

COMMUNICATION **ENGAGEANTE ET** NUDGES EN PRATIQUE

Mettre en œuvre une communication engageante et créer des nudges au service du changement de comportement et de la transformation des organisations.

2 jours	8 à 12
1 intervenant	participants
Initiation et mise en situation	750 € ht pour les 2 jours

Face aux défis auxquelles les entreprises et les organisations sont confrontées: changement d'organisation, transformation digitale, désengagements des salariés, cybersécurité, sécurité, sûreté, santé au travail, transition énergétique, changement climatique... l'information et la persuasion publicitaire ne sont plus suffisantes. En 1971, Kiesler, psychologue et spécialiste du comportement, démontre, expériences à l'appui, que « seul nos actes nous engagent et non nos idées ». Pour faciliter le passage des intentions aux actions, il faut engager l'individu par le biais d'actes préparatoires ou l'inciter à agir librement. Tel est l'objet des nudges et de la communication engageante; une communication qui associe les techniques classiques de la persuasion aux techniques novatrices de l'engagement.

Publics

- Directeur(trice)s et responsables communication Directeur(trice)s et responsables développement durable et/ou RSE ■ Directeur(trice)s, responsables et chargé(e)s de sensibilisation, transformation digitale sécurité et cybersécurité. ■ Directeur(trice)s, responsables et chargé(e)s RH, formation.
- Managers Change management et transformation des organisations.
 Consultants DD et RSE.
- Entrepreneurs du changement. Acteurs de l'économie sociale et solidaire.

Objectifs

- Comment accompagner les transformations des organisations et des entreprises face aux nouveaux enjeux organisationnels et managériaux?
- Comment faciliter le changement de comportement des individus face aux enjeux de santé, de consommation, de sécurité informatique, de développement durable?
- Comment engager les citoyens, les consommateurs, les salariés, les jeunes vers de nouveaux comportements éco-responsables plus en phase avec les enjeux climatiques et sociétaux?
- Comment faire passer le citoyen, le consommateur de l'intention à l'action ?

^orogramme

Membre

Nudge

France

1 /La théorie de l'engagement

- Le fonctionnement du comportement humain
- · Les bases de la psychologie sociale
- Les limites de la communication persuasive
- Les bases de l'engagement (acte préparatoire...)

2 /La communication engageante

- · Les effets cognitifs et effets comportementaux
- Un nouveau statut d'acteur pour la cible
- · La mécanique de la communication engageante

3 /Les nudges

- D'où viennent les nudges ? Les principes de l'économie comportementale
- Des exemples de nudges pour comprendre leur rôle dans les changements de comportement
- · Comment créer des nudges ?

Intervenant



Daniel Luciani, Fondateur de l'Agence de communication responsable ICOM. spécialiste de la communication engageante et de la responsabilité sociétale. Président ICOM 21

4 /Une communication engageante responsable

• Présentation des méthodes créées par l'Agence ICOM, spécialiste de la communication responsable

5 /des mises en situation réelle...

... à partir de cas proposés par les participant.es, des équipes sont constituées pour proposer des recommandations de communication engageante et la création de nudges. Ces équipes sont suivies et coachées par l'intervenant expert.



Expertise unique de l'intervenant

Formateur intervenant-expert pour Michelin, SNCF, ICOM 21, Stratégies, Lucie... Fondateur de Toulouse3c.fr, créateur du serious game Nudge creator. Mise en pratique à partir de situations réelles proposées par les participants.

Informations et inscriptions **Daniel Luciani** contact@icom21.fr 06 07 56 62 20