

## KOMÁNDI KRISZTIÁN

Stratégiai és behavioural science tanácsadó, közgazdász,  
ügyfél- és viselkedésváltoztatási szakértő.

### ● Behavioural Science: a jövő cégeinek innovációs területe?

Miért fontos a behavioural science a cégek számára? Mit tanulhatnak a cégek több évtizednyi behavioural science kutatásból? A viselkedéstudomány azon kevés innováció egyike, ami a közszféra felől szivárgott át az üzleti területre. 2010-ben a brit miniszterelnök, David Cameron kabinetirodájában páran elhatározták (az azóta már Nobel-díjas) Richard Thaler és Cass Sunstein Nudge című könyvét elolvasva, hogy érdemes ezzel a megközelítéssel megpróbálkozni a válság után az inkrementális hasznokra, azaz a költségeihez mérten aránylag nagy jutalommal kecsegtető intézkedésekre is „ráhajtó” államnak. Pár év elteltével már a világ számos nagy technológiai, kereskedelmi és pénzügyi vállalatának, valamint start-upjának és tanácsadócégének van dedikált behavioural science csapata: Facebook, Google, Amazon, Walmart, Lloyds Bank, Spotify, Uber, Headspace, IPSOS, Ogilvy, OECD... Miért lesz a behavioural science a jövőben az innováció egy fontos területe?

### ● Az ügyfél-élmény nem rakétatudomány..., de néha bizony varázslat

Az ügyfél-élmény egyre fontosabbá vált számos vállalatnál az elmúlt években. Ahogy a cégek felismerték, hogy nem az elérhető technológiákból és lehetőségekből, hanem az ügyfelek igényeiből érdemes kiindulni, a vásárlások és a szolgáltatások használatának élménye egyre inkább a cégek közötti verseny egyik terepévé vált, gyakran akár egész Unique Selling Proposition-öket építve rá. De ahhoz, hogy igazán megértsük, mitől lesz egyedi és autentikus az ügyfél-élmény, meg kell értenünk az emberi gondolkodás, viselkedés és percepció fura csavarjait. Miért imádjuk a diszkontláncokban a középső sorokon megjelenő szokatlan termékeket? Milyen szerepe volt a GIF-küldésnek a Revolut növekedésében? Miért érdemes az objektív valóság helyett a szubjektív élményre fókuszálni néha? A behavioural science olyan mankókat ad a jobb ügyfél-élményhez, amelyek minden vállalat számára hosszú távú sikereket hozhatnak.

### ● Checklist a viselkedés-központú üzleti és társadalmi gondolkodáshoz

Az applied behavioural science (alkalmazott viselkedéstudomány) számos akadémiai diszciplína – a viselkedési közgazdaságtan, a pszichológia és a szociálpszichológia – több évtizedes kutatási eredményeinek az alkalmazására fókuszál valódi üzleti vagy társadalmi problémák megoldására. A behavioural science ugyanis rávilágít, hogy miként a technológiai megoldásokban, úgy a viselkedési megoldásokban is láthatunk mintázatot. A kontextus rengeteget számít az emberi viselkedés befolyásolásában, a megfelelő döntési környezet (choice architecture) felépítésével pedig számos ponton hatékonyabbá tehetjük a tradicionális marketing-, termékfejlesztési vagy szervezeti folyamatokat. Nem kell az egész viselkedéstudományi irodalmat átolvasni – pár alapelv segítségével, viselkedés-központúbb gondolkodással akár másnapról el tudunk indulni a jobb teljesítmény felé.