



About

Activity

Home

UX

USER EXPERIENCE
OU EXPÉRIENCE UTILISATEUR

LES BASES

1



DON
NORMAN

2



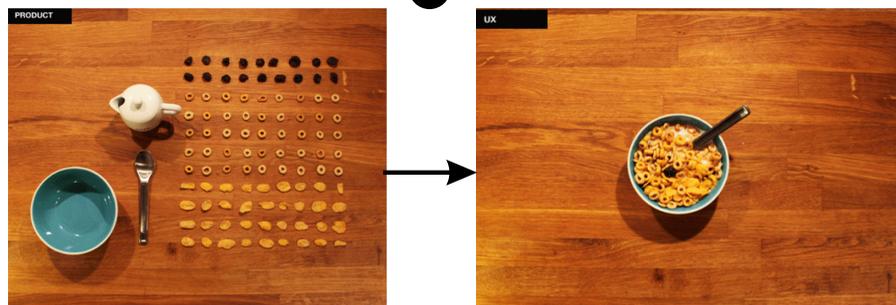
LAUREN
GALLEN

3



Comprendre & Optimiser l'expérience d'un user en interaction avec un événement

4

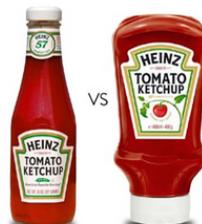


QUELQUES EXEMPLES

OU

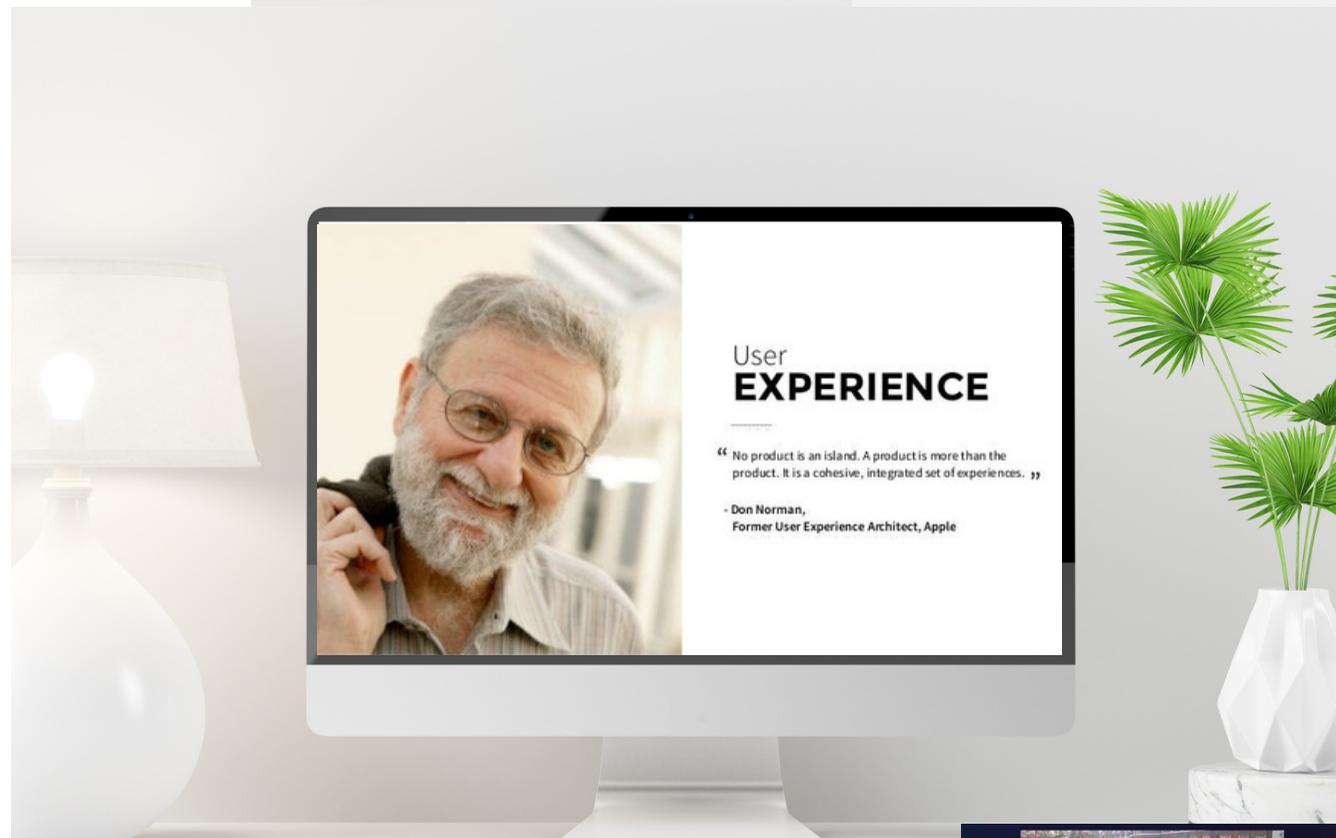
UI

Interface Utilisateur
(Produit)



UX

Expérience Utilisateur
(Produit + Utilisation)



À VOUS →





Pourquoi s'intéresser à l'UX?

Pour le bien-être de l'utilisateur mais pas que... **La preuve en 10 chiffres** (2018-2021) :

- **300 Millions** : c'est le revenu additionnel en \$ généré en 1an par AMAZON après le redesign d'un bouton. 
- **70%** : c'est le pourcentage des business en ligne qui échouent à cause d'une mauvaise UX. 
- **+35%** : c'est l'augmentation des revenus de ESPN.com après avoir incorporé les remarques des users dans le redesign de leur home page. 
- **2,6 Milliards** : c'est le montant des ventes que perdent les retailers (détaillants) à cause du chargement trop lent sur leur site d'e-commerce.
- **88%** : c'est le pourcentage des consommateurs qui ne sont plus enclins à revenir sur un site après une mauvaise expérience utilisateur. 
- **80 Millions** : c'est le revenu en \$ additionnel que Bing a généré grâce à un bleu bien spécifique. 
- **48%** : c'est le pourcentage des users qui pensent qu'un site qui n'est pas responsive démontre un désintérêt total du business à leur égard.
- **-50%** : c'est la diminution moyenne du temps de développement nécessaire à un projet grâce à l'UX. 
- **39%** : c'est le % de gens qui se désengagent d'un site si les images sont trop longues à charger.
- **48%** : des personnes affirment que le design d'un site web est le facteur n°1 pour la crédibilité d'un business. 

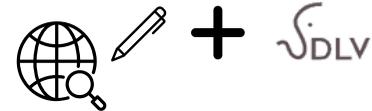
Petit Exo → **Citez moi votre meilleure et votre pire expérience sur le web.**

En groupe de 2 ou 3, un site web au choix pour illustrer chaque ca; 3 arguments min. Rendu-PDF*



*Pour Vous Aider

- Une Grille d'Analyse Type
- Un Guide Fondamental pour analyser un site
- Ma Pire Expérience (Dark Pattern)
- Ma Meilleure Expérience



Exemples d'UX ratées+Erreurs à bannir

- 22 sites catastrophiques
- 7 erreurs UX à ne plus commettre



Wirify



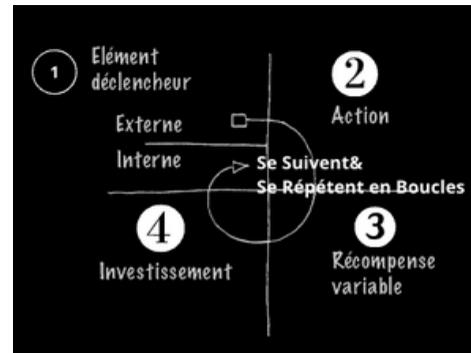


Quelques Notions & Termes...¹



- **l'USABILITY** : désigne la capacité d'un user à agir avec un produit. 5 principes: Facile, Accessible, Navigable, Compréhensible.
- **TAUX DE RÉTENTION** : % users qui reviennent sur lsite ou lapp + de 3mois après leur 1ere utilisation. Si TR>30% c'est une réussite (FB & YT ont un TR>95%)
- **HOOK-CANVAS** : Crée chez l'user une sorte d'automatisme qui le fait revenir sur l produit. Un bon HK est un juste compromis entre l'intérêt de l'user et celui de l'entreprise.

Il comporte 4 étapes:



- 1 Interne (solitude, ennui, peur de manquer q chose)
- 1 Externe (pub, notifs, boutons CTA)
- 2 Action+simple Possible (scroller fil d'actus, résultats imprévis)
- 3 Inconnue, nous fascine, nous donne envie de revenir.
- 4 +on utilise une app +créer Valeur+on accentue le 1

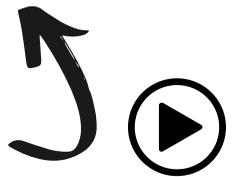
- **l'UX** : est centré sur l'humain et ses activités. **1/**L'Observer pour les connaître et Créer exclusivement pour répondre à celles-ci. **2/** On ne crée pas pour tout le monde mais exclusivement pour ses personas. **3/** On crée un produit simple, instinctivement compréhensible (sans explication), limité aux Fcts essentielles.
- **UX 2023 : MOBILE FIRST+CONTRAINTES:** Taille écran/Vitesse de chargement/Tactile Approximatif/Hiérar-chisation de l'Information/Concentration aléatoire de l'user mobile.



Quelques Notions & Termes...

2

- **L’AFFORDANCE** : désigne la capacité à comprendre 1 produit & interagir avec lui. + le design progresse, + les exigences des users aussi. Paradoxe de l’Affordance: les réseaux sociaux avec des Fcts cachées.
- **LE CAS D’USAGE** : désigne un ensemble de situations où le persona va avoir envie ou besoin d’utiliser votre produit + les raisons de ce besoin ou envie. Inclure les activités de l’user + supprimer ce qui fait friction comme réduire le nbre de tâches à effectuer pour arriver au résultat final.
- **LE DESIGN THINKING** : une approche créative et centrée sur la résolution des pbs de l’user e alors que l’UX Design consiste à concevoir et optimiser l’expérience utilisateur. Il y a de grandes similitudes et quelques différences entre les deux démarches. 5 étapes du **DT** : **1) EMPATHIE** / **2) DEFINITION D’1 PB** / **3) BRAIN STORMING-IDEATION** (capacité à générer des idées pour répondre au pb) / **4) PROTOTYPAGE** (en+ de concevoir 1 produit en réponse au pb, il va inclure l’user au centre de tout avec des notions d’usabilité, de responsive et d’affordance) **5) TESTS** (n’est plus une finalité mais une suite de mini tests réguliers afin d’améliorer en continu le Prototype et d’arriver à un produit final de qualité)
- **ATTENTES & FREINS COGNITIFS** : Quel service créez vous & pour qui (le persona)?





L'UX et ses Étapes

CONSIGNES

- Mettez vous en groupe de 2 ou 3.
- Choisissez un site de votre équipe.
- Appliquez lui cette méthodologie.
- Rendez le tout en le synthétisant sur 2 pages (pdf).

1

COMPRENDRE LE(S) BESOIN(S)

- A quel(s) besoin(s) mon site ou mon appli doit répondre?



2

BRAINSTORMING

- Générer des idées pour répondre à ce(s) besoins

Conseils: un panel de personnes hétéroclites, imaginaire non bridé, éviter toutes formes de critiques, phase de convergence&divergence

3

COMPRENDRE L'UTILISATEUR

- Réaliser des sondages
- Étudier le marché du produit
- Se documenter sur la concurrence et les bonnes pratiques
- Se renseigner sur les contraintes techniques et légales

4

DÉFINIR LES UTILISATEURS

- Définir les users clefs et leurs pbs.
- Création de 3 Personas (minimum) avec leurs infos spécifiques. (démographiques & comportementales)
- Les spécificités des Personas vont aider à définir l'UI et l'UX (ergo, info, nav, placement des CTA...)
- Création des 'users-cases'*



* Texte décrivant toutes les actions nécessaires à l'accomplissement d'un besoin (un scénario type)



L'UX et ses Étapes

5 RÉSOUDRE LES PROBLÈMES

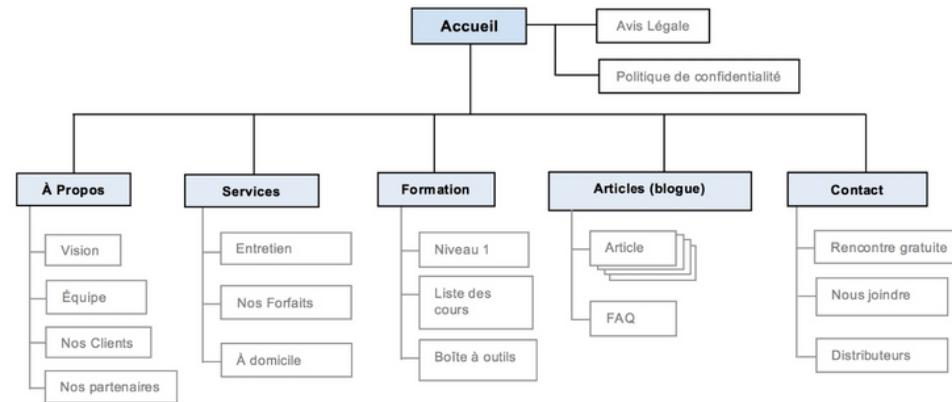
- Matérialiser des solutions pour répondre aux frustrations et aux souhaits de l'utilisateur.

6 DÉSIGNER LA SOLUTION

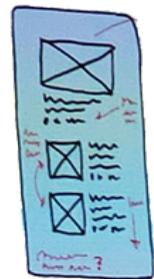
• Arborescence du site

- Souligner le parcours idéal de l'utilisateur
- Son accès aux différentes parties

ARBORESCENCE DU SITE WEB



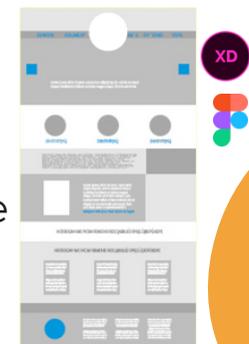
- **Zoning** (Schéma très simple qui indique l'emplacement des principaux éléments du gabarit, donc la structure de base des pages, pas de liens entre les écrans. (Papier/Crayon)



- **WireFrame** (exploite le Zoning en précisant ce que contient chaque bloc (textes, images, vidéos : schéma de la répartition du contenu).



- **Prototype** (à partir du Wireframe on intègre la couleur, les polices, la charte graphique (étape du Mockup) puis on relie les écrans entre eux, tout y est.

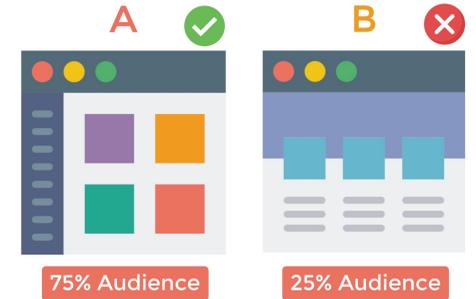




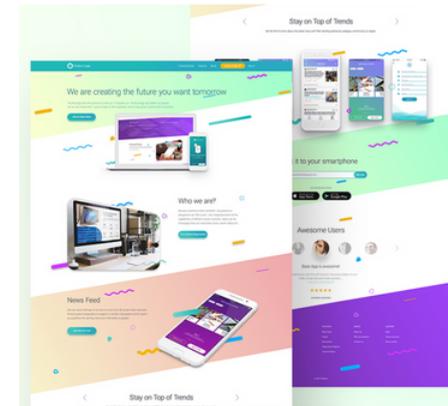
L'UX et ses Étapes

7 RÉALISATION D'AB TESTING

- Tests de plusieurs solutions de design ou de parcours users sur un pannel d'users.



8 RÉALISATION MAQUETTE (SITE/APPLI) PUIS PRODUIT FINI



Quelques bonnes pratiques UX appliquées à votre site web

Quelques Lois ou Principes pour vous aider

HELP!

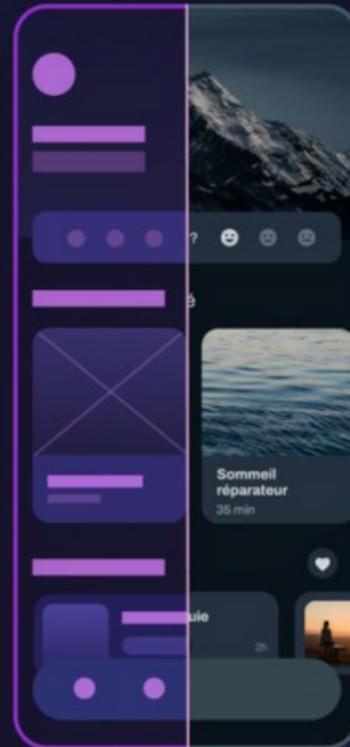


UX / UI designer

c'est quoi la différence ?

UX

- UX research
- Personas
- User stories
- Mind mapping
- Sketching
- Prototypes
- Tests utilisateurs



UI

- Brainstorming
- Moodboard
- Couleurs
- Typographies
- Iconographie
- Espacements
- Design system

