

## Formation

# Comprendre les processus cognitifs de vos utilisateurs

La psychologie cognitive au service de la conception digitale

720 € TTC (600 € HT)

Durée : 7 heures (1 jour)

Niveau : Tout niveau

### Présentation

Cette formation fournit les fondements de la psychologie cognitive pour mieux comprendre vos utilisateurs.

Elle permet d'expliquer leurs usages et comportements par des connaissances et des concepts de neurosciences et de sciences cognitives.

### Objectifs et compétences acquises

Cette formation vous permettra de concevoir des services digitaux adaptés aux utilisateurs en :

- Comprenant les processus cognitifs de vos utilisateurs
- Expliquant et anticipant leurs usages
- Proposant des parcours adaptés aux stratégies de vos utilisateurs

A l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre certaines activités mentales et cognitives
- Comprendre ce qu'est un biais cognitif et comment il agit sur l'activité des utilisateurs
- Identifier les principaux biais cognitifs intervenant dans la perception / l'interaction avec les interfaces

### Affordance

15 rue Jacques Hillairet – 75012 PARIS

SIRET : 79907280600042 – Code APE : 7490B – SAS – Capital social : 8 000€ – TVA Intracommunautaire : FR06799072806  
Déclaration d'activité de formation enregistrée sous le n° 11756262875 du préfet de région d'Ile-de-France

## Pré-requis & Profil des participants

Aucun pré-requis n'est nécessaire.

Elle s'adresse aux principaux acteurs de la conception digitale et de la communication :

- Responsables de sites Internet/e-commerce, responsables Marketing, responsables de la communication
- UX, chefs de projets, chefs de produits
- Concepteurs et développeurs
- Product owner

## Programme

### 1. Qu'est-ce que la psychologie cognitive ?

- Les grands secteurs de la psychologie moderne
- La méthode expérimentale

### 2. Quelques exemples d'activités mentales

- La perception
- L'attention
- La mémoire
- La résolution de problèmes
- Les modèles mentaux

### 3. Les biais cognitifs

- Qu'est-ce qu'un biais cognitif
- Comment notre cerveau trie les informations à traiter
  - Heuristique de disponibilité
  - Effet d'humour
  - Effet de contraste
  - Biais de confirmation
  - Biais du point aveugle
- Comment les informations modifient nos décisions ?
  - Effet moins c'est mieux
  - Biais de croyance
  - Biais de statu quo
  - Aversion à la perte
  - Effet de victime identifiable
  - Compensation du risque

- Notre cerveau donne du sens à ce qui nous entoure
  - Biais rétrospectif
  - Illusion de transparence
  - Loi de Murphy
  - Effet de halo
  - Croyance en un monde juste
  - Erreur du parieur

#### 4. Exemples d'applications

- La première impression
- La découverte d'un site web

### **Accessibilité**

Apprenant en situation de handicap, nous sommes à vos côtés pour identifier les aménagements les plus adaptés des modalités et des supports pédagogiques ou les aides humaines pertinentes.

Pour plus d'informations, contactez notre référent handicap :  
[victor@affordance.fr](mailto:victor@affordance.fr) / 06.63.62.40.73

### **Modalités d'organisation**

En distanciel ou en présentiel  
En inter ou en intra  
Session ouverte de 3 à 8 participants

### **Support**

Les supports en pdf sont envoyés par mails aux apprenants avant ou pendant la formation.

### **Évaluation des compétences**

- Un contrôle de connaissances sous forme de QCM est réalisé à l'issue de la formation. Il permet de valider l'acquisition des notions présentées et de reprendre les points non assimilés.
- Une étude préalable et une évaluation à chaud et à froid

### **Modalités de suivi**

- Un certificat de réalisation d'une action de formation
- Une feuille d'émargement

### **Affordance**

15 rue Jacques Hillairet – 75012 PARIS

SIRET : 79907280600042 – Code APE : 7490B – SAS – Capital social : 8 000€ – TVA Intracommunautaire : FR06799072806  
Déclaration d'activité de formation enregistrée sous le n° 11756262875 du préfet de région d'Ile-de-France