

# Persuasive Design

---

**Modalité :** Sur-mesure

**Niveau :** Tout niveau

## Présentation

Le Design Persuasif recouvre tous les moyens à disposition pour influencer durablement les comportements des utilisateurs en jouant sur des leviers issus pour la plupart de la psychologie sociale et de la psychologie cognitive.

## Objectifs

- Etre en capacité d'intégrer le facteur humain dans sa conception en mettant en application les leviers du "persuasive design " (persuasion, émotion, confiance) pour booster l'interactivité et l'engagement suscité par ses produits ou services.

## Pré-requis & Profil des participants

Pas de pré-requis nécessaire.

Elle s'adresse aux professionnels associés à un projet de création ou de refonte de site web ou d'application et désireux de comprendre les biais cognitifs influençant l'utilisateur pour créer des expériences plus engageantes.

## Programme

### Premier jour

#### 1. Les fondamentaux

- Appréhension et identification des marqueurs d'une expérience réussie

#### 2. Approche cognitive du design

Comprendre ce que les utilisateurs voient, ressentent, comprennent et mémorisent

- Théorie des perspectives
- Eviter les pièges de la pensée en prenant en compte la charge cognitive et les biais des comportements des utilisateurs

- Émotions, a priori et jugements
- Attention à la manipulation
- Les grands principes de la persuasion
- Heuristique décisionnelle
- Preuves sociales et validations implicites
- Principe de rareté
- Principe de rareté
- Territoire d'autorité et références
- De l'engagement à la fidélisation

### 3. Influences sur la crédibilité d'un site (première impression)

Qu'est-ce que la confiance ? Qu'est-ce qu'un site crédible ?

- Importance du « look & feel »
- Compréhension des intitulés et lisibilité
- Comprendre l'importance de stratégie des contenus
- Sincérité du message
- Règles de confidentialité et respect de l'utilisateur
- Limites de l'utilisateur et guidage
- Cohérence et gestion de la marque

#### Deuxième jour

### 4 Comment attirer de nouveaux utilisateurs ?

- Repartir de la marque : ses valeurs, son territoire et ses déclinaisons numériques
- SEO : s'intéresser au référencement naturel et l'inclure dès le début dans la stratégie de contenu et la conception
- Analyse des comportements de la recherche
- Outils : stratégie CRM se servir de l'E-mailing et rédiger des newsletters
- Outils : avoir une stratégie sur les réseaux sociaux
- E-publicité et teasing

### 5. Comment les accompagner et les fidéliser ?

- Recherches et compréhension du contexte de l'utilisateur
- Parcours utilisateur et identification des points d'accroche
- Éléments du dialogue interactif
- Simplifier l'interface : gestion des vides et des espaces
- Codes et connotations : comprendre les associations et les symboles culturels
- La force du design émotionnel ou l'humanisation des écrans
- Les fonctions incitatives

### 6. Comment faciliter la prise de décision et déclencher des conversions

- Architecture décisionnelle et boosters
- Prédications auto-réalisatrices, peurs comment les contourner ?

- Rentrer en empathie avec l'utilisateur et s'appuyer sur une conception qui met l'utilisateur au centre
- L'UX design complémentaire du persuasive design