



sawi✓

Projet UX Designer

Travail de diplôme

Derval BOTUNA

Comment optimiser la conversion des
entreprises dans le formulaire ?

Site internet de

 **HuggyStudio**

session mars 2022 - septembre 2022

Table des matières

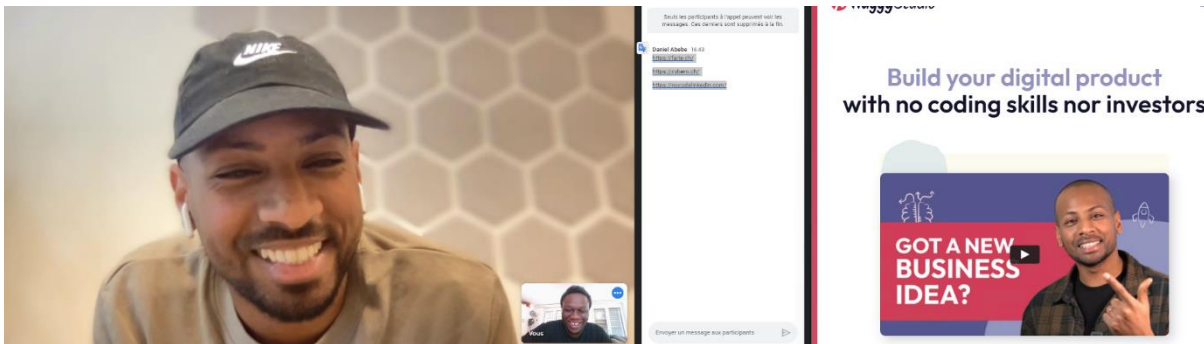
1.	STRATEGY.....	2
	Stakeholders.....	2
	Cadrage	2
	Site WEB.....	3
	Structure et navigation	3
	Concurrent :.....	3
	Statistiques & Analytiques	4
2.	SCOPE.....	5
	Objectif	5
	Point positif	5
	Pain point	5
	Persona.....	6
	Customer journey map	7
	Suggestion.....	8
3.	STRUCTURE.....	9
	Flow du prototype	9
	User flow	10
4.	SKELETON.....	12
	Crash test et itération.....	12
	Maquettes	16
	Page d'accueil « Académie No-Code » :	16
	Page d'accueil « Agence No-Code » :.....	19
	Formulaire	21
	Responsive.....	25
	FAQ	27
5.	SURFACE	28
	Charte graphique	28
	Feedback stakeholders.....	29
	Conclusion.....	29
	Annexes.....	30

I. STRATEGY

Stakeholders

Le projet UX du site web de HuggyStudio commence le 5 mai 2022, par le contact de Daniel Abebe, le PDG et le co-fondateur de l'entreprise.

Nous avons procédé à une présentation globale du site web où nous avons énumérer quelques-uns des problématiques qui ont motivé la décision des améliorations du site d'inscriptions.



Cadrage

Huggystudio est une plateforme qui propose deux services avec des publics cibles selon le service :

1. Aider et former les entrepreneurs/indépendants à mettre en place leur idée digitale sans savoir coder pour construire des Applications Web.
2. Lancer directement les projets pour les entreprises suisses.

L'objectif business est d'acquérir des clients qui veulent lancer des start-ups. Il vise le marché francophone, germanophone et anglophone pour le premier service et le deuxième vise, dans un premier temps, les entreprises suisses francophone et germanophone puis italophone dans l'avenir.

La conversion du deuxième service se fait par bouche à oreille et LinkedIn, leur futur objectif est d'en acquérir plus sur le site, avec des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux et l'optimisation SEO.

Site WEB

Structure et navigation



Bilinguisme : Le fait que le 1^{er} service porte sur un marché mondial, le choix des langues est un atout.

Problématique et objectif :

Le formulaire de demande de devis destiné aux particuliers n'est pas souvent rempli jusqu'au bout et préfèrent donc contacter HuggyStudio directement par mail ou téléphone. Les visiteurs trouvent un peu difficile de comprendre ce que fait réellement HuggyStudio.

<https://start.huggystudio.com/?step=1>

L'objectif est de remodeler l'arborescence du site internet et de la page formulaire afin que les utilisateurs ciblés puissent s'inscrire dans le bon formulaire et d'optimiser la conversion du formulaire.

Objectif est d'optimiser le 2^e service qui a du mal à convertir.

Concurrent :

Je n'ai trouvé que 2 réels concurrents mais ce sont des concurrents qui ne sont pas dans le marché suisse.

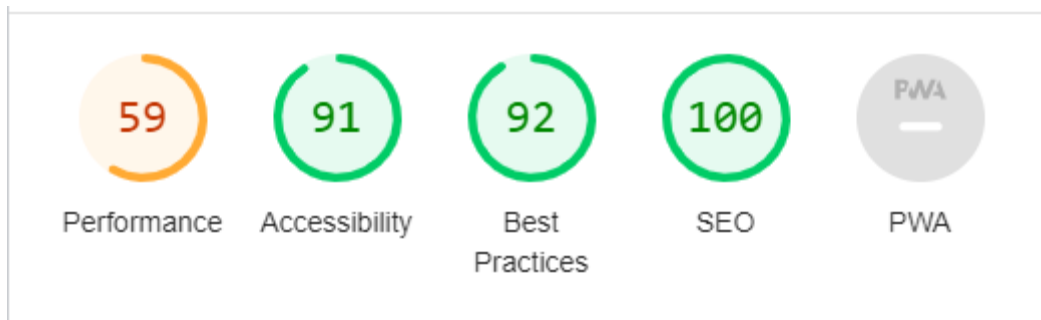
<https://www.joinmaestro.co/formation-no-code-temps-plein>

<https://landing.ottho.fr/>

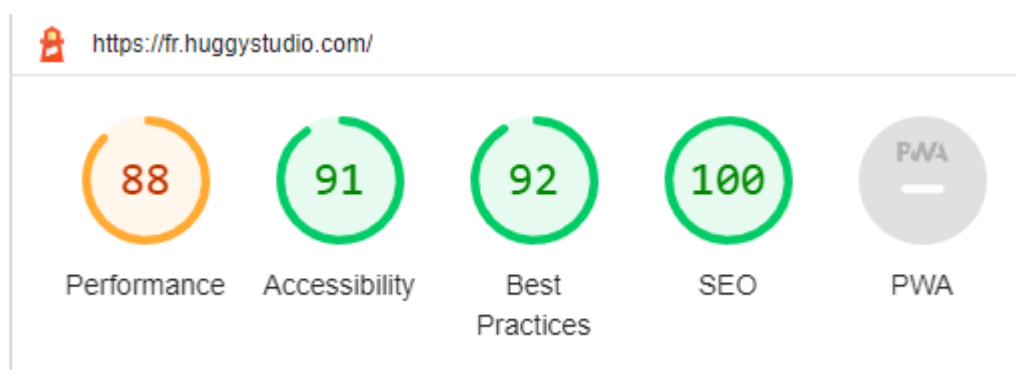
Statistiques & Analytiques

Le site a un très bon rapport Lighthouse.

Lighthouse Mobile



Lighthouse Desktop



2.SCOPE

Objectif

Ma mission est d'optimiser la conversion des entreprises dans la page d'inscriptions. Le formulaire est un point important, du fait que via cette page, ils récoltent toutes les informations nécessaires afin de répondre aux attentes de leur client, à l'occurrence, les entreprises suisses. Car c'est la clientèle la plus rentable et ils leur donnent une plus grande visibilité et plus de crédit. Ma mission est de rendre le site et le formulaire le plus fluide et sémantique pour les prestations car le site est très focalisé sur la prestation « formation » qui n'est pas à délaissier car c'est la plus grande clientèle et trafic du site.

Point positif


Formulaire : le formulaire est bien présenté et compréhensible du fait de son séquençement. C'est une expérience « un écran, une action ». Il explique pourquoi on demande chaque élément d'information et pourquoi il est nécessaire. Sinon, les utilisateurs peuvent rapidement se décourager. Donc il faudrait justifier ses demandes d'informations par la volonté d'offrir les meilleurs tarifs afin de motiver les utilisateurs. L'interface est propre et il n'y aucune distraction pour l'utilisateur : ça maximise les chances que les utilisateurs restent concentrés et complètent l'ensemble des informations. Il y a également des checkpoints pour les prestations sélectionnées.


Pain point


La page d'accueil trop focalisé sur le 1er service et le 2^e service se trouve dans un autre onglet ce qui pousse le client à chercher et naviguer dans les rubriques pour trouver l'information et lorsqu'il ne trouve pas l'information, il leur contact par mail et/ou par téléphone. Le formulaire n'est pas traduit et a trop d'étapes (9 étapes, demande répété et certain non nécessaire), ce qui crée une mauvaise expérience utilisateur selon les publics cibles. La clarté des services qu'ils proposent serait un point à améliorer.


Persona


Persona : Académie No Code



 Gabriel

 31 18 - 35 ANS

 Mondiale

 Entrepreneur / Etudiant / Freelance / Indépendant

AUTODIDACTE MÉTHODIQUE

PÉRSÉVERANT CRÉATIF

“ Des gens avec des idées ”

Besoins :

- Apprendre de nouvelles choses
- Être stimulé
- Liberté financière





Frustrations :

- Stagner dans la vie professionnelle
- Le manque de reconnaissance
- La routine métro-boulot-dodo

Centre d'intérêt :

- Réseau sociaux
- Entrepreneuriat

Brands :



Persona : Agence No Code



 Daniel

 31 25 - 45 ANS

 Suisse

 Chef de produit / Buisness Analyst / Chef de projet

ORGANISÉ ÉCOUTE

CURIEUX CRÉATIF

“ Bachlor ou Master en marketing / économie d'entreprise / gestion de projet / management ”

Besoins :

- Travail de qualité
- S'informer
- Plus de temps libre

Frustrations :

- La qualité de service
- Manque de temps
- Grande responsabilité

Centre d'intérêt :

- Web
- Marketing Digital
- Actualité

Brands :



Customer journey map

Académie No Code

Le contexte réel d'utilisation : Mettre en place une idée d'application.

Les motivations réelles de l'utilisateur : Apprendre le code est un long apprentissage, savoir concevoir une application sans code peut permettre d'avoir un feedback de son idée et de savoir si le développement de l'application est viable.

Le schéma mental ou "mental model" : Le client a un esprit ouvert et entrepreneurial, souvent autodidacte. Il sera motivé à apprendre de nouvelles choses.

Le point de friction : Ne pas savoir ce qu'il attend et de savoir s'il sera satisfait de la prestation.

Le parcours utilisateur :

- 01 : s'informer
- 02 : s'inscrire avec ses coordonnées
- 03 : recevoir un mail de confirmation
- 04 : payer la formation
- 05 : commencer le cours

Agence No Code

Le contexte réel d'utilisation : Chef de produit qui a la responsabilité d'avoir un devis ou mettre en place une nouvelle application pour l'entreprise.

Les motivations réelles de l'utilisateur : Eviter les coûts d'un développement d'une application et de tester le marché avec l'agence

Le schéma mental ou "mental model" : Le client est dans un esprit de délégation et/ou veut résoudre un problème avec l'application en question.

Les points de friction : Ne pas savoir le prix et/ou savoir s'il sera satisfait de la prestation.

Le parcours utilisateur :

- 01 : s'informer
- 02 : demander un devis
- 03 : recevoir le devis
- 04 : payer la prestation

Suggestion

1. La traduction des pages d'inscriptions et vidéos.
2. 2 sélections : Entrepreneur et Agence dans page d'accueil > trop centralisé sur l'entrepreneur
3. Réduire/cacher les 5 prix, si pas nécessaire dans la 1er et 2e étapes sélectionnées ou enlever des étapes.
4. Étaier l'onboarding : dessiner/animer les étapes et les numérotés sur */9 ainsi que les titrer par thématique.
5. Imager le process de Wireframe ?
6. Animer les images de propositions de produit ?
7. Imager qui illustre de planning-timing.
8. Image animée pour chaque produit.
9. Curseur : mettre tout lisible sur une page, réduire les pixels.
10. Référencement SEO avec petit descriptif pour Google
11. Label de champs prédéfini
12. Langue géolocaliser
13. Accessibilité uniquement pour les @entreprise.ch ?
14. Montrer en temps réel l'impact de l'action de l'utilisateur ?
15. Ajouter une touche humaine ?
16. Prénom – Email demandé également à la dernière étape est-ce nécessaire ? Mettre et regrouper au début ou à la fin.
17. Sticky Action
18. Enlever les prix, les clients sont assez perplexes par rapport aux prix, étant donné que chaque projet pourrait avoir une taille différente.

3.STRUCTURE

Flow du prototype

Qu'allons-nous montrer aux testeurs ? dans quel ordre ?

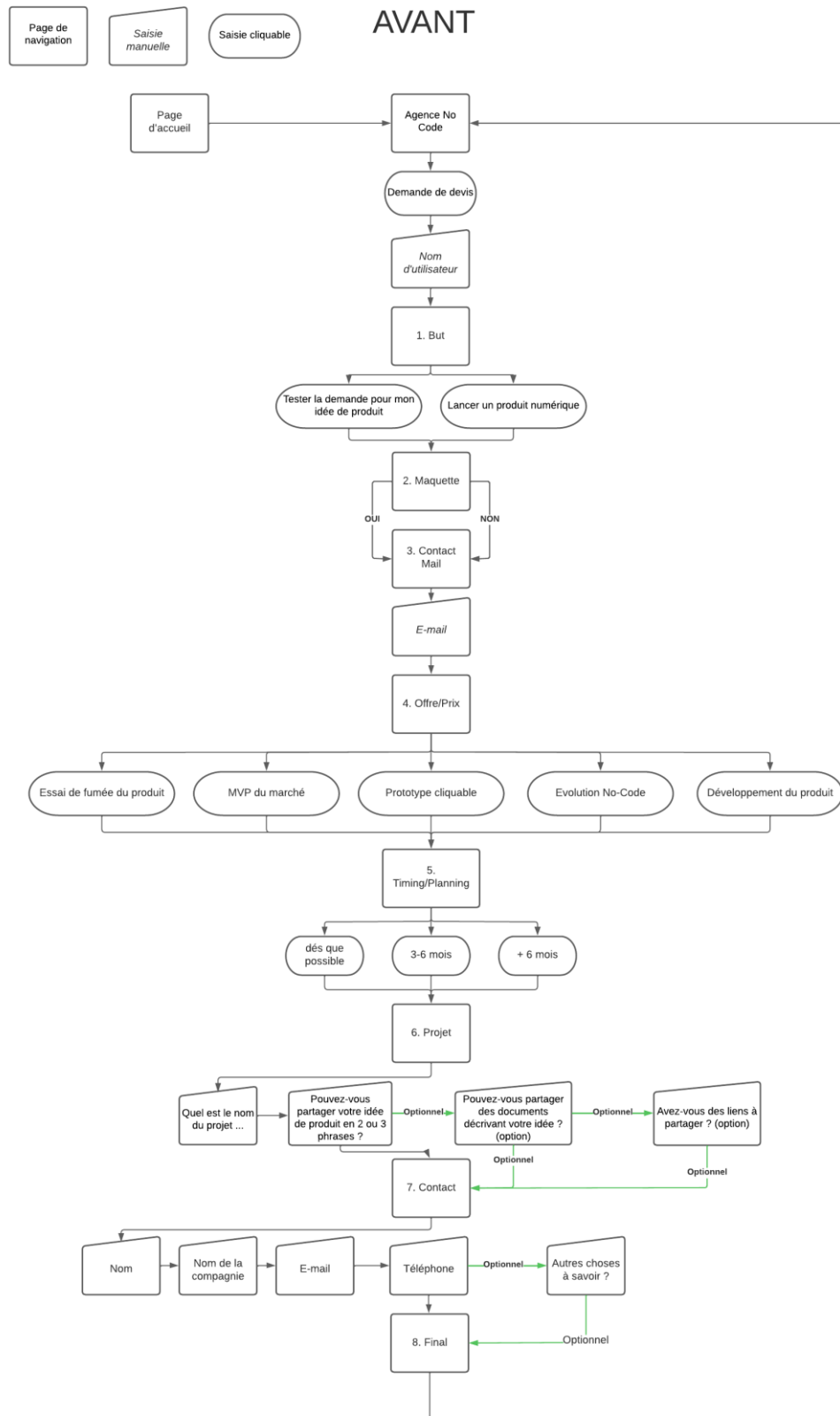
Client :

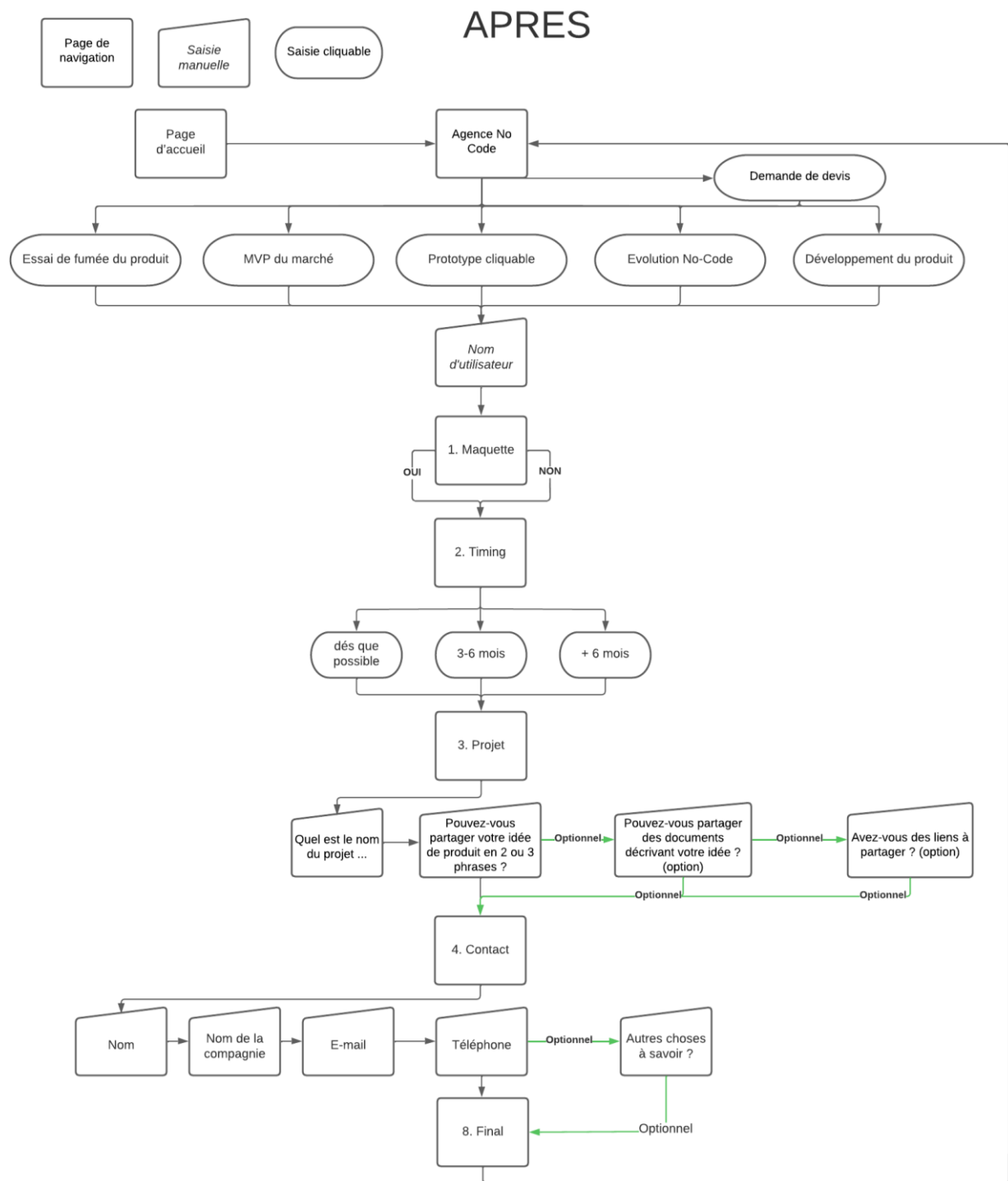
- 01.Faire comprendre ce qu'est le no-code
- 02.Montrer les avantages d'apprendre le no code
- 03.Le faire converser à rejoindre la formation

Particulier :

- 01.Distinguer les 2 services
- 02.Savoir où aller pour recevoir un devis
- 03.Le faire remplir le formulaire jusqu'au bout sans lui donner la sensation de faire une tâche pénible
- 04.Recevoir une confirmation d'un suivi de sa demande.

User flow





4.SKELETON

Crash test et itération

Lors du test utilisateur, j'ai utilisé le même procédé à la méthode d'user shadowing en segmentant l'entretien en 2 parties. J'ai eu des entretiens très ouverts afin de récolter le plus d'informations possibles et de voir les plus grosses problématiques.

En première étape, j'ai demandé aux testeurs : qu'est-ce qui évoquait le site, quel était leur première impression et leur première intuition sans expliquer le contexte du site et de mon implication dans le site Web. Durant l'entretien, je n'ai répondu à aucune question tout en le questionnant afin qu'ils me donnent leur impression et leur pensée.

Dans la seconde partie de l'entretien, j'ai été semi-directif à chaque testeur, en donnant le même scénario suivant :

« Je suis chef de l'entreprise, et tu es chef de produit, lors de notre séance d'équipe au sein de l'entreprise, nous avons décidé de créer une nouvelle application qui sera le nouveau Tinder. Tu es responsable de savoir quel serait le prix pour avoir un prototype, tu tombes sur ce site ; Comment naviguerais-tu afin d'obtenir l'information ? »

1^{er} testeur le 7 juin : Yasmina, 31 ans, travaille dans le marketing ;

Le site n'était pas très compréhensible pour le testeur. Les informations les plus percutantes lors de l'entretien, ont surtout été le fait qu'il ait des mots en consonance anglophone et le jargon des mots du site web, ce qui créait une incompréhension du site. J'avais gardé le site tel qu'il m'était présenté et pris note des mots qui ne semblaient pas évidents au testeur en les remplaçant en français lors de ma modification du prototype. J'ai noté une incompréhension totale dans le mot « no-code », j'ai donc décidé de faire une section explicative du « no-code » après l'entretien. La vidéo qui illustre la prestation de la page Académie No-Code a été lu d'entrée et j'ai remarqué une frustration car le contenu est entièrement en anglais.

Durant la seconde partie, trouver l'information a été long et difficile car elle ne savait que le site avait un 2^e service « Agence ». J'ai indiqué la page à laquelle fallait aller. Il n'a pas été évident de trouver l'information dans le bouton d'action « recevoir un devis instantané » et n'a également pas compris que ce site visait une 2^e clientèle « entreprise », je l'ai alors indiqué où trouver l'information. Lors du premier prototype, la testeuse a trouvé l'onboarding long à faire (6 étapes à effectuer), pas très attrayante et m'a fait comprendre qu'elle n'aurait pas rempli le formulaire.

En prenant compte de ses informations, j'ai décidé après l'entretien, de faire un onglet qui distingue l'Académie No-Code et l'Agence No-Code, et de faire une section sur la page principale qui indiquerait le deuxième service avec le bouton d'action « Consulter l'Agence ».

Mon point de vue :

L'entretien a été très bénéfique pour moi, car elle a ciblé les points auxquels je n'avais pas fait attention notamment à la pertinence des mots, en effet, le français n'était pas sa langue natale, ce qui m'a aidé à avoir une meilleure approche sur les mots. Durant l'entretien, elle s'est demandé pourquoi il n'y avait pas de FAQ. Pour donner suite à la difficulté de trouver l'information, j'ai décidé de mettre les prestations dans la page Agence et des images illustratives pour chaque prestation. Pour finir, elle s'est interrogée sur le prix et m'a indiqué en toute transparence qu'en ayant vu le prix, elle n'aurait pas continué à remplir le formulaire.



Derval, quel est votre but?

Nous allons bientôt répondre à quelques questions de configuration initiale pour que vous puissiez commencer.

Tester la demande pour mon idée de produit

Mettez l'accent sur le test rapide de votre idée en utilisant des modèles cliquables ou un test de produit.

Lancer un produit numérique

Construire la première version de votre idée de produit pour la mettre en avant auprès de vos utilisateurs.

Suivant

2e testeur le 9 juin 2022 : Tinord, 31 ans, intérêt pour le marketing digital ;

À la suite du retour de mon 1^{er} testeur, j'ai modifié mon prototype en prenant compte de toutes les informations, en supprimant l'étape « but » qui ne me semblait pas nécessaire et ai fait un test avec le même procédé.

Le testeur a bien compris le principe du site mais a été perturbé par la vidéo du site qui est en anglais et le testeur n'a aucune notion de cette langue. Dans un premier temps, il a été perturbé par la notion du « no-code » et « code » mais à

toute de suite compris en naviguant un peu plus bas grâce à la section explicative du no-code que j'ai mis en place. Grâce à la section « Agence No-Code » avec le bouton d'action « consulter l'agence no-code », le testeur a compris que le site avait un 2^e service pour les particuliers.

Lors de la 2^e partie de l'entretien toujours avec le même scénario du nouveau Tinder, le testeur a trouvé l'information.

Le testeur a également été perturbé par les prix de leurs prestations qui trouvait incohérent du fait de la taille de l'application mais a compris toutes leurs prestations. Cependant au premier abord, le testeur n'a pas trouvé le formulaire très attrayant en mentionnant la longueur du formulaire (5 étapes à remplir). L'utilisateur m'a suggéré de mettre les prestations directement dans la page Agence car il ne trouvait pas nécessaire qu'il soit dans l'onboarding. Le testeur m'a également interrogé par le manque de FAQ.

HuggyStudio

< retour

1 2 3 4 5 6

Maquette Contact Planning **Offre** Projet Final

Qu'est-ce qui vous intéresse ?

Nous vous aidons à accompagner votre projet de l'idée au lancement du premier produit. Tout au long de ce parcours, nous avons différentes offres pour vous soutenir. Veuillez sélectionner les produits qui vous intéressent le plus - sans aucune obligation.

Prototype cliquable

Obtenez un premier prototype visuel (conception cliquable) de votre idée pour les premiers tests avec les clients et les parties prenantes.

- ✓ Visualisation de votre idée pour aider à aligner les parties prenantes et à identifier les défis, les risques et les opportunités.
- ✓ Obtenez un retour d'information rapide de la part des utilisateurs, des investisseurs et des partenaires

[Voir plus d'informations](#)

Obtenir un devis

Evaluation No-Code CHF 960.-

Participez à un appel consultatif avec notre équipe et vérifiez la faisabilité de votre idée avec no-code. Enfin, vous recevrez un document d'une page contenant la configuration no-code idéale pour votre idée de produit.

- ✓ Vérifiez la faisabilité technique de votre idée pour un MVP sans code.
- ✓ Gagnez du temps et de l'argent dans le développement avec la bonne configuration et les bonnes approches.

[Voir plus d'informations](#)

Sélectionner

À la suite de ce crash test, j'ai décidé de pivoter et de supprimer l'étape « offre » de l'onboarding, en mettant les prestations sur la page « Agence No Code », en enlevant les prix et en modifiant la hiérarchie des étapes. L'utilisateur cliquera directement sur la prestation qui l'intéresse et sera plus apte à remplir le formulaire de la manière suivante en prenant compte de ce parcours utilisateur ci-dessous.

1. Maquette : Savoir si le client a des maquettes
2. Planning : Quand le client prévoit le lancement
3. Projet : Quel serait le projet que le client a en tête
4. Contact : Après avoir donné toutes ses informations, le client serait plus enclin à donner ses informations personnelles afin d'avoir un suivi

5. Final : Accomplissement du client

J'ai également changé le processus d'étape en la fixant verticalement à gauche de l'écran et en changeant le background pour rendre le formulaire plus attractif.

3e testeur le 13 juin 2022 : Fayza, 26 ans, travaille dans l'ergonomie ;

La testeuse a bien compris la mission et les services du site. Elle a vite trouvé les informations avec le même scénario que j'ai indiqué ci-dessus. Le formulaire lui a paru compréhensible et agréable. Le teste a été très concluant.

4e testeur le 14 juin 2022 : Samuel, 27 ans, travaille dans l'informatique ;

Le testeur a bien compris la mission et les services du site mais a quelque peu bloqué sur quelques mots notamment sur les prestations, dû au fait de sa spécialisation dans le domaine. Le testeur a été focalisé par le footer pour trouver le devis dû à ses habitudes de sa profession mais a quand même su le trouver. Le formulaire lui a paru compréhensible, si ce n'est des petites critiques sur le design, cependant le teste a été concluant.

5e testeur le 14 juin 2022 : Canisia, 28 ans, travaille dans le social ;

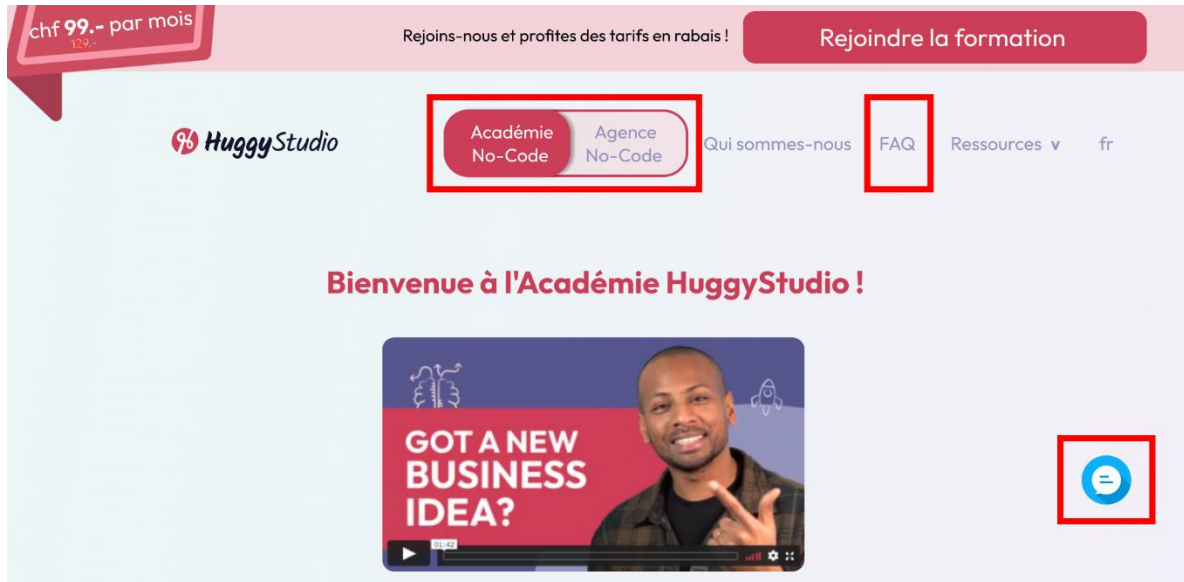
La testeuse a bien compris la mission et les services du site. Elle a vite trouvé les informations. Le formulaire lui a paru compréhensible et agréable. Elle m'a indiqué qu'elle n'aurait eu aucun problème de le remplir jusqu'au bout dans un autre contexte. Le teste a été très concluant.

6e testeur le 8 juillet 2022 : Cyril, 27 ans, travaille dans le marketing ;

Le testeur a bien compris la mission et les services du sites. Il a vite trouvé les informations et le formulaire lui a paru compréhensible et agréable. Il a eu quelques petites critiques sur l'ergonomie du design du fait de sa spécialisation dans le marketing mais a trouvé le site bien dans son ensemble ainsi que le formulaire. Et il m'a indiqué qu'il aurait rempli le formulaire dans un autre contexte. Le teste a été très concluant.

Maquettes

Page d'accueil « Académie No-Code » :



Menu de navigation :

Afin de différencier et de mettre en valeur les 2 services de HuggyStudio, c'est-à-dire l'académie et l'agence, j'ai dessiné un onglet qui les différencie. J'ai été inspiré par les valeurs de Peter Morville pour répondre à l'**utilisabilité**, à la **trouvabilité** et à la **désirabilité**, en gardant leur typographie « Outfit », couleur « CC3D57 » et mettant un background afin d'atténuer le contenu.

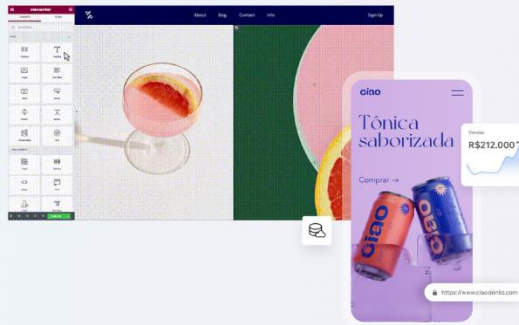
Suivi du lien « Qui sommes-nous » car elle sera la seconde page la plus visitée sur le site. Véritable carte de visite, elle a pour objectif d'attirer les prospects sur les autres pages et de faire diminuer le taux de rebond. Cette page est captivante, doit valoriser l'entreprise et surtout de permettre au lecteur de se sentir proche de la marque.

J'ai ajouté une FAQ car lors des tests utilisateurs, c'était l'une des questions qu'on demandait le plus souvent. En effet, c'est un outil de persuasion efficace, la Foire aux Questions permet d'acquérir de nouveaux clients et de gagner du temps en répondant aux questions les plus fréquentes.

J'ai enlevé le lien « Blog No-Code » qui a été remplacé par le « Qui sommes-nous » et l'ai mis dans la liste déroulante « Ressources ». En effet, cette page n'a pas de grande utilité dans la conversion mais peut être utile pour les potentielles entreprises qui chercheraient plus d'informations pour d'éventuels collaborations.

Bonus : J'ai suggéré de mettre un chat pour les utilisateurs qui se poserait d'éventuelle question et pour le tunnel de conversion, de mettre une bannière en haut de la page de façon « sticky » afin de faciliter l'utilisateur s'il veut cliquer sur le bouton d'action « rejoindre la formation ».

Nous t'apprenons à créer ta plateforme digitale
sans code et sans investisseurs



Une académie où tu apprendras à **construire ta plateforme digitale**
sans écrire de code. Profite de l'**enseignement en ligne** à ton propre rythme,
avec une communauté de membres et le soutien d'instructeurs passionnés.

J'ai un peu modifié le texte de manière que le site soit clair et compréhensible afin que l'utilisateur sache de quoi il s'agit dès son arrivée sur le site et en ajoutant un gif pour mieux comprendre ce qu'il doit s'attendre sur le site. Toujours en répondant à l'**accessibilité** de Peter Morville. Etant donné que ce sont des gifs que j'ai trouvé sur internet, il n'a pas de droit d'auteur sur le gif mais c'est une idée qu'ils pourront l'inclure en l'illustrant avec leur propre service.

Rejoindre la formation



Qu'est-ce qu'est le **No-Code** ?

Ce sont des **plates-formes** qui permettent de **créer**
des logiciels d'**application** via des interfaces **sans**
connaître de **code de programmation** informatique.



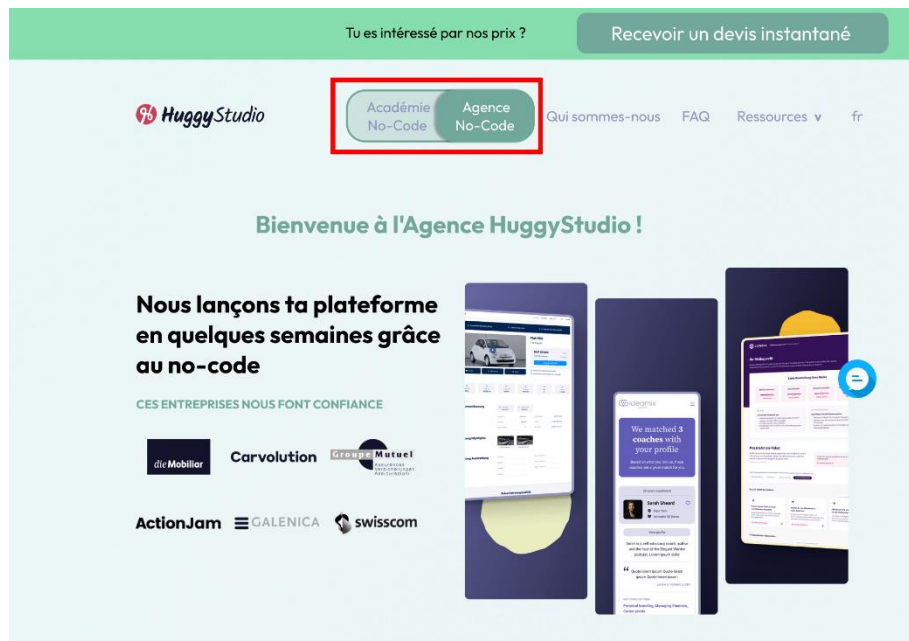
J'ai remplacé le bouton d'action « deviens un Early Adopter » en « rejoindre la formation ». En effet, j'ai remarqué durant les tests utilisateurs que c'est un jargon difficile à comprendre pour les nouveaux clients du site. J'ai mis le verbe en infinitif pour une question de SEO.

En répondant à la **crédibilité** de Peter Morville : J'ai ajouté une section où on explique clairement ce qu'est le « no-code ». En effet, lors des tests utilisateurs, j'ai remarqué que c'était le mot qui perturbait le plus les utilisateurs. J'ai également ajouté des images qui l'illustre.

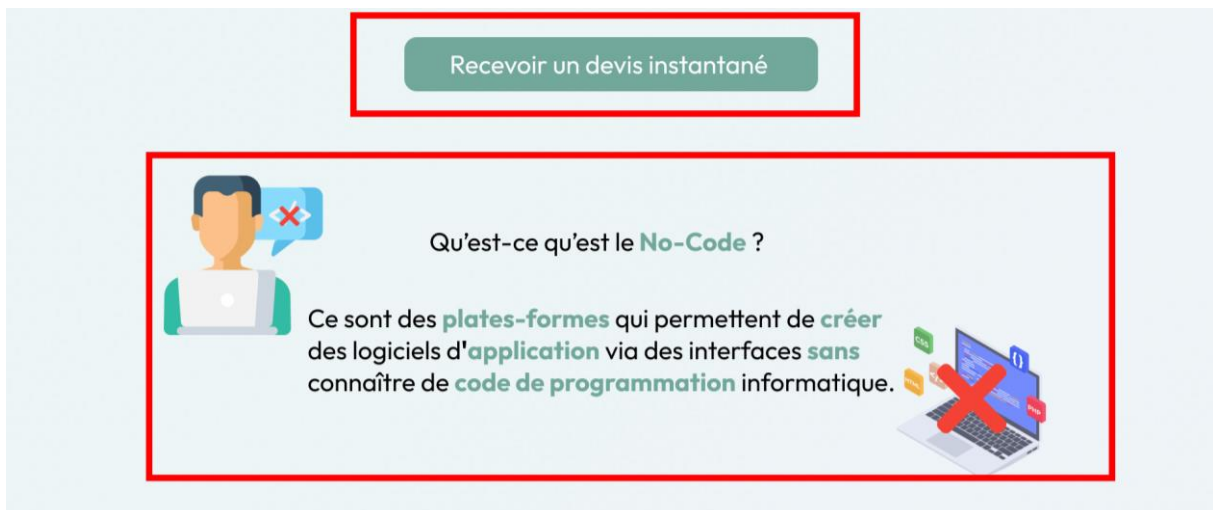


J'ai ajouté une section « Agence No-Code » comme rappel à l'utilisateur du 2e services de HuggyStudio dans l'éventualité de viser le 2^e marché ciblé de HuggyStudio. Pour répondre à l'**utilité** de Peter Morville.

Page d'accueil « Agence No-Code » :



J'ai gardé le même menu de navigation à la différence de la mise en avant de « Agence No-Code » et changeant de couleur, comme si en changeait de thème, afin de distinguer les 2 services de HuggyStudio.



J'ai également remis la section qui explique le concept du no-code comme sur la page d'accueil « Académie No-Code ». J'ai gardé le bouton « recevoir un devis instantané » pour la conversion du client.

NOS PRESTATIONS

Notre équipe d'UX Designers et de Product Managers t'accompagne tout au long du processus. Nous t'aidons avec notre savoir-faire et nos services durant toutes les étapes du lancement d'un produit.



Prototype cliquable

Obtenez un premier prototype visuel (conception cliquable) de votre idée pour les premiers tests avec les clients et les parties prenantes.

- ✓ Visualisation de votre idée pour aider à aligner les parties prenantes et à identifier les défis, les risques et les opportunités.
- ✓ Obtenez un retour d'information rapide de la part des utilisateurs, des investisseurs et des partenaires

[Voir plus d'informations](#)

Obtenir un devis



Evolution No-Code

Participez à un appel consultatif avec notre équipe et vérifiez la faisabilité de votre idée. Vous recevrez un document d'une page contenant la configuration idéale pour votre idée de produit.

- ✓ Vérifiez la faisabilité technique de votre idée pour un MVP sans code.
- ✓ Gagnez du temps et de l'argent dans le développement avec la bonne configuration et les bonnes approches.

[Voir plus d'informations](#)

Obtenir un devis



Développement du produit

Construire la première version de votre idée de produit pour un prix fixe afin que vous puissiez la montrer à vos utilisateurs et commencer à recueillir de véritables retours d'expérience.

- ✓ Obtenez une application web sur mesure pour un prix fixe.
- ✓ Une mise sur le marché rapide pour une fraction des coûts par rapport au développement traditionnel.

[Voir plus d'informations](#)

Obtenir un devis



MVP du marché

Vous voulez avoir la première version d'une place de marché biface construite pour un prix fixe et la valider sur le marché.

- ✓ Profitez de notre cadre existant pour réduire les coûts et accélérer la mise sur le marché.
- ✓ Adaptation aux besoins de votre marché et de vos clients

[Voir plus d'informations](#)

Obtenir un devis

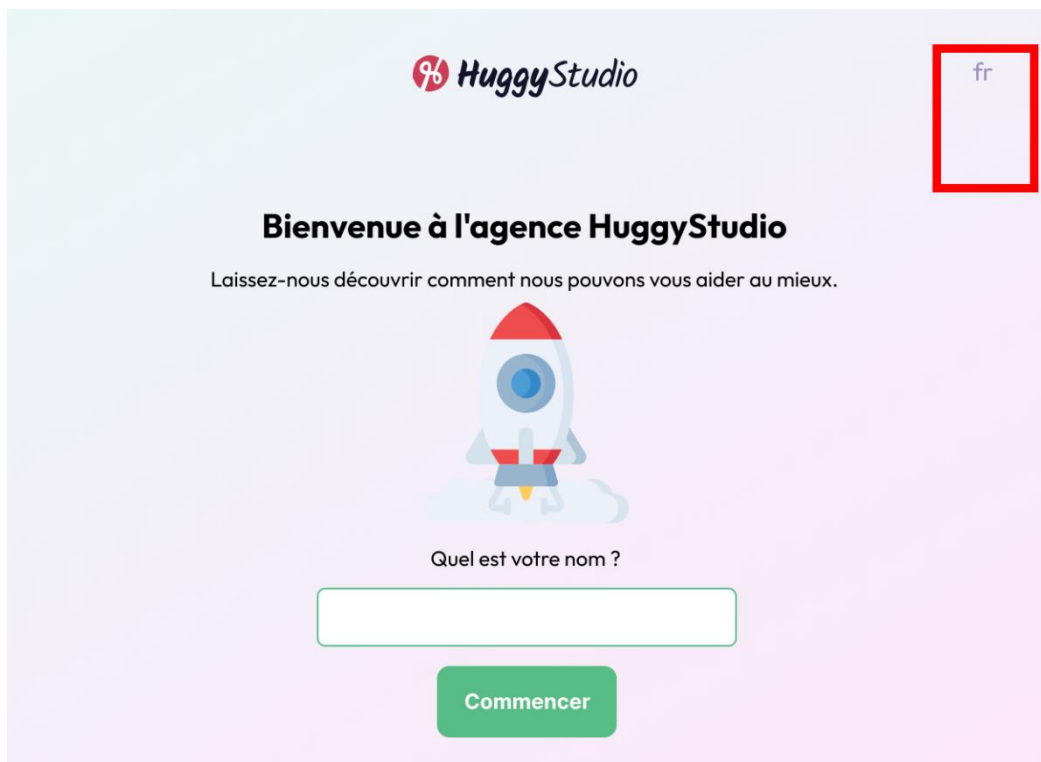
25%

En tant que startup ou entreprise sociale, vous bénéficiez d'une réduction de 25%.

Pour simplifier les étapes de l'onboarding, j'ai mis directement toutes les prestations sur la page d'accueil « Agence No-Code » afin que l'utilisateur puisse obtenir le devis de la prestation qui l'intéresse. En effet, dans le précédent onboarding, il fallait aller dans la demande de devis afin de voir les prestations d'HuggyStudio, ce qui pourrait entraîner une frustration car ça demande un peu de « recherche » à cette information. J'ai également enlevé les prix car les utilisateurs sont un peu perplexes par rapport au prix fixé étant donné que chaque projet pourrait avoir des tailles différentes (une application comme Facebook et Tinder n'ont pas la même taille de travail donc un prix fixe pour les 2 est incohérents). Les utilisateurs seront plus aptes à remplir le formulaire pour avoir

un suivi de leur demande que de voir directement les prix. Mettre les prestations sur la page d'Agence No-Code permet aussi de mettre une étape en moins dans l'onboarding car le temps de réflexion sur le choix de la prestation se fera sur la page d'accueil, ce qui réduira le temps consacrer au formulaire.

Formulaire

The image shows a web form for HuggyStudio. At the top left is the logo, which consists of a red circle with a white percentage sign inside, followed by the text 'HuggyStudio' in a black, sans-serif font. In the top right corner, there is a small, light purple rectangular button with the text 'fr' in a small, dark font; this button is highlighted with a red rectangular border. Below the logo, the text 'Bienvenue à l'agence HuggyStudio' is centered in a bold, black font. Underneath this, a smaller line of text reads 'Laissez-nous découvrir comment nous pouvons vous aider au mieux.' In the center of the form is a cartoon illustration of a white rocket ship with a red nose cone and blue fins, sitting on a small grey base. Below the rocket, the text 'Quel est votre nom ?' is centered. Underneath this text is a white rectangular input field with a thin green border. At the bottom center of the form is a green rectangular button with the word 'Commencer' in white text.

J'ai gardé la « page d'accueil » pour l'entrer de l'onboarding, afin de garder un formulaire personnalisé pour le client, ce qui pourrait créer un « privilège » au client.


Etant donné le multilinguisme de leur marché, j'ai mis un onglet pour les langues pour que l'utilisateurs puissent changer sa langue de navigation qu'il préfère.

J'ai gardé l'image de fusée et le bouton « commencer », ce qui pourrait créer chez l'utilisateur, une sensation de commencer un jeu et non une sorte de tâche à effectuer.



J'ai continué le concept de « un écran, une action » pour la fluidité du formulaire et j'ai gardé le format pictogramme afin de donner aux utilisateurs la sensation de ne pas travailler.

Fixé verticalement sur la gauche, j'ai thématiqué le formulaire en présentant toutes les étapes de manière hiérarchique, progressif et compréhensible en étapant en 4 étapes l'onboarding par numéro d'étape afin de rassurer l'utilisateur sur la durée du formulaire, en indiquant clairement avec les couleurs et la typographie, où se trouvent les utilisateurs dans les étapes, où ils vont et enfin, cliquer sur les étapes précédentes permettent aux utilisateurs de vérifier ou revenir à leur information. J'ai supprimé les distractions, les données non percutantes et certain bouton « suivant » pour éviter à l'utilisateur les cliques à répétition.


< retour

1

Maquette

2

Planning

3

Projet

4


Contact

Final


Dervall, comment pouvons-nous rester en contact ?

Veuillez compléter les coordonnées et soumettre. Votre demande est sans engagement.


Email




Nom de la compagnie




Téléphone



Autre chose que vous voulez nous faire savoir ? (Optionnel)



Je reconnais la politique de confidentialité de HuggyStudio AG.



Rossana sera ravi de vous accompagner dans votre projet.

Community Manager

Terminer

J'ai illustré chaque choix pour donner plus de contexte à ce qu'on demande et de rendre le formulaire le plus compréhensible et intuitif. J'ai également mis une touche humaine à l'étape de contact, ce qui pourrait rassurer l'utilisateur d'un suivi.

Pour l'ergonomie, j'ai utilisé le principe d'affordance en dimensionnant les tailles des champs qui permet de donner une indication implicite à la quantité de données attendue. Certain champ plus court donnera une sollicitation psychologique moins forte. J'ai gardé le concept d'une seule colonne afin de rendre le formulaire plus incitatif et réduire l'effort de l'utilisateur. J'ai mis en parenthèses les champs optionnels afin d'alléger la contrainte de devoir renseigner les champs obligatoires.

PROJET UX HUGGYSTUDIO

SKELETON

23



Whoop whoop

Nous sommes déjà très enthousiastes et nous vous contacterons bientôt.



[Retour à la page d'accueil](#)

Pour finir, j'ai gardé la page de confirmation afin de donner un accomplissement à l'utilisateur et un rebond sur la page d'accueil.

Responsive

J'ai également fait des maquettes responsives qui sont dans les annexes.

J'ai mis un menu sticky avec les options en « menu burger » et garder le format de changement d'onglet « Académie No-Code/Agence No-Code » en dessous du menu.



22:05

5G

<https://www.huggystudio.com/>

menu

1

2

3

4

Maquette

Planning

Projet

Contact

Final

Avez-vous des maquettes pour l'ensemble de l'application ?

Les wireframes sont une première représentation graphique/visuelle de votre idée de produit.



Oui, j'ai des maquettes



Non, pas encore

Il y a une légère modification dans le formulaire pour le positionnement de la thématisation des étapes qui est en horizontal dans le format responsive.

FAQ

J'ai mis en place une page FAQ, car ça a été la question qui a été la plus fréquemment demandé lors des tests utilisateurs. En effet, la FAQ permet aux internautes de mieux connaître l'entreprise ainsi que les produits et services qu'elle propose. Elle permet également d'enlever les inquiétudes des clients, soulager le support client et de booster le trafic du site grâce au référencement SEO. Toutes les questions sont en colonne afin d'avoir une bonne lecture et l'utilisateur peut voir la réponse de la question qui l'intéresse juste en cliquant sur le « + ». La réponse s'ouvrira ci-dessous. La FAQ est toujours en mise à jour.

Foire aux questions

FAQ

Qu'est ce que c'est?

Pour qui?

Comment?

Pourquoi?

Ai-je besoin d'avoir des connaissances préalables pour me lancer?

Peut-on suivre la formation à notre rythme et en parallèle de notre travail/études?

Sommes-nous accompagnés durant la formation?


La formation peut-elle être appliquée dans les marchés non-européens?

Comment se passe la formation? Est-elle présentielle?

Dans quelles langues sont les cours ?

Puis-je me désabonner à tout moment ?

Quel outil ai-je besoin pour les cours?



Tu hésites encore ?

Rencontre Roxie, notre Community Manager, pour en savoir plus.

Prendre un rendez-vous

5.SURFACE

Charte graphique



Font type : Outfit
Font color : #CC3D57

Font type : *Kalam*
Font color : #F3D3D9

Font color : #56568F

Font color : #72A79C

Feedback stakeholders

Le 3 aout 2022 a eu lieu le dernier entretien avec Daniel Abebe. Daniel fut très satisfait du projet notamment du fait que le développement du prototype est très réalisable et que les points marquants sont simples et efficaces. Il a apprécié la vision extérieure que je lui ai apporté ainsi que les tests utilisateurs. Il a apprécié que j'apporte des propositions et des solutions à chacune des pages car son désir initial était uniquement focalisé sur le formulaire et a vu l'importance de tout optimiser et est convaincu que tout cet apport optimisera la conversion du site HuggyStudio.

Conclusion

Pour ce projet, j'ai essayé de cocher toutes les cases pour donner une expérience optimale et performante avec les 6 étapes essentielles de Magnus Revang :

1. La visibilité : En modifiant le texte pour que le site soit plus compréhensible pour un novice.
2. L'accessibilité : J'ai prototypé de manière responsive.
3. L'attractivité : Le site en lui-même est attractive, pour cette étape, je me suis concentré sur le formulaire en voulant donné une impression de faire un « jeu » plutôt qu'une tâche et en simplifiant leurs étapes.
4. La prise en main : J'ai opté pour une ergonomie optimale en changeant le texte des boutons d'action qui initialement était un jargon peu compréhensible pour l'utilisateur.
5. La crédibilité : Le fait d'avoir dessiner un onglet qui différencie les prestations du site et de faire comprendre le but des prestations, ce qui était une problématique lors du premier entretien et la création d'un FAQ.
6. L'efficacité : Les tests utilisateurs ont conforté mes attentes.

Ce projet était parfait pour moi car il était lié à ma formation dans le marketing digital. Le retour du PDG m'a conforté dans la direction que j'ai prise. Malgré sa petite réticence de donner des projets à des étudiants, il a été très satisfait de cette nouvelle version et est convaincu que mon projet optimisera à la conversion. Il m'a confié qu'il apportera cette version à son site et serai ravi de me recommander. Et ses commentaires m'ont donné une grande satisfaction.

En effectuant des crash tests, j'ai appris et compris la pertinence des tests utilisateurs qui m'a été une grande valeur pour faire des itérations : pour répondre aux attentes, à la compréhension, d'anticiper les interrogations des utilisateurs afin de rendre le site attractif et sa conversion.

Grâce à ce projet, j'ai compris la grande importance qu'est un UX Designer.

Annexes

- Homepage – Avant/Après
- Agence - Avant – Après
- Formulaire - Avant – Après
- Maquette Responsive - Formulaire