



Autodiagnostiquez
vos connaissances sur les biais cognitifs



INSTRUCTIONS

Question 1

Dans quelles situations, les biais cognitifs se manifestent-ils ?

- A. Gérer une grande quantité d'informations
- B. Faire face à des situations complexes ou ambiguës
- C. Prendre des décisions rapides

Question 2

Combien existe-t-il de biais cognitifs répertoriés par le codex ?

- A. 9
- B. 52
- C. 150
- D. Plus de 180

Question 3

Cochez les limites de l'efficacité des biais cognitifs

- A. Nous ne voyons pas tout
- B. Notre mémoire renforce les erreurs
- C. Les décisions rapides peuvent être complètement nulles
- D. Notre quête de sens peut générer des illusions

Question 4

Parmi ces 10 biais cognitifs très fréquents, quel est celui qui arrive en tête ?

- A. **Biais de disponibilité** : Tendance à surestimer la probabilité d'événements facilement mémorisables ou récents
- B. **Biais de confirmation** : Tendance à rechercher et favoriser les informations qui confirment nos croyances existantes
- C. **Biais d'ancrage** : Influence excessive d'une information initiale sur les jugements ultérieurs
- D. **Effet Dunning-Kruger** : Tendance des personnes les moins compétentes à surestimer leurs capacités et des plus compétentes à les sous-estimer
- E. **Biais de négativité** : Tendance à accorder plus d'importance aux informations négatives qu'aux positives
- F. **Biais de conformité** : Tendance à modifier ses opinions ou comportements pour correspondre à ceux du groupe majoritaire
- G. **Biais de surconfiance** : Tendance à surestimer ses propres compétences ou la précision de ses prédictions
- H. **Effet de halo** : Tendance à percevoir une personne ou un produit de manière positive en raison d'un aspect positif particulier
- I. **Biais de faux consensus** : Tendance à croire que les autres partagent ses opinions et croyances
- J. **Biais de récence** : Tendance à accorder plus de poids aux informations récentes

Question 5

Les biais cognitifs les plus courants dans le management sont des schémas de pensée qui influencent les décisions

- A. Vrai
- B. Faux

Question 6

Cochez les manières dont le biais de confirmation peut affecter la motivation des collaborateurs

- A. Évaluation de performance biaisées
- B. Renforcement des stéréotypes
- C. Manque de reconnaissance
- D. Frein à l'innovation
- E. Dynamique d'équipe négative
- F. Sentiment d'injustice

INSTRUCTIONS

Question 7

Identifier la stratégie qui NE FACILITE PAS la prise de décision objective

- A. Définir clairement le problème
- B. Collecter des informations variées
- C. Travailler sur plusieurs pistes
- D. S'appuyer sur son ressenti
- E. Pratiquer le SWOT
- F. Adopter un système de notation
- G. Utiliser le modèle RACI
- H. Définir des objectifs SMART
- I. Pratiquer le "conseil imaginaire"
- J. Remettre en question ses hypothèses initiales

Question 8

Il existe des indices pour identifier que le manager subit le biais cognitif de confirmation

- A. Vrai
- B. Faux

Question 9

Cochez les façons dont se manifeste l'effet de Halo - tendance à percevoir une personne ou un produit de manière positive en raison d'un aspect positif particulier - chez un manager

- A. Évaluations incohérentes
- B. Jugements rapides
- C. Perceptions sélectives
- D. Favoritisme
- E. Décisions basées sur des critères superficiels
- F. Manque d'objectivité dans les évaluations de performance
- G. Difficultés à reconnaître les forces et faiblesses individuelles
- H. Résistances au changement d'opinions

Question 10

Il existe un biais cognitif "effet de Halo positif" et un biais cognitif "effet de Halo négatif"

- A. Vrai
- B. Faux

Question 11

Cherchez l'intrus dans les biais cognitifs en lien avec la gestion du temps

L'effet d'urgence : Tendance à prioriser les tâches urgentes plutôt que les importantes, ce qui peut faire perdre de vue les objectifs à long terme

L'effet Zeigarnik : Tendance à mieux se souvenir des tâches incomplètes ou interrompues que des tâches achevées, ce qui crée une charge mentale continue

Le biais de Pépin : Qui fusionne la date de livraison à la date de production

Le biais de planification : Tendance à sous-estimer le temps nécessaire à l'accomplissement d'une tâche, ainsi que les coûts et les risques associés.

Le biais du temps présent : L'une des causes de la procrastination, qui nous pousse à privilégier les récompenses immédiates plutôt que les bénéfices à long terme

Le biais d'optimisme : Tendance à croire que cette fois-ci, les obstacles rencontrés précédemment ne s'appliqueront pas, ce qui conduit à des estimations irréalistes

Le biais d'ancrage : Réticence à s'écarter du plan initial, même lorsque des ajustements majeurs sont nécessaires

INSTRUCTIONS

Question 12

Les émotions peuvent influencer les biais cognitifs

- A. Vrai
- B. Faux

Question 13

Ultime question : Quels sont vos biais cognitifs dont vous devriez vous méfier ?

LES BONNES RÉPONSES			
Q1	A-B-C	Q7	D
Q2	D	Q8	A
Q3	A-B-C-D	Q9	A-B-C-D-E-F-G-H
Q4	B	Q10	A
Q5	A	Q11	C
Q6	A-B-C-D-E-F	Q12	A

Question 1

Les biais cognitifs se manifestent particulièrement dans des situations où nous devons :

- Gérer une grande quantité d'informations
 - Prendre des décisions rapides
 - Faire face à des situations complexes ou ambiguës
- Ils peuvent être influencés par divers facteurs tels que :
- Les émotions
 - Les préjugés
 - Les expériences personnelles
 - Les limitations perceptuelles et attentionnelles

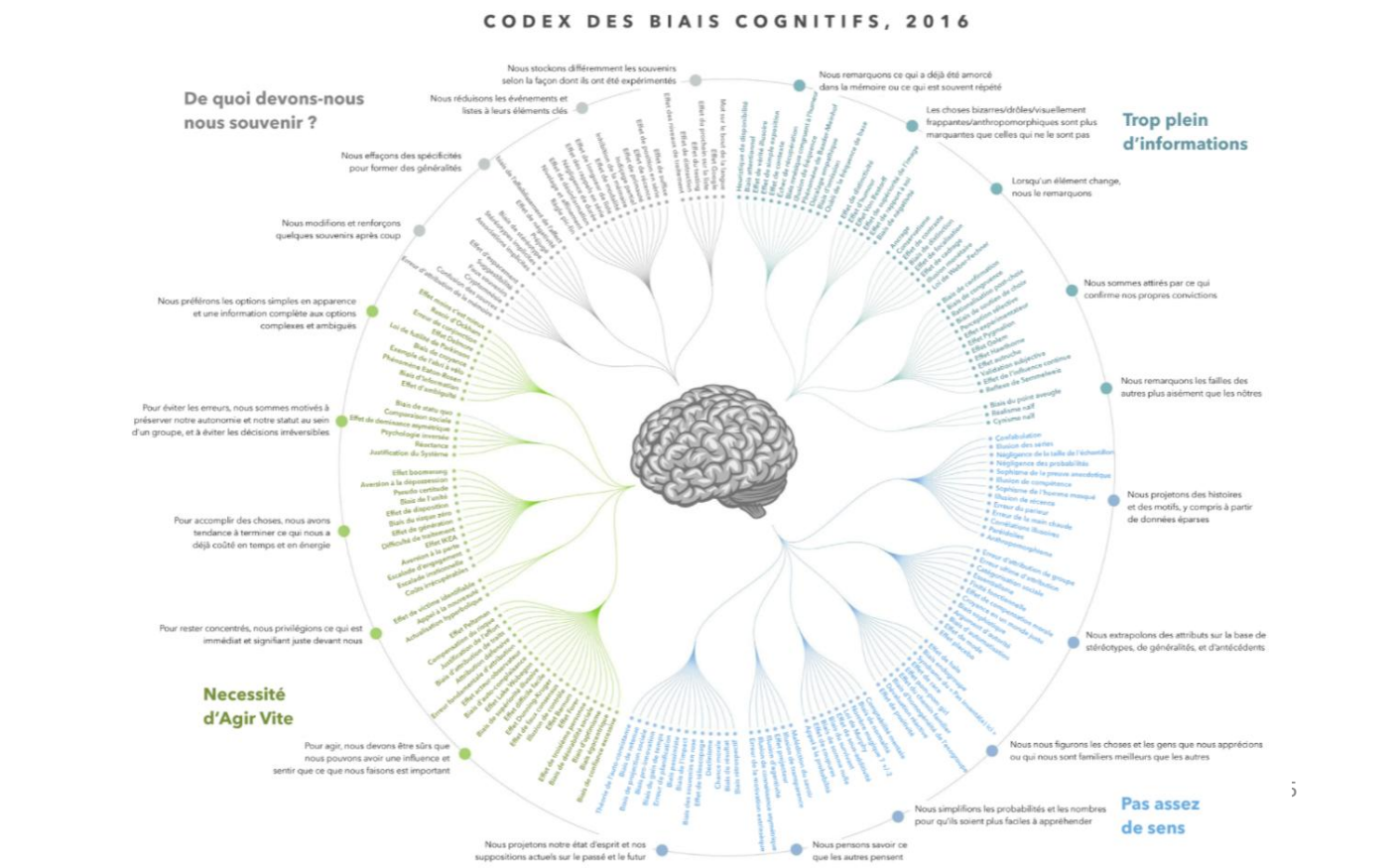
Bien que les biais cognitifs puissent parfois être utiles pour naviguer dans un monde complexe, ils peuvent également conduire à des erreurs de jugement significatives, notamment dans les domaines de la prise de décision, de l'évaluation des risques et des relations interpersonnelles

Question 2

Le codex des biais cognitifs est un inventaire visuel qui recense 180 biais cognitifs.

Voici quelques informations importantes à son sujet :

1. Il s'agit d'une traduction française du travail original de John Manoogian III et Buster Benson
2. Le codex catégorise les biais cognitifs par thèmes, offrant une vue d'ensemble structurée
3. Il inclut des biais très spécifiques comme le biais de la somme nulle, ainsi que des biais génériques majeurs comme le biais de confirmation ou l'effet d'ancrage
4. Cependant, le codex présente certaines limites. Il met au même niveau des biais très différents et inclut parfois des éléments qui ne sont pas à proprement parler des biais cognitifs, comme le "nombre magique 7 +/- 2" qui concerne la capacité de la mémoire de travail
5. Des posters du codex sont disponibles en anglais et en français, ce qui peut être utile pour une utilisation en classe ou en formation
6. Cet outil peut être précieux pour développer l'esprit critique et prendre conscience de nos propres biais, que ce soit dans un contexte éducatif ou professionnel



Question 3

Notre cerveau est un organe formidable, malheureusement il est loin d'être parfait et les études sur son fonctionnement (sciences cognitives) le démontrent à foison.

Confronté à des problèmes, il a mis en place des stratégies pour les résoudre, notamment des raccourcis de pensée qui sont spontanés et inconscients.

Souvent très utiles, ces raccourcis peuvent parfois nous faire mal interpréter les choses. Ils sont également des leviers privilégiés pour ceux qui voudraient orienter notre interprétation.

En résumé :

1. Le trop-plein d'information est nocif, donc on filtre en masse.
2. Ça ne va pas en s'arrangeant, alors on ne s'encombre que du strict nécessaire.
3. Il faut agir vite pour ne pas rater son tour, alors nous sautons directement aux conclusions.
4. Le manque d'information rend confus, donc on remplit les trous.

Mais les solutions que nous avons trouvées pour régler les problèmes peuvent nous jouer des tours :

1. Nous ne voyons pas tout. Et certaines des informations que nous écartons/filtrons sont en fait utiles et importantes.
2. Notre mémoire renforce les erreurs. Une partie des choses dont nous nous rappelons le plus tard rendent les systèmes cités ci-dessus encore plus biaisés et plus dommageables pour nos processus de pensée.
3. Les décisions rapides peuvent être complètement nulles. Certaines des conclusions auxquelles nous sautons sont injustes, égoïstes et contre-productives.
4. Notre quête de sens peut générer des illusions.

Nous imaginons parfois des détails qui ont été placés là par nos suppositions et construisons des intentions et des histoires qui n'existent pas vraiment.

Question 5

Les biais cognitifs les plus courants dans le management sont des schémas de pensée qui influencent les décisions et les comportements des managers, souvent de manière inconsciente. Voici les principaux biais cognitifs observés dans le contexte managérial :

1. **Biais de confirmation** : Tendance à rechercher et favoriser les informations qui confirment les croyances existantes, ce qui peut limiter la capacité à s'adapter ou à innover.
2. **Biais de disponibilité** : Tendance à prendre des décisions basées sur les informations les plus facilement accessibles ou mémorisables, plutôt que sur les données les plus pertinentes.
3. **Effet de halo** : Tendance à percevoir une personne ou une situation de manière globalement positive ou négative en se basant sur une seule caractéristique.
4. **Biais d'affinité** : Tendance à favoriser les personnes qui nous ressemblent ou avec lesquelles nous avons des affinités.
5. **Biais d'ancrage** : Tendance à s'appuyer excessivement sur la première information reçue lors de la prise de décision.
6. **Aversion à la perte** : Tendance à accorder plus d'importance à éviter les pertes qu'à réaliser des gains, ce qui peut conduire à des décisions trop prudentes.
7. **Biais d'autorité** : Tendance à surestimer la valeur des opinions émises par des personnes en position d'autorité.
8. **Escalade d'engagement** : Tendance à persister dans une décision ou un projet, même face à des résultats négatifs.
9. **Effet de cadrage** : Tendance à être influencé par la façon dont l'information est présentée plutôt que par son contenu réel.
10. **Biais du survivant** : Tendance à se concentrer uniquement sur les exemples de réussite, en négligeant les échecs.

Ces biais cognitifs peuvent avoir un impact significatif sur la qualité des décisions prises par les managers, affectant ainsi la performance de l'équipe et de l'entreprise. Il est donc crucial pour les managers de prendre conscience de ces biais et de développer des stratégies pour les atténuer, afin d'améliorer leur processus de prise de décision et leur efficacité managériale.

Question 6

Le biais de confirmation peut affecter la motivation des collaborateurs de plusieurs manières :

- 1.Évaluations de performance biaisées : Les managers peuvent avoir tendance à se concentrer sur les informations qui confirment leurs opinions préexistantes sur un employé, ignorant les preuves contraires. Cela peut conduire à des évaluations injustes, démotivant les employés dont les contributions sont sous-estimées.
- 2.Renforcement des stéréotypes : Le biais de confirmation peut amener les managers à renforcer inconsciemment des stéréotypes sur certains groupes d'employés, limitant leurs opportunités de progression et diminuant leur motivation.
- 3.Manque de reconnaissance : Les employés dont les réalisations ne correspondent pas aux attentes préconçues des managers peuvent voir leurs efforts ignorés ou minimisés, ce qui peut réduire leur motivation à long terme.
- 4.Frein à l'innovation : En privilégiant les idées qui confirment les croyances existantes, le biais de confirmation peut décourager les employés de proposer des idées innovantes, réduisant ainsi leur engagement et leur motivation.
- 5.Dynamique d'équipe négative : Le biais de confirmation peut conduire à une "pensée de groupe", où les idées divergentes sont rejetées, créant un environnement démotivant pour les employés qui pensent différemment.
- 6.Sentiment d'injustice : Les employés qui perçoivent que leurs performances sont évaluées de manière biaisée peuvent développer un sentiment d'injustice, affectant négativement leur motivation et leur engagement envers l'entreprise.

Pour contrer ces effets négatifs, les entreprises devraient mettre en place des systèmes d'évaluation objectifs, favoriser la diversité des perspectives et former les managers à reconnaître et à surmonter leurs biais cognitifs

Question 7

Plusieurs stratégies peuvent appliquées pour encourager une prise de décision plus objective en entreprise :

- 1.**Définir clairement le problème** : Commencer par identifier précisément la problématique à résoudre et les objectifs à atteindre
- 2.**Collecter des informations variées** : Rassembler des données provenant de sources diverses, internes et externes à l'entreprise, pour avoir une vision complète de la situation
- 3.**Utiliser des outils d'analyse structurés** : Employer des méthodes comme l'analyse SWOT pour évaluer objectivement les différentes options
- 4.**Travailler sur plusieurs pistes** : Explorer diverses solutions potentielles afin d'élargir les perspectives et stimuler la créativité
- 5.**Adopter un système de notation** : Mettre en place une grille d'évaluation objective pour comparer les options de manière systématique
- 6.**Impliquer différentes parties prenantes** : Consulter et sonder les personnes concernées pour intégrer diverses perspectives
- 7.**Utiliser le modèle RACI** : Clarifier les rôles et responsabilités dans le processus décisionnel pour plus de transparence
- 8.**Définir des objectifs SMART** : Établir des critères spécifiques, mesurables et temporels pour évaluer les options de manière objective
- 9.**Pratiquer le "conseil imaginaire"** : Imaginer les conseils que donneraient des experts extérieurs pour prendre du recul
- 10.**Inverser sa ligne de pensée** : Remettre en question ses hypothèses initiales pour éviter les biais de confirmation

En mettant en œuvre ces stratégies, les entreprises peuvent améliorer l'objectivité de leur processus décisionnel, conduisant à des choix plus éclairés et efficaces.

Méthode **RACI**

4 rôles clés attribués aux membres de l'équipe projet pour chaque tâche
Cette répartition assure une prise de décision efficace et une communication fluide

Responsable désigné pour chaque tâche.

Approbateur valide le travail accompli.

Consulté désigne ceux dont l'avis est recherché avant la finalisation d'une tâche.

Informé concerne les individus qui doivent être tenus au courant de l'avancement du projet.

Question 8

Les managers peuvent reconnaître le biais de confirmation dans leurs pratiques en étant attentifs aux signes suivants :

1. **Évaluations de performance incohérentes** : Des incohérences dans l'évaluation des employés, basées sur des perceptions personnelles plutôt que sur des critères standardisés
 2. **Jugements rapides** : Formation d'opinions fortes sur les employés ou les candidats dès le début du processus, sans exploration approfondie de leurs qualifications
 3. **Perception sélective** : Tendance à accentuer les informations qui confirment les idées préconçues tout en ignorant ou minimisant les preuves contradictoires
 4. **Manque de diversité** : Un manque constant de diversité dans les recrutements ou les promotions, ne correspondant pas à la diversité du bassin de candidats
 5. **Résistance aux preuves contradictoires** : Rejet ou résistance face aux retours ou preuves remettant en question les premières évaluations
 6. **Alignement des retours** : Réception régulière de retours correspondant étroitement aux premières impressions du manager
 7. **Recherche d'informations biaisée** : Tendance à chercher activement des informations confirmant les croyances préexistantes tout en ignorant les informations contradictoires
 8. **Interprétation sélective des données** : Tendance à interpréter les données de manière à confirmer les hypothèses initiales plutôt que de les remettre en question
- Pour contrer ce biais, les managers devraient encourager la collecte d'informations objectives et diverses avant de prendre des décisions, et rester ouverts aux points de vue contradictoires

Question 9

Les signes d'un biais d'effet de halo chez un manager peuvent se manifester de plusieurs façons :

1. **Évaluations incohérentes** : Le manager a tendance à généraliser une caractéristique positive ou négative d'un employé à l'ensemble de ses performances, sans évaluer objectivement chaque aspect.
2. **Jugements rapides** : Formation d'opinions fortes sur les employés dès le début, basées sur une seule caractéristique saillante, positive ou négative
3. **Perception sélective** : Tendance à accentuer les informations qui confirment la première impression, tout en minimisant ou ignorant les preuves contradictoires
4. **Favoritisme** : Traitement préférentiel accordé à certains employés en raison d'une caractéristique appréciée, sans lien direct avec leurs compétences réelles
5. **Décisions basées sur des critères superficiels** : Sélection principalement basée sur les apparences physiques ou le charisme, plutôt que sur les compétences
6. **Manque d'objectivité dans les évaluations de performance** : Tendance à surévaluer ou sous-évaluer les performances d'un employé en se basant sur une impression générale plutôt que sur des critères spécifiques
7. **Difficulté à reconnaître les forces et faiblesses individuelles** : Le manager peut avoir du mal à identifier les domaines d'amélioration d'un employé perçu positivement, ou à reconnaître les réussites d'un employé perçu négativement
8. **Résistance au changement d'opinion** : Difficulté à modifier son jugement initial sur un employé, même face à des preuves contradictoires

Question 10

L'effet de halo positif et négatif diffèrent principalement dans leur impact sur la perception et le jugement :

Direction de l'influence :

1.Effet de halo positif : Une caractéristique positive d'une personne ou d'une marque influence favorablement la perception de ses autres attributs.

2.Effet de halo négatif : Une caractéristique négative influence défavorablement la perception globale

Intensité de l'impact :

1.L'effet de halo négatif tend à avoir plus de poids et à influencer davantage la prise de décision que l'effet positif

Conséquences :

1.Effet positif : Peut conduire à surestimer les qualités d'une personne ou d'une marque.

2.Effet négatif : Peut mener à sous-estimer les qualités réelles et à former des jugements injustement négatifs

Persistence :

1.L'effet négatif est souvent plus difficile à surmonter. Une mauvaise première impression a tendance à persister plus longtemps

Impact sur le comportement :

1.Effet positif : Encourage des interactions plus favorables et ouvertes.

2.Effet négatif : Peut conduire à l'évitement ou à des interactions limitées

Contexte marketing :

1.Effet positif : Peut bénéficier à l'ensemble d'une gamme de produits d'une marque appréciée.

2.Effet négatif : Peut nuire à l'ensemble de l'image d'une marque suite à un seul produit ou incident négatif

Il est important de noter que dans les deux cas, l'effet de halo peut conduire à des jugements biaisés et non objectifs, qu'ils soient positifs ou négatifs.

Question 11

Les principaux biais cognitifs liés à la gestion du temps sont :

1.**L'effet d'urgence** : Tendance à prioriser les tâches urgentes plutôt que les importantes, ce qui peut faire perdre de vue les objectifs à long terme

2.**L'effet Zeigarnik** : Tendance à mieux se souvenir des tâches incomplètes ou interrompues que des tâches achevées, ce qui crée une charge mentale continue

3.**Le biais de planification** : Tendance à sous-estimer le temps nécessaire à l'accomplissement d'une tâche, ainsi que les coûts et les risques associés.

4.**Le biais du temps présent** : L'une des causes de la procrastination, qui nous pousse à privilégier les récompenses immédiates plutôt que les bénéfices à long terme

5.**Le biais d'optimisme** : Tendance à croire que cette fois-ci, les obstacles rencontrés précédemment ne s'appliqueront pas, ce qui conduit à des estimations irréalistes

6.**Le biais d'ancrage** : Réticence à s'écarter du plan initial, même lorsque des ajustements majeurs sont nécessaires

Ces biais cognitifs peuvent significativement impacter la productivité et la gestion efficace du temps en milieu professionnel.

Question 12

Les émotions jouent un rôle crucial dans l'interférence avec les biais cognitifs, influençant significativement nos processus de prise de décision et notre raisonnement.

Les biais émotionnels, qui sont une forme de distorsion de la connaissance et de la décision due à des facteurs émotionnels, peuvent amplifier les biais cognitifs existants

Interaction entre émotions et cognition

Les émotions et la cognition, bien que présentes dans différentes régions du cerveau, interfèrent entre elles dans le processus décisionnel. Cette interaction entraîne souvent une primauté de l'émotion sur le raisonnement[1]. Le système émotionnel, situé dans les profondeurs du cerveau, est plus rapide que le système rationnel, ce qui peut conduire à des décisions irrationnelles

Impact sur la prise de décision

Les émotions fortes peuvent court-circuiter les processus logiques, nous amenant à agir de manière irrationnelle

Par exemple :

- Une personne en colère est plus susceptible de se concentrer sur les éléments négatifs, renforçant ainsi ses convictions initiales (biais de confirmation)
- Les expériences émotionnelles positives ou négatives peuvent influencer nos choix futurs, parfois au détriment de la logique

Biais émotionnels et perception

Les biais émotionnels peuvent affecter notre perception et notre interprétation des informations.

Une personne sujette à un tel biais aura tendance à :

- Croire quelque chose qui a un effet émotionnel positif, même s'il existe des preuves rationnelles contraires.
- Être réticente à accepter des réalités désagréables ou des idées liées à une souffrance.

Pour contrer ces effets, il est important de développer une pensée critique qui permet de porter un regard plus objectif sur les situations et de tempérer l'influence des émotions sur nos jugements.

La clé n'est pas d'ignorer les émotions, mais de leur donner une juste place dans le processus décisionnel

