

Jak zmieniać zachowania?

Ekonomia behawioralna w praktyce.



szkolenie, 3 października 2019 r.



Agata
Romaniuk
Blink



Tematyka szkolenia

Znaczna część decyzji, które podejmujemy w zarządzaniu biznesem, oparta jest o dane deklaratywne, które są, mniej lub bardziej, trafnym odzwierciedleniem opinii konsumentów. I chociaż zrozumienie tego, jak klienci postrzegają naszą markę, usługę czy produkt, jest istotne na przykład przy planowaniu komunikacji, to między opiniami i postawami a realnymi zachowaniami występuje często spory rozdźwięk. Postawa A nie przekłada się na wzorec zachowania A, ale na B, niekoniecznie zresztą intencjonalnie. Dlatego, jeśli chcemy wpłynąć na realne zachowania naszych klientów, w większości kategorii niewiele przyjdzie nam z samych opinii - ostateczne decyzje konsumenci podejmują przy półce, w momencie wyboru usługi, czy w trakcie korzystania z produktu. Często myślą jedno, a robią drugie. Jak więc zmieniać i modelować zachowania, a nie tylko to, co ludzie mają w głowie? 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. Za pomocą serii ukierunkowanych bodźców (tzw. nudges, czyli zapalników), których koszt jest często wielokrotnie mniejszy niż koszt dotarcia z komunikacją innymi kanałami, można szybciej i bardziej efektywnie modelować decyzje konsumentów.

Na szkoleniu uczestnicy poznają szerokie spektrum metodologii BE na konkretnych przykładach i w różnych branżach. Spróbują także swoich sił w projektowaniu rozwiązań BE.

Szczegółowy zakres szkolenia

- Podstawy ekonomii behawioralnej: sposoby przetwarzania informacji, heurystyki i błędy poznawcze, reguły decyzyjne, ścieżka behawioralna (szanse, bariery, nudges); podstawowe pojęcia i ustalenia
- Wspólne omówienie case'ów wykorzystania BE w różnych branżach (m.in. w telekomunikacji, ubezpieczeniach, mocnych alkoholach, energetyce, farmaceutykach, e-commerce)
- Badania i analiza danych – jak i co zbierać pod kątem rozwiązań BE (teoria i ćwiczenia)
- Projektowanie zapalników BE (teoria i ćwiczenia)
- Testowanie i wdrażanie rozwiązań BE (teoria i ćwiczenia)

Podzieleni na grupy uczestnicy rozrysowują ścieżkę behawioralną i definiują cel dla wybranego problemu, określają zakres badań i analiz, zaprojektują rozwiązania BE oraz testy i schemat wdrożenia.

Zespoły prezentują rozwiązania, omawiamy je, szlifujemy wspólnie.

Do kogo kierowane jest szkolenie

Szkolenie jest kierowane do badaczy, UXowców, marketerów, pracowników agencji PR, agencji reklamowych i domów mediowych, osób pracujących w zarządzaniu sprzedażą i obsługą klienta, a także w sektorze publicznym i NGO'sach – wszędzie tam, gdzie ma się do czynienia z zachowaniami ludzkimi, które należy wzmacniać, modelować czy zmieniać.

Korzyści dla uczestników

Uczestnicy szkolenia poznają szereg przetestowanych i sprawdzonych narzędzi wywodzących się z nauk behawioralnych, w tym techniki oparte na 26 heurystykach poznawczych, które mają zastosowanie w komercyjnym i społecznym modelowaniu zachowań na dużą skalę. W trakcie szkolenia:

- dowiedzą się jak zbierać dane i prowadzić badania pod kątem BE
- dowiedzą się jak ustalać cel behawioralny i określać ścieżkę BE (szanse i bariery)
- nauczą się projektować rozwiązania behawioralne
- nauczą się, jak testować i wdrażać rozwiązania BE

W trakcie szkolenia podzielę się także case'ami z własnego doświadczenia z różnych branż (telco, energetyka, sektor publiczny, FMCG, transport) pokazując konkretne narzędzia i liczby świadczące o ich skuteczności.

Forma szkolenia

Szkolenie będzie miało charakter intensywnej sesji roboczej z elementami (krótkiej) prezentacji/wykładu. W czasie sesji roboczej uczestnicy będą poznawać narzędzia, sami je projektować i przygotowywać do testów i wdrożenia.

Stopień zaawansowania szkolenia:

Szkolenie przeznaczone jest dla osób o średnim i dużym doświadczeniu zawodowym, które w swojej pracy stykają się z problemami behawioralnymi i mają możliwość stosować narzędzia do ich rozwiązywania, czy to w punkcie sprzedaży, czy w kontakcie zapośredniczonym w innych punktach styku.

Prowadzi:



dr Agata Romaniuk
BLINK Spark A Change

uczy ekonomii behawioralnej na UW, prowadzi projekty z tego zakresu w stworzonej przez siebie agencji BLINK Spark a Change, gdzie odpowiada m.in. Wcześniej związania z The Behavioral Architects w Sydney, gdzie zajmowała się projektowaniem narzędzi opartych o BE, a poprzednio z agencją CPC i McCann Worldgroup. Specjalizuje się w strategiach marki i architekturze, a także w komunikacji. Współautorka serii raportów Teczka Trendów i autorka TrashBooka.

Tytuł: Jak zmieniać zachowania? Ekonomia behawioralna w praktyce

Data: 3 października 2019 r.

Miejsce: Centrum Szkoleniowe Wspólna, ul. Wspólna 56, Warszawa

Koszt do 12 września: 899 zł, później 990 zł netto

Kontakt: szkolenia@ptbrio.pl, 22 648 44 92

