

## NUDGE

### NUDGES più cognitivi (S1)

Consenso alla donazione degli organi

- Germania = 12% consensi
- Austria = 99% consensi

Come mai?

- Germania = diventi donatore solo se dai il consenso, opzione di default: non donatore
- Austria = opzione di default: sei donatore, devi chiedere di essere tolto

1

## NUDGE

### NUDGES più cognitivi (S1): I **Default**

Default = alternative che vengono automaticamente applicate a chi non fa nessuna azione attiva per cambiarle/scegliere diversamente

Compensano:

- la difficoltà a fare scelte in domini complessi
- la tendenza alla procrastinazione

2

## NUDGE

PATERNALISMO LIBERTARIO: pro e contro

- conserva la libertà di scegliere
- impone di riflettere su:
  - vantaggi e svantaggi delle alternative
  - forme di comunicazione più efficaci
- compatibile con diverse ideologie politiche
- problemi etici:
  - scelta migliore per le persone/società, o sfruttamento e manipolazione (interessi commerciali, politici ecc.)?
  - qual è la scelta migliore per le persone?
  - nudge vs. istruire le persone a fare scelte migliori
    - Posizioni in realtà compatibili

3

## NUDGE

Quali sono le alternative più utili per il bene delle persone?

- quelle che le persone stesse si propongono di fare, ma poi non sempre riescono (es. i buoni propositi di capodanno)
- quelle che portano importanti vantaggi nel medio/lungo termine, a fronte anche di possibili svantaggi immediati (salute, risparmi ecc.)

4

## NUDGE

### NUDGES e PRINCIPI DELLA PERSUASIONE

Più in generale: principi della persuasione utili come “spinte gentili”

5

## I PRINCIPI DELLA PERSUASIONE

**Persuasione** = aumentare la probabilità che un'altra persona metta in atto un determinato comportamento

Non rientrano nella persuasione:

- coercizione
- menzogne
- dialettica e carisma

6

ASSUNZIONI FONDAMENTALI:

**System 1 → System 2**

7

Problema:

I turchesi invenduti, che fare?



Soluzioni:

- Metterli in evidenza in vetrina
- Elogiarne la qualità

→ Nessun cambiamento



Problema:

I turchesi invenduti:

- Messaggio per la commessa “Turchesi: tutti i prezzi x 1/2”
- In pochi giorni tutti venduti
- Cosa era successo?
- La commessa aveva letto “prezzi x 2”!

Perché questo effetto?

9

Problema dei turchesi: come mai sono stati venduti dopo averne alzato il prezzo?

Effetto del S1: Uso di euristiche!

Costoso = buono

Non conosco i turchesi, se costano allora sono buoni!

10

Le tecniche di persuasione sono raggruppabili in sei categorie che corrispondono a dei principi psicologici che orientano e guidano il comportamento umano:

- reciprocità
- impegno e coerenza
- riprova sociale
- simpatia
- autorità
- scarsità

11

## **RECIPROCITA'**

Regola del contraccambio

- dobbiamo contraccambiare quello che un altro ci ha dato
- senso di obbligo in chi riceve qualcosa
- presente in ogni tipo di società, con sanzioni per i trasgressori
- iniziare scambi, concessione di risorse ad altri senza perderle
- garantisce un insieme di interdipendenze che legano tra loro gli individui, grande efficienza, permette la specializzazione dei mestieri

Es. "Esperimento" cartoline auguri di Natale

12

## **RECIPROCITA'**

### **Sfruttamento della regola del contraccambio:**

Per non esser considerati parassiti, tendiamo a contraccambiare più del dovuto

I professionisti della persuasione conoscono questa tendenza

Es.

- Assaggi gratuiti
- Hare Krishna

13

## **RECIPROCITA'**

### **Regan (1971)**

Vendita di biglietti della lotteria

vengono venduti più biglietti se durante l'esperimento il complice offre al soggetto una coca-cola

(spesa mediamente 5 volte maggiore rispetto al costo della coca-cola)

Simpatia/antipatia del complice:

ha effetto solo nella condizione in cui non viene offerta la coca-cola!

Reciprocità > simpatia

14

## RECIPROCITA'

Regola potente

Regola che impone debiti non richiesti (pensiamo alle richieste di finanziamenti accompagnate da un omaggio)

Regola che può favorire scambi non equi

Sgradevole sentirsi in obbligo (disagio e vergogna)

15

## RECIPROCITA'

Tecnica: “**ripiegamento dopo il rifiuto**”. Consiste nel far precedere la richiesta desiderata da una richiesta maggiore

Es. biglietto boy scout

Cialdini et al. (1975)

“accompagnare un gruppo di delinquenti minorili allo zoo”

richiesta diretta (17%)

richiesta dopo ripiegamento (50%)

16

## RECIPROCITA'

### **Tecnica del ripiegamento dopo il rifiuto:**

la prima richiesta non può essere eccessiva, la concessione può essere anche piccola, basta che appaia come una concessione genuina

17

## RECIPROCITA'

Tecnica del ripiegamento dopo il rifiuto: manteniamo gli impegni?

- Condizione A: Doni sangue 1 volta?
- Condizione B: Doni sangue 2 volte all'anno per 3 anni? ... 1 volta? [ripiegamento]
- Più donazioni nella condizione B
- Dopo il prelievo: "Lasci il numero di telefono per un'altra donazione?"
- A = 43%    B = 84%

18

## RECIPROCITA'

Perché funziona questa tecnica?

- Concessioni reciproche
  - reciprocità + principio di contrasto
- responsabili della transazione
- illusione di controllo
- processi di contrattazione
- soddisfatti di come sono andate le cose
- una persona soddisfatta è disposta ad accettare nuovi impegno futuri
- vantaggiosa per chi la sfrutta, potrebbe venire accettata già la richiesta maggiore

19

## RECIPROCITA'

COME DIRE NO  
Sempre?

Non sempre la reciprocità è usata per “sfruttarci”

Dopo un atto di ridefinizione:

→ La regola non vale per i “trucchi”, “dono” visto come operazione commerciale, non siamo obbligati a farci sfruttare!

20