

НИКОЛАЙ ВИТЯЗЕВ

КРАТКОЕ

СОДЕРЖАНИЕ

«ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ

ЭКОНОМИКА»

КнигиКратко

Николай Витязев

**Краткое содержание
«Поведенческая экономика»**

«Аktion управление и финансы»

Витязев Н.

Краткое содержание «Поведенческая экономика» / Н. Витязев — «Актion управление и финансы», — (КнигиКратко)

Этот текст — сокращенная версия книги «Поведенческая экономика». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты. Классическая экономика рассматривает человека как рационального субъекта. С ее точки зрения, люди принимают взвешенные решения, основанные на полноте собранной информации, и способны сами рассчитать ценность различных предложений на рынке и даже предсказать, какой объем удовольствия получат от обладания тем или иным товаром. А если человек иногда делает неправильные выводы, он учится на своих ошибках, либо «верный путь» ему подсказывает сам рынок. Основываясь на этих представлениях о человеческом поведении, экономисты и даже маркетологи выстраивают стереотипы нашего покупательского поведения. Впоследствии эти стереотипы пытаются использовать все игроки рынка, чтобы повысить продажи или оптимизировать расходы. Ирония в том, что ничего из вышеописанного не соответствует действительности. К такому выводу пришел профессор Массачусетского технологического университета Дэн Ариэли после того, как провел десятки экспериментов и наблюдений. Человек значительно менее рационален в принятии решений, чем об этом принято думать. При этом наше иррациональное поведение не является случайным или бессмысленным — оно носит системный характер и вполне предсказуемо. Наш обзор по этой книге поможет вам ответить на главный вопрос: почему люди ведут себя иррационально и как на этом можно заработать. Напоминаем, что этот текст — краткое изложение книги

© Витязев Н.

© Акцион управление и финансы

Авторский обзор по материалам книги «Поведенческая экономика». Дэн Ариели

Автор обзора: *Николай Витязев*

Дюжина способов как использовать иррациональность человека для развития бизнеса

Классическая экономика рассматривает человека как рационального субъекта. С ее точки зрения, люди принимают взвешенные решения, основанные на полноте собранной информации, и способны сами рассчитать ценность различных предложений на рынке и даже предсказать, какой объем удовольствия получают от обладания тем или иным товаром. А если человек иногда делает неправильные выводы, он учится на своих ошибках, либо «верный путь» ему подсказывает сам рынок. Основываясь на этих представлениях о человеческом поведении, экономисты и даже маркетологи выстраивают стереотипы нашего покупательского поведения. Впоследствии эти стереотипы пытаются использовать все игроки рынка, чтобы повысить продажи или оптимизировать расходы. Ирония в том, что ничего из вышеописанного не соответствует действительности. К такому выводу пришел профессор Массачусетского технологического университета Дэн Ариели после того, как провел десятки экспериментов и наблюдений.

Человек значительно менее рационален в принятии решений, чем об этом принято думать. При этом наше иррациональное поведение не является случайным или бессмысленным – оно носит системный характер и вполне предсказуемо. Наш обзор по этой книге поможет вам ответить на главный вопрос: почему люди ведут себя иррационально и как на этом можно заработать.

Совет 1. Не продавайте товар соло, всегда размещайте что-то рядом для сравнения

Как правило, покупатели сосредотачиваются на преимуществах одного товара перед другим и таким образом сравнивают их ценность. А если сравнить не получается? Вот три примера для размышления.

Пример 1. Журнал Economist несколько лет назад разместил на своем сайте такое рекламное объявление:

«Добро пожаловать в центр подписки журнала Economist. Выберите интересующий Вас тип подписки для ее начала или продления:

– Подписка на онлайн-версию журнала Economist.com – 59 долларов. Годовая подписка на электронную версию журнала. Онлайн доступ ко всем статьям журнала Economist с 1997 года.

– Подписка на печатную версию журнала – 125 долларов. Годовая подписка на печатную версию журнала.

– Подписка на печатную и онлайн-версии журнала – 125 долларов. Годовая подписка на печатную версию журнала, а также онлайн-доступ ко всем статьям журнала Economist с 1997 года».

Какое предложение кажется Вам наиболее разумным?

Пример 2. Представьте, что Вы заходите в магазин электроники и видите в одном ряду три телевизора:

- Panasonic с диагональю 36 дюймов за 39 тыс. руб.;
- Toshiba с диагональю 42 дюйма за 45 тыс. руб.;

– Philips с диагональю 50 дюймов за 87 тыс. руб.;
Какой телевизор Вы выберете?

Пример 3. Вы покупаете дом в неизвестном Вам городе. Агент по продаже показывает вам три дома, каждый из которых кажется вам интересным. Один из них построен в современном стиле, два других – в колониальном. Все три дома имеют примерно одинаковую цену, они обладают для Вас равной степенью привлекательности, единственная разница в том, что в одном из домов в колониальном стиле необходимо поменять крышу, поэтому владелец готов сделать небольшую скидку. Какой вариант Вы выберете?

Существует большая вероятность того, что Ваш выбор падет на второй (целый) дом в колониальном стиле. Дело в том, что люди принимают решения на основании сравнения. Вы не так много знаете о доме в современном стиле, его не с чем сравнить, поэтому Вы отодвинете этот вариант в сторону. Однако Вы точно знаете, что один из домов в колониальном стиле лучше, чем другой. Таким образом Вы принимаете решение, что лучше выбрать дом с хорошей крышей.

Во втором примере, Вы наверняка выбрали средний телевизор, верно? Нет, это не фокус, этому действию тоже есть рациональное объяснение. Дело в том, что людям сложно определить ценность различных вариантов, которые нельзя сравнить единым универсальным. При наличии трех вариантов большинство покупателей предпочтет средний телевизор.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.