

Biais de confirmation : définition et conseils pour l'éviter

Audrey Jaspard

Publié : 14 juin 2024

Pour une entreprise, les conséquences du phénomène de biais de confirmation des hypothèses peuvent être très prégnantes, voire dévastatrices. En effet, les biais cognitifs peuvent s'insinuer dans toutes les activités et impacter la productivité de la marque. Cependant, il existe certaines techniques pour pallier ses effets et continuer à innover.

Biais de confirmation

Biais de confirmation : définition

Le biais de confirmation est une distorsion cognitive générant des erreurs dans les processus de raisonnement et de réflexion. Il consiste à minimiser, voire ignorer les preuves contraires à une hypothèse de départ et à surestimer celles qui la confirment en omettant la recherche de la vérité.

Le biais de confirmation a été observé par de multiples auteurs et philosophes bien avant le développement de son approche psychologique. De l'antiquité, avec l'historien grec Thucydide, jusqu'au philosophe français Pierre Bayle, ce biais cognitif apparaît dans différents écrits. Après cela, en 1960, le psychologue britannique Peter Wason déploie de multiples expériences pour le mettre en évidence et l'étudier.

Différents schémas de pensée peuvent illustrer le biais de confirmation :

La seule recherche des preuves de confirmation (définition originale de Wason).

Les préférences pour les preuves qui soutiennent nos convictions.

Des souvenirs plus prégnants lorsqu'il s'agit d'informations conformes à nos convictions.

L'interprétation des preuves de manière à soutenir nos convictions.

Le cadrage à l'aide de croyances erronées pour mal comprendre ce qui se passe dans une situation.

Les tests qui tendent à ignorer les opportunités de contredire nos croyances.

Le rejet qui explique les données qui ne correspondent pas à nos croyances.

Comment le biais de confirmation peut impacter sa productivité ou son entreprise ?

Une entreprise peut être paralysée par le biais de confirmation lorsqu'il impacte plusieurs de ses décideurs. En effet, ce biais cognitif peut générer des prises de décision néfastes pour la société. Il se caractérise par un maintien des acquis et des habitudes, chacun ne s'intéressant qu'à ce qu'il connaît et maîtrise. Le phénomène va alors bloquer les innovations nécessaires et la créativité des collaborateurs, et réduire les performances par manque de défis et de débats. À termes, c'est la productivité globale de l'entreprise qui sera impactée.

De plus, ce biais de confirmation stimule la volonté de ne s'entourer que de ses semblables, phénomène également appelé syndrome du scarabée. Les responsables des ressources humaines peuvent ainsi être enclins à ne recruter qu'un type profil. Certes, ces candidats partageront les mêmes histoires, valeurs, points de vue, compétences et qualités qui faciliteront le travail d'équipe, mais ce manque de diversité ne permettra pas l'expression de la nouveauté. À travailler avec leurs semblables, les collaborateurs risquent de tourner en rond et de manquer les opportunités qui pourraient apparaître.

Le manque de prise en considération des idées différentes et discordantes risque aussi d'entraîner le développement de conflits internes. En effet, si les managers ne voient pas l'intérêt de prendre en considération les idées différentes, ils vont au-devant de prises de position difficiles à tenir. Ces dysfonctionnements dans les équipes ralentiront les progressions des projets et risquent de générer des départs anticipés autant que des pertes de compétences pour l'entreprise.

Merci d'avoir soumis le formulaire

Cliquez sur le lien pour accéder au contenu en tout temps

Télécharger

7 exemples de biais de confirmation (en entreprise)

Campagne marketing

Les consommateurs ont de nombreux aprioris sur les marques. Ces derniers peuvent sans le vouloir orienter leur perception des campagnes marketing. Par exemple, l'automobile allemande est perçue comme solide et de qualité. Les prospects vont ainsi apprécier les publicités alliant les voitures de marque allemande et le thème de la sécurité. De plus, ils seront plus facilement persuadés de la véracité de ces annonces.

Collaboration

Lorsqu'un freelance est amené à coopérer avec une équipe, les préambules orientent souvent la collaboration. Si le premier contact est agréable, alors le professionnel va avoir tendance à ignorer les désagréments de certaines discussions houleuses ou les difficultés à trouver des compromis. Il sera ainsi porté à ne voir que les avancées et non les problématiques liées à sa participation au projet. Chaque participant va alors orienter sa compréhension de la situation pour qu'elle cadre avec cette première impression.

Le conseil de Sophie Degoix, experte en compétences comportementales

Sophie Degoix« Le biais de confirmation peut conduire à des décisions partiales et à une interprétation erronée des données, compromettant ainsi la prise de décision objective. C'est également un danger dans le cadre d'entretiens d'embauche. Par exemple, si je mène un entretien avec un candidat avec lequel j'accroche vraiment. Lorsque je reprends son CV avec l'équipe, je focalise l'attention sur ces points forts en ignorant certains signaux faibles qui auraient pu nous alarmer. »

Sophie Degoix, Executive coach et sophrologue, Myetik.

Vécu d'équipe

Le phénomène de fatigue décisionnelle peut se développer lors d'un travail d'équipe trop soutenu. Les collaborateurs auront alors plus de facilité à succomber au biais de confirmation, et à rechercher des preuves orientées. Ainsi, ils peuvent avoir tendance à soutenir des idées préétablies et à manquer d'esprit d'initiative. Dans ce cas, l'effet de groupe va immobiliser l'équipe qui ne pourra plus innover.

Budget

Lorsque les cocontractants d'un projet parlent du budget, ils sont généralement animés par des intérêts divergents, voire antagonistes. Pour obtenir ce dont il a besoin, le chef de projet va pouvoir jouer sur la corde sensible du client, souvent la rentabilité. Il va donc orienter toute la discussion en ce sens et ne rechercher à démontrer que les bénéfices financiers du projet.

Choix d'outils

Lors de vente sur abonnement ou l'achat d'outils logiciels par exemple, l'acheteur éprouve le besoin d'être rassuré. En effet, il veut que son investissement soit rentable et approprié. Il va donc rechercher les preuves qui en attestent. Pour ce faire, il va parfois ignorer la réalité des faits comme une inadéquation avec les besoins des collaborateurs ou une mauvaise performance.

Création de produits

Lors de la création d'un produit, divers prototypes sont nécessaires avant la validation du projet. Si les créatifs sont influencés par le biais de confirmation, ils risquent de ne pas identifier les défauts du modèle créé, ses limites, et mal interpréter des retours ou des avis client. Ils peuvent également ignorer la possibilité de faire des tests qui pourraient invalider leurs idées sur leur concept.

Réponse client

Certains collaborateurs de service client estiment que les appelants ont toujours les mêmes problèmes, notamment avec les produits de haute technologie. Ainsi, avant même d'avoir vérifié la demande client, ils vont leur donner des instructions et des manipulations à réaliser. Ils vont par la suite ne retenir que les informations qui valident leurs hypothèses de départ sans écouter les besoins du client.

Comment remédier au biais de confirmation ?

Le conseil de Sophie Degoix, experte en compétences comportementales

Sophie Degoix« Le biais de confirmation est un piège cognitif courant. En effet, notre cerveau va tout faire pour préserver son système de cohérence. Pour y remédier, il est essentiel de cultiver une pensée critique, de chercher activement des preuves contradictoires et d'adopter une approche ouverte à différentes perspectives. »

Sophie Degoix, Executive coach et sophrologue, Myetik.

Prendre conscience de la situation

La première étape face à un comportement mécanique est la prise de conscience de la réalité du phénomène. Pour lutter contre le biais de confirmation, il est donc primordial de se poser un certain nombre de questions face à une prise de décision. Le mode de réflexion en jeu implique que chacun se demande ce qui sous-tend ses choix.

Utiliser l'intelligence collective

Lorsque les collaborateurs travaillent en équipe, ils peuvent développer un processus de décision collective. Par l'instauration de séances de brainstorming où chaque opinion est positivement soulignée comme ayant un intérêt, le manager pourra accroître le nombre de points de vue pris en compte. Il sera ainsi plus simple de déployer de multiples options et d'éviter tout biais de confirmation.

S'emparer d'outils de prise de décision spécifiques

Différents outils peuvent également permettre de prendre des décisions réfléchies et d'éviter les biais. Ils reposent sur la multiplication des options ou des données.

Entre autres, l'utilisation de l'arbre de décision est efficace lorsque diverses opportunités s'offrent aux décideurs. Il permet la représentation d'un ensemble de choix sous une forme graphique. L'arbre identifie les différentes décisions possibles aux extrémités de ses branches, lesquelles décrivent les processus de décision.

Chaque décision basée sur les données s'avère moins prédisposée à être biaisée. En effet, se reporter à des faits, métriques et données permet de guider les décisions en corrélation avec des objectifs prédéfinis.

Créer des équipes plurielles

La pluralité des parcours, caractères, valeurs et compétences rend les équipes de collaborateurs plus percutantes. En effet, elle autorise la diversité des expressions d'opinions individuelles hétéroclites. Ce foisonnement d'idées va nourrir la réflexion de chacun pour aboutir à des décisions concrètes efficaces.

Définir un but commun

Pour pouvoir réfléchir ensemble, les collaborateurs doivent savoir dans quelle direction s'orienter. Leur définir un but commun vers lequel tendre permet d'éclaircir leur parcours. Ils pourront ensuite définir les moyens d'atteindre cet objectif et ne seront plus alimentés par un esprit de compétition qui restreint les points de vue.

Évaluer régulièrement la situation

Comme pour toute action, il est indispensable de suivre la progression des processus. Établir un retour sur l'évolution des mentalités et méthodes de prise de décision est donc fortement recommandé. Pour ce faire, l'entreprise analysera les initiatives prises par rapport aux objectifs prédéfinis. Il faudra ensuite voir si elles sont en adéquation avec les stratégies de l'entreprise et si elles apportent des résultats.

Pour aller plus loin, réalisez une stratégie performante pour allouer les budgets de façon optimale en téléchargeant le kit de la planification stratégique, ou découvrez le CRM gratuit de HubSpot.