

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

