

#1

Gør det relevant

Adfærdsviden

Vi har som regel travlt og har sjældent stort overskud til at forholde os til ting, der ligger ud over vores daglige gøremål.

Adfærdsdesign

- Hold budskaber simple og korte.
- Sørg for at være meget tydelig omkring, hvad der præcist er udbyttet for målgruppen.
- Fortæl hvad målgruppen skal gøre
– ikke hvorfor, de skal gøre det.

#2

Sørg for hurtig gevinst

Adfærdsviden

Vi udskyder ofte handlinger, som ikke har en umiddelbar gevinst her og nu.

Adfærdsdesign

- Fokusér på de kortsigtede fordele.
- Bryd en større handling ned i mindre skridt, og beløn hvert skridt på vejen.
- Giv en rabat eller andet med i købet.
F.eks. gratis træning i en periode eller merchandise.

#3

Byd velkommen

Adfærdsviden

Vi er sociale væsener, og vi har et stort behov for at høre til i de grupper, vi indgår i.

Adfærdsdesign

- Signalér direkte i budskabet, at målgruppen er inviteret. F.eks. "Vi vil have dig med på holdet".
- Byd ekstra varmt velkommen ved første møde med målgruppen. Sørg f.eks. for at udpege én, der har ansvaret for at tage imod.
- Vær tydelig omkring hvad målgruppen kan forvente i en "introperiode".

#4

Husk: Nice to know Need to know

Adfærdsviden

Vi er mindre motiverede til at handle på ting, der opleves som komplekse eller uoverskuelige.

Adfærdsdesign

- Hold det simpelt: Undgå for meget information i første kontakt.
- Giv den rette information på rette tidspunkt.
- Del kommunikationen op i mindre bidder.

#5

Følg op

Adfærdsviden

Vi har tit mange gode intentioner om at handle, men vi får sjældent fulgt op på dem alle.

Adfærdsdesign

- Tag ansvar for opfølgning.
- Sæt opfølgning i system.
- Gør opfølgningen så personlig som mulig.

#6

Tilpas til tid og kontekst

Adfærdsviden

Vi bliver påvirket af de situationer, vi befinder os i, og vi handler oftere, hvis handlingen passer til vores kontekst.

Adfærdsdesign

- Undersøg målgruppens mest almindelige kontekst, og tænk den ind i løsninger og kommunikation.
- Overvej, hvornår der er størst chance for at få målgruppen til at handle. Er det f.eks. når de sidder i sofaen eller er på vej hjem fra arbejde?
- Tilpas budskabet til målgruppens kontekst, f.eks. ved at sende reminder ud om tid og sted aftenen før den ønskede handling.

#7

Fokusér på slutningen

Adfærdsviden

Vi bliver påvirket af vores hukommelse, når vi skal handle. Vi husker dog ikke vores oplevelser én til én. Vi fokuserer på højdepunkter og slutninger, når vi tænker tilbage.

Adfærdsdesign

- Sørg for, at slutningen af en oplevelse eller et arrangement er et højdepunkt.
- Tilbyd f.eks. et diplom eller en præmie, som bevis på, at en deltager har gennemført et forløb.
- Tænk over, at hver mindre del af en oplevelse også kan rumme små højdepunkter.

#8

Gør det akut

Adfærdsviden

Vi handler oftere, hvis handlingen har en deadline, der er tæt på. Det samme gælder, hvis vi er bange for at gå glip af noget.

Adfærdsdesign

- Design tilbud med begrænsning i tid, periode eller antal.
- Gør det tydeligt, at tilbuddet eller indholdet er attraktivt for andre.

#9

Giv feedback

Adfærdsviden

Vi er mere motiverede til at handle, hvis vi får feedback på vores handlinger.

Adfærdsdesign

- Giv umiddelbar positiv feedback på en ønsket handling.
- Sørg for at gøre feedbacken konkret, også på små handlinger.

#10

Husk: Alt er relativt

Adfærdsviden

Vi har sjældent meget faste meninger og holdninger, når vi træffer valg. Derfor sammenligner vi ofte valgmuligheder med hinanden.

Adfærdsdesign

- Tænk over, hvad tilbuddet sammenlignes med.
- Overvej at give valgmuligheder og ikke kun ja/nej-tilbud.
F.eks. ved at give mulighed for tilkøb af ekstra ydelser, eller ved at tilbyde flere valg end ét.

#11

Planlæg planen

Adfærdsviden

Der er større chance for, at vi handler, hvis vi har en konkret plan for, hvad vi skal.

Adfærdsdesign

- Hjælp målgruppen med at planlægge, hvad de skal handle på.
- Hjælp målgruppen med at planlægge, hvornår de skal handle.
- Udarbejd f.eks. tjekliste eller handlingsplan og del med målgruppen.

#12

Forpligt på fremtiden

Adfærdsviden

Det er nemmere at sige ja til større ting, hvis der er god tid til, de skal ske.

Adfærdsdesign

- Spørg i god tid om større ting.
- Start med at gøre det let at engagere sig uforpligtende på den ønskede handling, f.eks. via Facebook-begivenheder.

#13

Skab anledninger

Adfærdsviden

Vi skal ofte have et lille skub, hvis vi skal ændre noget i vores hverdag. Derfor er det mere sandsynligt, at vi prøver noget nyt, hvis der er en anledning til det.

Adfærdsdesign

- Skab anledninger for målgruppen for at hjælpe handlingerne på vej.
F.eks. ved at invitere til 'introdag', 'prøvetime', 'opstartshold' og lignende.
- Sørg for at gøre det tydeligt, at anledningerne er for målgruppen.

#14

Anvend spejling

Adfærdsviden

Vi har nemmere ved at forholde os til andre, når de ligner os selv.

Adfærdsdesign

- Sørg for, at målgruppen kan genkende sig selv i budskaber og indsatser.
- Brug billeder og videoer, der ligner målgruppen.

#15

Forpligt målgruppen

Adfærdsviden

Vi er mere tilbøjelige til at føre handlinger ud i livet, når vi har forpligtet os til dem.

Adfærdsdesign

- Få forpligtelse fra målgruppen i form af mundtlig eller skriftlig aftale.
- Mind målgruppen om deres egne tidligere forpligtigelser.
- Sørg for, at det altid er muligt at vise interesse, f.eks. på Facebook, ved at kunne tilmelde sig eller interessere sig for en begivenhed.

#16

Tænk i pakker

Adfærdsviden

Vi har lettere ved at træffe besværlige valg, hvis valgmulighederne er kategoriseret, f.eks. i pakker.

Adfærdsdesign

- Saml produkter eller tilbud, der giver mening.
- Giv mulighed for at fravælge delelementer, så pakker ikke føles tvungne.
- Tilbyd f.eks. opstartspakker, der inkluderer udstyr til sportsgrenen.

#17

Brug sociale normer

Adfærdsviden

Vi handler oftere, hvis vi oplever, at andre, der ligner os, gør det samme.

Adfærdsdesign

- Gør det tydeligt, at andre også gør det, vi gerne vil have målgruppen til.
F.eks. "150 har allerede tilmeldt sig."
- Tal eventuelt ind i, hvordan vi gerne vil være.
F.eks. "90% vil gerne være mere aktive."
- Husk, at målgruppen skal kunne identificere sig med "de andre".

#18

Husk: Vi hader at miste

Adfærdsviden

Vi hader at miste ting, vi har investeret i eller opnået retten til. Frygten for at miste kan derfor få os til at handle.

Adfærdsdesign

- Vis tidligt, at målgruppen allerede har investeret i tilbuddet eller budskabet.
- Gør det tydeligt, hvad man mister, hvis man ikke dukker op. Fremhæv f.eks., at man går glip af motion eller de hjemmebakte boller efter træningen, hvis man bliver væk.

#19

Involvér målgruppen

Adfærdsviden

Vi værdsætter ting højere, når vi selv har været med til at skabe dem.

Adfærdsdesign

- Giv målgruppen mulighed for at have indflydelse på noget af indholdet i tilbuddet eller træningen.
- Fasthold målgruppen gennem løbende involvering.
- Gør barrieren for involveringen lav – bed ikke om for meget.

#20

Gå fra abstrakt til konkret

Adfærdsviden

Vi handler oftere på budskaber og tilbud, der er konkrete og handlingsanvisende, fremfor abstrakte.

Adfærdsdesign

- Formulér i konkrete handlinger, hvad målgruppen skal gøre.
- Hjælp målgruppen med at oversætte ambitioner til konkrete handlinger. Det abstrakte budskab "dyrk mere motion" kan eksempelvis oversættes til "gå en tur rundt om blokken".

#21

Gør det personligt

Adfærdsviden

Vi tillægger større værdi til ting, der opleves som skræddersyet præcis til os.

Adfærdsdesign

- Gør budskaber og tilbud så personlige som mulige – skriv f.eks. direkte "vi vil gerne have DIG med".
- Sørg for at bruge én til én kommunikation – så målgruppen ved, hvem de skal tage fat i.
- Brug afsendere, som målgruppen kender.

#22

Find 'Moment of Power'

Adfærdsviden

Vi har ofte lettere ved at ændre adfærd i faser af vores liv, hvor vi skal noget nyt i forvejen.

F.eks. i forbindelse med flytning, skilsmisse, nyt job eller pension.

Adfærdsdesign

- Udnyt "det åbne vindue" til at opfordre til andre handlinger.
- Opsøg f.eks. tilflyttere og giv dem personlige tilbud.
- Udnyt de tidspunkter på året, hvor mange i forvejen er motiverede for at komme i gang, f.eks. efter nytår eller efter sommerferien.

#23

Gør det let

Adfærdsviden

Vi er tilbøjelige til at udskyde eller ignorere ting, der virker svære at udføre.

Adfærdsdesign

- Gør det første skridt så nemt som muligt at tage.
- Tænk i små skridt – så virker handlingerne mere overskuelige at gennemføre.

#24

Vis fremdrift

Adfærdsviden

Vi handler oftere, hvis vi oplever, at det skaber fremdrift og udvikling.

Adfærdsdesign

- Vis tidligt, at en lille udført handling er et skridt i den rigtige retning, og anerkend den.
- Giv målgruppen en fornemmelse af at være på vej fremad.

#25

Brug standard–valg (Defaults)

Adfærdsviden

Vi har lettere ved at handle, når vi er blevet foreslået et valg, eller vi aktivt skal vælge noget fra, i stedet for at vælge noget til.

Adfærdsdesign

- Brug standard–valg eller forslag til, hvad målgruppen skal gøre.
- Brug kun aktive tilvalg, hvor det er nødvendigt. Sørg f.eks. for at tilmelding til næste sæson sker automatisk, så standardvalget er, at man er med, ikke det modsatte.

#26

Giv færre valg

Adfærdsviden

Vi har svært ved at overskue mange forskellige valgmuligheder på én gang.

Adfærdsdesign

- Giv færre valgmuligheder – tommelfingerreglen er max tre muligheder.
- Gør det lettere at vælge, f.eks. ved at vise eller anbefale det populære valg.

#27

Punktér myterne

Adfærdsviden

Vi kommer ofte med gode undskyldninger for at undgå at gennemføre planlagte handlinger.

Adfærdsdesign

- Undersøg hvilke myter eller fordomme, målgruppen kan have om tilbuddet, og punktér dem i kommunikationen.
- Fortæl f.eks., at det er helt ok at komme i det tøj, man har, og at træningsniveauet er sådan, at alle kan være med.
- Aktivér f.eks. nuværende medlemmer/udøvere til at hjælpe med at punktere målgruppens "gode undskyldninger".

#28

Hjælp hukommelsen på vej

Adfærdsviden

Vi kan ikke overskue for mange ting på én gang, og vores hukommelse er begrænset.

Adfærdsdesign

- Hjælp målgruppen med at huske, så de ikke er afhængige af deres hukommelse.
- Tænk over at få det, der skal huskes, ud af hovedet.
- Brug f.eks. kalendere, Facebook, forudfyldte tilmeldinger og lignende.

#29

Fremhæv det populære valg

Adfærdsviden

Vi følger ofte, hvad andre gør, eller hvad eksperter råder os til, når vi træffer valg.

Adfærdsdesign

- Brug autoritet: 'Vi anbefaler'.
- Brug popularitet: 'De fleste andre gør'.
- Brug knaphed: 'Der er kun få pladser tilbage'.

#30

Fjern praktiske barrierer

Adfærdsviden

Vi bliver ofte forstyrret af små, praktiske barrierer, der kan føre til, at vi ikke får handlet.

Adfærdsdesign

- Undersøg hvilke barrierer målgruppen har og forsøg at fjerne eller tal ind i dem.
- Hjælp målgruppen med at komme ud af døren.
- Giv f.eks. tip om at pakke tasken aftenen før eller fortæl, at man kan låne udstyr, hvis man ikke selv har.

#31

Aktivér relationer

Adfærdsviden

Vi har lettere ved at træffe valg, hvis folk tæt på os siger, at det er en god idé eller oplevelse.

Adfærdsdesign

- Foreslå eksisterende medlemmer, at de skal tage en ven med til næste træning.
- Gør det let ved at give medlemmerne materiale, de kan dele. Lav f.eks. en folder, en SMS eller et Facebook-opslag, som let kan deles i egne netværk.