

Communication engageante et Nudges pour faire évoluer les comportements



Objectifs Généraux

Mettre en œuvre une communication engageante et créer des nudges au service du changement de comportement, des enjeux de RSE et de transformation des organisations.



Aptitudes clefs visées

- Savoir comment accompagner les transformations des organisations et des entreprises face aux nouveaux enjeux organisationnels et managériaux.
- Faciliter le changement de comportement des individus face aux enjeux de santé, de consommation, de sécurité informatique, de développement durable...
- Engager les citoyens, les consommateurs, les salariés, les jeunes vers de nouveaux comportements éco-responsables plus en phase avec les enjeux climatiques et sociétaux.
- Comment faire passer le citoyen, le consommateur, de l'intention à l'action.
- Comprendre le fonctionnement de l'individu face à une prise de décision.
- Décrypter les biais cognitifs.
- Créer des nudges en toute autonomie.



Programme détaillé

JOUR 1

Introduction

- Accueil des participants, introduction, modalités pratiques et informations préliminaires.
- Tour de table : présentation et attentes des participants et du formateur
- Energizer

La théorie de l'engagement

- L'expérience du billet perdu
- Le fonctionnement du comportement humain
- Les bases de la psychologie sociale avec le conformisme

L'intention et l'action raisonnée

- Le rôle de l'intention dans l'action
- La théorie de l'action raisonnée et planifiée
- Les limites de la communication persuasive

L'engagement

- L'expérience de Kurt Lewin
- Les actes préparatoires
- La technique du « Vous êtes libre de... »

Les techniques de l'engagement

- Le pied-dans-la-porte
- Le principe de l'amorçage
- La porte-au-nez

La communication engageante

- Le modèle de la communication engageante par Robert-Vincent Jouve et Fabien Girandola
- Les facteurs clés de succès de la communication engageante
- La question clé : « En lui faisant faire quoi ? »
- Le nouveau statut d'acteur pour la cible
- Nombreux exemples pour illustrer la technique de la communication engageante : le don d'organe, le tri du verre, la gestion des déchets en collectif, le doggy bag

La mise en situation

À partir de cas proposés par les participant.es, des équipes sont constituées pour créer un dispositif de communication engageante avec une méthode et un support fourni. Ces équipes sont suivies et coachées par l'intervenant expert.

JOUR 2**Le fonctionnement du cerveau**

- Les priorités du cerveau
- Priorité à l'émotion
- Le système 1 et 2 d'après Daniel Kahneman

L'origine des nudges

- D'où viennent les nudges ?
- Le paternalisme libertarien
- Les principes de l'économie comportementale
- Comment l'individu se comporte face à un choix ?
- Définition des nudges

Les biais cognitifs

- Comprendre les biais qui freinent les prises de décision, comment cela fonctionne-t-il ?
- Les familles de biais selon Sibony
- Des exemples illustrés de biais

Les nudges

- Des exemples de nudges pour comprendre leur rôle dans les changements de comportement
- Comment penser Nudge ?
- Quels sont les facteurs clés de succès ?

L'éthique des nudges

- Les degrés de manipulation
- Les 3 règles de l'éthique selon Thaler

Nudge creator

- Présentation de la méthode
- Déroulé d'une séance de co-crédation
- Méthodes d'animation

La mise en situation

À partir de cas proposés par les participant.es, des équipes sont constituées pour créer des nudges avec Nudge creator. Ces équipes sont suivies et coachées par l'intervenant expert.

QUIZ FINAL ET EVALUATION DE LA FORMATION



Méthodes pédagogiques

- Formation et mise en pratique : alternance entre apport théorique et pratique.
- Présentation de cas.
- Présentation de la méthode originale créée par l'Agence ICOM 21
- Documents et outils d'analyse utilisés fournis.
- Exercice de mise en situation.
- Utilisation du serious game Nudge creator créé par ICOM 21.



Public concerné

- Directeur.trice, responsable et chargé.e de communication ou marketing ;
- Consultant.e communication ;
- Chef.fe de projet en agence de communication ;
- Responsable ou chargé.e RSE.



Prérequis

Aucun prérequis nécessaire.



Mise en œuvre

- Formation en visio-conférence ou présentiel selon dates des sessions – consulter notre planning
- Nombre de journées : 2 jours soit 14 heures
- Inclus le Serious Game Nudge Creator - <https://www.lucid-impact.fr/serious-games/nudge-creator/>

- Nombre minimum de participants : 4
- Nombre maximum de participants : 10
- Adaptations possibles des conditions d'accueil et d'animation selon besoins spécifiques du participant, merci de contacter notre référent handicap via cette adresse : formation@agence-lucie.com

Bien se préparer :

- Si aucune connaissance de la RSE et du Développement Durable, lire des articles ou ouvrages sur le sujet avant la formation.
- Bien lire le mail de convocation et répondre au questionnaire concernant vos attentes.



Tarifs et planification

- Sessions collectives : 1200€ H.T. par participant
- Inscription : pour vous inscrire, merci de nous demander une proposition de convention de formation, afin de vous préinscrire, l'inscription finale se faisant à réception de celle-ci et de la modalité de règlement y figurant. Pré-inscription jusqu'à 10 jours avant la date de début de la formation. Inscription définitive jusqu'à 5 jours avant la date de début de la formation.
- Faire votre demande d'inscription : formation@agence-lucie.com



Animateur(s) / Animatrice(s)

Daniel LUCIANI : Dirigeant de la société LUCID, société à mission, labellisée Toumaï, expert précurseur de la communication responsable depuis le début des années 2000. Il a développé une expertise en communication engageante et dans la création de nudges pour accompagner les changements de comportements. Il accompagne depuis plusieurs années les dirigeants dans leur stratégie de responsabilité. Il est concepteur de plusieurs serious game, notamment celui sur la création de nudges, « Nudge creator ». Il est l'auteur d'un ouvrage sur la Communication responsable et engageante chez Pearson, sortie Juin 2023.



Validation des aptitudes

- ✓ Validation par le formateur au regard des exercices et mises en pratiques proposées.
- ✓ Quiz d'évaluation des connaissances en fin de formation.