

# L'ART DE FAIRE CLIQUER

ce que la

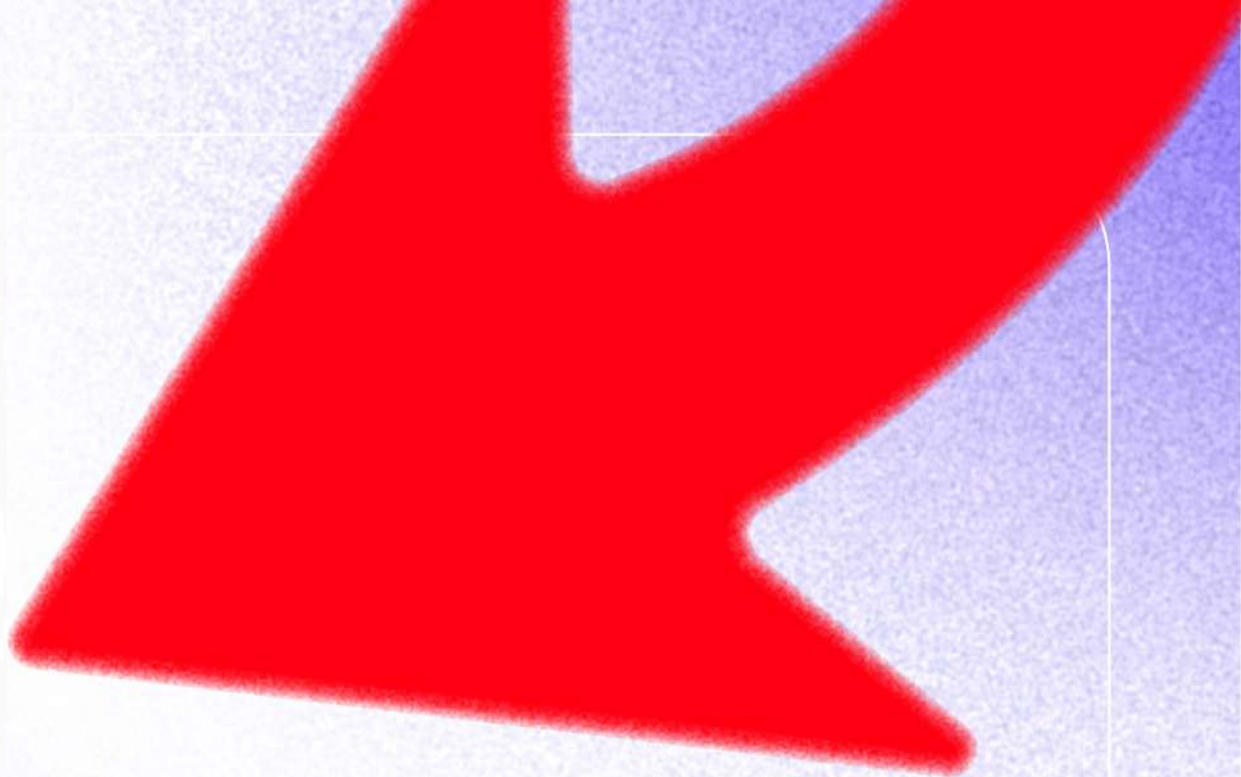
**DA**

doit à la

**SCIENCE**

**PTDR T'ES QUI ?**

# **LES BASES**



**LA MINIATURE,  
CLÉ DE L'ATTENTION**

**LES BIAIS COGNITIFS  
À L'ŒUVRE**

**DA SOCIAL MEDIA :  
DESIGNER DE L'ATTENTION**

**CONTACT**



**DDB**

Tu arrives lundi !

On va casser internet et



**REDBOX**

Bienvenue dans la team !



**WEBEDIA EVENT**

Tu arrives le 18.



**O'COMMUNICATION**

Première étape de ton voyage



# PTDR T'ES QUI ?

2020

J'ai accumulé plusieurs expériences professionnelles en alternance, en commençant par deux années au sein de l'agence O'Communication, en tant que chargée de communication.

2022

Puis j'ai rejoint la Redbox (aujourd'hui 749Production), la boîte de production du youtubeur Amixem, en tant que graphiste. C'était ma première expérience avec YouTube. J'ai été plongée dans une autre logique créative, plus rapide, plus responsive et plus connectée à la performance que je l'étais sur le web et les réseaux sociaux au premier abord.

2023

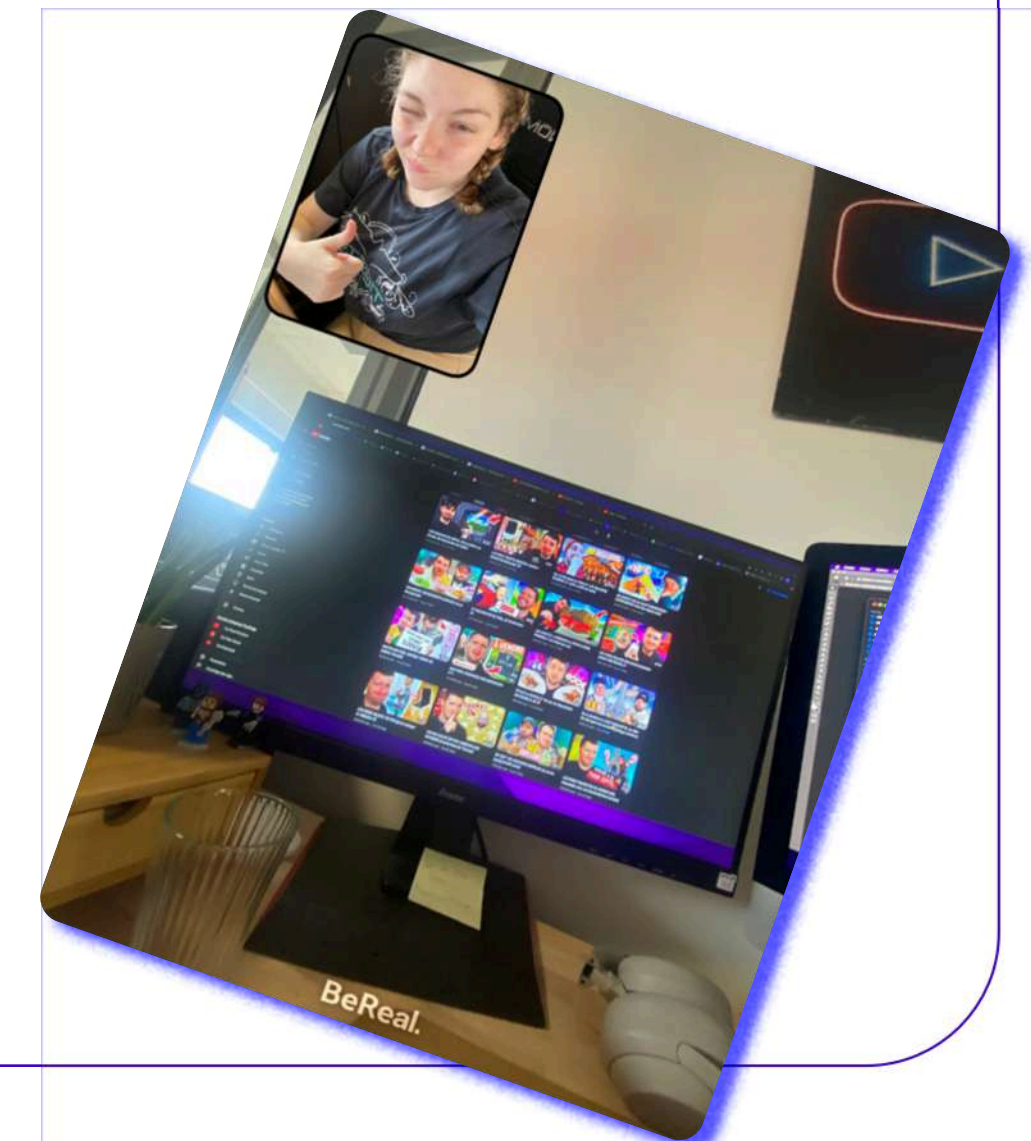
Suite à cette expérience très enrichissante, j'ai poursuivie mon aventure chez Webedia. Cette étape m'a permise d'associer DA et événementiel, en mêlant esthétique et gestion de projet.

Également en freelance depuis janvier 2024, je travaille aux côtés de marques, boîtes de production et créateurs de contenu. Par exemple avec Jokariz, le cofondateur de la Paris Creator Week, le tout premier salon BtoB dédié à la creator economy, dont j'ai d'ailleurs eu l'opportunité de créer toute l'identité visuelle.

2025

En octobre 2024 j'ai intégré DDB, en tant que content creator pour Prime Video France, dans l'objectif d'approfondir mes aptitudes dans la narration de marque à travers les réseaux sociaux sur le long terme. Une expérience qui clotûre parfaitement ces 5 années d'alternance.

**Je suis née avec  
l'envie de créer et  
raconter des choses.**



# LES BASES

---

# POURQUOI PERSONNE NE CLIQUE ?



46 vues • il y a 13 jours

72 vues • il y a 5 mois

724 vues

88 vues • il y a 4 jours

311 vues • il y a 3 semaines

62 vues • il y a 3 semaines

68 vues • il y a 4 mois

Un contenu peut être beau sans jamais atteindre sa cible.

Sur YouTube, la miniature ne se contente pas d'être jolie, elle doit capter l'attention, intriguer et convertir en quelques centièmes de seconde. C'est un pont entre l'internaute et l'univers d'un-e créateur-ice de contenu ou une marque.

Des milliers de vidéos entrent en compétition chaque jour pour quelques millisecondes d'attention. Au cœur de cette bataille : la miniature. C'est elle qui fait exister une vidéo dans le flux.

Sans clic 🖱️ pas de vues

Sans vues 🖱️ pas d'algorithme.



La miniature est donc bien plus qu'un habillage : c'est un levier stratégique. Elle concentre à elle seule les enjeux de performance et de branding d'un contenu.

Pour cela, elle fait appel à une chose qu'on oublie souvent dans la création : les réflexes cognitifs humains.

# QUI CONTRÔLE VRAIMENT LE CLIC ?

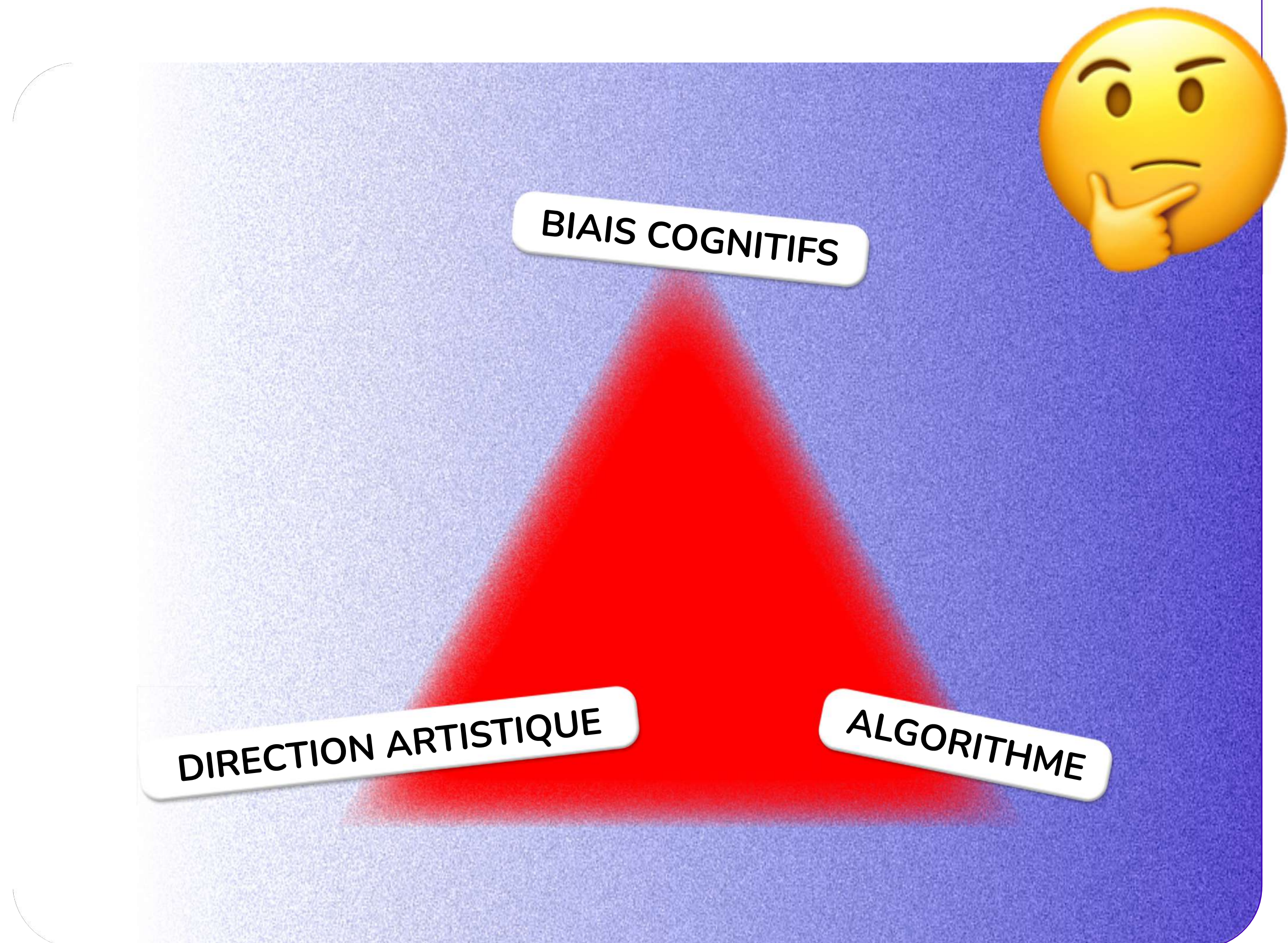
Créer une miniature, ce n'est pas juste une affaire de goût, c'est une affaire de stratégie.

L'algorithme ne "voit" pas nos visuels, il lit des signaux :

- 👉 taux de clic
- 👉 watch time
- 👉 taux de rebond

Alors on conçoit avec l'algo, on apprend ses règles et on en déduit ses biais (ce qu'il favorise visuellement et ce qu'il élimine silencieusement). Grâce à toutes ces informations, on ne compose plus seulement une image, mais une réponse cognitive.

De l'autre côté de l'écran, il y a un·e humain·e, avec ses automatismes de scroll, ses réactions prévisibles et ses microdécisions impulsives. C'est là qu'entrent en jeu les biais cognitifs. On les active sans s'en rendre compte pourtant ils sont bien là au quotidien.



# LA MINIATURE, CLÉ DE L'ATTENTION

---



# CE QUE L'ÉCONOMIE DE L'ATTENTION FAIT À TON FEED

Ouvrir YouTube c'est tomber sur un champ de bataille.

Ton feed n'est plus un espace neutre mais un terrain algorithmique où chaque contenu se bat pour être vu.

Résultat : ce n'est pas forcément la meilleure vidéo qui gagne, mais la miniature la plus cliquable.

La DA n'est pas innocente puisqu'elle empreinte un langage que l'algorithme comprend en jouant avec des codes précis :

- 👉 contraste fort
- 👉 visages expressifs
- 👉 texte accrocheur
- 👉 flèches
- 👉 lumières stratégiques...



# SPEAKING FACTS



Une miniature efficace  
peut **augmenter le taux de clic** de 2 à 5 fois.

**90 %** des vidéos YouTube  
les plus performantes  
utilisent une miniature  
personnalisée.

Polices sans serif + contraste :  
ces caractéristiques augmentent  
le CTR de 19 % à 33 %

Les miniatures incluant  
1 à 3 mots augmentent  
le CTR, alors que chaque  
mot supplémentaire réduit  
l'engagement d'environ 8 %.

Un·e internaute prend  
**moins de 1,8 seconde**  
pour décider s'il clique  
sur une vidéo.

**LES BIAIS COGNITIFS**

---

**À L'ŒUVRE**

# TON CERVEAU TE MANIPULE

Tu penses choisir librement les vidéos sur lesquelles tu cliques ?



En vérité, tu es guidé par des raccourcis mentaux. Plus précisément par les biais cognitifs, c'est-à-dire par les mécanismes de survie que notre cerveau a développés pour prendre des décisions plus rapidement. En gros, il filtre, simplifie et décide quoi faire.

Sur YouTube, ces biais sont activés en boucle. Mais pas par hasard puisque tous les acteurs de l'industrie savent très bien comment les déclencher. Notamment à travers l'image, les couleurs, les happening, le cadrage, les effets au montage...



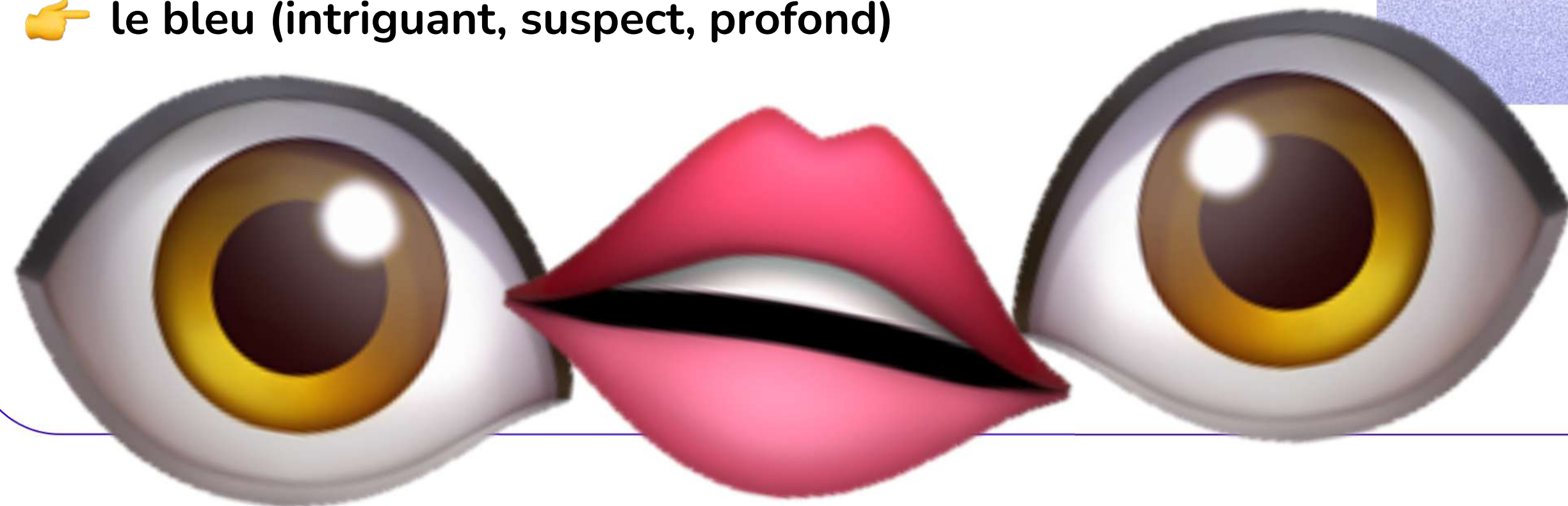
# POURQUOI TON ŒIL CAPTE TOUJOURS LES COULEURS FLASHY ?

Le cerveau adore ce qui brille.

Cebiais, c'est la "saillance": tout ce qui ressort visuellement attire automatiquement l'œil. Donc non, ce n'est pas une question de goût, c'est de la neurologie.

D'ailleurs YouTube a ses couleurs phares (en plus de sa préférence pour les visuels avec une luminosité et une clarté élevée) :

- 👉 Le jaune (souvent utilisé pour les titres)
- 👉 le rouge (urgence, danger)
- 👉 le vert fluo (rare, inattendu, saleté)
- 👉 le bleu (intrigant, suspect, profond)



## BIAIS DE SAILLANCE

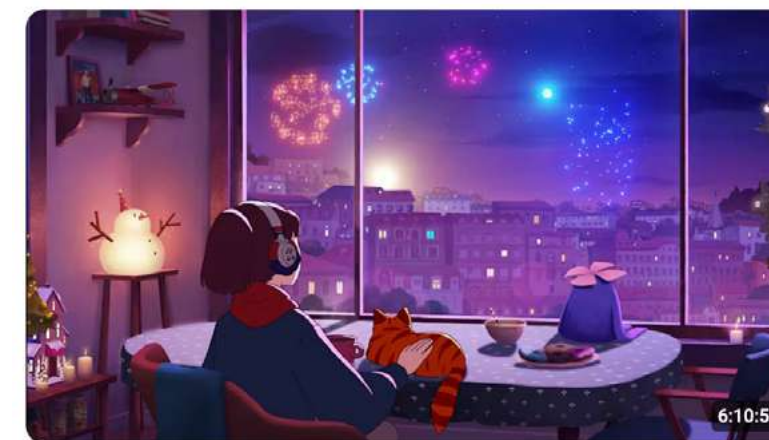
# LE SECRET DES MINIATURES QUI SORTENT DU LOT

Être différent = être mémorable.

Tu te souviens toujours de ce qui sort du lot et on appelle ça l'effet Von Restorff, aussi appelé effet d'isolation. L'élément distinctif reste en mémoire alors que tu oublieras ce qui l'entourait. Sur YouTube, c'est cette vidéo qui n'a pas le même style que les autres dans le feed.

Mais attention il faut aussi réfléchir aux habitudes de consommation de sa communauté. Si vous empruntez/ vous inspirez d'un contenu US par exemple, assurez-vous que votre cible n'ait pas déjà vu ce type de miniature plusieurs fois sinon elle trouvera logiquement moins attrayant le visuel.

En gros, **soyez le premier** à créer ce type de visuel ou adaptez le à votre cible.



\*6 styles différents, qui ont fonctionné auprès de leur communauté\*

## VON RESTORFF

Nommé et publié en 1933 d'après la psychiatre Hedwig von Restorff.

# CE QUE LE MOT 'RARE' FAIT À TON CERVEAU

Objectif déclencher une FOMO (Fear of Missing Out).

Il faut donc utiliser une accroche qui sous entend l'inédit, le limité et/ou l'éphémère. La rareté est un biais très **puissant**, si ce n'est celui qui converti le plus au clic.

Selon la **mécanique de FOMO**, tu ne veux pas rater l'info, la vidéo ou l'objet. Même si tu ne sais pas encore pourquoi c'est important, ton cerveau, lui, a déjà décidé que ça l'était.

Sur une miniature, ça passe par des mots ou des visuels qui suggèrent **l'urgence**.



ULTIME

CENSURÉ

ÉDITION LIMITÉE

DERNIÈRE CHANCE

INTERDIT

24H pour...

JAMAIS VU

EXCLUSIF

NE RATE PAS ÇA

## BIAIS DE RARETÉ

# QUAND UN SIMPLE CHIFFRE FAIT TOUTE LA DIFFÉRENCE

Le chiffre agit comme un appât mental, c'est une promesse claire !

Les chiffres habituellement utilisés pour informer ont une tout autre fonction sur YouTube. Ils sont là pour orienter le jugement dès la première seconde.

C'est l'effet d'ancrage : un biais cognitif qui fait que la première donnée chiffrée perçue devient une référence mentale. Ce biais pousse à se fier à l'information reçue en premier dans une prise de décision.

Ton cerveau s'arrête, scanne et réfléchit « est-ce beaucoup ? Peu ? Normal ? ». Au final, cliquer est le scénario le plus rapide pour avoir une réponse.



## L'EFFET D'ANCRAGE



# POURQUOI LE ZOOM SUR UN VISAGE T'OBLIGE À CLIQUER

On veut voir toutes ses dents !

Ton cerveau humain est câblé pour lire les **émotions** sur les visages, c'est primal et logiquement universel. Et c'est exactement pour ça que les miniatures YouTube sont souvent centrées sur des visages **en gros plan**.

Un zoom sur un regard choqué, une bouche grande ouverte, une expression excessive, de gros yeux... Ce n'est pas du hasard, c'est de la **manipulation émotionnelle visuelle**.

Ce biais est renforcé par le cadrage : plus on est proche, plus l'émotion semble intense; et plus c'est intense, plus tu cliques.



## BIAIS DE CADRAGE

# T'AS CLIQUÉ PARCE QUE TU VOULAIS Y CROIRE

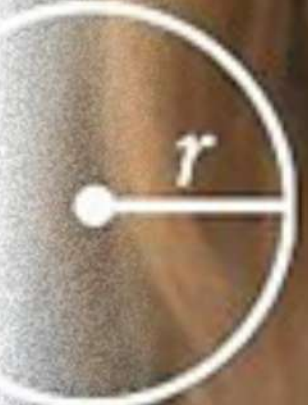
Tu penses être curieux ? Spoiler alert tu es juste conforté.

Le biais de confirmation, c'est notre tendance à chercher (et croire) ce qui renforce **ce qu'on pense déjà**. Sur YouTube, ça veut dire que si tu penses que "les influenceurs sont tous faux", tu cliqueras sur "Les pires mensonges des influenceurs".

Une miniature qui **confirme ton opinion** ou ta peur, c'est une miniature qui rassure ton cerveau... en le piégeant.



## BIAIS DE CONFIRMATION

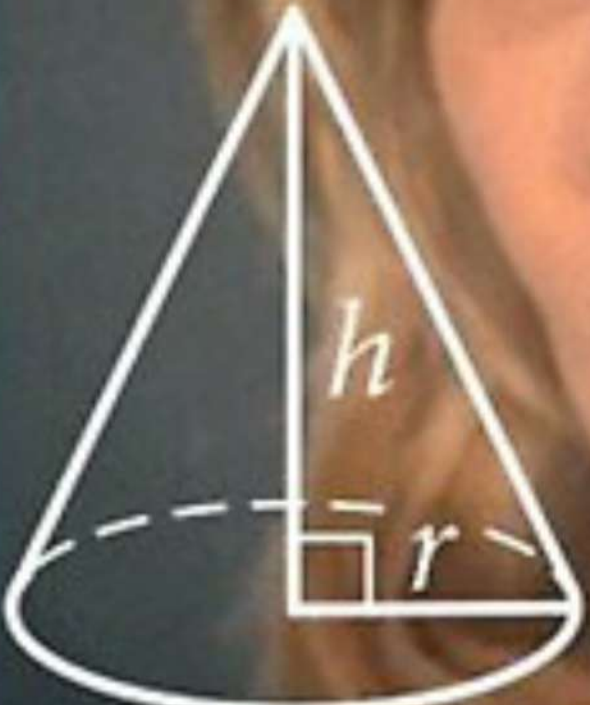


$r$

$= \pi r^2$

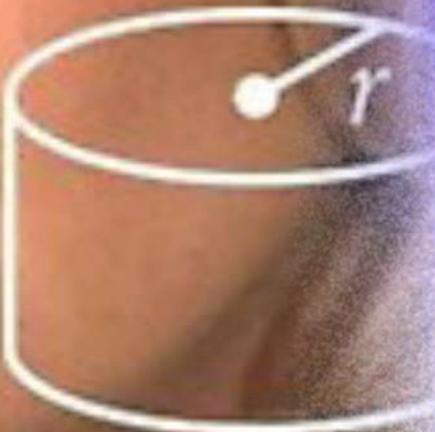
$= 2\pi r$

$V = \frac{1}{3} \pi r^2 h$



$h$

$r$



$r$

$V = \pi r^2 h$

30°	45°	60°
$\frac{1}{2}$	$\frac{\sqrt{2}}{2}$	$\frac{\sqrt{3}}{2}$
$\frac{\sqrt{3}}{2}$	$\frac{\sqrt{2}}{2}$	$\frac{1}{2}$
$\frac{\sqrt{3}}{3}$	1	$\sqrt{3}$


$\int \sin x dx = -\cos x + C$

$\int \frac{dx}{\cos^2 x} = \operatorname{tg} x + C$

$\int \operatorname{tg} x dx = -\ln|\cos x| + C$

$\int \frac{dx}{\sin x} = \ln\left|\operatorname{tg} \frac{x}{2}\right| + C$

$\tan(\theta)$



10

5

$ax^2 + bx + c = 0$

# OK P'TIT RÉCAP

## BIAIS

- **Saillance**
- **Von Restorff**
- **Rareté**
- **Ancrage**
- **Cadrage**
- **Confirmation**

## DÉFINITION

- L'attention se dirige vers ce qui est visuellement intense ou distinctif
- Un élément différent d'un ensemble homogène est mieux mémorisé
- Ce qui est perçu comme rare ou limité est jugé plus désirable
- Un chiffre marquant influence la perception qu'on a d'un contenu
- Les visages humains focalisent notre attention et créent une connexion rapide (curiosité)
- On privilégie les infos qui confirment nos croyances ou désirs

## EFFET

- Attire immédiatement l'œil
- Crée une rupture qui marque la mémoire
- Suscite l'urgence, la peur de manquer (FOMO)
- Déclenche une lecture émotionnelle immédiate
- Donne envie de cliquer pour valider un ressenti
- Oriente l'interprétation du contenu

## UTILISATION

- Couleurs flashy, contrastes forts, typo géante
- Casser les codes visuels attendus
- «24h SEULEMENT»  
«édition limitée»  
«dernière chance»
- «100€ pour ça ?»  
«TOP 5 choses à savoir»
- Zoom sur le visage, émotions fortes
- «La vérité sur...»

# CRÉER UNE BOUCLE

**Ou, comment reconnaître un format de vidéo grâce à sa miniature.**

*\*à noter que j'ai relevé les plus populaires et courantes dans nos feeds + beaucoup se retrouvent entre deux catégories différentes\**



**VLOG**



**DIVERTISSEMENT**



**STORYTELLING**



**LIFESTYLE**



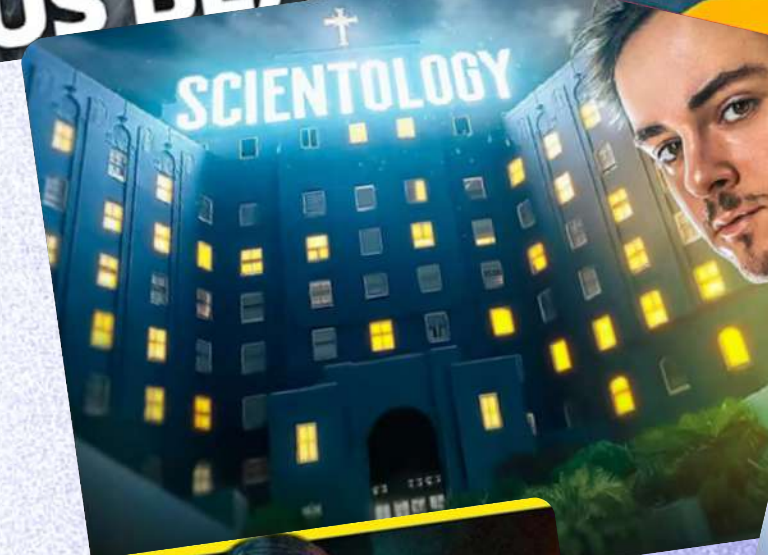
**JEUX VIDÉOS**



**PODCAST**



# HORREUR



# DOCUMENTAIRE



**REACT**



**ÉDUCATIF**

**DA SOCIAL MEDIA**

---

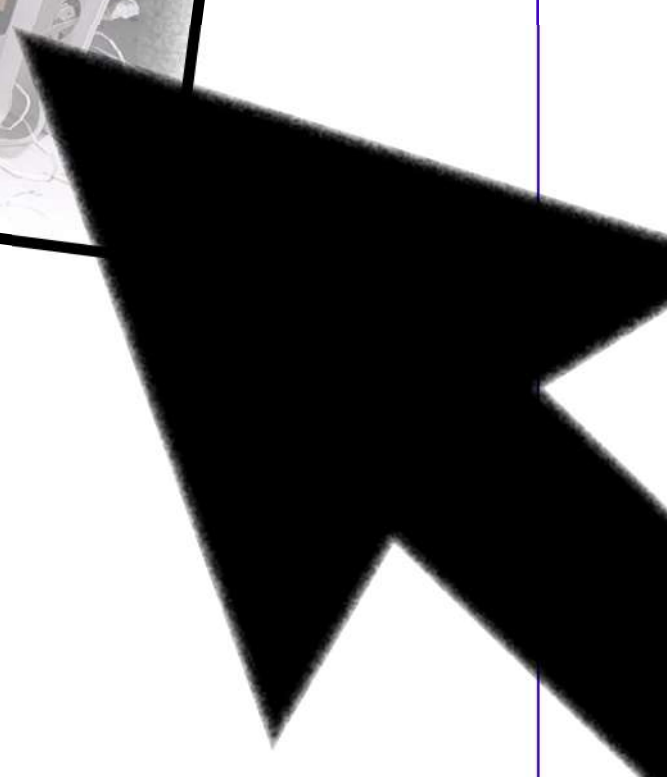
# STRATÈGE OU ESTHÈTE ?

Maintenant qu'on a compris le rôle indispensable du DA dans la création de contenu, on peut le dire : **faire une belle image ne suffit plus.**

Une miniature se pense comme une **mécanique** et une bonne DA, c'est celle qui comprend à quoi sert l'image, pas juste à quoi elle ressemble.

ESTHÉTIQUE

DESIGN PERSUASIF



# MINIATURE + TITRE = CLIC



100 COUCHES DE BÉTON CHALLENGE (on s'évade de notre prison en béton)

BIAIS DE CONFIRMATION

BIAIS D'ANCRAGE

BIAIS DE SAILLANCE

BIAIS DE CADRAGE



KAIZEN: 1 an pour gravir l'Everest !

BIAIS D'ANCRAGE

BIAIS DE CONFIRMATION

BIAIS DE CONFIRMATION

EFFET VON RESTORFF



50 CÉLIBATAIRES CHERCHENT L'AMOUR

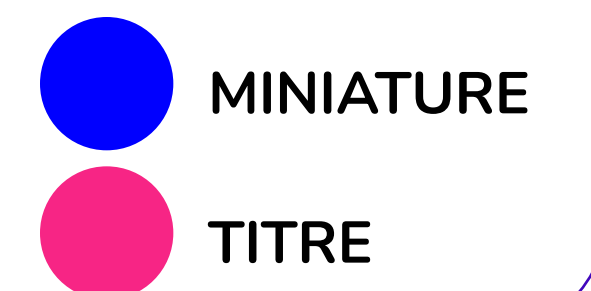
BIAIS D'ANCRAGE

EFFET VON RESTORFF

BIAIS DE SAILLANCE

BIAIS DE CADRAGE

LÉGENDE :



# CRÉER EN 3 ÉTAPES CLÉS

# 1

## TRADUIRE L'INTENTION EN IMAGE

**Pose-toi la question :**

Qu'est-ce que je veux faire ressentir ? De la surprise ? de l'empathie ? La peur de rater quelque chose ?

**Le ressenti guide le visuel.**

# 2

## IDENTIFIER LE.S BIAIS À ACTIVER

**Tu veux de la saillance ?** Joue sur les couleurs et les lumières.

**Tu veux créer un effet Von Restorff ?** Utilise un visuel inattendu ou décalé.

**Tu veux un effet d'ancrage ?** Utilise un chiffre fort et très visible.

**Tu veux jouer sur le cadrage ?** Zoom sur le visage (la photo doit faire ressortir une expression claire)

**Tu veux de la rareté ?** Ajoute un label textuel.

**Tu veux un effet de confirmation ?** Valide une croyance avec une phrase choc.

# 3

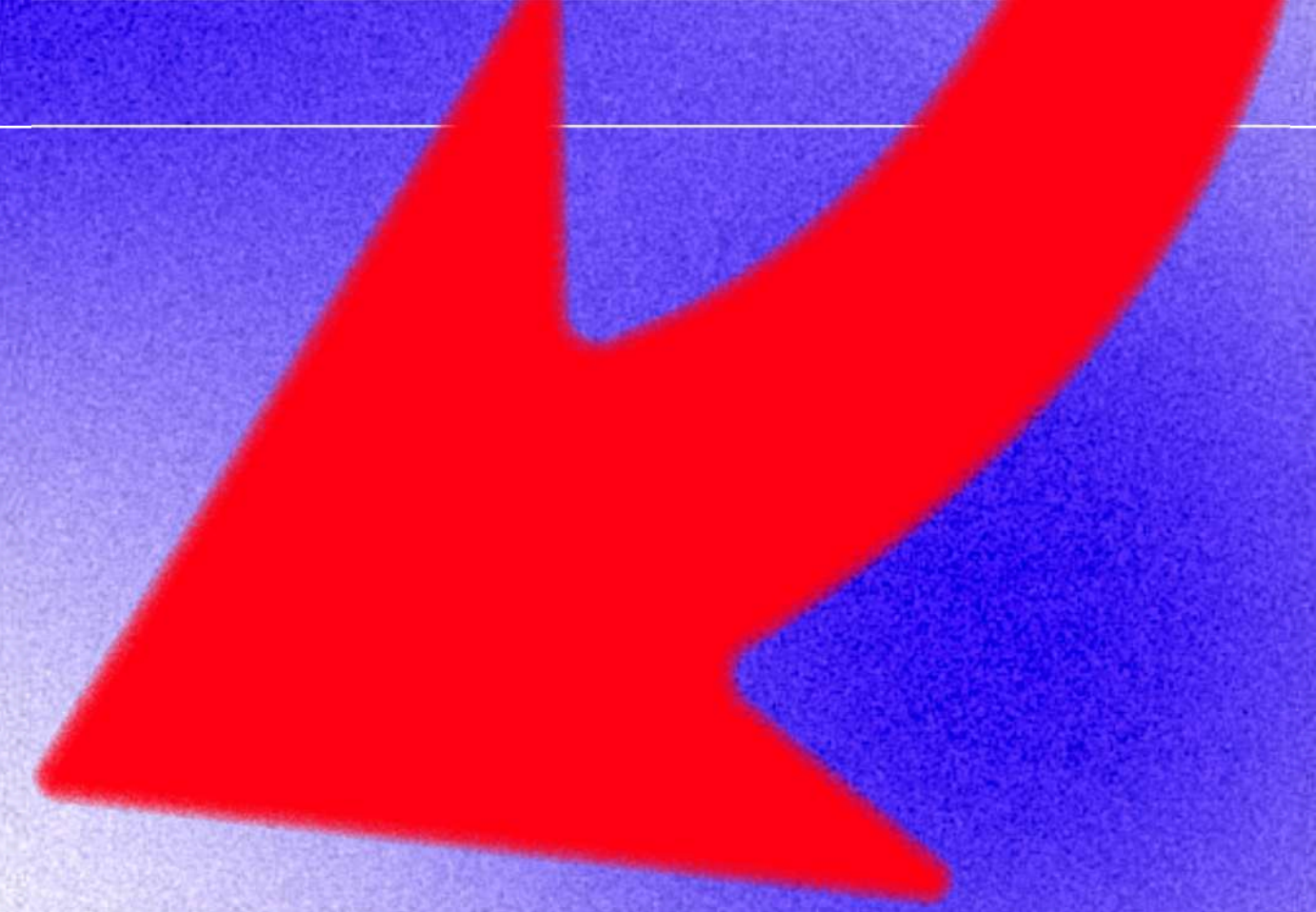
## ÉVALUE L'EFFICACITÉ

**Enlève tout ce qui n'est pas utile.**

Agrandis les éléments clés, le reste ne doit qu'appuyer le propos ou mettre en avant/compléter la compréhension de ces éléments.



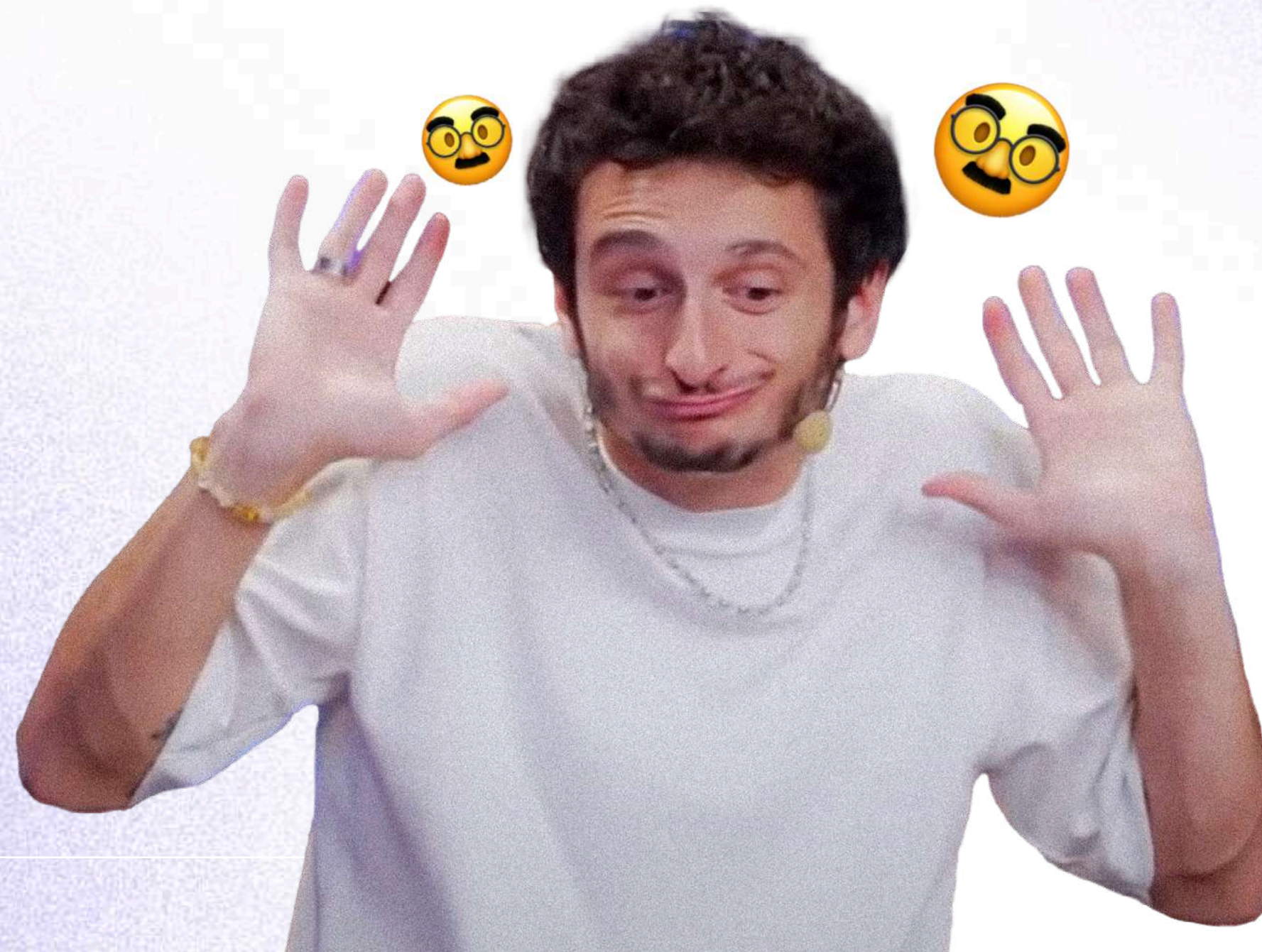
# ME CONTACTER



[SAMIA.TACHAT1@GMAIL.COM](mailto:SAMIA.TACHAT1@GMAIL.COM)



[LINKEDIN](#)



**SAMIA TACHAT**