportief', "ik eet gezond" wordt verdrongen door een negatieve evaluatie van zichzelf: "ik ben een slappeling", "ik kan niets volhouden". Het resultaat is dat mensen het op die momenten totaal opgeven en vanaf dan opnieuw het ongezonde gedrag gaan stellen.

Een belangrijke strategie om met dit proces van terugval om te gaan is zoveel mogelijk op voorhand samen met de klant over **hindernissen** en mogelijk een volledige terugval na te denken en te praten en vervolgens **oplossingen te anticiperen.**

Tevens is het belangrijk om het proces van terugval samen met de klant te overlopen en vooraf in te schatten hoe de klant over zijn **éénmalig falen** zal denken. Men moet leren om een kleine terugval niet als een volledige terugval te beschouwen en in plaats van de moed te laten zakken en schuldgevoelens te hebben, juist extra inspanning te leveren om het gezonde gedrag opnieuw te stellen.

6.2 Relatie **Personal Trainer** — klant

6.2.1 Communicatietechnieken

Als Personal trainer dien je steeds klantgericht te zijn. Met **klantgerichtheid** bedoelt men:

- reacties van cliënten op een correcte en vriendelijke manier te woord staan
- « een juiste balans vinden tussen het belang van de eigen organisatie en het belang van de cliënt
- klachten op een juiste manier behandelen
- zich inleven in de situatie van de klant
- proactief, snel, creatief en enthousiast oplossingen vinden

Klantgerichtheid = **denken, doen en** ... **zijn**

Opdracht:

Wat denken we ze/f *als klanten?*

- Waar ga je graag winkelen? Waarom?
- Waar ga je niet graag winkelen? Waarom niet?

Kwaliteit is vooreerst luisteren naar de klant. Het is zich bezighouden met zijn verwachtingen. We mogen niet denken dat alles perfect is en ons opsluiten in onze eigen zekerheden, maar we dienen onszelf steeds opnieuw weer in vraag te stellen. De verwachtingen van onze klanten evolueren immers.

Klanten hebben dus meerdere verwachtingen

Vakbekwaamheid:

Vaste regelmaat:



Oe *5* verwachtingen yan *klanten*

Vriendelijkheid:

Vindingrijkheid:

Verhouding prijs/kwaliteit:

Wat zijn je eigen **sterke punten?'...**

Wat zijn je ergen ***zwakke*** **punten?'...**

Evalueren en zichzelf verbeteren om zo beter te kunnen voldoen aan de eisen van de klant is een noodzaak. We weten het maar al te goed: de concurrentie op onze markt is hevig.

De klant kent de dag van vandaag een brede waaier aan mogelijkheden waartussen hij zal kiezen. Een logisch gevolg hiervan is dat zijn beslissing zal berusten op een vergelijking met wat de concurrentie doet.

6.2.2 Bepalen van doelstellingen: SMART

Als Personal Trainer dien je elke training betekenisvol te maken voor je klant. Hoe kan je dit doen?

- Help je klant zijn belangrijkste doelstellingen te ontdekken
- Help je klant bewust te worden
- Motiveer je klant opdat hij regelmatige fysieke actief kan blijven
- Help je klant in het bepalen van persoonlijke doelstellingen

De hoofddoelstelling van Personal Training is het begeleiden van de klant om fysieke activiteit te integreren in zijn levensstijl

Als Personal Trainer moet je steeds het volgende in gedachten houden:

“Als mijn klant dit bereikt, wat betekent dit dan voor hem”

Bijvoorbeeld:

De klant zegt: “ik wil gewicht verliezen”

Wat betekent dit dan voor deze persoon?

Als Personal Trainer kan ie volgende **vragen stellen:**

“*vertel me meer over je wens om gewicht te verliezen”*

“ wat betekent dit voor jou?”

“ wat zou hiervan de voordelen kunnen zijn voor je gezondheid?”

“ indien je die kilo's bent verloren, wat zou er dan veranderen voor jou?”

Waarom moeten we doelen stellen?

- Geven van structuur
- Realistisch maken van het geheel
- Alles concretiseren
- Vormen van een goede leidraad: waar gaan we naartoe?
- Motiverende werking

Doelen worden vaak te vaag en vrijblijvend geformuleerd als wensen, intenties, of goede voornemens. Om succesvol te zijn, moet je zoveel mogelijk SMART doelen stellen.

Het SMART-principe is een handig en aanbevolen hulpmiddel om te komen tot werkbare, gedragen, motiverende operationele doelstellingen met een realistische kans op slagen.

SMART is een 5-letterwoord waarbij elke letter staat voor een specifiek woord:

Specifiek: de doelstelling moet éénduidig zijn

Omschrijf het doel duidelijk en concreet. Het moet een waarneembare actie, gedrag of resultaat beschrijven waaraan een kwantitatief gegeven verbonden is.

Een heldere doelstelling geeft antwoord op de zes w-vragen:

- Wat willen we bereiken?
- Wie zijn erbij betrokken?
- Waar gaan we het doen?
- Wanneer gebeurt het?
- Welke delen van het doel zijn essentieel?
- Waarom willen we dit doel bereiken?

Naarmate het doel preciezer geformuleerd is, wordt het makkelijker er invulling aan te geven.

Meetbaar: onder welke (meetbare/observeerbare) voorwaarden of vorm is het doel bereikt

Doelstellingen zijn pas evalueerbaar, als deze meetbaar zijn.

“wat zal er anders zijn als ik de verandering heb gemaakt in mijn leven?”

Acceptabel: is de persoon bereid om zich te verbinden aan het doel?

Als je een SMART-doel voor jezelf stelt, dan is het voldoende dat je het zelf accepteert. Maar wanneer je een doel voor een ander stelt, dan is het belangrijk dat er draagvlak voor is.

Realistisch: de doelstelling moet haalbaar zijn

Een doelstelling is realistisch indien:

- de zaken noodzakelijk om het doel te bereiken aanwezig zijn
- de klant controle kan uitoefenen
- er een hoge prioriteit wordt gegeven aan het bereiken van de doelstelling

Heeft men voldoende kennis, vaardigheden en draagkracht om de doelstelling te bereiken? Dit is heel belangrijk aangezien een onbereikbaar doel mensen niet motiveert.

Een te gemakkelijk doel is ook niet interessant omdat dit mensen niet uitdaagt en geen bevrediging oplevert wanneer de doelstelling bereikt wordt. Het beste is om doelen te stellen die net boven het niveau van de persoon liggen. Als mensen het gevoel hebben dat ze iets extra's moeten doen om het doel te realiseren, geeft dit ze extra energie om er voor te gaan. Een SMART-doel moet gezien worden als een project, niet als een taak. Durf een uitdaging aan te gaan!

Moeilijk bereikbare doelen kun je opsplitsen in kleinere haalbare subdoelstellingen. De tussentijdse resultaten geven telkens nieuwe energie.

Tijdgebonden: wanneer (in de tijd) moet het doel bereikt zijn

Wanneer beginnen we met de activiteiten? Wanneer zijn we klaar? Wanneer is het doel bereikt?

Een SMART-doel heeft een duidelijke startdatum en einddatum.

Tips om goede doelstellingen op te stellen:

1. Aandachtig luisteren naar de doelstelling van je klanten

2. Samen met de klant een lange termijndoelstelling opstellen gelinkt met de uiteindelijke wens van de klant

3. Opstellen van tussendoelstellingen opdat klant succeservaringen zou beleven

4. Gedrag dat men wenst te veranderen dient deel uit te maken van het gewone dagelijkse leven — het moet een gewoonte worden

5. Systeem uitwerken met klant rond zelfcontrole (self-monitoring)

6. Regelmatig doelstellingen en vorderingen met klant overlopen

Een Personal Trainer wil mensen aanzetten tot gedragsverandering. Dit betekent echter ook dat mensen **uit hun comfortzone** zullen moeten treden!



Onder levenskwaliteit verstaan we zowel fysisch, emotioneel en psychologisch welzijn.

Personal Training biedt een meerwaarde aan de levenskwaliteit van een individu. Het is meer dan enkel een gezond leven aanbieden (vertellen hoe het moet). Men wil mensen immers bewust maken oyer het eigen ongezonde gedrag!

Het interview tussen Personal Trainer en klant: 3 stappen

STAP 1: bepaal de klant zijn "readiness to change" (volgens model van gedragsverandering)

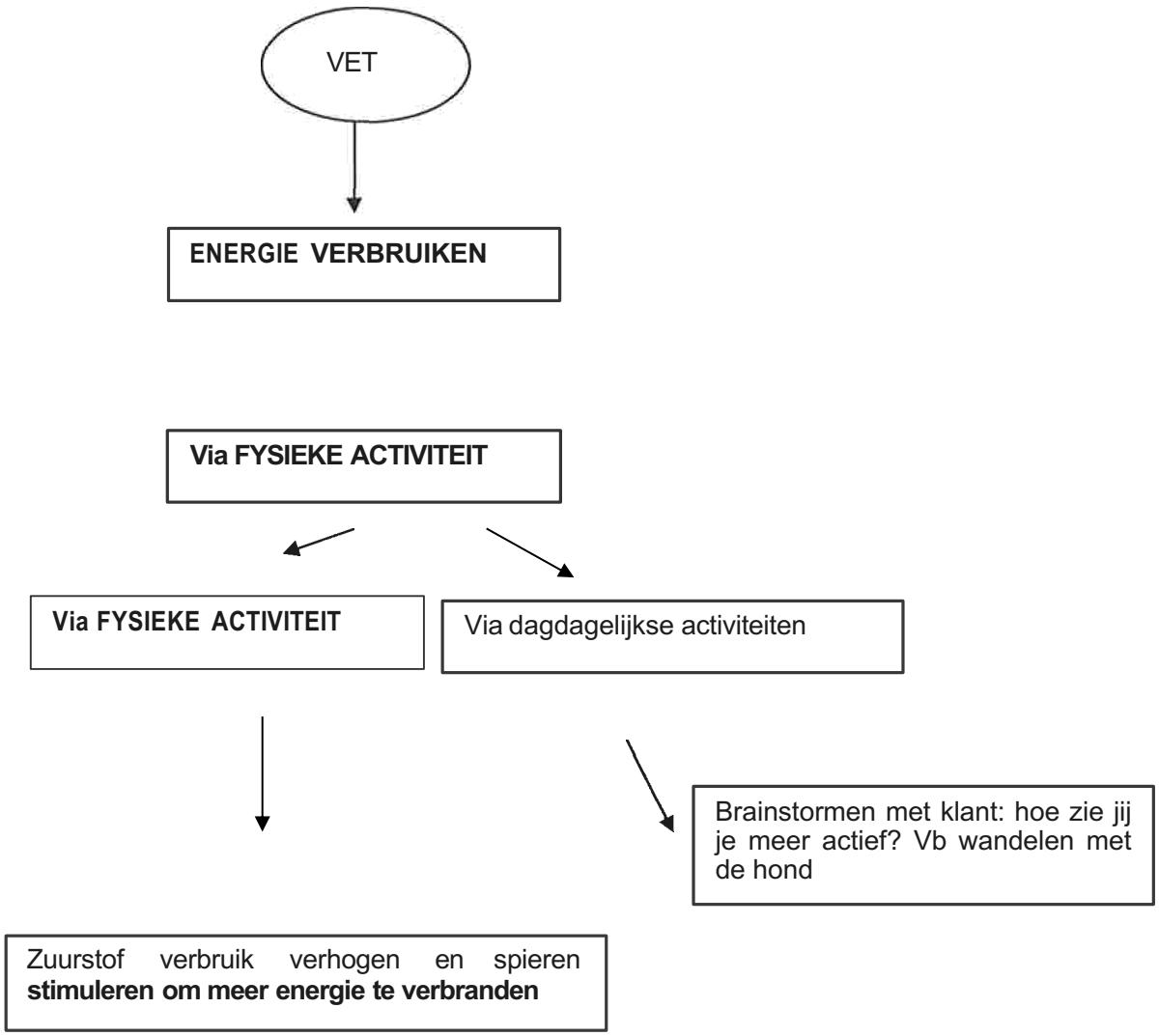
➡ maak hierbij gebruik van open vragen

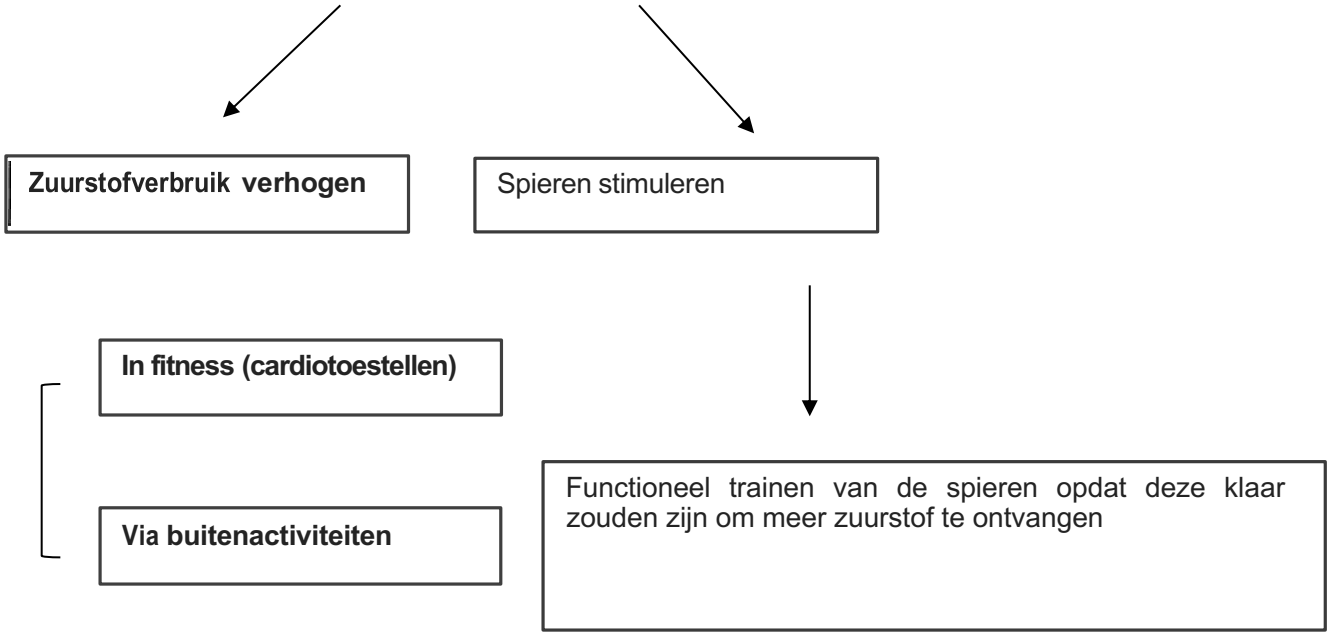
STAP 2: bediscussier met de klant de voordelen van fysieke activiteit (volgens noden van de klant — wat vindt hij belangrijk?)

STAP 3: bepaal de doelstellingen

Om een gesprek aan te gaan met de klant en zijn doelstellingen te formuleren, wordt gebruik gemaakt van de descriptieve methode

Een voorbeeld: een dame komt naar Personal Trainer X om gewicht te verliezen





6.2.3 **Optimaliseren van de relatie tussen Personal Trainer en** klant

Een Personal Trainer is **een belangrijke motivator** voor de klant. Hij is een spilfiguur in het verhogen van het zelfvertrouwen en het stimuleren van de paraatheid (de readiness) van de klant om zijn gedrag te veranderen.

De Personal Trainer dient het bewustzijn van de klant over de voordelen van regelmatig fysieke activiteit en een gezonde en evenwichtige voeding te stimuleren. Men is ervan overtuigd dat elke mens de capaciteit heeft om zijn gedrag te veranderen; verschillende mensen hebben echter iemand nodig om hen hierbij te helpen. De Personal Trainer biedt dan ook de nodige tools aan om fysieke activiteit te kunnen integreren in het dagelijks leven.

Om de relatie met onze klant te optimaliseren dienen we ons volgende vraag te stellen:

Zitten we op vieze/fde goif/engte als onze *klant7*



Zender met boodschap | Storing - ruis | Ontvanger

Fig 6.3. Schematische voorstelling van communicatie

We hebben het daarnet al gehad over de verwachtingen van onze klanten en de uitdagingen waarvoor we worden geplaatst. Laten we nu eens nagaan hoe ons gedrag elke dag opnieuw kwaliteit kan uitstralen.

Kwaliteit begint in de eerste plaats bij **een goede eerste indruk.** De eerste indruk is beslissend en is wat men altijd blijft onthouden. De manier waarop we onze klant aanspreken, de eerste gebaren, de eerste woorden... zijn van essentieel belang voor de rest van het contact.

Wat zijn volgens jou de elementen waarvoor een klant bijzonder gevoelig is wanneer hij een eerste bezoek brengt aan een Personal Trainer die bepalend zijn voor en goede of een slechte eerste indruk?

Voor een goede eerste indruk:

- we stellen ons professioneel voor
- we gebruiken steeds de naam van de klant
- we stemmen onze lichaamstaal af op de klant: glimlach, oogcontact, stem
- wij passen ons taalgebruik aan
- we verlenen de klant al onze aandacht
- we reageren steeds kalm en vertrouwd

Het is niet altijd even gemakkelijk om met de klant te communiceren. Wat maakt **communicatie nu zo moeilijk?**

Iedereen heeft een verschillend beeld van de werkelijkheid. Dit beeld hangt af van een hele reeks elementen: onze opvoeding, onze ervaring, onze leeftijd, onze omgeving, ... We zien dus de zaken door onze eigen filters, onze eigen bril.

Daarom denken we vaak dat datgene wat wij begrijpen ook gemakkelijk door de klant zal worden begrepen.

Dat is niet waar!

De klant kan over een totaal verschillende bevattingsvermogen beschikken. Wij moeten dus een inspanning doen om ons meer in de klant te verplaatsen, om de werkelijkheid met zijn ogen te bekijken en om te ontdekken wat hij van ons verwacht wanneer we met hem communiceren.

We moeten steeds oppassen voor **misverstanden en interpretaties**

Opdracht: observatie (O) of interpretatie (I)?

	0	I
a. Het is mooi weer		
b. Hij kan risico's nemen		
c. Hij zegt dat hij het oneens is		
d. Hij drukt zich slecht uit		
e. Ik voel me moe		
f. Hij zal nooit aanvaarden om gecoacht worden		
g. Hij is ironisch wanneer ik met hem praat		
h. Hij glimlacht		
i. Hij kijkt naar omlaag terwijl ik met hem aan het praten ben		
j. Ik voel dat hij droevig is		
k. Hij wordt kwaad voor elke kleinigheid		
l. Hij volgt de richtlijnen		
m. Ik begrijp niet goed wat hij aan het doen is		

Oplossing:

a. *I — b. I — c. 0 — d. I — e. 0 — f. I — g. I — h. I — i. 0 — j. 0 — k. I — k. I — m. 0*

De impact van de non-verbale taal

Opdracht:

Beeld je even in. Je komt voor de eerste keer in je leven iemand tegen. Je krijgt meteen een massa informatie. Welk gedeelte wordt gedragen door:

» de woorden als dusdanig (inhoudelijk)?

- de manier waarop de woorden uitgesproken worden: de tonaliteit, het tempo (snelheid), het volume, ...?
- de lichaamstaal: houding, gebaren, mimiek, kleding, ...?

Maak hiervoor een schatting en teken deze verhoudingsgewijs op het diagram hieronder



Bij een face — to — face gesprek

Wordt 55% van het gesprek bepaald door de gelaatsuitdrukking, mimiek, houding, gebaren en bewegingen

Wordt 38% van het gesprek bepaald door de stem. intonatie, ritme en volume

Wordt **slechts 7%** van het gesprek bepaald door de inhoud

Bij een telefonisch gesprek

Wordt 55% van het gesprek bepaald door de stem: intonatie, ritme en volume

Wordt 28% van het gesprek bepaald door de inhoud

Wordt 17% van het gesprek bepaald door de gelaatsuitdrukking, mimiek, houding, gebaren en bewegingen

Hoe je het zegt: enkele tips:

Spreeksnelheid	Relatief traag
Intonatie	Bemoedigend Niet scherp of hard Ondersteunend en behulpzaam
Toon	Zo laag mogelijk
Informeer naar het non-verbaal gedrag	Ik heb de indruk dat
Houding tegenover je gesprekspartner	Praat niet door elkaar Bouw op wat de andere zegt (niet ja maar...)

Tabel 6.2. Tips voor een betere communicatie

Actief luisteren

Je zou misschien verwachten dat je als luisteraar een passieve rol hebt. Luisteren naar de ander lijkt immers een passieve vaardigheid. Het tegendeel is waar: luisteren vergt juist veel inspanning. Om de boodschap van de ander goed te begrijpen, is het belangrijk om de essentie te achterhalen. Mensen denken al snel dat ze een ander wel begrijpen, terwijl ze het verhaal op hun eigen manier interpreteren. Je kunt dus als luisteraar wel degelijk een actieve rol oppakken.

In communicatie kan je drie lagen onderscheiden:

1. De inhoud van wat iemand vertelt

2. De **procedure** of de manier waarop iets wordt verteld

3. Het proces, de betrekkingen tussen de spreker en de luisteraar, en de gevoelens tijdens de communicatie

Alle drie de lagen zijn steeds aanwezig wanneer er wordt gecommuniceerd

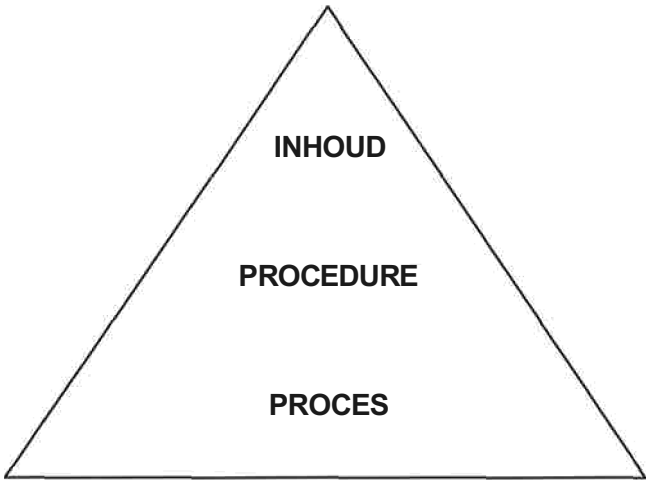


Fig. 6.4. schematische voorstelling van de communicatiepiramide

Actief luisteren kan je onderverdelen in drie technieken die samenhangen met de lagen van de communicatiepiramide.

1. Essentie van de boodschap begrijpen door vragen te stellen
   INHOUD

2. Toetsen of je de boodschap hebt begrepen door samen te vatten en te herformuleren
   PROCEDURE

3. Bewijzen dat je de gevoelens van de ander begrijpt door te reflecteren/empathie
   PROCES

" Vragen stellen *(INHOUD)*

Vragen stellen is een techniek waarmee je informatie verkrijgt over de inhoud van bijvoorbeeld een opdracht of over een aanpak. Vragen zetten de ander aan het denken en helpen om een vraagstuk te verhelderen en om gedachten, wensen, motivatie of ideeën onder woorden te brengen. Je kunt door de juiste vragen te stellen er beter achter komen wat de essentie is van wat iemand bedoelt.

Wat het effect van een vraag is, hangt sterk af van het soort vraag

Vragen zetten aan tot denken

Voorbeelden van open vragen om verandering op gang te brengen

1. Nadelen van de status quo

- Wat verontrust je omtrent de huidige situatie?
- Wat doet je denken dat je iets moet doen aan je (...gewicht, beweging, alcoholgebruik, rookgedrag,...)
- Welke problemen en moeilijkheden heb je gehad in verband met je...
- Wat ziet je omgeving of jij zelf als redenen voor bezorgdheid in verband met je...
- Op welke wijze verontrust je dit?
- Hoe weerhield je dit om te doen wat je wilde doen in dit leven?
- Wat denk je dat er gebeurt als je niets verandert?

2. Voordelen van verandering

» Hoe wil je dat de dingen er anders gaan uitzien"?

» Wat zijn de voordelen als je.... gewicht verliest?

- Hoe wil je dat je leven eruit ziet over 5 jaar?
- Als je deze verandering onmiddellijk, als bij een mirakel, kon waarmaken, wat zou dan de beter zijn?
- Het feit dat je hier bent betekent dat tenminste een deel van jou denkt dat het tijd is er iets aan te doen. Wat zijn de belangrijkste redenen die je hiervoor ziet.
- Wat zou het voordeel zijn om ...

3. Optimisme over verandering (zelfeffectiviteit)

- Wat doet je denken dat als je beslist te veranderen, dat het je lukt?
- Wat geeft je vertrouwen dat als je wil veranderen je dat ook kunt?
- Wat denk je dat zou werken voor je als je zou beslissen te veranderen?
- Wanneer heb je nog ooit een belangrijke verandering doorgevoerd? Hoe deed je dat toen?
- Hoe veel vertrouwen heb je in je zelf dat je dit kan?
- Welke persoonlijke sterktes heb je die je zullen helpen te slagen?
- Wie kan je helpen, steunen ?

4. Intentie tot gedragsverandering

- Wat vindt je van je. ...op dit moment?
- Ik zie dat je je ...slecht, rot... voelt op dit moment. Wat moet er veranderen?
- Wat denk je dat je zou kunnen doen?
- Hoe belangrijk is dit voor jou? Hoezeer wil jij dit (doen)?
- Wat ben je bereid te proberen?
- Van de mogelijkheden die ik vernoemde, welke denk je dat het best bij jou past?
- Zonder stil te staan bij "hoe", op dit ogenblik — wat zou je willen dat nu al gebeurd was?
- Zo, wat ben je van plan te doen?

"Samenvatten/herformuleren ***(PROCEDURE)***

Met een samenvatting heb je gehoord wat de ander heeft verteld en heb je laten merken dat je de ander hebt begrepen. Op die manier kan je het gesprek afronden. Je kunt hierbij de belangrijkste conclusies, beslissingen, consequenties of maatregelen benoemen.

De reactie van de ander op een goede samenvatting van jou zal zijn dat hij antwoordt met een 'ja'. Wanneer je een aantal keer achter elkaar raak samenvat, krijg je als het ware een soort 'ja'reeks. Een ja-reeks levert een opbouwende sfeer op.

Hoe je het zegt:

- heel luchtig
- pauzering:
    - o begrijpend (hummen). Pas op! Wanneer je regelmatig humt zonder actief te luisteren verlies je de klant om verder te praten en zal je tijd verliezen. Blijf je dus ten allen tijd concentreren
    - o korte pauzes inlassen — 2 seconden regel
- niet te enthousiast

» niet te hoog spreektempo

- lage toon

Samenvatten/herformuleren is de kern teruggeven

** Reflecteren/empathie* ***(PROCES)***

Je probeert te begrijpen hoe de ander zich voelt en zegt dit tegen hem of haar. Door te reflecteren laat je merken dat je begrip hebt voor hei gevoel van de ander. Reflecteren doe je als je ziet dat de ander bezet is door emoties en daardoor niet kan of wil nadenken.

Door het geven van een aantal reflecties achter elkaar help je iemand om zijn motivaties en emoties te uiten. Het uiten van emoties maakt iemand 'leeg'. Je kunt namelijk niet goed denken of werken wanneer je vol zit met emoties. Pas als de ander alles heeft kunnen uiten wat op dat moment van belang is, staat hij open voor mogelijke oplossingen of alternatieven. Dan pas kan je een goed gesprek voeren over de inhoud.

Reflecteren/empathie: weergeven of spiegelen van gevoel

Hoe je het zegt: enkele tips:

Spreeksnelheid	Relatief traag
Intonatie	Heel gemoedelijk Niet scherp of hard Ondersteunend en behulpzaam
Toon	Zo laag mogelijk
Pauzering	Regelmatig hummen Twee seconden regel
Gevoelens herkennen en benoemen	

Tabel 6.3. Tips om empathie te tonen in een gesprek

Nog enkele algemene tips:

» luisterhouding en oogcontact

- hummen en bevestigend knikken
- seconden regel
- samenvatten
- verkennende vragen stellen
- lichaamstaal interpreteren
- gevoelens herkennen en benoemen

7 stellingen om over na te denken

1. Er is veel nodig om het vertrouwen van een klant te winnen doch weinig om dit vertrouwen te verliezen

2. Een klant heeft geen interesse in jouw slecht humeur

3. Vriendelijkheid doet verkopen

4. Verras je klant in woord en daad

5. Een Verloren klant, tien verloren klanten

6. Kleine fouten hebben grote gevolgen

7. Een tevreden klant is een trouwe klant

Verschillende psychologische "rollen"

Voor de bespreking van de verschillende psychologische rollen die voorkomen in de relatie tussen Personal Trainer en klant doen we beroep op de theorie van de transactionele analyse.

"Transactionele Analyse is een theorie van persoonlijke en systematische psychotherapie voor persoonlijke groei en verandering."

De transactionele analyse (Berne, 1950) wil een antwoord bieden op volgende vragen:

- Hoe functioneren mensen psychologisch?
- Hoe communiceren mensen en waardoor ontstaan communicatiestoringen?
- Hoe kunnen beslissingen in de jeugd invloed hebben op het gedrag op latere leeftijd met pijnlijke gevolgen

De filosofie van de theorie gaat ervan uit dat mensen ok zijn (ik ben ok en jij bent ok) en dat mensen hun eigen lot bepalen door middel van besluiten. Mensen kunnen altijd terugkomen op de al gemaakte beslissingen.

Het structureel model van egotoestanden

De TA onderscheidt drie ***egoposities*** die in elk persoon verenigd zijn: de ***ouder***, het ***kind*** en de ***volwassene***. Vanuit deze posities kunnen transacties met de ander plaatsvinden.

Er wordt onderscheid gemaakt tussen de zgn. complementaire transacties en gekruiste transacties.

Egoposities kun je zien, ze zijn observeerbaar.

Let bij observatie op volgende aspecten:

- taalgebruik
- toon
- houding en gebaren
- de situatie.



Fig 6.5. De egotoestanden van de transactionele analyse

Opdracht:

Schrijf 3 voorbeelden op van de laatste 24 uur. Maak een tabel met gedragsindicaties voor jouw ik toestanden.

- Soms voel, denk en gedraag je je als kind van vroeger.
- Soms voel, denk en gedraag je je als je ouders.

  Soms reageer je direct op het hier en nu met alles wat je nu bent.

Ouder en Kind zijn echo's uit het verleden, Volwassene is een reactie vanuit en in het heden.

Dan zijn er nog 2 egoposities die onderverdeeld kunnen worden.

Dat is Kind: die kan onderverdeeld worden in het aangepaste Kind, het rebelse Kind en het Vrije Kind.

De Ouder kan onderverdeeld worden in de Kritische ouder en de Voedende Ouder.

Het functionele model van de egotoestanden

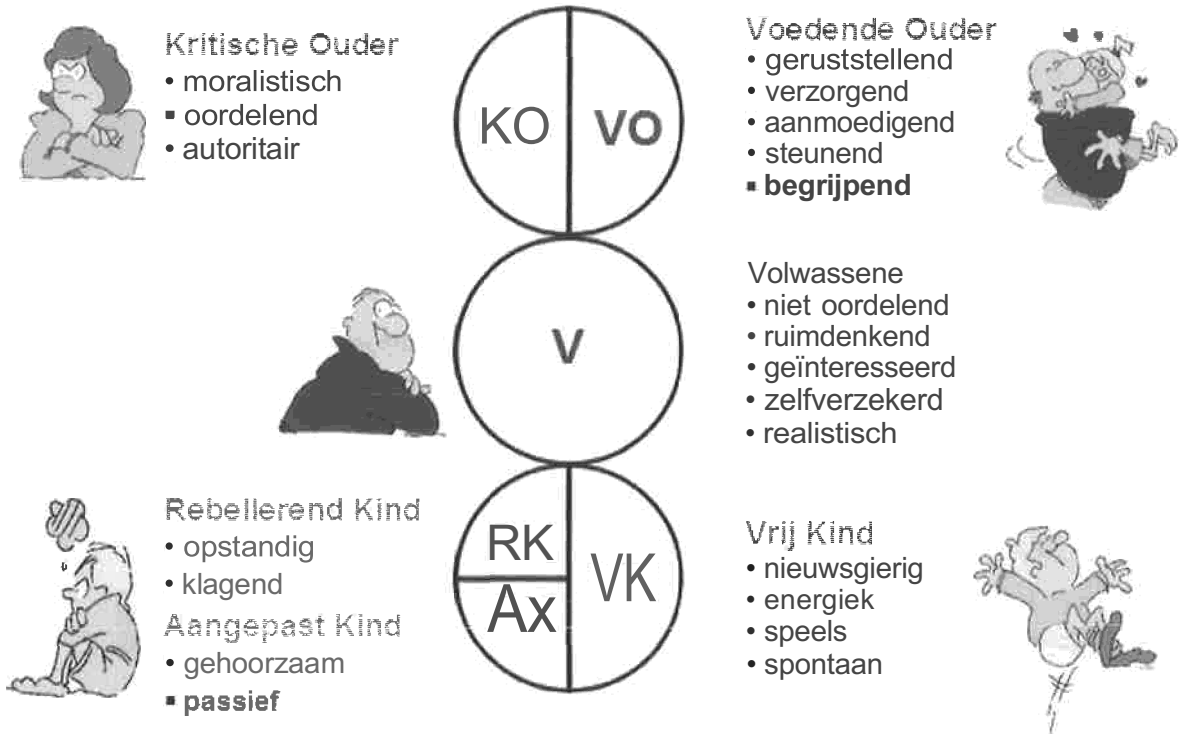


Fig 6.6. Het functionele model van de egotoestanden

We bespreken nu de verschillende vormen van communicatie rekening houdend met de egostates.

Complementaire transacties

In complementaire transacties is er sprake van een evenredige vorm van transacties. Bijvoorbeeld: een volwassene-volwassene transactie zoals aangegeven in het schematische voorbeeld. De praktische uitwerking daarvan kan de volgende korte dialoog zijn.

De klant vraagt vanuit zijn volwassene-egopositie: *"Wanneer is onze volgende training?"* en dan kan de Personal Trainer vanuit zijn volwassene-positie reageren met: *"Zaterdag om 10u 's ochtends."*

Het antwoord op de stimulus is passend en zoals verwacht. De communicatie is open en kan doorgaan

Hier zijn nog enkele voorbeelden van complementaire reacties:



Fig 6.7. Complementaire reacties

Gekruiste transacties

In een gekruiste transactie is er sprake van een mismatch van egoposities. De egopositie die de ene aanspreekt bij de ander, is een andere dan waar de ander bij de ene aan appelleert. In de schematische weergave wordt dat weergegeven als iemand die vanuit zijn ouder het kind in de ander aanspreekt, terwijl deze vervolgens reageert vanuit zijn kind en een appel doet aan het kind bij de ander. In de praktijk zou dat als volgt kunnen worden verbeeld:

Klant vanuit ouderpositie: "Het is al meer dan een maand geleden dat we samen een training hebben gehad en ik zie dus nog altijd geen resultaten. Jij bent nochtans mijn coach dus het is jouw taak om me te helpen!"

Personal Trainer vanuit volwassenenpositie: "Ja dat klopt maar je bent wel enkele keren niet naar de training kunnen komen de laatste 4 weken"

Gekruiste transacties worden in de TA beschouwd als niet effectief.

Het antwoord op de stimulus is niet zoals verwacht. De communicatie stopt of verandert

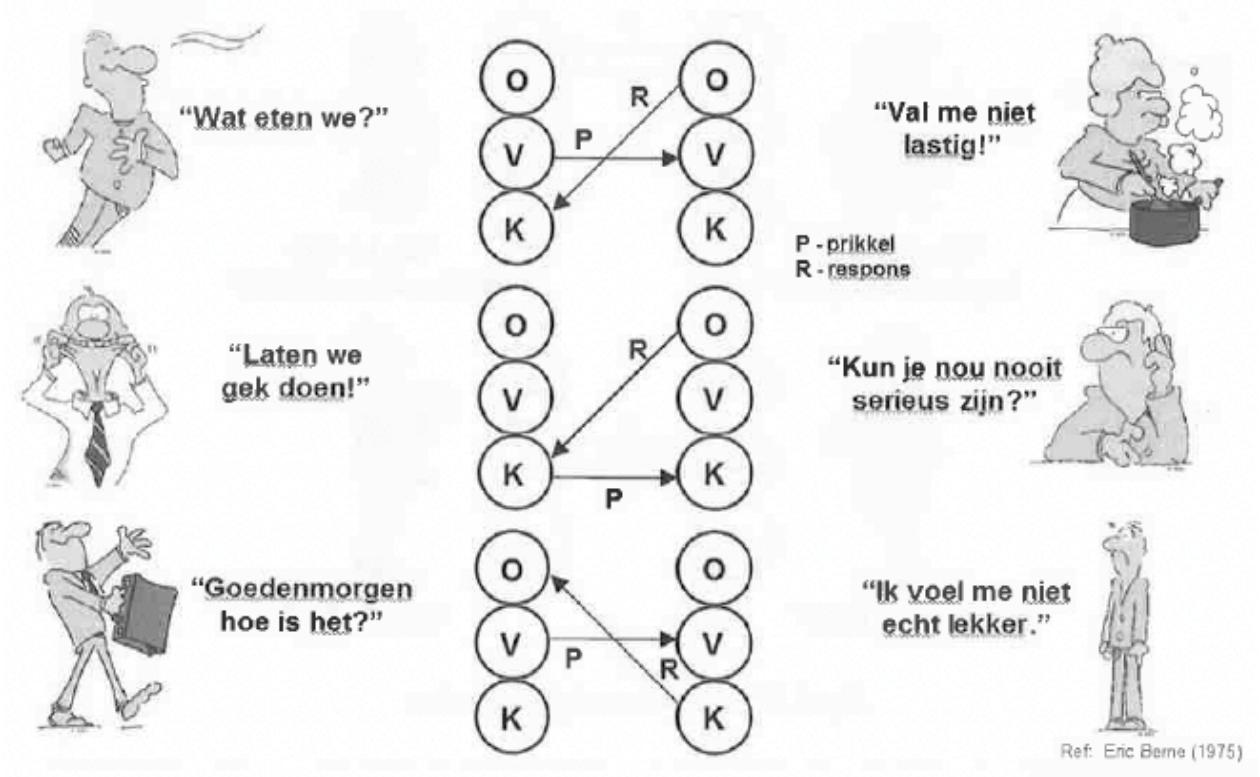
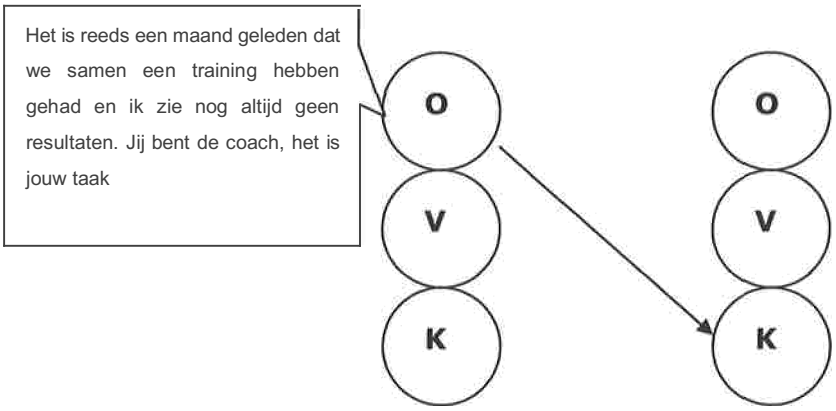


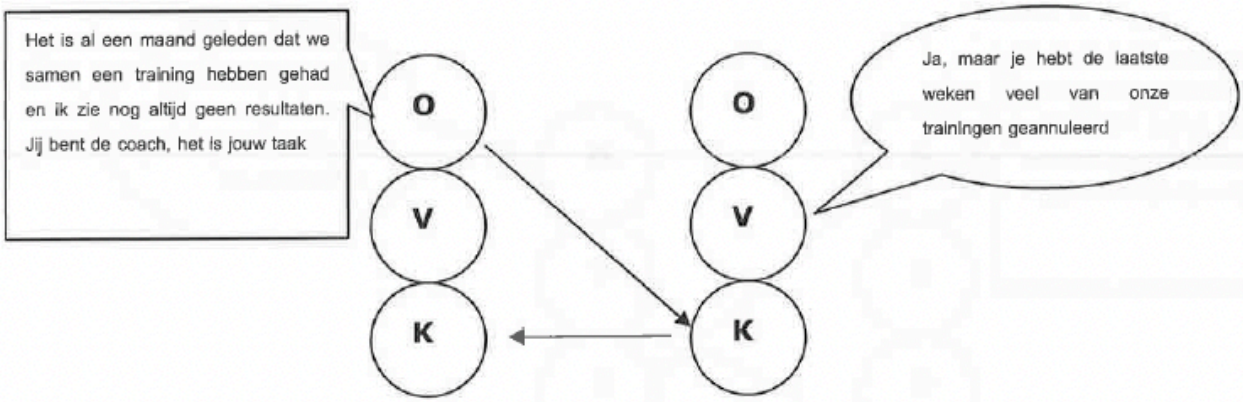
Fig 6.8. Gekruiste transacties

Laten we even teruggaan naar bovenstaand voorbeeld

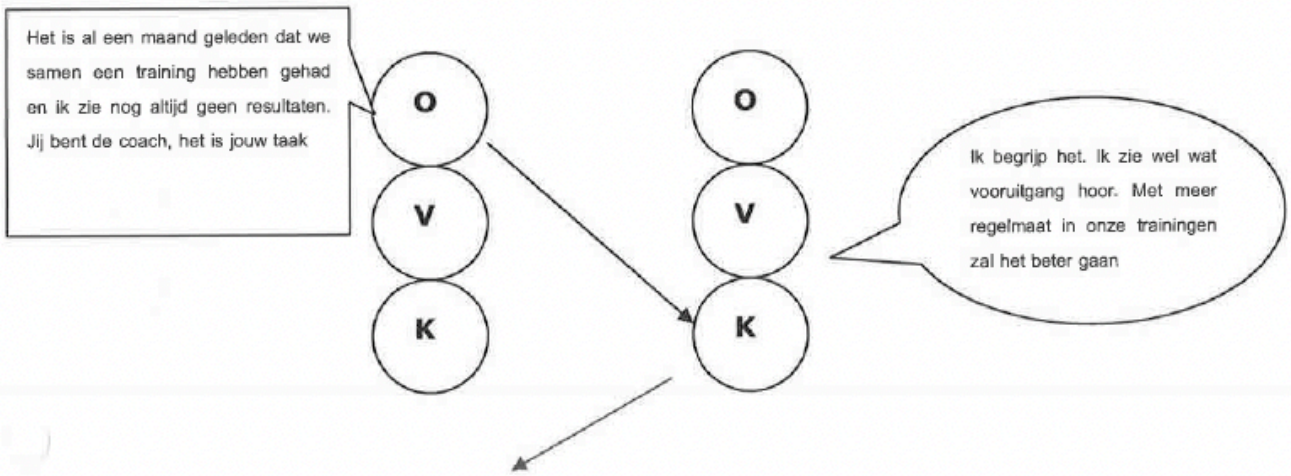


We kijken naar verschillende mogelijke reacties van de Personal Trainer. Stel je even in de plaats van de klant. Met welke reactie zou jij het meest tevreden zijn?

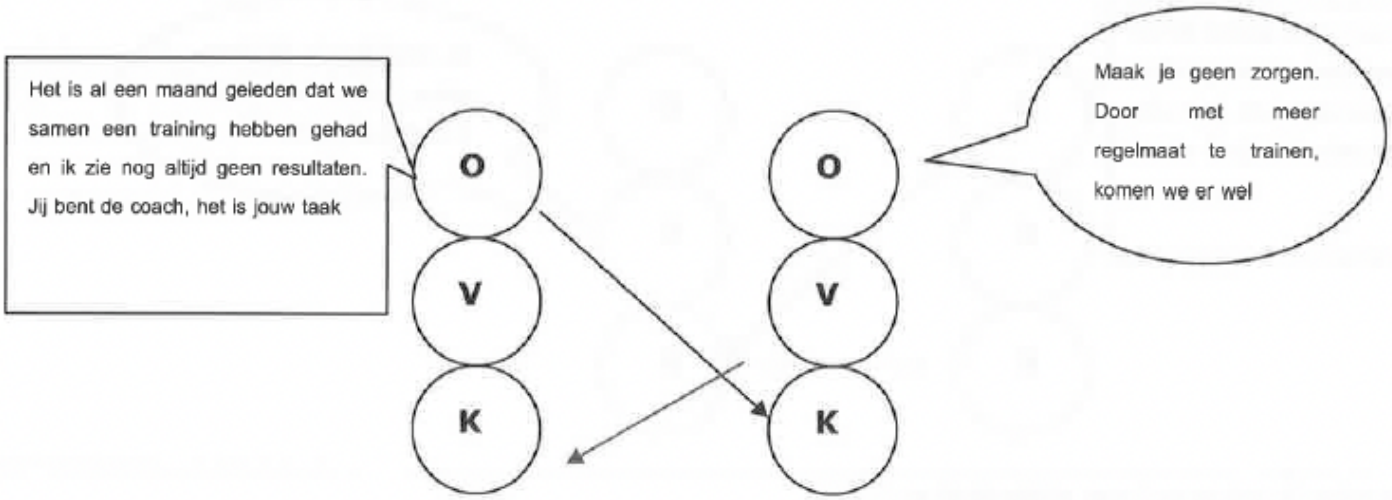
Reactie 1: antwoord van volwassene -> volwassene



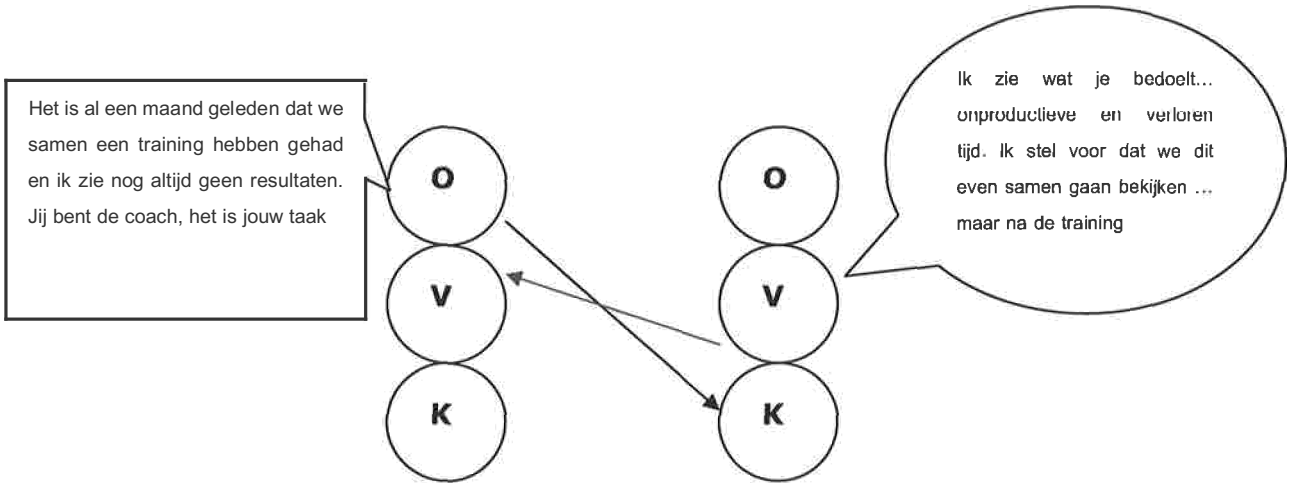
Reactie 2: antwoord van volwassene -> kind

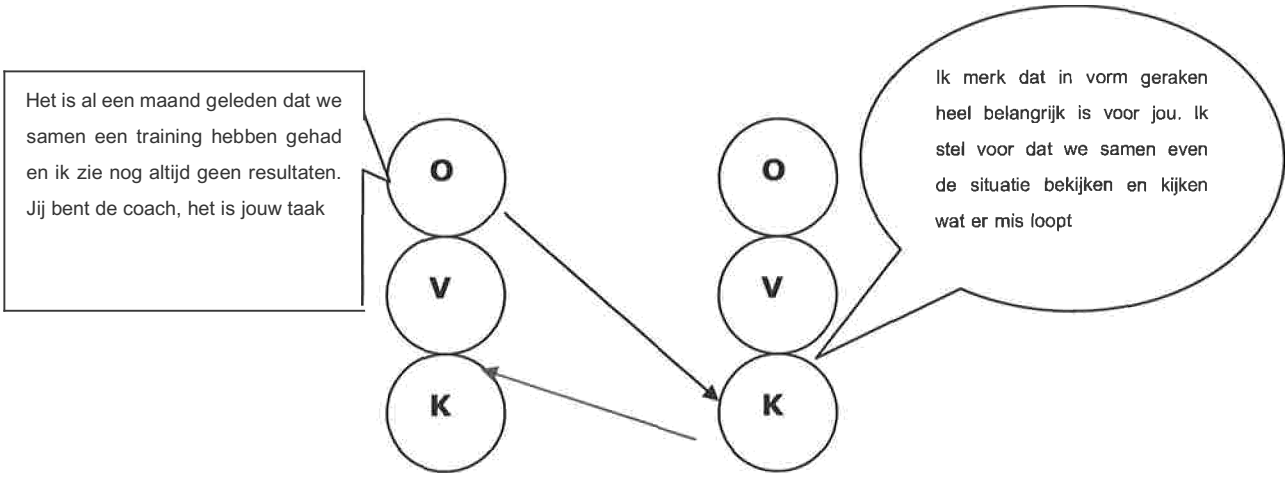


Reactie 3: antwoord van ouder -> volwassene



Reactie 4: antwoord van volwassene -> ouder





Met welke reactie zou je als klant het beste voelen?

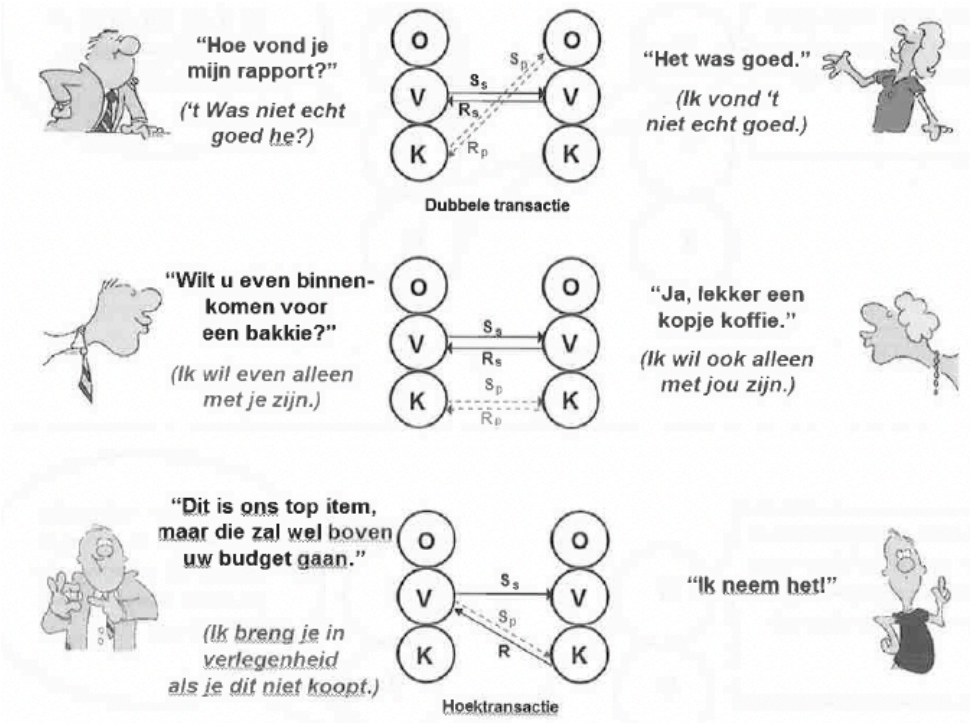
De praktijk leert ons dat indien we antwoorden naar dezelfde egostate, de communicatie het beste verloopt

Dwz. Indien mensen je toespreken vanuit hun “ouderpositie” is het van belang te antwoorden aan deze ouderpositie (en liefst vanuit de volwassen egostate)

Transacties met bijbedoelingen

Het overbrengen van twee boodschappen tegelijkertijd

- openlijke boodschap: sociaal niveau
- « verbogen boodschap: psychologisch niveau



De non-verbale taal heeft een enorme impact op onze communicatie. Dit blijkt uit bovenstaande voorbeelden.

De dramadriehoek

De ***dramadriehoek*** of Karpman-driehoek is een vrij bekend begrip afkomstig uit de TA en eentje die ook tegenwoordig nog vaak wordt gebruikt.

In de dramadriehoek wordt ervan uit gegaan dat een mens tijdens transacties één (of meer) van drie rollen kan vervullen: de ***Aanklager***, de ***Redder*** of het ***Slachtoffer***. Het is een methode voor het analyseren van bijvoorbeeld discussies of meningsverschillen.



Toegepasf op de communicatie klant — Personal Trainer

Klant als slachtoffer:

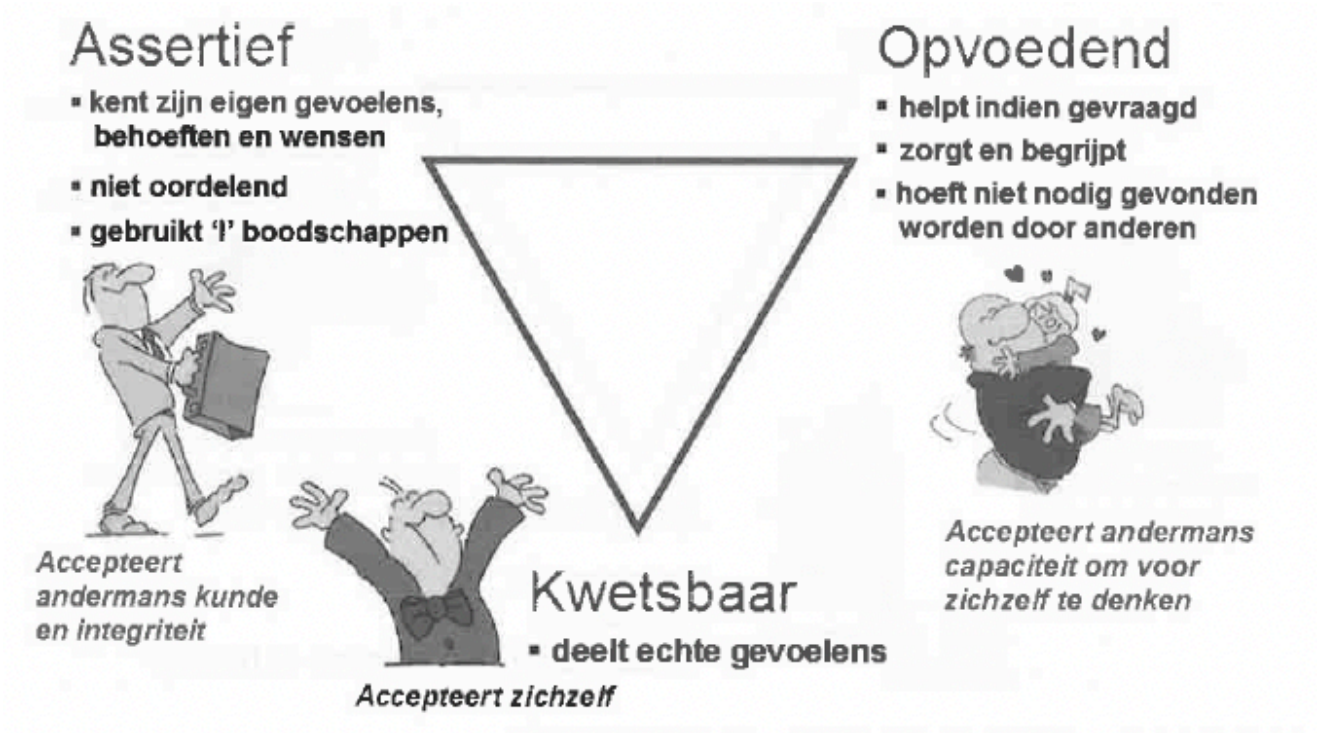
- verwacht dat Personal Trainer een antwoord weet op al zijn vragen
- stelt zich zeer afhankelijk op
- " doe iets voor mij... vind oplossingen voor mij..."

Personal Trainer als redder:

- erkent niet dat klant ook voor zichzelf kan zorgen
- denkt dat de klant helemaal niets weet

» " Ik ben de professional...de klant weet niets... ik moet hem helpen.. hij betaalt me om een goede service te verlenen..."

In plaats van de dramadriehoek moeten we in communicatie streven naar de **winnaardriehoek.**



Valkuilen

Valkuilen in het motiveringsproces

- Te snel gaan en/of het voortdurend onderbreken van de klant.
- Ongevraagde adviezen geven (Experten) en/of het geven van kritiek.
- Confronteren
- Het beoordelen (etiketteren), moraliseren, beschuldigen van de klant.
- Het wegpraten en/of ongevraagde optimistische voorspellingen geven.
- Ongeloof in de mogelijkheden tot verandering bij de klant
- Denken dat je als professional alles weet

» Je als Personal Trainer niet in de plaats kunnen stellen van de klant

- Fase van gedragsverandering niet erkennen bij de klant (met als gevolg het gebruik van niet geschikte motivatiestrategieën)

6.3 Mentale training

Het is algemeen aanvaard dat sportlui mentaal sterk moeten staan om blijvend op hoog niveau te functioneren. **Mentale vaardigheden** zijn minstens zo belangrijk als uithouding, kracht, tactisch inzicht en techniek.

Het is dan ook niet verwonderlijk dat steeds meer atleten en trainers beroep doen op een sportpsycholoog of een 'mental coach'. Toch bestaat hierover nog steeds heel wat onduidelijkheid. Zo wordt mentale training soms verkeerdelijk voorgesteld als een 'mentaal wondermiddel', de oplossing voor elk probleem. Niets is echter minder waar: voordat de vruchten van een mentale training geplukt kunnen worden, moet er heel wat geoefend worden. En zelfs dan blijft elke atleet grenzen hebben...

Mentale training is dus zeker geen garantie voor het behalen van medailles op wereldkampioenschappen of Olympische Spelen - mocht dat wel zo zijn, dan waren alle sportpsychologen topatleten! Het omgekeerde is echter wel waar: elke topatleet heeft heel wat mentale training doorgemaakt. Misschien niet altijd bewust, en vaak zonder te beseffen dat wat hij / zij doet onder de noemer 'mentale training' valt, maar het is onmogelijk om het maximum uit jezelf te halen als alle radertjes in de machine niet perfect in elkaar passen. En het mentale is daar zeker een van: doorzettingsvermogen, omgaan met stress, concentratie, goede communicatie met de coach en ploeggenoten... één voor één essentiële vaardigheden.

Het doel van mentale training kan dan ook het best omschreven worden als:

Atleten (en begeleiders) de nodige mentale vaardigheden aanleren en ondersteuning bieden zodat zij optimaal kunnen presteren

“Het is de mentale kracht die het verschil maakt tussen de uitzonderlijk goede atleet en de zeer goede atleet. Wanneer atleten zich klaar maken voor de 100 m zit er geen verschil in talent of training. Wat hen onderscheidt zit tussen de oren!”

(Frank Dick, atletiekcoach GB)

Elke mentale begeleiding van een atleet start bij het opmaken van een mentaal profiel. Dit betekent dat de Personal Trainer samen met de atleet zijn / haar sterke punten en werkpunten op mentaal vlak in kaart breng. Hiervoor is natuurlijk heel wat informatie nodig, welke meestal in drie stappen bekomen wordt.

1. Een gesprek met de atleet vormt het startpunt; uiteindelijk is de atleet de grootste expert in zichzelf. Soms kan een bijkomend gesprek met de trainer, de ouders, of andere belangrijke personen plaatsvinden om ook van hen informatie te verzamelen.

2. Eventueel kunnen enkele **psychologische vragenlijsten** en tests afgenomen worden om nog meer informatie te verzamelen, bijvoorbeeld over persoonlijkheid in het algemeen, motivatiestijlen, stress en stresshantering...

3. Tenslotte kan het nuttig zijn dat de Personal Trainer de atleet observeert op het terrein, bijvoorbeeld **tijdens trainingen** of wedstrijden.

Nuttige basisvaardigheden van* mentale *training

* **Positief denken:** Dit talent behoeft geen uitleg. Men blikt beter met een positieve instelling naar een wedstrijd. Door middel van eenvoudige technieken kan men de grootste uitdaging het hoofd bieden.

” **Visualisatie:** Het talent om bepaalde situaties geestelijk op te roepen. Op die manier kan men alle omstandigheden de baas.

” **Spanning:** Soms is men te gespannen voor competitie, soms niet gespannen genoeg. Onder druk presteert men of 30% minder of 30% beter. U doet er dus goed aan op zoek te gaan naar uw ideale spanningsniveau.

* Communicatie: Goede afspraken maken goede vrienden. Men moet correcte afspraken maken met zijn omgeving om gedegen te trainen. Dit vergt een grote dosis assertiviteit.

” Concentratie: Het is niet altijd even gemakkelijk gericht te denken in de aanloop naar en tijdens een wedstrijd. Men laat zich beter niet afleiden.

De vaardigheid van een sporter, om zijn aandacht te richten op een taak die voorhanden ligt, is een essentieel onderdeel van een optimale prestatie. Een optimale prestatie kan indirect beïnvloed worden door zowel **interne als externe stimuli** omdat beiden de concentratie van de sporter beïnvloeden. Het ‘boe'-geroep van het publiek of de flitser van een fotocamera zijn voorbeelden van externe stimuli die de sporter in zijn prestatie kunnen aantasten. Storende interne stimuli zoals het hebben van een vermoeid lichaam zijn afleidende lichamelijke gewaarwordingen, maar ook het hebben van negatieve gevoelens en gedachten zijn zaken die de sporter uit zijn concentratie kunnen halen.

<u>Vijf technieken ter bevordering van de concentratie</u>

Er bestaan verschillende concentratietechnieken voor sporters in competitieve situaties. Een vijftal van deze technieken zal in deze paragraaf kort besproken worden.

Preprestatieroutines

Preprestatieroutines zijn systematische fysieke patronen en een geplande reeks van gedachten die een sporter gebruikt ter voorbereiding van een wedstrijd. Routines helpen sporters hun concentratie te verwisselen van taakirrelevante gedachten naar taakrelevante gedachten. Tennissers vinden het bijvoorbeeld prettig een aantal keren de bal te stuiteren voordat ze beginnen aan de opslag. Maar zo zijn er ook individuele routines zoals een sporter die zijn veters drie keer moet strikken ter aanvang van een wedstrijd.

Relaxatietechnieken

Relaxatietechnieken zijn vooraanstaande technieken die gebruikt worden om de angst en druk die sporters ondervinden onder controle te houden. De meeste sporters zullen op zijn minst enige vorm van angst voelen tijdens een wedstrijd. Het is het controleren van deze angst en het als voordeel te gebruiken die de topsporters van non-topsporters doet onderscheiden. Hierbij worden veelal meditatietechnieken en ademhalingstechnieken beoefend, die ervoor zorgen dat sporters rustig worden en weinig opwinding ondervinden. Door tijdens deze oefeningen angstige en stressvolle stimuli toe te voegen kunnen de sporters leren hier rustig mee om te gaan en zich er niet door te laten afleiden.

Visualiseringstechnieken

Visualisatie is een vorm van mentale preparatie voor een wedstrijd. Getrainde topsporters hebben de vaardigheid om voor aanvang van een wedstrijd beelden te vormen en deze te controleren. Zij visualiseren bepaalde belangrijke momenten in de wedstrijd bijvoorbeeld de afsprong bij de start van zwemmers, of het zien en voelen van de perfecte service. Dit om irrelevante gedachten en gevoelens te zuiveren en om de aandacht te richten op het moment waarop een perfecte prestatie geleverd moet worden.

Het stellen van doelen

Men onderscheidt drie verschillende doelen nl resultaatdoelen (winnen/verliezen), prestatiedoelen (individuele prestatie) en procesdoelen (beheersing of verbetering van een vaardigheid). Het stellen van deze doelen helpt sporters hun concentratie te richten op het hier-en-nu. Hierbij zijn prestatiedoelen en procesdoelen vooral effectief omdat deze duidelijk, specifiek en controleerbaar zijn. Dit in tegenstelling tot resultaatdoelen waarbij de sporter afhankelijk is van de kwaliteiten van de tegenstander.

Positieve zelfpraat

Sporters praten vaak tegen zichzelf tijdens trainingen en wedstrijden. Dit kunnen zowel zinnen als losstaande woorden zijn die hardop of in gedachten bijvoorbeeld gebruikt worden als aanwijzing of om zichzelf op te peppen. Deze positieve zelfpraat helpt de sporter hun aandacht op de voorhand liggende taken te focussen en niet relevante zaken hiermee te negeren.



Samenvatting hoofdstuk 6

Personal Training wil mensen helpen gezonder en evenwichtiger te leven. Mensen veranderen hun gedrag echter niet van de ene dag op de andere. Het vergt heel wat bloed, zweet en tranen om de knusse comfortzone te verlaten en zo een nieuwe uitdaging het hoofd te bieden. De Personal Trainer speelt een heel belangrijke rol in het veranderingsproces.

In het eerste deel worden de verschillende fasen van gedragsverandering besproken volgens het model van Prochaska en Diclemente. De rol van de Personal Trainer in elke fase wordt toegelicht en er wordt bekeken op welke manier je mensen volgens de fase waarin ze zich bevinden kunt begeleiden in hun gedragsverandering.

Vervolgens wordt het aspect van de klantgerichtheid besproken. Het belang van de eerste indruk en de impact van de non-verbale taal wordt verder toegelicht. Er wordt ook besproken wat “actief luisteren" juist inhoudt en welke technieken de Personal Trainer kan gebruiken om de communicatie met zijn klant te optimaliseren.

Het laatste deel van hoofdstuk 6 bespreekt het model van de transactionele analyse die als grondslag dient voor de analyse van gesprekken tussen Personal Trainer en klant. We gaan na op welke manier misverstanden in de communicatie ontstaan en hoe een Personal Trainer het best kan reageren op een negatieve reactie van zijn klant.

Hoofdstuk 7 biedt weer heel wat nieuws....

In het volgende hoofdstuk wordt bekeken hoe een Personal Trainer sessie praktisch in zijn werk gaat. Oefeningen worden voorgesteld ler *verbetering van de stabiliteit en de functionaliteit van het lichaam.*

Er wordt samen nagedacht over een mogelijke opbouw van een circuittraining waarbij men gebruik maakt van verschillende complementaire oefeningen. Hulpmiddelen zoals de bosu, de dynaband en de medussa worden uitvoerig beschreven en we maken kennis met hun ruime toepassingsmogelijkheden.

Dit hoofdstuk eindigt met enkele uitgewerkte voorbeelden van mogelijke Personal Trainingssessies waarbij' het doel van de training duidelijk aangegeven wordt.

Na het lezen van dit hoofdstuk zou je in staat moeten ziyn om zelf naar de fitnessvloer te trekken om daar de oefeningen in levende lijve te ondervinden en de nodige praktijkervaring op te doen als Personal Trainer.

Oefeningen

1. Wat is geen stelling van het transtheoretisch model van gedragsverandering?

    a) de verandering van een gedrag vraagt heel wat tijd en inspanning

    b) verandering een langzaam proces doorheen een reeks van 6 stadia.

    c) mensen kunnen hun gedrag slechts op een stabiele manier veranderen als ze erin slagen om de zes stadia van gedragsverandering met succes te doorlopen

    d) na een korte of lange periode van overwegingen en twijfel beslissen mensen uiteindelijk toch om hun gedrag te veranderen

2. Waar of niet waar?

1. Bij een telefonisch gesprek wordt 7% van het gesprek bepaald door de inhoud.

2. Tijdens de voorbeschouwingsfase heeft men geen interesse voor de gevolgen van het stellen van de ongezonde gewoonte

a) 1 en 2 zijn juist

b) 1 en 2 zijn fout

c) 1 is juist, 2 is fout

d) 1 is fout, 2 is juist

3. Wat maakt geen deel uit van een klantgerichte benadering

a) de klant komt altijd eerst

b) klachten op een juiste manier behandelen

c) empathie tonen voor de klant

d) reacties van klanten op een correcte en vriendelijke manier te woord staan

4. Waar of niet waar?

1. Mensen in de overwegingfase beseffen nog niet dat ze een probleem hebben en dat verandering nodig is.

2. De actiefase is een zeer onstabiele fase.

a) 1 en 2 zijn juist

b) 1 en 2 zijn fout

c) 1 is juist, 2 is fout

d) 1 is fout, 2 is juist

5. Verschillende aspecten zorgen ervoor dat een klant een goede eerste indruk kan krijgen van de Personal Trainer. Welk aspect zal zorgen voor een averechts effect?

a) Professionele voorstelling

b) Taalgebruik aanpassen aan die van de klant

c) Klant niet onmiddellijk aanspreken met de naam

d) Klant 'spiegelen'

6. Hieronder vind je 4 stellingen rond communicatie. Welke stelling is foutief?

a) in communicatie kan je drie lagen onderscheiden: de inhoud, de procedure en het proces

b) actief luisteren betekent het interpreteren van het verhaal van de andere persoon volgens de eigen inzichten

c) men kan de essentie van een boodschap begrijpen door vragen te stellen

d) door de woorden van de ander samen te vatten laat je zien dat je de ander goed hebt begrepen

7. In welke fase van gedragsverandering zijn volgende principes van toepassing?

1. mensen hebben de bedoeling om in de nabije toekomst hun gedrag te veranderen

2. het afwegen van de voor — en nadelen van een gedragsverandering is het belangrijkste proces in deze fase

a) overwegingfase

b) voorbereidingsfase

c) actiefase

d) voorbeschouwingsfase

8. Waar of niet waar?

1. Regelmatig hummen zorgt ervoor dat de ander zich begrepen voelt.

2. Elk individu doorloopt de verschillende stadia voor een gezondheidsgedrag op een ander tempo en op een verschillende manier

a) 1 en 2 zijn juisl

b) 1 en 2 zijn fout

c) 1 is juist, 2 is fout

d) 1 is fout, 2 is juist

9. Wat bedoelt men met ‘rationalisatie’?

a) het projecteren van de eigen problemen op anderen

b) consistent de problemen oppotten en de negatieve gevoelens niet op een juiste manier uiten

c) een perfecte doordachte verklaring zoeken ook al klopt deze totaal niet

d) projecteren van de eigen problemen op de anderen

10. Waar of niet waar?

1. Voor fysieke activiteit geldt dat slechts 15% van de mensen hervallen in de voorbeschouwingsfase.

2. Sociale steun en het geven van beloningen vormen een belangrijke techniek voor het volhouden van het gezonde gedrag in de onderhoudsfase

a) 1 en 2 zijn juist

b) 1 en 2 zijn fout

c) 1 is juist, 2 is fout

d) 1 is fout, 2 is juist

11. Wat is de derde stap in het eerste verkennend interview tussen klant en Personal Trainer?

    a) het bekijken van de voordelen van fysieke activiteit

    b) bepalen van de 'readiness to change'

    c) het opstellen van een beslissingsbalans

    d) het bepalen van doelstellingen

12. Wat is stimuluscontrole?

    a) een soort automatisch leren waarbij de link tussen ongezonde gedragingen en specifieke situaties wordt vervangen door een link tussen dezelfde situaties en gezonde gedragingen

    b) prikkels die ongezond gedrag kunnen uitlokken wegnemen en vervangen door nieuwe prikkels die gezond gedrag uitlokken

    c) beloningen geven voor het stellen van het gezonde gedrag

    d) het bereiken van tussendoelstellingen waardoor het vertrouwen in zichzelf groeit

13. Wat is geen kenmerk van de voedende ouder?

    a) geruststellend

    b) verzorgend

    c) ruimdenkend

    d) steunend

14. Waar of niet waar?

1. De dramadriehoek gaat ervan uit dat de mens tijdens transacties één of meerder rollen kan vervullen.

2. Bij een gekruiste transactie is het antwoord op de stimulus passend en zoals verwacht.

a) 1 en 2 zijn juist

b) 1 en 2 zijn fout

c) 1 is juist, 2 is fout

d) 1 is fout, 2 is juist

15. Welke mentale trainingstechniek wordt hier door een atleet toegepast: voor elke belangrijke volleybalmatch maakt Jan steeds een dubbele knoop in zijn schoenveters. Hij weet dat hij op die manier goed zal spelen

a) positieve zelfpraat

b) preparatieroutines

c) visualisatie

d) geen van bovenstaande antwoorden