GoldinKollar

خمسون فكرة عن السلوك البشري في العمل

فكرة واحدة، ورقم واحد، وإجراء واحد من كل فيديو في كورس حرّك السلوك، مع مصدره.

حرّك السلوك · goldinkollar.com/ar/videos/human-behaviour-crash-course/

50 / 1

عارفين... ومش بيعملوا

النية وحدها لا تكفي. الدراسات تقول إن النوايا تتحول إلى أفعال في نحو نصف المرات فقط، والفارق تصنعه البيئة لا الحماس.

مراجعة · Sheeran & Webb 2016 · review · Sheeran 2002 · 422 studies لعدة دراسات

50 / 2

السلوك حاجة بتتعد

القيمة المكتوبة على الحائط ليست سلوكًا. اكتبها في جملة واحدة: من، يفعل ماذا، متى، وأين.

قاعدة GoldinKollar · values → behaviours · GoldinKollar

50 / 3

شخّص قبل ما تحرّك

قبل أن ترسل تذكيرًا آخر: في أي فلتر يتوقف الناس؟ الإشارة، أم التقييم، أم القدرة، أم الإلحاح؟ لكل فلتر علاج مختلف.

GoldinKollar · Action Funnel

50 / 4

عقلين بيقرروا

الدماغ يعمل معظم اليوم بنظامه السريع. اجعل الخطوة الأولى لا تحتاج إلى تفكير: زر واحد، أو سؤال واحد.

مرجع أساسي · Kahneman 2011 · Thinking, Fast and Slow

50 / 5

اللي بيتكرر بيختفي

ما يتكرر بالشكل نفسه يختفي من الانتباه. التعوّد قيد في التخطيط، تمامًا مثل الميزانية.

قاعدة GoldinKollar · habituation as a planning constraint · GoldinKollar

50 / 6

كتر الاختيارات بيوقّف؟

تجربة المربى الشهيرة: 3% مقابل نحو 30%. لكن مراجعة الدراسات اللاحقة وجدت متوسط الأثر قريبًا من الصفر. المشكلة في الحيرة، لا في العدد.

دراسة ميدانية · Iyengar & Lepper 2000 · Scheibehenne, Greifeneder & Todd 2010

50 / 7

جزء كبير من يومك على الطيار الآلي

نحو 40% من أفعالنا اليومية عادات. العادة لا تستجيب للإقناع، بل للمكان والتوقيت.

دراسة يوميات · Wood, Quinn & Kashy 2002 · diary studies

50 / 8

الإحساس بيقرر

الناس تحكم بالإحساس أولًا ثم تكمل بالمنطق. ابدأ إعلان التغيير بقصة شخص واحد، ثم الأرقام.

مراجعة نظرية · Slovic, Finucane, Peters & MacGregor 2007

50 / 9

الخسارة بتوجع أكتر

الخسارة تؤلم أكثر من المكسب، لكن أقل مما تقول الأسطورة: نحو 1.7 مرة بعد التصحيح، لا 2.25.

Tversky & Kahneman 1992 · λ = 2.25 · Brown et al. 2024 · 607 أثر حقيقي لكنه أصغر من الشائع · ≈1.74 corrected · estimates

50 / 10

محدش شاف

ليس كل من لم يفعل غير مهتم؛ أحيانًا لم يرَ. ضع الإشارة في أول سطر وفي اللحظة المناسبة.

نموذج سلوكي · Fogg 2009 · Behavior Model (B = MAP)

50 / 11

وأنا مالي؟

الناس لا تقرأ الرسالة، بل تقرأ نفسها فيها. أول سطر يجب أن يجيب: ما الذي سيتغير في يومك؟

GoldinKollar قاعدة · GoldinKollar · Action Funnel · F2

50 / 12

سبع خطوات

القدرة تتحدد بأندر مورد لدى الشخص في تلك اللحظة. بدل زيادة الحماس، احذف خطوة.

نموذج سلوكي · Fogg 2009 · six simplicity factors

50 / 13

في أي وقت = ولا وقت

«في أي وقت» تعني «لا وقت». الانحياز للحاضر يجعل الغد دائمًا أنسب، حتى ينتهي الموعد.

نموذج اقتصادي سلوكي · O'Donoghue & Rabin 1999 · present bias

50 / 14

أربع جمل بتقولك المشكلة

لا أعرف، لا أحب، لا أريد، لا أستطيع: أربع جمل وأربع مشكلات مختلفة. استمع للجملة قبل اختيار الحل.

GoldinKollar قاعدة · GoldinKollar · four barriers

50 / 15

قدرة وفرصة ودافع

ليست كل مشكلة سلوك مشكلة تدريب. اسأل أولًا: هل المشكلة في القدرة، أم الفرصة، أم الدافع؟

إطار علمي · Michie, van Stralen & West 2011 · COM-B

50 / 16

المعطّلات

أحيانًا يكون كل شيء مضبوطًا ولا تحدث حركة. ضغط الوقت وعدم اليقين يعطّلان الناس مهما كان الطلب جيدًا.

GoldinKollar قاعدة · GoldinKollar · 6D Spectrum Model · disablers

50 / 17

مش كله بيتحرك بنفس الحاجة

الحافز الصحيح هو الذي يخاطب الدافع الصحيح. اعرف أقوى ثلاثة دوافع لدى الشريحة قبل تصميم أي مكافأة.

GoldinKollar قاعدة · GoldinKollar · ten-motive model

50 / 18

الحافز ممكن يقتل الرغبة

المكافأة المتوقعة قد تقتل الرغبة. أطفال يحبون الرسم رسموا أقل بعد أن وُعدوا بشهادة.

تجربة معملية · Lepper, Greene & Nisbett 1973

50 / 19

تلات احتياجات

الاستقلالية والكفاءة والانتماء. ثبّت الهدف، واترك للفريق اختيار الطريقة.

نظرية تدعمها أبحاث كثيرة · Deci & Ryan 2000 · Self-Determination Theory

50 / 20

الناس بتعمل اللي يشبهها؟

«أن تكون ناخبًا» بدل «أن تصوّت»: نتيجة شهيرة لم تتكرر في تجربة أوسع بكثير. الفكرة الجميلة ليست دليلًا.

تحذير: النتيجة لم تتكرر · no effect · large field replication · Bryan et al. 2011 · PNAS · Gerber et al. 2016

50 / 21

العدل قبل الرقم

الناس مستعدة لخسارة المال كي تعاقب الظلم. اشرح المعادلة قبل أن تعلن الرقم.

تجربة معملية · Güth, Schmittberger & Schwarze 1982 · ultimatum game

50 / 22

التقدّم بيجرّ

بطاقة تبدأ بختمين مجانيين اكتملت أسرع: 10 أيام مقابل 15. الناس تتحرك حين تشعر أنها بدأت.

دراسة ميدانية · Kivetz, Urminsky & Zheng 2006 · J. Marketing Research

50 / 23

الفضول فجوة

الفضول فجوة صغيرة ومحددة. حوّل عنوان رسالتك إلى سؤال يريد الناس إجابته، وأغلق الفجوة في أول سطر.

مراجعة نظرية · Loewenstein 1994 · information-gap theory

50 / 24

الناس بتبص على الناس

رسالة «معظم نزلاء هذه الغرفة أعادوا استخدام المنشفة» رفعت إعادة الاستخدام من 35.1% إلى 44.1%. الناس تنظر إلى الناس.

دراسة ميدانية · فندق واحد · Goldstein, Cialdini & Griskevicius 2008

50 / 25

العرف الغلط

«للأسف المشاركة ضعيفة» تعلّم الناس أن عدم المشاركة هو الطبيعي. قل من شارك، لا من غاب.

دراسة ميدانية · Cialdini et al. 2006 · Social Influence

50 / 26

الاختيار الجاهز بيكسب

حين أصبح التسجيل تلقائيًا مع حق الخروج، قفزت المشاركة من 37% إلى 86%. الاختيار الجاهز قوة؛ استخدمها لمصلحة الموظف.

دراسة ميدانية · Madrian & Shea 2001 · Quarterly J. Economics

50 / 27

نفس الرقم... قرار تاني

الرقم نفسه، قرار مختلف: 72% مقابل 22% بحسب الصياغة. اختر الصياغة بوعي، ولا تُخفِ الرقم الآخر.

تجربة معملية · Tversky & Kahneman 1981 · Science

50 / 28

أول رقم بيتقال

رقم عشوائي من عجلة حظ غيّر التقديرات من 25% إلى 45%. من يقول الرقم الأول يرسم الملعب.

تجربة معملية · Tversky & Kahneman 1974 · Science

50 / 29

اللي بيبنيه بإيده

الناس تقدّر ما بنته بأيديها. اجعل جزءًا من المبادرة يُصنع مع الناس، لا لهم.

تجربة معملية · Norton, Mochon & Ariely 2012

50 / 30

ابدأ بخطوة صغيرة

طلب صغير قبل أسبوعين رفع الموافقة على الطلب الكبير من 17% إلى 76%. ابدأ بأصغر خطوة حقيقية.

دراسة ميدانية · Freedman & Fraser 1966 · JPSP

50 / 31

ادّي الأول

من يعطي أولًا يجد من يرد. بشرط أن يكون العطاء مفيدًا بحق، لا طُعمًا.

تجربة معملية · Regan 1971

50 / 32

مين بيقول

الرسالة تصل بقدر ثقة الناس في قائلها. صاحب المنصب الأعلى ليس دائمًا الأكثر تأثيرًا.

إطار علمي · Dolan et al. 2010 · MINDSPACE

50 / 33

القليل بيغلى

الندرة ترفع القيمة، بشرط أن تكون حقيقية. ندرة مزيفة واحدة تحرق الثقة.

تجربة معملية · Worchel, Lee & Adewole 1975 · JPSP

50 / 34

شيل خطوة

كل خطوة إضافية تُفقدك أشخاصًا في المنتصف. كل خانة يجب أن تكسب مكانها.

إطار علمي · Behavioural Insights Team 2014 · EAST

50 / 35

أربع أسئلة قبل الإطلاق

أربعة أسئلة قبل أي إطلاق: هل هو سهل؟ جذّاب؟ اجتماعي؟ في وقته؟ راجع الفعل، لا الشكل فقط.

إطار علمي · Behavioural Insights Team 2014 · EAST

50 / 36

البدايات الجديدة

الناس تبدأ عند علامات الزمن: أول الأسبوع، أول الشهر، بعد عيد الميلاد. ضع إطلاقك على أقرب بداية.

دراسة ميدانية · Dai, Milkman & Riis 2014 · Management Science

50 / 37

قدّام عينه

الماء أمام العين وبجوار كل كاشير: زادت مبيعاته وقلّت المشروبات المحلّاة. ما أمام العين يكسب.

دراسة ميدانية · Thorndike et al. 2012 · American J. Public Health

50 / 38

حدد اللحظة

خانة فارغة «أي يوم؟ أي ساعة؟» رفعت نسبة التطعيم نحو 4 نقاط. لا يكفي أن تذكّر؛ حدد اللحظة.

دراسة ميدانية · Milkman et al. 2011 · PNAS

50 / 39

إمتى وفين؟

خطة «إذا... فسأفعل» أثرها متوسط إلى كبير عبر 94 اختبارًا. النية تقول أريد، والخطة تقول متى وأين.

مراجعة لعدة دراسات · Sheeran & Webb 2016 · Gollwitzer & Sheeran 2006 · meta-analysis

50 / 40

الاحتكاك اللي بيأذي

إذا كان الخروج أصعب من الدخول فهذا فخ لا نظام. الصمت هنا ليس رضا.

مقال علمي · Thaler 2018 · Science · «Nudge, not sludge»

50 / 41

العادة مش 21 يوم

العادة لا تُبنى في 21 يومًا. الوسيط 66 يومًا، والمدى من 18 إلى 254 تقديرًا.

دراسة متابعة يومية · 84 يومًا · Lally et al. 2010 · Eur. J. Social Psychology

50 / 42

صغّرها واربطها

صغّر السلوك حتى يأخذ أقل من 30 ثانية، واربطه بشيء تفعله يوميًا.

منهج تطبيقي · Fogg 2019 · Tiny Habits

50 / 43

اربطها بحاجة بتحبها

اربط متعة تحبها بمهمة تؤجلها. الأثر يضعف مع الوقت، فاستخدمه بداية لا حلًا دائمًا.

دراسة ميدانية · Milkman, Minson & Volpp 2014 · Management Science

50 / 44

المراية

تقرير مقارنة بالجيران خفّض الاستهلاك نحو 2% دون أي حافز. الناس تتغير حين ترى نفسها بجوار الرقم.

دراسة ميدانية · Allcott 2011 · J. Public Economics

50 / 45

الربع اللي بيقلب

في تجربة على الإنترنت، انقلب العرف حين بلغت الأقلية الملتزمة نحو 25%. الرقم قد يختلف في الشركات، لكن الكتلة الحرجة حقيقية.

تجربة معملية · Centola et al. 2018 · Science

50 / 46

قول اللي مش هيتغير

الناس لا تخاف الجديد، بل تخاف خسارة ما لديها. ابدأ إعلان التغيير بما لن يتغير.

تجارب وبيانات ميدانية · Samuelson & Zeckhauser 1988

50 / 47

المدير هو القناة

المدير مسؤول عن 70% على الأقل من الفروق في انخراط الفرق. جهّز المديرين قبل الإعلان الكبير.

دراسة ميدانية · Gallup 2015 · State of the American Manager

50 / 48

الثقافة = اللي بيتكافئ

إذا كافأت شيئًا وانتظرت غيره فستحصل على ما كافأته. ثقافتك الحقيقية هي ما تكافئه فعلًا.

مقال كلاسيكي · Kerr 1975 · Academy of Management Journal

50 / 49

تزقّة ولا تلاعب؟

اختبار العلنية: هل تستطيع إعلان ما فعلته ولماذا أمام من فعلته بهم؟ إن لم تستطع فهو تلاعب.

مبدأ أخلاقي · Nudge · Thaler & Sunstein 2008

50 / 50

قيس الفعل، مش الرأي

الفتح ليس فعلًا والإعجاب ليس فعلًا. قِس ما يفعله الناس، واقبل أن تكون النتيجة صفرًا.

قاعدة GoldinKollar