



BY ABILWAYS

15 rue de Turbigo, 75002 Paris  
Tél. : 01 40 26 00 99

contact@pyramyd-formation.com  
www.pyramyd-formation.com

SAS au capital de 110 000 €  
RCS Paris n° 351 996 509  
NAF : 8559A  
TVA Intracom : FR 09 351 996 509  
SIRET : 351 996 509 00029

Organisme de formation  
n°11 75 15095 75

# Persuasive design: les meilleures pratiques

Créer les nouveaux marqueurs d'une expérience réussie

<b>2 jours / 14 heures</b>	Tarif inter <b>1350 € HT</b>
CODE: WM079	Tarif intra à partir de <b>1590 € HT</b> par jour (voir page 14)

### OBJECTIFS

- Appréhender l'approche cognitive dans le design persuasif
- Appliquer les principes du persuasive design
- Raconter une histoire pour faciliter le traitement de l'information
- Analyser le niveau de persuasion d'un site

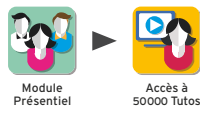
### PUBLIC CONCERNÉ

Professionnels du digital, de la communication et du marketing.

### PRÉ-REQUIS

Être associé à un projet de création, d'évolution ou de refonte d'un site Web.

### MÉTHODES PÉDAGOGIQUES



► Quiz Amont / Quiz Aval (voir page 8)

Les apprenants travaillent sur la conception itérative d'une page et sur des études de cas (Web et mobile).

### MOYENS TECHNIQUES/SUIVI

Informations générales: voir page 195

### PROFIL DE L'INTERVENANT

Expert en UX design et processus cognitifs ayant plus de 10 ans d'expérience en enseignement.

## PROGRAMME

### Appréhender l'approche cognitive dans le design persuasif

- Comprendre le rôle du cerveau et les processus cognitifs dans les interactions homme-machine (IHM)
  - Situer l'approche persuasive dans les interactions homme-machine
  - Appréhender la notion et les ressorts de la charge cognitive: le rôle de l'ergonomie dans les interfaces
  - Se familiariser avec les deux vitesses de la pensée et la théorie de Kahneman
  - Identifier les grands principes de la persuasion et de l'influence avec la théorie de Cialdini
  - Mémoriser les étapes de la création du flow
- **Exercice: identifier et nommer les grands principes persuasifs d'un site Web ou d'une application mobile**

### Appliquer les principes du persuasive design

- Appréhender les notions de personas et de parcours utilisateurs
  - Définir la relation entre la perception, les émotions et les activités
  - Identifier et expliquer les ressorts persuasifs: appartenance, crédibilité, instinct, intuition, confiance
  - Intégrer les techniques pour stimuler l'interactivité: propositions, injonctions, linguistique, contenus
  - Faciliter la prise de décision et encourager les conversions: peurs, croyances, prédictions
  - Appliquer et mettre en place les grands leviers du persuasive design en fonction d'une situation donnée
- **Exercice: appliquer des leviers persuasifs sur un persona défini**

### Raconter une histoire pour faciliter le traitement de l'information

- Appréhender les principes de narration et de dramaturgie traités par le cerveau
  - Isoler la subjectivité dans le traitement de l'information
  - Écrire un témoignage pertinent et cohérent
  - Permettre à l'utilisateur de s'identifier et de s'engager dans une histoire pour l'encourager à interagir
  - Décrypter la notion de biais cognitifs
- **Exercice: raconter une histoire persuasive**
- Analyser le niveau de persuasion d'un site**
- Examiner la boîte à outils du design persuasif
  - Procéder à un audit persuasif
- **Exercice: réaliser l'audit persuasif d'une interface**

PLANNING PARIS					
>				>	
>				>	
>				>	
15 au 16	avril	2019	24 au 25	octobre	2019
>			>		
>			>		

### L'AVIS DES APPRENANTS

"J'ai récupéré de vraies clés pour auditer mon futur site."  
Cécilia L., responsable marketing digital

www.pyramyd-formation.com

01 40 26 00 99 / contact@pyramyd.fr