

[opis]

Zmiana nawyków czy modyfikacja zachowania bywa bardzo istotną kwestią. Często chodzi o coś więcej niż o proste przestawienie się z produktu na produkt - stawką może być zdrowie albo bezpieczeństwo. Jest sporo produktów cyfrowych, które mają za zadanie ułatwić użytkownikom wprowadzanie takich ważnych zmian: celem może być na przykład regularna aktywność fizyczna czy racjonalne zarządzanie swoim budżetem. Użyteczność tych produktów bywa jednak niewielka z wielu przyczyn. Podstawowa to nieuwzględnienie zasad, jakimi rządzi się ludzki umysł i mechanizm podejmowania decyzji.

Ta książka jest przewodnikiem po zdobyczach nauk o zachowaniu. Dowiesz się z niej, czym trzeba się kierować podczas projektowania różnych produktów, aby doprowadzić do korzystnych zmian w zachowaniach użytkowników. Przedstawiono tu po kolei wszystkie kroki prowadzące do stworzenia nowego produktu: odkrycie, projektowanie, implementację i ulepszenia. **Opisano model działań CREATE, dzięki któremu unikniesz najczęstszych błędów i skuteczniej skłonisz użytkowników do określonych działań. Dzięki prezentacji modelu DECIDE dowiesz się, jak zaprojektować właściwą interwencję.** Odkryjesz też, że zasady opisane w tej książce mogą być przydatne również wtedy, gdy postanowisz doprowadzić do dobrej zmiany nawyków... we własnym zespole!

Najważniejsze zagadnienia:

- jak działa ludzki umysł i jak podejmuje decyzje
- trzy główne strategie zmiany zachowań
- co przeszkadza w pożądanej zmianie nawyków
- jak projektować produkty, które użytkownik polubi
- jak mierzyć wpływ produktu na zmianę zachowania
- co wyjdzie z połączenia nauki o zachowaniu z data science

Dobry projekt? To użyteczny produkt i korzystna zmiana w nawykach!

[spis]

- Przedmowa
 - Jak powstała ta książka?
 - Dla kogo jest ta książka
 - Łączenie statystyk badawczych z wiedzą dziedzinową
 - Co musisz wiedzieć, by skorzystać z lektury tej książki
 - Do jakich zachowań odnoszą się te wskazówki
 - Czego nie znajdziesz w tej książce
 - Kolejne rozdziały
 - Podyskutujmy
 - Zapożyczenia
 - Podziękowania
- Część I. Jak działa umysł
- Rozdział 1. Decyzja i podjęcie działania
 - Zmiana zachowania
 - i nauki o zachowaniu

- Wstęp do nauk behawioralnych: jak działa umysł
 - Jesteśmy ograniczeni
 - Dwa umysły
 - Chodzimy na skróty: błędy i heurystyki
 - Chodzimy na skróty: nawyki
 - Kontekst ma olbrzymie znaczenie
 - Możemy projektować kontekst
- Co może pójść nie tak
 - Kaprysy procesu podejmowania decyzji
 - Kaprysy działania
- Mapa procesu podejmowania decyzji
- Krótkie podsumowanie pojęć
- Rozdział 2. Tworzenie działania
 - Od problemów do rozwiązań
 - Prosty model tego, kiedy i dlaczego działamy
 - Wskazówka
 - Reakcja
 - Ocena
 - Zdolność
 - Czas
 - Doświadczenie
 - Model działania CREATE
 - Każdy etap jest względny
 - Etapy mogą na siebie wpływać
 - Model powtarza się zawsze, gdy człowiek działa, i za każdym razem jest inny
 - Krótkie podsumowanie pojęć
- Rozdział 3. Powstrzymywanie chybionych działań
 - Wykorzystywanie modelu CREATE do tworzenia przeszkód w działaniu
 - Zmiana istniejących nawyków
 - Uwaga: unikaj wskazówek
 - Reakcja: zmień rutynę przez przejęcie reakcji
 - Ocena: używaj świadomego wnioskowania
 - Ocena: zwiększ uwagę przez ćwiczenie uważności
 - Zdolność: wzmocnij siłę innych zachowań
 - Pochopne decyzje i godne pożałowania działania
 - Krótkie podsumowanie pojęć
- Rozdział 4. Etyka zmiany zachowania
 - Szczególnie narzędzia cyfrowe manipulują użytkownikami
 - Co poszło nie tak: cztery typy zmiany zachowania
 - Długi cień
 - Produkty uzależniające
 - Behawioryzm etyki
 - Idziemy za pieniędzmi
 - Dalsze kroki: samodzielne korzystanie z nauk o zachowaniu
 - Oceń zamiary
 - Oceń bariery behawioralne
 - Odśwież sobie pamięć dzięki planowi etycznemu
 - Stwórz zespół opiniujący
 - Nie bądź elastyczny

- Podnieś stawkę: używaj energii społecznej do zmiany motywacji
 - Pamiętaj o podstawowym błędzie przypisania
 - Stosuj zachęty prawne i ekonomiczne
 - Dlaczego projektowanie zmiany zachowania to temat szczególnie drażliwy
 - Krótkie podsumowanie pojęć
- Część II. Plan zmiany zachowania
- Rozdział 5. Podsumowanie procesu
 - Zrozumienie nie wystarczy potrzebujemy procesu
 - Proces jest powszechny
 - Szczegóły mają znaczenie
 - Skoro też jesteśmy ludźmi: praktyczne wskazówki i arkusze robocze
 - Trochę praktyki
 - Ćwiczenia
- Rozdział 6. Definiowanie problemu
 - Gdy zespoły produktowe nie zdefiniują jasno problemu
 - Rozpocznij od wizji produktu
 - Sprecyzuj oczekiwany rezultat
 - Doprecyzuj rezultat
 - To i nic innego
 - Unikaj stanów umysłu
 - Ustal priorytety i połącz je
 - Staraj się nie zaczynać od pytania jak to zrobić?
 - Po co się trudzić?
 - Co, jeśli nie jesteście w stanie dojść do porozumienia odnośnie do oczekiwanego rezultatu?
 - Zdefiniuj wskaźniki mierzące rezultat
 - Praca z celami zorientowanymi na firmę
 - Nakreśl wizję
 - Wyznacz cele firmy
 - Zdefiniuj rezultaty dla użytkownika
 - Lista kontrolna
 - Kto podejmuje działanie?
 - Spisz swój początkowy pomysł działania
 - Doprecyzuj działanie
 - Wskaźniki działania
 - Szukaj minimalnego opłacalnego działania
 - Hipoteza zmiany zachowania
 - Przykłady z różnych dziedzin
 - Przypomnienie: działanie != rezultat
 - Trochę praktyki
 - Arkusz roboczy: notatka z projektu behawioralnego
- Rozdział 7. Badanie kontekstu
 - Co wiesz o swoich użytkownikach?
 - Jak zachowują się w codziennym życiu?
 - Jak zachowują się w aplikacji?
 - Persony behawioralne
 - Mapa behawioralna: jakie mikrozachowania prowadzą do działania?
 - Budowanie mapy behawioralnej
 - Zapisz to lub narysuj i dodaj szczegóły
 - Nowe produkty lub funkcjonalności a istniejące

- Mapa behawioralna zaprzestania działania
 - Czy jest lepsze działanie?
 - Techniki generowania pomysłów
 - Wystrzegaj się oczywistości
 - Wybierz idealne oczekiwane działanie
 - Aktualizacja person behawioralnych
 - Diagnozowanie problemu przy użyciu modelu CREATE
 - Diagnozowanie niepodjęcia działania
 - Diagnozowanie niezaprzestania działania
 - Trochę praktyki
 - Arkusz roboczy: mapa behawioralna
 - Arkusz roboczy: doprecyzowanie pojęć aktora i działania
- Rozdział 8. Zrozumienie naszej pracy: krótka historia o rybce
 - Zrób to za nich, gdy możesz
 - Strategie oszukiwania w jednorazowych działaniach
 - Zautomatyzuj działanie
 - Wystudiowana przypadkowość
 - Strategie oszukiwania w powtarzających się działaniach
 - Zautomatyzuj powtórzenia
 - Ale czy oszukiwanie to nie oszukiwanie?
 - Oszukiwanie w modelu działania
 - Kiedy nie możesz działać za nich, używaj modelu CREATE
 - Patrz dalej niż na motywację
 - Wartość i ograniczenia uświadamiania użytkowników
 - Patrz dalej niż na ekran produktu
 - Trochę praktyki
 - Ćwiczenie: przeanalizuj ponownie mapę
- Rozdział 9. Tworzenie ingerencji: wskazówka, reakcja i ocena
 - Wskazówki do działania
 - Poproś ich
 - Przekształć coś we wskazówkę
 - Wyjaśnij, gdzie działać
 - Usuń rozproszenia: zmieć konkurencję
 - Bądź tam, gdzie skierowana jest uwaga użytkownika
 - Dopasuj się do grafiku użytkownika
 - Korzystaj z przypomnień
 - Taktyka dodatkowa: migający tekst
 - Reakcja intuicyjna
 - Opowiadaj o przeszłości, by wspierać przyszłe działania
 - Niech myślą o sukcesie
 - Buduj skojarzenia z tym, co dobre i znane
 - Skorzystaj z dowodu społecznego
 - Korzystaj z porównań ze znajomymi
 - Wykaż autorytet w danej dziedzinie
 - Bądź autentyczny i miej indywidualne podejście
 - Stwórz profesjonalną i piękną stronę
 - Świadoma ocena
 - Upewnij się, że zachęty są właściwe
 - Wykorzystaj istniejące motywacje, zanim dodasz nowe
 - Unikaj bezpośrednich płatności

- Wykorzystaj lęk przed stratą
 - Twórz kontrakty zobowiązań i nośniki zobowiązań
 - Wypróbuj różne rodzaje motywacji
 - Wykorzystaj współzawodnictwo
 - Przenieś przyszłe motywacje do teraźniejszości
 - Kilka uwag na temat podejmowania decyzji
 - Unikaj narzutu poznawczego
 - Upewnij się, że instrukcje są zrozumiałe
 - Unikaj nadmiaru wyboru
 - Zwolnij
 - Trochę praktyki
 - Arkusz roboczy: ocena różnych ingerencji za pomocą modelu CREATE
- Rozdział 10. Tworzenie ingerencji: zdolność, czas, doświadczenie
 - Zdolność użytkownika do działania
 - Usuń uciążliwości i wąskie gardła
 - Usuń niepotrzebne punkty decyzyjne
 - Ustaw odpowiednie wartości domyślne
 - Buduj zamiar implementacji
 - Porównanie ze znajomymi też może pomóc
 - Druga strona medalu: wiesz, że sobie poradzisz
 - Poszukaj prawdziwych przeszkód
 - Właściwy czas
 - Użyj słownictwa, które nie pozwala na czasową krótkowzroczność
 - Przypomnij o wcześniejszym zobowiązaniu do działania
 - Złóż zobowiązania innym
 - Niech nagroda nie powszednieje
 - Zarządzanie wcześniejszym doświadczeniem
 - Stosuj nowe początki
 - Korzystaj z reinterpretacji historii
 - Korzystaj z technik wspierających podejmowanie lepszych decyzji
 - Spraw, że działanie będzie celowo nieznanne
 - Sprawdź jeszcze raz pytasz inną osobę
 - Trochę praktyki
 - Ćwiczenie
- Rozdział 11. Tworzenie ingerencji: tematy zaawansowane
 - Ingerencje wieloetapowe
 - Łącz, gdzie to możliwe
 - Znów oszukuj, jeśli możesz
 - Pozwalaj na małe zwycięstwa
 - Stwórz pętlę informacji zwrotnej
 - Częste błędy
 - Łatwizna!
 - Ciężka praca buduje zobowiązania
 - Kształtowanie nawyków
 - Utrudnianie działania
 - Działania nawykowe
 - Pomysły na utrudnianie innych działań
 - Trochę praktyki
 - Ćwiczenie

- Rozdział 12. Implementacja w produkcji
 - Dokonaj oceny etycznej
 - Zostaw miejsce na kreatywność
 - Ku przestrodze: moja opaska treningowa
 - Twórz wskaźniki behawioralne od pierwszego dnia
 - Co powinieneś już mieć
 - Implementacja monitorowania behawioralnego
 - Mierzenie zachowań i rezultatów w produkcji
 - Mierzenie zachowań i rezultatów poza produktem
 - Implementacja testów A/B i eksperymentów
 - Narzędzia monitorowania zachowania i eksperymentów
 - Trochę praktyki
 - Arkusz roboczy: weryfikacja etyczna
 - Opis i cel
 - Transparentność i wolność wyboru
 - Zarządzanie danymi i polityka prywatności
 - Ostateczna ocena
- Rozdział 13. Określanie wpływu za pomocą testów A/B i eksperymentów
 - Testy: jak i dlaczego
 - Dlaczego eksperymenty są (prawie) lepsze niż ciepłe bułeczki
 - Projektowanie eksperymentalne w szczegółach
 - Ile osób wystarczy?
 - Jak długo to wystarczająco długo?
 - Wykorzystanie wagi biznesowej, by zdefiniować wystarczająco
 - Punkty do zapamiętania na temat projektowania eksperymentu
 - Analizowanie rezultatów eksperymentów
 - Czy efekt jest wystarczająco duży? Określanie istotności statystycznej
 - Inne rozważania
 - Rodzaje eksperymentów
 - Inne rodzaje eksperymentów
 - Optymalizacja eksperymentów
 - Jak działa eksperymentalna optymalizacja
 - Kiedy i dlaczego testować?
 - Trochę praktyki
 - Arkusz roboczy: projektowanie eksperymentu
 - Krok 1. Co podlega testom?
 - Krok 2. Jakie są ekstrema rezultatów?
 - Krok 3. Oblicz wielkość próby dla ekstremów
 - Krok 4. Jak dużo osób możesz zbadać?
 - Krok 5. Ile osób powinno być w każdej grupie?
 - Krok 6. Czy masz wszystko, czego potrzebujesz?
- Rozdział 14. Określanie wpływu, gdy nie można przeprowadzić testów A/B
 - Inne sposoby określenia wpływu
 - Analiza przed po
 - Przekrojowa analiza wpływu
 - Unikatowe działania i rezultaty
 - Co, jeśli rezultatu nie można zmierzyć w produkcji?
 - Znajdź dowolny sposób mierzenia rezultatu i działania (byle nie była to ankieta)

- Znajdź przypadki połączenia zachowania produktowego z realnymi rezultatami
 - Budowanie mostu danych
 - Trochę praktyki
- Rozdział 15. Ocena kolejnych kroków
 - Określ, jakie zmiany zaimplementować
 - Zbierz
 - Nadaj priorytety
 - Włącz
 - Mierz wpływ każdej dużej zmiany
 - Jakościowe testy przyrostowych zmian
 - Kiedy jest wystarczająco dobrze?
 - Trochę praktyki
- Część III. Zbuduj swój zespół i odnieś z nim sukces
- Rozdział 16. Obecny stan wiedzy
 - Co zrobiliśmy: światowe badania zespołów behawioralnych
 - Kogo tam mamy?
 - Co nas interesuje
 - Zespoły dedykowane
 - Pozostałe zespoły
 - Szeroki zakres zastosowań
 - Początki
 - Model biznesowy
 - Miejsce
 - Obszary zainteresowań
 - Wyzwania
 - Praktyczne wyzwania w funkcjonowaniu zespołu
 - Kryzys powtarzalności w nauce
 - Trochę praktyki
- Rozdział 17. Czego będziesz potrzebował dla swojego zespołu
 - Od tego, co zrobiono, do tego, co Ty zrobisz
 - Udowodnienie swojej wartości
 - Przemyśl model biznesowy
 - Umiejętności i ludzie, których potrzebujesz
 - Pierwszy zestaw umiejętności: podstawy niebehawioralne
 - Drugi zestaw umiejętności: ocena wpływu
 - Trzeci zestaw umiejętności: głębokie zrozumienie umysłu i jego osobliwości
 - Poza listą: tytuł naukowy
 - Jak łączyć te umiejętności w zespole
 - Pomoc badaczy akademickich
 - Data science i nauki o zachowaniu
 - Korzystanie z data science w projektowaniu zmiany zachowania
 - Trochę praktyki
- Rozdział 18. Wnioski
 - Jak podejmujemy decyzje i działania
 - Kształtowanie zachowania przez produkt: model CREATE
 - Model DECIDE i budowanie ingerencji behawioralnej
 - Inne tematy
 - Często zadawane pytania

- Czym zwykle różnią się warunki wstępne od działania?
 - Co się zmienia, gdy użytkownik nabiera doświadczenia z produktem?
 - Jak utrzymać zaangażowanie w produkt?
 - Co się dzieje, zanim człowiek po raz pierwszy podejmie działanie?
- Spojrzenie w przód
- Słowniczek pojęć
- Bibliografia
 - O autorze
 - Kolofon