

Pépité-café

Animé par Grenoble Ecole de Management

Comment le **nudge**
peut donner un **coup de pouce**
à l'**expérience client** ?



Le nudge

kezako ?

Un coup de pouce

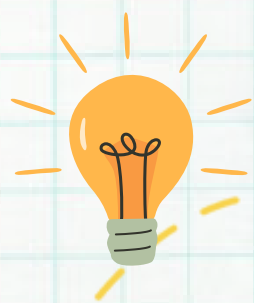


destiné à **aider les individus**
à **changer** leurs **comportements**
de façon plus conforme
à leurs **aspirations réelles.**

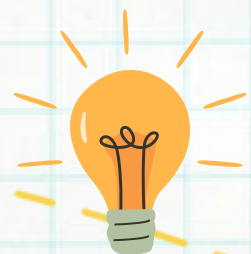
En bref

Le nudge : un outil de persuasion

Il y a 4 chemins de persuasion :

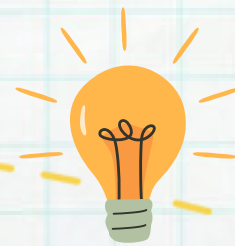


Le chemin affectif,
sur nos émotions

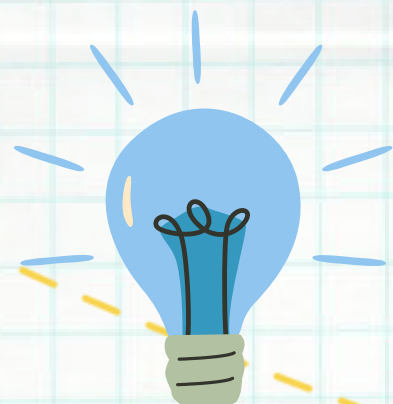


Le chemin logique,
argumenté & rationnel

Le chemin de l'imitation : prendre
une source, une star, pour l'imiter



Le chemin **automatique** :
c'est ici qu'interviennent **les nudges**



pour influencer les comportements

Kahneman,

ou les deux systèmes de la pensée

Pensées de type **1**

Automatiques & inconscientes

Comportements
spontanés

Pensées de type **2**

Contrôlées & conscientes

Comportements
réfléchis

Notre cerveau fait des **raccourcis**, il **filtre** :
la **nécessité** des **biais cognitifs**.

Biais de représentativité
Nos stéréotypes

Biais d'ancrage
1ère impression

**Le nudge se fonde sur les biais
cognitifs pour nous faire faire des
choses**

La recette du nudge



Un nudge doit
s'**adapter** au contexte
externe du choix
et aux limites humaines

Un nudge ne
fonctionne **pas**
pareil chez tout le
monde

Un nudge doit
procurer un **bénéfice**
Le nudge ne contraint pas

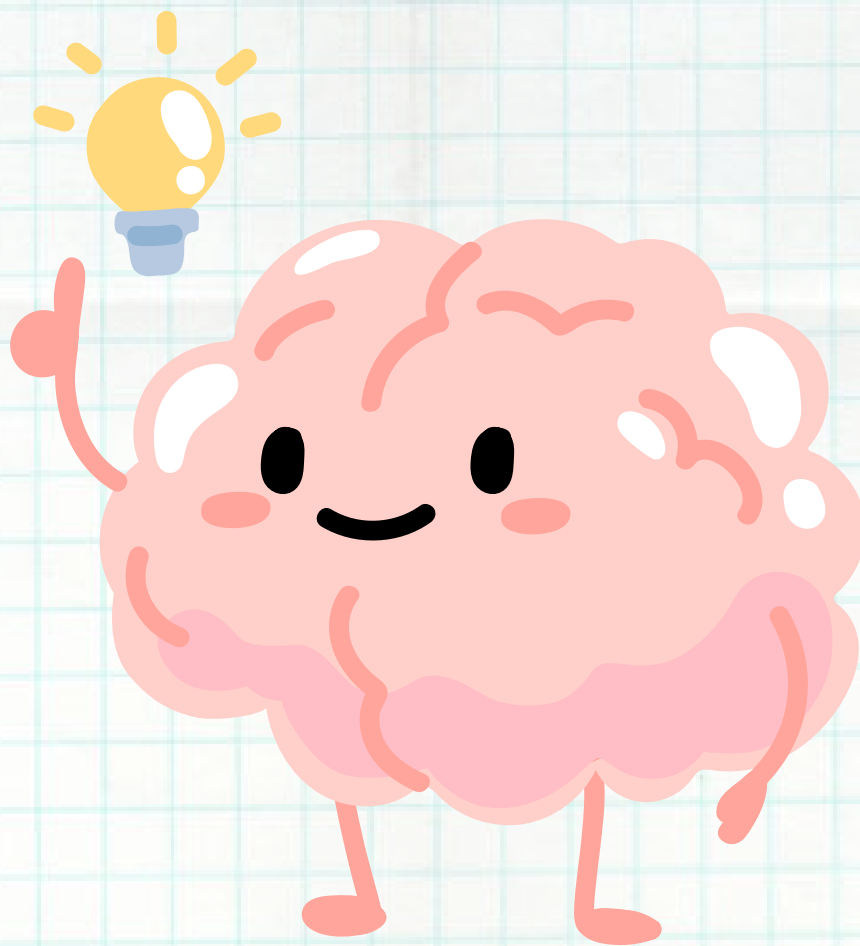
Un nudge **ne doit pas**
être éducatif

Comment faciliter

le changement de comportement

et **donc de l'expérience client**

avec des nudges ?



Méthode EAST

*Pour aller chercher ce chemin automatique
& passer d'une **intention** à une **action***

E comme Easy

Le cerveau privilégie toujours les comportements les plus faciles, ce qui est le plus simple pour lui.

Ex: Eviter de faire hésiter le cerveau avec trop de choix

A comme Attractif

Le cerveau privilégie ce qui paraît comme bénéfice.

Ex: Attirer l'attention, faire percevoir la valeur de l'attente...

S comme Social

Le cerveau privilégie les actions valorisées par notre groupe social.

Ex: Valoriser le conformisme et la norme sociale, jouer avec l'esprit de compétition du consommateur...

T comme Timely

Le cerveau privilégie l'immédiateté

Ex: Faire des rappels au bon moment, à la bonne heure...

Concrètement...

Easy

Améliorer le parcours de récla',
rappels, fluidité du parcours...

Attractif

Qualité de l'interface, le
bénéfice associé à la récla'
(*"Est ce que cela me sert à
quelque chose de réclamer ?"*)

La méthode EAST en récla'



Social

Commentaires & avis clients
qui influencent...

Timely

L'info en temps réel
& en temps voulu
(*Formulaire, envoi de questionnaire
de sat' au bon moment...*)

Pour conclure :

Le nudge,
outil limité ou relais de
créativité ?



Attention à ne pas s'appuyer
uniquement sur des éléments
irrationnels

Le **nudge** peut paraître assez limité mais
tous les outils qui permettent de faire du
nudge sont infinis : des **moyens légers**
pour des **résultats puissants** !

Merci à **Théo Baland**
& **Ivan Laurens**

pour l'animation de ce pépite café !

Toutes les dates de nos Pépite Cafés
sur notre site www.amarc.asso.fr

amarc



**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**