

Osez les nudges !

Le petit coup de pouce à votre entreprise.

Plutôt que de dire aux gens quoi faire, il vaut mieux les aider à atteindre leurs objectifs.

Nudge, ce terme intrigant est à la mode depuis lundi 09 octobre 2017, date à laquelle Richard Thaler a reçu le prix Nobel d'Économie pour ses travaux sur les mécanismes psychologiques et sociaux à l'œuvre dans la prise de décision économique et financière.

Cette théorie issue de l'économie comportementale se démocratise de plus en plus en entreprise, que ce soit en marketing, en management ou plus généralement pour accompagner le changement en douceur dans les organisations après avoir été plus largement appliquée en politiques publiques. La SNCF l'a expérimenté en mettant un panneau « voie sans issue » au lieu d'un panneau « sens interdit », elle

a réduit de moitié le nombre de personnes empruntant un couloir à contre-sens.

L'homme est influencé par près de 200 biais cognitifs notamment lorsqu'il s'agit de décider quand il y a trop d'informations, quand il n'y a pas assez de signification, quand on a besoin d'agir vite, quand il faut définir ce dont on doit se souvenir. De même, le contexte dans lequel l'individu fait son choix joue un rôle déterminant, notamment l'influence exercée par les autres, ou bien encore la manière dont le problème est présenté. Par exemple un individu sera plus enclin à accepter une opération chirurgicale s'il sait que 90% des patients qui y ont été soumis ont survécu que s'il apprend que 10% d'entre eux n'y ont pas réchappé.



ANNE KRUPICKA,
SPECIALISTE EN
MARKETING

SNCF a remplacé un panneau « sens interdit » par un panneau « voie sans issue ». Résultat : moitié moins de personnes empruntent un couloir à contre-sens.

INCITER EN DOUCEUR

Pour aider cet être irrationnel à se décider, un petit coup de pouce s'avère souvent plus efficace qu'un long discours. C'est pourquoi Richard Thaler et Cass Sustein ont créé les nudges : « Plutôt que de dire aux gens quoi faire, il vaut mieux les aider à atteindre leurs objectifs » (R. Thaler). Le principe des nudges est de définir une architecture de choix pour aider les individus à prendre la meilleure décision.

Concrètement cela nécessite de :

1. Définir le comportement que nous voulons voir changer ;
2. Observer les individus en situation de décision pour identifier et comprendre les biais et influences à l'œuvre ;
3. Imaginer et co-construire ensemble de nudges, de « chemin du moindre effort », dont l'efficacité pourra être mesurée ;
4. Vérifier l'efficacité des nudges retenus au travers d'un test à échelle réduite ;
5. Déployer la solution qui répond le mieux aux objectifs assignés.



Si les nudges semblent simples et peu coûteux à mettre en œuvre, la démarche, elle, demande du temps et l'expertise pluridisciplinaire pour aboutir à des résultats concluants et pérennes. Pour autant, les nudges ne sont pas l'apanage des gouvernements ou des grandes entreprises, comme le Crédit Agricole de la Touraine et du Poitou, car les PME aussi peuvent les mettre en œuvre. En Nouvelle Aquitaine, des entreprises de secteurs d'activités divers se sont lancées dans cette démarche. C'est le cas de BioCoop Poitou Vert qui s'appuie sur des nudges pour réduire les emballages ; des Plaisirs Fermiers qui utilisent les nudges pour accompagner le changement au sein de son organisation et favoriser l'adoption, en douceur, de nouveaux outils de contrôle de gestion ; ou encore de Defiplanet qui va s'appuyer sur des nudges pour fluidifier les flux de clientèle.

TRANSFOR MATION

*Le magazine
de la transformation
managériale*

*Par l'iae
de Poitiers*

#1

STAR WARS *les leçons de management*

**TENTÉ
PAR L'EN-
TREPRISE
LIBÉRÉE ?**



OSEZ LES NUDGES !

**LE ROBOT
TUERA-T-IL
L'HUMANITÉ ?**

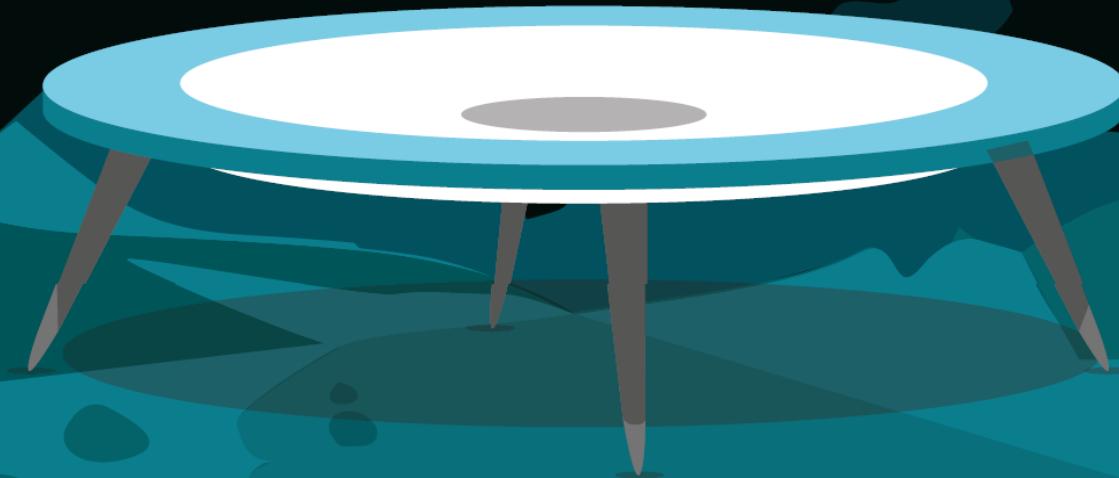


**PENSER
LE TEMPS
LONG**



*Faites évoluer
vos compétences
grâce à une formation
diplômante*

L'IAE de Poitiers propose 25 cursus de la licence au doctorat en formation initiale, continue, par alternance et à distance.



Révélateur de talents depuis 1956

