

Scienze comportamentali

al servizio delle risorse umane

Alberto Giacobone, Axura, per

bianco lavoro



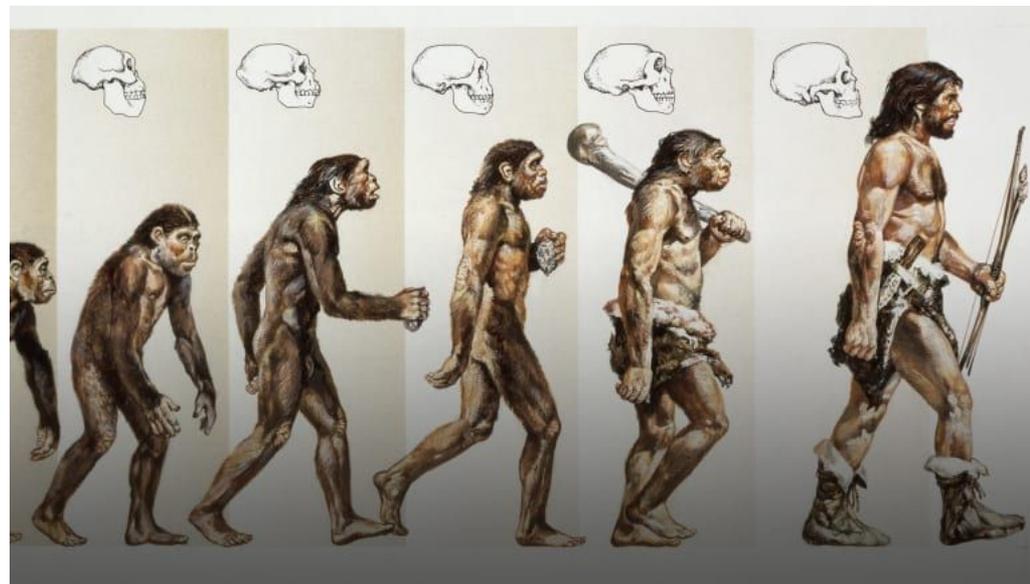


Facciamo un passo indietro (o anche due)...

Homo Erectus = 500K anni fa

Homo Sapiens = 250K anni fa

Homo Sapiens Sapiens = 35K anni fa





Facciamo un passo indietro (o anche due)...

... e a volte non è proprio così chiaro come abbiamo fatto ad arrivare fino a dove siamo arrivati.



DARWIN AWARDS

Sometimes you just see it coming.



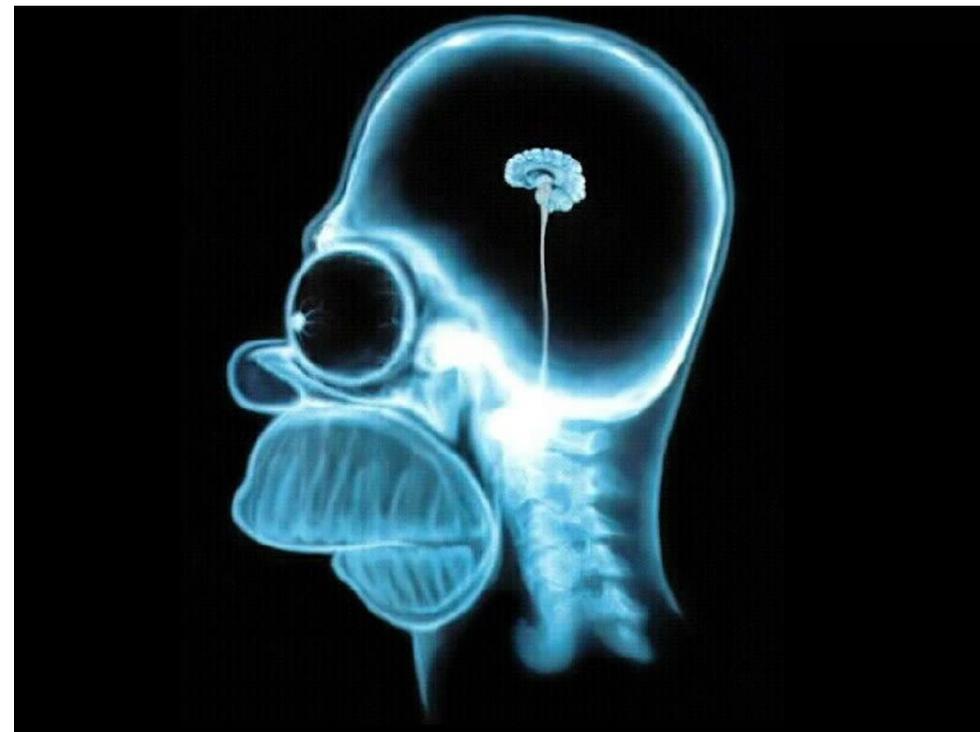
Facciamo un passo indietro (o anche due)...

A nostra discolpa: pensare richiede moltissima energia.

Cervello è pari a circa il 2% del peso corporeo

20% del consumo a riposo per gli adulti

50% del consumo per i bambini





Facciamo un passo indietro (o anche due)...

Cervello = Avaro cognitivo

Hardwired for laziness? Tests show the human brain must work hard to avoid sloth

Date: September 18, 2018

Source: University of British Columbia

Summary: Society has encouraged people to be more physically active, yet we are actually becoming less active. This new study offers a possible explanation: Our brains may be innately attracted to sedentary behavior. Electroencephalograms showed that test subjects had to summon extra brain resources when trying to avoid physical inactivity.



Facciamo un passo indietro (o anche due)...

Strategia evolutiva: scorciatoie

Euristiche > Scorciatoie mentali

Bias > costrutti basati su presupposti (spesso errati) che in molti casi diventano veri e propri pre-giudizi

Distorsioni percettive, errori sistematici





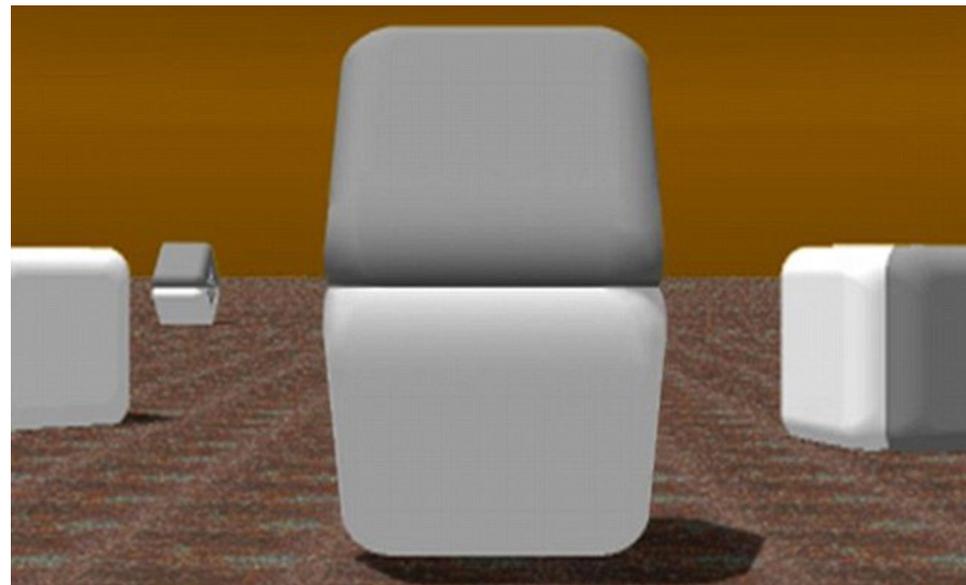
Facciamo un passo indietro (o anche due)...

Strategia evolutiva: scorciatoie

Euristiche > Scorciatoie mentali

Bias > costrutti basati su presupposti (spesso errati) che in molti casi diventano veri e propri pre-giudizi

Distorsioni percettive, errori sistematici





Facciamo un passo indietro (o anche due)...

Bias cognitivi sono davvero tantissimi e influenzano in maniera importante le nostre scelte.

Bias cognitivi: ecco i 200 principali bias cognitivi



Siamo essere *razionalizzanti*, e non *razionali* come ci piace tanto pensare.

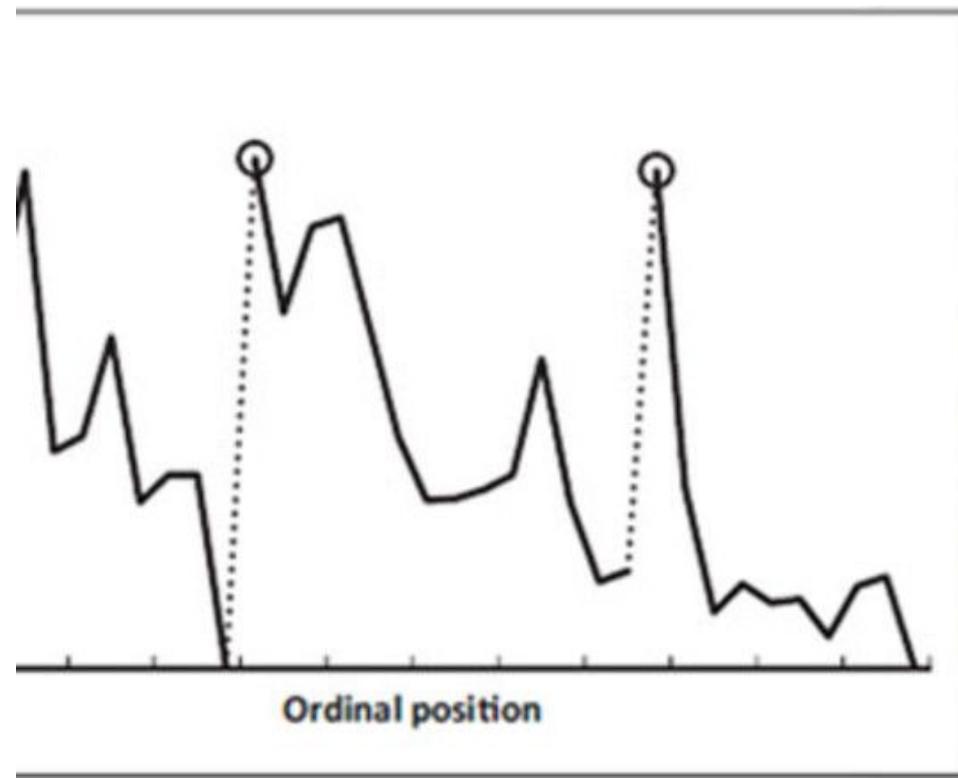
Il modo migliore per gestire davvero il nostro cervello è conoscere come funziona, perché, come sempre, *la conoscenza rende liberi!*

Ecco i **200** principali bias cognitivi



Facciamo un passo indietro (o anche due)...

65%





Scienze comportamentali

Studio del comportamento dei viventi
(nel nostro caso persone) e di come
arrivano alle decisioni che prendono

Psicologia, antropologia, scienze cognitive, etc.





Scienze comportamentali

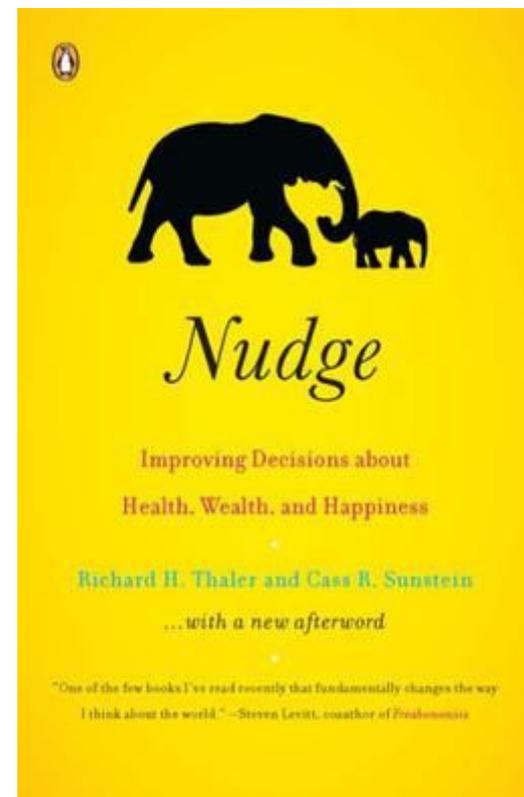
Comportamento organizzativo:
studio del comportamento umano in
contesti organizzativi, della relazione
tra la persona e l'organizzazione e
dell'organizzazione stessa



La spinta gentile

Richard H Thaler & Cass R
Sunstein (2008)

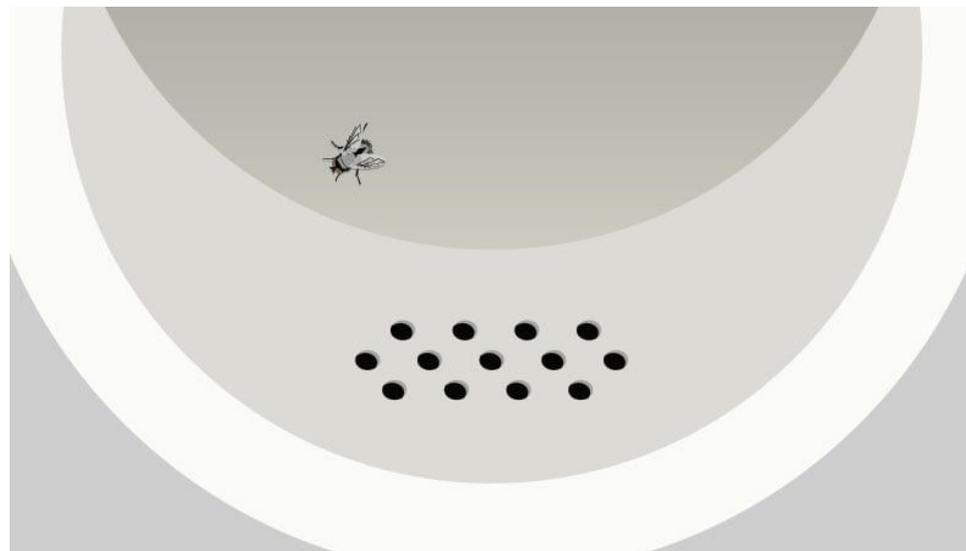
Condizionamento non
coercitivo, forma di
paternalismo libertario



La spinta gentile

Richard H Taler & Cass R
Sunstein (2008)

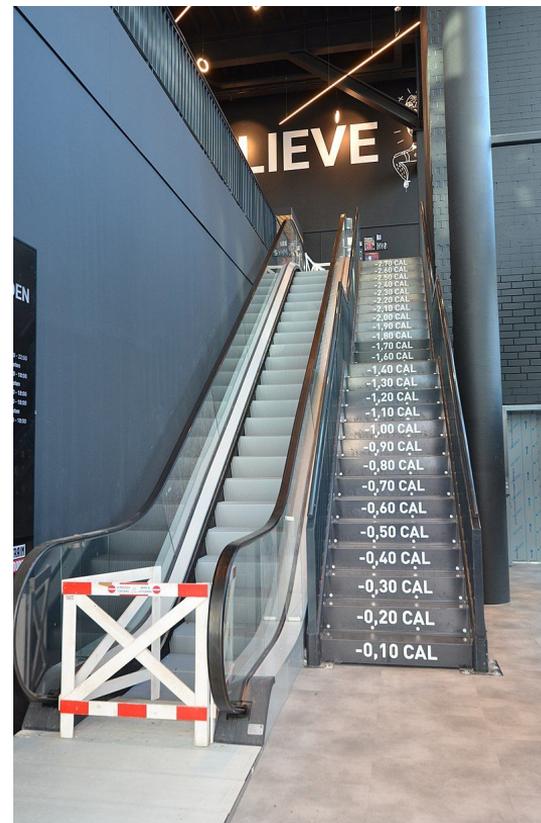
Condizionamento non
coercitivo, forma di
paternalismo libertario



La spinta gentile

Richard H Taler & Cass R
Sunstein (2008)

Condizionamento non
coercitivo, forma di
paternalismo libertario





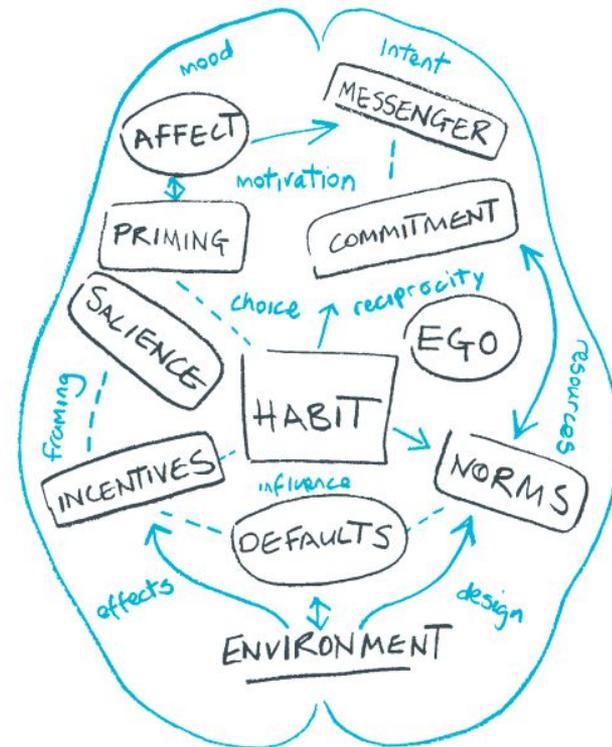
Come ottenere il risultato?

Governo inglese

Institute for Government and
Behavioral Insights Team

2010

Checklist per addetti ai lavori (policy
making)





Framework MINDSPACE

Cambiare le menti VS Cambiare il contesto

NON ti voglio convincere: voglio farti cambiare azione

Scontro frontale VS path of least resistance

Messenger	we are heavily influenced by who communicates information
Incentives	our responses to incentives are shaped by predictable mental shortcuts such as strongly avoiding losses
Norms	we are strongly influenced by what others do
Defaults	we 'go with the flow' of pre-set options
Salience	our attention is drawn to what is novel and seems relevant to us
Priming	our acts are often influenced by sub-conscious cues
Affect	our emotional associations can powerfully shape our actions
Commitments	we seek to be consistent with our public promises, and reciprocate acts
Ego	we act in ways that make us feel better about ourselves



Framework MINDSPACE: messaggero

L'importanza del soggetto che comunica e di come viene percepito per chi riceve l'informazione

To those of you staying,

One of the most important ways we can honor those who are leaving is for them to know that their contributions mattered, and that they will always be part of Airbnb's story. I am confident their work will live on, just like this mission will live on.

To those leaving Airbnb,

I am truly sorry. Please know this is not your fault. The world will never stop seeking the qualities and talents that you brought to Airbnb ... that helped make Airbnb. I want to thank you, from the bottom of my heart, for sharing them with us.



Framework MINDSPACE: incentivi

Avversione alla perdita

Il valore di qualcosa dipende dal nostro punto di vista (e.g. multe proporzionali)

Diamo più peso a percentuali basse (e.g. probabilità di vincita della lotteria)

Abbiamo budget mentali separati per tipologia

Pensiamo poco all'avvenire, viviamo più nel presente





Framework MINDSPACE: incentivi

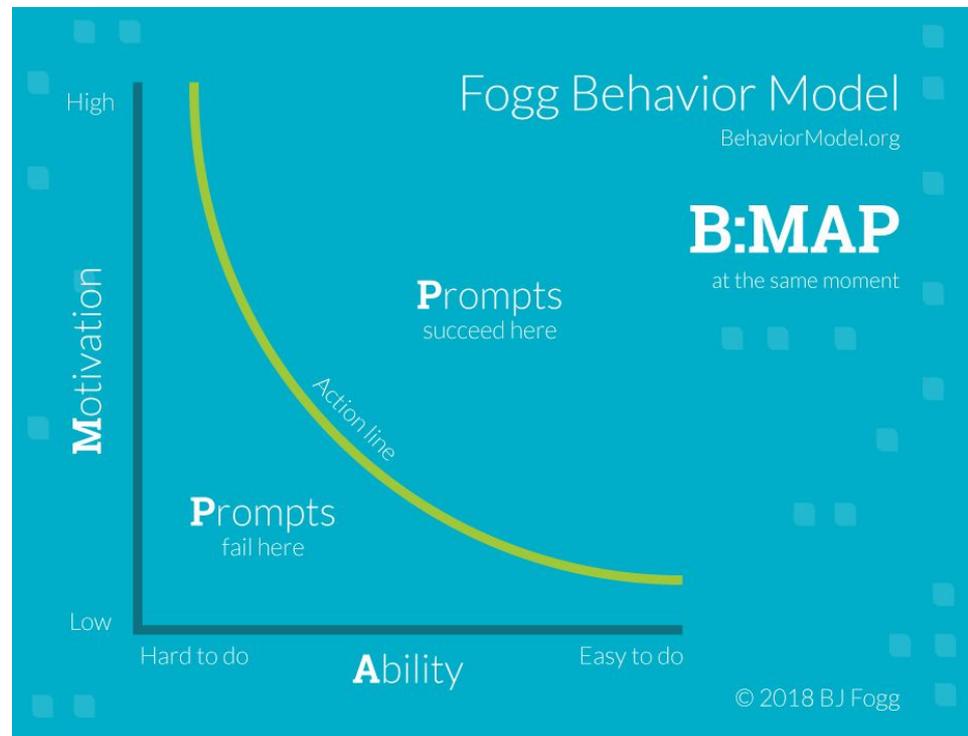
Perché spesso gli incentivi non funzionano?

Distanti

Difficili

Deludenti

o addirittura Detrimentali (cobra effect) >
Perverse Incentives (Wells Fargo, Airbus)





Framework MINDSPACE: norme sociali

Comunicare la compliance degli altri e renderla più vicina (e.g. hotel: X % di chi è stato in questa stanza ha riutilizzato l'asciugamano).

Importanza di ricordare la norma per rinforzare compliance.

Approvazione sociale - Rendere chiari i comportamenti desiderati (e.g. faccina triste o sorridente per velocità auto)

Keep Texas Beautiful > Don't mess with Texas (senza please)





Framework MINDSPACE: default

Avanti > Avanti > Avanti

the Sky [terms & conditions](#) and
[privacy & cookies notice](#)

Sky may contact you about products and services you may like unless you click to opt out

Cancel

Create Sky iD



Framework MINDSPACE: rilevanza

A volte è un dettaglio che fa la differenza (e “nuovo” di solito funziona parecchio, anche se a volte...)





Framework MINDSPACE: priming

Stimoli apparentemente ininfluenti influenzano le nostre scelte

Tazza calda = Interlocutore caldo

Scelta musicale in un'enoteca = acquisto dei vini in base alla provenienza

IKEA > Ristorante > Loss Leader > Perception Transfer





Framework MINDSPACE: affezione

Psicologo Elliot Aronson > Pratfall effect > simpatia per le persone (o i brand) che mostrano debolezze





Framework MINDSPACE: impegno

Escalation of commitments
(desiderio di consistenza)

94% 6:55 AM



Lesson Complete! 10 XP

You are on a 100 day streak!

CONTINUE



Framework MINDSPACE: impegno

Escalation of commitments
(desiderio di consistenza)

Fifteen Year Award and Base

Materials: Optical Crystal

Award: 4.75" x 11" with orange color band

Engraved Base: 4.5" x 6.75" x 1"





Framework MINDSPACE: ego

Ci comportiamo in modi che ci fanno sentire meglio a riguardo di noi stessi

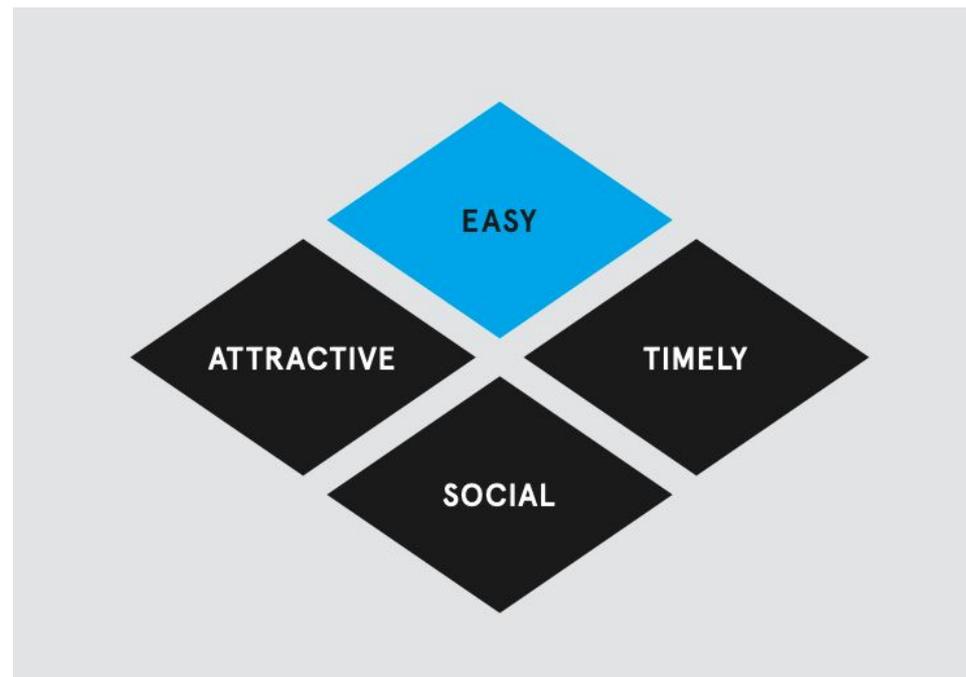
(e, generalmente, ci sovrastimiamo:
e.g. abilità nel guidare)





Da MINDSPACE a EAST

Easy / Attractive / Social / Timely





Cambiare il contesto

Problema: lamenti per i tempi di attesa al nastro dei bagagli

Soluzione: far camminare più a lungo le persone per arrivare all'area bagagli





Come possiamo fare la differenza?

Aiutare le persone a lavorare meglio >

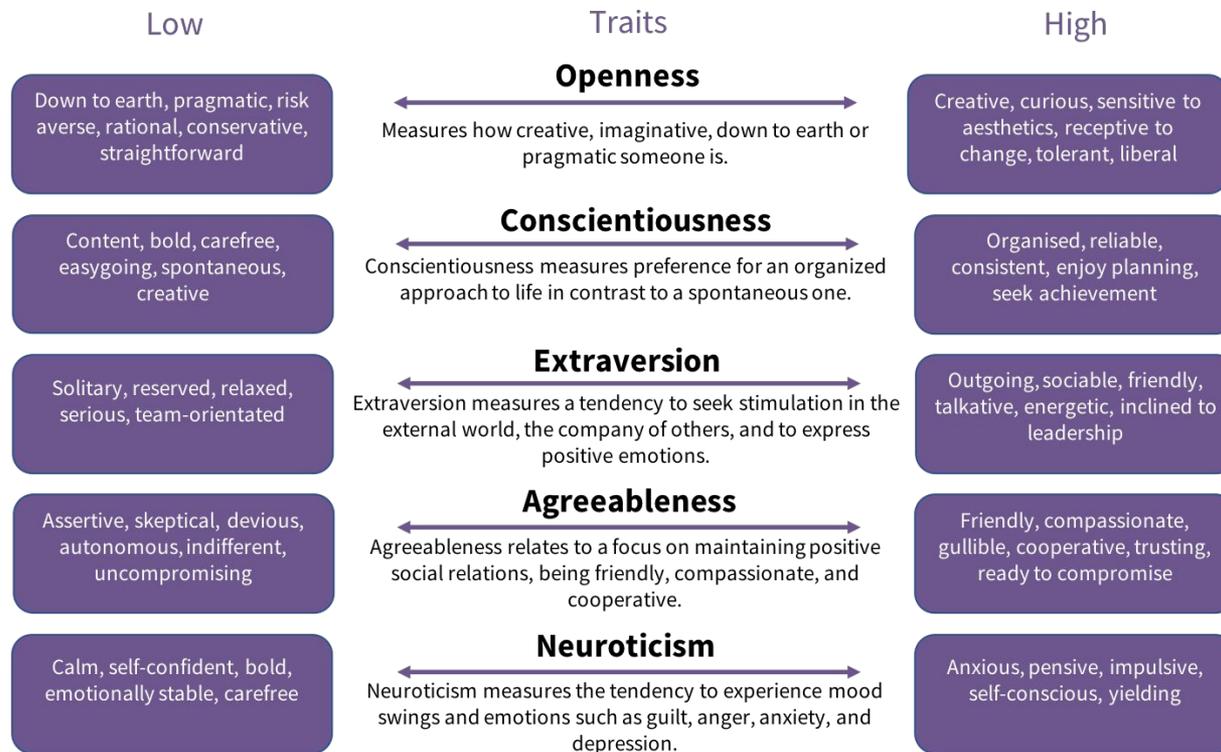
Far stare meglio le persone sul luogo di lavoro >

Far stare meglio le persone





Conoscere le persone





Spunti vari

Luoghi / Tempi / Organizzazione / Regole

Apprendimento esperienziale (giochi di ruolo, simulazioni, hackathon)

Riscontro (feedback)

Micro apprendimento

Spinte gentili

Mentoring / Figure aspirazionali



Grazie!



Alberto Giacobone, Axura

Linkedin: <https://www.linkedin.com/in/albertogiacobone/>

Blog aziendale: <https://blog.axura.com/>

Sito aziendale: <https://www.axura.com/>