

Per Kristensson

Karlstads universitet

Konsumentbeteende

Underhållning och måttfullhet på samma gång – går det?

Per Kristensson

Professor CTF, Centrum för tjänsteforskning, Karlstads universitet

221026

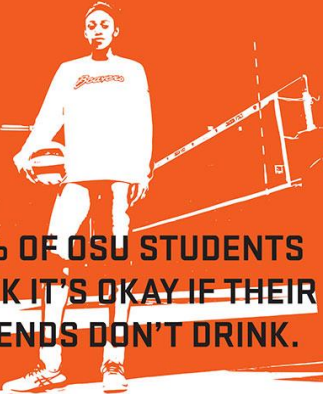
Beteenden vi sällan noterar

Kompensatoriska beteenden



Sociala beteenden

“ I love being competitive everyday and sharing positive energy with my team. I have a family here that inspires me to be a better person everyday. **”**



**97% OF OSU STUDENTS
THINK IT'S OKAY IF THEIR
FRIENDS DON'T DRINK.**

Data from Oregon State University, National College Health Assessment II, Spring 2010. American College Health Association.
If you would like this information in an alternate format, contact Grant Palk at 541.725.1255 or grant.palk@oregonstate.edu



Triggande
beteenden



Beteenden där vi
framstår som
konsekventa





Endowment effect (R Thaler)



Vad får kunder att *gå igång*?

Samma grej 1:14 ganger... nix!

Innovation rules!

Swedish Innovation Index

- The more innovative consumers perceive a company to be, the more attractive they find it!



MEN...

Status Quo bias

- Preferens att göra som vi alltid gjort...
 - Äter du samma frukost varje dag?
 - Läser du samma tidning år efter år?
 - Köper du oftast samma bilmärke?
 - Röstar du på samma parti allt som oftast?
 - Gillar du att se om filmer du redan sett eller skratta åt skämt du hört flera gånger tidigare?

GILLAR!



Begagnade NIKE,
59:90 kronor...?

NEEEJ! 5990 kronor!!!



is pepsi K?



A social gathering in a dimly lit room with warm string lights. In the foreground, two hands hold up Miller Genuine Draft beer bottles, which are condensation-covered and glowing from a light source. In the background, a group of young adults are smiling and socializing. A woman on the left is laughing, and a woman on the right is smiling broadly. A man in the background is also smiling. The overall atmosphere is festive and social.

IT'S [] TIME

M

IT'S OUR TIME IT'S *Miller* TIME

Underhållning och måttfullhet... samtidigt



Hur skapa måttfullhet?

- 'Temporal discounting' (=msk benäghet att se fördelarna först och kostnad senare)
 - 500 kronor nu eller 1000 kronor om en månad?
 - Sämre kommunikationer i staden och bättre miljö i framtiden?
 - Shoppa nu eller spara till framtida husköp?
- Environmental design – tweak the environment
 - > Många samhällsproblem (ohälsa, diabetes, fattigdom) är ett resultat av *omgivning* snarare än av svag själv-kontroll

Har du under de senaste två veckorna...?



 *Ja...!*

Hur får vi vanligtvis människor att tänka till?



Kunskap är viktigt, men...

”Omvärldsförändring” (tweak the environment) är ofta
mycket bättre...!



Få människor att undvika läsk?



Få någon att börja träna?



Tweak the environment...



Vågar du möta en helt okänd person som kör
emot dig i 97 km/h?



Ja (vi reflekterar knappt över faran)



Tack!

Per.Kristensson@kau.se

