

CONCEVOIR LA NAVIGATION

numberly

label école
l'école e-commerce inclusive
par label emmaüs

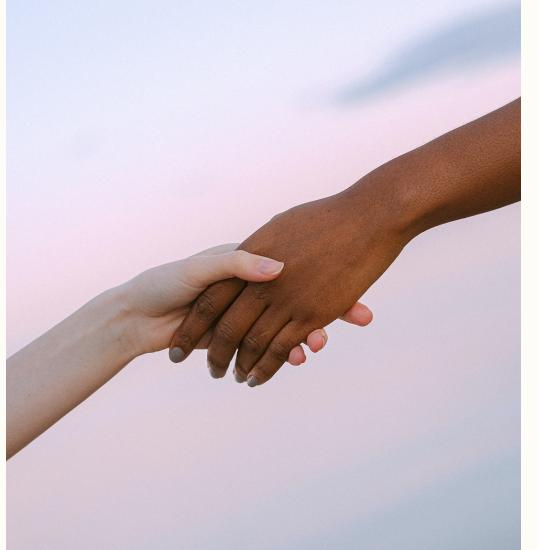
C'est quoi l'UX ?

L'expérience utilisateur désigne **l'ensemble des interactions** qu'un utilisateur a avec un produit. Elle comprend aussi **le ressenti émotionnel** de l'utilisateur lorsqu'il utilise un produit.



Le process de design thinking :

EMPATHIE



Comprendre ses utilisateurs et leurs problématiques.

DÉFINITION



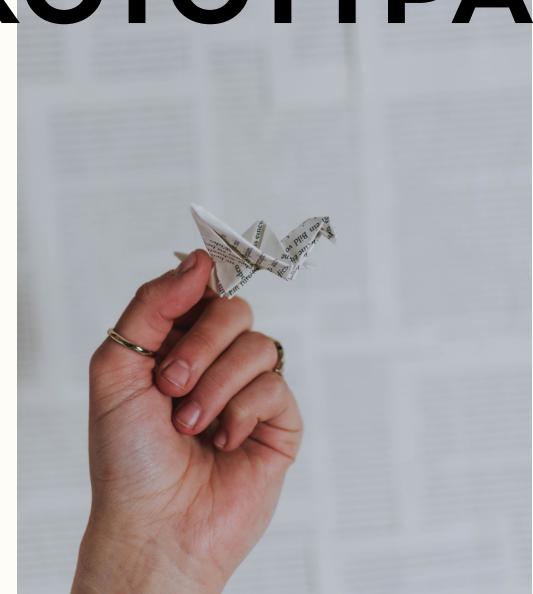
Définir la problématique à laquelle on souhaite répondre.

IDÉATION



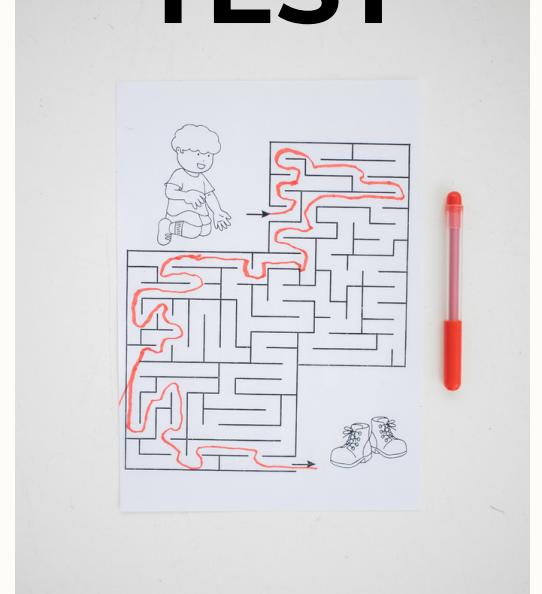
Générer des idées de solutions.

PROTOTYPAGE



Créer des prototypes basse fidélité PUIS haute fidélité que l'on peut tester avec les utilisateurs.

TEST



Tests utilisateurs pour valider ou réajuster le prototype.

Vous avez déjà réfléchi à :

EMPATHIE



DÉFINITION

&



EMPATHIE



&

DÉFINITION



En comprenant les choix et les comportements de la personne, vous pouvez identifier ses besoins et concevoir pour répondre à ces besoins.

PERSONAS

FOCUS
GROUPE

ENQUÊTES

INTERVIEWS
CONTEXTUELLES

INTERVIEWS
RETROSPECTIVES

SONDAGES

Aujourd'hui vous allez :

IDÉATION PROTOTYPAGE



Au programme :

1. User stories
2. Arborescence
3. Storyboarding
4. Sketching
5. Responsive design

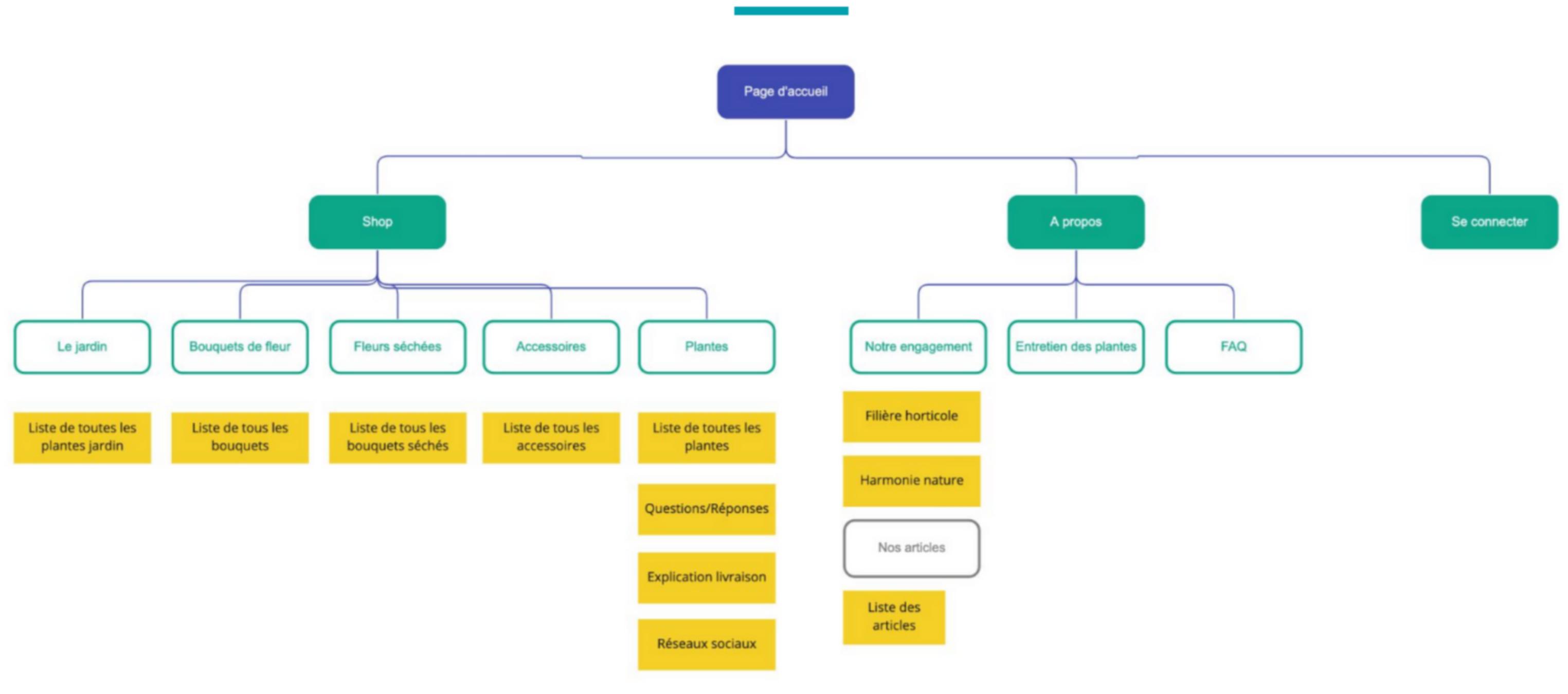
Livrables :

1. Liste des fonctionnalités en fonction des User Stories
2. La structure du site : l'arborescence
3. Storyboard d'une section du site/app
4. Sketch d'une section du site/app

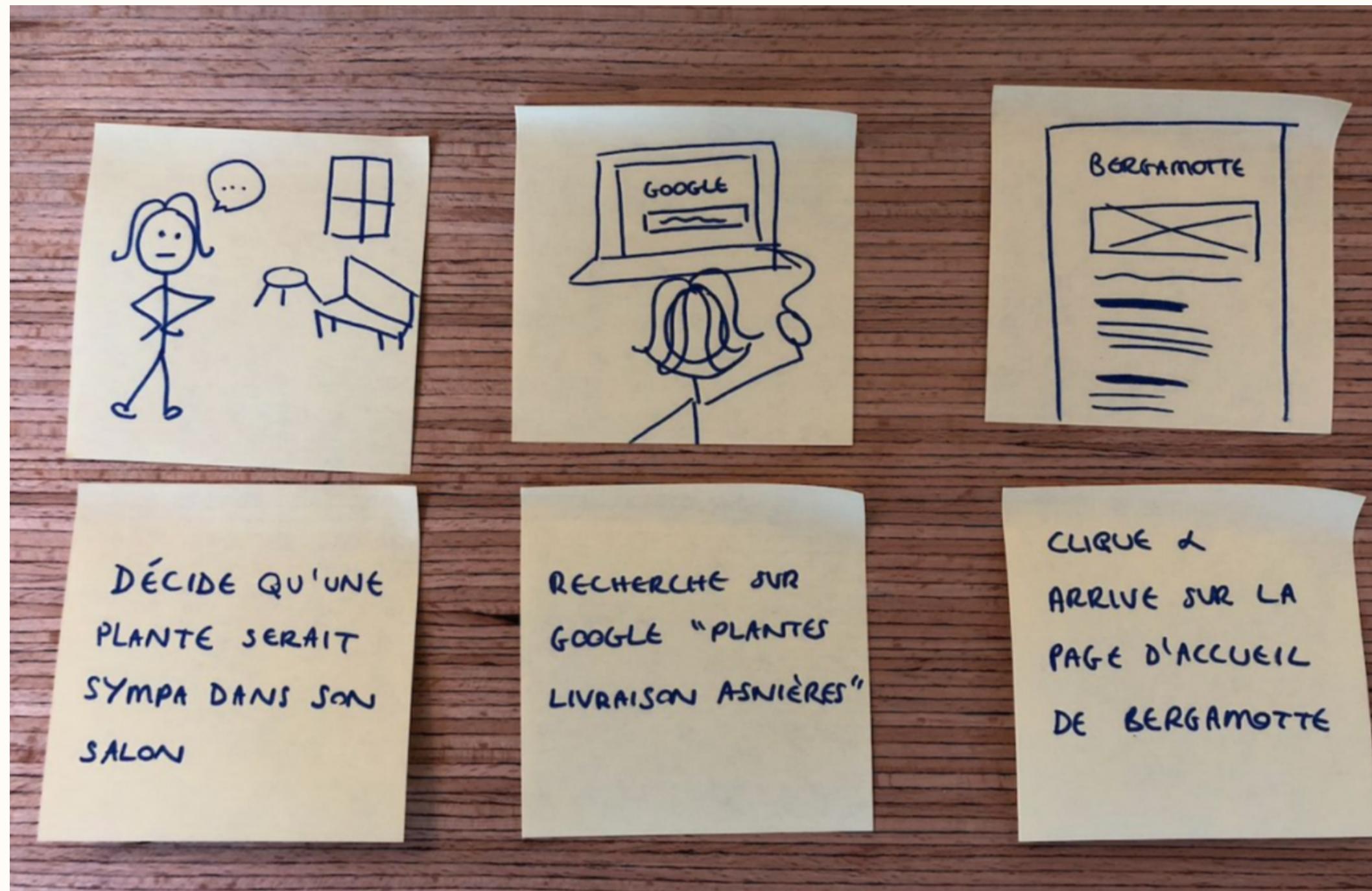
User Stories

Activité	Vérifier le solde du compte	Je souhaite déposer un chèque
Epic : étape de l'activité	Se connecter	Entrée dans l'espace du compte
	Remise de chèque en ligne	Prendre en photo le chèque
	Soumettre le dépôt	Confirmer le dépôt
Détails : user stories qui détaillent l'épic	Entre son nom de compte ou son adresse mail	Consulter le solde du compte
	Conseils pour prendre des photos du chèque	Pop up autoriser l'accès à la caméra
	Confirmier le dépôt	Affichage du message de confirmation
	Entrer son mot de passe	Voir les transactions en cours
	Tourner le téléphone à l'horizontal	Valider le montant déposé
	Réceptionne l'email de confirmation	
	Cliquer sur le CTA "se connecter"	Ouvrir un nouveau compte
	Prendre une photo du devant et du dos du chèque	Annuler le dépôt

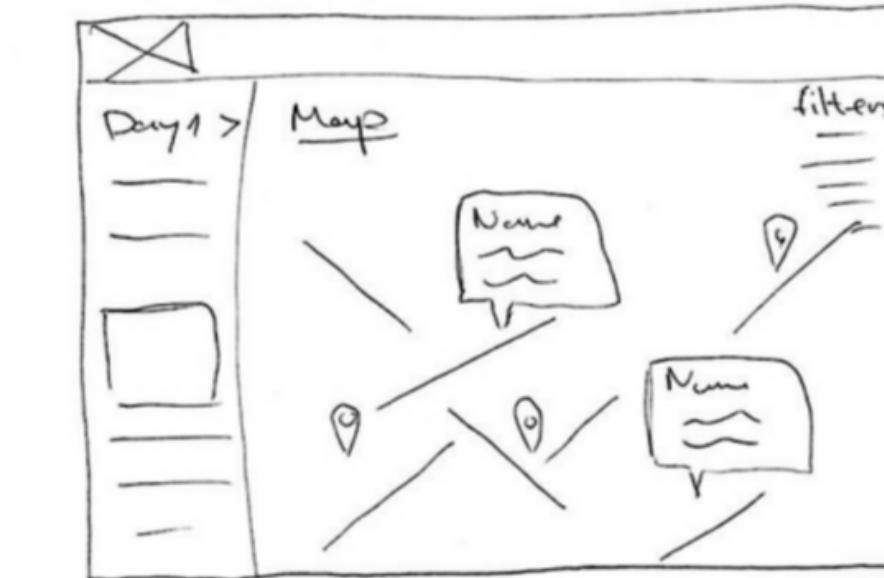
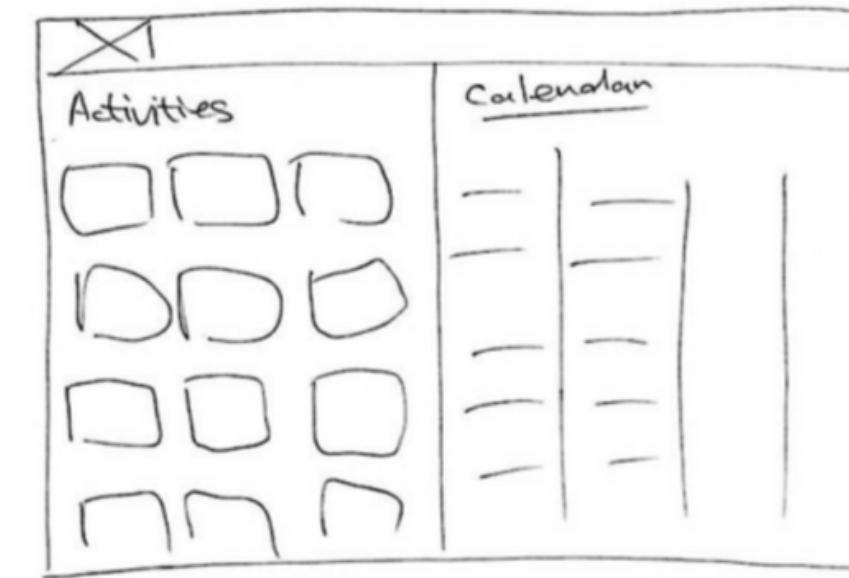
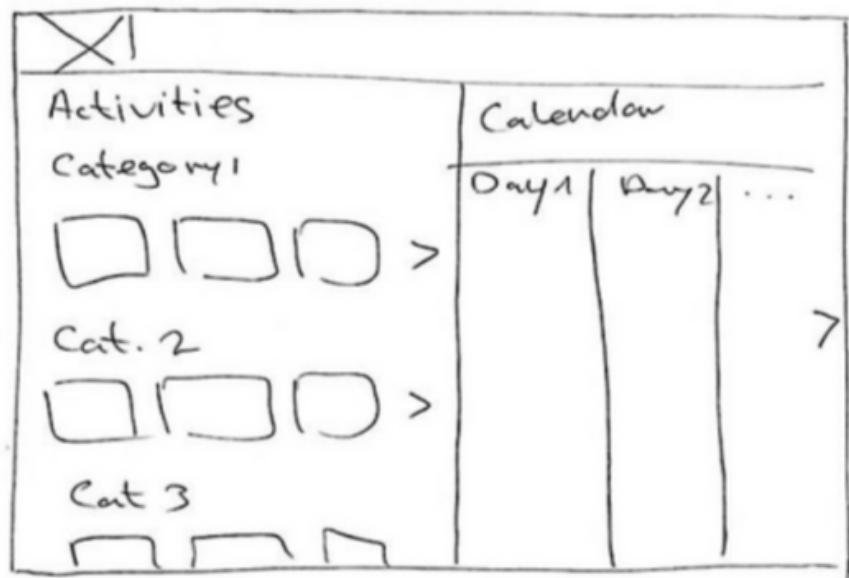
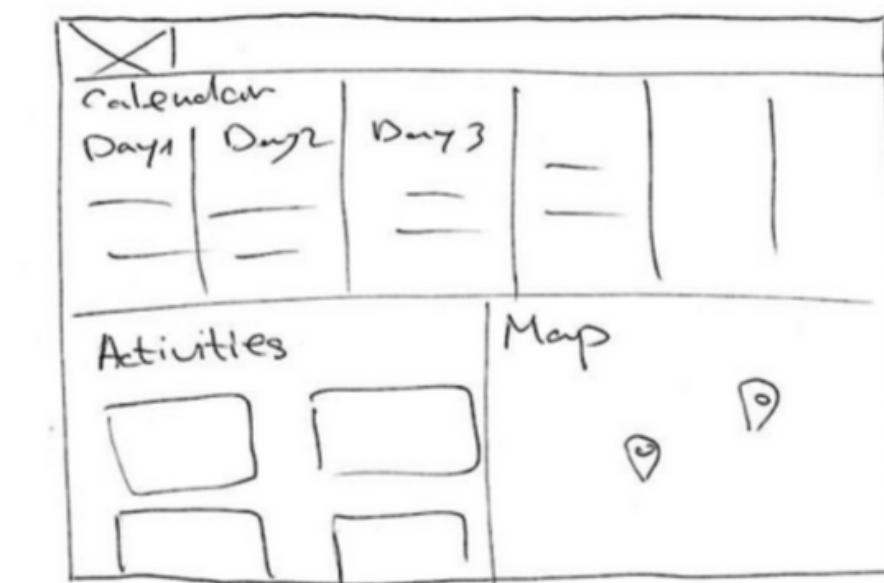
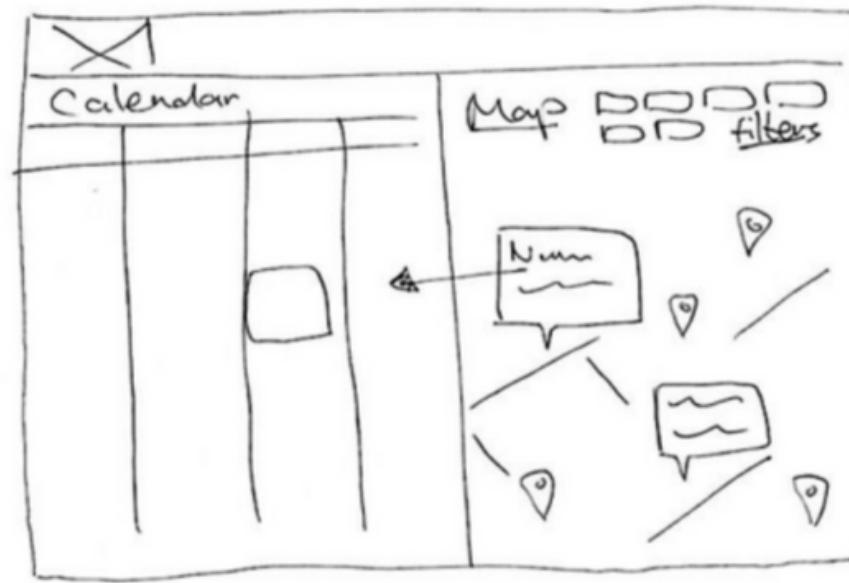
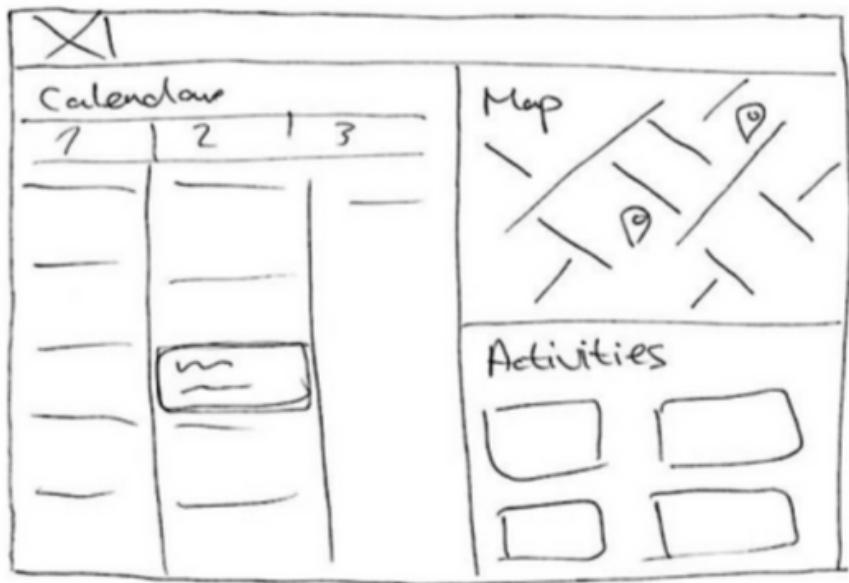
L'arborescence



Le storyboarding



Sketches



USER STORIES

C'est quoi ?

Chaque fonctionnalité d'un produit est écrite sous la forme d'une User Story : une description brève de la fonctionnalité du point de vue de l'utilisateur.



USER STORIES

exemple

- En tant qu'apprenant à Label École, ●
- je veux apprendre à écrire des user stories, ●
- pour construire mon site internet ! ●

USER STORIES

exemple

- En tant que détenteur d'un compte courant, ●
- je veux déposer mes chèques sur mon application mobile ●
- afin de ne pas avoir besoin d'aller à la banque ●

USER STORIES

exemple

- En tant qu'utilisateur,
- je veux marquer une ligne aérienne en favoris,
- afin d'obtenir des suggestions de voyage avec cette ligne

USER STORIES

exemples



Vinted



En tant que...(type d'utilisateur)



Je veux que...(objectif)



afin de...(bénéfice)



USER STORIES

mais pour quoi faire ?

Avoir une vue d'ensemble de toutes les fonctionnalités d'un produit & permet l'organisation du développement du produit.

Quand ?

Après la phase de recherche utilisateur (personas) et définition de la problématique

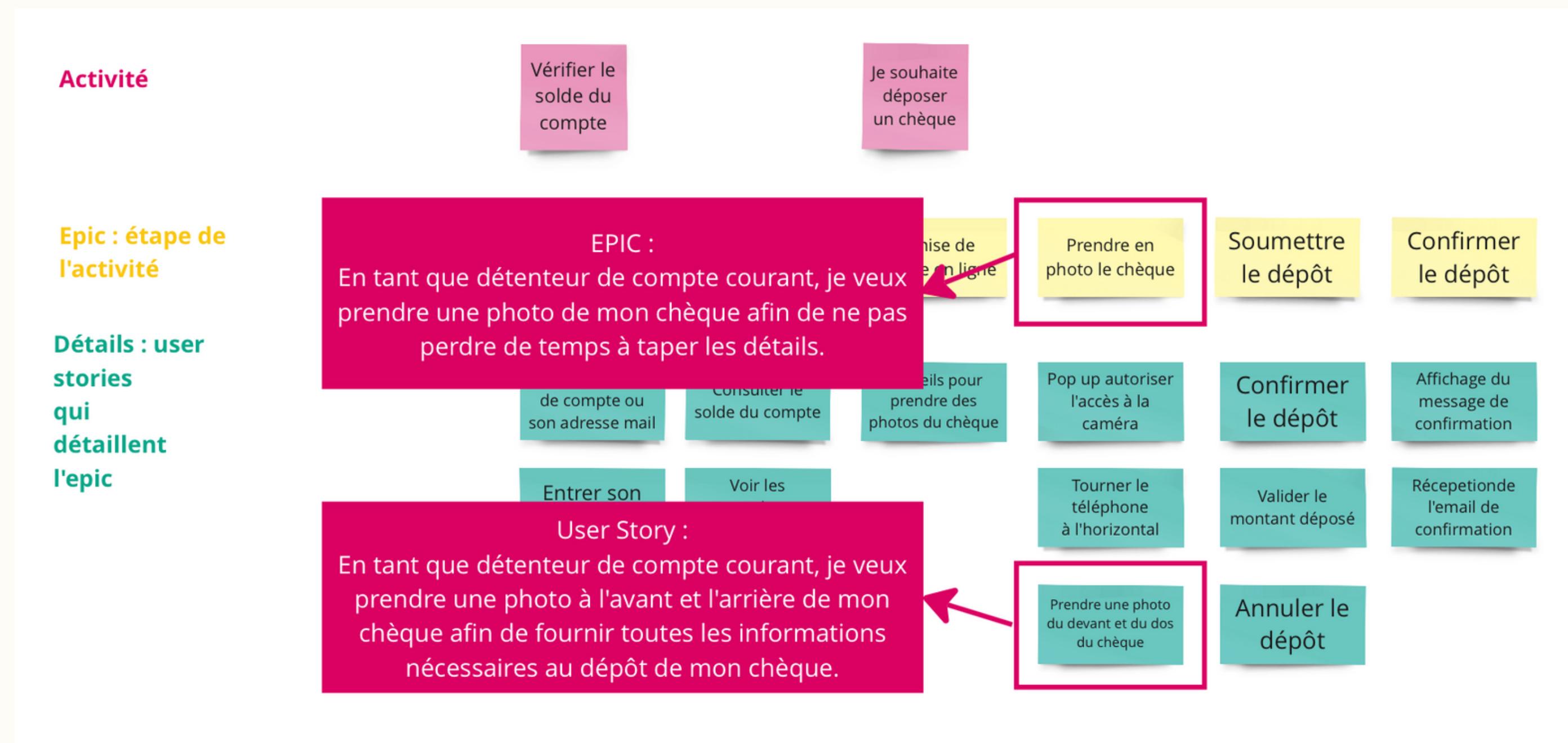
USER STORIES

par activité

Activité	Vérifier le solde du compte	Je souhaite déposer un chèque				
Epic : étape de l'activité	Se connecter	Entrée dans l'espace du compte	Remise de chèque en ligne	Prendre en photo le chèque	Soumettre le dépôt	Confirmer le dépôt
Détails : user stories qui détaillent l'epic	Entre son nom de compte ou son adresse mail	Consulter le solde du compte	Conseils pour prendre des photos du chèque	Pop up autoriser l'accès à la caméra	Confirmer le dépôt	Affichage du message de confirmation
	Entrer son mot de passe	Voir les transactions en cours	Tourner le téléphone à l'horizontal	Valider le montant déposé	Réception de l'email de confirmation	
	Cliquer sur le CTA "se connecter"	Ouvrir un nouveau compte	Prendre une photo du devant et du dos du chèque	Annuler le dépôt		

USER STORIES

par activité



USER STORIES

ce qu'il n'est ~~pas~~

- Une longue phrase qui détaille le fonctionnement d'un fonctionnalité.
- Un aspect technique du produit (on reste du point de vue de l'utilisateur).

USER STORIES

Les grandes étapes

1. Identifier les grandes activités de votre site/app :

Replongez vous dans vos personas : quels objectifs souhaitent-ils accomplir ?

Par exemple : découvrir les produits, recherche un produit, créer un compte client, localiser une boutique, prendre rendez-vous, créer un t-shirt personnalisé...

2. Choisissez une activité sur laquelle vous concentrer et listez les epics au sein de cette activité :

Par exemple : dans l'étape " Rechercher un produit, nous aurions l'épic suivant : en tant qu'utilisateur, je veux filtrer les résultats afin de voir uniquement ce qui m'intéresse.

3. Détaillez chaque Epic :

Par exemple : filtrer par marque, par prix, par taille...



À VOUS DE JOUER !
(30 min)

L'ARBORESCENCE

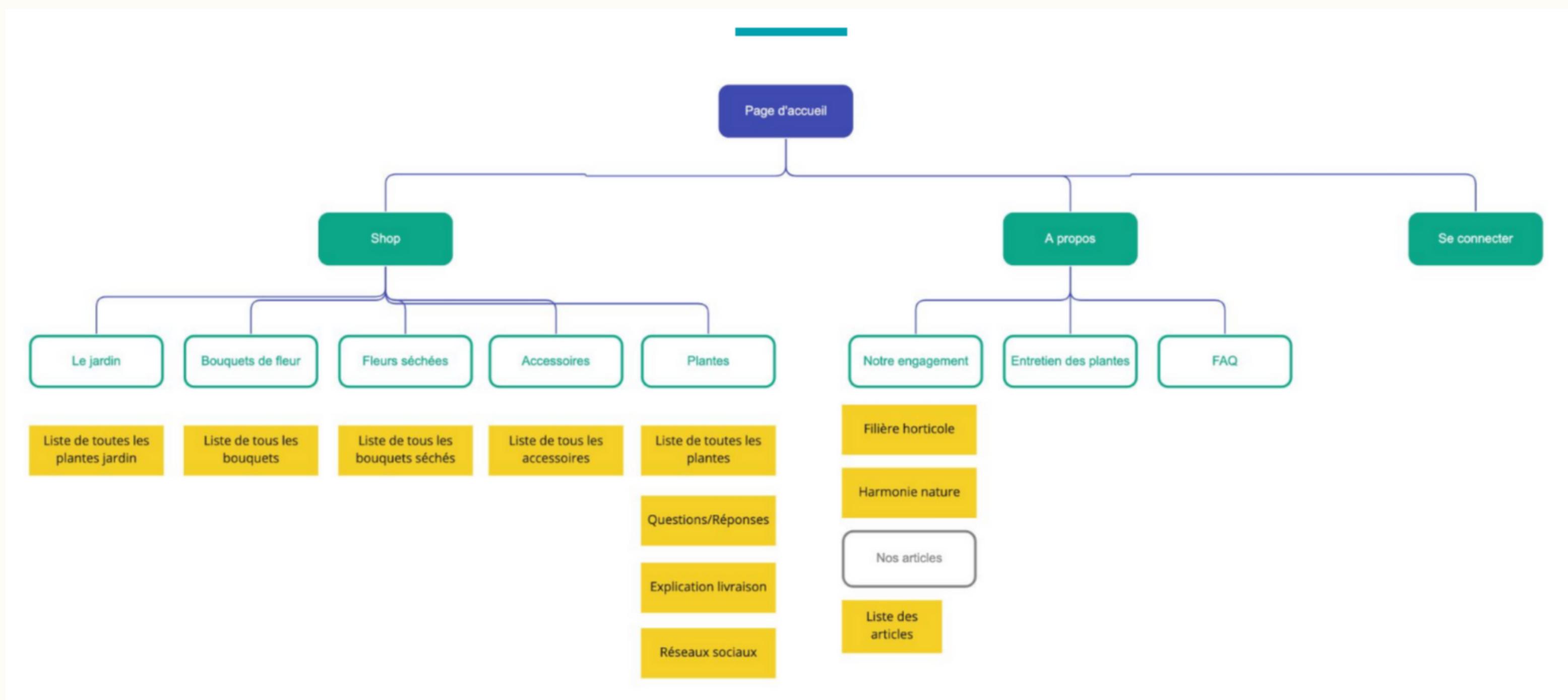
C'est quoi ?

Il s'agit de la structure de toutes les informations de votre application ou de votre site web. Elle informe directement la navigation du produit.



L'ARBORESCENCE

Exemple



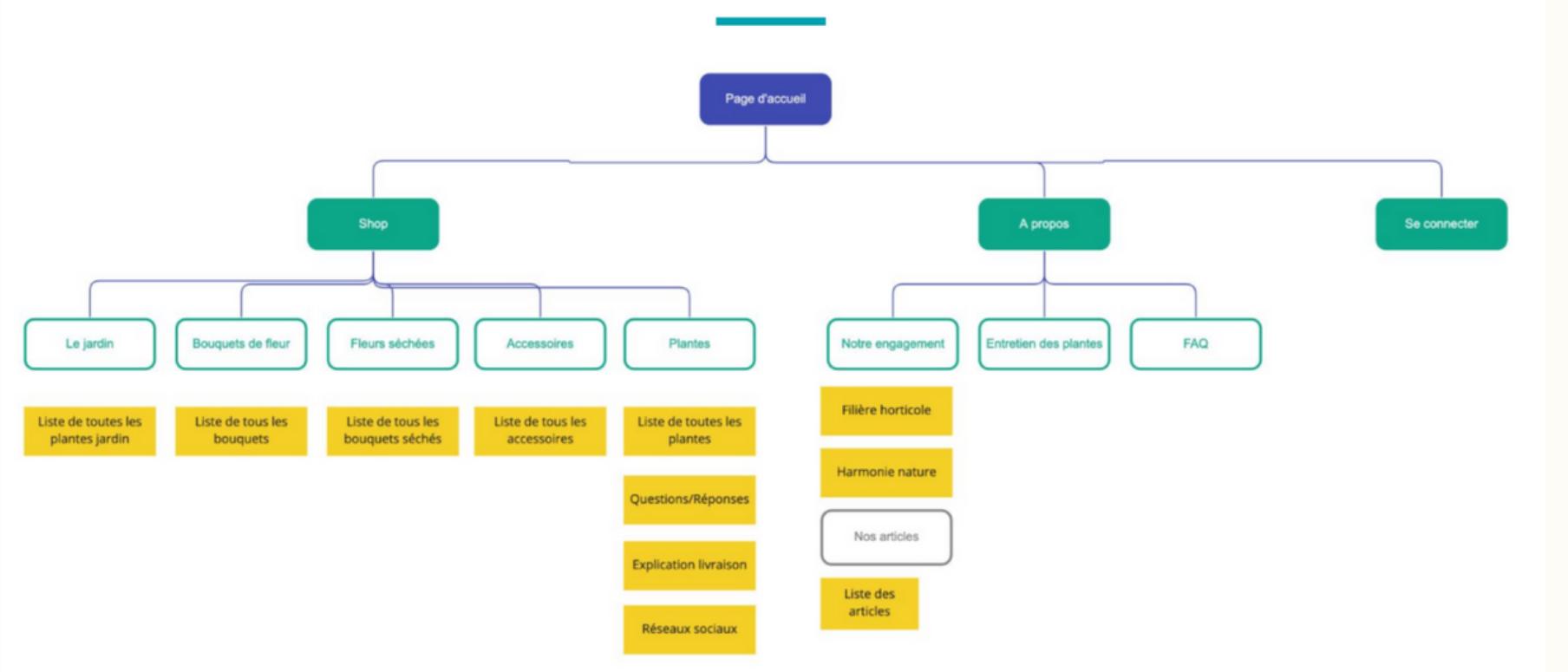
ARBORESCENCE

L'architecture de l'information n'est pas directement visible par l'utilisateur. Elle est documentée sous forme d'un diagramme.

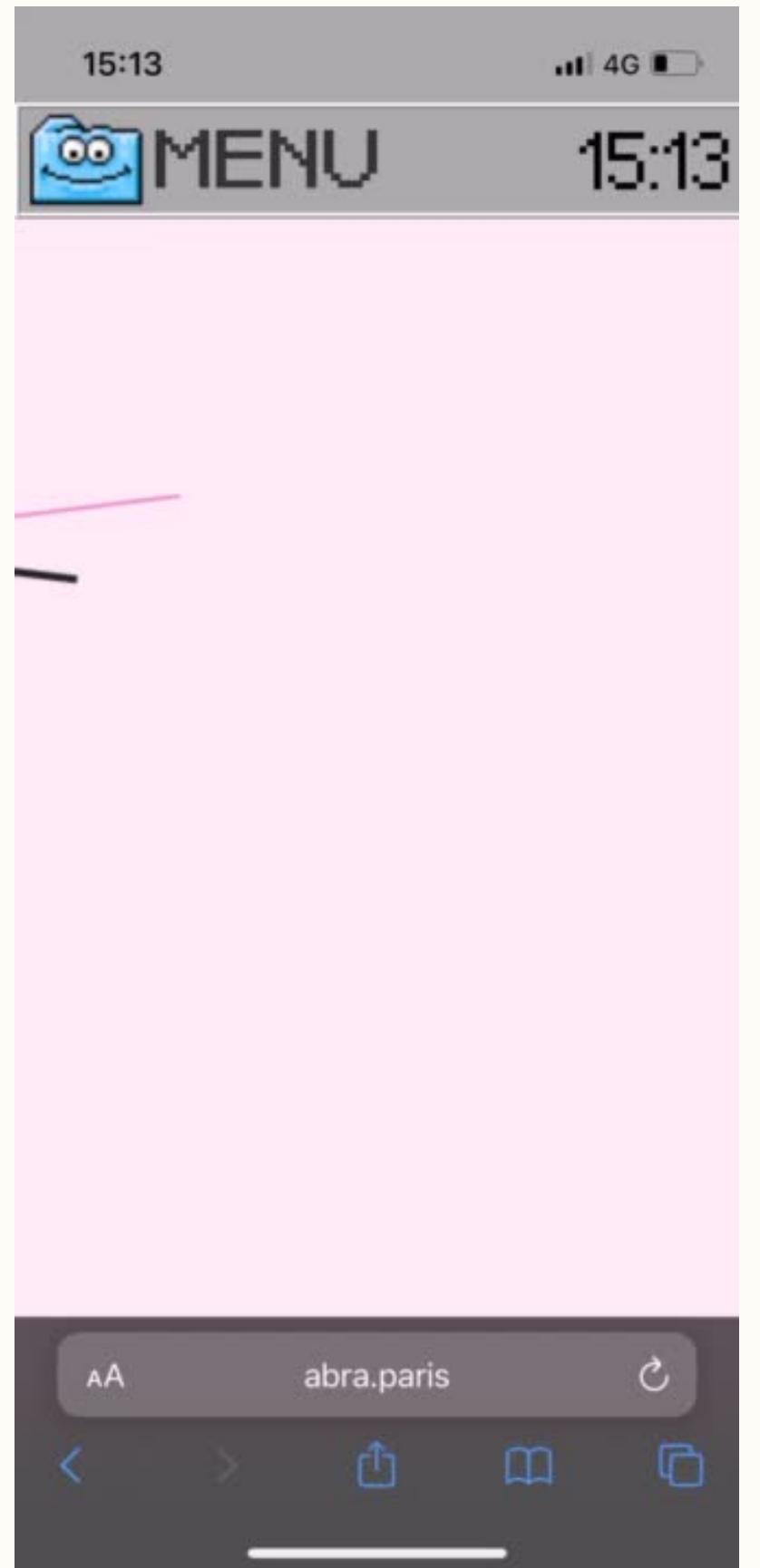


NAVIGATION

La navigation est un ensemble de composants UI que l'utilisateur va utiliser pour naviguer entre les pages d'un site ou d'une application.



Vs.



BERGAMOTTE

Exemple

C'est la fin de la saison pour nos anémones, tulipes et renoncules. Craquez pour elles, juste ICI

SHOP À PROPOS BERGAMOTTE ME CONNECTER PANIER 0



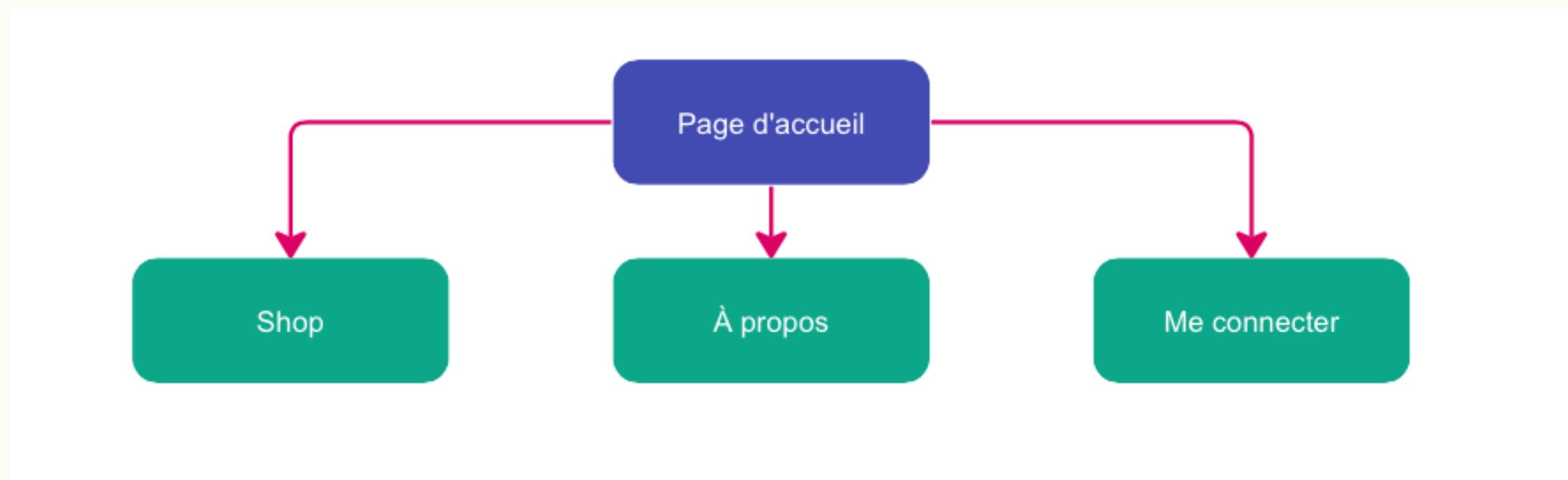
Vivez l'été en multicolore, éternellement.

Nos fleurs et couronnes séchées

SONT ICI

BERGAMOTTE

Exemple



BERGAMOTTE

Exemple

de la saison pour nos anémones, tulipes et renoncules. Craquez pour elles, juste ICI

SHOP À PROPOS

TOUS LES PRODUITS

Bouquets de Fleurs

Plantes d'intérieur

Plantes
d'extérieur

Fleurs Séchées

NOUVEAU

Abonnement

Carte Cadeau

X

BERGAMOTTE

ME CONNECTER

PANIER 0

Vivez l'été en multicolore, éternellement.

Nos fleurs et couronnes séchées

SONT ICI

BERGAMOTTE

Exemple



BERGAMOTTE

Exemple

C'est la fin de la saison pour nos anémones, tulipes et renoncules. Craquez pour elles, juste ICI

SHOP À PROPOS BERGAMOTTE ME CONNECTER PANIER □ 0

Plantes d'extérieur NOUVEAU Fleurs Séchées Anniversaire Cadeaux

Profitez de la livraison le jour même ! Pour savoir si le code postal de destination est livrable en 3h, entrez-le vite.

On vous livre où ?

VILLE OU CODE POSTAL

Et quand ?

→ Dès que possible
📅 À une autre date

Filtrer

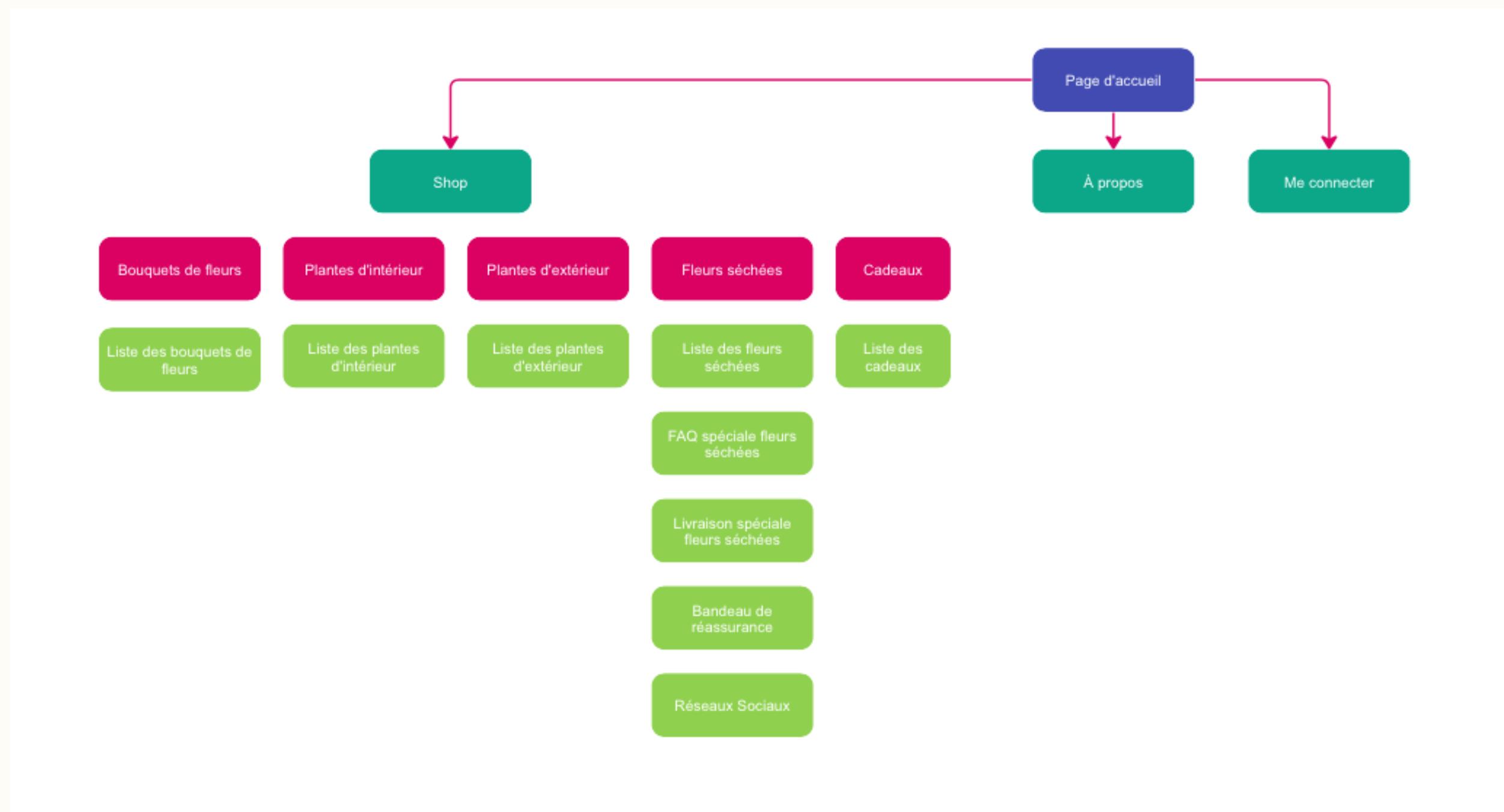
Fleurs Séchées

Profiter de jolies fleurs sans risquer de les voir faner ? Voici un rêve devenu réalité grâce à nos créations de fleurs séchées. Nous n'avons pas résisté à cette tendance un brin rétro et follement poétique. Longtemps assimilées à nos grands-mères, elles reviennent avec poésie sur le devant de la scène. Immortelle, gypsophile, lagurus, statice... Inspirées par la nature sauvage, les fleurs séchées seront pour toujours, une valeur sûre. A offrir ou à s'offrir, nos bouquets de fleurs séchées sont proposés en livraison en 3h à Paris et partout en France en quelques heures seulement, de Bordeaux à Lyon en passant par Nantes.

FLEURS SÉCHÉES FLEURS SÉCHÉES FLEURS SÉCHÉES

BERGAMOTTE

Exemple



L'ARBORESCENCE

Et si on ne le fait pas ?



- Passer directement au design de la navigation sans réfléchir à l'ensemble du contenu de votre site est très risqué.
- L'arborescence vous donne une vue d'ensemble de tout le contenu que votre produit propose : en l'ométant vous risquez de devoir revoir le design de la navigation voir certaines pages à un stade avancé du design.

L'ARBORESCENCE

Créer avec le card sorting



Le card sorting est une méthodologie utilisée dans le domaine de l'ergonomie informatique et l'expérience utilisateur (ux). La technique consiste à classer des cartes pour structurer l'information.

REPLONGEZ-VOUS DANS VOS PERSONAS

John Matthews



Bio
John is a CEO of an advertising agency and has a lot on his plate every day. As chief executive, he has to keep himself alert during meetings and the decision-making processes.

He understands that health is the most critical factor for his work performance. John is very health-conscious and makes sure that he is physically fit. He finds time to exercise and eat healthy food.

Health Habits
 Regular 30-minute exercise
 Strict diet plan
 Keeping hydrated

Motivation
 Work performance
 Focus
 Family

Marital Status
Married with 2 children

Education
Post Graduate

Wants

- Looking for a better alternative to save time for exercise in a busy schedule.
- Exploring other options like high-intensity interval training

Frustrations

- Missing the daily exercise slot because of a hectic schedule.
- Unable to adhere to healthy eating at parties and meetings

“
I believe good health is the secret to my success!"

- Quels sont les objectifs de vos utilisateurs ?
- Quelle organisation de contenu les aideraient à atteindre ces objectifs ?

Étape 1

LISTER TOUTES LES CONTENUS SUR DES POST-IT



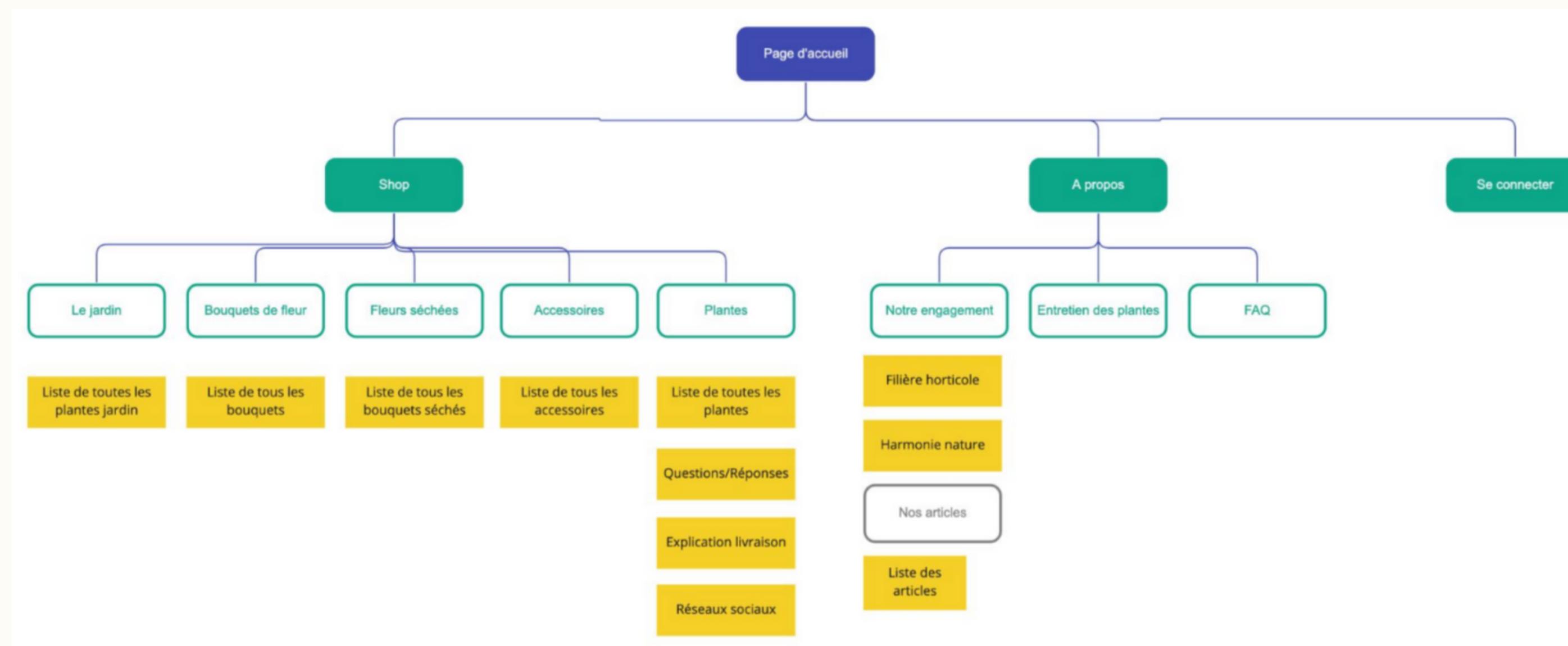
Étape 2

REGROUUPER LES CONTENUS PAR THÉMATIQUES



Étape 3

CRÉEZ VOTRE ARBORESCENCE !



Étape 4

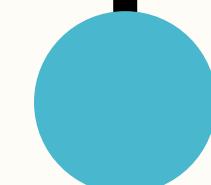
À V O U S D E J O U E R !

(3 0 m i n)

Les 4 étapes



Replongez-vous dans vos personas et user stories : qu'est-ce que les utilisateurs s'attendent à voir sur votre app/site ?



Lister tous les contenus que votre site/app doit contenir.
Un blocage ? Aller voir votre benchmark des sites concurrents !



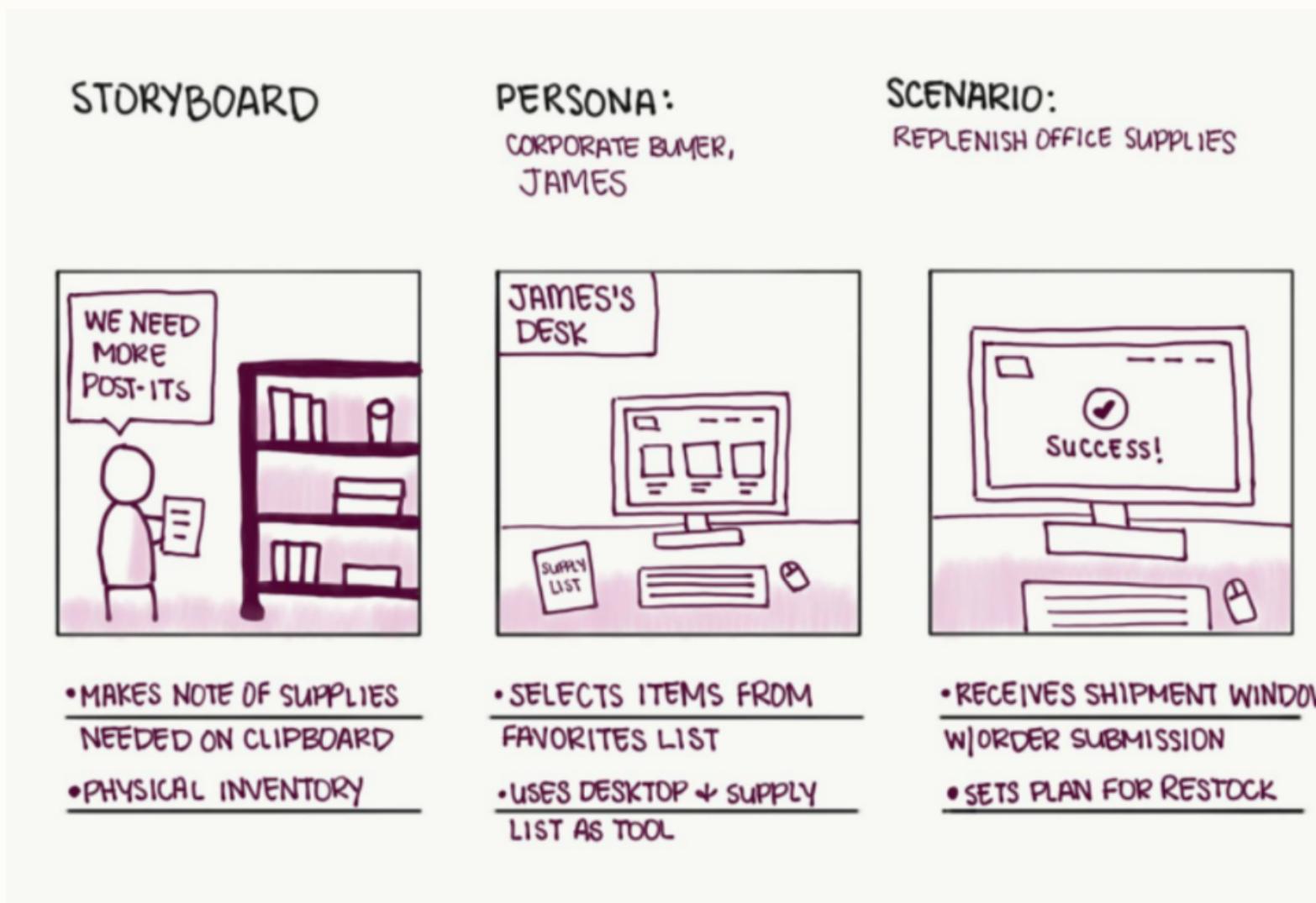
Regrouper les contenus par thématique.



Créez votre arborescence sous forme de diagramme.

LE STORY BOARD

C'est quoi ?



Le story board communique une histoire à travers des images dans une séquence de panneau qui représente chronologiquement les étapes d'un scénario.

LE STORY BOARD

Comment s'en servir ?

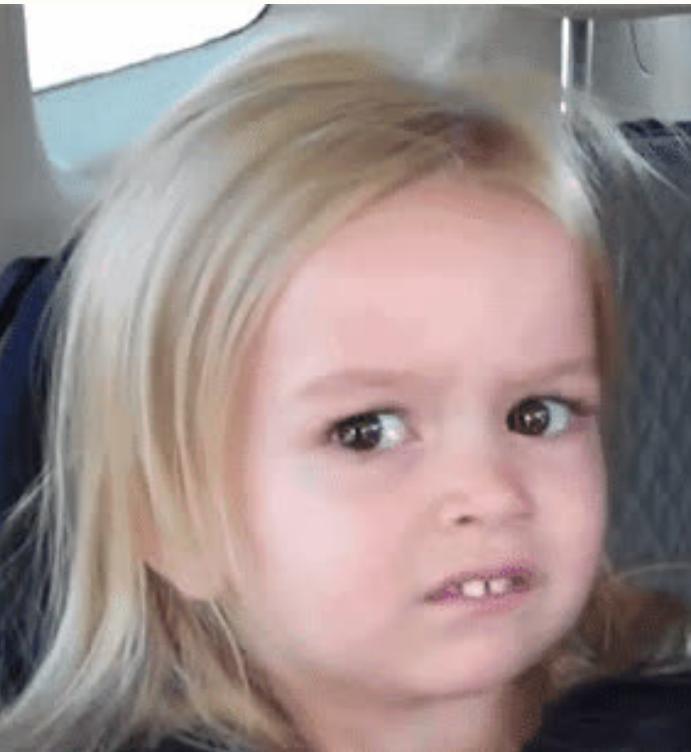
C'est un très bon outil car il est simple et visuel. Il permet de communiquer une idée facilement et de manière mémorable.

Dans l'univers l'UX, on peut s'en servir pour plusieurs raisons :

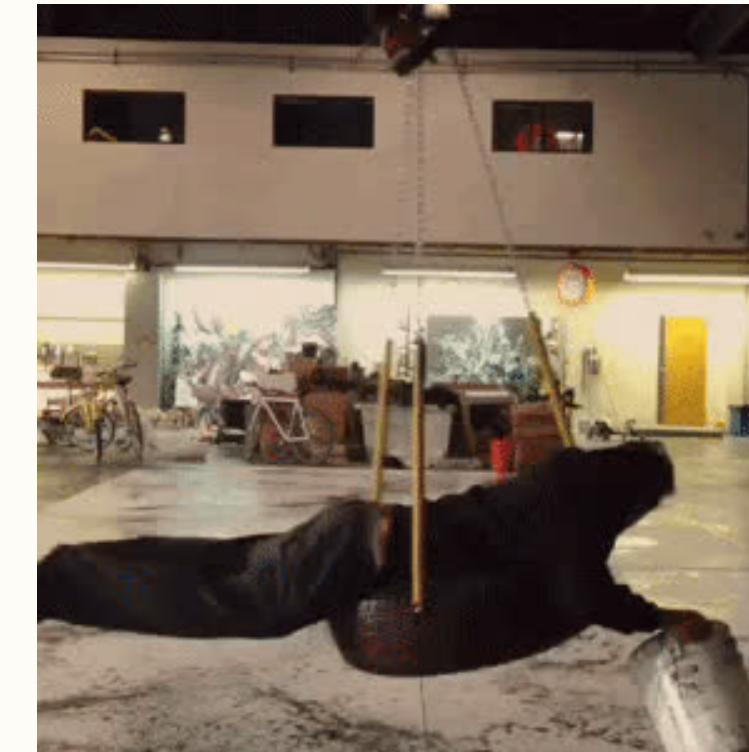
- **Pour apporter du contexte** à d'autres parties prenantes du projet, par exemple pour représenter le parcours actuel des utilisateurs sur un site pour mettre en avant les problèmes existants. Cela peut servir aussi à proposer un nouveau parcours et le montrer aux autres pour s'aligner sur la vision.
- **Pour faire de l'idéation** : générer différents scénarios pour un parcours spécifique.

LE STORY BOARD

Points de vigilance



Vous bloquer parce
que vous n'êtes pas
Van Gogh



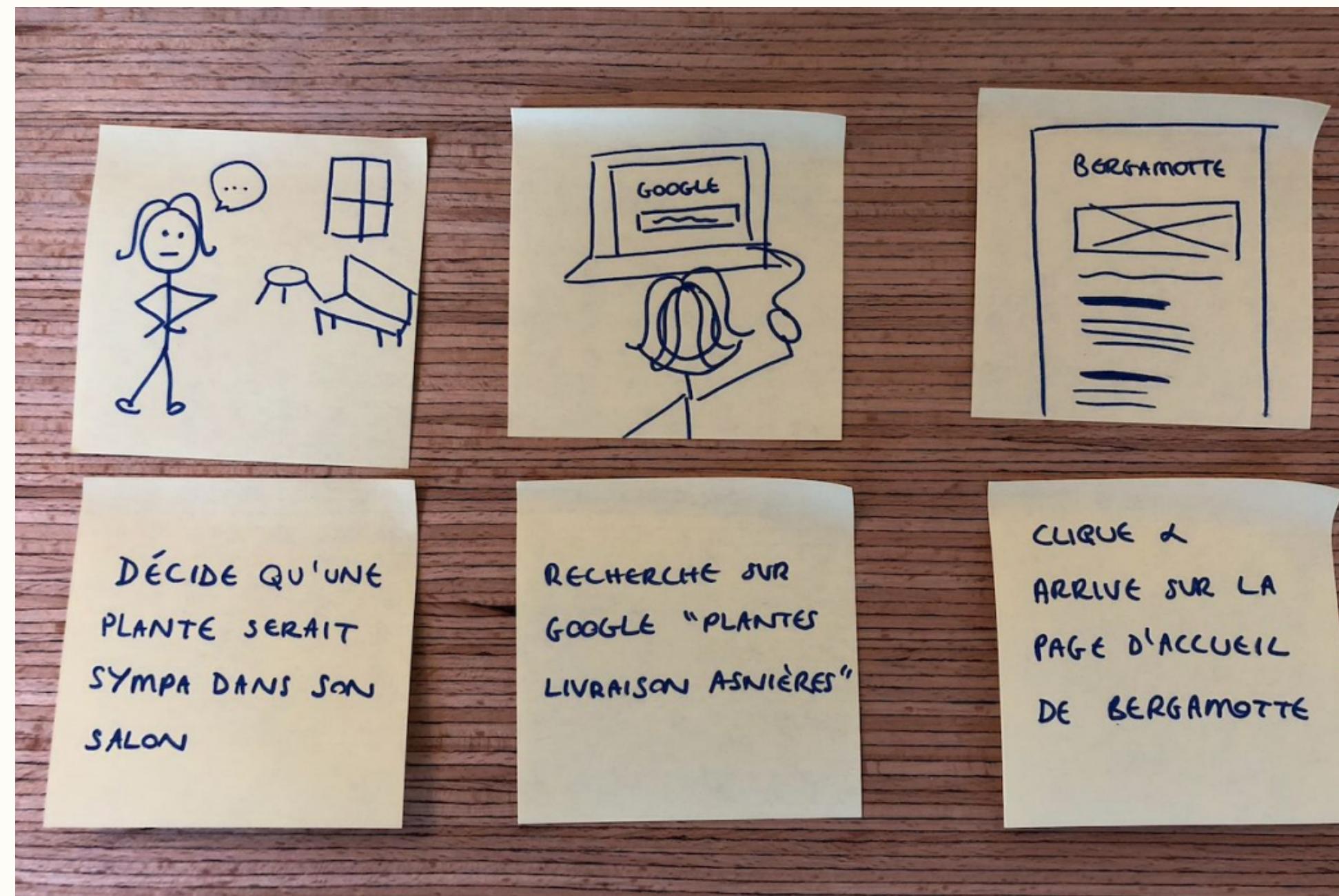
Perdre du temps
dans les détails du
dessin



Détailler le
fonctionnement
d'une fonctionnalité

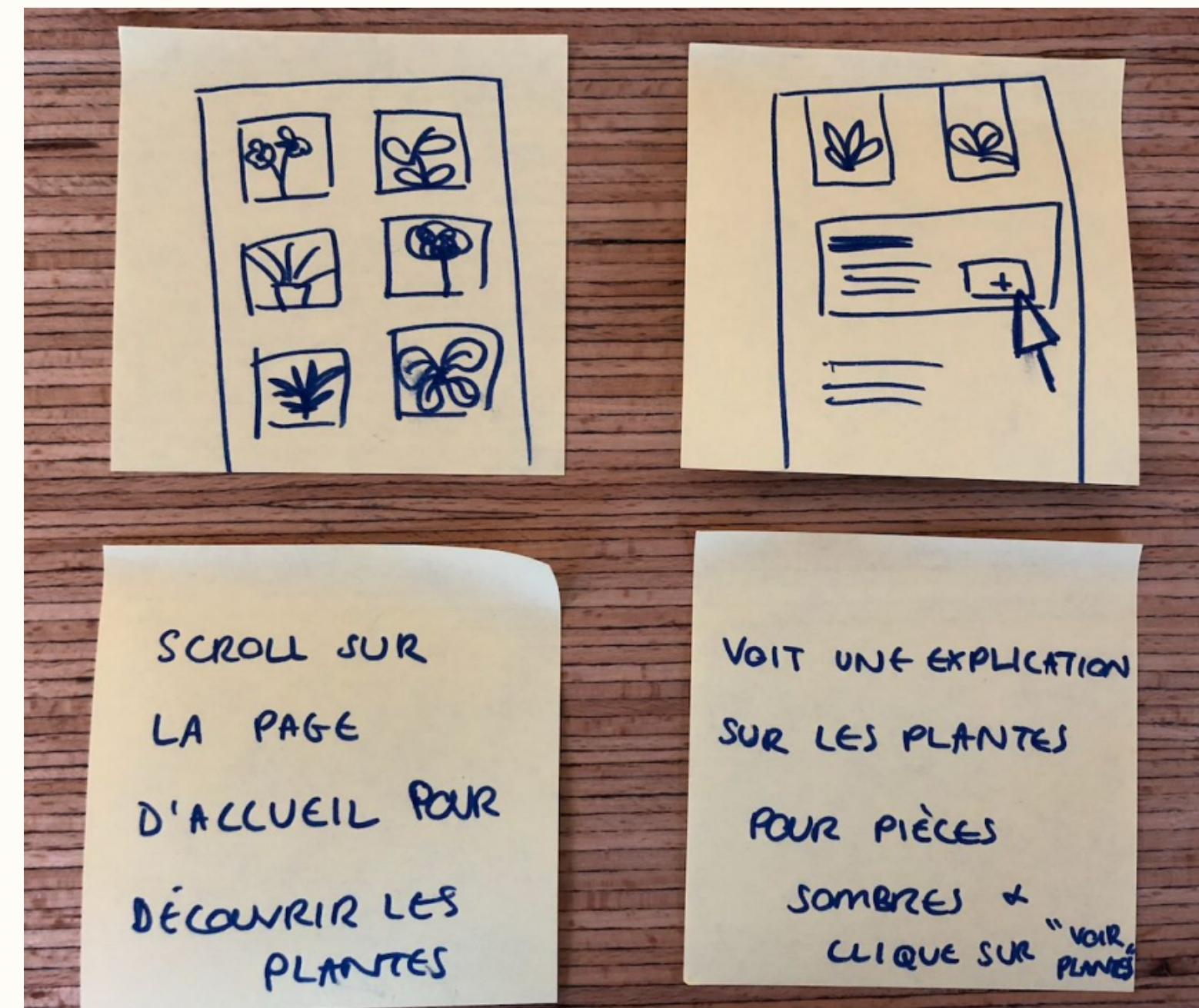
LE STORY BOARD

Exemple

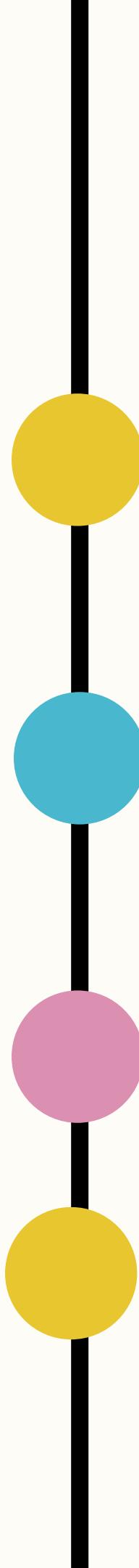


LE STORY BOARD

Exemple



Les 4 étapes



Choisir le persona & l'activité à représenter.

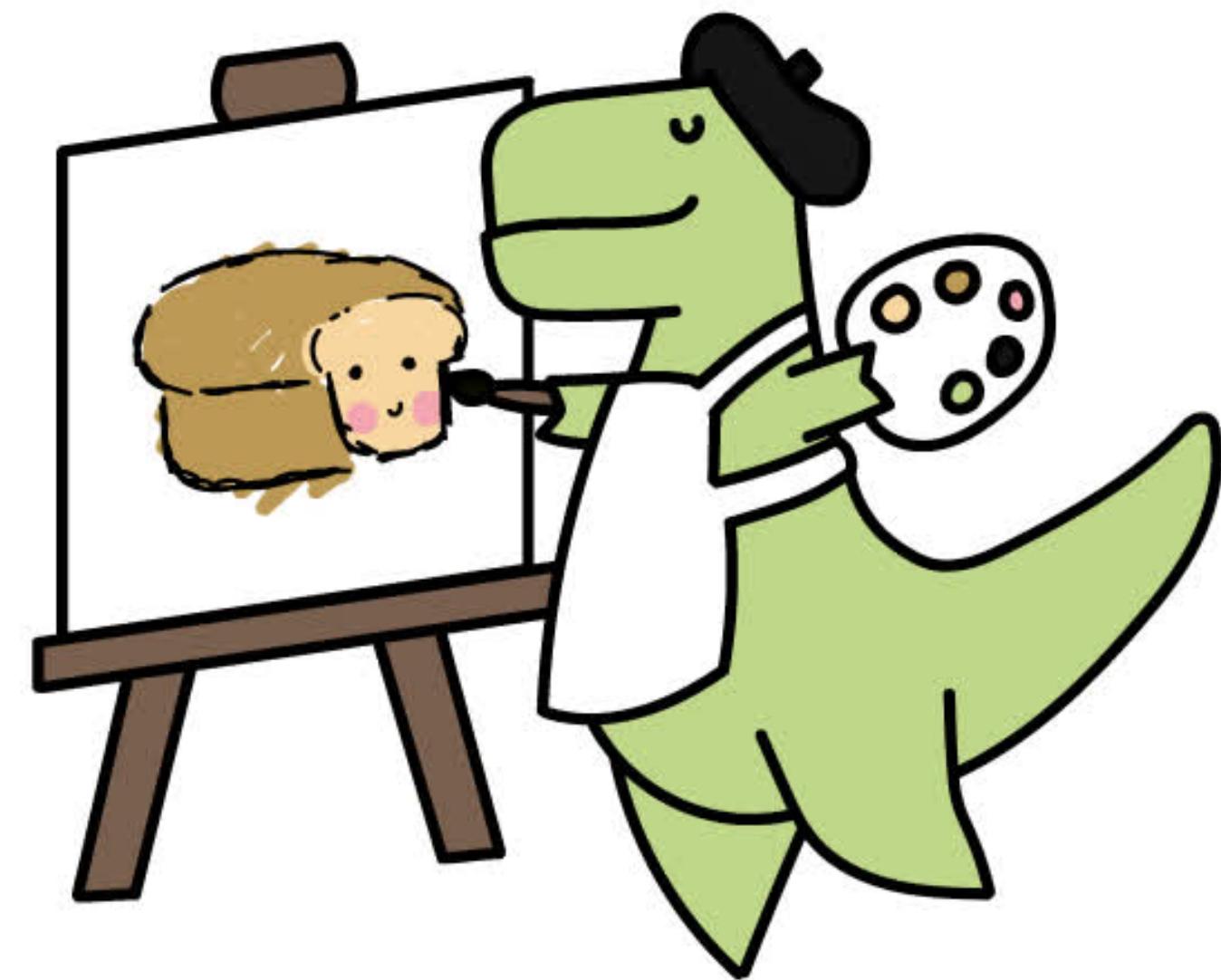
Ex : une utilisatrice souhaite trouver une plante pour son salon.

Commencez par écrire le nom de chaque étape sur un post-it et mettez-les côté à côté.

1 post-it = une étape. Écrivez à la 3ème personne.

Ajoutez un visuel sur un 2ème post-it par étape.

N'hésitez pas à changer l'ordre des post-it, supprimer une étape ou en ajouter une nouvelle.



À VOS POST-IT !

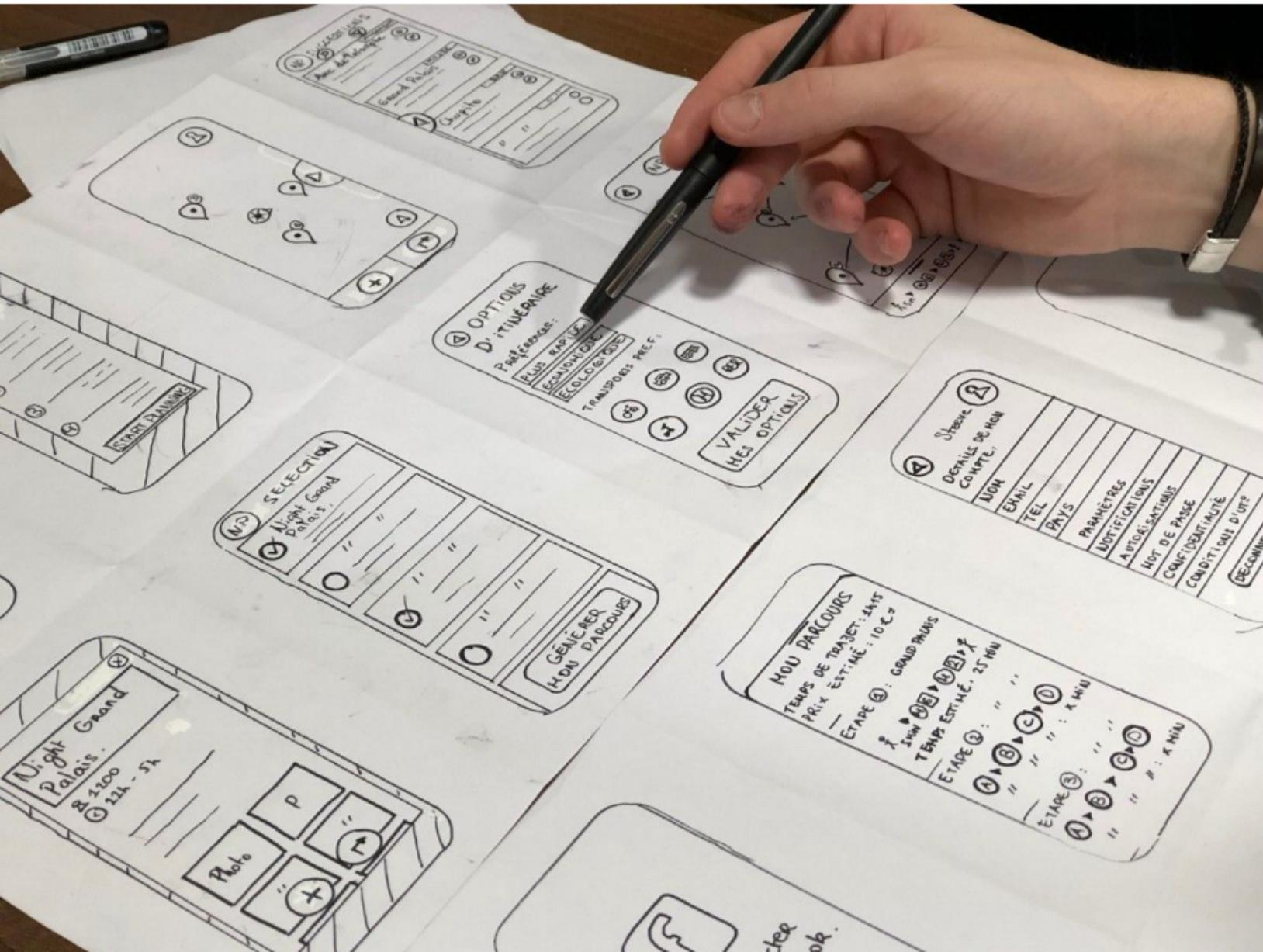
(30 min)



échange et feedback
(10 min chacun)

LE SKETCHING

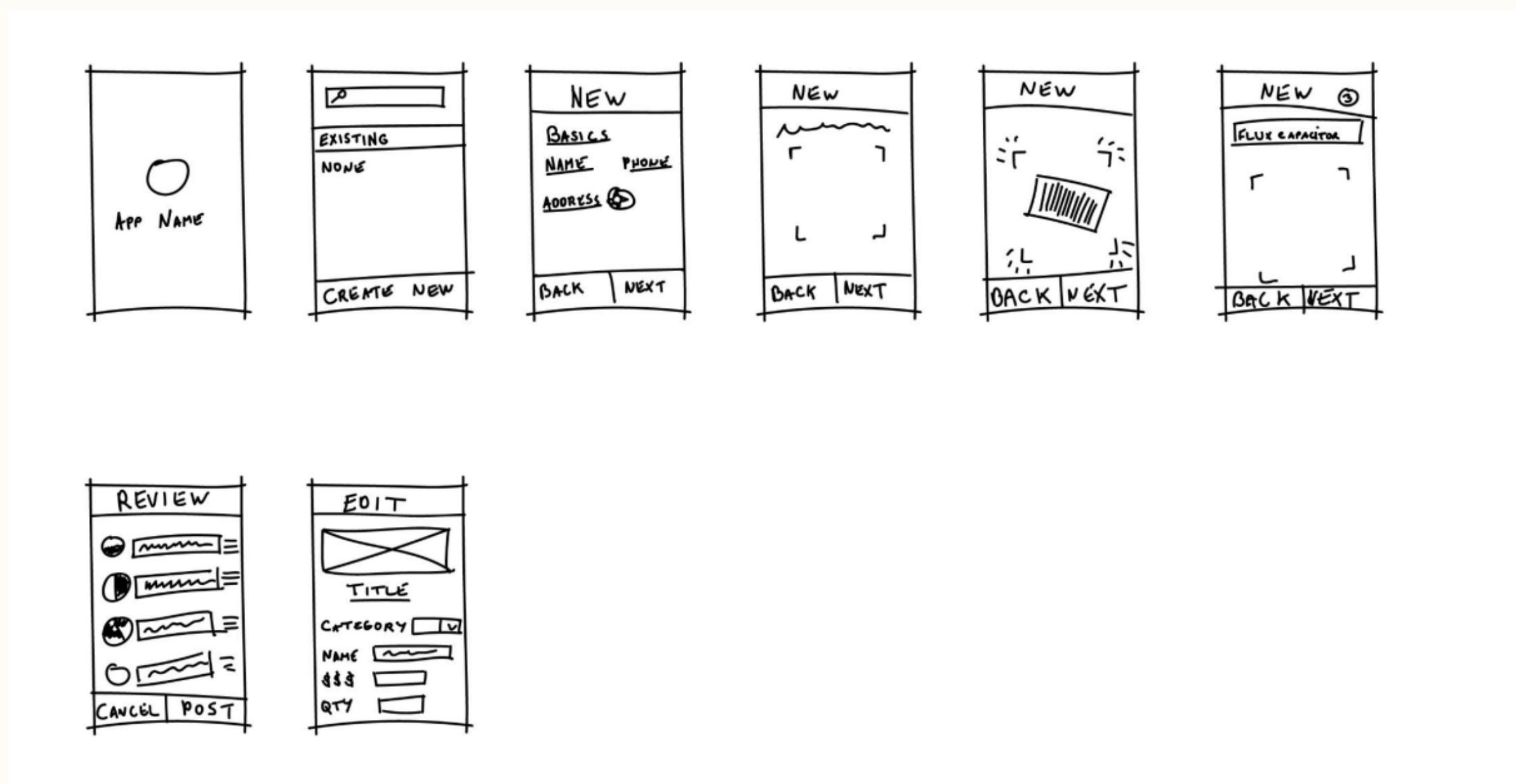
C'est quoi ?



C'est une méthode de basse fidélité à utiliser tôt dans le processus de design d'un projet. On utilise un crayon à papier ce qui permet de concevoir rapidement les différents pages d'un site ou d'une application.

LE SKETCHING

Exemple



LE SKETCHING

mais pourquoi en faire ?

Parce que le fait d'utiliser du papier et un crayon de papier encourage à designer et à ne pas s'attarder sur les détails.

Il permet de s'attacher à une idée, à la jeter et à recommencer.

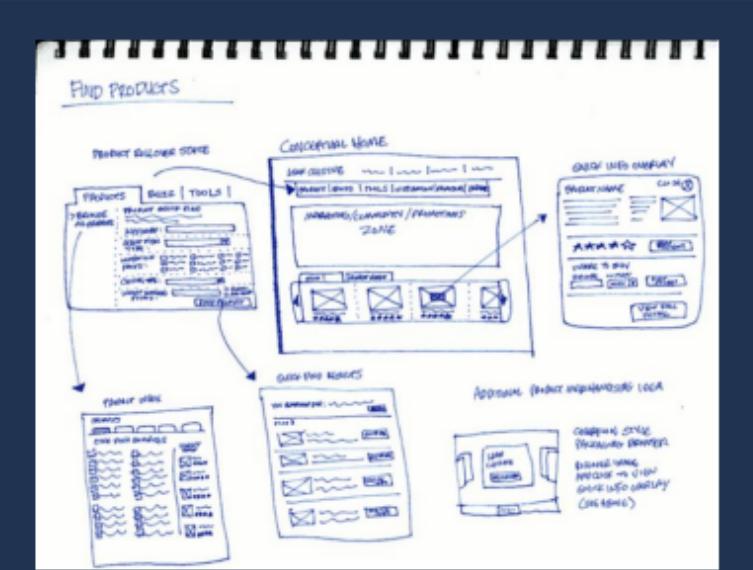
LE SKETCHING

dans le processus



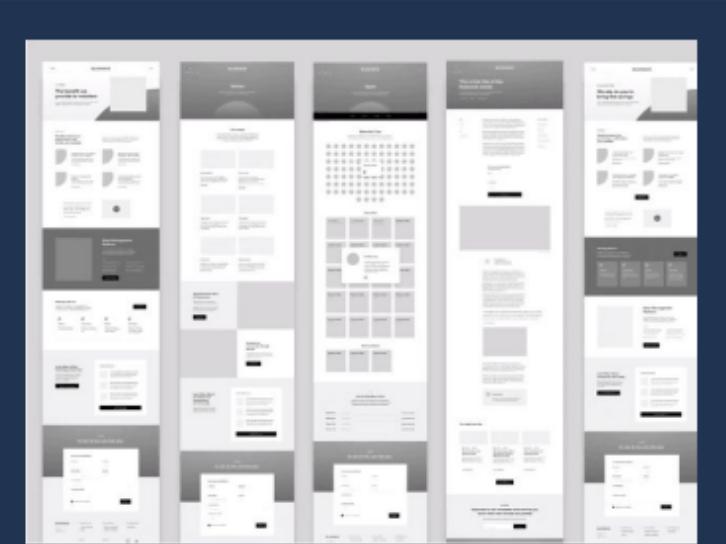
Storyboard

- Raconte les étapes d'un scénario
- Prend en compte l'expérience en-dehors du site/app
- Ne rentre pas dans le détail de l'UX du site/app



Sketch

- Design basse fidélité
- Fait au crayon/stylo papier
- Sert à générer des idées/itérer rapidement

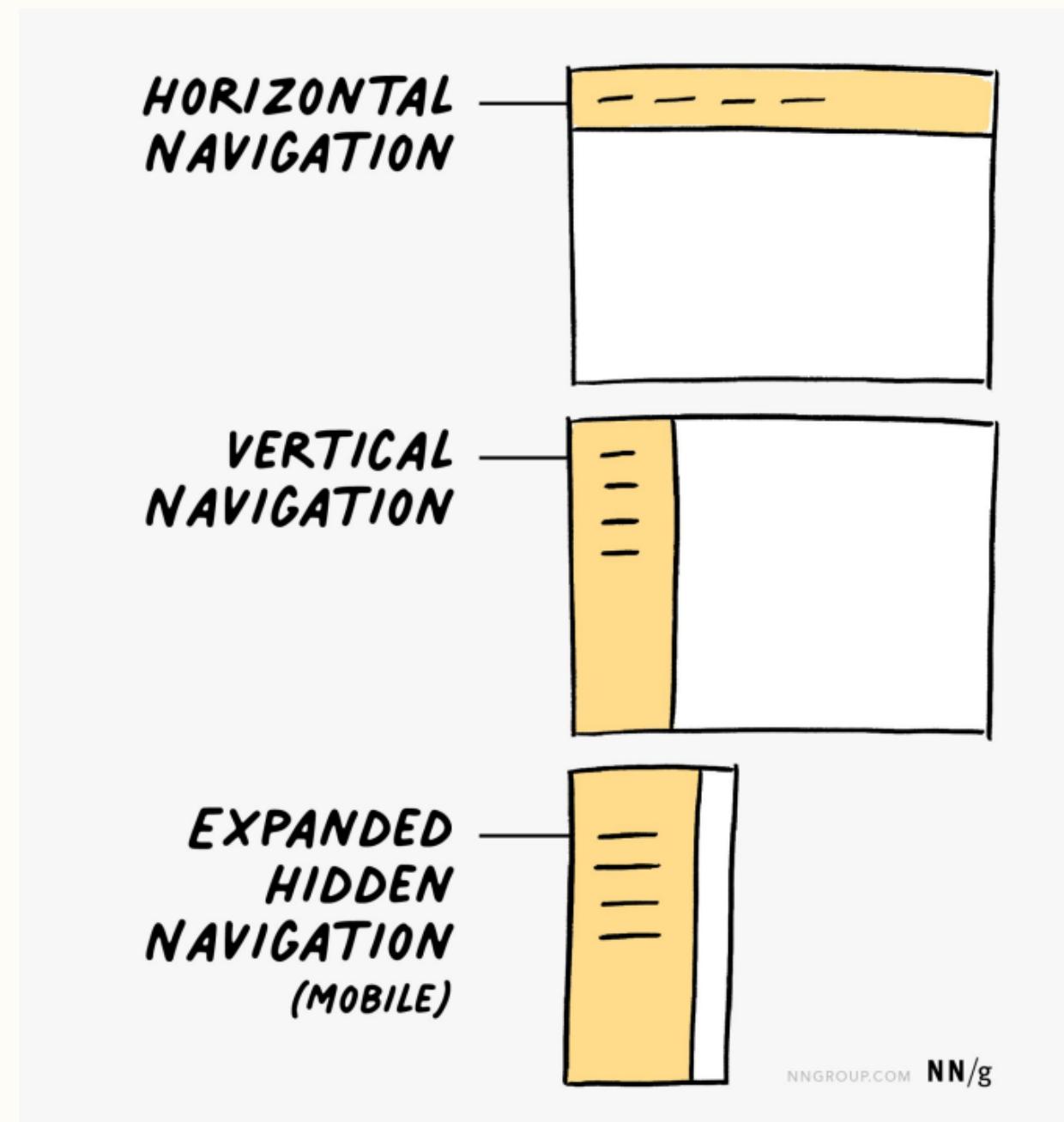


Wireframes

- Design moyenne fidélité
- Apporte plus de détail qu'un sketch
- Se fait après la phase d'idéation en se basant sur les éventuels sketches

LE SKETCHING

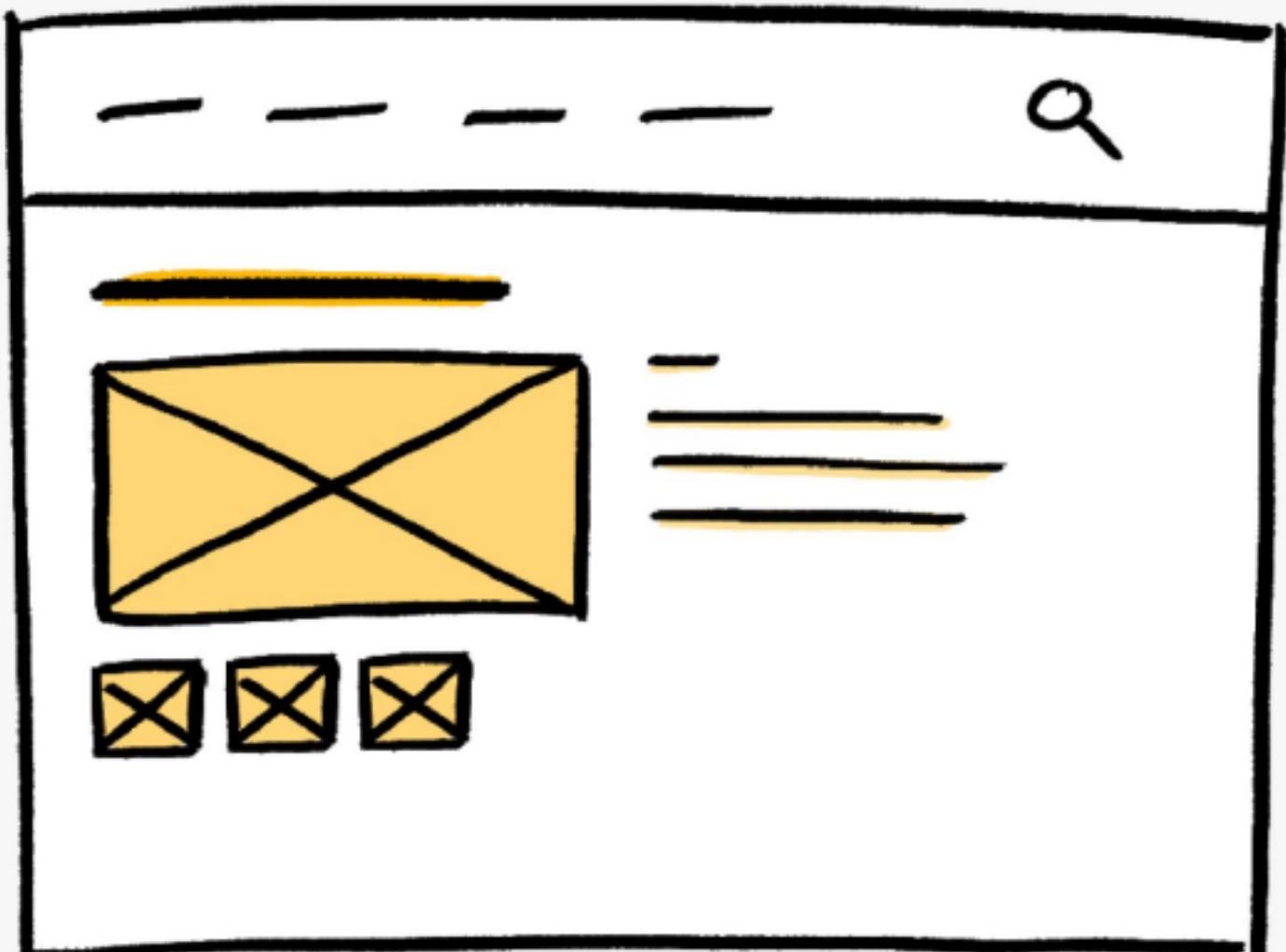
comment faire ?



Commencez pas poser le mode de navigation.

LE SKETCHING

comment faire ?

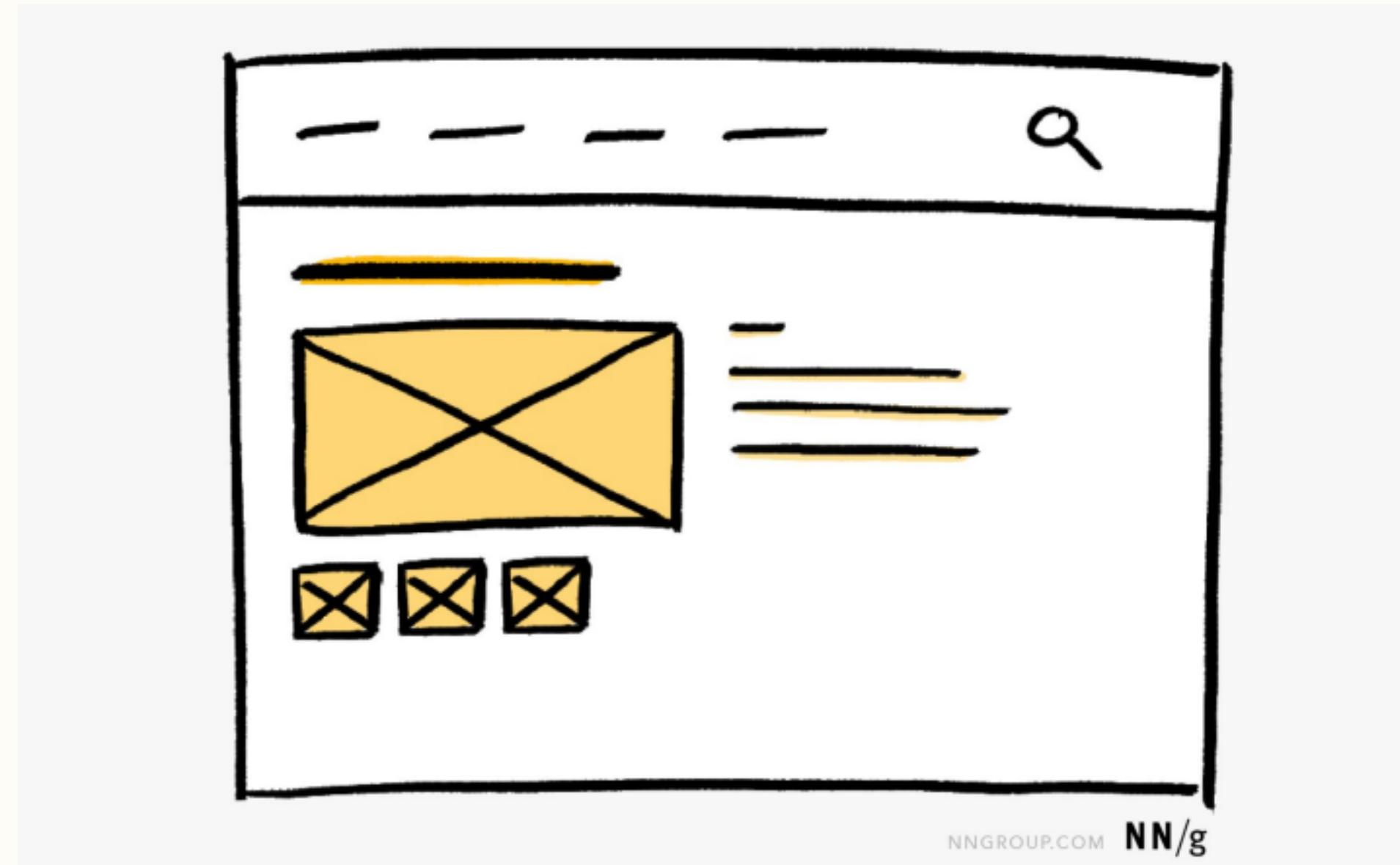


NNGROUP.COM NN/g

Dessinez l'élément le plus important de la page. Par exemple : une galerie photo.

LE SKETCHING

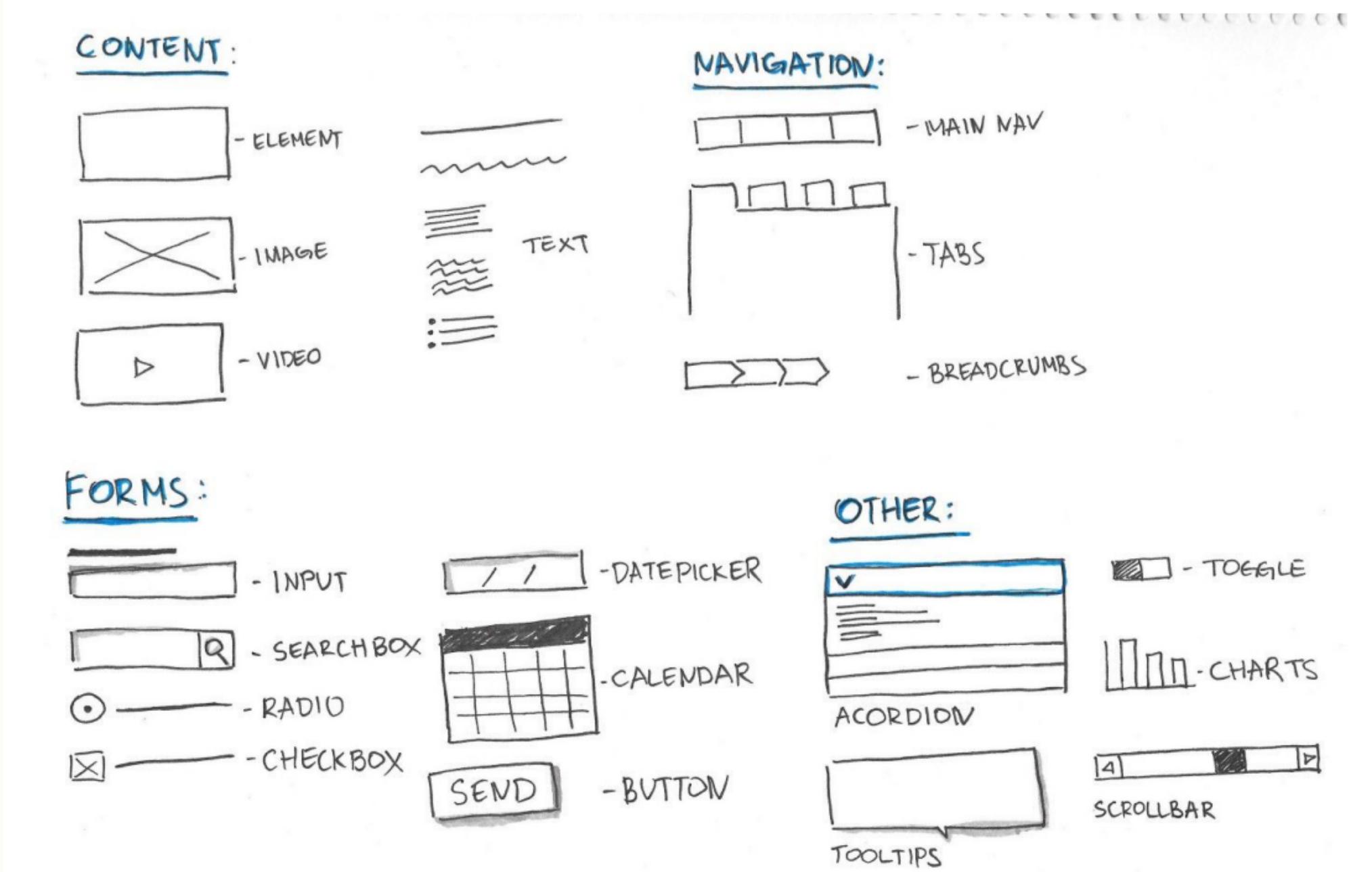
comment faire ?



Puis ajoutez quelques détails supplémentaires (boutons, CTA, textes, menu déroulant, filtres, etc...)

LE SKETCHING

Quelques éléments d'inspiration

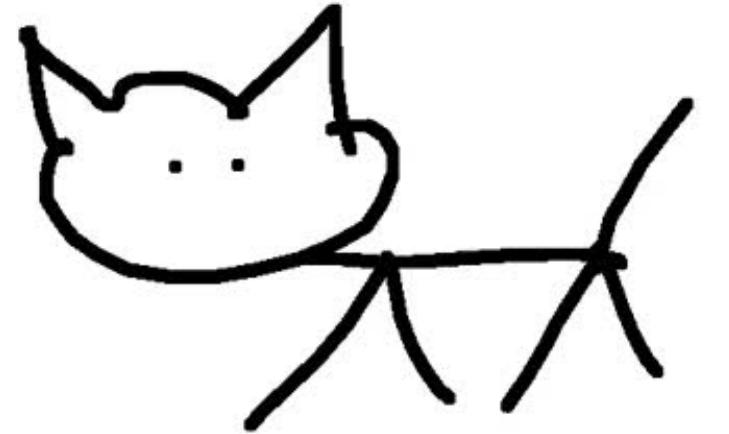


LE SKETCHING

Points de vigilance



N'allez pas dans le détail



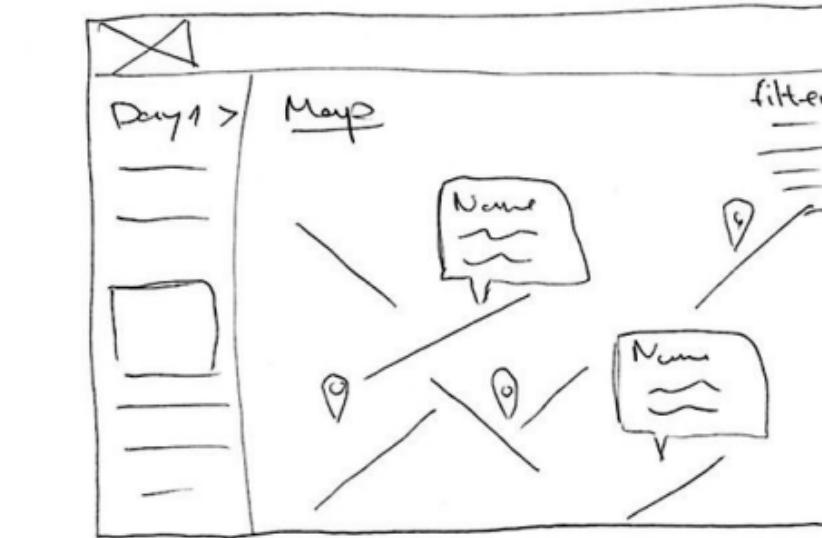
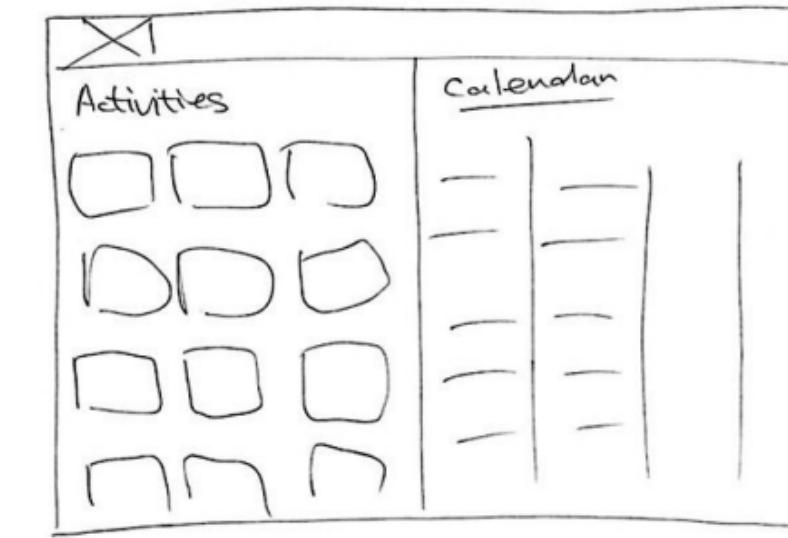
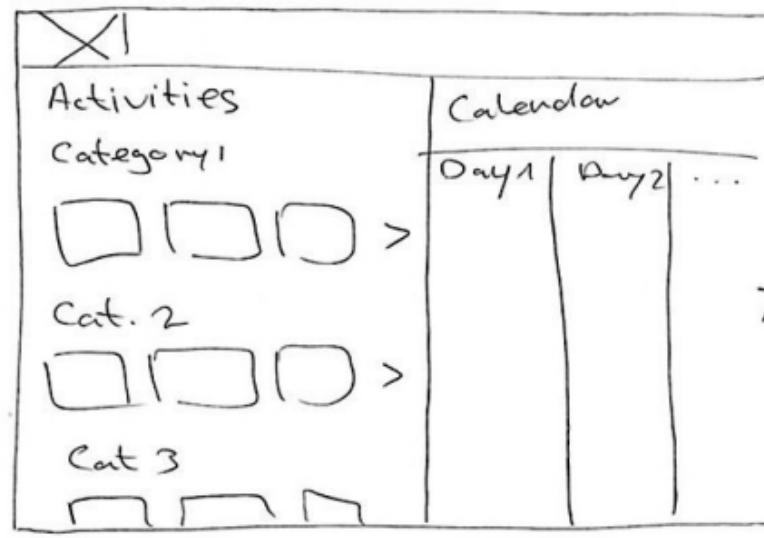
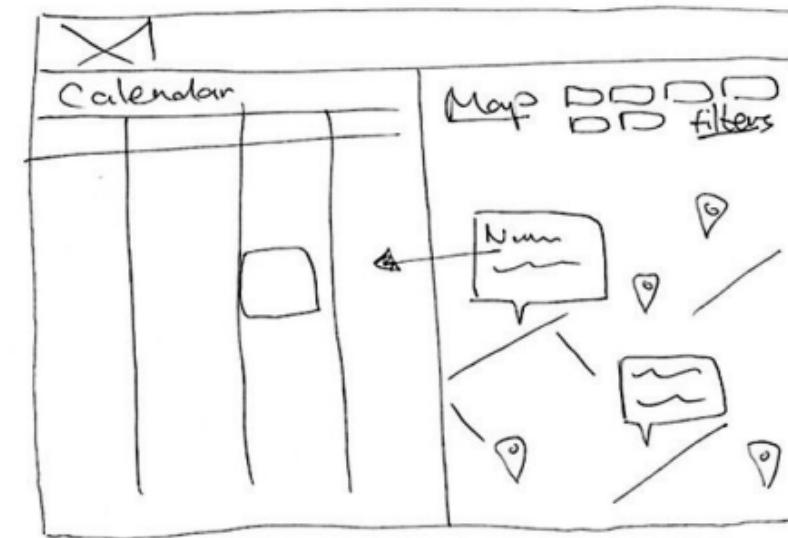
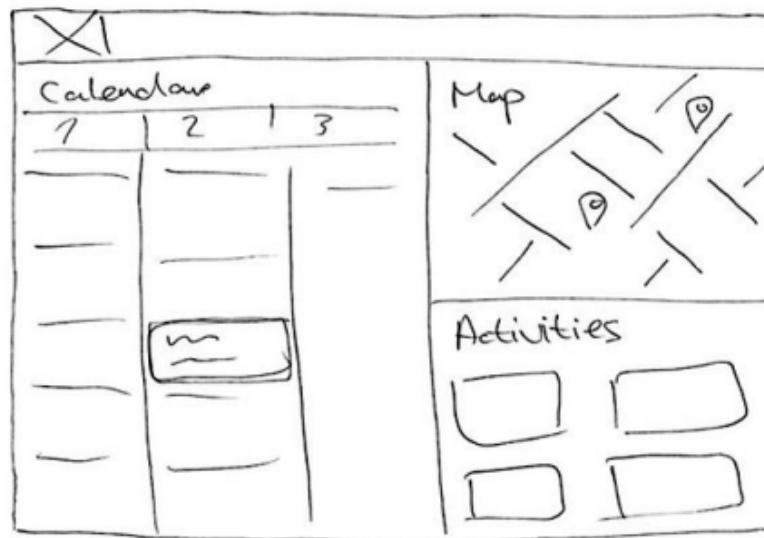
Ne mettez pas trop d'énergie à faire un beau design



En faire un brouillon : il doit être clair et lisible.

LE SKETCHING

à vos crayons !



Choisissez une page sur laquelle vous concentrer (page d'accueil, fiche produit, etc...) et imaginez 4 versions différentes.

LE SKETCHING

analyser



- Analyser vos options : qu'est-ce que vous trouvez bien / moins bien ?
- Faites un sketch plus détaillé de la solution finale en gardant les meilleures aspects des précédents sketch.



échange et feedback
(10 min chacun)

LE SKETCHING

must go on



"Sketchez" le reste des pages du parcours.

N'hésitez pas à vous inspirer de sites concurrents ou des sites que vous aimez bien dans la navigation.

RESPONSIVE DESIGN

C'est quoi ?



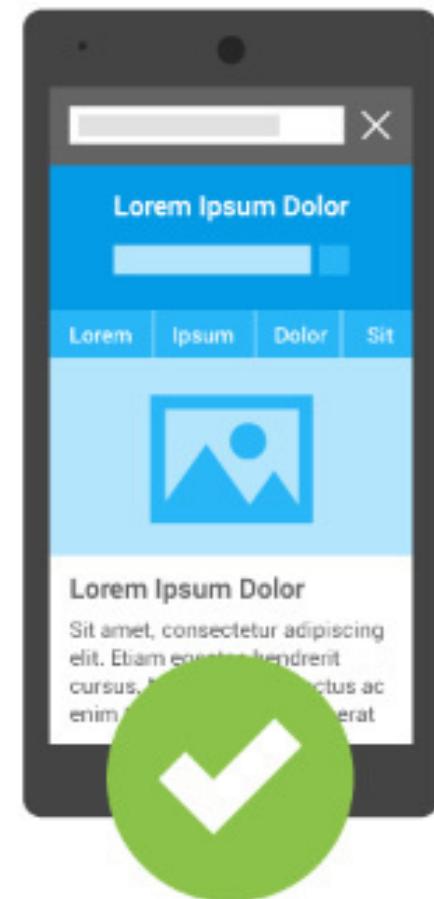
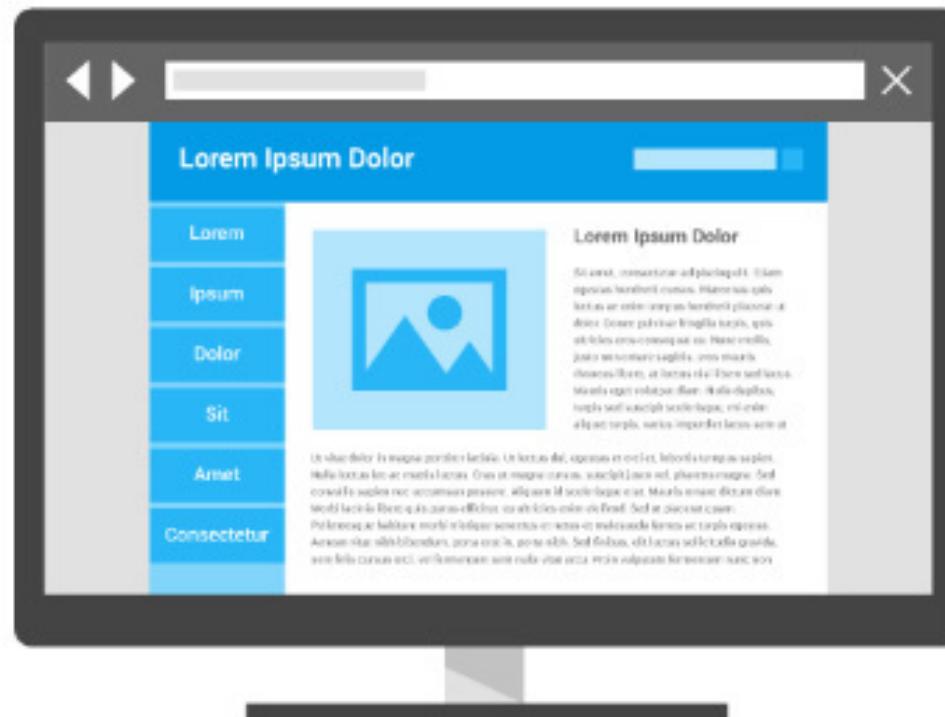
C'est une approche du web design qui consiste à adapter le contenu de son site à différentes tailles d'écran sur une variété de plateforme (ordinateur, tablette, mobile...)

Prenez le site de Facebook et diminuez lentement la largeur de la fenêtre et observez les changements.

RESPONSIVE DESIGN

Exemple

Le Monde



RESPONSIVE DESIGN

Exemple

C'est la fin de la saison pour nos anémones, tulipes et renoncules. Craquez pour elles, juste ICI

SHOP À PROPOS

BERGAMOTTE

ME CONNECTER PANIER 0



Vivez l'été en multicolore, éternellement.

Nos fleurs et couronnes séchées

SONT ICI

22:30 4G

Oliviers, eucalyptus, citronniers... Retrouvez nos plantes pour vos balcons, terrasses et jardins ICI

BERGAMOTTE 0

La reine du printemps est enfin de retour et joue les artistes...



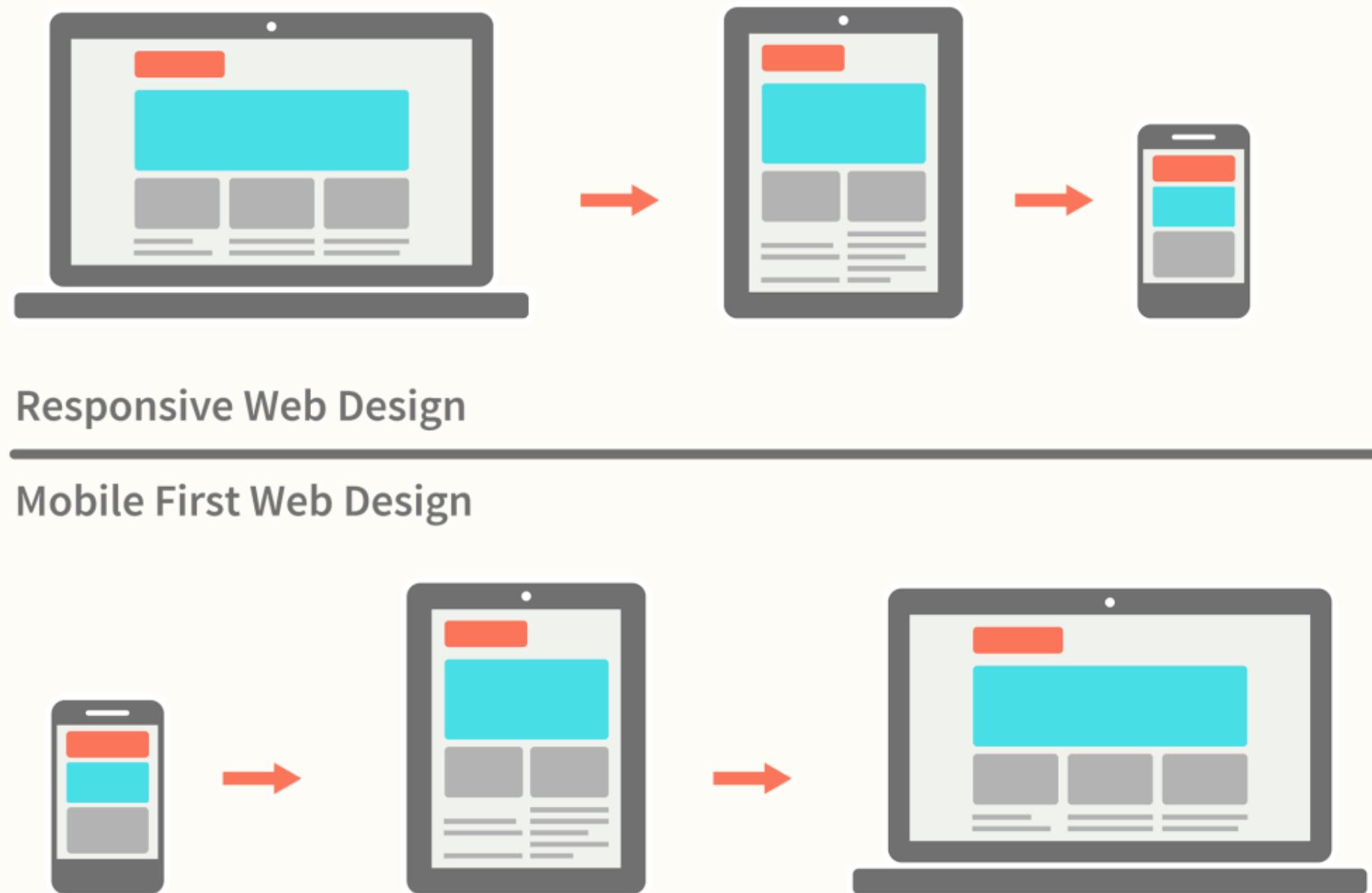
Craquez pour nos bouquets de pivoines

JUSTE ICI

★★★★★ 13 323 AVIS CLIENTS

bergamotte.fr

RESPONSIVE DESIGN



- Adapter les colonnes
- Faire en sorte que la typographie et que les boutons soient bien visibles sur mobile.
- Le penser une fois que les sketchs ordinateurs sont terminés.

RESPONSIVE DESIGN

Pourquoi ?

Parce que les utilisateurs ont **5 fois** plus de chance de faire un abandon si le site n'est pas optimisé pour mobile.

C e q u ' i l f a u t r e t e n i r

- Toujours garder en tête ses personas ! Consultez-les régulièrement. Vous pensez pour eux.
- Créer une vue d'ensemble des fonctionnalités et des pages de votre site/app AVANT de passer au design afin d'anticiper des choses que vous auriez pu oublier.
- La méthode visuelle du storyboard est simple et rapide. Elle vous permet de scénariser des fonctionnalités et vérifier l'efficacité de celles-ci.
- Récoltez le feedback tout au long du processus : c'est essentiel pour repérer rapidement les problèmes et améliorer le produit.

M e r c i ! :)