

APPROFONDISSEMENT

## PERSUASIVE DESIGN: LES MEILLEURES PRATIQUES

Créer les nouveaux marqueurs d'une expérience réussie

**2 jours** - 14 heures

Prix HT : **1 400 €**

Réf. : WM079

**Paris**

24 au 25 octobre 2019  
30 au 31 mars 2020  
27 au 28 août 2020  
9 au 10 novembre 2020

**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.

**PRÉREQUIS**

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

**COMPÉTENCES ACQUISES**

Comprendre les ressorts psychologiques qui peuvent convaincre l'utilisateur de rester sur un site, les intégrer dans l'expérience Web et en mesurer les effets.

**MOYENS TECHNIQUES**

- 1 poste informatique (MAC ou PC) / apprenant
- Poste de l'intervenant relié à un vidéoprojecteur

**PROFIL DE L'INTERVENANT**

Expert UX design 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
- 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, instinct, intuition, confiance...

- Intégrer les techniques pour stimuler l'interactivité
- Faciliter la prise de décision et encourager les conversions : peurs, croyances...
- Appliquer et mettre en place les grands leviers du persuasive design

→ **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
- Encourager l'utilisateur 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**

**PARCOURS PÉDAGOGIQUE**

