

# Du design de l'attention à l'éthique du designer

# Raphaël Yharrassarry

Lead, Psychologue, Formateur

# UX Designer

**depuis le dernier millénaire**

**raphael@iergo.fr - @iergo**

## Temps d'écran

Aujourd'hui 7 derniers jours

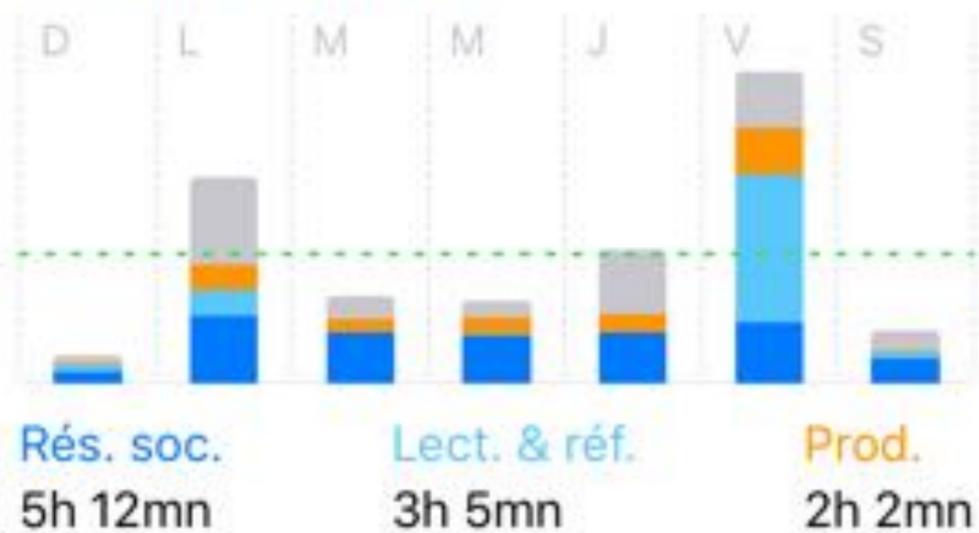
### Précieux

TEMPS D'ÉCRAN

Aujourd'hui à 09:14

2h 7mn par jour

9 % par rapport à la semaine dernière



Total hebdomadaire

14h 52mn

LES PLUS UTILISÉES

AFFICHER  
LES CATÉGORIES

Allez sur

[www.menti.com](http://www.menti.com)

et utilisez le code

**42 66 08**

Lieu de travail: Il s'agit alors d'une modification du contrat de travail qui nécessite l'accord du salarié.

Le changement de lieu de travail peut supposer un changement important (passage d'un horaire de nuit à un horaire de jour ou inversement). Dans cette hypothèse, l'employeur doit obligatoirement obtenir l'accord du salarié, même si la convention collective ou le contrat de travail prévoient le contraire.

[Retour](#)

## Le respect de votre vie privée est notre priorité

TOUT REFUSER

TOUT ACCEPTER

Vous pouvez configurer vos réglages et choisir comment vous souhaitez que vos données personnelles soient utilisées en fonction des objectifs ci-dessous. Vous pouvez configurer les réglages de manière indépendante pour chaque partenaire. Vous trouverez une description de chacun des objectifs sur la façon dont nos partenaires et nous-mêmes utilisons vos données personnelles.

### EVALUATION

La collecte d'informations relatives à votre utilisation du contenu et association desdites informations avec celles précédemment collectées afin d'évaluer, de comprendre et de rendre compte de la façon dont vous utilisez le service. Cela ne comprend pas la Personnalisation, la collecte d'informations relatives à votre utilisation de ce service afin de vous adresser ultérieurement du contenu et/ou des publicités personnalisés dans d'autres contextes, c'est-à-dire sur d'autres services, tels que des sites ou des applications.

[Voir la liste](#)



Activé

### OTHER

#### Google

Allow Google and their technology partners to collect data and use cookies for ad personalisation and measurement.

[Voir la liste](#)



Activé

[Afficher la liste complète des partenaires](#)

ENREGISTRER ET QUITTER

Allez sur  
[www.menti.com](http://www.menti.com)  
et utilisez le code  
**42 66 08**

- Dépôt de la demande
- Audience de conciliation
- Audience de jugement
- Faire appel

[Retour](#)

## Le respect de votre vie privée est notre priorité

[TOUT REFUSER](#)[TOUT ACCEPTER](#)

Vous pouvez configurer vos réglages et choisir comment vous souhaitez que vos données personnelles soient utilisées en fonction des objectifs ci-dessous. Vous pouvez configurer les réglages de manière indépendante pour chaque partenaire. Vous trouverez une description de chacun des objectifs sur la façon dont nos partenaires et nous-mêmes utilisons vos données personnelles.

### PARTENAIRES

#### Conservation et accès aux informations

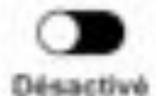
La conservation d'informations ou l'accès à des informations déjà conservées sur votre appareil, par exemple des identifiants publicitaires, des identifiants de l'appareil, des cookies et des technologies similaires.

[Voir la liste](#)

Désactivé

#### Personnalisation

Collecte et traitement d'informations relatives à votre utilisation de ce service afin de vous adresser ultérieurement des publicités et/ou du contenu personnalisés dans d'autres contextes, par exemple sur d'autres sites ou applications. En général, le contenu du site ou de l'application est utilisé pour faire des déductions concernant vos intérêts, ce qui sera utilisé dans le cadre de sélections ultérieures de publicité et/ou de contenu.

[Voir la liste](#)

Désactivé

[Afficher la liste complète des partenaires](#)[ENREGISTRER ET QUITTER](#)

Allez sur  
[www.menti.com](http://www.menti.com)  
et utilisez le code  
**42 66 08**

- Dépôt de la demande
- Audience de conciliation
- Audience de jugement

[Retour](#)

## Le respect de votre vie privée est notre priorité

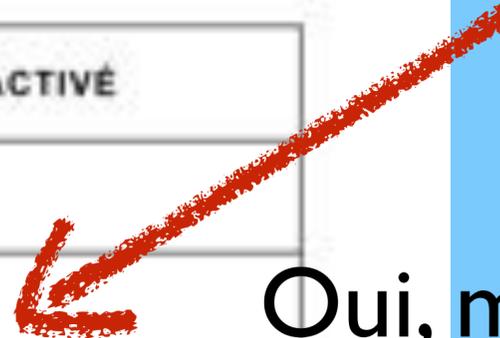
[TOUT REFUSER](#)[TOUT ACCEPTER](#)

Vous pouvez configurer vos réglages indépendamment pour chaque partenaire listé ci-dessous. Afin de faciliter votre décision, vous pouvez développer la liste de chaque entreprise pour voir à quelles fins il utilise les données. Dans certains cas, les entreprises peuvent révéler qu'elles utilisent vos données sans votre consentement, en fonction de leurs intérêts légitimes. Vous pouvez cliquer sur leurs politiques de confidentialité pour obtenir plus d'informations et pour vous désinscrire.

SOCIÉTÉ	DÉSACTIVÉ/ACTIVÉ
1020, Inc. dba Placecast and Ericsson Emodo	<input type="checkbox"/>
1plusX AG	<input type="checkbox"/>
2KDirect, Inc. (dba iPromote)	<input type="checkbox"/>
33Across	<input type="checkbox"/>
7Hops.com Inc. (ZergNet)	<input type="checkbox"/>
A Million Ads Limited	<input type="checkbox"/>

[ENREGISTRER ET QUITTER](#)

Allez sur  
[www.menti.com](http://www.menti.com)  
et utilisez le code  
**42 66 08**



Oui, mais non

# Action explicite

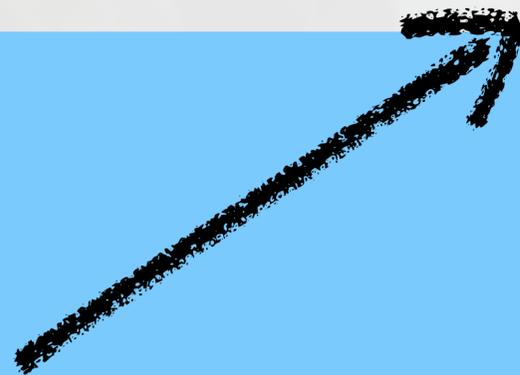
Une action est censée faire ce qu'elle doit faire et rien d'autre.

Critères heuristiques de Bastien et Scapin.

Allez sur  
[www.menti.com](http://www.menti.com)  
et utilisez le code  
**42 66 08**

Allez sur  
[www.menti.com](https://www.menti.com)  
et utilisez le code  
**42 66 08**

En poursuivant votre navigation sur ce site, vous acceptez nos CGU  
optimale, la possibilité de partager des contenus sur des réseaux so  
Pour en savoir plus et paramétrer les cookies...



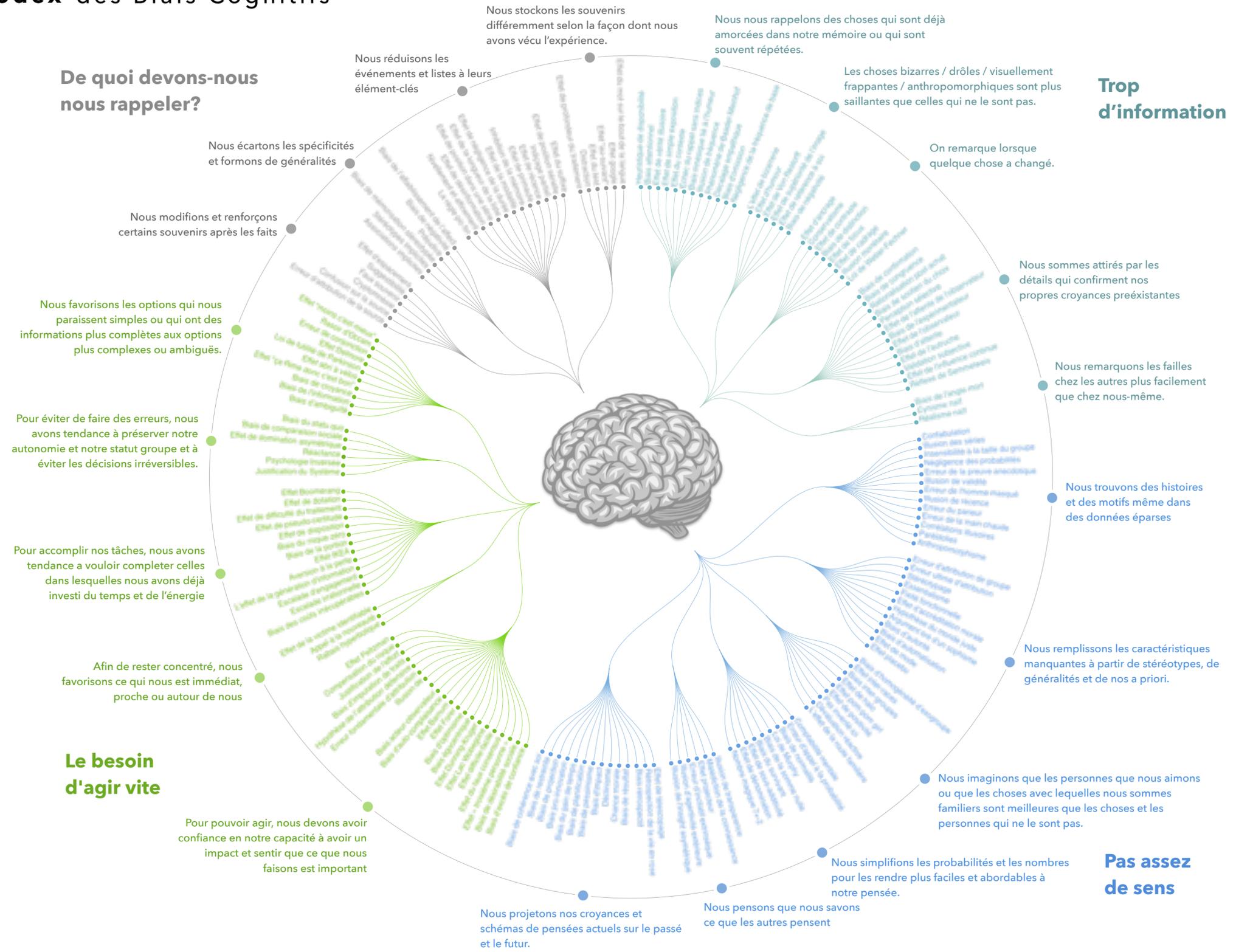
Ça, c'est un lien

<https://www.liberation.fr/>

# Résultats...

Comment on en arrive là ?

# Codex des Biases Cognitives



**De quoi devons-nous nous rappeler?**

**Trop d'information**

**Pas assez de sens**

**Le besoin d'agir vite**

ÉTAPE 1 SUR 2

## Sélectionnez le forfait qui vous convient.

Changez de forfait à tout moment

	Essentiel	Standard	Premium
Tarif mensuel à la fin du mois gratuit qui se termine le 17/04/19	7,99 €	11,99 €	14,99 €
HD disponible	×	✓	✓
Ultra HD disponible	×	×	✓
Écrans disponibles en simultané	1	2	4
Netflix sur votre ordinateur, TV, smartphone et tablette	✓	✓	✓
Films et séries TV en illimité	✓	✓	✓
Annulable à tout moment	✓	✓	✓
Premier mois gratuit	✓	✓	✓

Choisir ce forfait

Choisir ce forfait

Choisir ce forfait

Si vous contrôlez le  
menu,  
vous contrôlez les  
choix

iErgo





Photo by [Krissia Cruz](#) on [Unsplash](#)

Une machine à sous  
dans un milliard de  
poches

iErgo

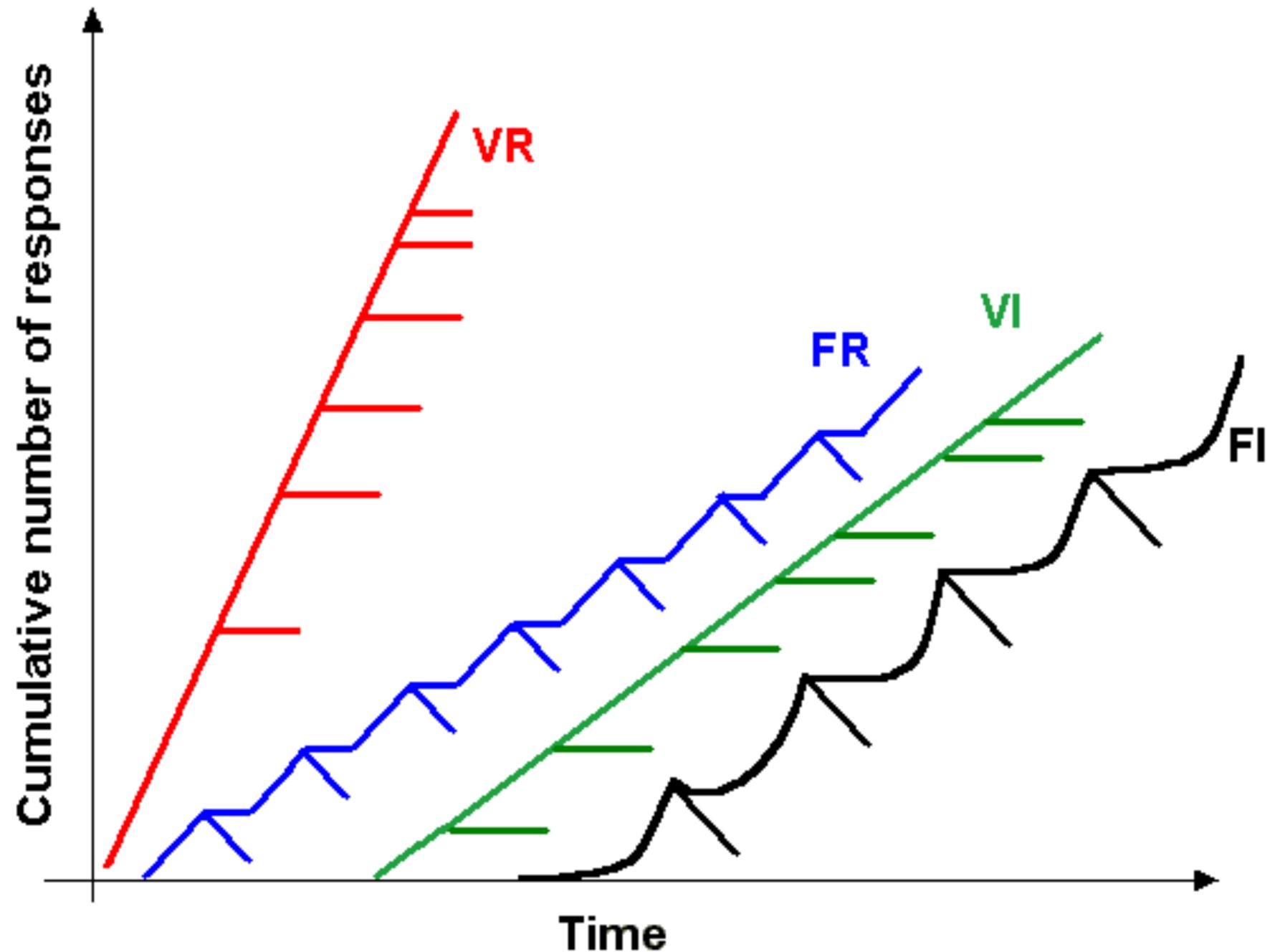
# Récompense variable

## Variable ratio schedule (VR)

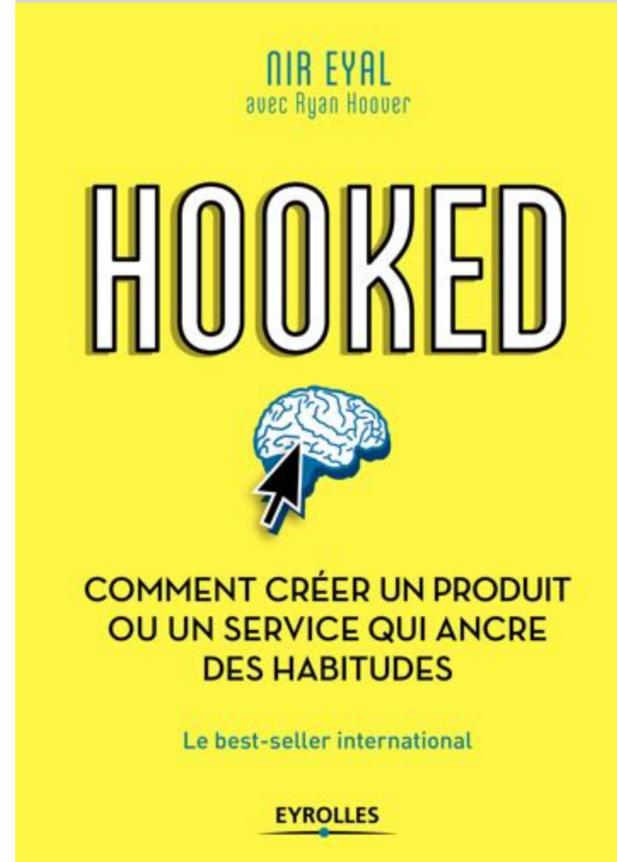
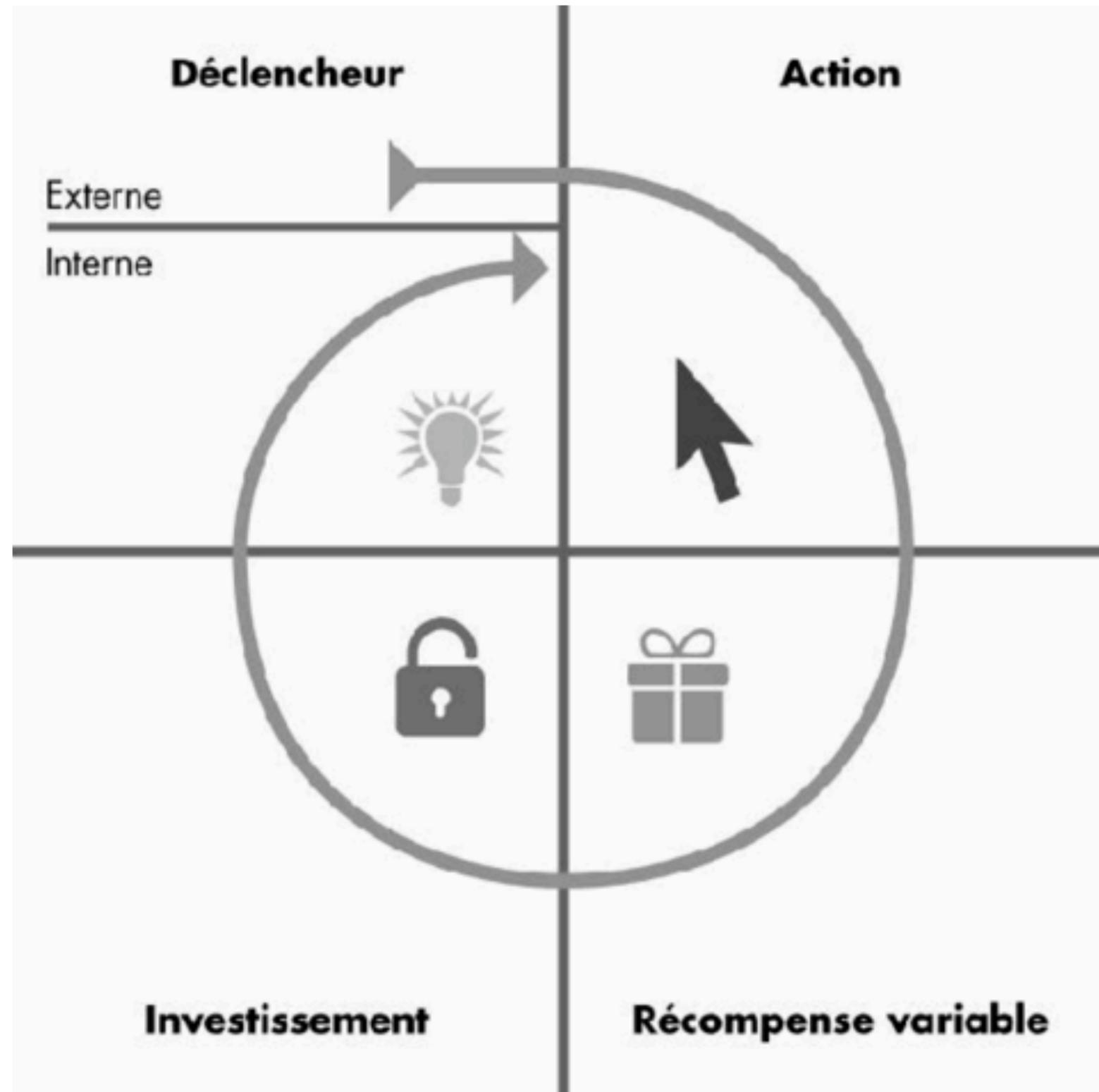
Fixed ratio (FR)

Fixed interval (FI)

Variable interval (VI)



# Modèle hook



La peur de manquer  
quelque chose d'important



 Jack  
3.797

**Approbation sociale**

# Réciprocité sociale

Je recommande une  
compétence de Clément

✓ Axure RP · 9

 **Merci d'avoir recommandé  
Clément** ×

Aidez à identifier des opportunités et du contenu pertinents pour Clément sur LinkedIn

**Quel est le niveau de Clément en Axure RP ?**

**Comment connaissez-vous les compétences de Clément en Axure RP ?**

▼

Votre réponse est anonyme. Elle ne sera pas partagée directement avec Clément ni avec d'autres membres de LinkedIn. [En savoir plus](#)

# Réciprocité sociale

Clément est prévenu et incité à me remercier

Récent



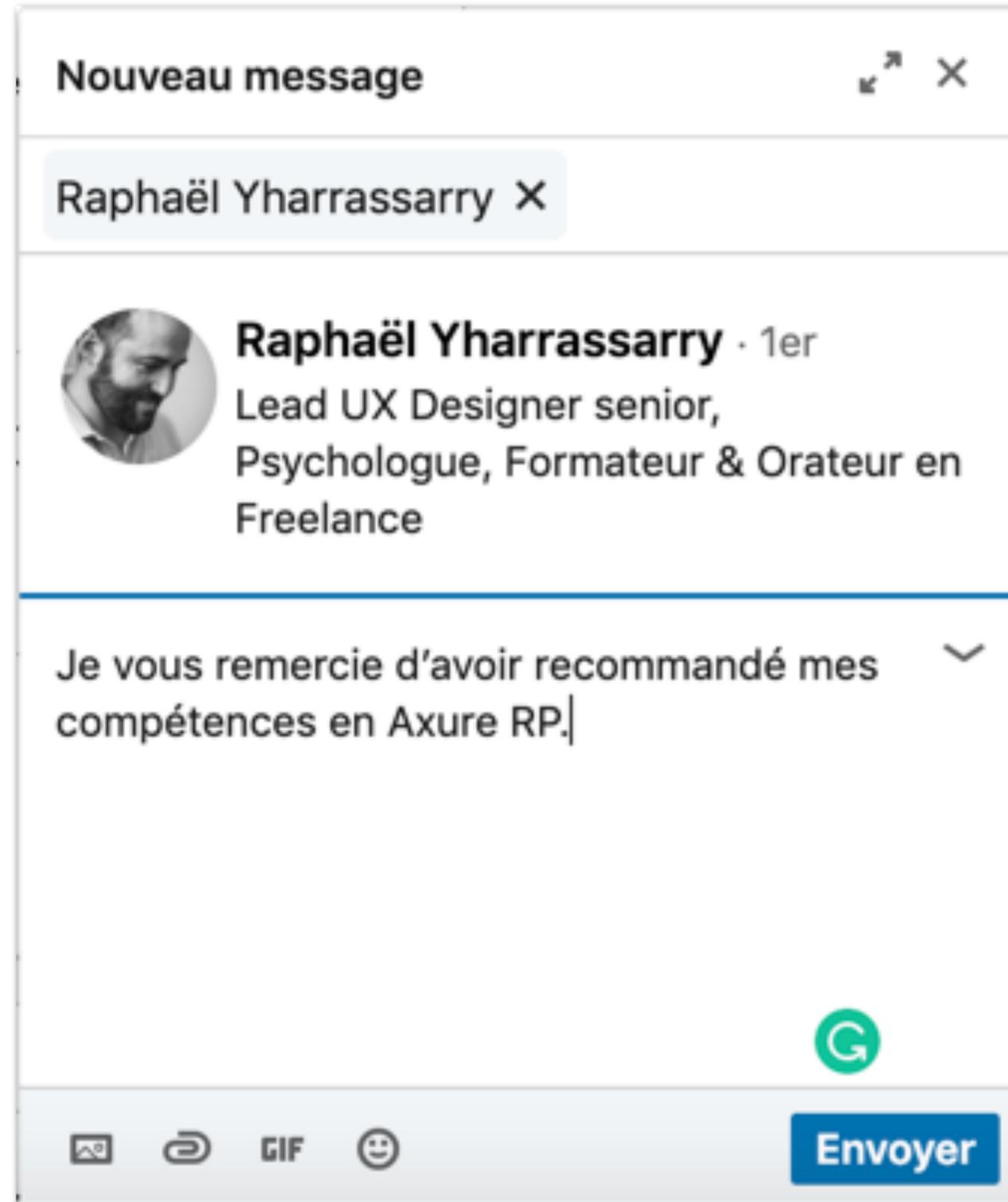
Raphaël Yharrassarry vous a recommandé(e) pour votre compétence en Axure RP

[Remercier](#)

...

# Réciprocité sociale

Le message est déjà écrit



## Clément est incité à recommander d'autres membres

### Recommandations de compétences ✕



Raphaël Yharrassarry a recommandé un de vos compétences  
en **Axure RP**

Ajoutez ces nouvelles compétences à votre profil

Wireframing [Voir toutes les recommandations en attente](#)

Recommander les compétences d'autres membres de votre réseau





© Loren Kerns

**PLAISIR - STIMULATION**



© S.Hart Photography

**RELATIONNEL - APPARTENANCE**



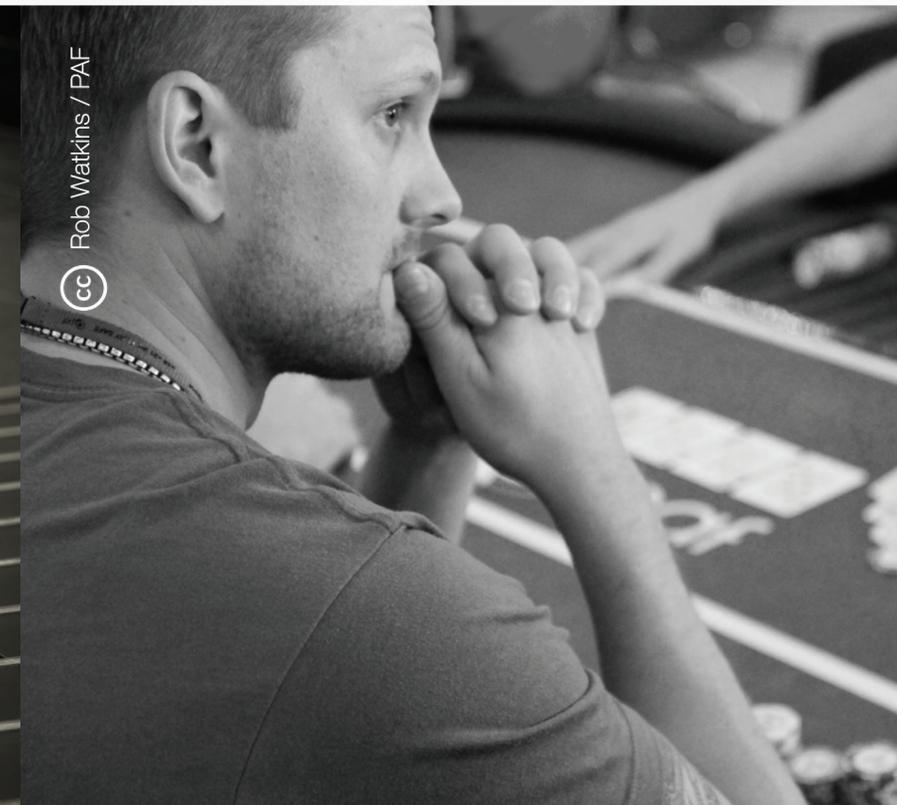
**SECURITÉ - CONTR**



© Adam Jones



© Derek Mindler



© Rob Watkins / PAF

# Bol sans fond, & lecture automatique

iErgo



Photo by Dana DeVolk on Unsplash



# Les raisons des utilisateurs & les raisons des concepteurs

iErgo

La peste ou le choléra  
&  
autres choix impossibles

# Quitter Facebook ?

Vous allez  
manquer à ...

La désactivation de votre compte entraînera la désactivation de votre profil et le retrait de votre nom, de votre photo et de la plupart de ce que vous avez publié sur Facebook. Certaines informations peuvent rester visibles, comme votre nom dans une liste d'amis et dans les messages que vous avez envoyés.

Vos 307 amis ne pourront plus garder le contact avec vous.

Vous allez manquer à Florian



Envoyer un message à Florian

Vous allez manquer à Anne



Envoyer un message à Anne

Vous allez manquer à Vincent



Envoyer un message à Vincent

Vous allez manquer à Julie



Envoyer un message à Julie

Vous allez manquer à Sandrine



Envoyer un message à Sandrine

Raison de votre départ (obligatoire) :

- Je ne sais pas comment utiliser Facebook.
- C'est temporaire. Je reviendrai.
- Je passe trop de temps sur Facebook.
- Je reçois trop de messages électroniques, d'invitations et de demandes de la part de Facebook.
- J'ai un souci de confidentialité.
- J'ai un autre compte Facebook.
- Je ne trouve pas Facebook utile.
- Mon compte a été piraté.
- Je ne me sens pas en sécurité sur Facebook.

inscrivez-vous pour recevoir  
GRATUITEMENT

Oui, merci !

NETTO  
PHOTO  
V  
RÉCU

AVEC LE TURK :  
EN SCÈNE AU  
'UNE HISTOIRE  
MARS 2019

KENJI NAKA  
TAMRON : «  
OBJECTIF EST D'ÊTRE  
NUMÉRO 1 DES 35MM F/1.4  
EN TERMES DE QUALITÉ »  
18 MARS 2019

PHOTO DE NICOLAS  
ROCHEREAU  
11 MARS 2019

AU CP+ 2019 :  
PENSONS À  
POSER PLUS  
D'OBJECTIFS XF AVEC DE  
MEILLEURES  
PERFORMANCES VIDÉO »  
14 MARS 2019

# Erreurs de prévision, la stratégie du «pied dans la porte»



**Ergonomie** · 11

**Maxime de Chalendar et 10 relations**



**Axure RP** · 9



**Merci d'avoir recommandé  
Clément**



Aidez à identifier des opportunités et du contenu pertinents pour Clément sur LinkedIn

**Quel est le niveau de Clément en Axure RP ?**

Bon

Très bien

Excellent

**Comment connaissez-vous les compétences de Clément en Axure RP ?**

Sélectionner une relation ▼

Votre réponse est anonyme. Elle ne sera pas partagée directement avec Clément ni avec d'autres membres de LinkedIn. [En savoir plus](#)

Envoyer

« Sur son lit de mort, personne ne se dit jamais : « J'aurais aimé passer plus de temps sur Facebook » »

James Williams / Oxford Internet Institute

# Diagnostic du design attentionnel

<https://attention.designersethiques.org>

iErgo

## Méthode de diagnostic du design attentionnel

observer, évaluer et prioriser pour agir et rendre responsable

Version 0.9.0 - 01\_01\_2019

**Designers**Éthiques



# Définissez le périmètre d'observation

**Objectif visé par l'utilisateur**

**Enchaînement des actions**

Étape 1	Étape 2	Étape 3	Étape 4	...
---------	---------	---------	---------	-----

5

# Évaluez les fonctionnalités addictives

- ▶ Attirer l'attention
  - ▶ Notification
  - ▶ Icône de l'application
  - ▶ SMS/mail
- ▶ Conserver l'attention
  - ▶ Scroll infini
  - ▶ Autoplay
  - ▶ Gestuel
- ▶ Faire agir
  - ▶ Fil de progression
  - ▶ Système de recommandation
  - ▶ Effet de rareté

## Ma fonctionnalité est-elle responsable ?

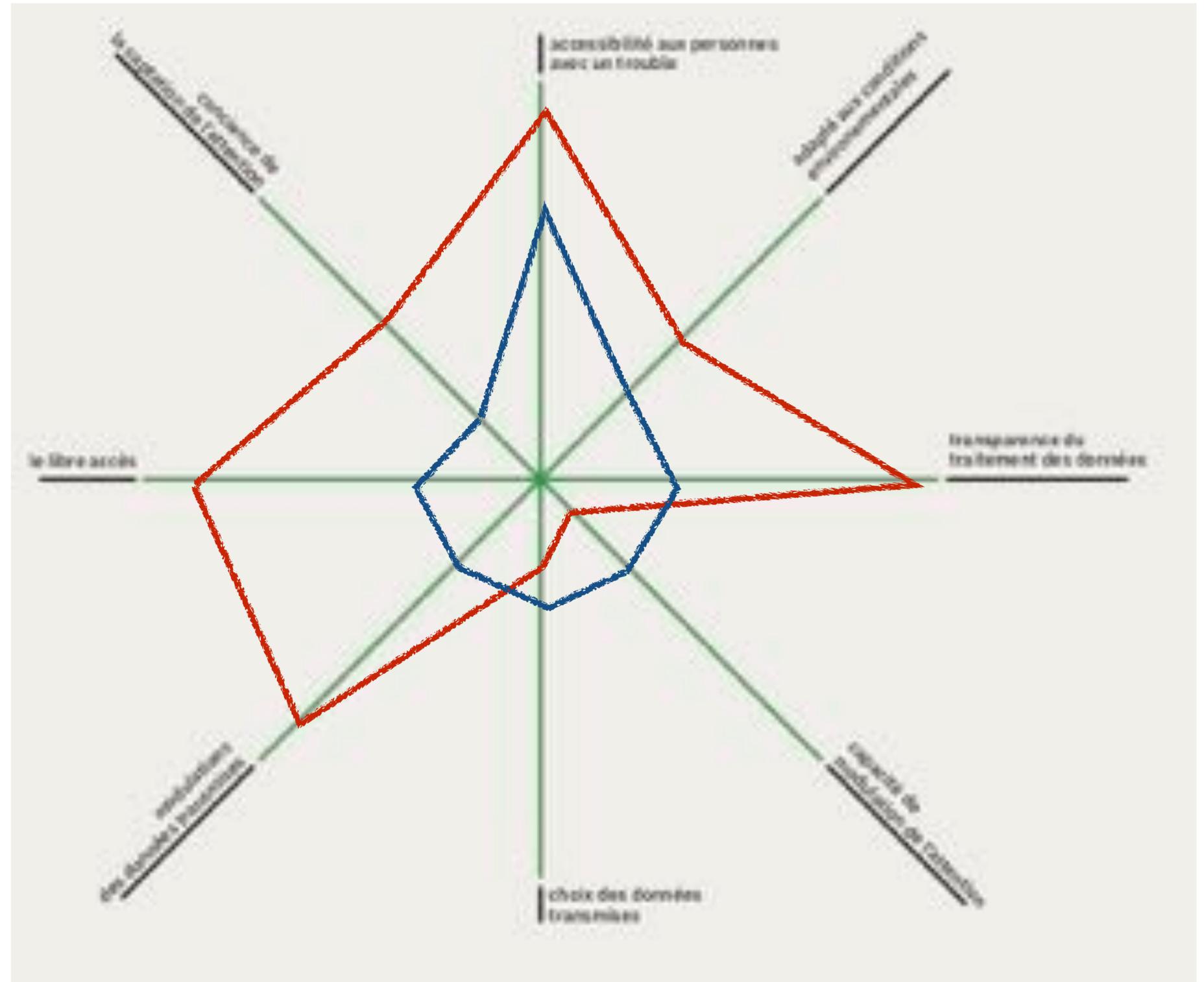


# Diagnostiquez le modèle économique de l'attention

- ▶ Identifiez les dark patterns
- ▶ Localisez les messages manipulateurs
- ▶ Diagnostiquez le modèle économique de l'attention
  - ▶ Accédez au service
  - ▶ Capture de l'attention
  - ▶ Création de valeur via les données
  - ▶ Commercialisation de l'attention via les données

# Diagnostiquez le modèle économique de l'attention

- ▶ Libre accès
- ▶ Accessibilité aux personnes avec un trouble
- ▶ Adapté aux conditions environnementales
- ▶ La possibilité de modulation l'attention demandée par le service
- ▶ La conscientisation de la captation de l'attention
- ▶ La transparence du traitement des données
- ▶ Le choix des données transmises
- ▶ Ai-je la possibilité de choisir les données qui vont être utilisées par le service ?
- ▶ La possibilité de modulation les données transmises



# Priorisez pour agir et rendre responsable

		gravité du non-respect de l'attention de l'utilisateur	
		non-respect faible	non-respect fort
fréquence de soumission	Fortement soumis	2 Mineur	4 Critique
	Peu soumis	1 Nul	3 Sérieux

14

Au-delà de la captation de  
l'attention, la persuasion

**La manipulation librement  
consentiee**

Avoir les bonnes  
idées



Changer les  
comportements



Changer les  
comportements

« Nudge » ou  
« Coup de pouces »



# L'effet de gel



S'engager



Un coup de pouce

Libre choix

Commencez. Choisissez votre objectif.

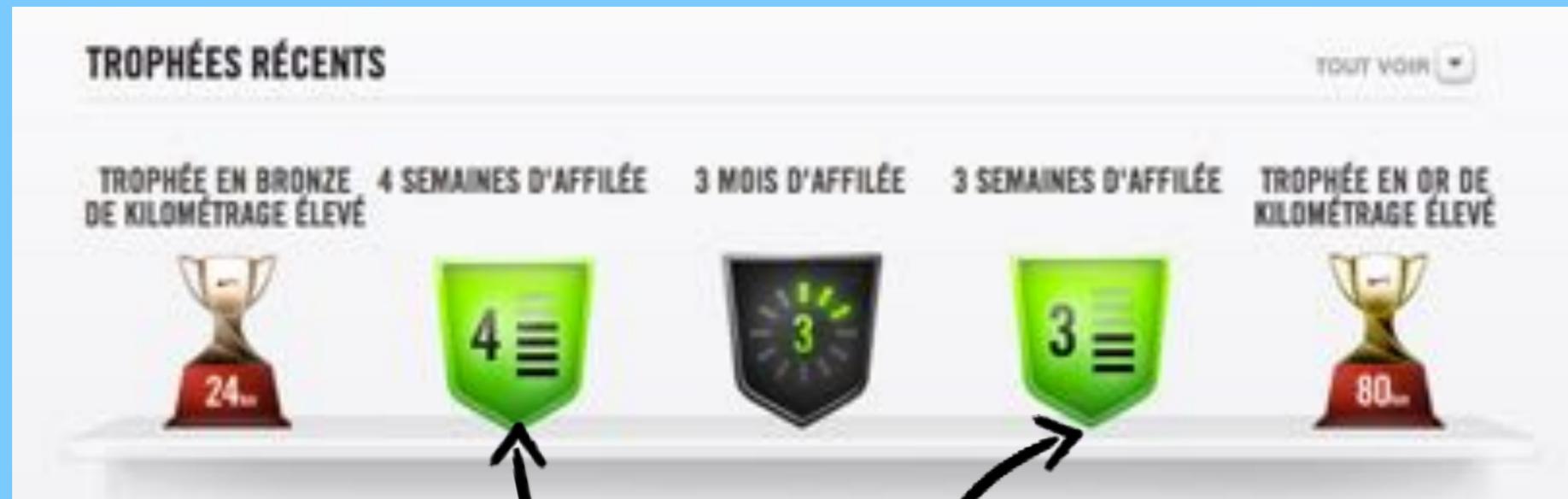
AMPLER

The screenshot shows a user interface for selecting a goal. At the top, it says "Commencez. Choisissez votre objectif." and "AMPLER" in the top right corner. There are four goal options, each with an icon and text:

- Courir Plus Souvent**: Icon of a runner.
- Courir Plus Kilomètres**: Icon of a winding road sign.
- Gagner Du NikeFuel**: Icon of a green plus sign in a circle. Below the icon, it says "216.305 membres Nike+ se sont donnés cet objectif". This option is highlighted with a white background and a drop shadow.
- Brûler Des Calories**: Icon of a blue calorie burner.

Visibilité

# Des récompenses virtuelles



de plus en plus exigeantes

Force du profil: **Intermédiaire**



**Ajoutez un résumé de votre expertise et de vos centres d'intérêt**

Le résumé est la première section que les recruteurs regardent sur votre profil.



### EXPERT ABSOLU

Vous êtes unique. Votre profil a 27 fois plus de chances d'apparaître dans les recherches des recruteurs.

### Avantages supplémentaires

Jusqu'à 3 fois plus de trafic vers votre profil à partir des recherches, des flux et de votre réseau

## Votre tableau de bord

*Privé pour vous*

88

Qui a consulté votre profil ?

143

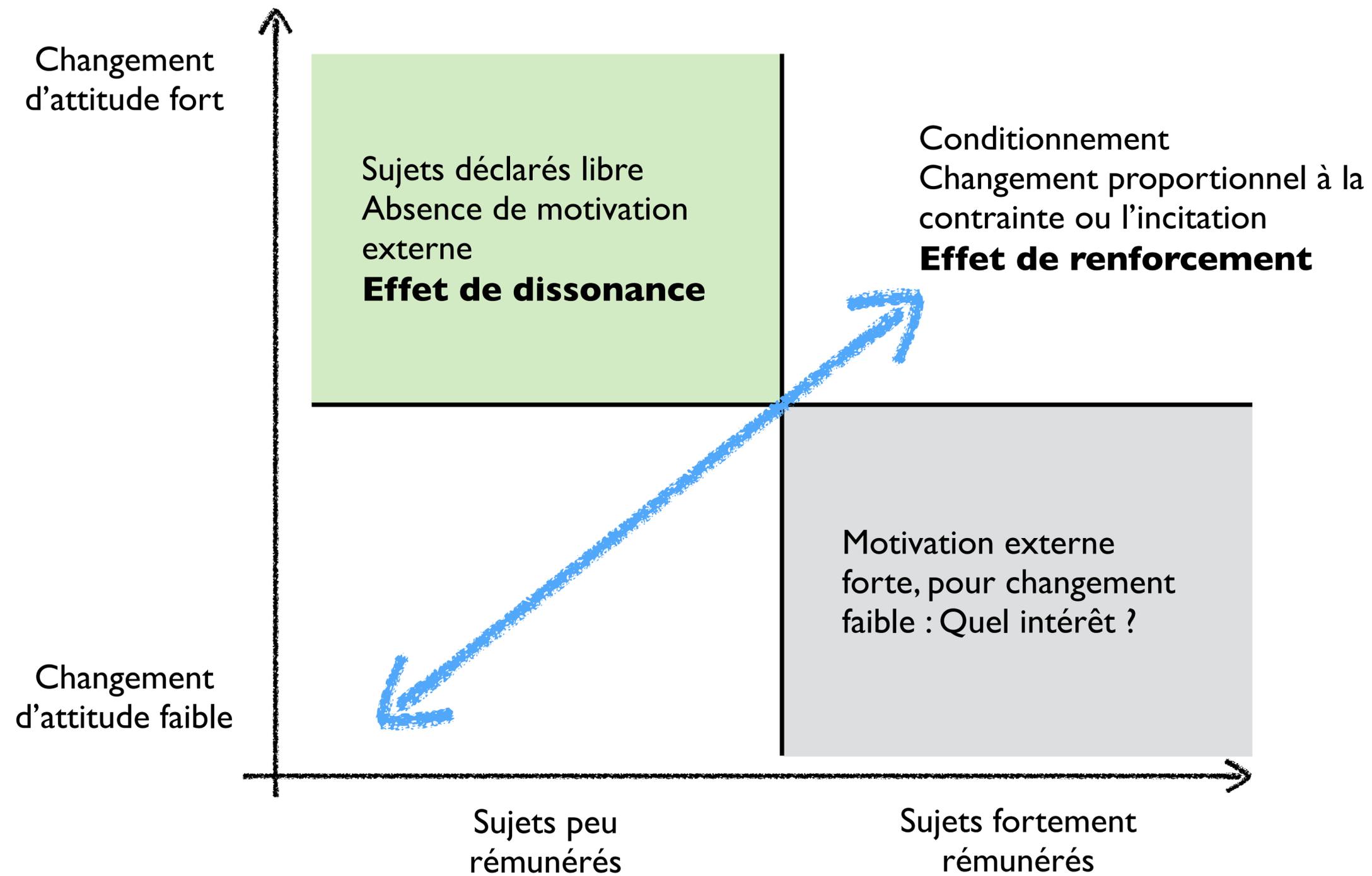
vues des posts

**Conseils de carrière**

Bol sans fond

Conséquences  
de ses actes

# Raisons d'ordre interne



# Engagement

- ▶ Déclarer libre
- ▶ Mettre en relief les conséquences de son acte
- ▶ Choisir un acte de coût élevé, mais progressif
- ▶ Rendre l'acte le plus visible possible, irréversible, répété, explicite
- ▶ Eviter les justifications d'ordre externe, favoriser l'ordre interne

# Les critères de la persuasion.

Source : Alexandra Nemery [http://www.univ-metz.fr/ufr/sha/2lp-etic/Criteres\\_Persuasion\\_Interactive-2.pdf](http://www.univ-metz.fr/ufr/sha/2lp-etic/Criteres_Persuasion_Interactive-2.pdf)

# m**A**cro persuasion & m**I**cro persuasion

# Crédibilité

Donner de l'information crédible

Cité la source

Interesting insights on #banking #tablet #UX : <http://t.co/UlaXlll4mA>

**Vicente Ocaña** 1st

UX Designer, Internet consultant  
Région de Paris, France

Interaction Designer and User Experience Designer chez Vicente Ocana

[Voir le profil](#) | [Envoyer un message](#) | [Télécharger la vCard](#)

**mint.com**

WHAT IS MINT? HOW IT WORKS HOW LARGER COMMUNITY COMPANY

It's Free! Get started here >

Overview  
See all accounts  
Auto categorization  
Easy budgeting  
Timely alerts  
Safe and secure  
What's new  
**Helpful graphs**  
Achieve your goals  
Find savings  
Track investments  
Mobile apps  
Bill reminders

### Graphs make seeing trends easy

Mint's graphs and charts help you track your spending, income, net worth and account balances over time, and compare your spending year-to-year or month-to-month. You can even track your progress on individual goals. [Watch how to use trends](#)

### Dig in for deep insights

With just a few clicks, you get the details on a specific account, category or expense. Automatic categorization makes sure you don't miss a thing, and every transaction is taggable and filterable.

### See what you're worth

Mint tracks and graphs your spending and investment performance over time so you can instantly see how changes in your spending and income affect your bottom line.

[Free! Get started here >](#)

[Watch the short video](#)

intuit

Legal Notice | Terms of Service | Privacy | About Us

# Privacité

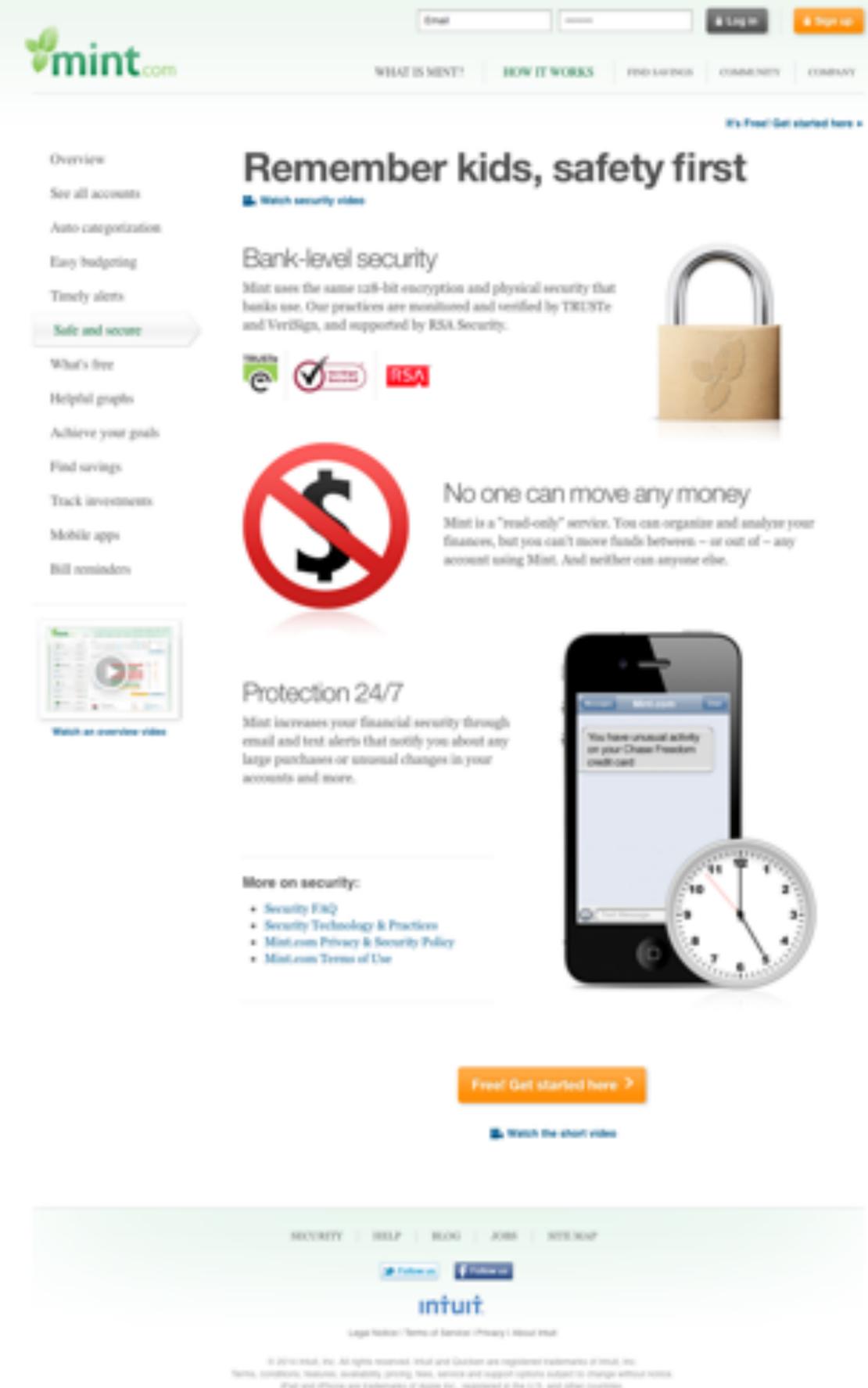
## Réassurance sur la Sécurité

### Contre exemple



The image shows the Facebook 'Paramètres de confidentialité' (Privacy Settings) page. The page is titled 'Informations du profil' and lists various privacy settings for different sections of the profile. Each setting has a dropdown menu to select the audience. The settings listed are:

- À propos de moi: Amis uniquement
- Informations personnelles: Amis uniquement
- Date de naissance: Amis uniquement
- Opinions politiques et religieuses: Amis uniquement
- Famille et relations: Amis uniquement
- Formation et emploi: Amis et leurs amis
- Photos et vidéos de moi: Amis et leurs amis
- Albums photos: Modifier les paramètres
- Mes publications: Amis uniquement
- Autoriser mes amis à publier sur mon mur: Mes amis peuvent publier
- Publications de mes amis: Amis uniquement
- Commentaires sur les publications: Amis uniquement

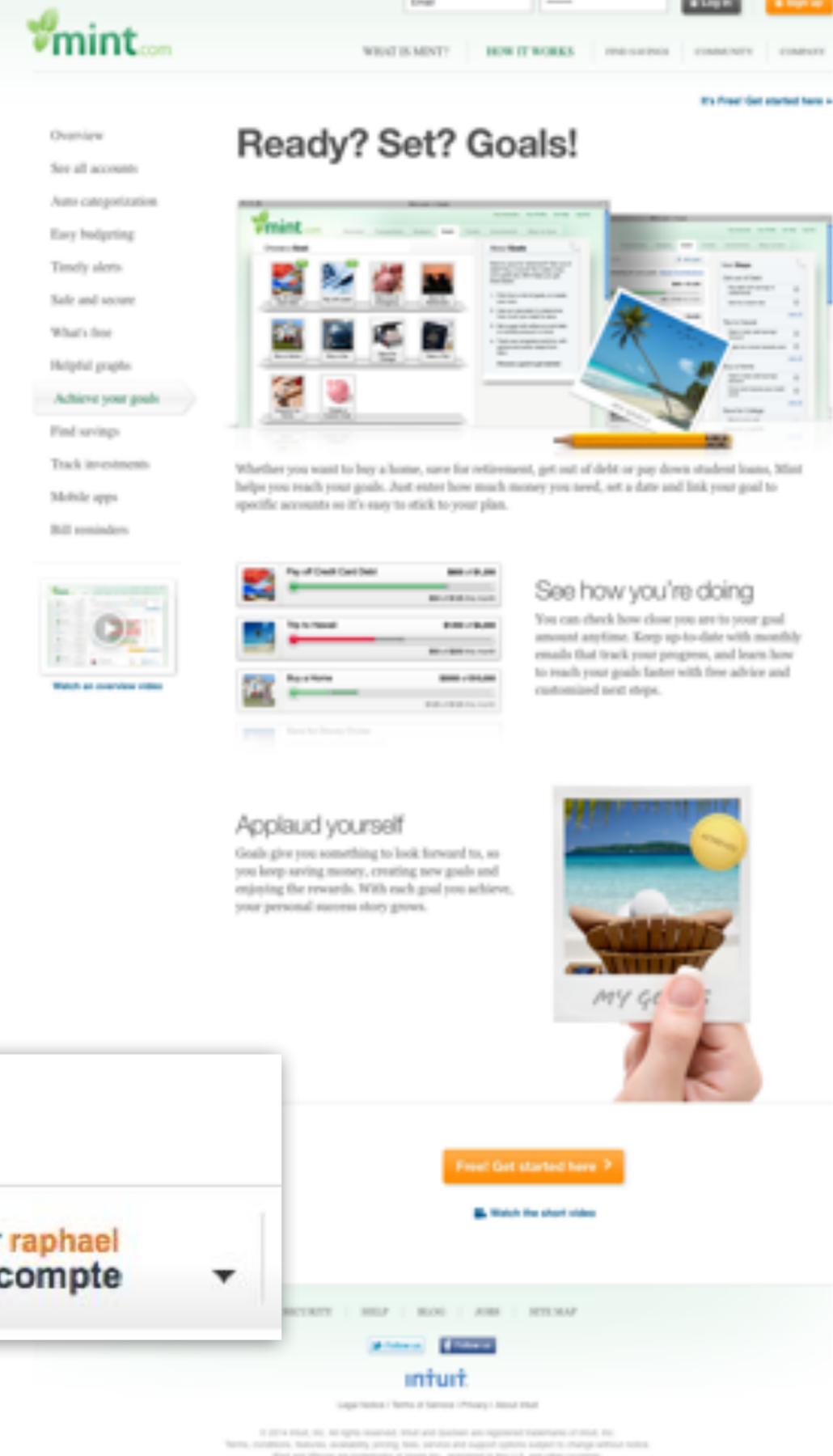


The image shows the Mint.com website, which is a personal finance management tool. The page features a navigation menu with links for 'WHAT IS MINT?', 'HOW IT WORKS', 'FIND A MINT', 'COMMUNITY', and 'CONTACT'. The main content area is titled 'Remember kids, safety first' and includes several sections:

- Bank-level security:** Mint uses the same 128-bit encryption and physical security that banks use. Our practices are monitored and certified by TRUSTe and VeriSign, and supported by RSA Security.
- No one can move any money:** Mint is a "read-only" service. You can organize and analyze your finances, but you can't move funds between – or out of – any account using Mint. And neither can anyone else.
- Protection 24/7:** Mint increases your financial security through email and text alerts that notify you about any large purchases or unusual changes in your accounts and more.

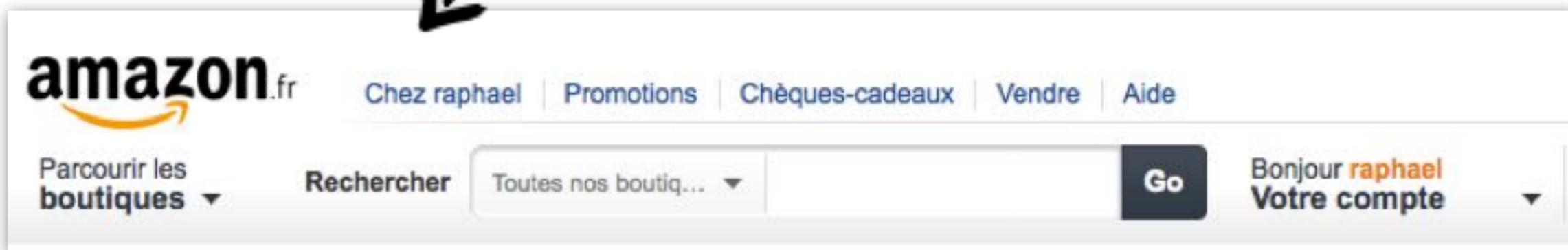
The page also includes a sidebar with links to 'Overview', 'See all accounts', 'Auto categorization', 'Easy budgeting', 'Timely alerts', 'Safe and secure', 'What's free', 'Helpful graphs', 'Achieve your goals', 'Find savings', 'Track investments', 'Mobile apps', and 'Bill reminders'. At the bottom of the page, there is a footer with links for 'SECURITY', 'HELP', 'BLOG', 'JOBS', and 'SITE MAP', along with the Intuit logo and legal notices.

# Personnalisation



Choisir ses buts

Personnaliser



# Attractivité

Bénéfice client

Incitation

Business	Business Plus	Executive
<p><b>14,95 EUR/mois*</b> 18,39 EUR/mois TVA incluse</p> <p>Facturation annuelle</p> <p>Commencer</p>	<p><b>29,95 EUR/mois*</b> 36,64 EUR/mois TVA incluse</p> <p>Facturation annuelle</p> <p>Commencer</p>	<p><b>53,95 EUR/mois*</b> 66,36 EUR/mois TVA incluse</p> <p>Facturation annuelle</p> <p>Commencer</p>

The screenshot shows the Mint.com website interface. At the top, there's a navigation bar with the Mint logo and links for 'WHAT IS MINT?', 'HOW IT WORKS', 'FIND SAVINGS', 'COMMUNITY', and 'CONTACT'. Below the navigation, there's a sidebar with various service categories like 'Overview', 'See all accounts', 'Auto categorization', etc. The main content area features a large headline 'Maximum returns. Minimum time.' with a sub-headline 'It's Free! Get started here'. Below this, there are several sections: 'Track investments' with a video thumbnail, 'Know your investment style' with a video thumbnail, and 'Stay aware of fees' with a warning icon and a table of fees. At the bottom, there's a footer with 'intuit' logo and legal notices.

**Maximum returns. Minimum time.**

It's Free! Get started here

Overview  
See all accounts  
Auto categorization  
Easy budgeting  
Timely alerts  
Safe and secure  
What's free  
Helpful graphs  
Achieve your goals  
Find savings  
Track investments  
Mobile apps  
Bill reminders

Find out whether you're beating the market—or it's beating you. Compare your portfolio to market benchmarks, and instantly see your asset allocation across all your investment accounts: 401k, mutual funds, brokerage accounts, even IRAs. [Choose an IRA](#)

Know your investment style  
Get the right tools for your investment style. Whether you're hands off, active or somewhere in between, Mint can help you do more with your portfolio. [Find easy ways to invest](#)

Stay aware of fees  
Mint exposes fees that are often hidden on statements or buried in the fine print. Fees from investment advisors, brokerages and 401k providers reduce the long-term growth of your investment. Eliminate unnecessary ones and save!

Fees & Charges	-12.39
Fees & Charges	-51.99
Fees & Charges	-125.00
Service Fee	140.00
Service Fee	1.35
ATM Fee	1.75

Free! Get started here

Watch the short video

SECURITY | HELP | BLOG | JOBS | SITE MAP

intuit

Legal Notice | Terms of Service | Privacy | About Us

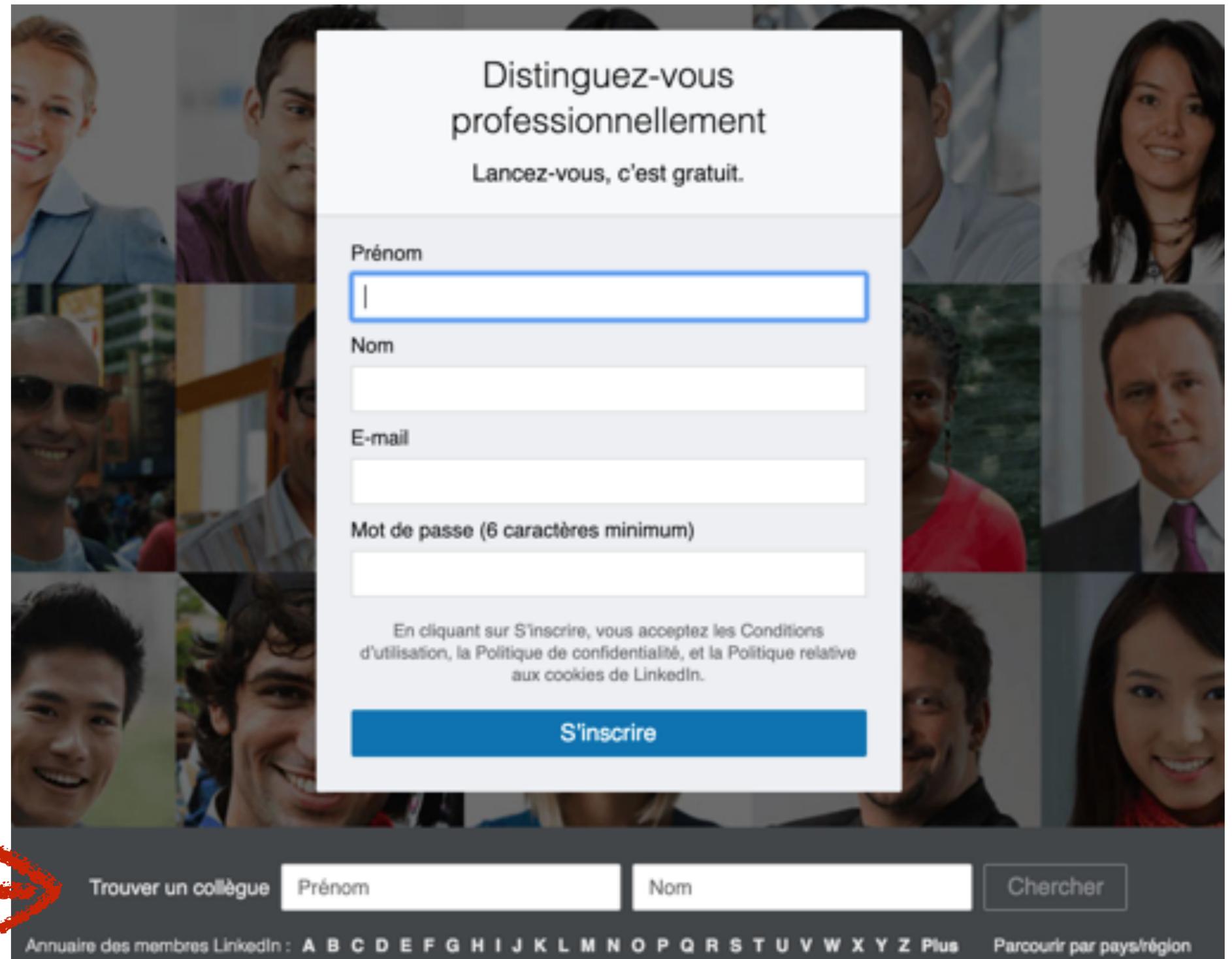
© 2014 Intuit, Inc. All rights reserved. Intuit and Quicken are registered trademarks of Intuit, Inc. Terms, conditions, features, availability, pricing, fees, service and support options subject to change without notice. iPad and iPhone are trademarks of Apple Inc., registered in the U.S. and other countries.

# Sollicitation

The image shows a screenshot of the Meetic website. At the top left is the Meetic logo with the tagline "voyez plus grand pour vos rencontres". To the right, there are login fields for "Email" and "Mot de passe", along with a "Déjà Membre" link and a "Se connecter" button. Below the header is a grid of user profile pictures. A large green pop-up window is centered over the grid, containing the text "Inscrivez-vous gratuitement !". Inside the pop-up, there are dropdown menus for "Je suis" (set to "Sélectionner") and "Son âge, de" (set to "25" to "45" ans). A prominent green button reads "CRÉER MON PROFIL". Below the button, it says "Meetic, n°1 des sites de rencontres". A smaller blue pop-up is visible on the right side of the grid, featuring a profile picture and the text "Voir plus de profils" and "Inscription gratuite !". Two black arrows are drawn on the image: one points from the bottom-left profile picture to the registration pop-up, and another points from the bottom-right profile picture to the blue pop-up.

# Accompagnement initial

- ▶ Inscription
- ▶ Trouver un collègue



The image shows a LinkedIn registration form overlaid on a background of diverse professional portraits. The form is titled "Distinguez-vous professionnellement" and "Lancez-vous, c'est gratuit." It includes input fields for "Prénom", "Nom", "E-mail", and "Mot de passe (6 caractères minimum)". Below the fields is a disclaimer: "En cliquant sur S'inscrire, vous acceptez les Conditions d'utilisation, la Politique de confidentialité, et la Politique relative aux cookies de LinkedIn." A blue "S'inscrire" button is at the bottom of the form. Below the form, a search bar is visible with the text "Trouver un collègue" and input fields for "Prénom" and "Nom", followed by a "Chercher" button. At the very bottom, there is a navigation bar with the text "Annuaire des membres LinkedIn : A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Plus" and "Parcourir par pays/région". A red arrow points from the "Trouver un collègue" text to the search bar.

Distinguez-vous  
professionnellement

Lancez-vous, c'est gratuit.

Prénom

Nom

E-mail

Mot de passe (6 caractères minimum)

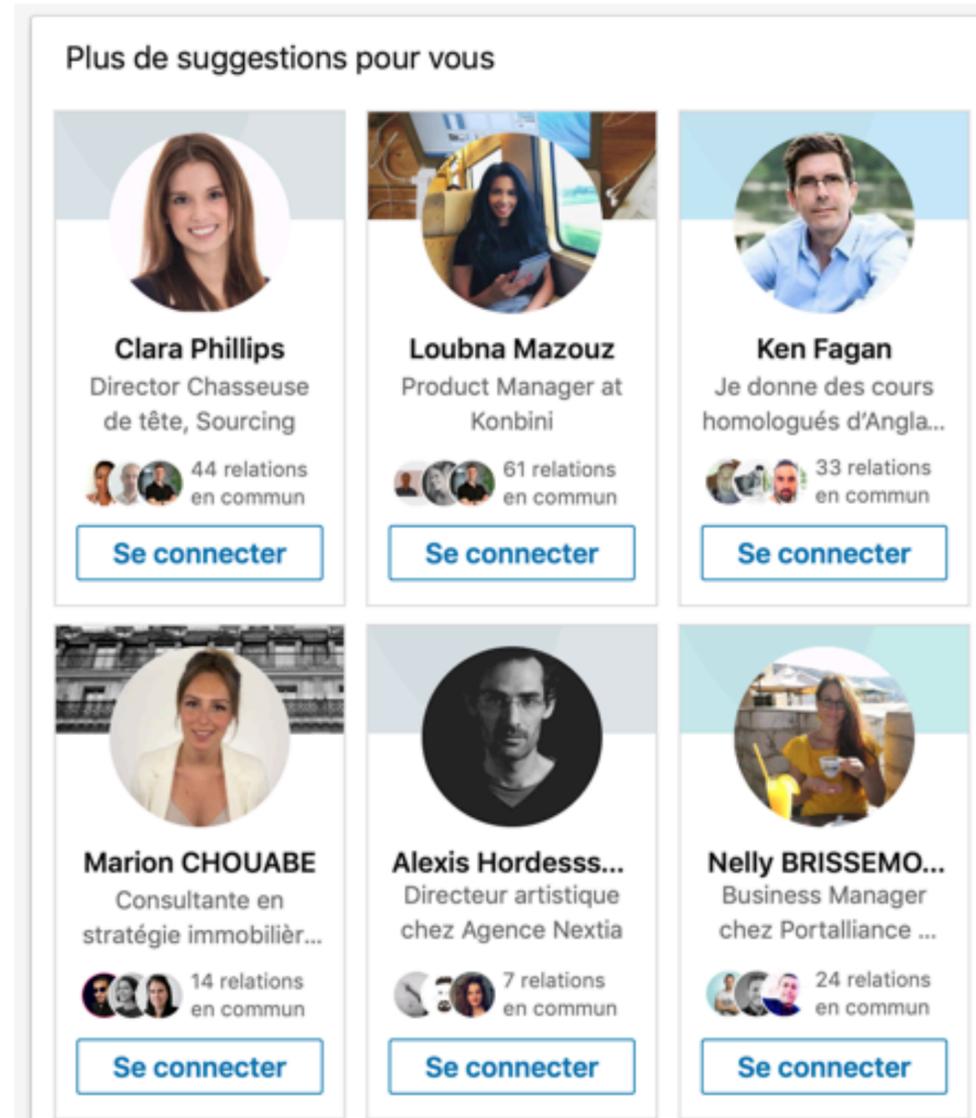
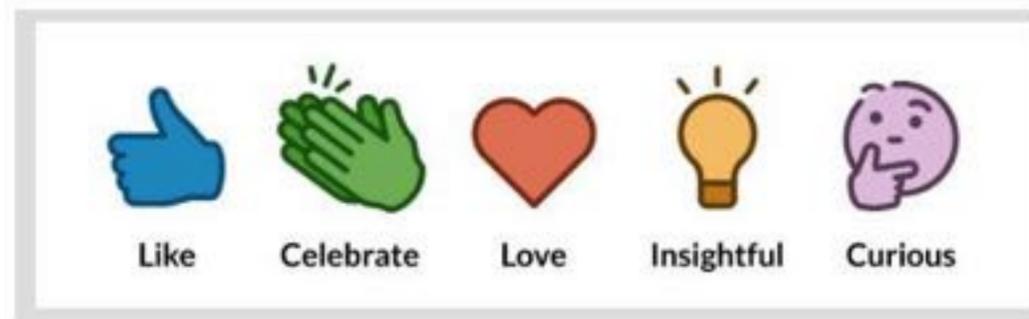
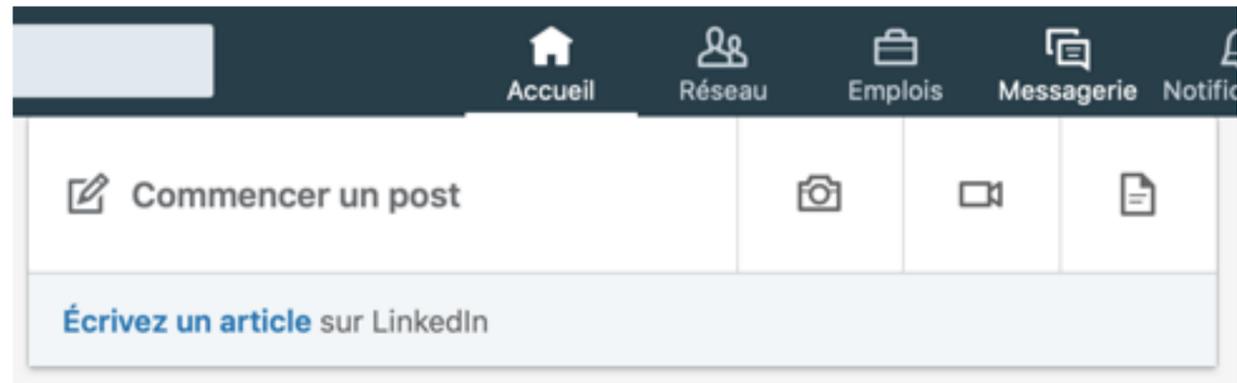
En cliquant sur S'inscrire, vous acceptez les Conditions d'utilisation, la Politique de confidentialité, et la Politique relative aux cookies de LinkedIn.

S'inscrire

Trouver un collègue  Prénom  Nom  Chercher

Annuaire des membres LinkedIn : A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Plus Parcourir par pays/région

# Engagement



# Emprise



# Critères d'évaluation

Critères statiques :

- ▶ **Crédibilité** pour la confiance que peut inspirer le site ;
- ▶ **Privacité** pour la préservation des données personnelles et la sûreté ;
- ▶ **Personnalisation** pour l'adaptation de l'interface aux besoins de l'utilisateur ;
- ▶ **Attractivité** pour l'esthétique permettant de capter l'attention.

Critères dynamiques :

- ▶ **Sollicitation** pour désigner la première étape d'amorçage ;
- ▶ **Accompagnement initial** qui permettra à l'utilisateur d'initier un comportement ;
- ▶ **Engagement**
- ▶ puis de l'**Emprise**, qui marque la montée en puissance de l'implication de l'utilisateur.

Source : [Alexandra Nemery http://www.univ-metz.fr/ufr/sha/2lp-etic/](http://www.univ-metz.fr/ufr/sha/2lp-etic/)

# Construire une stratégie

<b>Critères dynamiques</b>	<b>Comportements attendu Macro</b>	<b>Actions engageantes Micro</b>	<b>Critères statiques</b>
▶ <b>Sollicitation</b>	découvrir et créer un compte	Proposer des conseils de Coachs	Crédibilité : Coachs reconnus
▶ <b>Accompagnement initial</b>	Enregistrer une 1ère course Installer l'app sur son mobile		
▶ <b>Engagement</b>	Participer à des évènements physique		
▶ <b>Emprise</b>	Faire acheter du matériel		Personnalisation : Proposer des produits en fonction de la pratique.

éthique

iErgo

# I am not Mike Monteiro

SORRY  
I AM SUCH  
AN  
ASSHOLE

# Code de conduite de l'UXPA

1. Agir dans le meilleur intérêt de tous.
2. Être honnête envers tous.
3. Ne pas nuire et si possible contribuer aux bénéfices de tous.
4. Agir avec intégrité.
5. Éviter les conflits d'intérêts.
6. Respecter la vie privée, la confidentialité et l'anonymat.
7. Communiquer tous les résultats.

[http://uxpa.org/sites/default/files/uploads/CoC\\_French.pdf](http://uxpa.org/sites/default/files/uploads/CoC_French.pdf)

# Les CGV\* ?

\*Conditions générales de ventes

## Vos documents contractuels

L'ensemble des documents contractuels relatifs à votre commande sont présentés ci-dessous. Nous vous recommandons d'en prendre connaissance et de les sauvegarder avant de poursuivre votre commande.

Pour plus de confort, ces documents vous seront également transmis par email une fois votre commande validée.



[Les conditions générales de vente](#)



[Les tarifs de l'offre](#)



[Le formulaire de rétractation](#)



[Télécharger tous les documents](#)

En acceptant, vous reconnaissez avoir pris connaissance des conditions contractuelles.

**Accepter les conditions contractuelles**

- J'ai lu et j'accepte les conditions générales de ventes, les tarifs de l'offre et les conditions de rétractations. Je peux télécharger l'ensemble des documents.



# CGV & cookies

2.3 Les professionnels de l'expérience utilisateur ne doivent en aucune circonstance mal informer ou **induire délibérément en erreur les personnes** auxquelles ils fournissent des services.



# Ateliers de co-conceptions



# Conflit d'intérêts

5.3 Les professionnels de l'expérience utilisateur ne doivent en aucun cas **accepter de contrats** pouvant créer un conflit d'intérêt entre eux et leurs clients, employeurs ou participants.

**Des utilisateurs  
pas comme les autres.**

# Pour tous ?

3.1 Les professionnels de l'expérience utilisateur ne doivent en aucune circonstance exposer les participants à **un stress physique, mental ou émotionnel excessif.**

# Pensez-y dès maintenant

Ça vous évitera d'improviser.

# Merci

**raphael@iergo.fr - @iergo**