

Содержание курса

«Как управлять поведением потребителя»

Это курс о том, как экономические, социальные и психологические факторы влияют на поведение потребителя и как это можно использовать в бизнесе.

Вас ждут видеолекции и live-сессии с профессорами и экспертами, разбор реальных кейсов игроков рынка и практические задания, которые продемонстрируют эффективность подхода и помогут соотнести накопленные знания с целями вашего бизнеса.

В результате программы вы научитесь выявлять паттерны в поведении людей и скрытые механизмы принятия решений, использовать поведенческие сценарии для достижения своих бизнес-целей и создавать продукты и сервисы на основе поведенческих инсайтов.

Вводный модуль

Установочная live-сессия

Модуль 1. Поведенческая революция в цифровом мире

От продукта к ценностям. Что решает судьбу бизнеса сегодня?

- Как люди думают
- Сравнительные характеристики поведения потребителей в 50-х (эра продукта), 90-х (эра клиента) и 2020-х (эра опыта)
- Поведенческие подходы в маркетинге
- Задание: Упражнение по концепциям маркетинга
- Как и почему необратимо изменилось поведение потребителя в цифровом мире
- Рациональность и иррациональность в условиях неопределенности
- Тест по рациональности и иррациональности

Поведенческая экономика. Зачем она нужна?

- Как появилась на свет поведенческая экономика
- Реакция компаний на изменения. Зачем поведенческая экономика нужна бизнесу
- Дискуссия: Зачем поведенческая экономика нужна бизнесу?

Как работать с потребительским поведением?

- Обзор фреймворка потребительского поведения
- Текстовое описание фреймворка

Триггеры

- Триггеры в поведенческой экономике
- Контекстные триггеры. Описание и примеры
- Экономические триггеры. Описание и примеры
- Социальные триггеры. Описание и примеры
- Личностные триггеры. Описание и примеры
- Еще несколько слов о триггерах
- Задание: Кейсы к поведенческим триггерам
- Блок 1. Контекстные триггеры. Кейсы
- Блок 2. Экономические триггеры. Кейсы
- Блок 3. Личностные и социальные триггеры. Кейсы
- Поведенческие тактики и подходы на основе триггеров. 23 инструмента
- Задание: Наблюдение в супермаркете

«Слепые пятна». Как не потерять контакт с клиентом?

- «Слепые пятна» поведенческих паттернов клиентов в фокусе компаний
- Задание: Найдем «слепые пятна»
- Поведенческий редизайн продукта. Интервью с Александром Ненашевым
- Задание: Эссе по «слепым пятнам» в вашем бизнесе
- Опросник: Знаете ли вы своего клиента?
- **Итоговое задание по Модулю 1:** Персональная доска для работы по фреймворку – изучаем клиента, практическое задание

Live-сессия по итогам модуля 1

Модуль 2. Выбор потребителя и данные

- Задание: Предложите ваш кейс для работы в группе
- Упражнение: Проверьте свое знание триггеров

Анализ данных. Как просчитать поведение потребителя

- Как поведение потребителя может привести к изменению бизнес-моделей. Интервью с Дарьей Горякиной
- Задание: Вопросы к интервью с Дарьей Горякиной
- Данные и инсайты для поиска новых возможностей и прогноза поведения потребителя
- Как алгоритмы влияют на потребительское поведение и выбор человека
- Задание: Наблюдение за таргетированной рекламой

Что навсегда изменила пандемия?

- Пороговое изменение поведения в пандемию и проекции изменения поведения на постпандемическое будущее потребителя
- Задание: Как изменилось мое потребительское поведение? Как на него повлияла пандемия?
- Тест: К какой группе потребителей вы можете себя отнести

- Как поведение потребителя в пандемию может привести к изменению бизнес-моделей. Интервью с Михаилом Кучментом (Hoff)
- Задание: Вопросы к интервью с Михаилом Кучментом
- Платежное поведение россиян
- Задание: Вопросы по исследованию платежного поведения россиян

Новая лояльность — как не поставить под удар репутацию?

- Новая цифровая лояльность, отношения с потребителем
- Опрос. Факторы лояльности клиентов к комплексным предложениям
- Задание: Выводы об интегрированных предложениях в вашем бизнесе
- Задание: Персональная матрица программ лояльности

Не только потребитель

- Новые роли потребителя — choosers, users and prosumers
- Потребитель как инфлюенсер и промоутер
- Задание: Определите новые роли потребителей среди героев фильмов
- Нужно ли учить потребителя новым ролям и как это делать?
- Задание: Реальное тестирование новых ролей потребителя на себе
- **Ключевое задание Модуля 2:** Групповая доска для работы по фреймворку потребительского поведения, практическое задание

Live-сессия по итогам Модуля 2

Модуль 3. Обзор практических подходов и инструментов

- Как увидеть изменившееся поведение потребителя – инструменты

CJM — Customer Journey Map

- Customer Journey Map от практиков. Введение в тему
- Почему важно изучать опыт клиента
- Задание: Составляющие клиентского опыта
- Journey Map
- Задание: Структура Journey Map
- Как сделать CJM
- Задание: CJM — определяемся с подходом
- Как использовать CJM
- Задание: Функционал и работа с готовой CJM
- Что такое DEX?
- Задание: Цифровой комфорт сотрудника
- Задание: Создайте CJM по вашему кейсу

Платформенные решения

- Маркетплейсы
- Экосистемы
- Алгоритмы цифровых платформ
- Опрос: Супер-аппы и цифровой опыт

Клиентоцентричность — решения и тренды

- 5 шагов к успешной клиентоцентричности
- Изменение поведения для более удачных решений
- **Ключевое задание Модуля 3.** Групповая доска для работы по фреймворку потребительского поведения, практическое задание
- Поделитесь вашими результатами на третьем модуле программы

Подведение итогов

- Задание: Заполните фреймворк по вашему проекту или задаче
- Задание: Сформулируйте Action Plan по формуле 3-3-3

Заключительная live-сессия по итогам курса

ПОДРОБНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ПРОГРАММЕ