

# Applicare il nudging per migliorare le performance e il benessere organizzativo

Il termine «Nudge» è stato introdotto dai Nobel per l'economia R. H. Thaler & C. R. Sunstein che lo definiscono «L'atto di orientare, in modo gentile, i cittadini a prendere decisioni e attuare comportamenti più efficaci ed efficienti per sé stessi e per la collettività, senza però proibire la scelta di altre opzioni». L'idea alla base è che i comportamenti delle persone possono essere modificati intervenendo sul contesto nel quale vengono compiute le scelte, perché la razionalità individuale è soggetta a numerosi limiti e risente della modalità con cui viene presentata la scelta.

Essere "Architetti delle scelte" all'interno dell'organizzazione significa modificare in modo «gentile» il processo decisionale automatico delle persone, siano essi clienti o collaboratori, favorendo comportamenti che migliorino non solo il benessere ma anche la capacità di raggiungere obiettivi individuali e aziendali.

Il corso ha l'obiettivo di applicare l'approccio e le metodologie di Nudging a sostegno dei cambiamenti organizzativi, per incentivare nuovi comportamenti e processi, al fine di accompagnare l'evoluzione e la crescita dei team.

## OBIETTIVI

- Condividere approcci, metodologie ed esempi di progetti di Nudging in ambito aziendale
- Descrivere e mappare il processo decisionale che accompagna le scelte di comportamento degli "humans"
- Sperimentare metodi e strumenti di settaggio del processo decisionale per sostenere comportamenti efficaci nei collaboratori e nei clienti.
- L'impostazione di un progetto di Nudging all'interno dell'organizzazione:
  - mettere a fuoco e descrivere la sfida, la criticità o l'opportunità che si vuole affrontare
  - descrivere il risultato atteso in termini di comportamenti e KPI di misurazione
  - identificare il target di riferimento e descriverlo in termini di attuali comportamenti, aspettative, credenze, desideri e timori
  - selezionare il set di strumenti di Nudging più efficaci per il raggiungimento dell'obiettivo descritto

## PROGRAMMA

- Il processo decisionale umano, la formazione delle credenze e la loro influenza sulla nostra razionalità
- I Bias e come usarli in modo consapevole ed etico
- Sostenere l'adozione del nudging rendendo i comportamenti attraenti, sociali, facili e tempestivi
- Condivisione di casi ed esempi concreti di applicazione del Nudging rivolti a collaboratori, clienti e stakeholder
- Definire la roadmap e le responsabilità nell'implementazione del progetto
- Comunicare e valorizzare i risultati e sostenere la cittadinanza organizzativa.

## DESTINATARI

Management Team, HR, Training Manager, Customer Experience Manager.

## METODOLOGIA

Laboratorio pragmatico e interattivo anticipato da un homework di preparazione teorica e raccolta della "Sfida di Nudging". I modelli di riferimento e i case history saranno calati nella realtà organizzativa dei partecipanti al fine di offrire una cornice per l'applicazione concreta in azienda.

## DURATA

Corso in presenza di 1 giornata o in modalità webinar.