



EKONOMIA BEHAWIORALNA W SŁUŻBIE PUBLICZNEJ

JEDEN Z WAŻNIEJSZYCH PROJEKTÓW EDUKACYJNYCH 2017

EKONOMIA BEHAWIORALNA



Znaczna część decyzji, które podejmujemy we wdrażaniu rozwiązań w zakresie usług publicznych, w projektowaniu przestrzeni miejskiej czy w innych procesach, w których ważni są obywatele, oparta jest o dane deklaratywne. Deklaracje co do potrzeb czy barier zbierane na przykład w trakcie konsultacji społecznych, są jednak tylko mniej lub bardziej trafnym odzwierciedleniem opinii i zachowań obywateli między opiniami i postawami a realnymi zachowaniami występuje często spory rozdźwięk. Postawa A nie przekłada się na wzorzec zachowania A, ale na B, niekoniecznie zresztą intencjonalnie.

Dlatego, jeśli chcemy projektować korzystne społecznie rozwiązania, zaspokajać potrzeby obywateli i wpływać na ich realne zachowania w większości przypadków niewiele przyjdzie nam z samych opinii deklaratywnych.

Jak więc zmieniać i modelować zachowania, wdrażać adekwatne rozwiązania? Pakiet potężnych możliwości dają narzędzia oparte o ekonomię behawioralną (BE).

Szkolenie jest praktycznym wprowadzeniem w narzędzia behawioralne, które, odpowiednio skonstruowane i wdrożone, pozwalają skutecznie zmieniać zachowania i projektować adekwatne procesy, usługi, miejsca. Za pomocą serii ukierunkowanych bodźców (tzw. *nudges* czy *zapalników*), których koszt jest często wielokrotnie mniejszy niż koszt dotarcia z komunikacją innymi kanałami, można szybciej i bardziej efektywnie modelować decyzje.

Na szkoleniu uczestnicy poznają szerokie spektrum metodologii BE na konkretnych przykładach i w różnych branżach komercyjnych, ale główny **nacisk położony będzie na usługi i procesy w sferze publicznej**.

Uczestnicy dowiedzą jak w różnych krajach funkcjonują **w sferze publicznej tak zwane Nudge Units – zespoły behawioralne** powoływane bądź to na szczeblu centralnym bądź lokalnym, **w celu rozwiązywania problematycznych i ważkich kwestii** np. nadmiernego zużycia wody, bezrobocia, wandalizm, przepustowości różnych kanałów w systemie opieki zdrowotnej, unikania płatności w transporcie publicznym. Spróbują także swoich sił w projektowaniu rozwiązań BE.

Celem szkolenia jest, by jego uczestnicy umieli zaprojektować lub zlecić (napisać brief i wykorzystać output w postaci wdrożenia) proces zmiany zmianę zachowań w oparciu o BE.

PO CO?



W skrócie, można powiedzieć, że ekonomia behawioralna i narzędzia z niej wyrastające pozwalają **analizować i zmieniać zachowania.**

Narzędzia BE oparte na heurystykach, pozwalają na:

- analizę i zrozumienie konsumenckich procesów decyzyjnych
- perswazyjną komunikację korzyści wywołującą pożądane zachowanie
- eliminowanie psychologicznych barier w zakupie i wykorzystywanie triggerów
- konstruowanie, testowanie i wdrażanie mechanizmów (tzw. zapalników) wywołujących decyzję
- świadome projektowanie architektury wyboru

JAK TO SIĘ ROBI?



Trzy typy projektów BE:

1. BE Lens Review

Proces weryfikacji bodźców, jakim poddajemy klientów, w odniesieniu do celu behawioralnego, który wyznacza nasze działania. BE Lens Review **może dotyczyć dokumentów** (np. mailingu, ulotki, strony www, danych z badań), **ale także procesu/procedury**. Zależnie od celu podstawą do BE Lens Review jest **materiał tekstowo-graficzny** (poddany analizie, opcjonalnie z eye trackingiem) **bądź dane obserwacyjne zbierane** zgodnie z odpowiednim protokołem.

2. BE Ideation

Warsztat ideacyjny, na którym wykorzystuje się zjawiska opisane przez BE **do generowania nowych rozwiązań**. Uczestnicy warsztatu wyposażeni w specjalne karty – na których jest opis mechanizmu i przykłady zastosowania w innych branżach - pracują w małych grupach tworząc własne pomysły. Rozwiązania są następnie weryfikowane i optymalizowane, oferujemy także wsparcie przy testowaniu i implementacji.

3. BE Problem Solution

Wieloetapowy proces badania, analizy i modelowania pożądanego zachowania – od postawienia hipotez behawioralnych po implementację rozwiązań. Proces BE Problem Solution zaczyna się od **analizy danych dotyczących konkretnych zachowań** – zastanych, jeśli istnieją, lub zebranych zgodnie ze specjalnym protokołem behawioralnym. W kolejnym kroku **wyznaczamy cel behawioralny**, czyli pożądanego zachowania np. żeby klient zwiększył częstotliwość zakupów z A na B, zaczął konsumować nasz produkt innej, nowej sytuacji. Tworząc ścieżkę behawioralną, czyli przejście od obecnego zachowania do docelowego, **przyglądamy się barierom i triggerom (1)** przez pryzmat heurystyk, które kształtują poszczególne zachowania. Przykładamy je do barier i triggerów starając się znaleźć mechanizmy możliwej zmiany zachowań. W kolejnym kroku **projektujemy zapalniki zakorzenione w heurystykach (2)**, czyli konkretne bodźce mające w sposób bezpośredni, bez przymusu, wywołać pożądaną zmianę. Wybrane, najbardziej obiecujące **zapalniki są testowane, optymalizowane (3)**, a na **końcu wdrażane (4)**.

KTO?



dr Agata Grabowska zajmuje się rozwojem metodologii behavioral change: w pracy akademickiej na Uniwersytecie Warszawskim i w praktyce biznesowej z klientami z kategorii: ubezpieczenia, telekomunikacja, napoje, finanse, a także z instytucjami publicznymi i NGOjami. Poprzednio związała była The Behavioral Architects w Sydney, gdzie zdobywała doświadczenia w stosowaniu behavioral change dla następujących klientów: Optus, Sydney Water, Energy Australia, AMP, Melbourne Metro Transit, Commonwealth Bank.

MATERIAŁY



Uczestnicy otrzymają **pakiet BE** w postaci:

- o kart z heurystykami,
- o manualu ich wykorzystania,
- o słowniczka podstawowych pojęć,
- o schematu-mapy ścieżki behawioralnej.

FORMATY



W zależności od indywidualnych potrzeb realizujemy różne formaty:

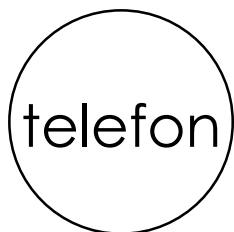
- o warsztaty: 1, 2 lub 3-dniowe skierowane dla standardowych grup warsztatowych liczących ok. 16 uczestników.
- o krótkie formaty inspiracyjne: 2-3 godziny skierowane do większych grup odbiorców 30 – 200 osób.

KONTAKT

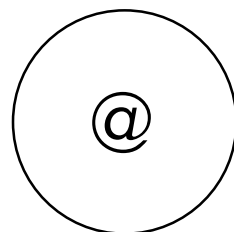


Szkolenia dedykowane na zlecenie Polskiego Towarzystwa Badaczy Rynku i Opinii obsługuje firma ORA&Funksters

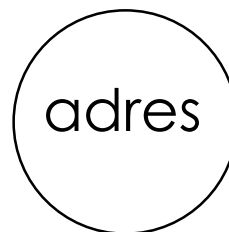
Zapraszam do kontaktu,
Agnieszka Piorun, agnieszka.piorun@ptbrio.pl



22 648 44 92



szkolenia@ptbrio.pl



ul. Szarotki 11
02-609 Warszawa



DZIĘKUJEMY