



# 聚焦行为的设计思维

Behavior-Centered Design

速览



rare

瑞尔行为中心



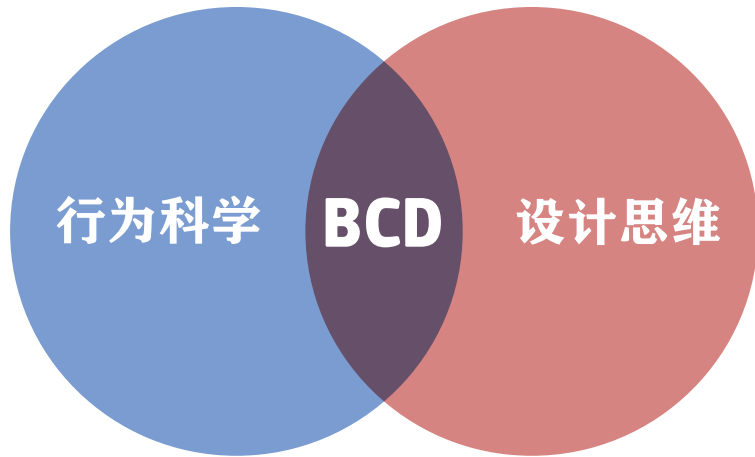


# 欢迎!

欢迎阅读聚焦行为的设计思维 (BCD) 速览。我们认为要实现环保目标, 需要更好的了解人及其行为。为此, 我们在行为科学、创新解决方案、先进的干预手段等基础上, 设计了一系列步骤来帮助你实现环保目标。这个速览可以帮你快速了解BCD, 如果你需要更全面的信息和资源, 针对每一个步骤, 我们都有相应的工作手册和工具。将人的行为作为工作的重点和核心很难, 但又是至关重要的。我们希望BCD 能给你的工作带来惊喜!

# 什么是聚焦行为的设计思维（BCD）？

聚焦行为的设计思维是一种方法学，应用行为科学和设计思维的理念、方法和工具帮助我们在解决环保问题过程中，找到突破性的解决方案。



## 开启你的学习旅程

### 使用说明

#### 确认你的设计起点

在第七页的行为设计步骤和产出中，我们列出了详细步骤，帮助你确定从哪里开始你的设计。

#### 遵循设计的步骤

针对设计的每一步，我们描述了主要方法（如何做），重要性（为什么要这样做），活动示例（工具），何时进入下一个步骤（指标）。

#### 使用工具

每一步骤都匹配一系列示例活动和工具来帮助你顺利完成。

#### 不要着急

我们理解你的时间有限，但我们鼓励你充分思考并完成每一步骤后再进入下一步骤，而不要仓促赶进度。

#### 更多资讯

你还可以访问网站 [behavior.rare.org](http://behavior.rare.org)，获取更多资讯。

# 行为改变杠杆

有很多方法可以了解行为改变的动机和障碍。瑞尔环境与行为中心 (Rare's Center for Behavior & the Environment) 开发了行为改变框架图, 通过六个行为杠杆来帮助我们了解行为改变的动机和障碍。每一个杠杆都代表一类基于行为科学和社会科学的循证案例开发出的干预策略。这些杠杆又是彼此独立的, 可根据不同需要重新组合。在附录中有更多详细介绍。



## 物质激励

增加或减少成本、时间或行为所付出的代价

## 选择架构

改变做出某种选择的情景

## 法规和规范

颁布法规或者规范来促进或限制某类行为

## 社会影响

利用与行为相关的信念和他人期望

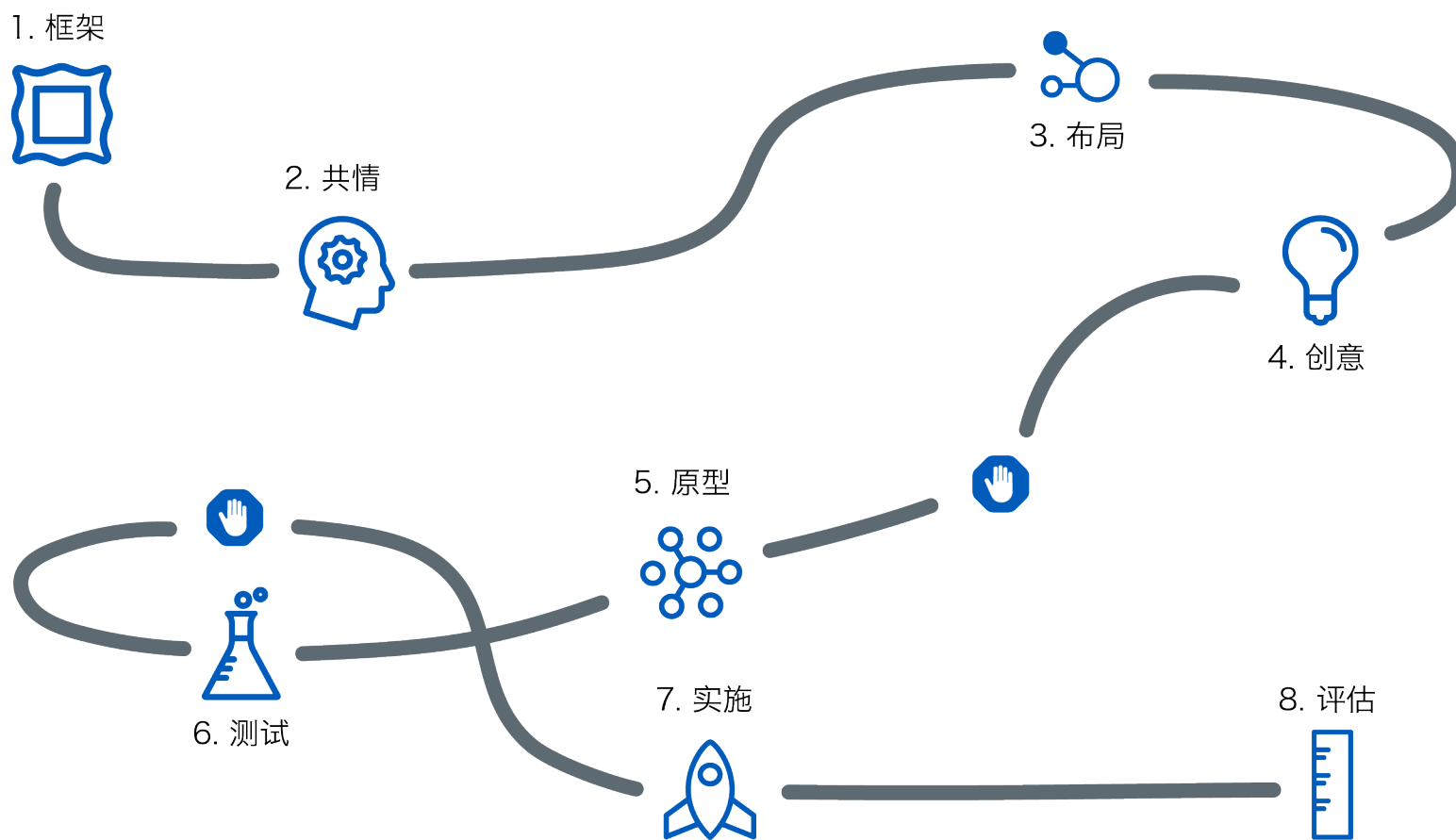
## 信息

提供“目标行为是什么”、“为什么要这样做”以及“如何做”等信息

## 情感驱动

利用情感力量来驱动行为

# BCD旅程图



# BCD步骤和产出

## 1. 框架

我确认了目标行为和目标受众，以及他们所处的情境

## 2. 共情

我收集了关于目标受众的动机和障碍，以及目标行为发生的情景的数据

## 3. 布局

我构建出关于目标受众采纳目标行为的动机假设

## 4. 创意

我为目标行为开发了解决方案组合

## 5. 原型

我形成了解决方案原型

## 6. 测试

我对原型进行测试，根据目标受众的反馈进行修改

## 7. 实施

我根据具体方案开始实施

## 8. 评估

我按照监测计划来监测行为变化并改进方案

第1步:

# 框架



## 如何做?

识别问题是谁造成的，  
主要行为表现有哪些，  
在什么情况下做出了这  
样的行为等。

## 为什么?

将重点放到对你目标产  
生深刻影响的人群和他  
们的行为上。

## 工具:

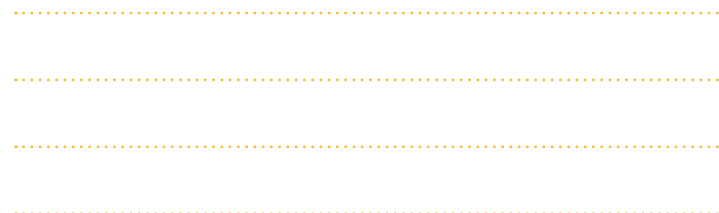
问题-行为-行为产生者  
绘图

利益相关者绘图

“社区漫步”

## 何时进行下一步?

你已经清晰定义目标受众及要干预的行为。





第2步:

# 共情



## 如何做?

收集目标受众行为的相关数据

## 为什么?

好的解决方案是建立在你对目标受众的目标行为产生的动机、遇到的障碍和具体在什么情景下发生的行为等信息的深度理解上

## 工具:

行为历程图

参与者观察

访谈和焦点小组

问卷调查

参与式摄影

## 何时进行下一步?

你已经掌握了关于目标行为受众的行为动机和障碍, 以及发生这个行为的情景。



第3步:

# 布局



## 如何做?

对你的数据进行挖掘, 并和行为洞察进行初步联结

## 为什么?

应用行为学原理分析数据, 找到更有效的解决方案

## 工具:

共识会  
数据分析  
撰写假设  
受众角色画像

## 何时进行下一步?

你找到了能够动员目标受众的多个假设。



第4步:

# 创意



## 如何做?

头脑风暴、组合、优先  
排序

## 为什么?

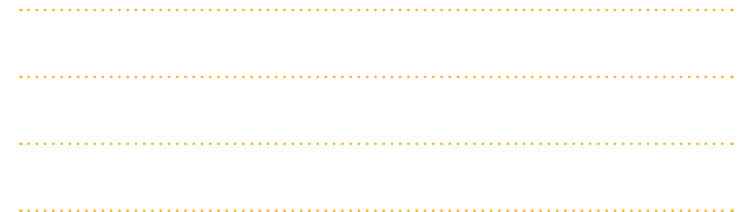
尽可能拓展想象空间,有  
利于你更有创造性地寻  
找解决方案

## 工具:

头脑风暴  
玩创意游戏

## 何时进行下一步?

当你形成了目标行为解决方案排序组合时。



# 等一下!



**在进入原型步骤之前，回顾下你的解决方案是否与步骤1到3中你对受众了解信息相符合。**

第5步:

# 原型



## 如何做?

开发一个原型(迷你版)来提炼您的解决方案的基本特性。

## 为什么?

原型能够帮助你在不投入大量资源的情况下使你的想法切实可行。

## 工具:

原型设计比赛

设计低成本的用户体验

## 何时进行下一步?

你拥有了一个具备基本特征的原型。



# 第6步： 测试



## 如何做：

测试你的原型并做出修改，可能需要多次改进方案。

## 为什么？

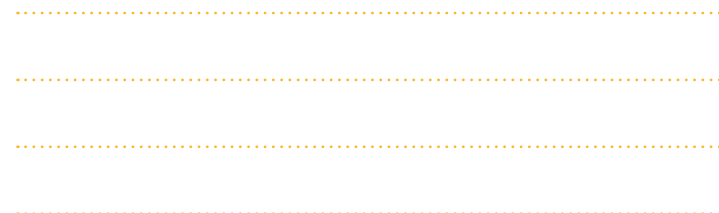
验证或否定你的关于行为动机的假设，并获得反馈来改进解决方案，是很重要的。

## 工具：

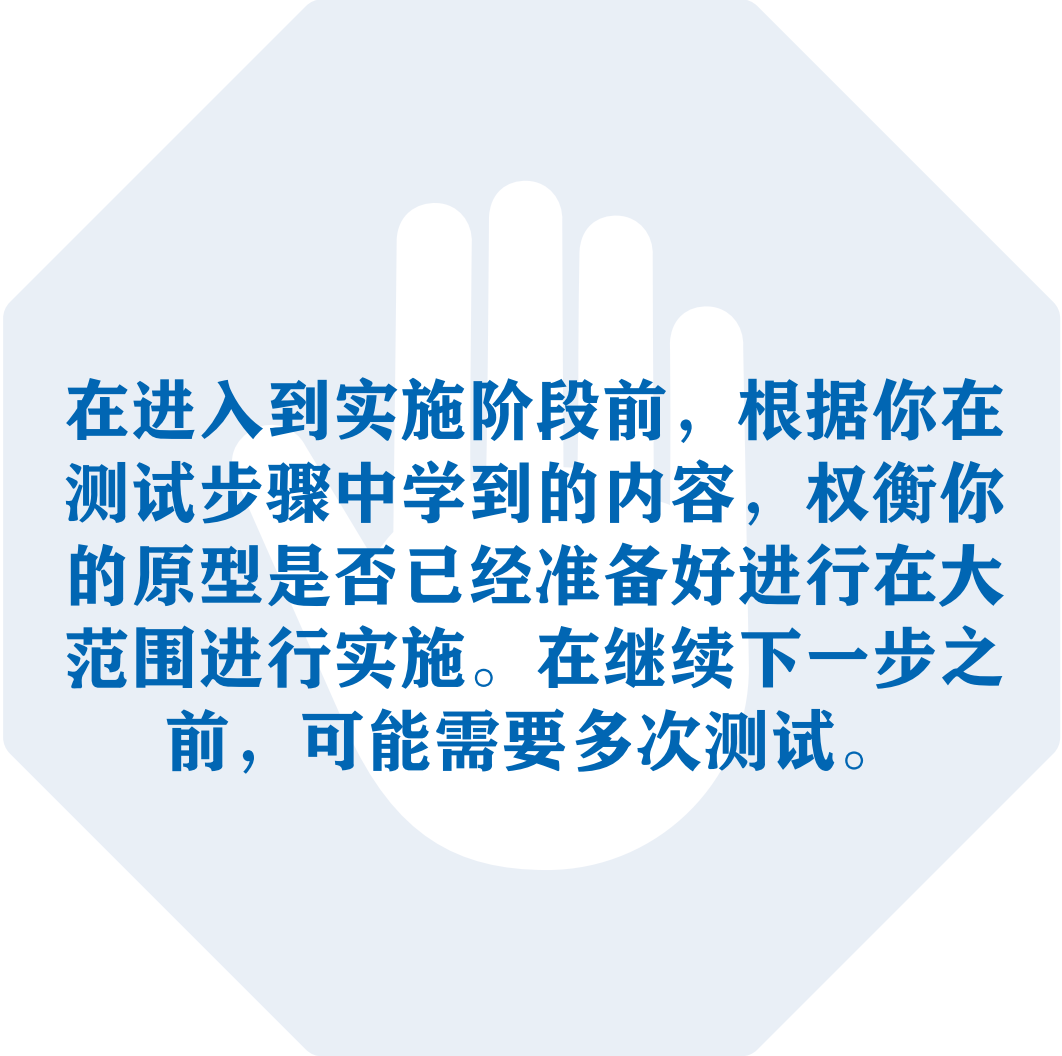
与目标受众进行焦点小组访谈/模拟实验

## 何时进行下一步？

你已经对原型进行了测试，并吸收了目标受众的反馈。



# 等一下



**在进入到实施阶段前，根据你在测试步骤中学到的内容，权衡你的原型是否已经准备好进行在大范围进行实施。在继续下一步之前，可能需要多次测试。**

第7步:

# 实施



## 如何做?

计划并实施你的解决方案。

## 为什么?

看看你的解决方案在实际应用时是否有效。

## 工具:

制定评估计划  
制定实施计划和预算  
推广方案

## 何时进行下一步?

当你清楚如何、何时、何地能够实施方案时。





第8步:

# 评估



## 如何做?

测量解决方案的影响力并随时监测其变化。

## 为什么?

观察行为是否发生变化以及改变的程度。

## 工具:

开展干预后的调查和访谈

分享交流经验&反思

## 何时进行下一步?

你得到可见的行为改变结果以及监测改变的计划。





# 恭喜完成学习!

## 接下来要做什么?

恭喜你通过自己的努力做到这一步! 是时候庆祝一下你所取得的成就了。当然行为改变真正的目标不仅仅是现在看到改变的结果, 而是看到这种接受和改变能够持续到未来。

**你现在的任务是持续进行监测, 并随着新情况的出现而及时做出调整:**

社区发生了哪些变化?

现在有哪些新的障碍或者机会?

采用你的目标行为能导致新的期望的行为吗?

我们希望你的聚焦行为的设计思维之旅不会就此止步, 我们也将为您提供机会, 使您现在和未来的干预措施变得更好, 更加有效。

# 附录

## 关于行为杠杆

理解行为改变的动机和障碍的方法有很多种，瑞尔行为与环境中心设计的行为改变框架，由六个行为杠杆组成。每一个杠杆代表了一种干预策略，这些策略遵循循证原则，源自行为科学和社会科学的案例研究。这些杠杆是彼此独立的，能够进行组合产生不同的效果。

几十年来以来，传统的环保方法主要使用这些杠杆：信息、法规和规章以及物质激励。

这些杠杆可能是有效的。但是，信息不一定会引发行动，物质激励措施可能会适得其反，法规和规章可能难以执行。行为科学研究表明，另一些工具可以更好促使行为发生改变并能提升传统杠杆的效果。例如，人们根据自己的情绪，他人正在做什么，期望他们做什么以及我们如何构建决策背景来做决定。

通过引入更多杠杆，我们可以设计出贴近人们各种行为动机和障碍的解决方案。这意味着将情感诉求、社会影响和选择架构更多地融入到我们的解决方案中。

阅读每一种杠杆以及应用它们的原则和策略。这些原则将不同策略进行归类，并找到改变的方法。策略是设计解决方案的选项，但应用这些策略时不要生搬硬套，而是根据实际情况灵活应用。根据你的目标受众和行为的调研数据来选择最适合你的杠杆和策略。

更多信息请访问：[behavior.rare.org](http://behavior.rare.org)



## 信息

**提供关于目标行为是什么，它为什么重要，以及如何去实现的信息**

提供分步指导

针对目标行为提供培训

提供关于如何进行目标行为的指导材料

提升意识和理解

提供论坛、会议或描述目标行为及其重要性的材料

以清晰、具体、明确的方式描述目标行为

对目标行为的实施情况给予反馈



## 法规和规范

**制定促进或限制行为的规则**

促进行为

制定要求或鼓励目标行为的指令

禁止行为

制定禁令，限制或禁止不希望的行为



## 物质激励

**增加或减少做某一行为的实际或感知成本、时间或付出的代价**

要么让它变得简单，要么让它变得困难

使目标行为更方便、更容易实现（例如消除障碍、提供替代品）

让不希望的行为更难实现（例如制造摩擦点、障碍）

给予奖励或惩罚

激励或强化目标行为

对目标行为进行处罚或罚款



## 情感驱动

### 利用感性来驱动行为

#### 调动情绪

挖掘驱动具体行动或结果的核心情绪

#### 个性化信息

让项目宣传活动人性化, 关注单一故事而不是抽象的统计数据  
定制信息, 使其与个人相关、能够引发共鸣并吸引人



## 社会影响

### 利用他人的行为、信念和期望

#### 使参与或者不参与的目标行为均可见

公开谁参与了或者没有参与目标行为

提供让人们展示他们正在做目标行为的渠道

#### 使目标行为成为可感知的规范

强调做不希望做的行为可能受到社会制裁

分享人们当前正在做的目标行为

围绕共同的信念和期望展开讨论

推广目标行为的成功案例

利用可靠的和可信的人开展目标行为

促进同伴或社区交流, 其他人可以观察目标行为并获得支持

#### 消除不参与目标行为的借口

鼓励公众承诺或保证来推动目标行为

提供支持目标行为的可见的物品 (例如帽子、徽章)



## 选择架构

### 改变做出选择的情境

#### 引导注意力

将目标行为设置为默认选项

通过突出目标行为来吸引注意力

#### 简化信息和决策

简化复杂的决策, 将重点放在关键信息或行动上  
为有许多步骤或选项的目标行为提供快捷方式

#### 利用恰当时机进行提示

以转变和养成习惯的时刻为目标

提供有关目标行为的提示和提醒

#### 促进计划和目标设定

为制定实现目标行为的计划提供支持

利用承诺约束或限制未来的决定





# 瑞尔行为中心



了解更多信息  
扫码关注公众号  
或访问 [behavior.rare.org](http://behavior.rare.org)

定制BCD课程  
请咨询  
[sli@rare.org](mailto:sli@rare.org)  
+86 13910084174

