
L'IMPACT DES BIAIS COGNITIFS SUR LE TRAVAIL D'ANALYSTE D'AFFAIRES

29 mai 2024



akiri



À PROPOS DE RACHEL

- Analyste d'affaires professionnelle certifiée (CBAP), Rachel a une formation d'ingénieure industrielle avec une maîtrise en recherche opérationnelle.
- Avec plus de 20 ans d'expérience en technologie de l'information, Rachel a travaillé principalement dans les secteurs de la fabrication, de la distribution en gros et de la vente au détail.
- Elle est la fondatrice et présidente des Consultants Akiri, une entreprise à croissance rapide spécialisée dans la sélection de logiciels, la stratégie technologique et en analyse d'affaires.
- Elle a travaillé sur des mandats d'envergures auprès de grandes entreprises telles qu'Air France, RONA, CAE, McGill, BIRKS, Héma-Québec, Mondou, Aldo et Guillevin.



rachel@akiriconsultants.com

www.akiriconsultants.com



À PROPOS DE LES CONSULTANTS AKIRI

Nous sommes des consultants en gestion offrant des services pour adapter vos technologies aux besoins de votre entreprise.

01/



Sélection Logiciel

Nous vous proposons une méthodologie structurée et rigoureuse pour vous accompagner dans la sélection et l'acquisition de nouveaux systèmes (ERP, CRM, HRIS).

02/



Stratégie Technologique

Nous positionnons l'évolution de vos systèmes dans un cadre stratégique aligné avec votre vision long-terme, et nous vous livrons la feuille de route exécutive pour y arriver.

03/



Customer Journey Mapping

Nous utilisons une approche originale, traditionnellement réservé au marketing, pour aligner les parties prenantes sur les changements organisationnels, de processus et technologiques. Garantissant ainsi une expérience client désirée.

04/



Audit Industrie 4.0

Profitez de notre combinaison unique d'expérience en génie industriel et en technologies de l'information, en faisant appel à notre équipe pour exécuter votre audit Industrie 4.0, et accélérer votre virage numérique.

05/



Meilleures Pratiques en Analyse d'Affaires

Vous cherchez à mettre en place une pratique d'analyse d'affaires interne? Nous vous fournissons la structure, la méthodologie et les outils dont vous avez besoin pour partir du bon pied et mettre en œuvre les meilleures pratiques de l'industrie.

POURQUOI NOS CLIENTS FONT-ILS APPEL À NOUS?

Lorsque...

... ils ont un progiciel **développé en interne** ou conçu pour une plus petite entreprise, ou bien un mélange des deux;

... et qui a de la **difficulté à livrer les fonctionnalités**

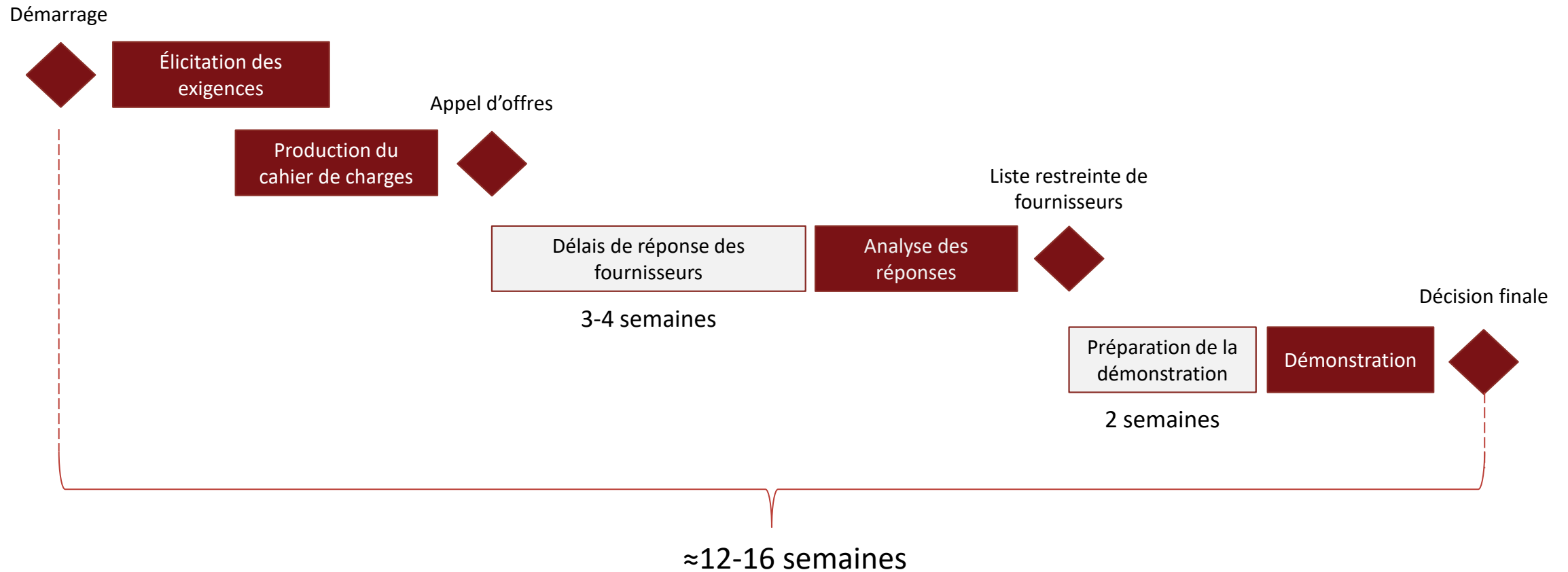
...où la majorité de l'**analyse** est effectuée **hors du progiciel**

... il est très **dispendieux d'intégrer de nouvelles fonctionnalités** ou un nouveau module

... où l'effort de faire une **mise à jour** est considérable.



ÉCHÉANCIER TYPIQUE – SÉLECTION DE LOGICIELS



LES BIAIS COGNITIFS EN ANALYSE D'AFFAIRES

- Le biais de récence
- Le piège des coûts irrécupérables
- L'effet de halo
- Le biais de confirmation
- L'aversion à la perte
- L'effet d'ancrage
- L'effet de ralliement
- L'heuristique de disponibilité

« Les biais cognitifs sont ancrés dans notre cerveau et peuvent nous aider à naviguer dans la surcharge d'informations inhérente de la vie quotidienne. Pour être plus efficace, notre cerveau s'appuie sur nos expériences et nos croyances plus que nous ne le pensons. Ceux-ci deviennent des raccourcis mentaux (également appelés heuristiques). »

Traduction libre : <https://www.scribbr.com/research-bias/cognitive-bias/>

LE BIAIS DE RÉCENCE



- Le biais de récence donne une plus grande importance à l'événement le plus récent.

LORSQU'ON EST CONFRONTÉ AU BIAIS DE RÉCENCE

CE QU'IL FAUT RETENIR

- L'ordre est important!
- Lorsque vous choisissez entre les options, vous voudrez peut-être présenter du préféré au moins préféré pour réduire l'impact de ce biais.

LA BOÎTE À OUTILS DE L'ANALYSTE D'AFFAIRES

- Établir des critères d'évaluation quantitatifs et pondérés.
- L'évaluation doit être effectuée après chaque présentation **le plus tôt possible**, et non à la fin.



LE PIÈGE DES COÛTS IRRÉCUPÉRABLES



- Le piège des coûts irrécupérables se produit lorsque les individus poursuivent un comportement ou un effort à la suite de ressources précédemment investies.

LORSQU'ON EST CONFRONTÉ AU PIÈGE DES COÛTS IRRÉCUPÉRABLES

CE QU'IL FAUT RETENIR

- Il se peut que les dossiers d'affaires doivent être refaits à plusieurs reprises durant le projet.
- S'éloigner de l'émotif
- Il peut y avoir une peur de perdre la face.

LA BOÎTE À OUTILS DE L'ANALYSTE D'AFFAIRES

- Un dossier d'affaires (business case) objectif et quantitatif en utilisant la valeur nette.
- Gestion du changement.



L'EFFET DE HALO



- L'effet de halo est la tendance à attribuer une plus grande valeur aux suggestions d'une autre entité pour des raisons qui n'ont rien à voir avec la question.

LORSQU'ON EST CONFRONTÉ À L'EFFET DE HALO

CE QU'IL FAUT RETENIR

- Les solutions les plus connues auront automatiquement un avantage, surtout si l'expérience passée a été positive.
- Les vendeurs utiliseront cela à leur avantage.

LA BOÎTE À OUTILS DE L'ANALYSTE D'AFFAIRES

- Établir des critères d'évaluation quantitatifs et pondérés **avant** le début de l'évaluation.
- Matrices d'exigences (F & N-F).



Poids des exigences clients	Poids (%)
0 – Non applicable	0
1- Souhaitable	25
2- Important	75
3- Critique	100

X

Poids des fonctions du système	Poids (%)
Finances	10
Données maîtres	15
Gestion des membres/clients	25
Gestion des événements	15
Gestion de l'infolettre	10
Non-fonctionnelle	25

X

Poids des exigences des fournisseurs	Poids (%)
0 – Non supporté	0
1- Codage et manipulation de données nécessaire	25
2- Module externe (ISV)	50
3- Module interne	75
4- Configuration originale, autonome	100

COUVERTURE FONCTIONNELLE

= %

LE BIAIS DE CONFIRMATION

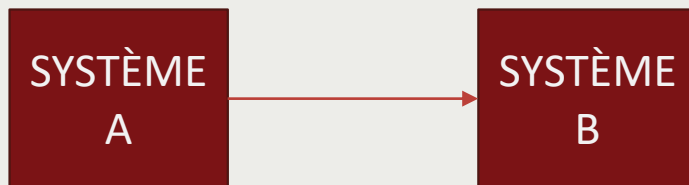


- Le biais de confirmation est la tendance à favoriser une approche ou un élément d'information qui est familier ou conforme à ses croyances existantes.
- Les gens vont intrinsèquement graviter vers l'information qui renforce leurs propres croyances, et ils vont se détourner de l'information qui les contredit.

LORSQU'ON EST CONFRONTÉ AU BIAIS DE CONFIRMATION

CE QU'IL FAUT RETENIR

- C'est probablement le biais le plus difficile à compenser et à atténuer, car il nécessite de remettre en question les croyances des gens. Souvent, ils ne réalisent même pas qu'ils ont ce parti pris.



LA BOÎTE À OUTILS DE L'ANALYSTE D'AFFAIRES

- Capacité d'écoute
- Compétences en facilitation (e.g. Chapeaux de Bono)
- Un dossier d'affaires (business case) solide
- Documenter les avantages et inconvénients (Options analysis)
- Établir des critères d'évaluation quantitatifs et pondérés **avant** le début de l'évaluation.



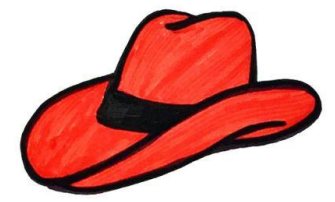
MATRICE LES 6 CHAPEAUX DE BONO

POUR ANALYSER VOTRE PROJET DE DIFFÉRENTES MANIÈRES

NEUTRALITÉ



ÉMOTIONS



CRÉATIVITÉ



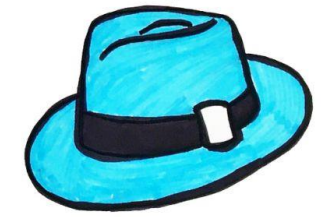
Tout le monde peut être créatif, mais cela s'organise!



PESSIMISME



OPTIMISME



ORGANISATION

CHANGER SA FAÇON DE VOIR LES CHOSES PERMET DE LIBÉRER LA PAROLE ET DE STIMULER LA CRÉATIVITÉ

TIANA CASTELNEAU - LA FACILITATION.FR

L'AVERSION À LA PERTE



- L'aversion pour la perte est la tendance à accorder plus d'importance au fait d'éviter la perte de quelque chose qu'au gain potentiel de la même quantité de cette chose.



Aversion pour la perte dans un **contexte sans risque**

Les vendeurs ont reçu une tasse à café qu'ils devaient décider de vendre à un prix donné. Personne ne voulait vendre sa tasse pour moins de 7,12 \$, tandis que les acheteurs évaluaient les tasses et fixaient à 2,87 \$ le prix maximum qu'ils étaient prêts à payer pour les acquérir.

Soure: <https://www.invespcro.com/blog/13-loss-aversion-marketing-strategies-to-increase-conversions/>

LORSQU'ON EST CONFRONTÉ À L'AVERSION À LA PERTE

CE QU'IL FAUT RETENIR

- Influence beaucoup les utilisateurs des systèmes durant une sélection et changement de système
- Utilisé par des fournisseurs pour influencer l'octroi d'un contrat
- Exemple: essais gratuits

LA BOÎTE À OUTILS DE L'ANALYSTE D'AFFAIRES

- Un dossier d'affaires (business case) solide
- Documenter les avantages et inconvénients (Options analysis)
- Établir des critères d'évaluation quantitatifs et pondérés **avant** le début de l'évaluation.



L'EFFET D'ANCRAGE



- L'effet d'ancrage repose sur la tendance humaine à verrouiller le premier élément d'information qu'ils reçoivent et à l'utiliser comme base de référence pour évaluer la valeur.

LORSQU'ON EST CONFRONTÉ À L'EFFET D'ANCRAGE

CE QU'IL FAUT RETENIR

- Éviter d'avoir juste une option dans votre analyse.

LA BOÎTE À OUTILS DE L'ANALYSTE D'AFFAIRES

- Dossier d'affaires solide
- Analyse comparative
- Négociation avec plusieurs fournisseurs



L'EFFET DE RALLIEMENT (BANDWAGON EFFECT)



- L'effet de ralliement est en effet lorsque vous agissez ou pensez comme les autres sans faire votre propre analyse.
- Beaucoup de gens adoptent certains comportements, styles ou attitudes simplement parce que d'autres le font.

LORSQU'ON EST CONFRONTÉ À L'EFFET DE RALLIEMENT

CE QU'IL FAUT RETENIR

- Rendre le qualitatif quantitatif

Solution	Note initiale basé sur la réponse des fournisseurs	Poids de la note suite à la démonstration	Ressources disponibles dans la région de MTL (Élevé, Moyen, Bas)
Solution 1	97%	80%	3 personnes (Élevé) ●
Solution 2	89%	78%	3 personnes (Élevé) ●
Solution 3	94%	49%	2 personnes (Moyen) ●
Solution 4	91%	65%	1 personne (Bas) ●
Solution 5	89%	45%	1 personne (Bas) ●

LA BOÎTE À OUTILS DE L'ANALYSTE D'AFFAIRES

- Compétences en facilitation, parfois faire l'avocat du diable
- Analyse objective et quantitative



CRITÈRES QUALITATIFS – PENSEZ AUX CLASSEMENTS!

Critères supplémentaires	Solution 1		Solution 2		Solution 3	
	Valeur	Rang	Valeur	Rang	Valeur	Rang
Expérience dans votre secteur (Intégrateur et/ou Solution)		2		1		2
Intégration avec l'architecture actuelle		2		1		2
Élasticité de la solution		2		1		3
Modèle de licence	Hébergé sur le site	2	Locataire unique Paas	2	SaaS	1
Base de données	En mémoire	1	SQL	2	SQL	3
Disponibilité des ressources dans la région	Élevé	1	Élevé	1	Faible	3
Bénéfices/ Synergies	Élevé	1	Élevé	1	Faible	3

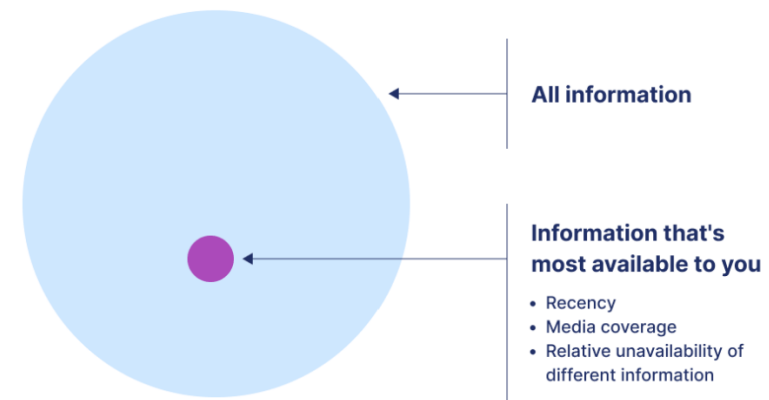
La réputation et l'expérience peuvent aussi être prises en considération



L'HEURISTIQUE DE DISPONIBILITÉ



- Nous utilisons l'heuristique de disponibilité lorsque nous jugeons la probabilité qu'un événement se produise en fonction de la facilité avec laquelle nous pouvons nous souvenir d'événements similaires, confondant essentiellement la disponibilité avec la fréquence.



LORSQU'ON EST CONFRONTÉ À L'HEURISTIQUE DE DISPONIBILITÉ

CE QU'IL FAUT RETENIR

- L'humain généralise en se basant sur les informations disponibles et récentes

LA BOÎTE À OUTILS DE L'ANALYSTE D'AFFAIRES

- Confirmer la fréquence des événements avec des données réelles
- Faire valider les priorités par plusieurs parties prenantes



À ÉCOUTER:



Podcast

Hidden Brain explore les modèles inconscients qui animent le comportement humain et les questions qui se trouvent au cœur de notre monde complexe et changeant.

<https://hiddenbrain.org/>

QUESTIONS?



The screenshot shows the Facebook profile for 'Les Consultants Akiri'. The profile picture is the Akiri logo, which consists of a stylized hummingbird icon and the word 'akiri' in a dark red, lowercase serif font. The page name is 'Les Consultants Akiri' in bold black text. Below the name is the bio: 'Travaillons ensemble pour acquérir des solutions répondant à vos besoins d'affaires' and 'Services et conseil en informatique · MONTREAL, Québec · 1 K abonnés · 2-10 employés'. There is a notification bell icon on the right. Below the bio, it says '10 autres relations suivent cette page'. At the bottom, there are three buttons: 'Envoyer un message' (blue), 'Suivi' (white with a checkmark), and a three-dot menu icon.

