



---

# Workshop: Att designa en nudgeintervention

---

**NUDGING  
BOLAGET**



## Steg 1. Syfte och studiedesign

Det vanligaste problemet när det kommer till projekt är att målet inte är tillräckligt tydligt formulerat. När det kommer till nudging finns det två huvudsakliga projektformer:

### Beteendeanalytisk förståelse

Du känner till det övergripande området som ska påverkas, och vill ha en djupare förståelse kring drivkrafterna och vilka beteenden som vore mest effektiva att förändra för att uppnå målet.

### Interventionsprojekt

Du vet vilka beteenden det är du vill påverka och hur de ska mätas.

Att göra en beteendeanalytisk studie är ofta grunden för att sen göra ett interventionsprojekt.

### Uppgift

Skriv vad det är din studie syftar till att uppnå:

Hur kan vi få

---

att

?

---

Är syftet beteendeanalytisk förståelse, ett interventionsprojekt, eller både och?

Beteendeanalytisk förståelse

Interventionsprojekt



## Steg 2. Diagnos

Analysen av varför människor betar sig på det sätt de gör, är det som tar längst tid i en studie. Helst sker den analysen genom:

- Observation av människor som gör och inte gör det önskade beteendet
- Intervjuer med människor om upplevda anledningar till beteenden
- Genomgång av tidigare försök, studier och relaterade förändringsförsök som gjorts
- Att själv testa att genomföra beteendet
  
- Validering av förståelsen från observationer, intervjuer och tidigare förändringsförsök genom mätdata eller enkät

### Uppgift

Skriv ner alla sätt folk betar sig istället för att göra det önskade:

---

---

---

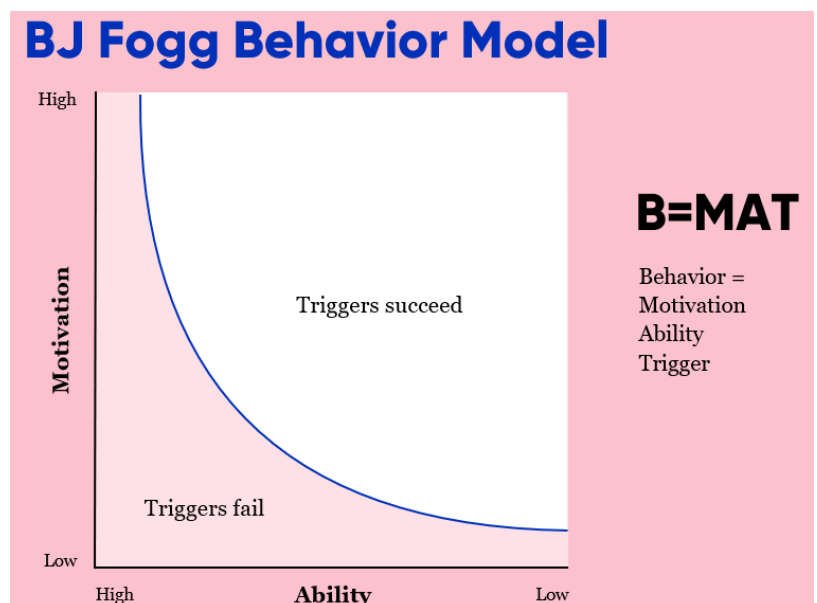
---

Vad gör att folk inte betar sig på det önskade sättet?

För låg motivation

Det är för komplicerat

De glömmer bort det





## Steg 3. Interventionsidéer

Det första steget när det kommer till idéer för att lösa problemet är att generera så många möjligheter det går. Kvantitet är initialt viktigare än kvalitet. En riktlinje är att om det inte kommit minst ett förslag som är olagligt, oetiskt eller omöjligt, så har idégenererandet inte varit tillräckligt fritt.

### MOTIVATION – för låg motivation

Utgå från vad folk säger att styr deras beteende, men även:

- Går det att göra mer tilldragande uppmärksamhetsmässigt?
  - Färg, form, storlek, placering mm.
- Går det att göra mer åtråvärt?
- Går det att tilltala folks behov av kompetens?
- Går det att tilltala folks behov av autonomi?
- Går det att tilltala folks behov av tillhörighet?

Skriv sätt att göra det mer motiverande:

---

---

---

---

### FÖRMÅGA – det är för komplicerat

Utgå från vad som faktiskt styr beteende

- Går det att göra billigare?
- Går det att göra mindre tidskrävande?
- Går det att göra mindre fysiskt krävande?
- Går det att göra mindre komplicerat?
- Går det att stärka personens förmågor?
- När i tid kommer konsekvensen av beteendet?

Skriv sätt att göra det enklare:

---

---

---

---



## TRIGGERS – de glömmet bort det

- Vad påminner folk om att utföra det?
- När påminns folk?
- Går det att koppla till ett annat redan existerande beteende?

Skriv sätt att förhindra att det glöms bort:

---

---

---

---

Ett annat bra sätt att få folk att bete sig på det önskade sättet, är att göra de andra beteendena mindre motiverande, svårare att göra eller lättare att glömma.

Skriv sätt att göra andra beteenden mindre intressanta:

---

---

---

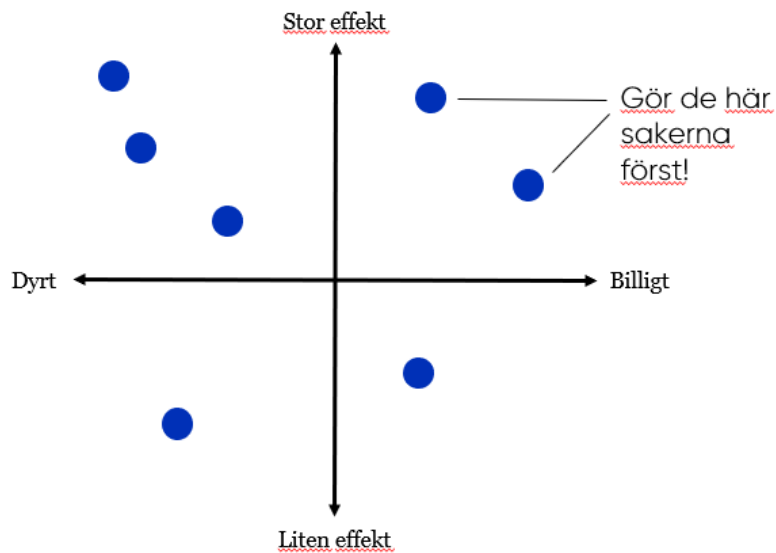
---



[ÖVERKURS]

## Steg 4. Experiment och analys

För att veta att det verkligen är förändringen som gjorts som har en effekt, är det viktigt att mäta vad som händer när en idé testas. Prioritera vilka idéer som ni tror har störst effekt i förhållande till kostnaden, och välj ut en eller några att testa.



Hur mäts effekten?

---

---

---

Vilken är kontrollgruppen?

---

---

När avslutas mätningen?

---

---

Vad är ett lyckat resultat?

---

---