

Utiliser une communication nudge

Description

Les messages de sensibilisation peuvent être transmis de manière ludique via le *nudge* marketing en incitant une personne à agir d'une certaine manière sans la forcer, de manière ludique. Le *nudge* ou coup de pouce en français propose une nouvelle façon d'agir sur les comportements. Les messages sont conçus pour être amusants et s'adresser directement à la personne qui les lit. Par exemple, pour un message tel que « Merci de jeter vos mégots dans la poubelle », le *nudge* va proposer un double cendrier avec un sondage, jeter son mégot dans l'un ou l'autre cendrier répondra à la question posée.

Ainsi, le *nudge*, se concentre sur les approches incitatives plutôt que sur la contrainte de la règle.

Étapes à suivre pour mettre en œuvre la pratique

La première étape pour proposer une communication basée sur les *nudges* et agir sur les comportements consiste à identifier clairement ce qui doit être amélioré.

1. **Quel est le problème à résoudre ?** Vers quel comportement veut-on tendre ? Il est important de choisir un problème précis : par exemple, réduire la consommation d'eau dans la salle de bains.
2. **Observer le comportement à l'œuvre afin d'analyser les biais.** Cette observation nous permet de comprendre le processus de pensée de l'utilisateur qui le conduit à un comportement particulier et qui déclenche ou non une attitude ou une décision. Cette analyse va permettre d'identifier les leviers pour ajuster le comportement.
3. **Imaginer des nudges simples** dont l'efficacité peut être vérifiée.
4. Commencer par **tester ces nudges** dans un espace restreint, par exemple une chambre à coucher. Il sera ainsi facile de mesurer l'efficacité du message. Il s'agit d'une phase de test, d'un échantillon qui vous permettra de décider s'il convient de le mettre en œuvre dans l'ensemble du bâtiment ou de l'ajuster et de le tester à nouveau avant son déploiement.
5. **Adapter ce message dans toute la structure** afin d'influencer massivement le comportement de la clientèle, du personnel, etc. Le suivi de la consommation d'eau permettra de mesurer l'effet de ce *nudge* à grande échelle et de l'ajuster en permanence.

THÈME

Gestion de l'eau

OBJECTIF

Réduire sa consommation

PRATIQUE

Utiliser une communication nudge

DIFFICULTÉ



Source : Nudge Communication
(<https://www.nudgeme.fr/>)

Exemple n° 1 : installation d'un sablier de 5 minutes dans les douches pour sensibiliser à l'impact de la consommation d'eau par rapport au temps passé sous la douche.



Source <https://www.nudgeme.fr/portfolio/tourisme-et-eco-gestes/>

Des mouches ont été dessinées sur le fond des urinoirs. Les visiteurs, pensant qu'il s'agissait d'une vraie mouche, ont surtout visé l'insecte. Le résultat a été un écoulement plus contrôlé et moins d'urine en dehors des urinoirs. La technique a été gagnante, puisque les coûts de nettoyage ont été réduits de 80 % après la mise en œuvre de cette approche peu coûteuse. Les urinoirs « ciblés » permettent de garder les toilettes propres beaucoup plus longtemps.



Source: nudge communication in Amsterdam airport

Parties prenantes à impliquer

- Directeur et personnel de l'hôtel
- Clientèles
- Agence de communication spécialisée dans le *nudge*

Aspects financiers

Coûts :

Temps nécessaire aux phases de réflexion, d'analyse, de proposition, de test et de développement.

Impression d'affichettes ou autres éléments *nudges* nécessaires.

Soutien éventuel d'une agence de communication.

Réduction des coûts :

Les économies réalisées grâce aux changements de comportement.

Suivi de la mise en œuvre

Contrôle des compteurs et/ou des factures d'eau.

Ressources

<https://www.hbrfrance.fr/chroniques-experts/2017/07/16300-nudge-influencer-comportements-5-etapes/>

<https://www.nudgeme.fr/portfolio/tourisme-et-eco-gestes/>