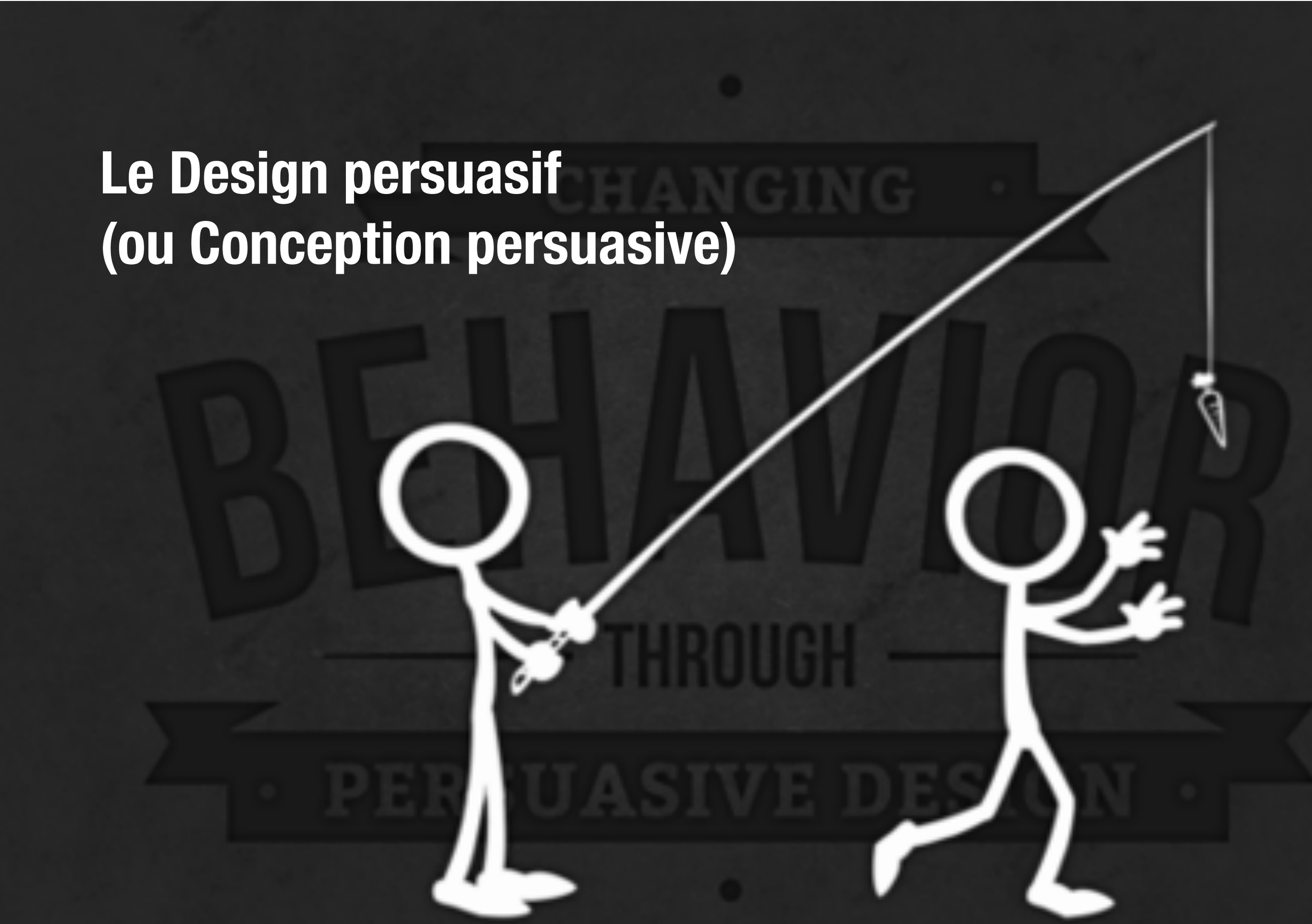
Le Design persuasif
(ou Conception persuasive)



Isabelle, 32 ans

Court tous les matins depuis 4 semaines

Sophie, 43 ans

Eteint la lumières quand elle quitte une pièce

Eloïse, 26 ans

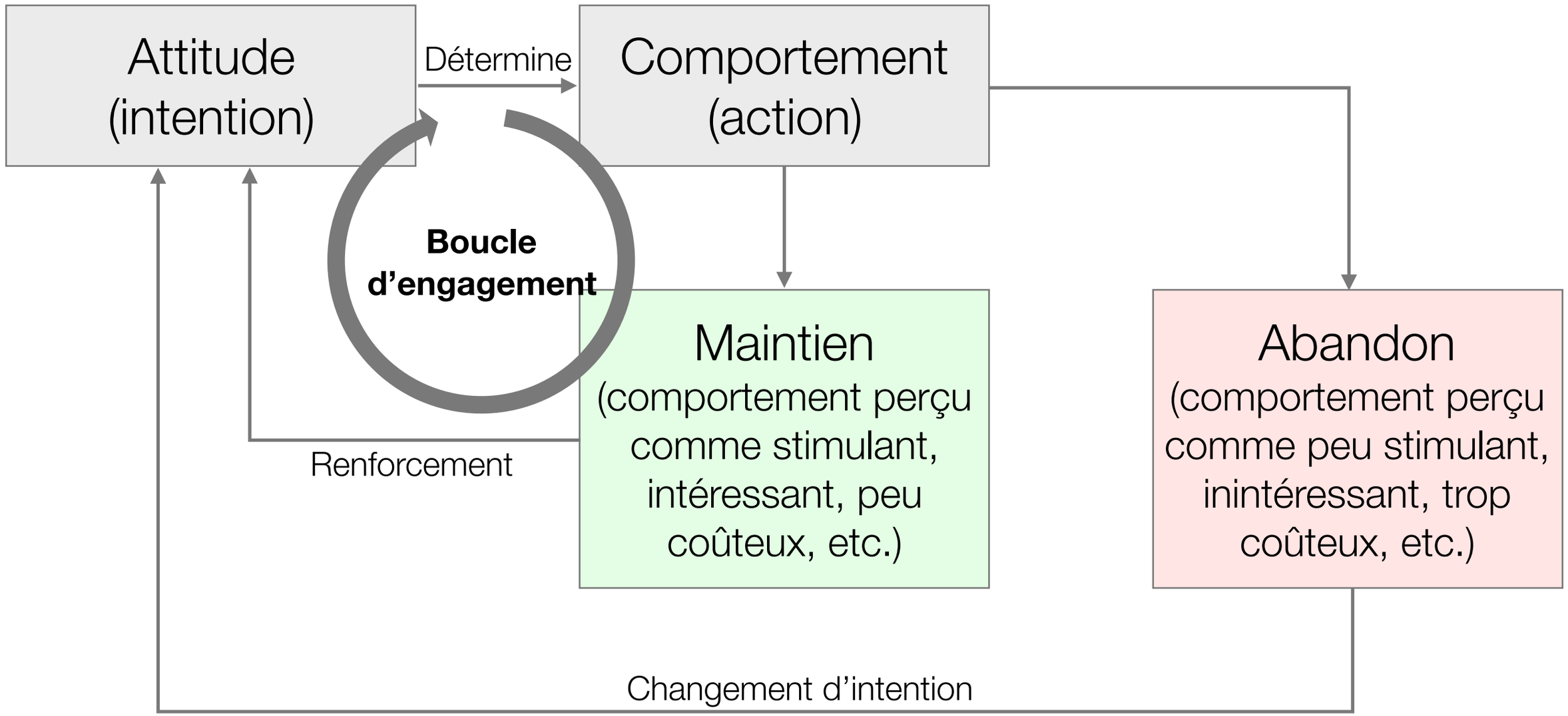
N’envoie plus de textos en conduisant

Matthieu, 7 ans

Ne se ronge plus les ongles depuis 3 jours

Comment les personnes s’engagent-elles dans de nouveaux comportements ?

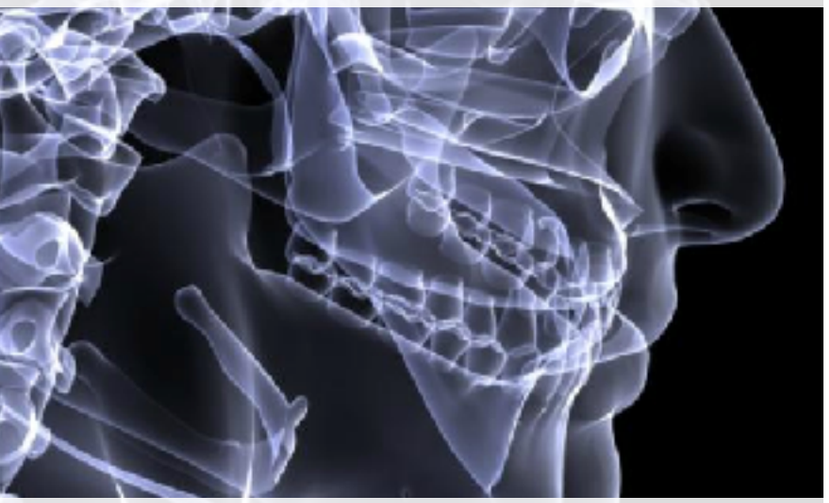
Comment les personnes s’engagent-elles dans de nouveaux comportements ?



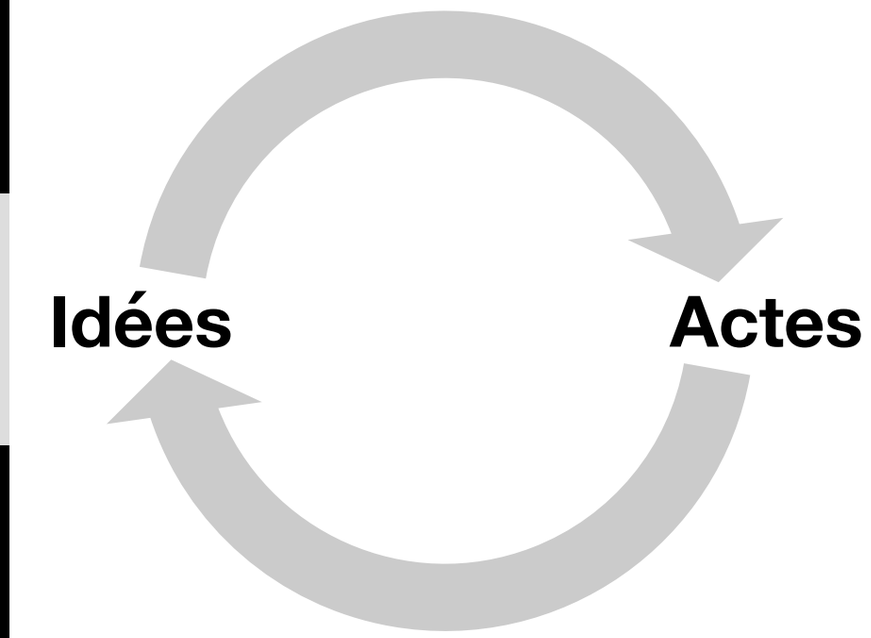
Comment engager les personnes dans de nouveaux comportements ?

Comment engager les personnes dans de nouveaux comportements ?

(changement d'attitudes)



Plus stable sur le long terme



(changement de comportements)

Plus facile à mettre en œuvre

Un exemple de changement par l’attitude

Un exemple de changement par le comportement

Un exemple de changement par le comportement

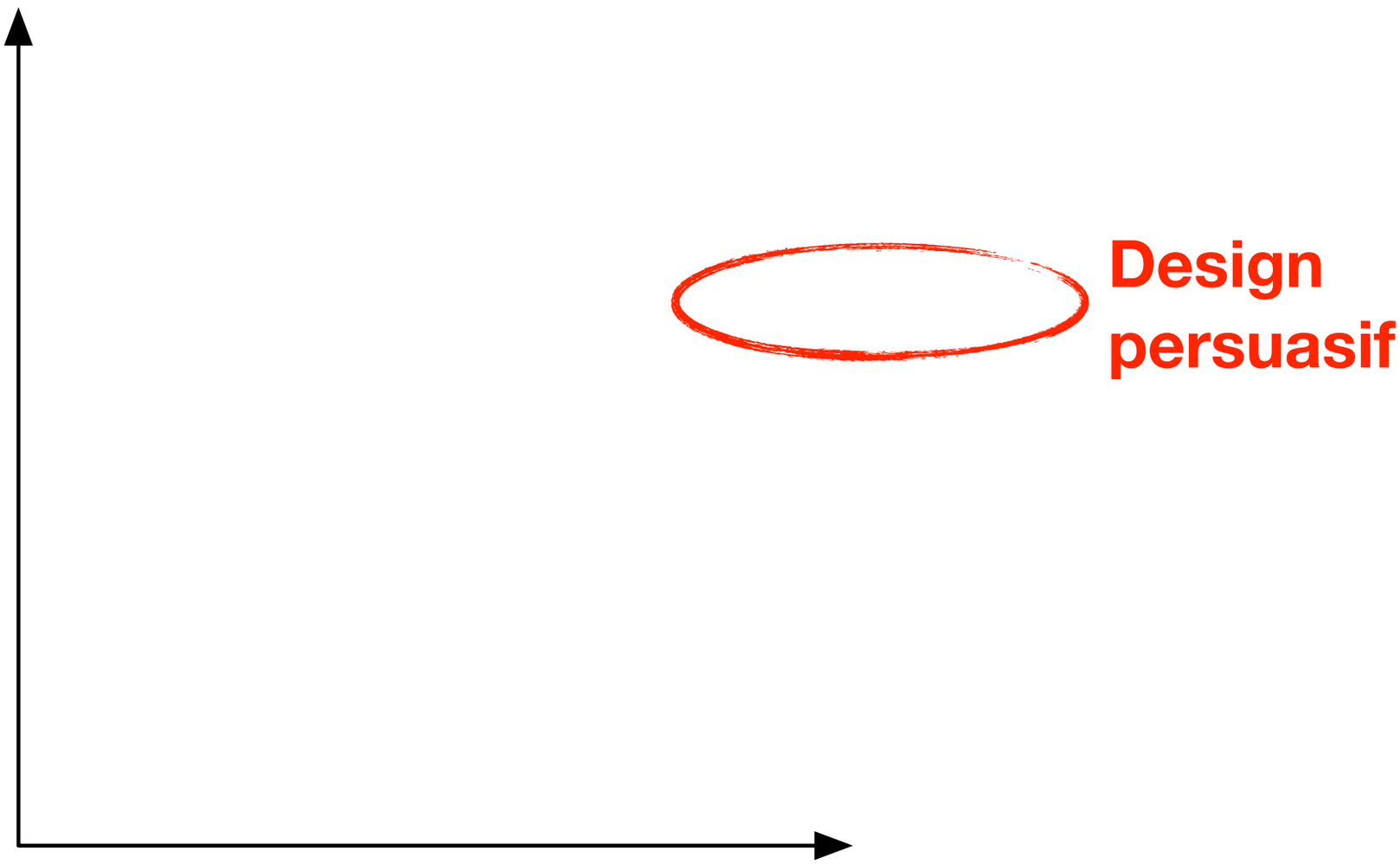
Comment le design persuasif permet-il de changer les comportements ?

Qu’est-ce que le design persuasif ?

- **Le design persuasif** (ou *persuasive design*, ou *persuasion technologique*, ou *captology* - Fogg, 2009), est la capacité d’une **technologie** à inciter les utilisateurs à changer leurs **attitudes** ou leurs **comportements**.

- Il s’agit ainsi de les **persuader**, par **différents moyens**, d’adopter tel ou tel comportement (ou de changer d’attitude).

Le modèle de changement de comportement de Fogg (2009)



Design persuasif

Quelques exemples de design persuasif et autres déclencheurs de comportements…

Le « pied-dans-la-porte » technologique

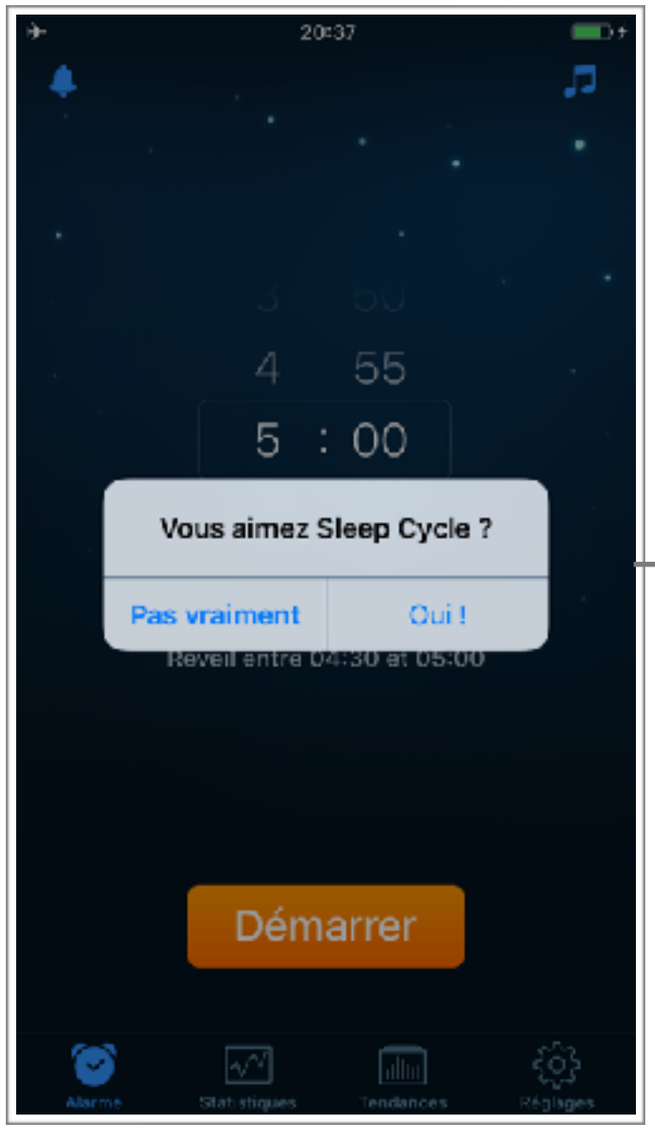
Acte préparatoire peu coûteux

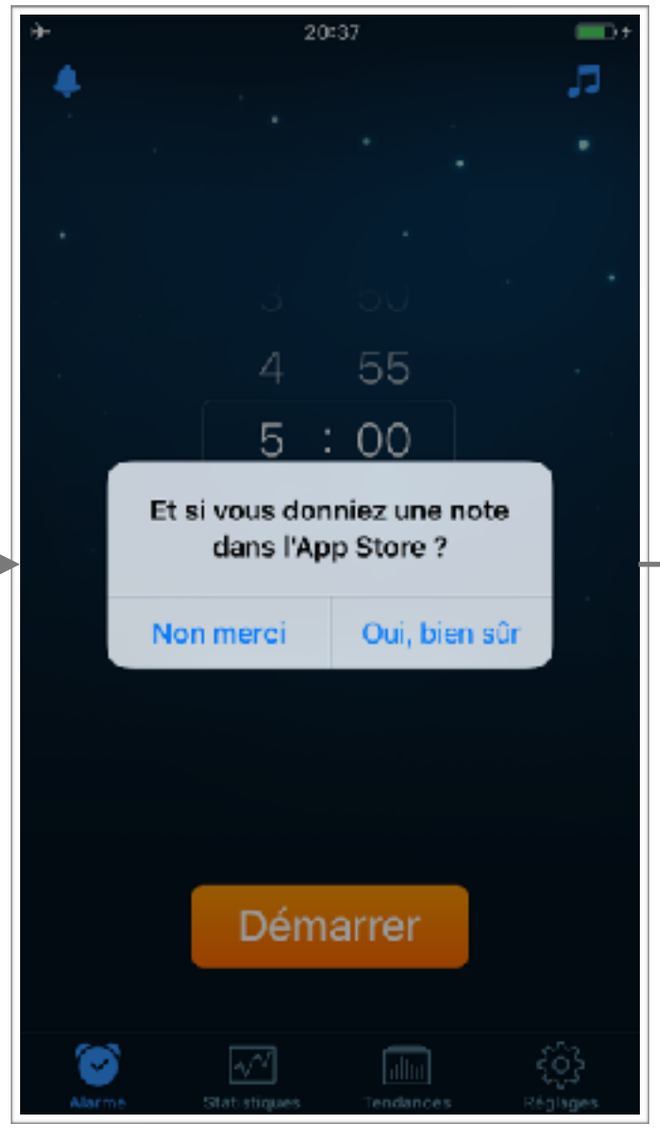
→

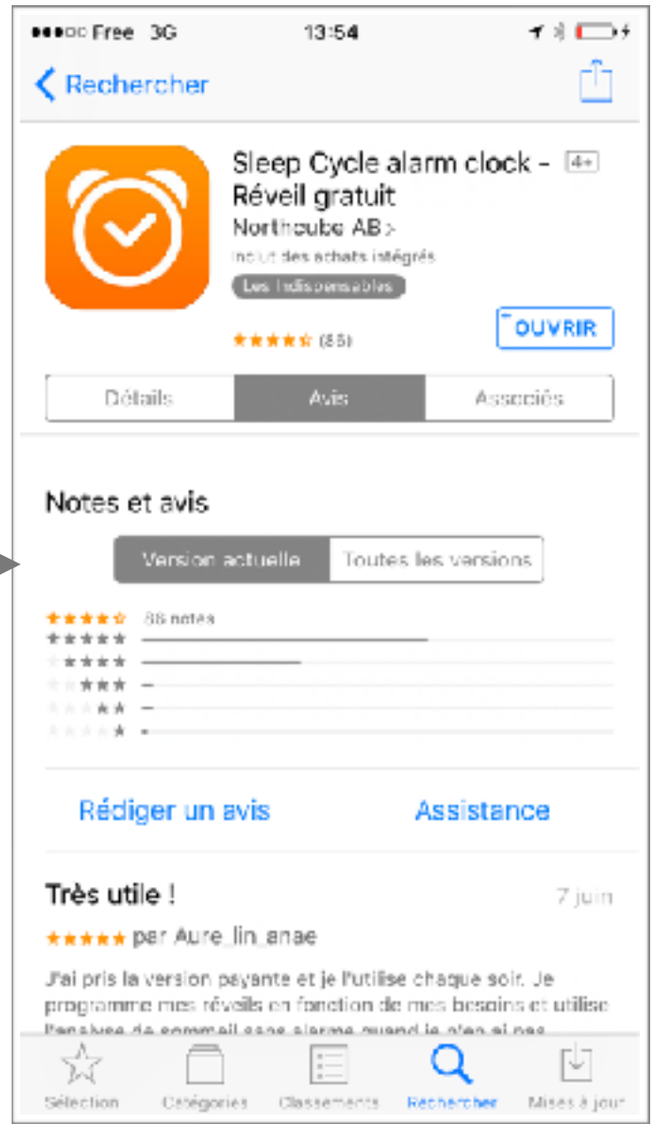
Requête pour un acte plus coûteux

→

Acceptation de l'acte coûteux

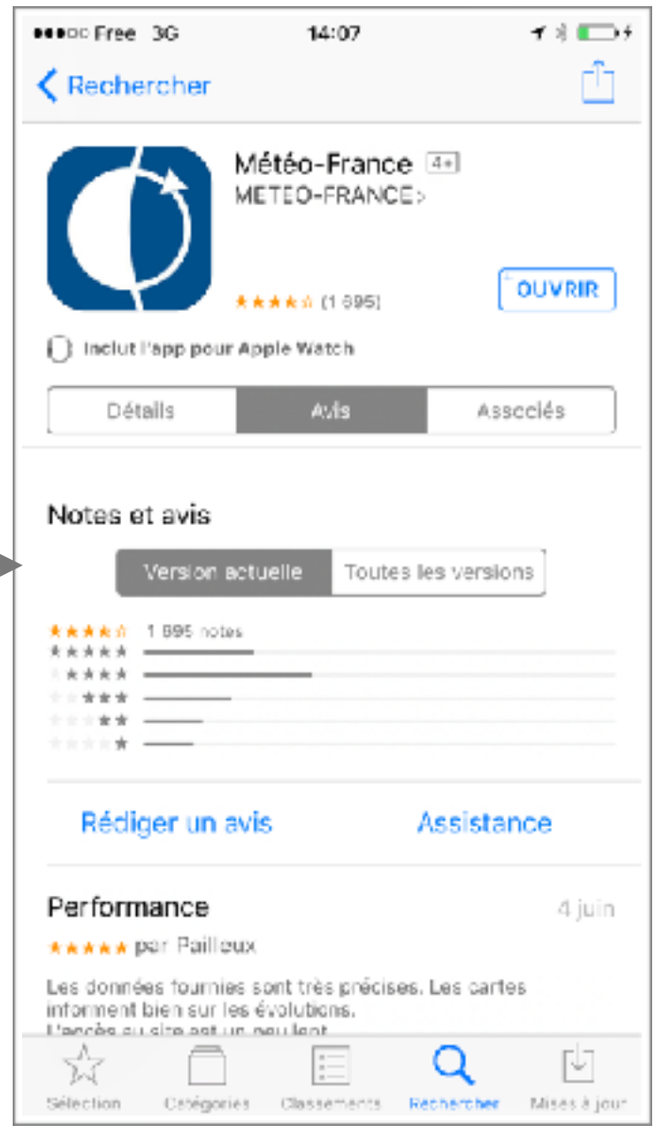






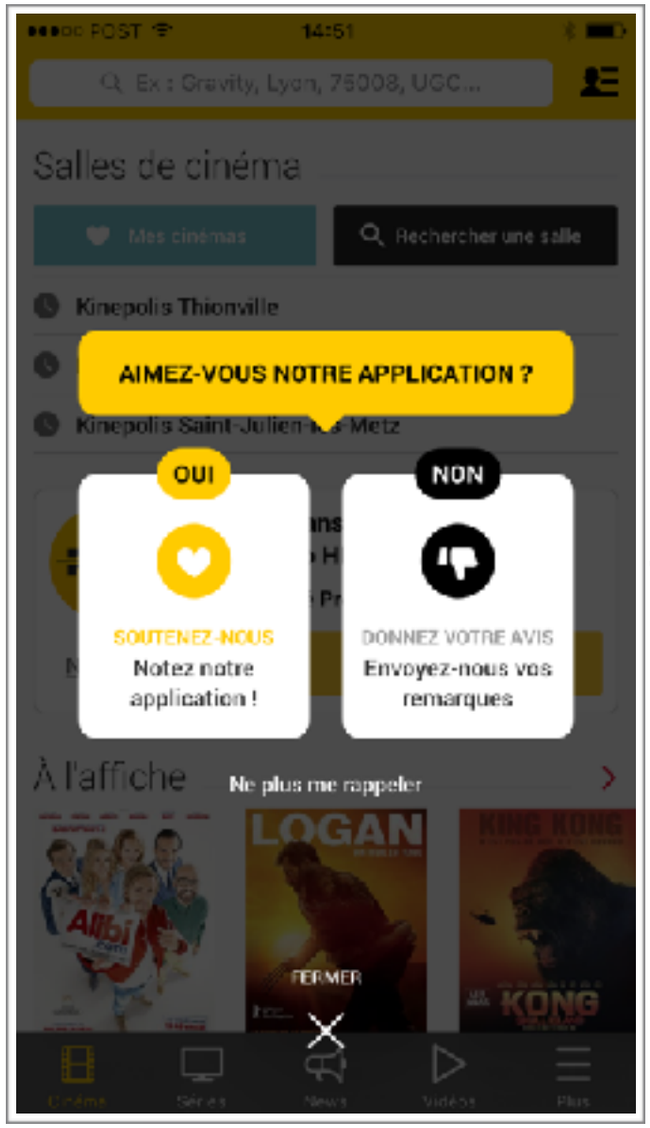
Le « pied-dans-la-porte » technologique

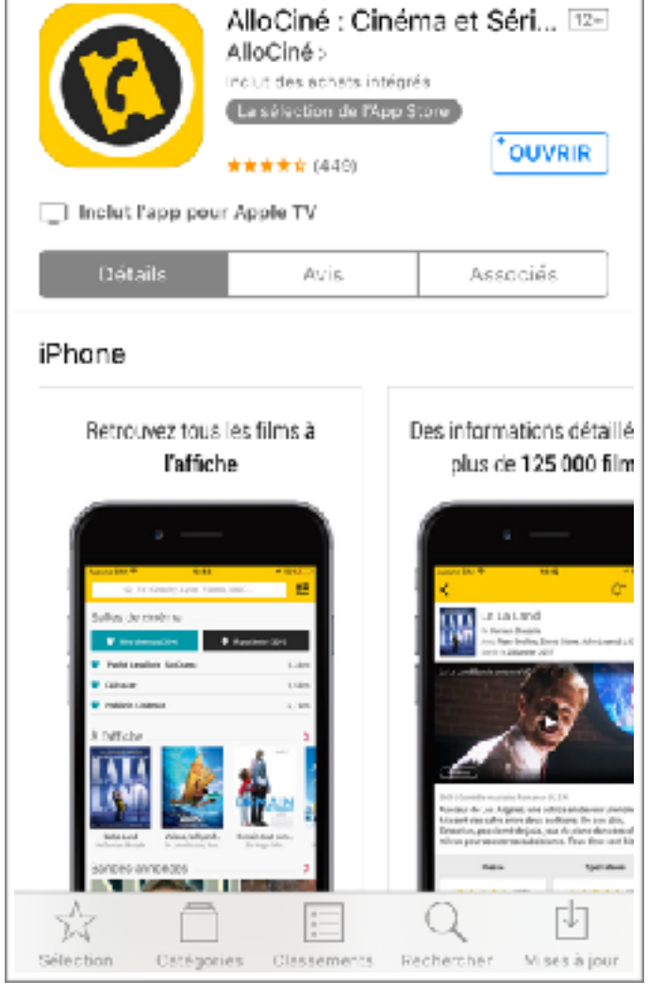
Acte préparatoire peu coûteux → Requête pour un acte plus coûteux → Acceptation de l'acte coûteux



Le « pied-dans-la-porte » technologique

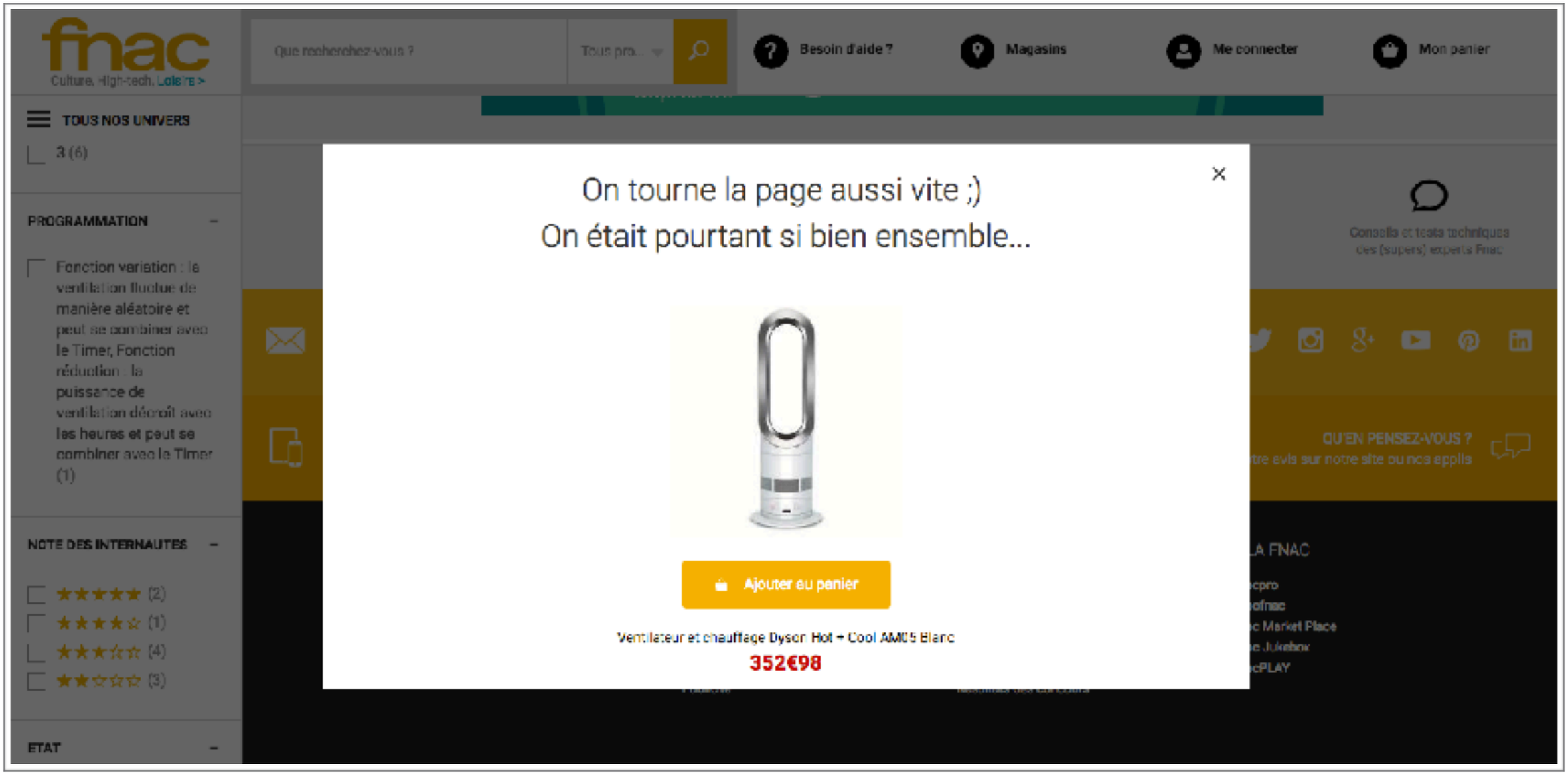
Acte préparatoire peu coûteux → Requête pour un acte plus coûteux → Acceptation de l'acte coûteux





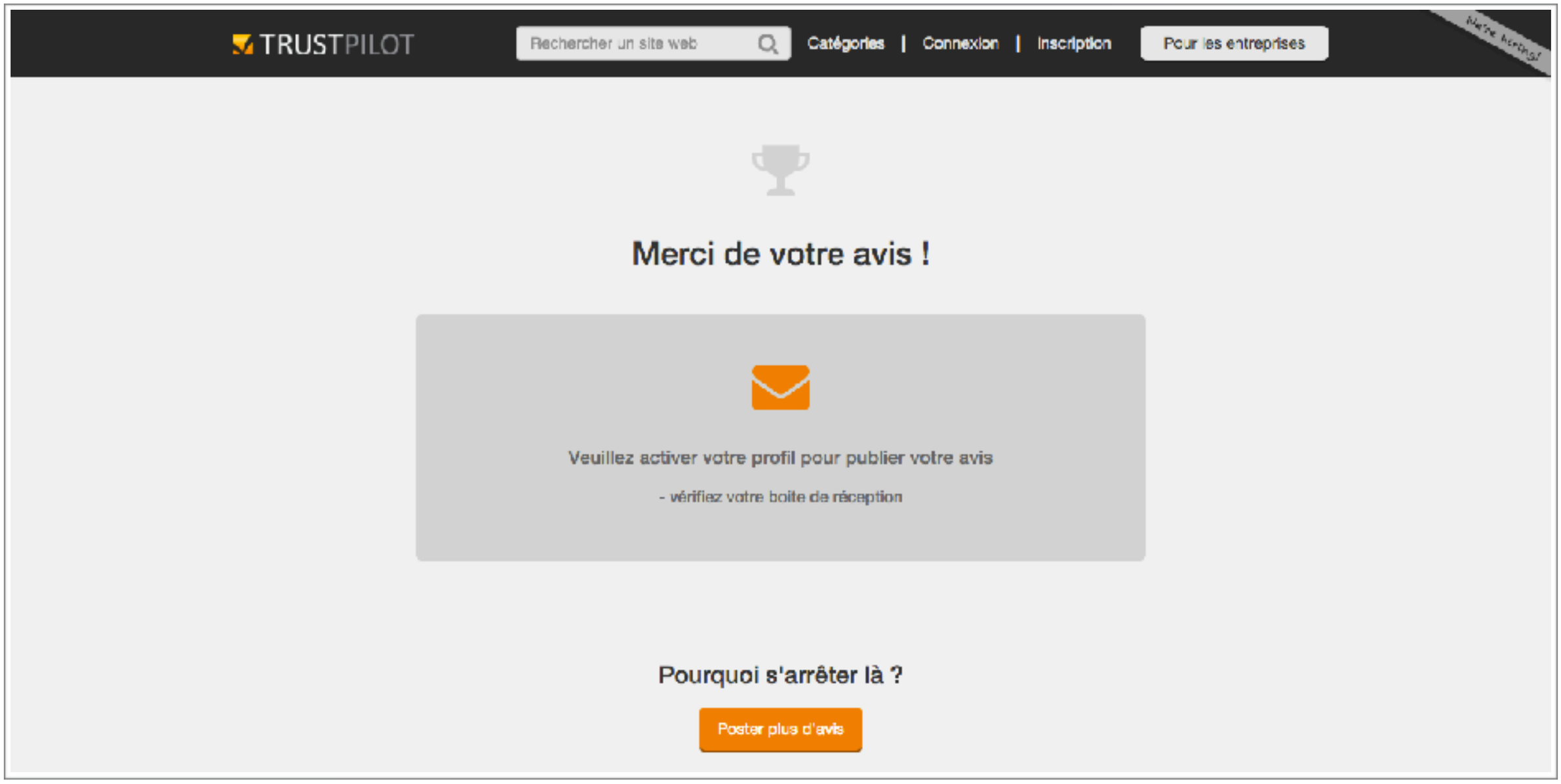
Le critère d'attractivité

Utiliser les éléments de surface (texte, couleurs…) pour capter l'attention et renforcer les messages (Nemery, Brangier et Kopp, 2010).



Le critère d'engagement

Continuer d'impliquer l'utilisateur en augmentant
l'intensité des demandes (Nemery, Brangier et Kopp, 2010).

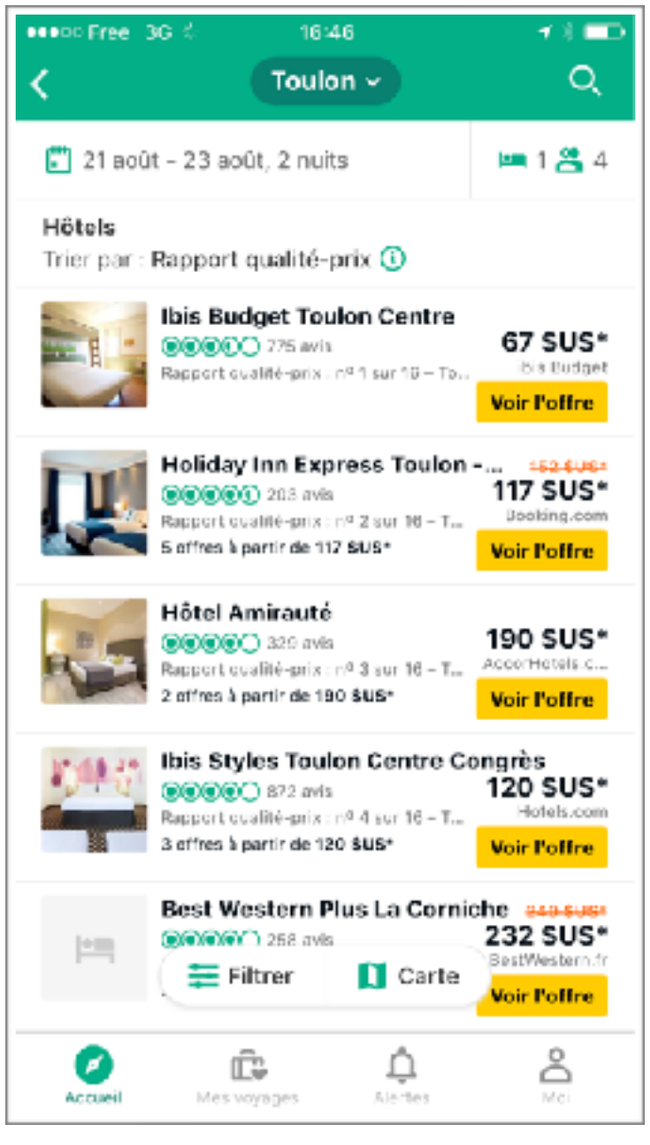


Le critère de réduction

Réduire les actes complexes à des actions simplifiées afin d'améliorer le ratio comportement/résultat du comportement (Fogg, 2003).

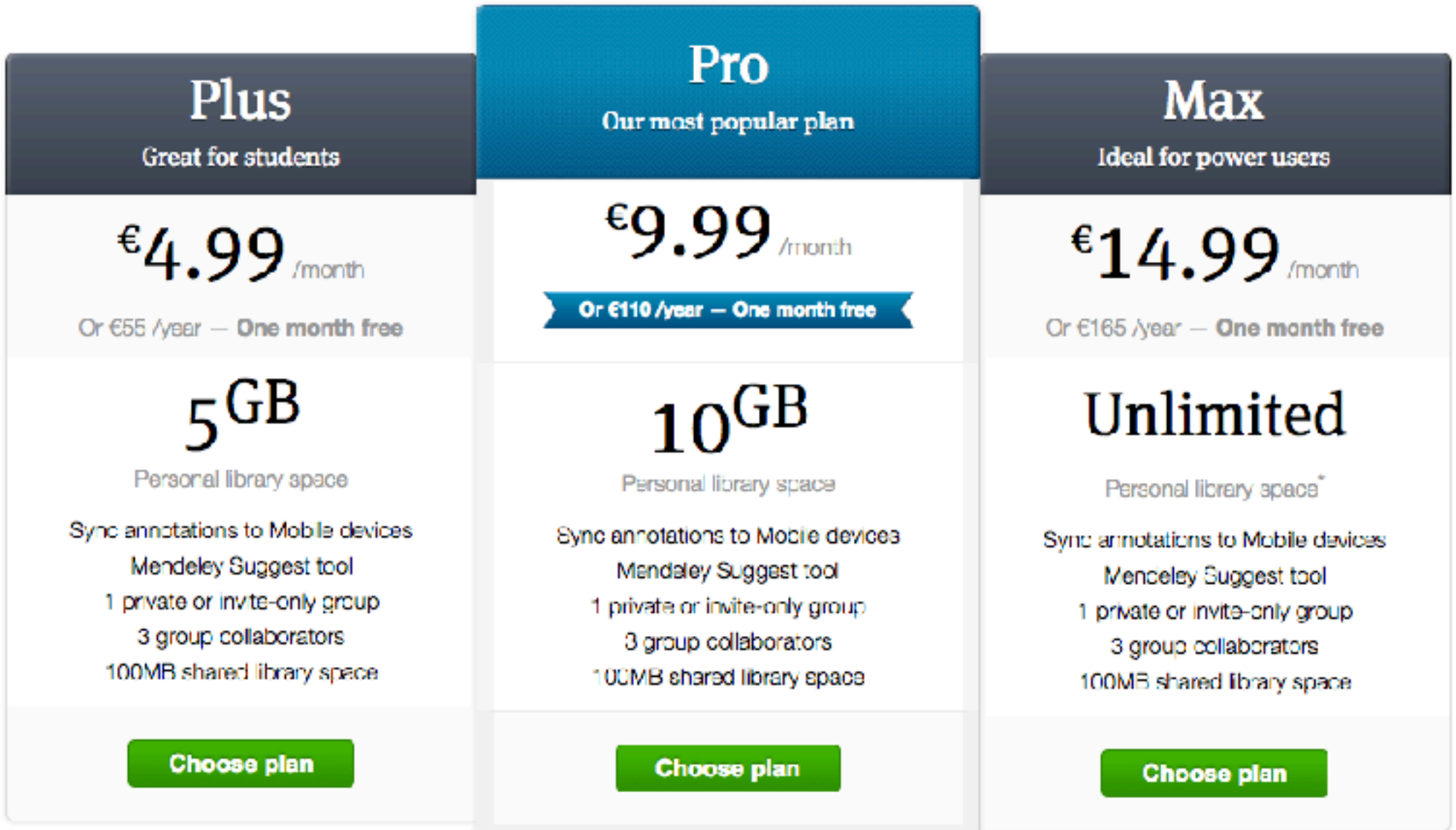
Le critère de preuve sociale

Lorsque les individus ne sont pas sûrs d'un comportement à adopter, ils cherchent des repères auprès de leurs pairs (Lanoue, 2015).



Le critère d'encadrement

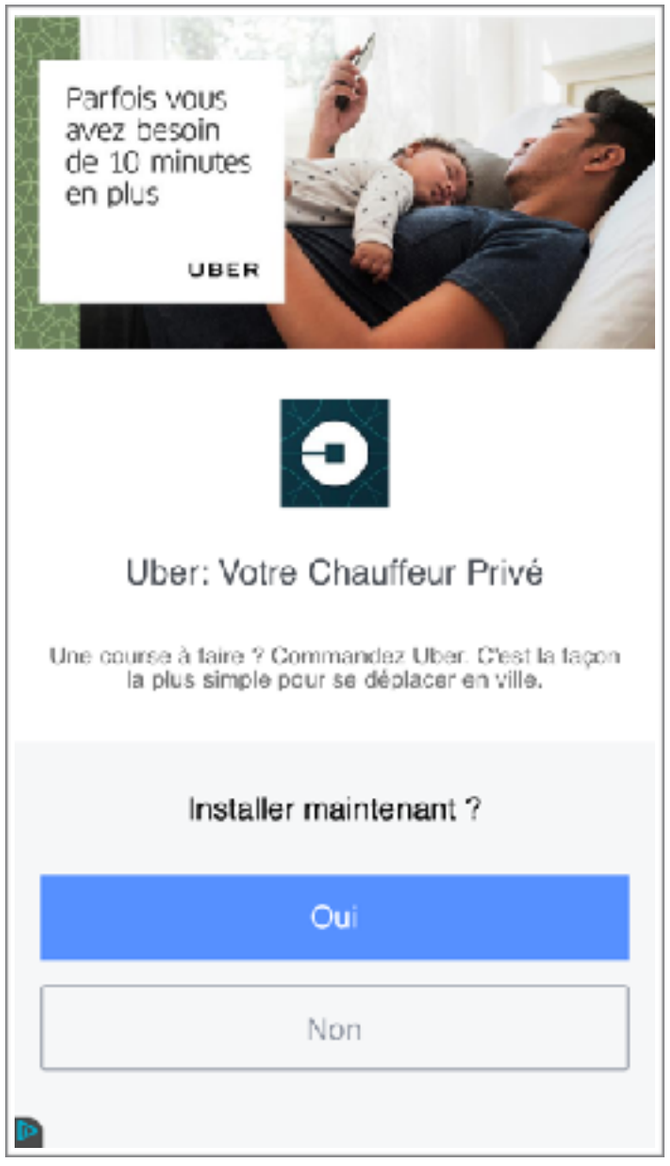
Lorsqu'ils doivent prendre une décision, les individus procèdent par comparaisons et cherchent à éviter les extrêmes (Lanoue, 2015).

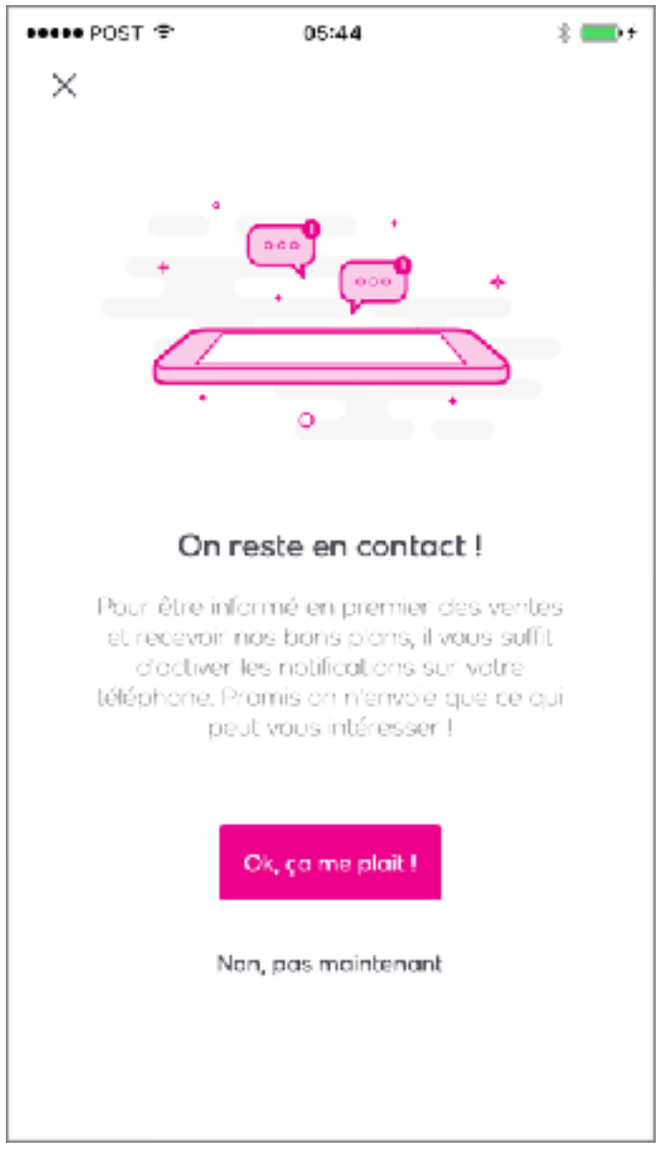


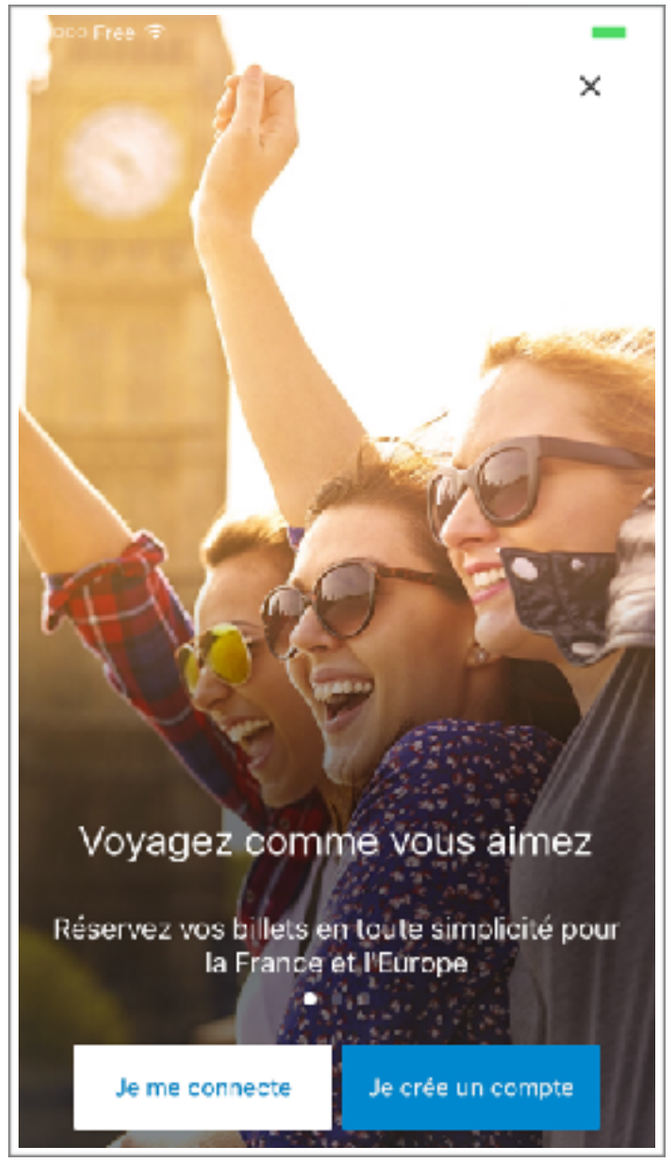
Les nudges

Les nudges (Thaler & Sunstein) sont de petits éléments d'apparence anodine qui encouragent les utilisateurs à agir d'une certaine façon.

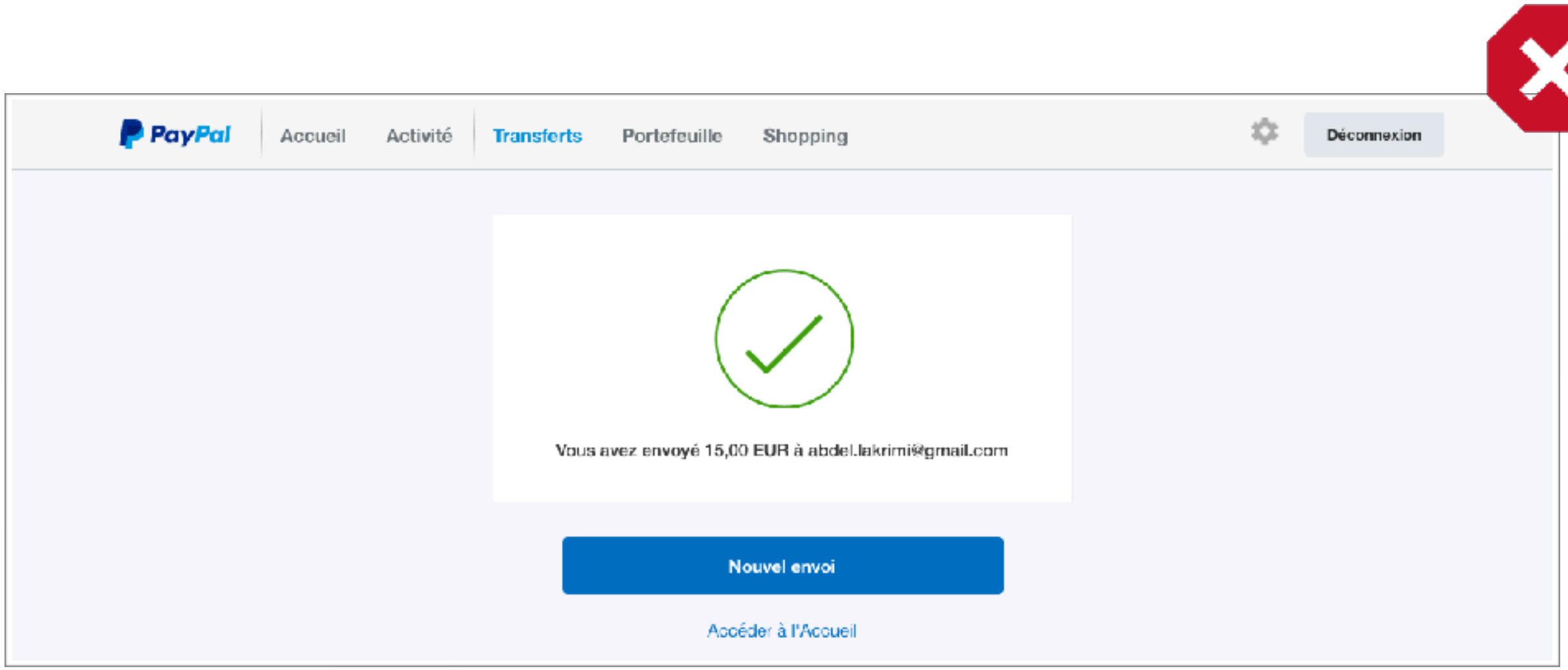
Les nudges


Parfois vous avez besoin de 10 minutes en plus
UBER
Uber: Votre Chauffeur Privé
Une course à faire ? Commandez Uber. C'est la façon la plus simple pour se déplacer en ville.
Installer maintenant ?
Oui
Non

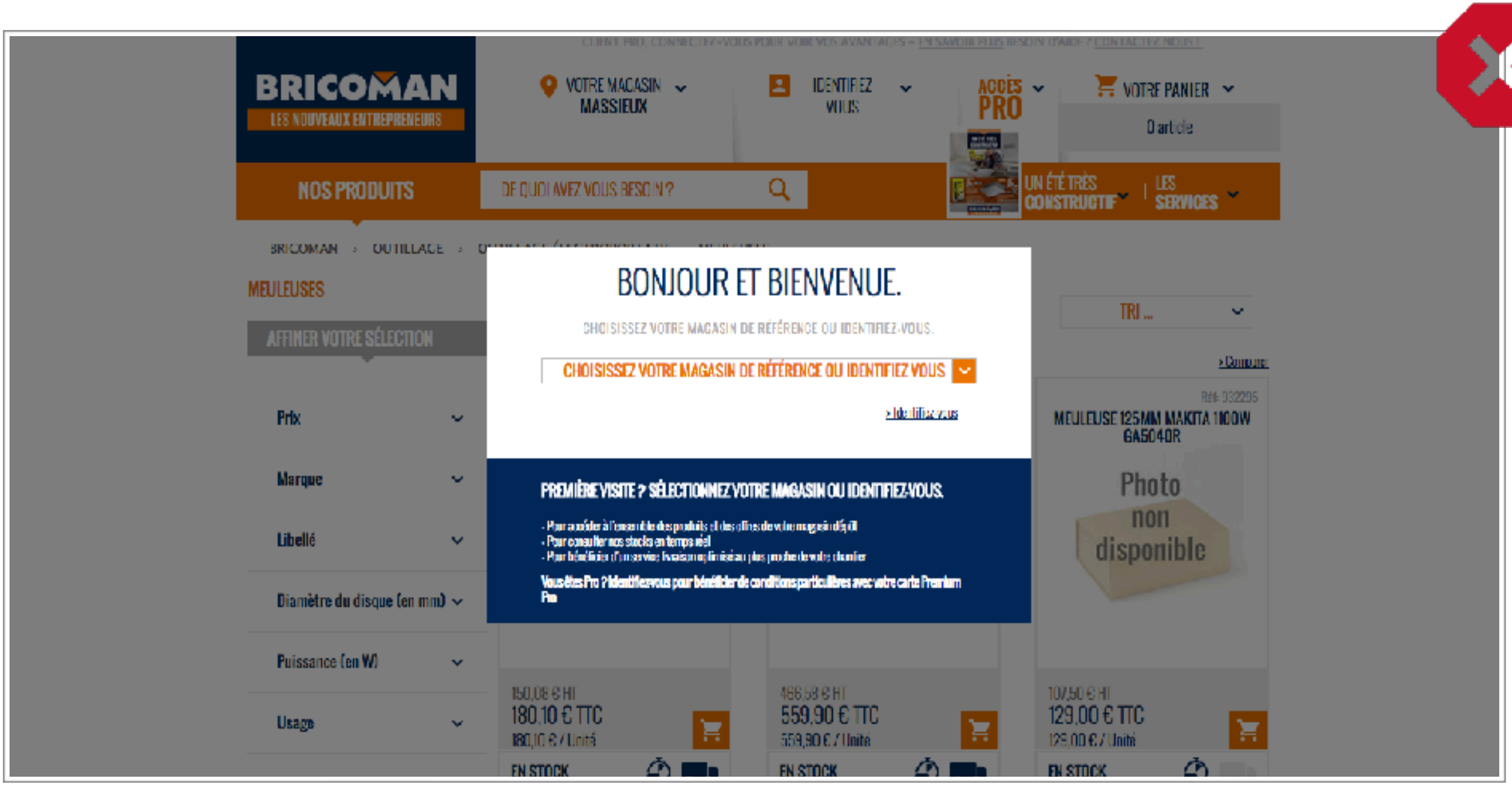

POST
05:44
On reste en contact !
Pour être informé en premier des ventes et recevoir nos bons plans, il vous suffit d'activer les notifications sur votre téléphone. Promis on n'envoie que ce qui peut vous intéresser !
Ok, ça me plait !
Non, pas maintenant


Voyagez comme vous aimez
Réservez vos billets en toute simplicité pour la France et l'Europe
Je me connecte
Je crée un compte

Les nudges


PayPal
Accueil
Activité
Transferts
Portefeuille
Shopping
Déconnexion
Vous avez envoyé 15,00 EUR à abdel.lakrimi@gmail.com
Nouvel envoi
Accéder à l'Accueil

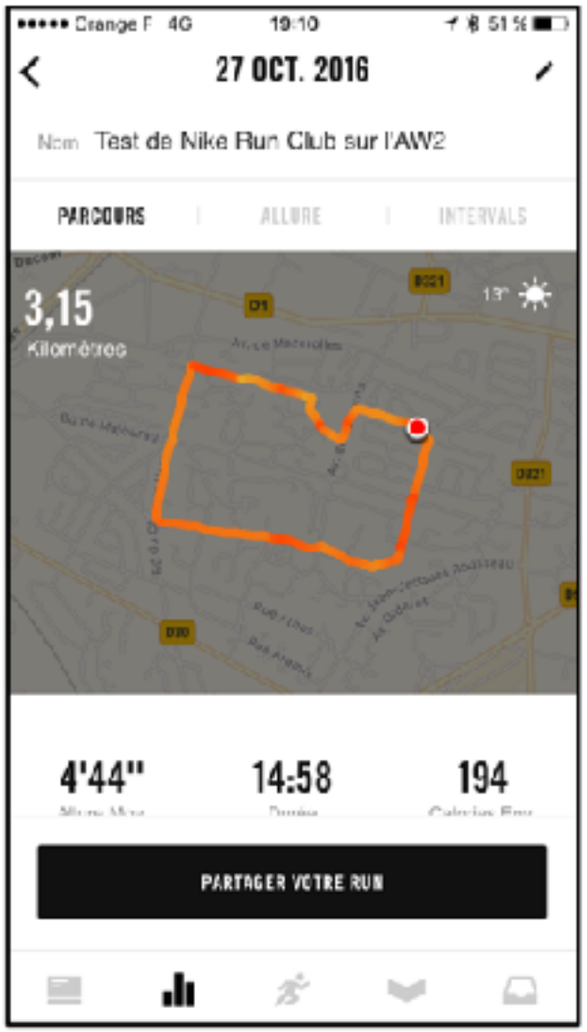
Les nudges


BRICOMAN
LES NOUVEAUX ENTREPRENEURS
VOTRE MAGASIN
MASSIEUX
IDENTIFIEZ VOUS
ACCÈS PRO
VOTRE PANIER
0 article
NOS PRODUITS
DE QUOI AVEZ VOUS BESOIN ?
UN ÉTÉ TRÈS CONSTRUCTIF
LES SERVICES
BRICOMAN › OUTILLAGE
MEULEUSES
AFFINER VOTRE SÉLECTION
Prix
Marque
Libellé
Diamètre du disque (en mm)
Puissance (en W)
Usage
TRI ...
BONJOUR ET BIENVENUE.
CHOISISSEZ VOTRE MAGASIN DE RÉFÉRENCE OU IDENTIFIEZ-VOUS.
CHOISISSEZ VOTRE MAGASIN DE RÉFÉRENCE OU IDENTIFIEZ VOUS
› Identifiez-vous
PREMIÈRE VISITE ? SÉLECTIONNEZ VOTRE MAGASIN OU IDENTIFIEZ-VOUS.
- Pour accéder à l'ensemble des produits et des offres de votre magasin défini
- Pour consulter nos stocks en temps réel
- Pour bénéficier d'un service livraison au domicile au plus proche de votre chantier
Vous êtes Pro ? Identifiez-vous pour bénéficier de conditions particulières avec votre carte Premium Pro
Réf. 032205
MEULEUSE 125MM MAKITA 1100W GA5040R
Photo non disponible
180,10 € TTC
559,90 € TTC
129,00 € TTC
EN STOCK

T-Shirt
only 25

Déclencheurs persuasifs

Support aux activités



L'appli propose un programme d'entrainements personnalisé

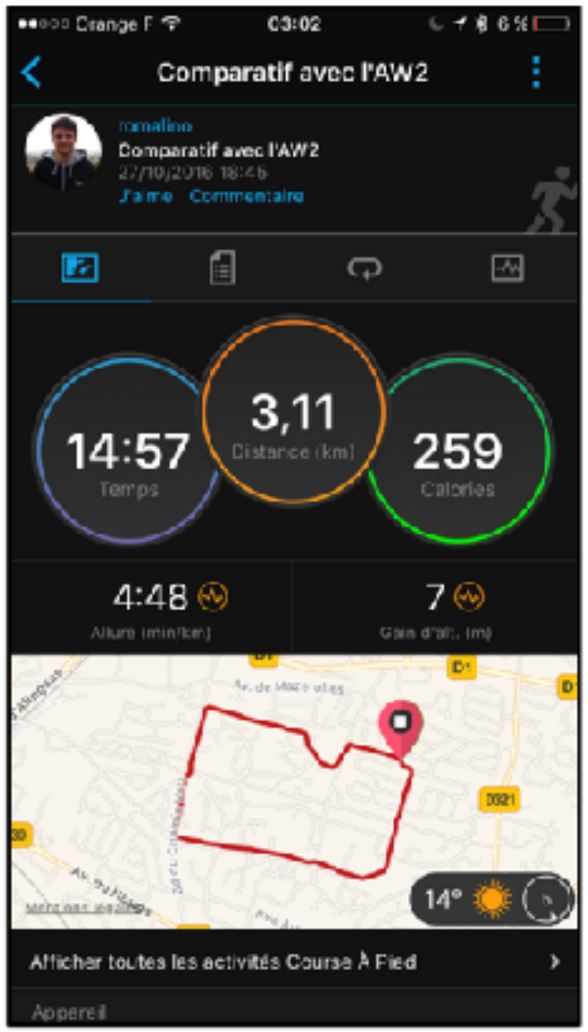
Dialogue personnalisé

L'appli prodigue des conseils au coureur pour améliorer ses performances

Crédibilité du système

L'édition d'une Apple Watch ® Nike+ renforce la crédibilité globale du coaching

Support social



L'appli permet de partager sa performance du jour avec celle d'autres coureurs

RECYCLE HERE !
ICI RECYCLEZ !
canibal
JE MANGE
GOBELETS
CANETTES
BOUTEILLES
JE MANGE
GOBELETS
CANETTES
BOUTEILLES
I EAT
CUPS
CANS
BOTTLES
JE MANGE
GOBELETS
CANETTES
BOUTEILLES
I EAT
CUPS
CANS
BOTTLES
VIPARIS
venues in paris
MADE IN FRANCE
VIPARIS
venues in paris

L’exemple du site La Shoopa revisité

La site La Shoopa revisité

- Igor Gubaidulin (https://uxdesign.cc) s'est amusé a créé le site pour la boutique La Shoopa (vente de T-shirts).

- A partir d'une première version issue du conception « classique », il a appliqué les principaux critères de persuasion issus du **PET Design™ toolkit** (http://www.humanfactors.com/).

- Le **PET Design™ toolkit** comprend 70 critères persuasifs

LA SHOOPA*

http://www.lashoopa.com

Reader

LA SHOOPA* Men Women Kids

POPULAR PRODUCTS

Looking for the Dragon Balls
$25

Pixel Overload
$25

Last Goodbye
$22

Cosmonaut
$22

Retro TV Colour Test Man
$15

The spaceman's trip
$14

Find more

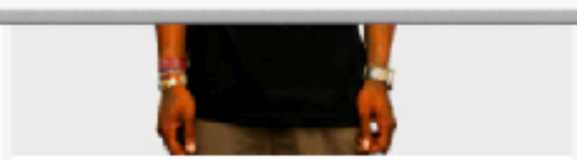
© 2014 lashoopa.com - All Rights Reserved

LA SHOOPA*

http://www.lashoopa.com

Reader

Looking for the Dragon Balls
$25



Pixel Overload
$25

Last Goodbye
$22

1

Cosmonaut
$22

Retro TV Colour Test Man
$15

The spaceman's trip
$14

Find more

2

Support

Rules Refunds Blog
FAQ Track Order About Us
Payment Services Contact Us

3

Blog Posts

Artist Spotlight: DeeDee Cheriel Interview
Deedee Cheriel has been involved in the Los Angeles Urban art scene for many years. Her signature bears and patterns can be seen all over hipster hot spots like Silver Lake and Echo Park.

4

Featured on

TechCrunch

Tired of being a walking advertisement for Nike, LRG, Vans, etc.? LA SHOOPA* has some amazing t-shirts that were created by ordinary people.

5

© 2014 lashoopa.com - All Rights Reserved

LA SHOOPA*

http://www.lashoopa.com

Reader

NEW SEASON ARRIVALS

CHECK OUT ALL THE NEW TRENDS

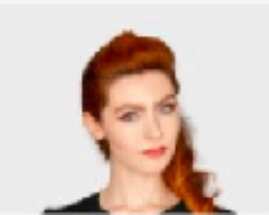
SHOP NOW

POPULAR PRODUCTS UNDER $30

Looking for the Dragon Balls
$25

Pixel Overload
$25

Last Goodbye
$22



LA SHOOPA*

http://www.lashoopa.com

Reader

NEW SEASON ARRIVALS

CHECK OUT ALL THE NEW TRENDS

SHOP NOW

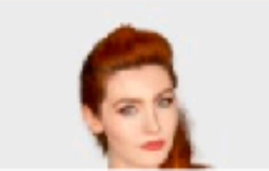
POPULAR PRODUCTS UNDER $30

Everyone needs some inspiration

Looking for the Dragon Balls
$25

Pixel Overload
$25

Last Goodbye
$22



LA SHOOPA*

http://www.lashoopa.com

Reader

POPULAR PRODUCTS UNDER $30

Everyone needs some inspiration

Looking for the Dragon Balls
~~$30~~ **$25**

Pixel Overload
~~$30~~ **$25**

Last Goodbye
~~$35~~ **$22**

Cosmonaut
~~$35~~ **$22**

Retro TV Colour Test Man
~~$30~~ **$15**

The spaceman's trip
~~$30~~ **$14**

LA SHOOPA*

http://www.lashoopa.com

Reader

POPULAR PRODUCTS UNDER $30

Everyone needs some inspiration

Cosmonaut ~~$35~~ **$22**

Pixel Overload
~~$30~~ **$25**

Last Goodbye
~~$35~~ **$22**

Retro TV Colour Test Man
~~$30~~ **$15**

The spaceman's trip
~~$30~~ **$14**

Find more

LA SHOOPA*

http://www.lashoopa.com

Reader

POPULAR PRODUCTS UNDER $30

Everyone needs some inspiration

TOP 1

Cosmonaut $35 $22

Pixel Overload
$30 $25

Last Goodbye
$35 $22

Retro TV Colour Test Man
$30 $15

The spaceman's trip
$30 $14

Find more

LA SHOOPA*

http://www.lashoopa.com

Reader

POPULAR PRODUCTS UNDER $30

Everyone needs some inspiration

TOP 1

Cosmonaut $35 $22

+25 bonus points

Pixel Overload
$30 $25

Last Goodbye
$35 $22

Retro TV Colour Test Man
$30 $15

The spaceman's trip
$30 $14

Find more

LA SHOOPA*

http://www.lashoopa.com

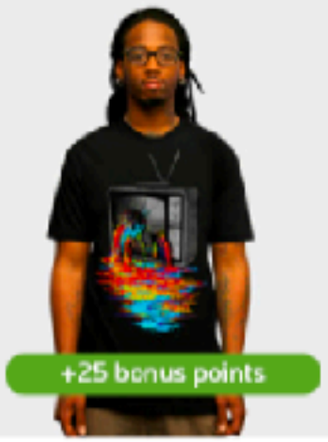
Reader

POPULAR PRODUCTS UNDER $30

Everyone needs some inspiration

TOP 1

Cosmonaut $35 $22



Pixel Overload
$39 $25

Last Goodbye
$35 $22

Retro TV Colour Test Man
$30 $15

The spaceman's trip
$30 $14

Find more

LA SHOOPA*

http://www.lashoopa.com

Reader

POPULAR PRODUCTS UNDER $30

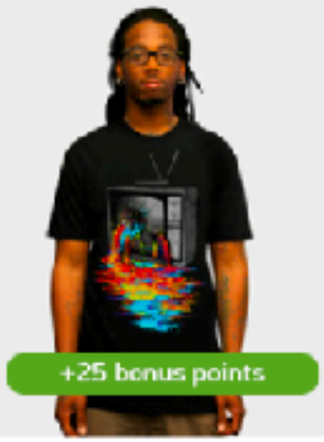
Everyone needs some inspiration

NATIONAL GEOGRAPHIC

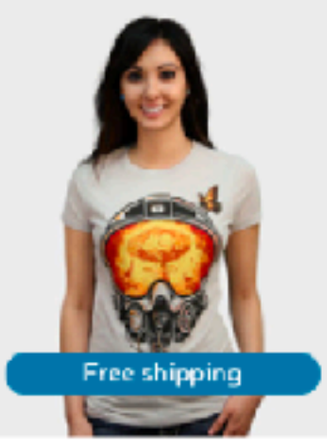
2$ from every purchase goes to save lions. Find more.

TOP 1

Cosmonaut $35 $22



Pixel Overload
$30 $25



Last Goodbye
$35 $22

Retro TV Colour Test Man
$30 $15

The spaceman's trip
$30 $14

Find more

LA SHOOPA*

http://www.lashoopa.com

Reader

POPULAR PRODUCTS UNDER $30

Everyone needs some inspiration

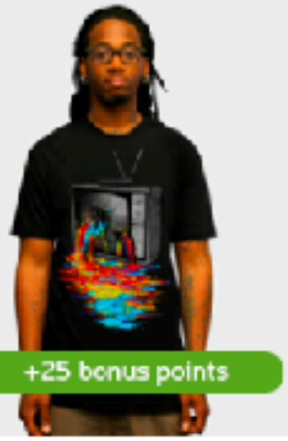
NATIONAL GEOGRAPHIC

2$ from every purchase goes to save lions. Find more.

TOP 1

Hot comment
Fantastic T-shirt. I love it so much! (Brynn, 26)

Cosmonaut $35 $22



+25 bonus points

Pixel Overload
$39 $25

Free shipping

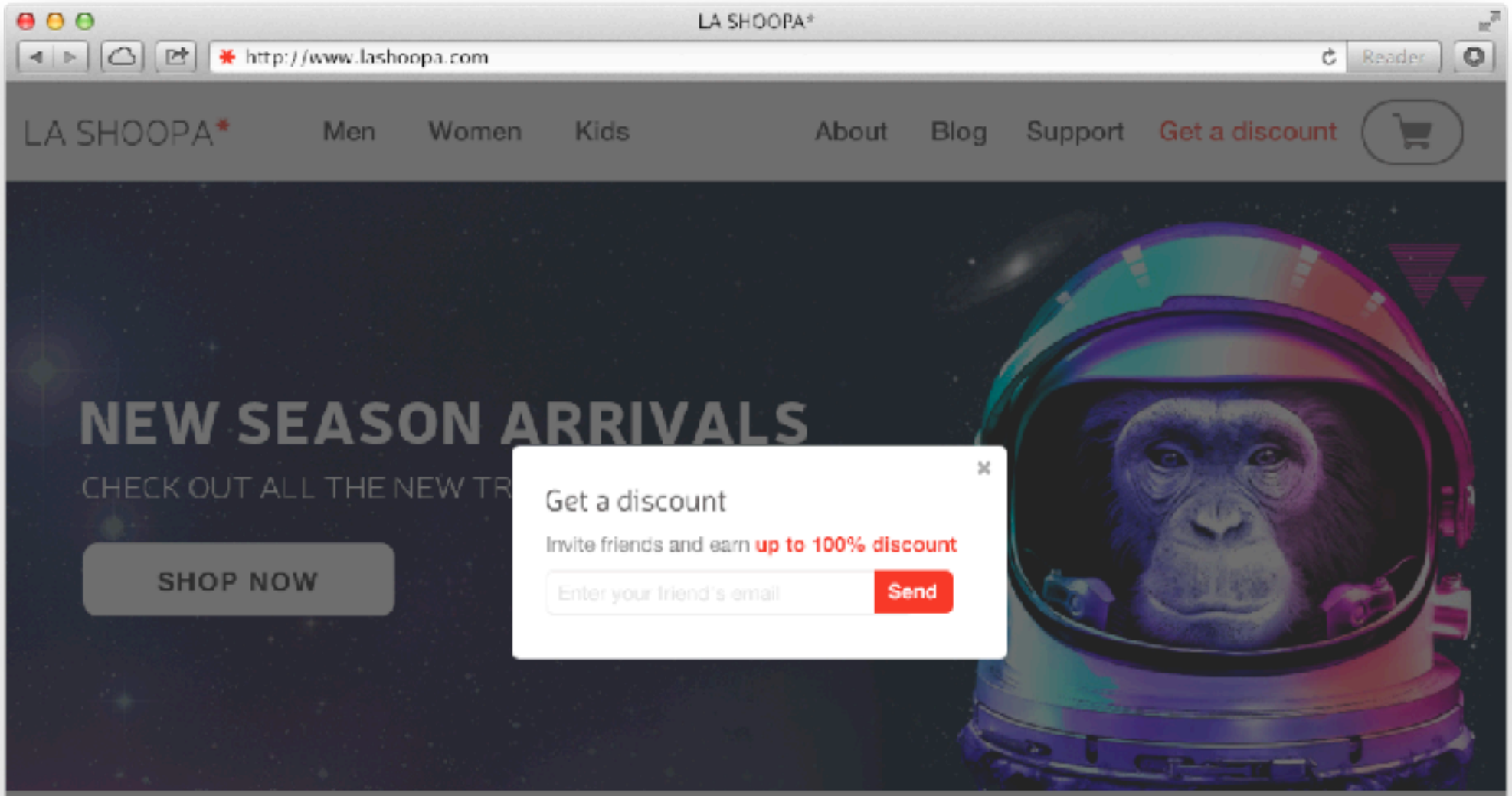
Last Goodbye
$35 $22

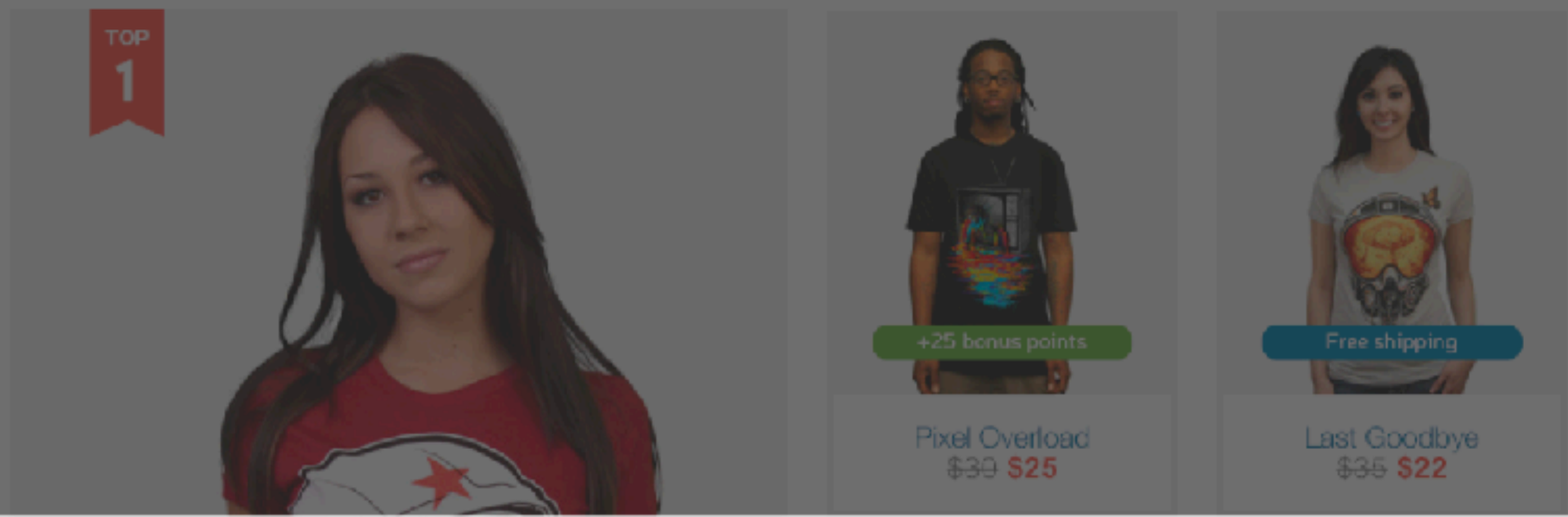
Only one day left

Retro TV Colour Test Man
$30 $15

The spaceman's trip
$30 $14

Find more


LA SHOOPA*
http://www.lashoopa.com
Reader
LA SHOOPA*
Men
Women
Kids
About
Blog
Support
Get a discount
NEW SEASON ARRIVALS
CHECK OUT ALL THE NEW TR
SHOP NOW
Get a discount
Invite friends and earn up to 100% discount
Enter your friend's email
Send


POPULAR PRODUCTS UNDER $30
Everyone needs some inspiration
NATIONAL GEOGRAPHIC
2$ from every purchase goes to save lions. Find more.
TOP 1
+25 bonus points
Free shipping
Pixel Overload
$39 $25
Last Goodbye
$35 $22

LA SHOOPA*

http://www.lashoopa.com

Reader

LA SHOOPA* Men Women Kids About Blog Support Get a discount

GIFT FINDER

I WOULD LIKE TO SPEND $10

SEARCH NOW

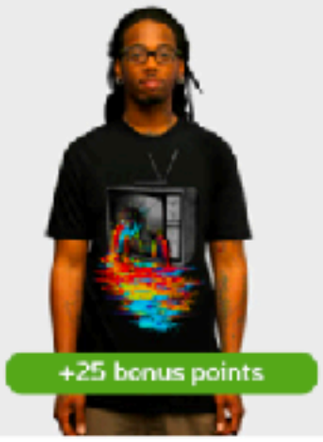
POPULAR PRODUCTS UNDER $30

Everyone needs some inspiration

NATIONAL GEOGRAPHIC

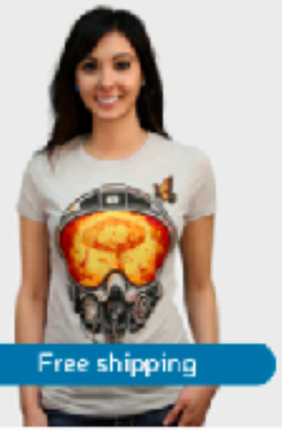
2$ from every purchase goes to save lions. Find more.

TOP 1



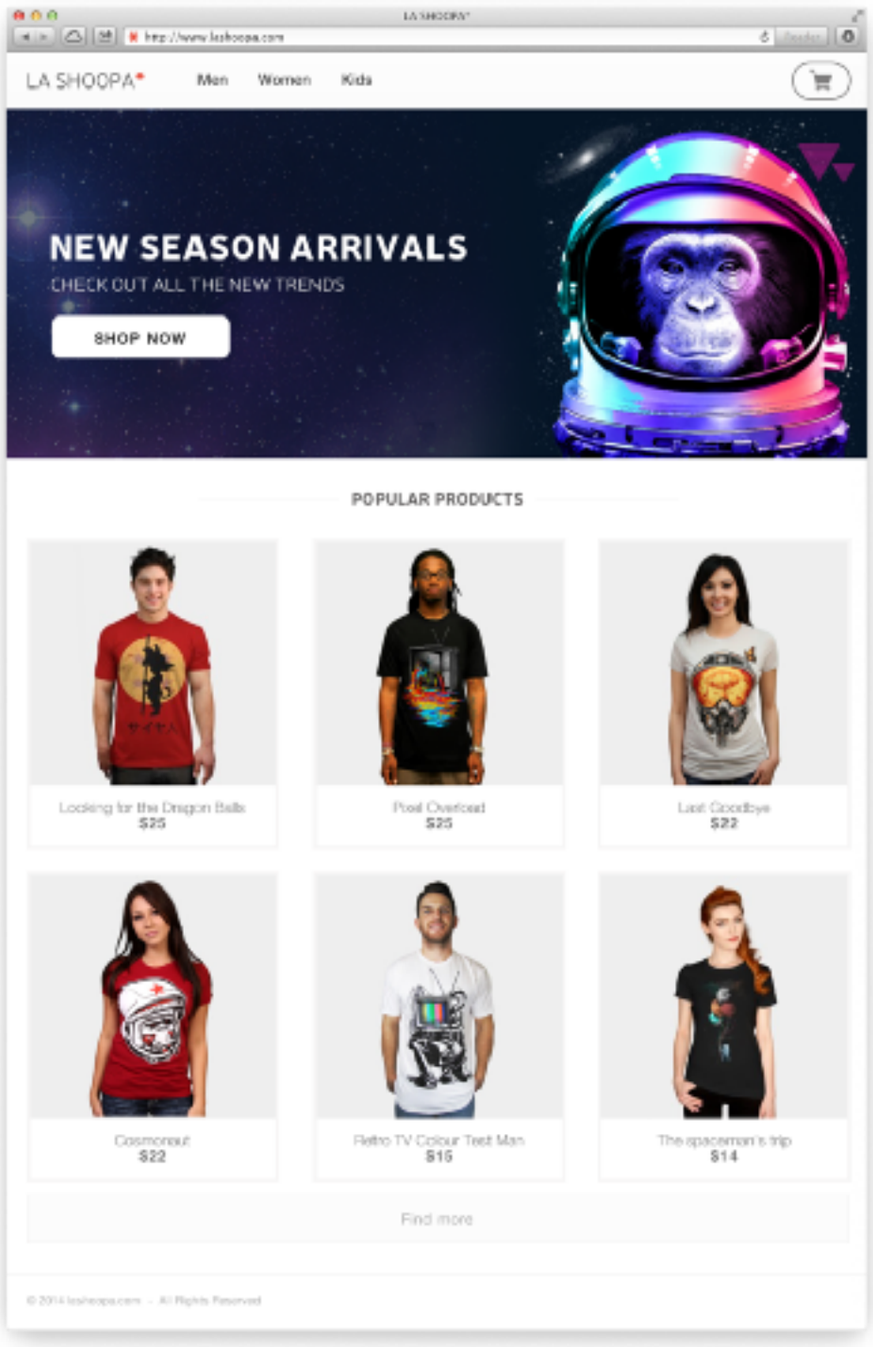
+25 bonus points

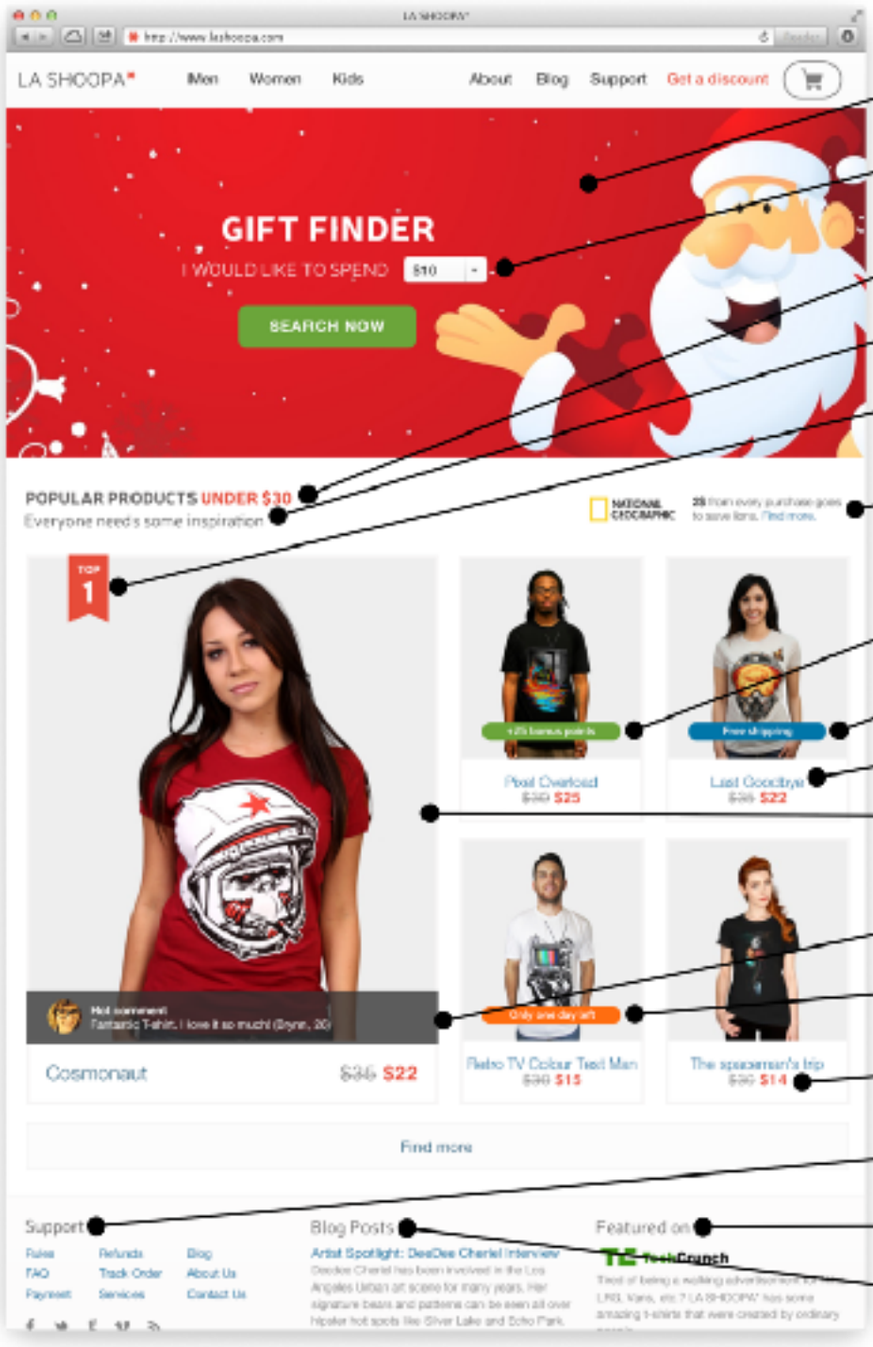
Pixel Overload
~~$39~~ $25



Free shipping

Last Goodbye
~~$35~~ $22





Stimuler la perception

Promettre publiquement des avantages

Créer un niveau de dissonance optimal

Inspirer l'acheteur

Approbation sociale

Réduire la culpabilité des actes qui ne servent qu'un intérêt personnel

Récompenser l'acheteur

Gratuité du service

Visibilité des hyperliens

Limiter les choix et guider l'acheteur

Retour d'expérience

Rareté du produit

Contraste et comparaison des tarifs

Pages additionnelles

Retours d'expérience

Contenu étendu sur la marque

Le site lashoopa.com **sans** critères persuasifs

Le site lashoopa.com **avec** critères persuasifs

Pour finir…

Quelques compléments…

Les changements de comportements ne sont acceptés que si ils donnent l'impression qu'ils sont **librement consentis** par l'utilisateur !

Il n'y a **pas de solution miracle** !
Changer les comportements dépend des objectifs que l'on vise, des utilisateurs cibles, du contexte d'usage…

Il faut s'inspirer des théories et des critères existants (Fogg, Nemery, Lanoue…) et les **tester** !

Le jeu (**gamification**) est un excellent levier pour amorcer de nouveaux comportements.

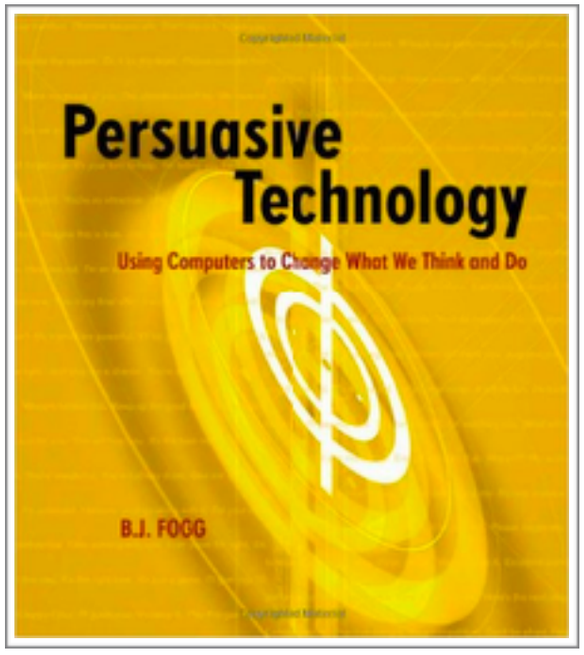
Envie d’aller plus loin ?

Ne vous sentez pas obligés… Vous êtes totalement libres d’acquérir le livre qui vous inspire le plus :-)

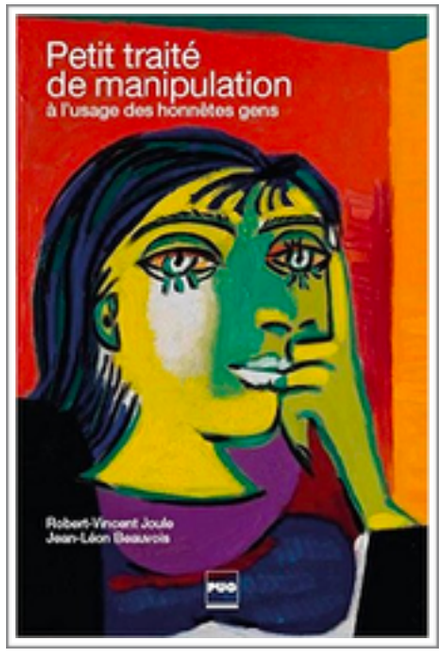
MOST POPULAR

C. Lallemand & G. Gronier

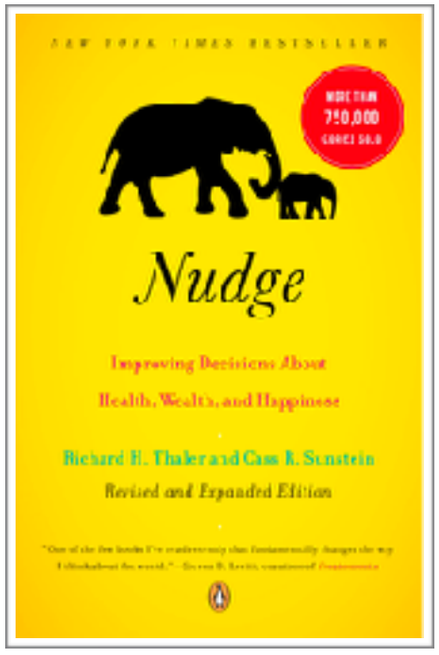
Acheter en 1clic avec Oyst



B.J. Fogg



R.V. Joule & J.L. Beauvois



R.H. Thaler C.R. Sunstein