

Design de la décision

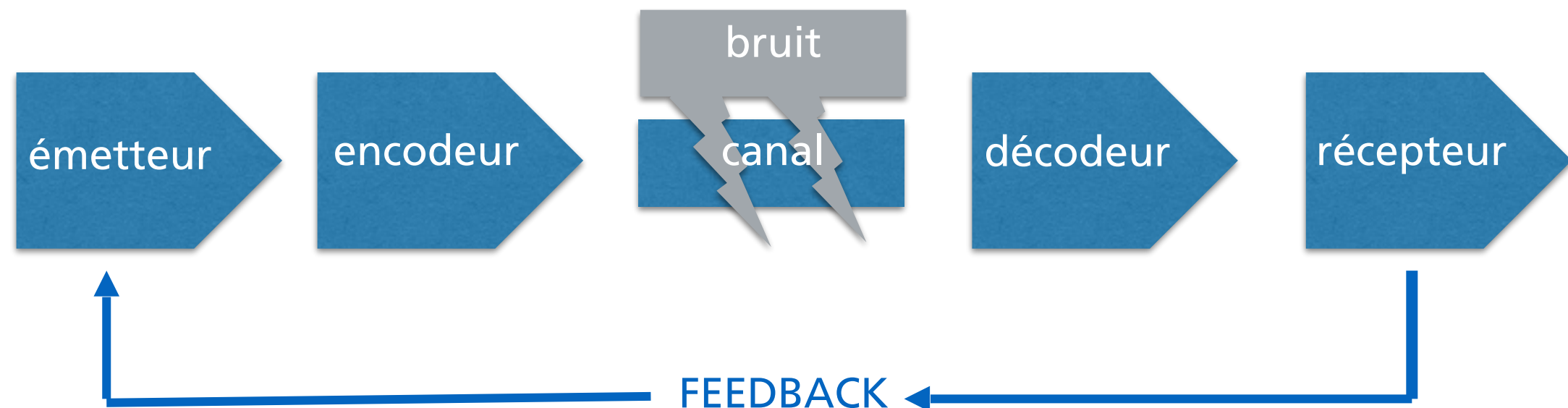
Des mécanismes de la perception à la prise de décision

COMMENT DÉCIDER ?



Pour décider, il faut savoir
Pour savoir, il faut comprendre
Pour comprendre, il faut communiquer

TRANSMETTRE DES DONNÉES : LA THÉORIE DE LA COMMUNICATION

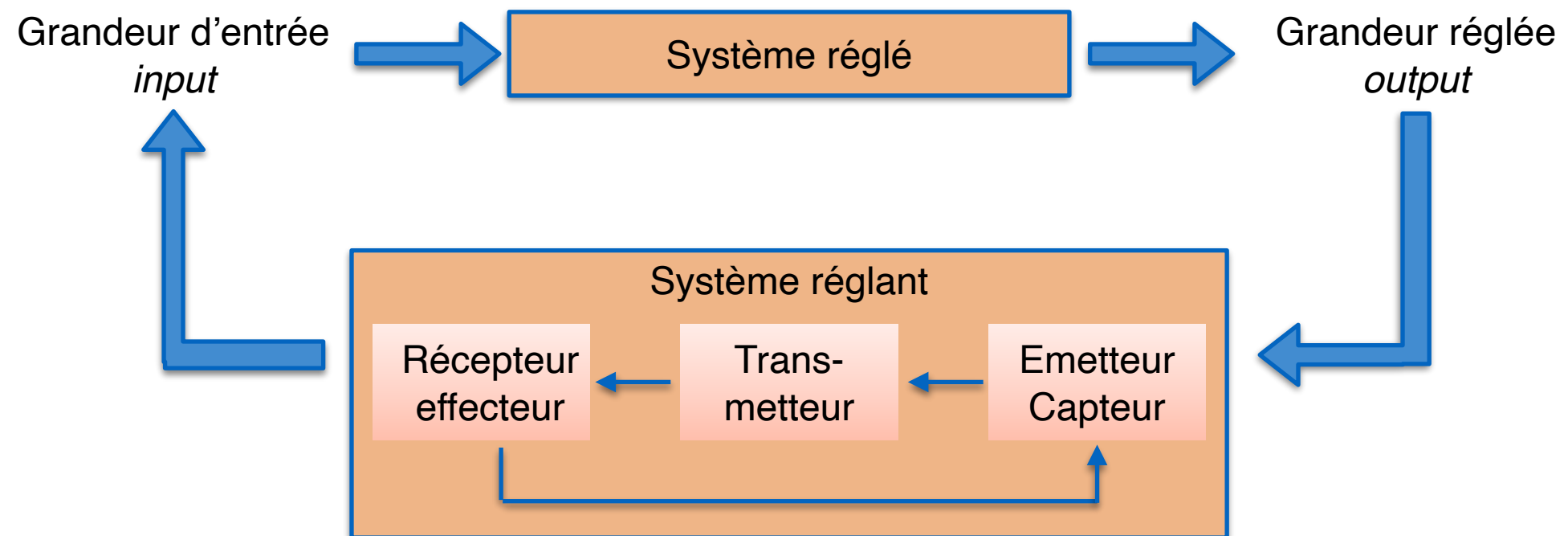


Théorie de la communication de Shannon-Weaver, 1948

TRAITER DES INFORMATIONS : LA THÉORIE CYBERNÉTIQUE

Toutes les décisions sont prises en fonction des coûts d'opportunité et les décisions entraînent des actions cohérentes.

Cybernétique, optimisation algorithmique et importance des feedbacks



Wiener, N., (1948) "Cybernetics, or Control and Communication", *The Animal and the Machine*

COMPRENDRE DES CONNAISSANCES : LE MEDIUM EST LE MESSAGE



https://youtu.be/Ko6J9v1C9zE?si=51CWPau339k4q6l_

« Nous façonnons nos outils,
et ensuite nos outils nous façonnent. »
Marshall McLuhan

Cet adage des années 1960 est-il pertinent pour
les médias actuels ?

- Les réseaux sociaux sont des médias personnels
- La vidéo est un médium émotionnel
- Les sites Web sont des médias d'information

Le mix média reste un pilier du marketing.

Le marketing est l'art de convaincre.

<https://principledesign.com.au/journal/the-medium-is-the-message/>



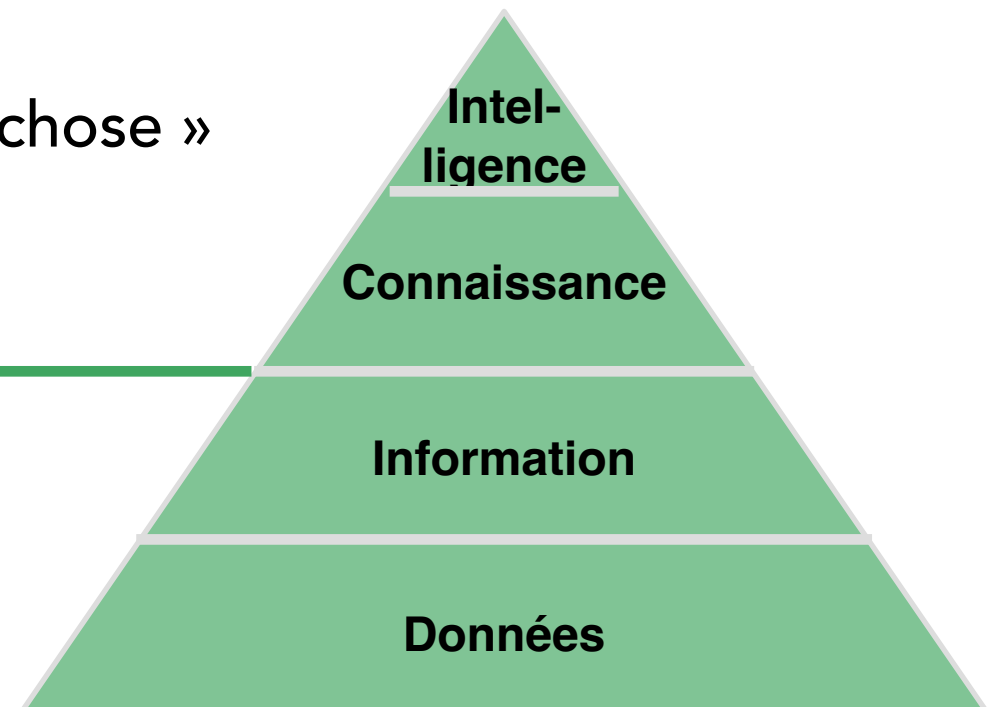
<https://youtu.be/VsZQMaN5pYc?si=glcCFk4HDBKZgILs>

APPRENDRE POUR DÉCIDER : LE MODÈLE DIKI

Savoir... « avoir la capacité de faire quelque chose »
Comprendre : « saisir par l'intelligence »

Dictionnaire de l'Académie française

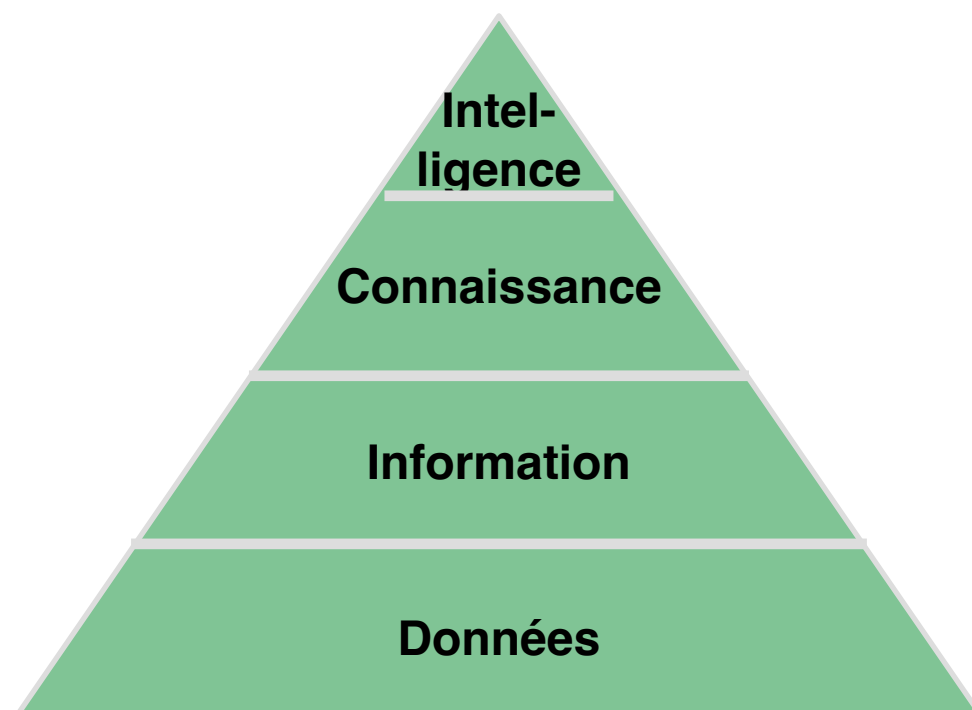
La gestion des connaissances (*knowledge management*) est née dans les années 1970. C'est l'étude de comment la connaissance est produite et communiquée à la bonne personne afin de répondre à un besoin.



Modèle DIKI (*data, information, knowledge, intelligence*)

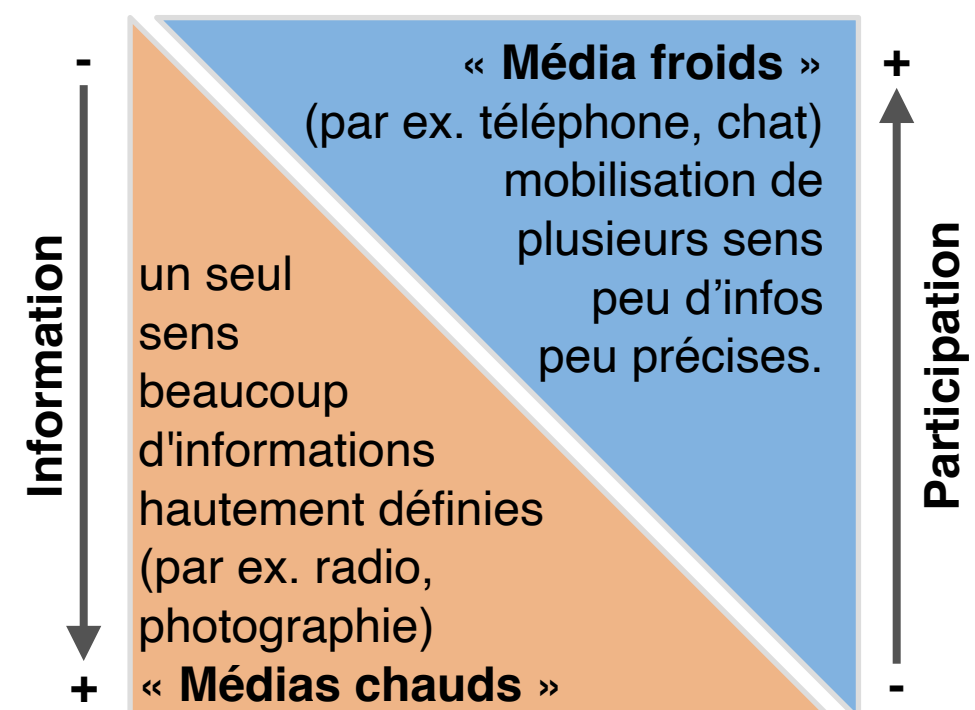
DESIGN DE LA CONNAISSANCE

Le fond



La forme

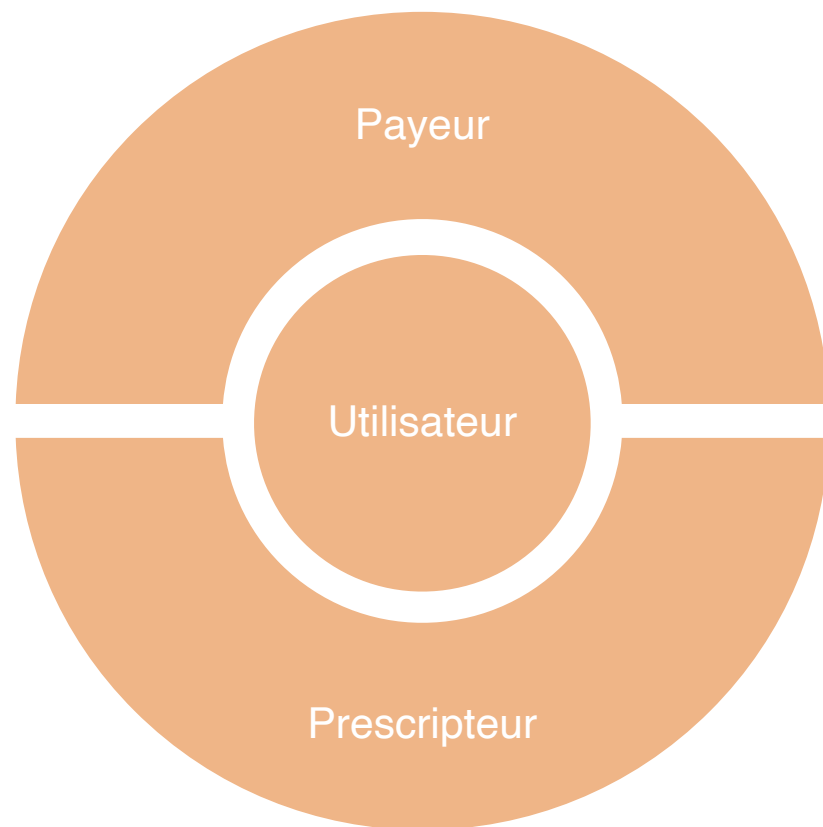
Pour McLuhan un média est un prolongement de l'homme.



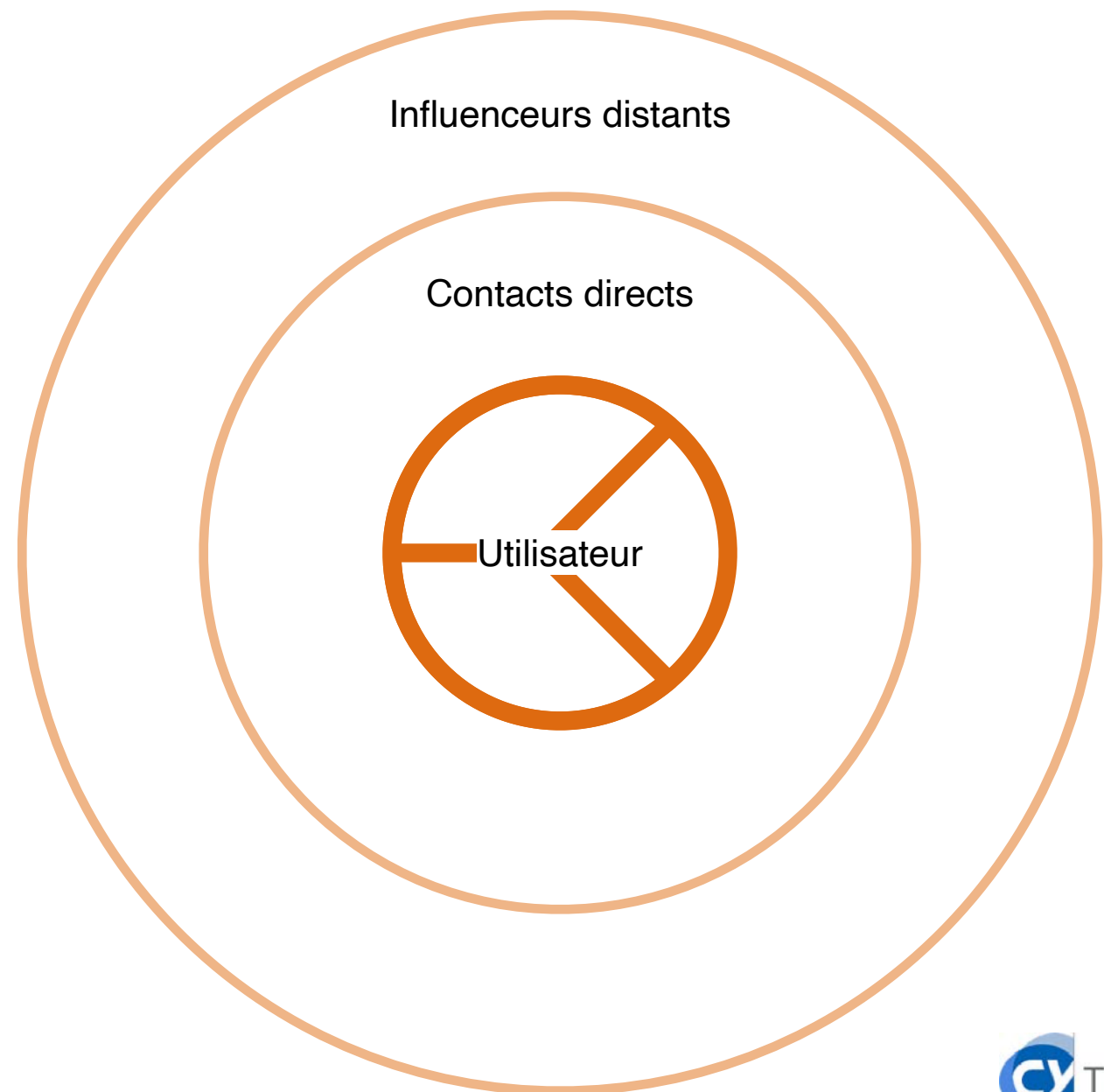
Problèmes, options et solutions
Quelles questions se poser ?

POUR QUI TRAVAILLE L'ÉQUIPE PROJET ?

Client



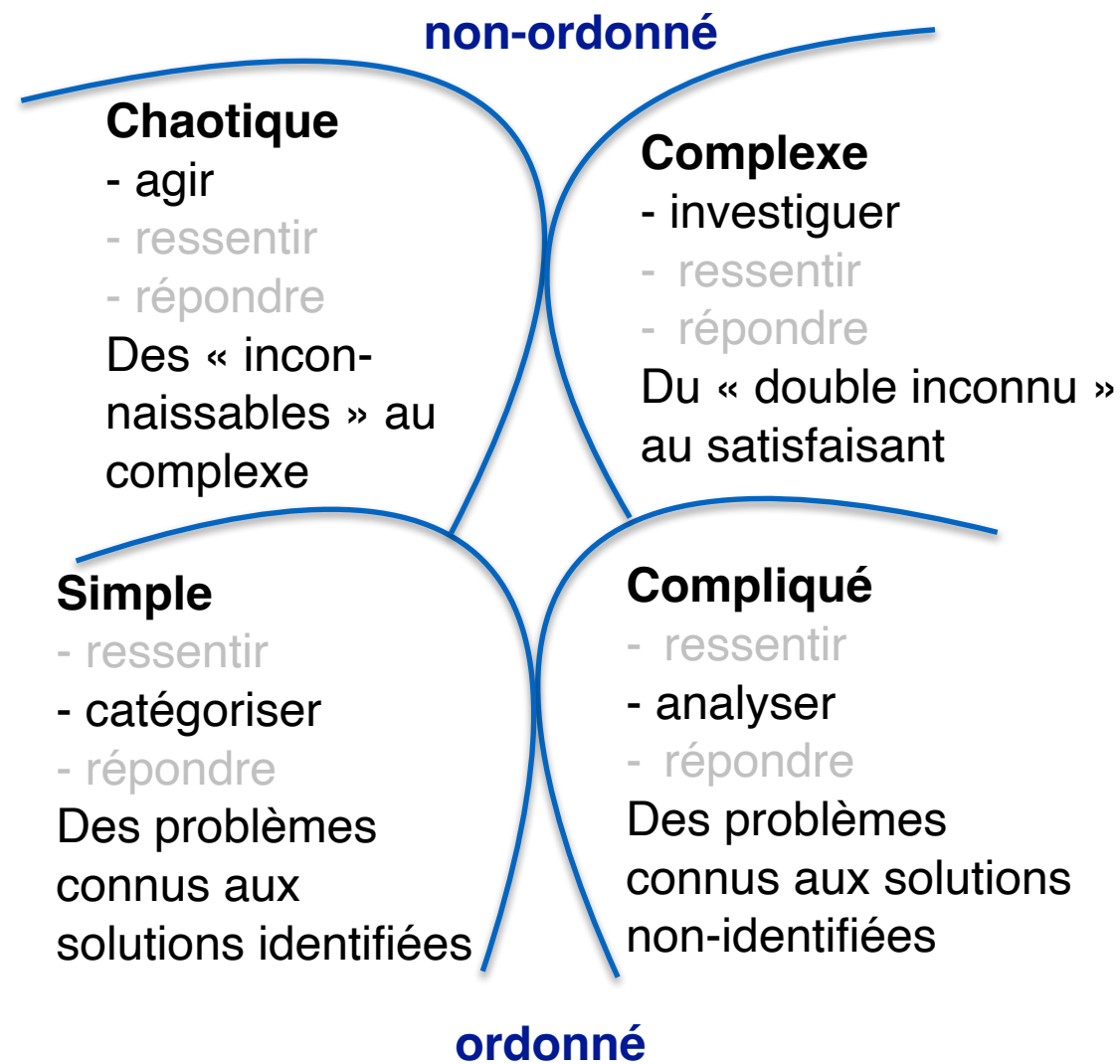
Parties prenantes



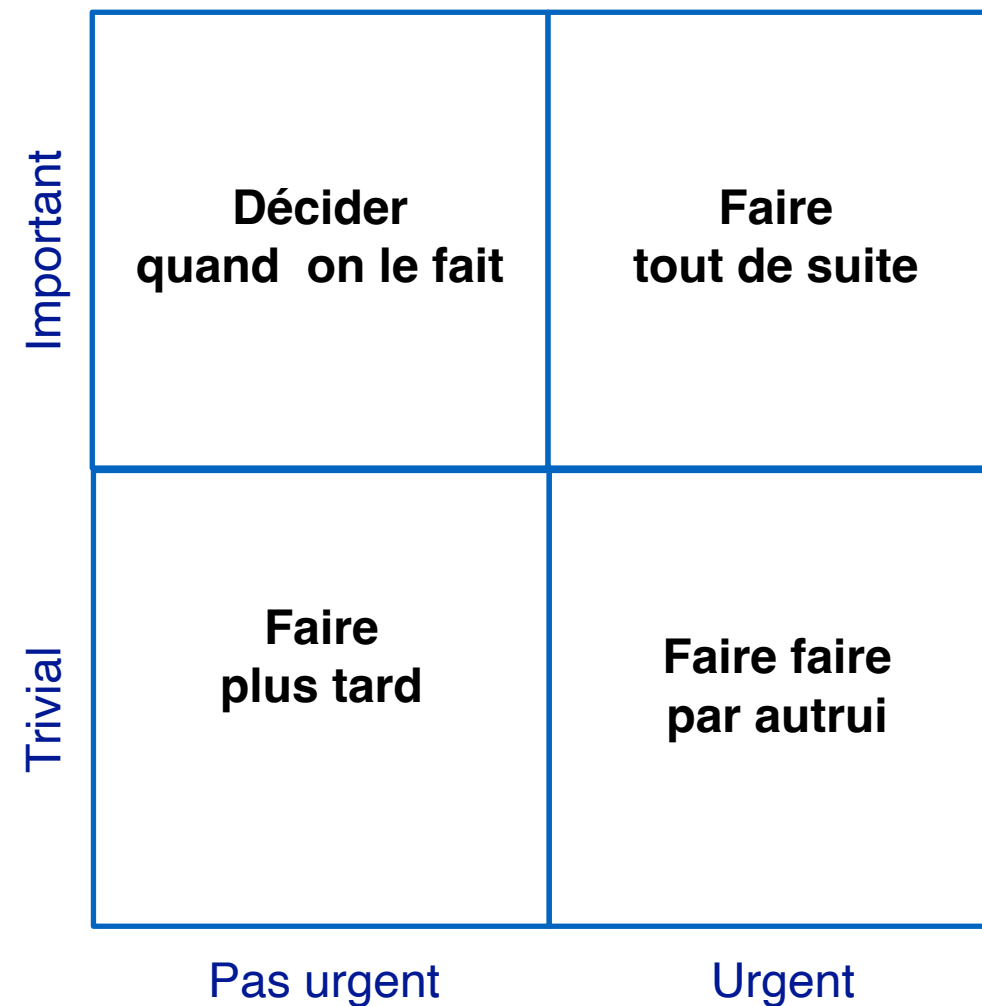
COMMENT EST CONSTITUÉE L'ÉQUIPE PROJET ?



QUELLE EST LA NATURE DU PROBLÈME ?



QUELS SONT LES ÉLÉMENTS DU PROBLÈME ET LEURS IMPORTANCES RELATIVES ?



Matrice d'Eisenhower

QUELLES SONT LES OPTIONS ?

Facile	Comparaison des options	Difficile	Alternatives similaires Définir ce qu'il faut réellement optimiser.	Décision difficile Concrétiser vite pour obtenir du feedback et minimiser les risques.
			Choix simple Choisir automatiquement parmi des options comparables.	Grande décision Gagner en confiance et concrétiser.
			Faible	Fort
			Impact des décisions	

COMMENT ÉVALUER LA SOLUTION ?

	Critère 1	Critère 2	Critère n	Score
Option 1				
Option 2				
Option n				