

UX DESIGN

Conception d'un Prototype UX pour un Site E-Business Spécialisé dans la Vente Rétro

Membres : Fantastic Four

MARIEM HABOURIA

AZIZ SALMI

IYED BEN FARHAT

YASSIN NOURI



Année universitaire : 2024 - 2025

Table des matières

Introduction UX	1
Présentation du projet	2
0.1 Thématique	2
0.2 Utilité	2
0.3 Cible	2
1 Phase Discover	3
1.1 Test qualitatif : Étude fondamentale	3
1.1.1 Présentation de la plateforme Loppanel	3
1.1.2 Réalisation des interviews utilisateurs	3
1.2 Rapport analytique : Étude fondamentale	6
1.2.1 Les 3 besoins	7
1.3 Persona	7
1.3.1 Résumé Persona	7
1.3.2 Caractéristiques Persona	8
1.3.3 Besoins	8
1.3.4 Inspirations	8
1.4 Fiche produit	9
1.4.1 Produit	9
1.4.2 Objectif	9
1.4.3 Nos utilisateurs	10
1.4.4 Vision	10
2 Phase Define	11
2.1 Brainstorming	11
2.2 Besoin Numéro 1 : Préférences utilisateurs (feedback, détails produits, codes promo)	11
2.2.1 Description et Objectif Produit	11
2.2.2 Analyse	12
2.2.3 Objectifs Produit	12
2.2.4 Idéation	12
2.2.5 Sketching	12
2.3 Besoin Numéro 2 : Communauté (chat)	14
2.3.1 Description et Objectif Produit	14
2.3.2 Analyse	14
2.3.3 Objectifs Produit	14
2.3.4 Idéation	14
2.3.5 Sketching	14

2.4	Besoin Numéro 3 : Échange des produits	15
2.4.1	Description et Objectif Produit	15
2.4.2	Analyse	15
2.4.3	Objectifs Produit	15
2.4.4	Idéation	15
2.4.5	Sketching	15
3	Phase de Prototypage	17
3.1	Besoin Numéro 1 : Préférences utilisateurs	17
3.1.1	Prototypage Low Fidelity	17
3.1.2	Itération 1	17
3.2	Besoin Numéro 2 : Community Chat	24
3.2.1	Prototypage Low Fidelity	24
3.2.2	Itération 1	24
3.3	Besoin Numéro 3 : Échange de produit	29
3.3.1	Prototypage Low Fidelity	29
3.3.2	Itération 1	30
3.3.3	Prototype Medium Fidelity	39
3.4	Prototype High Fidelity	39
3.4.1	Figures des interfaces	39
4	Test Quantitatif	49
4.1	Questionnaire	49
4.2	Résultats en graphe et analyse	49
	Conclusion Générale	56

Table des figures

1.1	Exemple d'un guide de discussion	3
1.2	Exemple 1 d'un appel utilisateur : Vue de la configuration initiale.	4
1.3	Exemple 2 d'un appel utilisateur : Présentation d'une interface partagée.	4
1.4	Exemple 3 d'un appel utilisateur : Interaction en temps réel.	4
1.5	Exemple 4 d'un appel utilisateur : Capture d'une discussion prolongée.	5
1.6	Tag view.	5
1.7	Répartition des préférences utilisateurs par catégorie.	6
1.8	Image persona	8
1.9	Illustration des super-héros RetroVerse inspirés des Fantastic Four.	9
2.1	Brainstorming des idées pour les différents besoins.	11
2.2	Page détaillée d'un produit enrichi, réalisée par [Iyed Ben Farhat].	12
2.3	Page feedback, réalisée par [Aziz Salmi].	13
2.4	Page promotion, réalisée par [Aziz Salmi].	13
2.5	Interface chat réalisée par [Yassin Nouri].	14
2.6	Interface pour l'échange de produits, réalisée par [Aziz Salmi].	15
3.1	Prototype Low Fidelity pour le besoin 1	17
3.2	Screenshot de l'interview 1	18
3.3	Screenshot de l'interview 2	19
3.4	Screenshot de l'interview 3	19
3.5	Smart topics de l'interview 1	19
3.6	Smart topics de l'interview 2	20
3.7	Smart topics de l'interview 3	20
3.8	AI report de l'interview 1	20
3.9	AI report de l'interview 2	21
3.10	AI report de l'interview 3	21
3.11	Amélioration de la Navbar	22
3.12	Ajout du champ "Code Promo"	22
3.13	Interface détaillée avec filtres pour les besoins 1	23
3.14	Amélioration de la liste des produits	23
3.15	Ajout du bouton "Demande d'échange"	24
3.16	Prototype Low Fidelity pour le besoin 2	24
3.17	Screenshot de l'interview 1	25
3.18	Screenshot de l'interview 2	26
3.19	Screenshot de l'interview 3	26
3.20	Smart topics de l'interview 1	26
3.21	Smart topics de l'interview 3	27
3.22	AI report de l'interview 1	27

3.23	AI report de l'interview 2	27
3.24	AI report de l'interview 3	28
3.25	Ajout des buttons, salles disponibles	28
3.26	Ajout de la section "Profil utilisateur"	29
3.27	Prototype Low Fidelity pour le besoin 3	29
3.28	Screenshot de l'interview 1	31
3.29	Screenshot de l'interview 2	31
3.30	Screenshot de l'interview 3	31
3.31	Smart topics de l'interview 1	32
3.32	Smart topics de l'interview 3	32
3.33	AI report de l'interview 1	32
3.34	AI report de l'interview 2	33
3.35	AI report de l'interview 3	33
3.36	Ajout du bouton "Ajouter au panier"	34
3.37	Simplification de l'interface d'échange	34
3.38	Screenshot de l'interview dans Sonix.	35
3.39	Screenshot montrant generate summary dans Sonix.	36
3.40	Screenshot de l'édition de Topic detection dans Sonix.	36
3.41	Exemples Interfaces	37
3.42	Footer	37
3.43	Button sign up dans page d'accueil	38
3.44	Simplification de l'interface d'échange	38
3.45	Vue d'ensemble de toutes les interfaces du prototype High Fidelity.	40
3.46	Interface de la page d'accueil (Home Page).	40
3.47	Interface pour le feedback utilisateur (1/3)	41
3.48	Interface pour le feedback utilisateur (2/3)	41
3.49	Interface pour le feedback utilisateur (3/3)	42
3.50	Interface pour les détails produits (1/3)	42
3.51	Interface pour les détails produits (2/3)	43
3.52	Interface pour les détails produits (3/3)	43
3.53	Interface pour le code promo (1/3)	44
3.54	Interface pour le code promo (2/3)	44
3.55	Interface pour le code promo (3/3)	45
3.56	Interface de la communauté (chat) (1/3)	45
3.57	Interface de la communauté (chat) (2/3)	46
3.58	Interface de la communauté (chat) (3/3)	46
3.59	Interface pour l'échange des produits (1/4)	47
3.60	Interface pour l'échange des produits (2/4)	47
3.61	Interface pour l'échange des produits (3/4)	48
3.62	Interface pour l'échange des produits (4/4)	48
4.1	Question 1 : Présentation de la première question du questionnaire	49
4.2	Question 2 : La deuxième question du questionnaire concernant les réponses des participants	50
4.3	Question 3 : Question sur les préférences personnelles des participants	50
4.4	Question 4 : Cette question explore les habitudes de consommation des répondants	50

4.5 Question 5 : La cinquième question évalue l'opinion des participants sur un sujet spécifique.	51
4.6 Question 6 : Une autre question pour analyser les tendances comportementales des répondants.	51
4.7 Question 7 : Cette question se concentre sur les préférences professionnelles des participants.	51
4.8 Question 8 : Question qui permet de recueillir des informations sur les comportements d'achat.	52
4.9 Question 9 : Question concernant l'expérience utilisateur et la satisfaction.	52
4.10 Question 10 : Dernière question sur l'engagement des participants avec le produit ou service.	52
4.11 Analyse 1 : Répartition des réponses pour la première question.	53
4.12 Analyse 2 : Répartition des réponses pour les deuxième et troisième questions.	53
4.13 Analyse 3 : Répartition des réponses pour les quatrième et cinquième questions.	54
4.14 Analyse 4 : Répartition des réponses pour les sixième et septième questions.	54
4.15 Analyse 5 : Répartition des réponses pour les huitième et neuvième questions.	55
4.16 Analyse 6 : Répartition des réponses pour la dixième question.	55

Introduction UX

Dans un monde où les interactions numériques dominent notre quotidien, l'expérience utilisateur (UX) s'impose comme un art subtil et une science précise. Créer une interface ne se limite plus à assembler des boutons, des menus et des couleurs ; c'est un voyage immersif où chaque détail compte, chaque clic raconte une histoire, et chaque écran devient un pont entre l'utilisateur et ses objectifs.

L'approche créative en UX va au-delà des conventions standards : elle cherche à surprendre, à émouvoir, et à offrir des expériences mémorables. Il s'agit de concevoir des solutions qui ne se contentent pas de répondre aux attentes des utilisateurs, mais qui les surpassent, en transformant une simple interaction en un moment unique.

Dans ce rapport, nous explorons comment la créativité peut transformer une conception UX en un outil puissant d'engagement et d'impact. Nous aborderons les principes fondamentaux de l'UX, les techniques innovantes, et des exemples concrets de réalisations où la créativité a fait toute la différence.

Présentation du projet

0.1 Thématique

Une application e-commerce dédiée à la vente d'items rétro : vêtements vintage, meubles, jeux vidéo classiques, appareils électroniques anciens, objets de collection, et consoles emblématiques, etc. Avec une esthétique visuelle rétro inspirée des années 80 et 90, l'application crée une ambiance nostalgique et immersive.

0.2 Utilité

- Accès à des produits rétro uniques.
- Expérience immersive et nostalgique.
- Accès à des produits exclusifs ou en édition limitée.
- Création d'une communauté et partage social.
- Support pour les produits reconditionnés ou de collection : en plus des produits neufs, l'application permet aux utilisateurs d'acheter, vendre ou échanger des objets rétro, leur offrant ainsi la possibilité de compléter leur collection ou de dénicher des pièces rares.

0.3 Cible

La Génération Z (nés entre 1997 et 2012), une génération attirée par la nostalgie des années 90 et du début des années 2000, qu'elle considère comme une période à la fois nostalgique et tendance.

Chapitre 1

Phase Discover

1.1 Test qualitatif : Étude fondamentale

1.1.1 Présentation de la plateforme Loppanel

Loppanel est une plateforme innovante offrant une solution complète de gestion, simplifiant les processus et améliorant la productivité des entreprises, tout en mettant l'accent sur une expérience utilisateur (UX) intuitive pour faciliter l'interaction et l'adoption.

1.1.2 Réalisation des interviews utilisateurs

Dans cette section, nous présentons les étapes clés des interviews utilisateurs, accompagnées de descriptifs pour chaque élément. La figure 1.1 montre le guide de discussion structurant les interviews avec les questions principales et les sous-questions.

The screenshot shows a digital interface for a discussion guide. At the top, there are navigation buttons: a blue square with 'F', a back arrow, a dropdown menu 'ux design', 'Discussion Guide', 'Files', 'Analysis', 'Help', 'Share Project', and a profile icon. The main area contains a list of 10 numbered questions, each enclosed in a light gray box with a small icon and a 'More' button. The questions are:

1. Qu'est-ce que vous détestez dans votre expérience actuelle d'achat de produits rétro en ligne ?
2. Quels types de produits rétro recherchez-vous le plus souvent en ligne ?
3. Qu'est-ce que vous aimeriez absolument retrouver dans une application dédiée aux produits rétro ?
4. Seriez-vous intéressé par la possibilité d'échanger ou de vendre des produits rétro sur l'application ?
5. Quelle importance accordez-vous à l'aspect visuel de l'application (interface rétro, années 80/90) ?
6. Préférez-vous acheter des produits neufs ou reconditionnés ? Pourquoi ?
7. Les avis clients et recommandations sociales influencent-ils vos décisions d'achat en ligne ?
8. Quel est le principal obstacle que vous rencontrez actuellement lors de l'achat de produits rétro en ligne ?
9. Quelles fonctionnalités d'une application de commerce en ligne sont essentielles pour une expérience d'achat agréable ?
10. Quel est votre moyen de paiement préféré pour acheter en ligne ?

FIGURE 1.1 – Exemple d'un guide de discussion.

1.1. Test qualitatif : Étude fondamentale

La section ci-dessous montre quatre exemples distincts d'appels utilisateurs, chacun représentant une interaction ou une configuration différente.

The screenshot shows a user interface for a recorded call. At the top, there's a navigation bar with a blue 'F' icon, back arrow, 'ux design / Mariem Habouria2', edit button, and date 'Fri, 22nd Nov'. To the right are buttons for 'Labels', 'Clips (0)', 'Share Call', and 'Analysis'. The main area has a video player window showing a black screen with a play button and timer '00:00 / 03:12'. Below it are controls for 'Rename Speakers', 'Hide Video', and 'Sentiment Analysis'. The transcript shows two speakers:

- Speaker A 0:02**: Hello! Thank you so much for taking the time to talk with me today. I really appreciate your help.
- Speaker B 0:07**: Thank you for having me.

To the right is a 'Discussion Guide & Notes' panel. It shows '10 AI generated notes' and a section titled '1. Unstructured Notes' containing two items. The first item discusses difficulty changing product values online due to overpriced listings and blurry pictures. The second item discusses frequent searches for vintage electronics and their significance.

FIGURE 1.2 – Exemple 1 d'un appel utilisateur : Vue de la configuration initiale.

This screenshot shows the same user interface as Figure 1.2, but with a different set of AI-generated notes. The notes are organized into numbered sections:

1. Unstructured Notes
2. 1. Qu'est-ce que vous détestez dans votre expérience actuelle d'achat de produits rétro en ligne ?
3. 2. Quels types de produits rétro recherchez-vous le plus souvent en ligne ?
4. 3. Qu'est-ce que vous aimeriez absolument retrouver dans une application dédiée aux produits rétro ?
5. 4. Seriez-vous intéressé par la possibilité d'échanger ou de vendre des produits rétro sur l'application ?
6. 5. Quelle importance accordez-vous à l'aspect visuel de l'application (interface rétro, années 80/90) ?

FIGURE 1.3 – Exemple 2 d'un appel utilisateur : Présentation d'une interface partagée.

This screenshot shows the user interface again, with a different set of AI-generated notes. These notes are also organized into numbered sections and include specific tags like 'User Preferences' and 'Selling/Exchange'.

1. Unstructured Notes
2. 1. Qu'est-ce que vous détestez dans votre expérience actuelle d'achat de produits rétro en ligne ?
 - "Bonjour, alors je pense qu'il n'y a pas un très grand choix. Le consommateur se trouve limité lors de son achat."
3. 2. Quels types de produits rétro recherchez-vous le plus souvent en ligne ?
4. 3. Qu'est-ce que vous aimeriez absolument retrouver dans une application dédiée aux produits rétro ?
5. 4. Seriez-vous intéressé par la possibilité d'échanger ou de vendre des produits rétro sur l'application ?

FIGURE 1.4 – Exemple 3 d'un appel utilisateur : Interaction en temps réel.

1.1. Test qualitatif : Étude fondamentale

The screenshot shows a user interface for a video call and transcription analysis. At the top, there's a navigation bar with 'ux design' and 'Aziz Salmi.m4a'. Below it is a video player showing a black screen with a play button and a timestamp of '00:00 / 05:29'. To the right of the video player are several buttons: 'Rename Speakers', 'Hide Video', and 'Sentiment Analysis'. A speaker icon indicates 'Speaker A 0:02'. A message from 'Speaker A' reads: 'Bonjour je suis Aziz Salmi, un membre de Fantastic Four. Bienvenue et merci pour votre participation avec nous. Nous voulons mieux comprendre vos besoins pour rendre l'achat de produits rétro en ligne plus simple et agréable. Donc, ma première question, qu'est-ce que vous détestez dans votre expérience actuelle d'achat de produits rétro en ligne ?' Below this is a transcription of the message. On the right side, there's a 'Discussion Guide & Notes' section with two sections: '1. Unstructured Notes' and '2. Qu'est-ce que vous détestez dans votre expérience actuelle d'achat de produits rétro en ligne ?'. The second section contains two entries with timestamps '0:23' and '0:41', each with a small video thumbnail and some text.

FIGURE 1.5 – Exemple 4 d'un appel utilisateur : Capture d'une discussion prolongée.

La figure 1.5 montre le tag view

The screenshot shows the 'Tag View' interface. At the top, there's a navigation bar with 'ux design' and a 'Analysis' tab. Below the navigation bar are several buttons: 'Question View', 'Tag View' (which is highlighted in blue), 'Search', 'Filter by Tags', 'Questions', and 'Calls'. To the right are 'Share Project', 'Export Excel', and 'Insights' buttons. The main area displays a list of tags in a hierarchical tree structure. The root node is '+ ↴ user preferences (29)'. Other visible nodes include '+ ↴ UI (14)', '+ ↴ Selling/exchange (5)', '+ ↴ Payment method (11)', '+ ↴ Authenticity (13)', '+ ↴ product Details (19)', '+ ↴ product Details (19)', '+ ↴ chat (12)', '+ ↴ package tracking (2)', '+ ↴ donation (1)', '+ ↴ delivery (1)', and '+ ↴ feedback (1)'. Each node has a small blue '+' icon and a dark blue background.

FIGURE 1.6 – Tag view.

Pour mieux illustrer la répartition des préférences utilisateurs identifiées lors de l'analyse, la figure 1.7 présente un graphique des différentes catégories de besoins exprimés par les participants

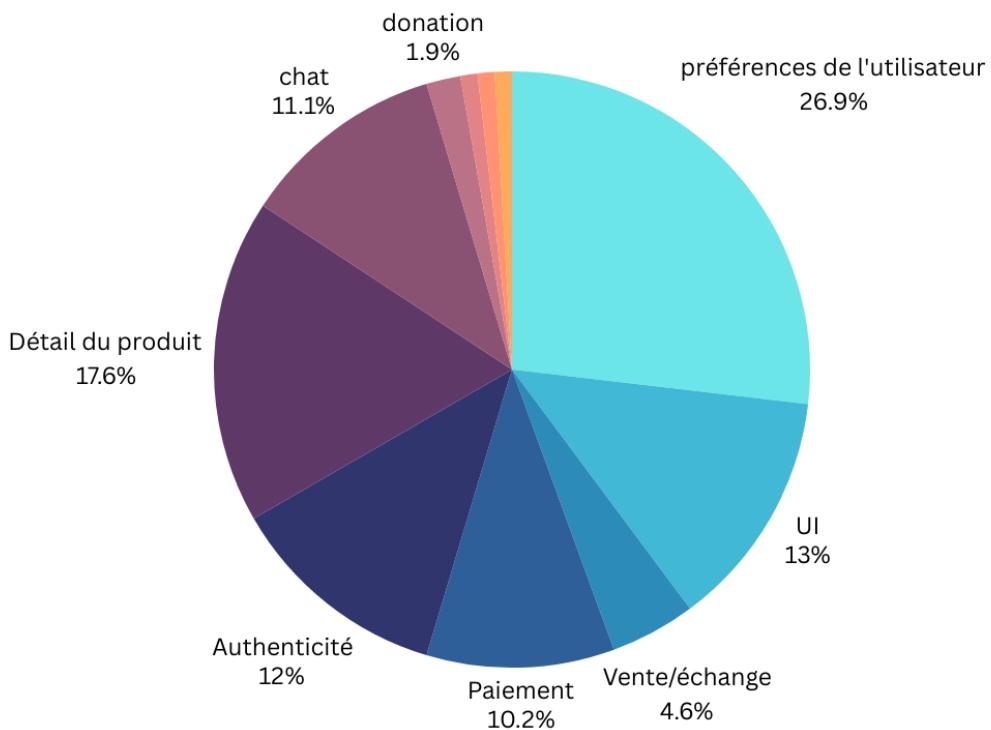


FIGURE 1.7 – Répartition des préférences utilisateurs par catégorie.

Les préférences des utilisateurs, représentant 26,9% des retours dans les enquêtes, constituent un concept large. Ces préférences ont été approfondies pour identifier des sous-préférences spécifiques, notamment :

- **Feedback et avis utilisateurs** : Les utilisateurs souhaitent donner et consulter des retours d'autres membres pour mieux évaluer les produits.
- **Détails produits** : Une fiche produit complète avec des descriptions approfondies, des images de haute qualité, et une traçabilité claire.
- **Codes promo** : Des réductions adaptées pour rendre les produits rétro plus abordables.

Ces sous-préférences ont été reliées aux besoins spécifiques suivants, identifiés comme prioritaires :

- Une plateforme intégrant des feedbacks utilisateurs et des fiches produits enrichies.
- Un chat communautaire pour favoriser les échanges et le partage d'idées.
- Un processus d'échange sécurisé et transparent, permettant de valoriser et partager des objets rares entre passionnés.

1.2 Rapport analytique : Étude fondamentale

À partir des retours utilisateurs, nous avons identifié trois besoins fondamentaux, détaillés ci-dessous :

1.2.1 Les 3 besoins

Besoin 1 : Préférences utilisateurs (feedback, détails produits, codes promo)

Description : Les utilisateurs souhaitent des fiches produits détaillées, des avis clairs, et des options de réductions pour compenser les prix souvent élevés des articles rétro.

Analyse :

- **Problèmes actuels** : Informations produits insuffisantes et prix perçus comme élevés.
- **Opportunités** : Standardiser les fiches produits et intégrer un système de codes promo.

Objectifs produit :

- Créer des fiches produits enrichies comprenant :
 - Feedback et avis des utilisateurs.
 - Description et photos détaillées.
 - Codes promo visibles et applicables.

Besoin 2 : Communauté (chat)

Description : Une plateforme communautaire où les utilisateurs peuvent échanger, poser des questions, et partager des trouvailles.

Analyse :

- **Problèmes actuels** : Absence de communication directe entre utilisateurs.
- **Opportunités** : Intégrer un système de chat interactif, accessible depuis le site.

Objectifs produit :

- Mettre en place un système de messagerie instantanée avec des options de groupes de discussion.
- Créer une ambiance communautaire pour améliorer l'engagement.

Besoin 3 : Échange des produits

Description : Les utilisateurs souhaitent une plateforme facilitant les échanges ou ventes de produits rétro dans un cadre sécurisé.

Analyse :

- **Problèmes actuels** : Manque d'une plateforme fiable pour les échanges.
- **Opportunités** : Concevoir une interface simple et transparente pour sécuriser les transactions.

Objectifs produit :

- Proposer une interface intuitive dédiée à l'échange ou à la vente de produits rétro.

1.3 Persona

1.3.1 Résumé Persona

Baya est une personne réfléchie et méthodique, passionnée par la sauvegarde des trésors du passé. Elle possède une profonde appréciation pour les objets anciens, qu'elle considère comme des vestiges précieux. Son objectif est de préserver leur authenticité tout en les partageant avec d'autres passionnés, pour que ces trésors continuent de vivre à travers le temps.

1.3.2 Caractéristiques Persona

- Âge : 24 ans
- Sexe : Femme
- Revenu mensuel : 1200–1500 TND (dinar tunisien)
- Profession : Designer graphique
- Technologies utilisées :
 - Logiciels de design graphique comme Adobe Illustrator et Photoshop.
 - Plateformes e-commerce pour s'inspirer et acheter des objets anciens.
- Habitudes numériques :
 - Recherche sur Pinterest et Behance.
 - Achat d'objets vintage pour ses projets créatifs.
 - Participation à des communautés de passionnés de culture rétro.

1.3.3 Besoins

1. Accès à des objets authentiques : Produits garantis avec une traçabilité.
2. Immersion visuelle : Une application au design inspiré des années 80-90.
3. Simplicité dans l'achat et l'échange : Une plateforme intuitive pour trouver des objets uniques à intégrer dans ses créations.
4. Inspiration constante : Une communauté active pour découvrir de nouvelles idées et des pièces rares.

1.3.4 Inspirations

- Les styles visuels des consoles rétro et des publicités des années 80 et 90.
- Les objets emblématiques comme les polaroids, affiches de films classiques, et vinyles.
- Une quête constante de designs authentiques et intemporels.

Figure 1.8 montre une image persona :



FIGURE 1.8 – Image persona

1.4 Fiche produit

1.4.1 Produit

Nom : RetroVerse

Imaginez votre produit comme une équipe de super-héros nostalgiques, inspirés des Fantastic Four, pour faire revivre les années 80 et 90 à travers une expérience immersive d'achat d'objets rétro. Chaque membre de RetroVerse possède un pouvoir unique :

- **Le Voyageur temporel** : Comme Mr. Fantastic, il vous emmène dans le passé, vous permettant d'explorer les articles rétro les plus iconiques de manière fluide et étendue.
- **L'Œil du DéTECTIVE** : À l'image de la précision de la Femme invisible, il trouve des objets rares ou en édition limitée pour compléter vos collections.
- **Le Pilier de la Communauté** : Inspiré de la force et de l'engagement de La Chose, il rassemble des passionnés et anime une communauté dynamique où partager vos trouvailles.
- **Le Gardien de la Flamme** : Tel la Torche Humaine, il maintient l'énergie et la passion pour la culture rétro vivante, en rendant chaque interaction dans l'application passionnante et éclatante.

Figure 1.9 montre notre produit sous la forme des super-héros :



FIGURE 1.9 – Illustration des super-héros RetroVerse inspirés des Fantastic Four.

1.4.2 Objectif

RetroVerse est une application conçue pour offrir une expérience unique d'achat d'articles rétro, permettant aux utilisateurs de revivre la nostalgie des années 80 et 90 tout en accédant à des objets rares et exclusifs. L'objectif principal est de créer une plateforme où la culture rétro et les objets vintage peuvent être facilement achetés, vendus et échangés dans une communauté dédiée. Exemple : RetroVerse est comme un garde-temps pour les objets du passé, un lieu où chaque produit a une histoire, et où chaque collectionneur peut trouver la pièce manquante de sa collection, tout en interagissant avec des passionnés du monde entier.

1.4.3 Nos utilisateurs

Les utilisateurs de RetroVerse sont principalement issus de la Génération Z (nés entre 1997 et 2012). Ce sont des jeunes adultes et adolescents attirés par la culture des années 90 et 2000, qu'ils considèrent comme une période tendance et nostalgique. Ils aiment l'idée de posséder des objets rares ou exclusifs et apprécient la possibilité d'échanger ou de vendre leurs biens à d'autres passionnés.

1.4.4 Vision

La vision à long terme de RetroVerse est de créer un univers où le passé et le présent se rencontrent, offrant une plateforme où les utilisateurs peuvent revivre leurs souvenirs d'enfance tout en enrichissant leur vie actuelle. À long terme, RetroVerse pourrait devenir un centre de culture rétro, permettant non seulement l'achat et la vente d'objets, mais aussi des événements virtuels (expositions, discussions, concours) qui renforceront la communauté et feront grandir l'amour pour les objets du passé.

Chapitre 2

Phase Define

2.1 Brainstorming

Lors de la phase de brainstorming, nous avons exploré plusieurs idées pour répondre aux besoins identifiés. La figure 2.1 illustre une capture de cette étape, mettant en avant les principales pistes envisagées pour chaque besoin.

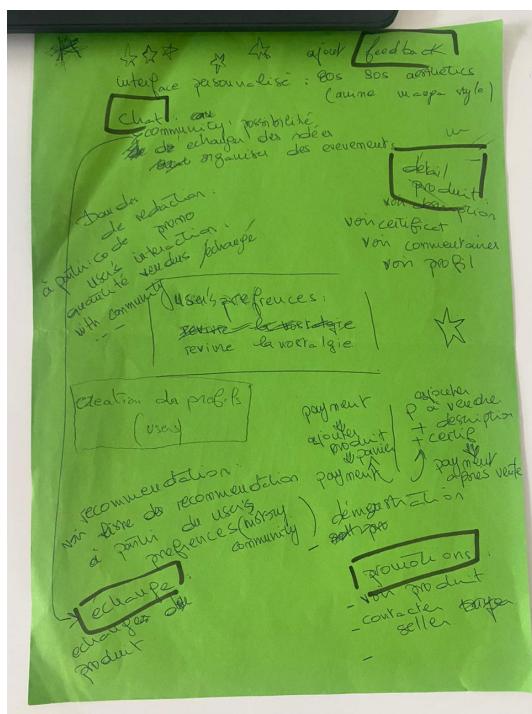


FIGURE 2.1 – Brainstorming des idées pour les différents besoins.

2.2 Besoin Numéro 1 : Préférences utilisateurs (feedback, détails produits, codes promo)

2.2.1 Description et Objectif Produit

Les utilisateurs souhaitent disposer de fiches produits détaillées, des avis clairs, et des options de réduction pour compenser les prix élevés des articles rétro.

2.2.2 Analyse

- **Problèmes actuels** : Informations sur les produits insuffisantes et perception de prix élevés.
- **Opportunités** : Standardiser les fiches produits et intégrer un système de codes promo.

2.2.3 Objectifs Produit

- Créer des fiches produits enrichies comprenant :
- Feedback et avis des utilisateurs.
- Description et photos détaillées.
- Codes promo visibles et facilement applicables.

2.2.4 Idéation

- Intégration d'une section dédiée aux avis des utilisateurs.
- Mise en place d'une fonctionnalité d'application automatique des codes promo.

2.2.5 Sketching

Le sketch 2.1 illustre une page de détail d'un produit. On y trouve un emplacement pour une image, un champ pour le prix, une description, une section pour afficher plus d'images, et un historique. Ce design permet de consulter toutes les informations nécessaires avant un achat ou un échange.

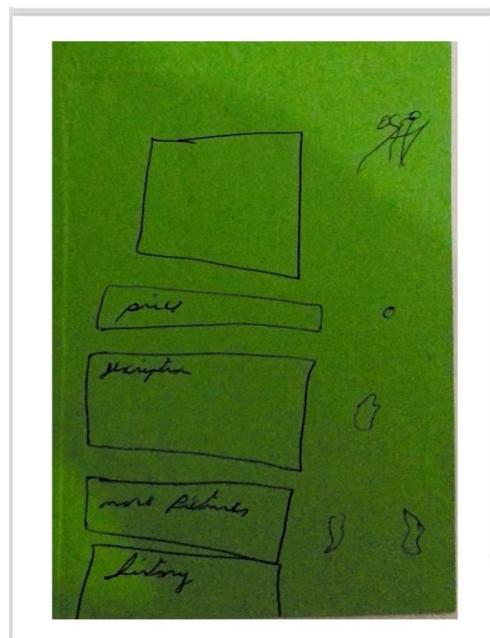


FIGURE 2.2 – Page détaillée d'un produit enrichi, réalisée par [Iyed Ben Farhat].

Le sketch 2.3 illustre une interface pour recueillir des avis. Une grande zone en haut peut afficher un titre ou une image, suivie de quatre petites cases représentant des critères ou options. Une ligne d'étoiles permet une note globale, et un espace en bas est réservé pour des commentaires.

2.2. Besoin Numéro 1 : Préférences utilisateurs (feedback, détails produits, codes promo)

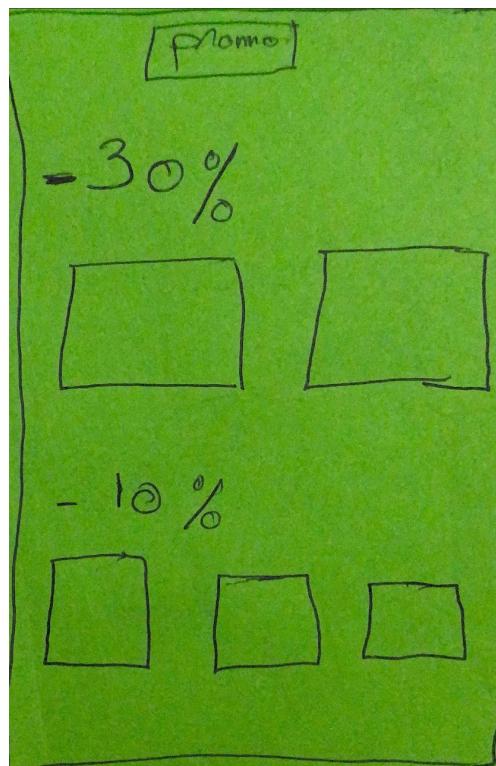


FIGURE 2.3 – Page feedback, réalisée par [Aziz Salmi].

Le sketch 2.4 montre une section promo. Un bandeau "Promo" en haut est suivi de deux offres "-30" avec deux cases pour des produits et "-10" avec deux autres cases. Ce design met en avant des réductions de manière claire.

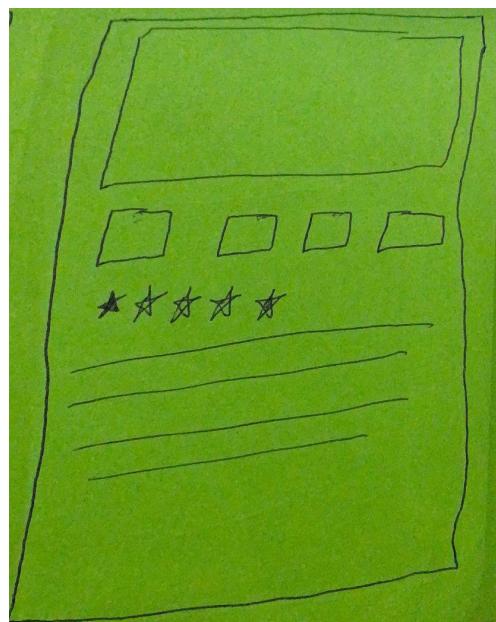


FIGURE 2.4 – Page promotion, réalisée par [Aziz Salmi].

2.3 Besoin Numéro 2 : Communauté (chat)

2.3.1 Description et Objectif Produit

Créer une plateforme communautaire où les utilisateurs peuvent échanger, poser des questions, et partager leurs trouvailles.

2.3.2 Analyse

- **Problèmes actuels** : Absence de communication directe entre les utilisateurs.
- **Opportunités** : Intégrer un système de chat interactif, accessible depuis le site.

2.3.3 Objectifs Produit

- Mettre en place un système de messagerie instantanée avec des options pour des groupes de discussion.
- Favoriser une ambiance communautaire pour améliorer l'engagement des utilisateurs.

2.3.4 Idéation

- Fonctionnalité de chat instantané.
- Notifications en temps réel pour les messages.
- Groupes thématiques pour des discussions ciblées.

2.3.5 Sketching

Le sketch 2.5 montre une interface communautaire avec une liste d'utilisateurs et de messages ainsi qu'une section de chat. Un bouton permet également d'ajouter un nouveau message.

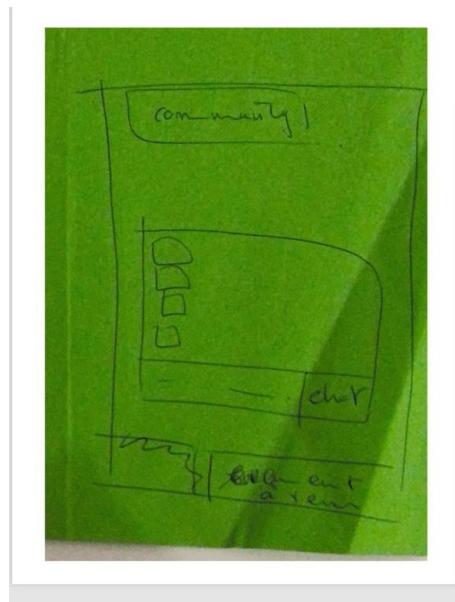


FIGURE 2.5 – Interface chat réalisée par [Yassin Nouri].

2.4 Besoin Numéro 3 : Échange des produits

2.4.1 Description et Objectif Produit

Les utilisateurs souhaitent une plateforme sécurisée pour échanger ou vendre des produits rétro.

2.4.2 Analyse

- **Problèmes actuels** : Absence de plateforme fiable pour les échanges.
- **Opportunités** : Concevoir une interface simple et transparente pour sécuriser les transactions.

2.4.3 Objectifs Produit

- Fournir une interface intuitive dédiée à l'échange ou à la vente de produits rétro.

2.4.4 Idéation

- Développement d'un système de matching pour trouver des partenaires d'échange pertinents.
- Intégration d'annonces avec des filtres pour faciliter la recherche de produits.
- Option d'achat pour les produits sans échange correspondant.

2.4.5 Sketching

Le sketch 2.6 représente une interface pour un système d'échange. Elle comporte deux cases symbolisant des produits à échanger, ainsi que trois boutons : "OK", "Non" et "Offre". Ce design permet aux utilisateurs de proposer et accepter des échanges facilement.

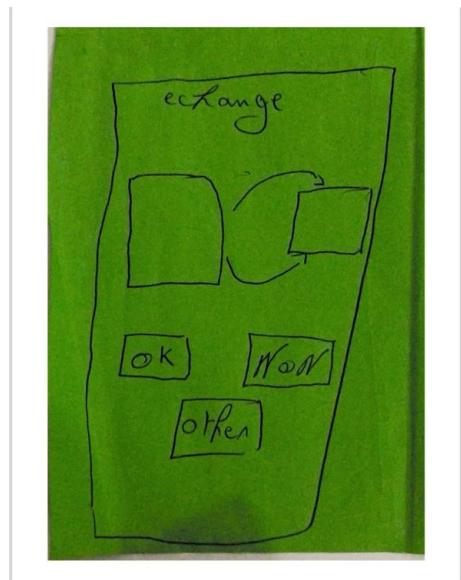


FIGURE 2.6 – Interface pour l'échange de produits, réalisée par [Aziz Salmi].

Remarque

Certains éléments des sketches sont en anglais, car ils ont été réalisés rapidement à l'improviste pour capturer des idées de manière spontanée.

Chapitre 3

Phase de Prototypage

3.1 Besoin Numéro 1 : Préférences utilisateurs

3.1.1 Prototypage Low Fidelity

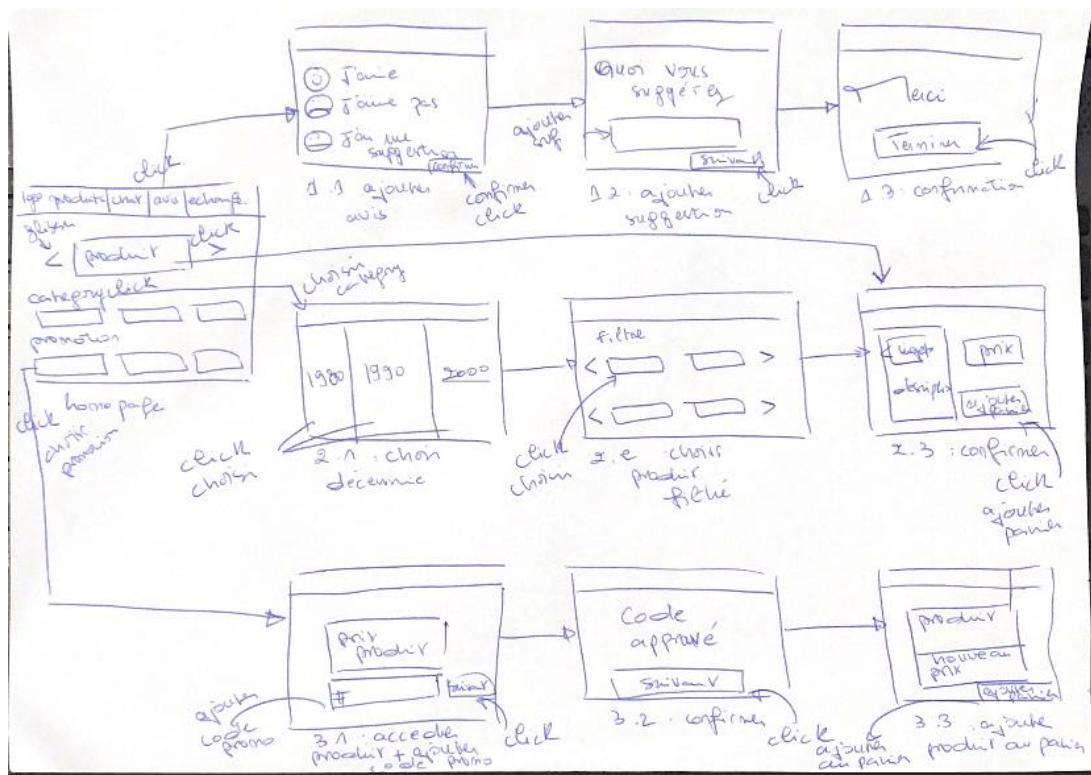


FIGURE 3.1 – Prototype Low Fidelity pour le besoin 1

3.1.2 Itération 1

Test qualitatif

EN QUOI LE PARTICIPANT EST-IL SIMILAIRE ET DIFFÉRENT DE VOTRE PERSONA ?

Participant 1 : Ahmed (21 ans, étudiant)

Similitudes avec Baya :

- Ahmed partage l'intérêt pour les objets rétro, bien que son focus soit principalement sur la technologie et les gadgets.
- Comme la persona initiale, il recherche des objets authentiques, mais dans un contexte plus technologique et éducatif.

Différences :

- En tant qu'étudiant, Ahmed dispose d'un budget plus limité et recherche des objets vintage à des fins de développement ou pour l'inspiration dans ses projets.

Participant 2 : Yasmina (23 ans, étudiante)

Similitudes avec Baya :

- Yasmina et la persona initiale ont un goût prononcé pour les objets vintage, notamment dans le cadre de créations artistiques.
- Elles partagent un besoin d'inspiration constante à travers des plateformes numériques.

Différences :

- Yasmina est plus orientée vers le design d'intérieur et l'architecture, tandis que la persona initiale est davantage impliquée dans le graphisme et l'art.

Participant 3 : Khadija (28 ans, développeuse web)

Similitudes avec la persona initiale :

- Khadija et la persona initiale partagent un intérêt pour les objets rétro, bien que Khadija les utilise dans un contexte plus lié à la technologie et au développement.
- Tous deux aiment les éléments visuels inspirés des années 80-90.

Différences :

- Khadija est développeuse, son besoin d'objets rétro est davantage fonctionnel pour ses projets technologiques et de design web, tandis que la persona initiale est plus impliquée dans la création graphique et artistique.

COURTE DESCRIPTION DU PRODUIT

Retroverse est notre application e-commerce dédiée à la vente d'articles rétro tels que des vêtements vintage, des meubles, des jeux vidéo classiques, des appareils électroniques anciens et des objets de collection.

Screenshot de 3 interviews TLDV

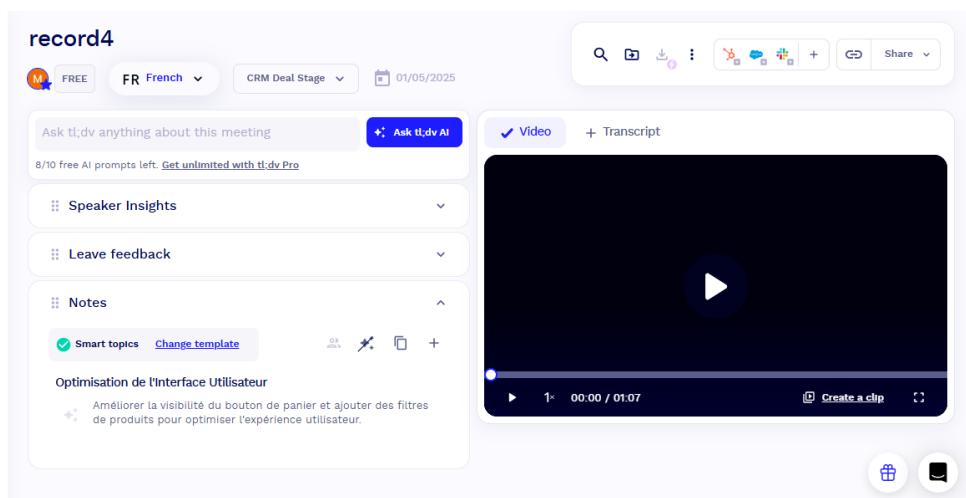


FIGURE 3.2 – Screenshot de l'interview 1

3.1. Besoin Numéro 1 : Préférences utilisateurs

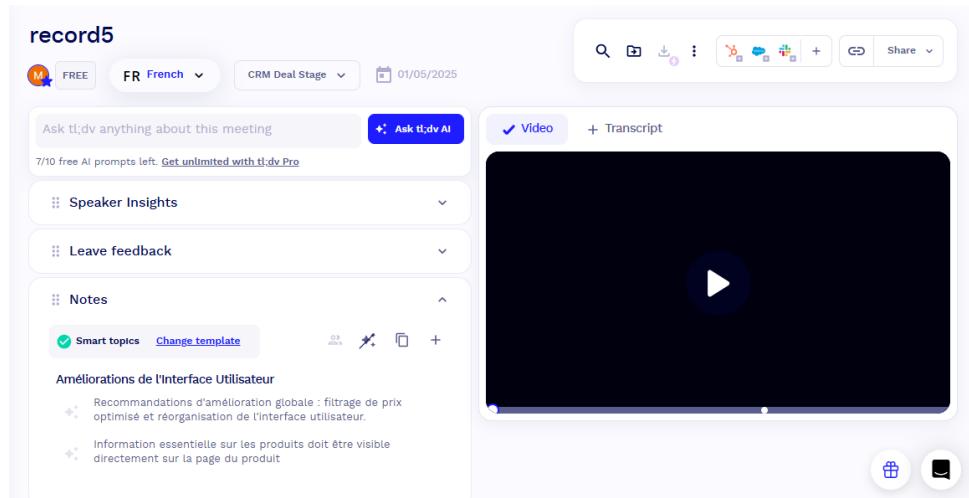


FIGURE 3.3 – Screenshot de l'interview 2

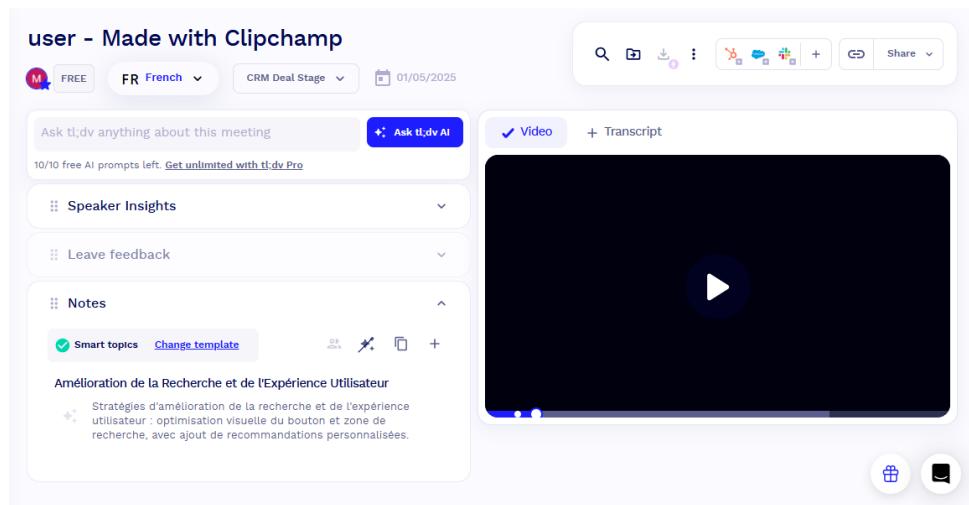


FIGURE 3.4 – Screenshot de l'interview 3

Liste des itérations

* Smart topics (TLDV) des 3 interviews



FIGURE 3.5 – Smart topics de l'interview 1

3.1. Besoin Numéro 1 : Préférences utilisateurs



FIGURE 3.6 – Smart topics de l'interview 2



FIGURE 3.7 – Smart topics de l'interview 3

* AI reports des 3 interviews

A screenshot of an AI reporting interface titled 'Ask tl;dv AI'. The search bar contains 'ai report'. Below it, a message says '7/10 free AI prompts left. Get unlimited with tl;dv Pro'. On the left, a sidebar shows 'Meetings analysed (1)' with a thumbnail for 'record4 - Made with Clipchamp' dated '01/05/2025' at '01:07'. On the right, the 'AI Report' section displays a summary: 'Here is an AI report based on the meeting transcript: The main discussion points are: • The need for a dedicated cart button that is more visible and accessible. 00:02 • The interface being a bit discreet and the need to make the cart button more prominent, possibly at the top of the page or near the products. 00:13 • The inclusion of detailed product information being a good idea, but the need for additional filtering options to sort the products. 00:22'. There are also 'Create recurring report' and a trash bin icon.

FIGURE 3.8 – AI report de l'interview 1

3.1. Besoin Numéro 1 : Préférences utilisateurs

The screenshot shows the 'Ask tl;dv AI' interface. In the top right corner, there are buttons for 'Ask tl;dv AI' and 'Create recurring report'. The main area is titled 'AI Report' and contains the following text:

Here is an AI report based on the meeting transcript:
The participants discussed several aspects of the website's user experience. They expressed a desire to have easier filtering options by price and user activity, which would improve the overall shopping experience. **00:02**
They also noted that some product information is missing, which is essential for them, and should be directly visible on each product page. **00:11**
Additionally, the participants suggested that the website's organization could be improved, with better separation of features like account and shopping cart, to save time and avoid confusion. **00:20**
Overall, the participants provided feedback on the website's user experience, focusing on the need for improved filtering, product information, and organization to enhance the overall shopping experience. **00:33**

FIGURE 3.9 – AI report de l'interview 2

The screenshot shows the 'Ask tl;dv AI' interface. In the top right corner, there are buttons for 'Ask tl;dv AI' and 'Create recurring report'. The main area is titled 'AI Report' and contains the following text:

Here is a summary of the key discussion points in the meeting transcript:
The group discussed ways to make the search button more visible on the website. Suggestions included placing it in the top right with a distinctive design like a larger icon or a persistent search field **00:05**, as the current button is too discrete. **00:13** Highlighting the search button with a colored border or more prominent placement, especially during the checkout process, would make it more noticeable and encourage its use. **00:49**
The group also recommended including user reviews and a section for similar product recommendations at the bottom of the page, as this would make the experience more engaging and useful, helping users make better purchasing decisions. **00:58**

FIGURE 3.10 – AI report de l'interview 3

— Problème #1 : Usabilité

Manque de boutons dans la Navbar pour accéder aux sections importantes (Utilisateur, Panier, Recherche, etc.).

Solution : Ajouter des boutons clairs et accessibles dans la Navbar.

3.1. Besoin Numéro 1 : Préférences utilisateurs

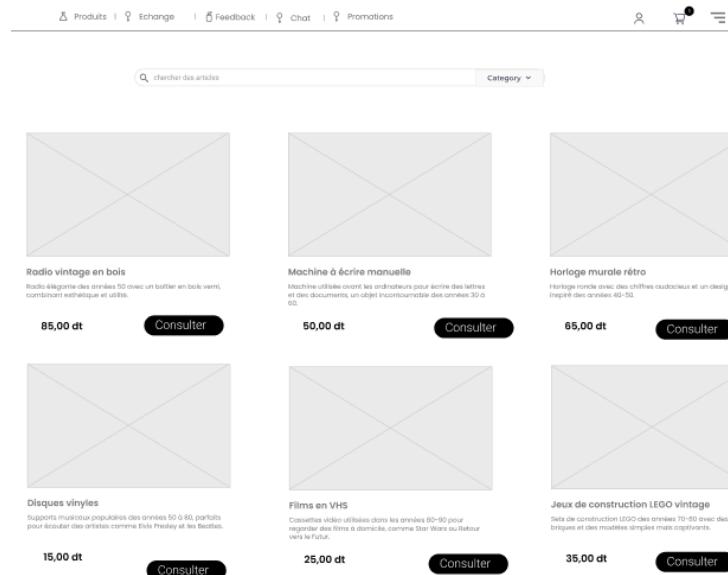


FIGURE 3.11 – Amélioration de la Navbar

— Problème #2 : Opportunité

L'emplacement du code promo est peu clair.

Solution : Ajouter un champ "Code Promo" visible dans les détails des produits.

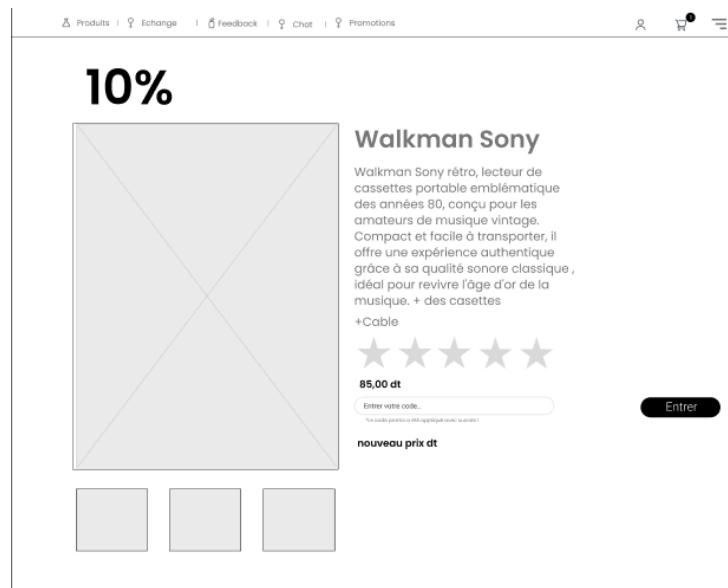


FIGURE 3.12 – Ajout du champ "Code Promo"

— Problème #3 : Opportunité

Absence d'une interface dédiée aux détails des produits.

Solution : Créer une interface détaillée incluant description, caractéristiques, prix, code promo, feedback, bouton "Demande d'échange", ainsi que des filtres pour la recherche.

3.1. Besoin Numéro 1 : Préférences utilisateurs

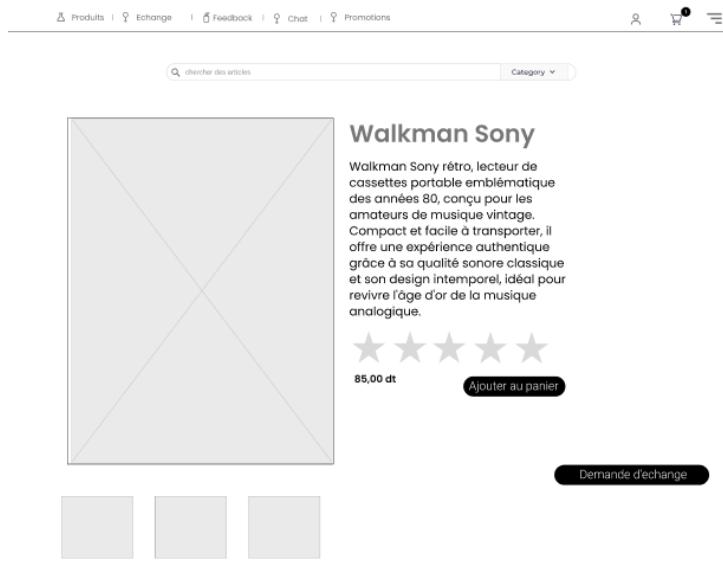


FIGURE 3.13 – Interface détaillée avec filtres pour les besoins 1

— Problème #4 : Usabilité

Structure peu adaptée de la liste des produits.

Solution : Améliorer la structure en intégrant des critères de sélection et une vue complète des produits.

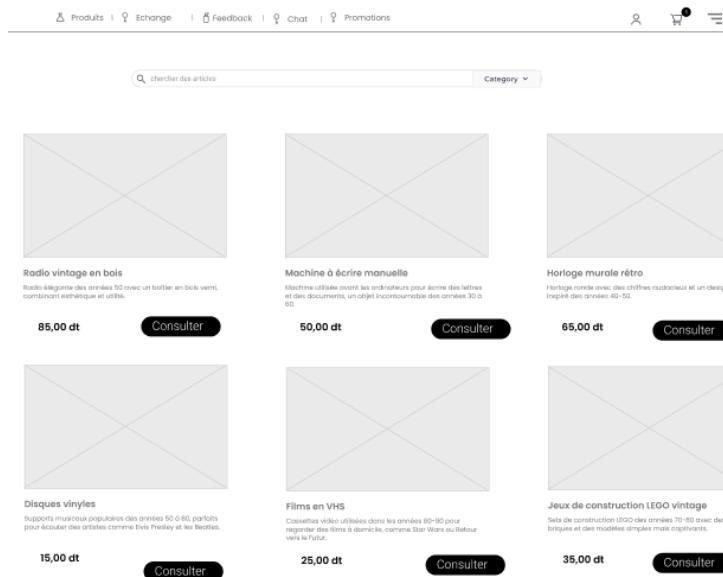


FIGURE 3.14 – Amélioration de la liste des produits

— Problème #5 : Conceptuel

Bouton "Demande d'échange" absent dans les produits.

Solution : Ajouter un bouton "Demande d'échange" dans chaque page de produit.

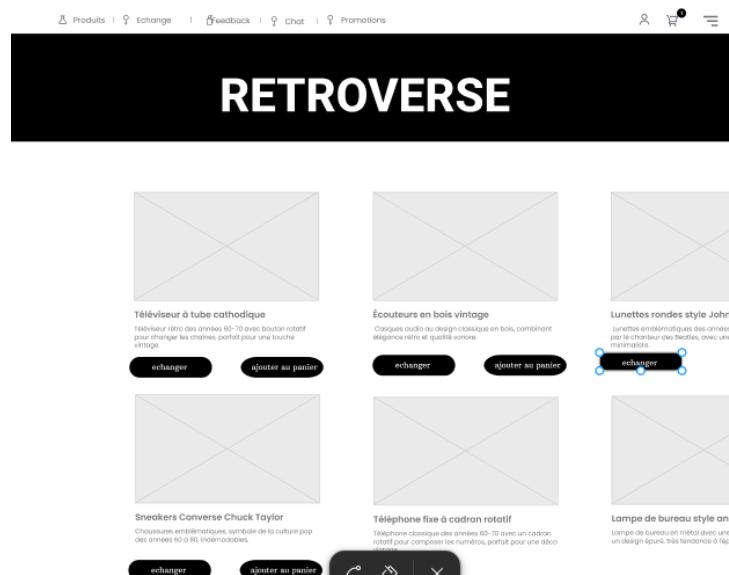


FIGURE 3.15 – Ajout du bouton "Demande d'échange"

3.2 Besoin Numéro 2 : Community Chat

3.2.1 Prototypage Low Fidelity

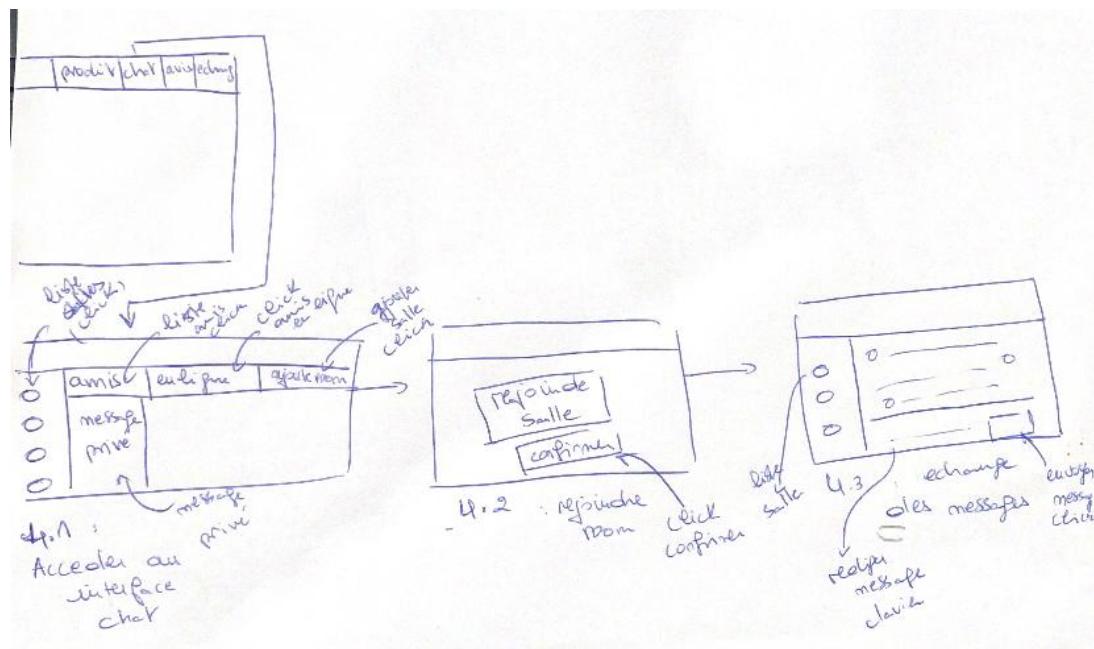


FIGURE 3.16 – Prototype Low Fidelity pour le besoin 2

3.2.2 Itération 1

Test qualitatif

En quoi les participants sont-ils similaires et différents de votre persona ?

Participant 4 : Samir (25 ans, ingénieur en électronique)

Similitudes avec la persona initiale :

- Samir est passionné par les objets rétro, en particulier les anciens circuits électroniques et les consoles de jeu vintage.
- Il apprécie l'esthétique des années 80 et 90, notamment dans le design des produits électroniques.

Différences :

- Contrairement à la persona initiale, il est davantage intéressé par l'aspect technique et le fonctionnement des objets anciens plutôt que leur valeur esthétique ou artistique.

Participant 5 : Sofia (22 ans, étudiante en arts plastiques)

Similitudes avec la persona initiale :

- Sofia partage le même amour pour les objets vintage, en particulier ceux liés à l'art et à la photographie.
- Comme la persona initiale, elle puise son inspiration dans des objets anciens et utilise souvent les plateformes numériques pour ses recherches artistiques.

Différences :

- Elle est plus orientée vers les techniques traditionnelles de peinture et de sculpture, alors que la persona initiale est davantage axée sur le graphisme numérique.

Participant 6 : Lina (26 ans, illustratrice freelance)

Similitudes avec la persona initiale :

- Lina est passionnée par l'iconographie rétro, notamment les affiches et illustrations des années 70 et 80.
- Comme la persona initiale, elle collectionne des livres et magazines anciens pour nourrir son inspiration graphique.

Différences :

- Elle se concentre davantage sur l'illustration et l'édition, tandis que la persona initiale est plus polyvalente dans ses créations artistiques.

Screenshot de 3 interviews TLDV

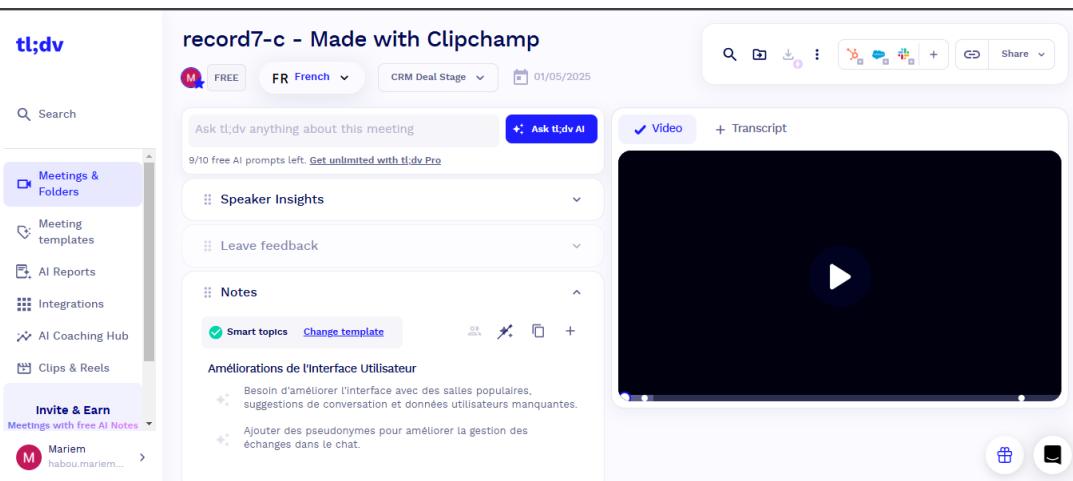


FIGURE 3.17 – Screenshot de l'interview 1

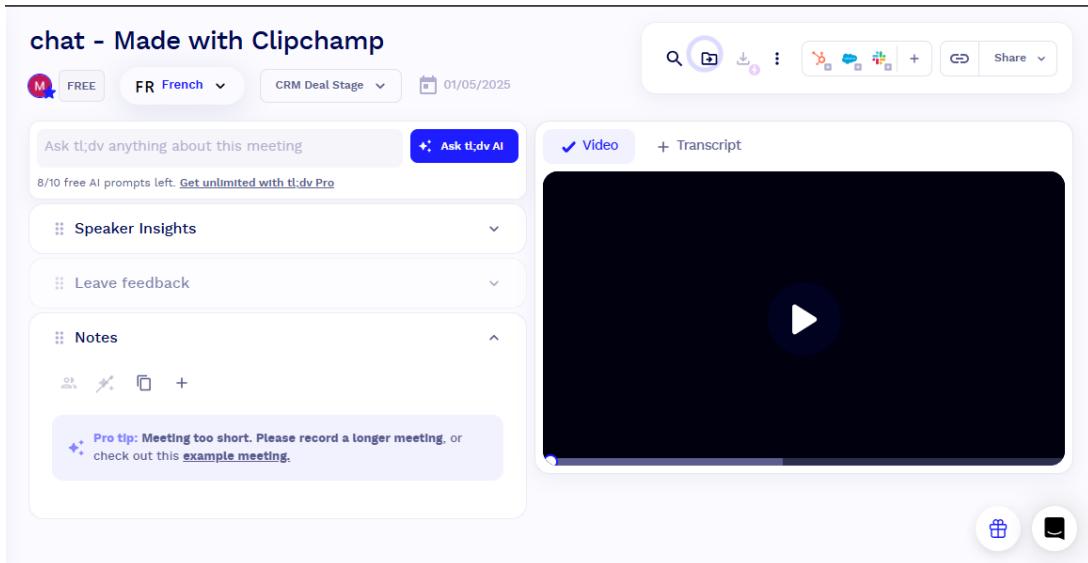


FIGURE 3.18 – Screenshot de l'interview 2

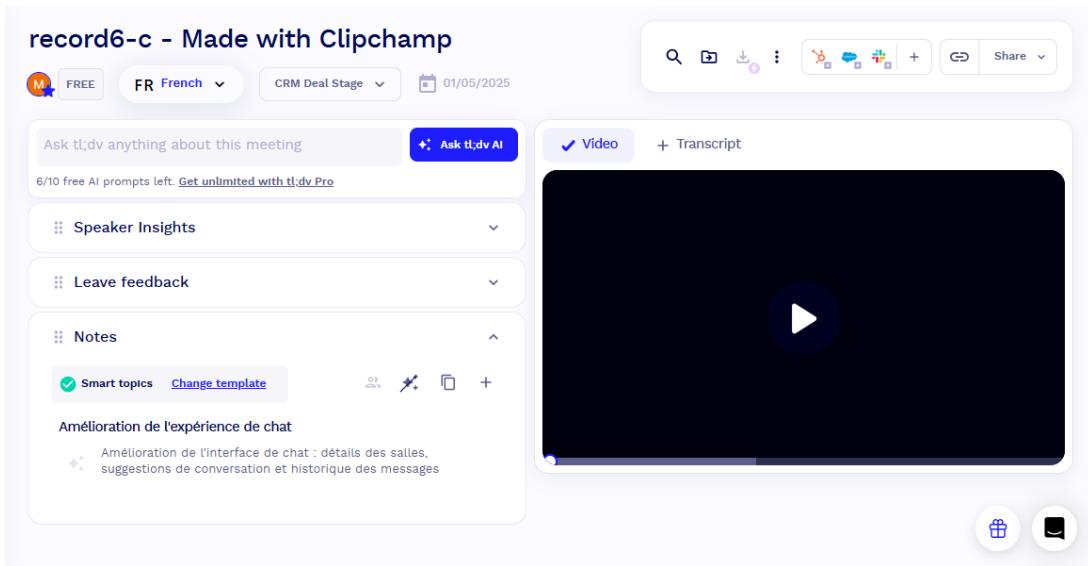


FIGURE 3.19 – Screenshot de l'interview 3

Liste des itérations

Smart topics (TLDV) des 3 interviews

Smart topics [Change template](#)

Améliorations de l'Interface Utilisateur

- ❖ Besoin d'améliorer l'interface avec des salles populaires, suggestions de conversation et données utilisateurs manquantes.
- ❖ Ajouter des pseudonymes pour améliorer la gestion des échanges dans le chat.

FIGURE 3.20 – Smart topics de l'interview 1

3.2. Besoin Numéro 2 : Community Chat

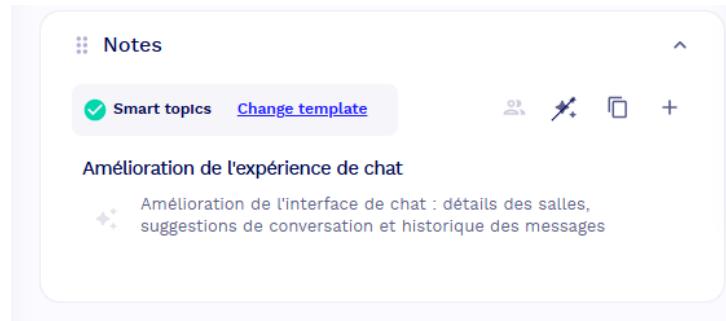


FIGURE 3.21 – Smart topics de l'interview 3

AI reports des 3 interviews

A screenshot of a digital interface titled 'Ask tl;dv AI'. At the top left is a 'Create recurring report' button. Below it is a search bar with 'ai report' and a note '8/10 free AI prompts left. Get unlimited with tl;dv Pro'. On the left, there's a 'Meetings analysed (1)' section showing a redacted transcript for 'record7-c - Made with Clipchamp' from '01/05/2025' at '01:19'. A '+ Add more meetings' button is below it. On the right, the 'AI Report' section contains text and a bulleted list. The text says: 'Here is an AI report based on the meeting transcript: The discussion highlights several key points about the chat room:'. The list includes: '• The chat room space is currently empty. 00:02', '• There is a lack of popular rooms or suggestions for starting conversations. 00:06', '• The participants feel that more information is needed to improve the experience:'. Another list follows: '• There is not enough information about the different rooms available. 00:13', '• An overview of popular rooms or upcoming discussion topics could be helpful. 00:17', '• While the chat feature is interesting, the lack of important information is a concern:'. The final point is: '• The discussion acknowledges that providing message history or user data could help manage the exchanges better. 01:11'. Overall, the key issues seem to be the lack of room information, suggestions, and important data to facilitate meaningful conversations in the chat space.

FIGURE 3.22 – AI report de l'interview 1

A screenshot of a digital interface titled 'Ask tl;dv AI'. At the top left is a 'Create recurring report' button. Below it is a search bar with 'ai report' and a note '7/10 free AI prompts left. Get unlimited with tl;dv Pro'. On the left, there's a 'Meetings analysed (1)' section showing a redacted transcript for 'chat - Made with Clipchamp' from '01/05/2025' at '00:56'. A '+ Add more meetings' button is below it. On the right, the 'AI Report' section contains text and a bulleted list. The text says: 'Here is an AI report based on the meeting transcript: The transcript suggests that the key discussion points are:'. The list includes: '• Adding a search bar to find discussions or users would be an essential addition, as it would simplify navigation and improve overall interactivity. 00:01', '• Allowing for more advanced customization, such as adding interests or followed topics, would strengthen the appeal of the platform. 00:10', '• Some rooms lack activity, and providing suggestions for popular rooms or notifications about active discussions could improve the user experience. 00:20'.

FIGURE 3.23 – AI report de l'interview 2

3.2. Besoin Numéro 2 : Community Chat

Ask tl;dv AI

The screenshot shows a user interface for generating an AI report from a meeting transcript. At the top, there's a header with 'ai report' and a button to 'Ask tl;dv AI'. Below that, it says '5/10 free AI prompts left. Get unlimited with tl;dv Pro'. The main area is divided into two sections: 'Meetings analysed (1)' and 'AI Report'.

Meetings analysed (1)

- record6-c - Made with Clipch... (redacted)
- 01/05/2025
- 01:02
- + Add more meetings

AI Report

Based on the meeting transcript, here is an AI report summarizing the key discussion points:

The participants are interested in the chat feature but feel that the room space lacks important information. They suggest including popular rooms or salon suggestions to help start conversations. **00:02** There are not enough details on the different rooms available, and an overview of popular rooms or upcoming discussion topics could be helpful. **00:10**

The participants also note that the lack of historical message or interaction data makes it difficult to manage the exchanges effectively. **00:21** They reiterate the need for more information on popular rooms and upcoming discussion topics to facilitate better conversations. **00:33**

Finally, the group agrees that access to historical message and interaction data would be beneficial, as it would allow for better management of the exchanges. **00:52**

FIGURE 3.24 – AI report de l'interview 3

— Problème #1 : Conceptuel

L'espace "Room" est vide.

Solution : Ajouter une liste des salles existantes et des suggestions interactives.

— Problème #2 : Conceptuel

Manque de salles disponibles.

Solution : Ajouter une liste mise à jour des salles populaires.

— Problème #3 : Opportunité

Absence d'une section "Événements et Actualités".

Solution : Ajouter une section dédiée aux nouvelles et événements communautaires.

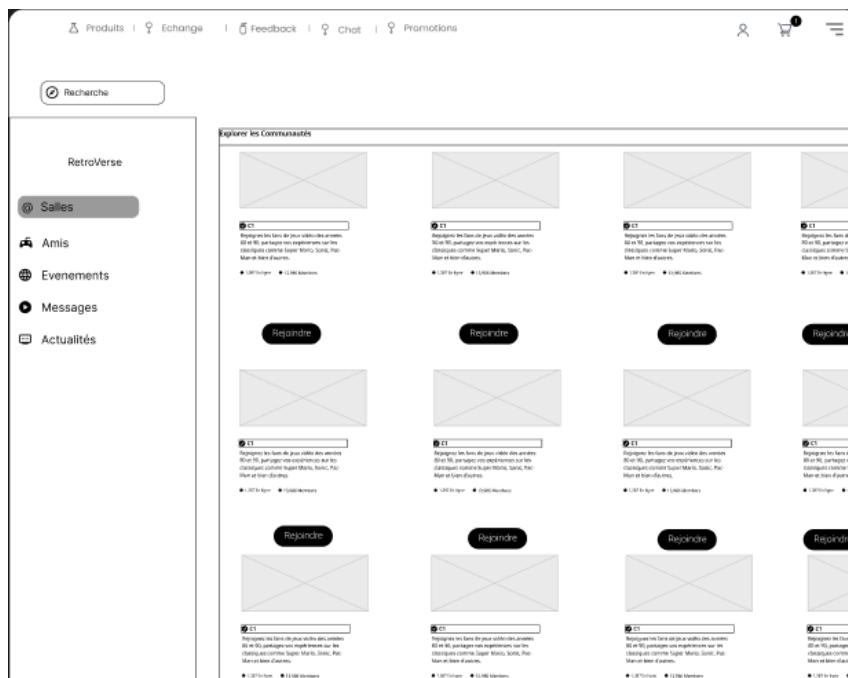


FIGURE 3.25 – Ajout des buttons, salles disponibles

— Problème #4 : Usabilité

Informations utilisateur absentes dans le chat.

Solution : Ajouter une section "Profil utilisateur" avec historique des interactions.

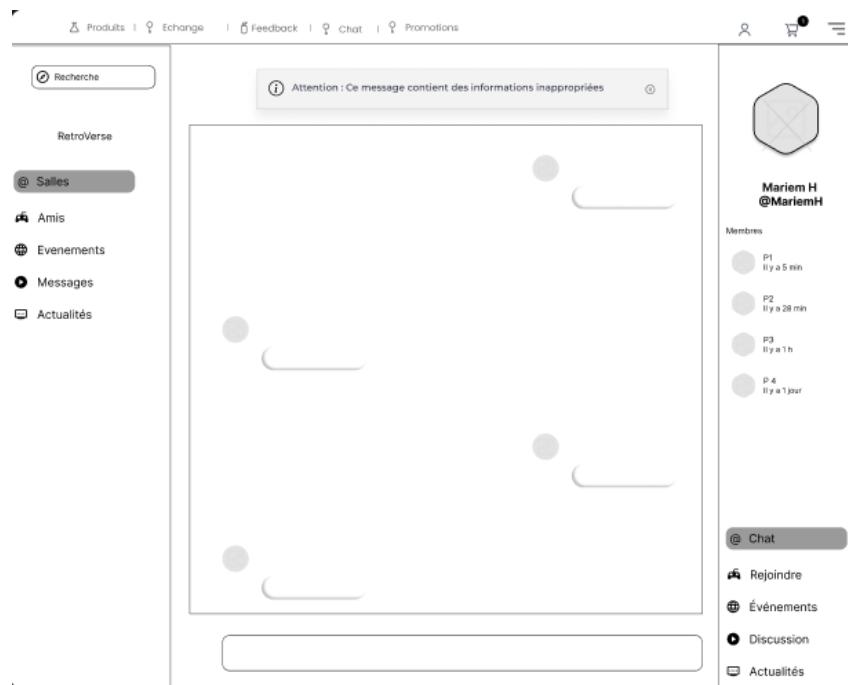


FIGURE 3.26 – Ajout de la section "Profil utilisateur"

3.3 Besoin Numéro 3 : Échange de produit

3.3.1 Prototypage Low Fidelity

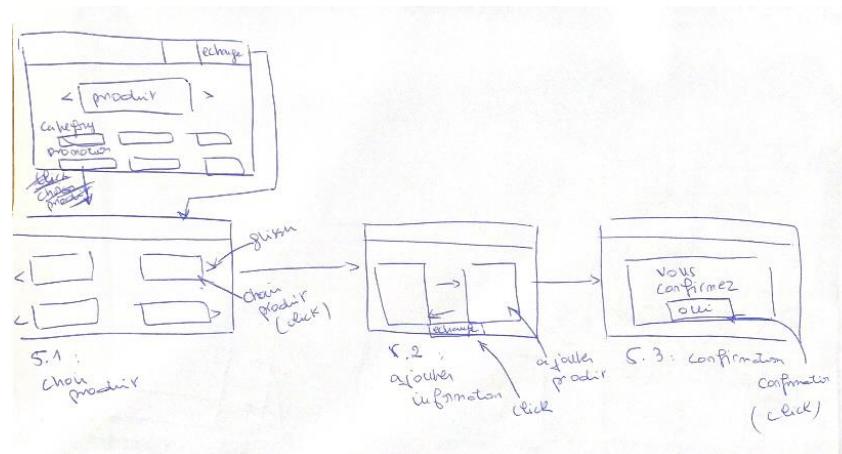


FIGURE 3.27 – Prototype Low Fidelity pour le besoin 3

3.3.2 Itération 1

Test qualitatif

En quoi les participants sont-ils similaires et différents de votre persona ?

Participant 7 : Mehdi (24 ans, développeur de jeux vidéo)

Similitudes avec la persona initiale :

- Mehdi aime les objets rétro, notamment les anciens jeux vidéo, les pixels arts et les consoles vintages.
- Il est sensible à l'esthétique des années 80-90 et s'en inspire dans ses créations.

Différences :

- Son intérêt est plus fonctionnel, car il cherche à recréer des styles graphiques rétro pour ses projets de jeux vidéo, alors que la persona initiale se concentre sur le graphisme général.

Participant 8 : Salma (27 ans, architecte d'intérieur)

Similitudes avec la persona initiale :

- Salma apprécie les objets rétro, notamment ceux liés au design et au mobilier vintage.
- Elle aime chiner des pièces uniques et s'inspire des tendances des décennies passées.

Différences :

- Contrairement à la persona initiale, qui utilise les objets vintage à des fins artistiques, Salma les intègre principalement dans des projets de décoration et d'aménagement d'intérieur.

Participant 9 : Inès (23 ans, photographe indépendante)

Similitudes avec la persona initiale :

- Inès adore le style rétro et utilise des appareils photo argentiques pour capturer des clichés avec une esthétique vintage.
- Comme la persona initiale, elle cherche de l'inspiration dans les vieux magazines et affiches.

Différences :

- Son approche est plus documentaire et axée sur la photographie, tandis que la persona initiale est plus impliquée dans le graphisme et la création numérique.

Screenshot de 3 interviews TLDV

3.3. Besoin Numéro 3 : Échange de produit

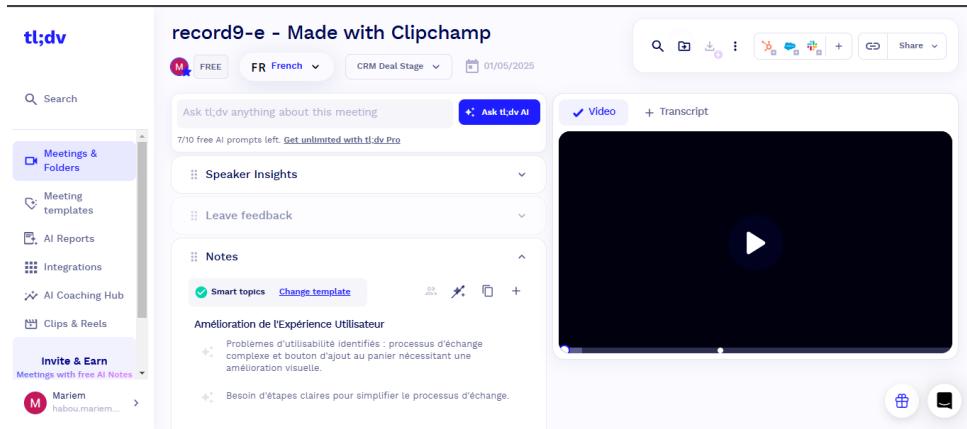


FIGURE 3.28 – Screenshot de l'interview 1

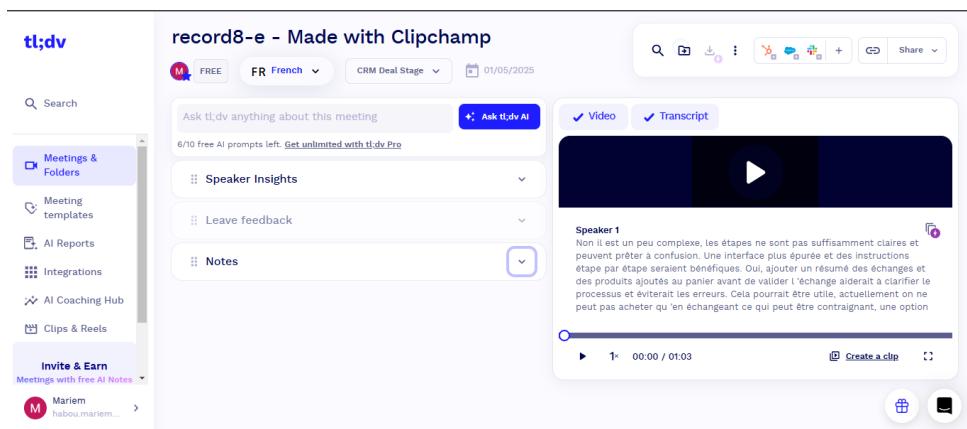


FIGURE 3.29 – Screenshot de l'interview 2

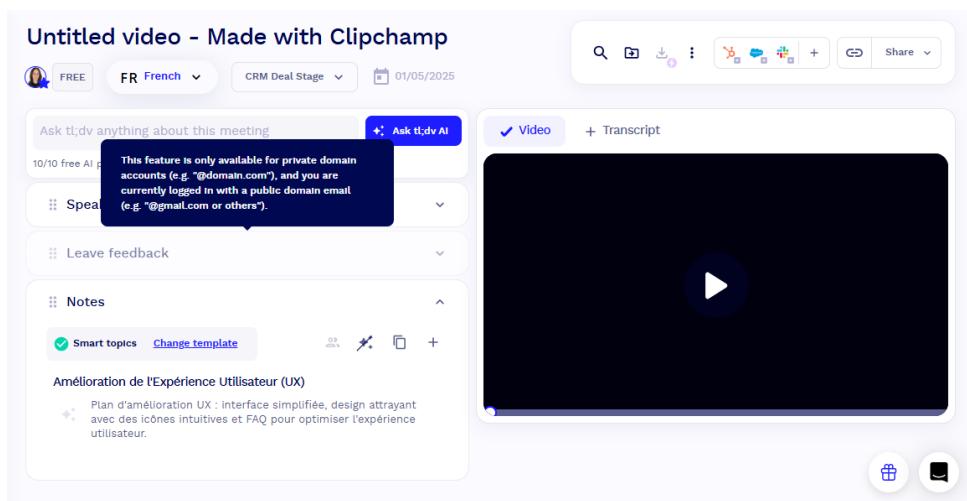


FIGURE 3.30 – Screenshot de l'interview 3

Liste des itérations

Smart topics (TLDV) des 3 interviews

The screenshot shows a 'Notes' interface with a 'Smart topics' section. The title 'Amélioration de l'Expérience Utilisateur' is displayed. Below it, two bullet points are listed:

- Problèmes d'utilisabilité identifiés : processus d'échange complexe et bouton d'ajout au panier nécessitant une amélioration visuelle.
- Besoin d'étapes claires pour simplifier le processus d'échange.

FIGURE 3.31 – Smart topics de l'interview 1

The screenshot shows a 'Notes' interface with a 'Smart topics' section. The title 'Amélioration de l'Expérience Utilisateur (UX)' is displayed. Below it, one bullet point is listed:

- Plan d'amélioration UX : interface simplifiée, design attrayant avec des icônes intuitives et FAQ pour optimiser l'expérience utilisateur.

FIGURE 3.32 – Smart topics de l'interview 3

AI reports des 3 interviews

The screenshot shows an 'Ask tl;dv AI' interface. At the top, there's a search bar with 'ai record' and a note about 6/10 free AI prompts left. On the right are buttons for '+ Ask tl;dv AI' and 'Create recurring report'. Below the search bar, there's a section titled 'Meetings analysed (1)' showing a thumbnail for 'record9-e - Made with Clipch...' from '01/05/2025' at '01:37'. To the right, under 'AI Report', is a summary of key discussion points from the meeting transcript, mentioning the exchange process being complicated and unclear, and suggesting improvements like a simpler interface and clearer steps.

FIGURE 3.33 – AI report de l'interview 1

3.3. Besoin Numéro 3 : Échange de produit

The screenshot shows the 'Ask tl;dv AI' interface. In the top right corner, there is a blue button labeled 'Create recurring report'. Below it, a section titled 'Meetings analysed (1)' shows a single meeting entry: 'record8-e - Made with Clipch...', dated 01/05/2025 at 01:03. A large black rectangular redaction box covers the video thumbnail. Below the meeting list is a button labeled '+ Add more meetings'. To the right, under 'AI Report', is a summary of discussion points:

- Here is a summary of the key discussion points in the meeting transcript.
- The meeting participants found the existing process to be a bit complex, with unclear steps that could lead to confusion. **00:00**
- They suggested having a more streamlined interface with step-by-step instructions to improve the experience. **00:05**
- Adding a summary of the exchanges and products added to the cart before finalizing the transaction would help clarify the process and prevent errors. **00:12**
- Currently, users can only make purchases by exchanging items, which can be restrictive. Providing an option to add items to the cart or buy without an exchange would be useful. **00:20**
- Finally, the participants encouraged the viewers to subscribe to the channel to stay up to date with future videos. **00:54**

FIGURE 3.34 – AI report de l'interview 2

The screenshot shows the 'Ask tl;dv AI' interface. In the top right corner, there is a blue button labeled 'Create recurring report'. Below it, a section titled 'Meetings analysed (1)' shows a single meeting entry: 'Untitled video - Made with Cl...', dated 01/05/2025 at 01:37. A large black rectangular redaction box covers the video thumbnail. Below the meeting list is a button labeled '+ Add more meetings'. To the right, under 'AI Report', is a summary of discussion points:

- Here is a summary of the key discussion points from the transcript.
- The procedure could be simplified into clear steps with explicit instructions for each action. **00:02** A bolder design with a vibrant color and a "wow" effect would make it more attractive. **00:10** An more intuitive interface with icons or a FAQ section to guide users would further enhance the user experience. **00:16**

FIGURE 3.35 – AI report de l'interview 3

— Problème #1 : Opportunité

Impossibilité d'acheter un produit sans échange.

Solution : Ajouter une option "Ajouter au panier".

3.3. Besoin Numéro 3 : Échange de produit

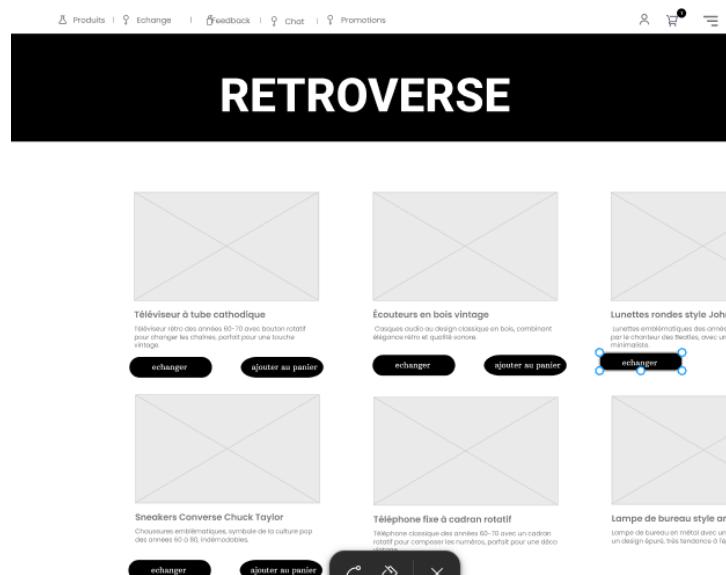


FIGURE 3.36 – Ajout du bouton "Ajouter au panier"

— Problème #2 : Usabilité

Procédure d'échange complexe.

Solution : Simplifier l'interface d'échange avec des instructions claires.

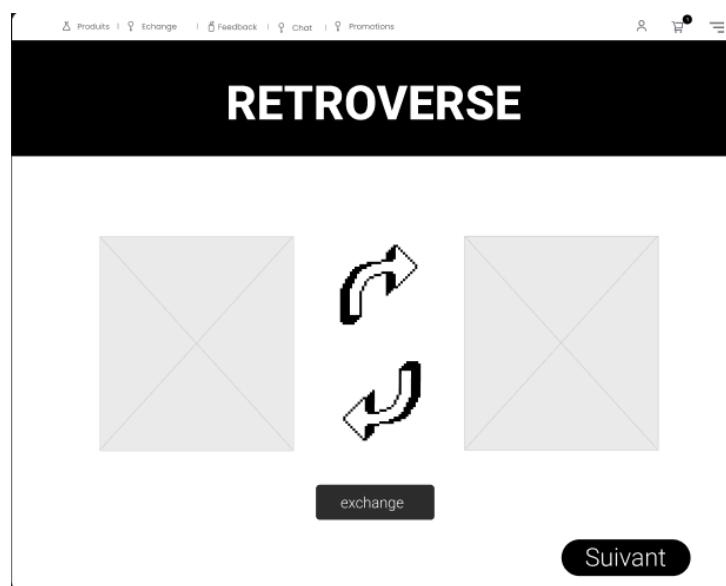


FIGURE 3.37 – Simplification de l'interface d'échange

Itération 2 pour tout le prototype

En quoi les participants sont-ils similaires et différents de votre persona ?

Participant 7 : Sara (24 ans, développeuse de jeux vidéo)

Similitudes avec la persona initiale :

- Sara aime les objets rétro, notamment les anciens jeux vidéo, les pixels arts et les consoles vintages.
- Elle est sensible à l'esthétique des années 80-90 et s'en inspire dans ses créations.

Différences :

- Son intérêt est plus fonctionnel, car elle cherche à recréer des styles graphiques rétro pour ses projets de jeux vidéo, alors que la persona initiale se concentre sur le graphisme général.

Comparaison entre Sonix et TLDV :

Sonix :

- Outil de transcription et de traduction automatique pour audio et vidéo.
- Propose des outils d'édition, de correction, de recherche et de collaboration.
- Idéal pour obtenir des transcriptions détaillées, surtout pour des contenus longs.
- Permet d'exporter les transcriptions dans divers formats (Word, PDF, etc.).
- Convient aux professionnels recherchant des transcriptions exactes et éditables.

Comparaison des deux outils :

- **Sonix** est principalement utilisé pour la transcription détaillée de vidéos ou d'audios. Il permet d'obtenir un texte complet et précis, avec des outils d'édition avancés. Sonix est plus adapté à des utilisateurs qui ont besoin d'une transcription complète pour analyser ou éditer un contenu.
- **TLDV**, quant à lui, se concentre sur le résumé rapide des vidéos longues. Il est idéal pour ceux qui cherchent un aperçu rapide des points clés d'une vidéo sans avoir besoin de la visionner dans son intégralité. TLDV est donc plus orienté vers des utilisateurs qui veulent gagner du temps en obtenant les éléments essentiels d'une vidéo.

Screenshot de l'interview de Sonix



FIGURE 3.38 – Screenshot de l'interview dans Sonix.

Screenshot de generate summary dans Sonix



FIGURE 3.39 – Screenshot montrant generate summary dans Sonix.

Screenshot de Topic detection dans sonix

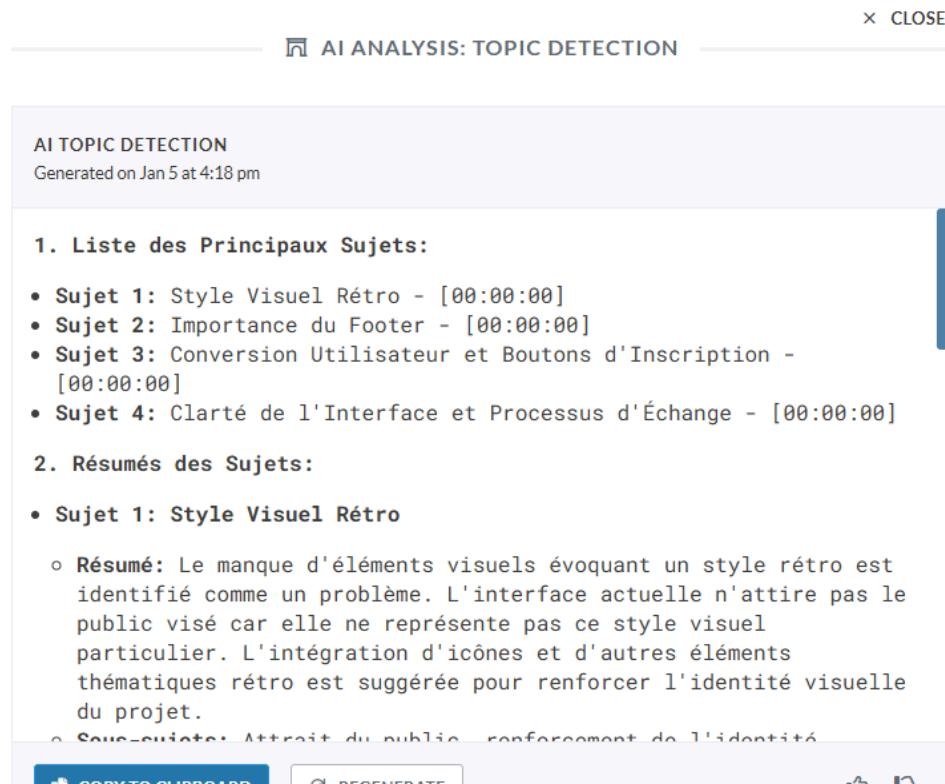


FIGURE 3.40 – Screenshot de l'édition de Topic detection dans Sonix.

Problème #1 : Manque d'esthétique rétro dans les interfaces

Type : Problème conceptuel

Description : Manque d'esthétique rétro dans les interfaces.

Solutions :

- Intégrer des éléments visuels rétro, tels que des polices vintage.

- Proposer plusieurs thèmes d'interface pour permettre à l'utilisateur de personnaliser son expérience.

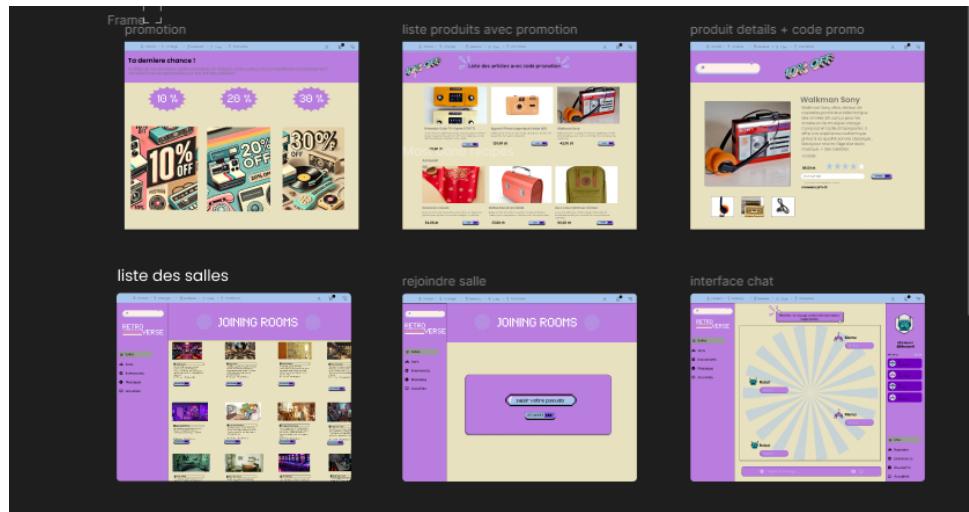


FIGURE 3.41 – Exemples Interfaces

Problème #2 : Absence de footer

Type : Problème d'usabilité

Description : Absence de footer sur le site.

Solutions :

- Ajouter un footer contenant des informations essentielles, telles que les mentions légales, les coordonnées, et les liens vers les réseaux sociaux.
- Intégrer une navigation rapide vers les sections principales du site.



FIGURE 3.42 – Footer

Problème #3 : Absence de boutons comme "Sign Up"

Type : Problème d'usabilité

Description : Absence de boutons tels que "Sign Up" sur le site.

Solutions :

- Ajouter des boutons visibles et accessibles, comme "Sign Up," dans la page d'accueil.
- S'assurer que ces boutons sont bien stylisés pour attirer l'attention des utilisateurs.
- Assurer la bonne visibilité et accessibilité des boutons, notamment en utilisant des contrastes appropriés pour les utilisateurs malvoyants.

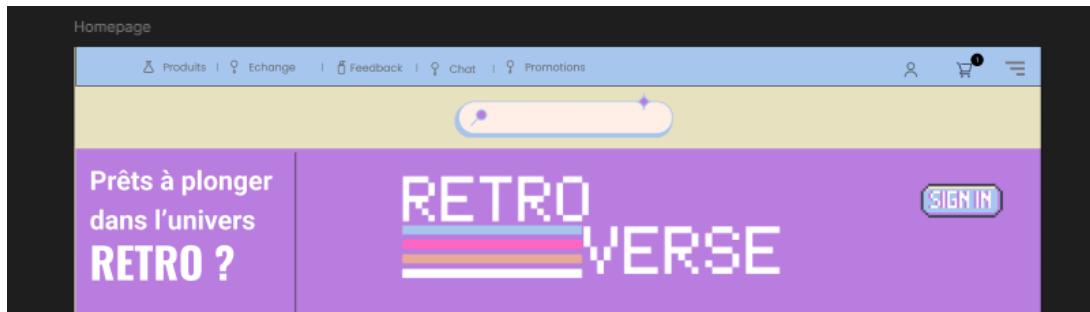


FIGURE 3.43 – Button sign up dans page d'accueil

Problème #4 : Absence de description sur le processus d'échange

Type : Problème conceptuel

Description : Absence de description sur la manière dont les produits échangés sont ajoutés, ainsi que sur le processus de contact pour effectuer un échange.

Solutions :

- Ajouter une section détaillant le processus d'échange, avec des étapes claires, incluant un formulaire pour que l'utilisateur ajoute l'état, la description, et la localisation du produit.

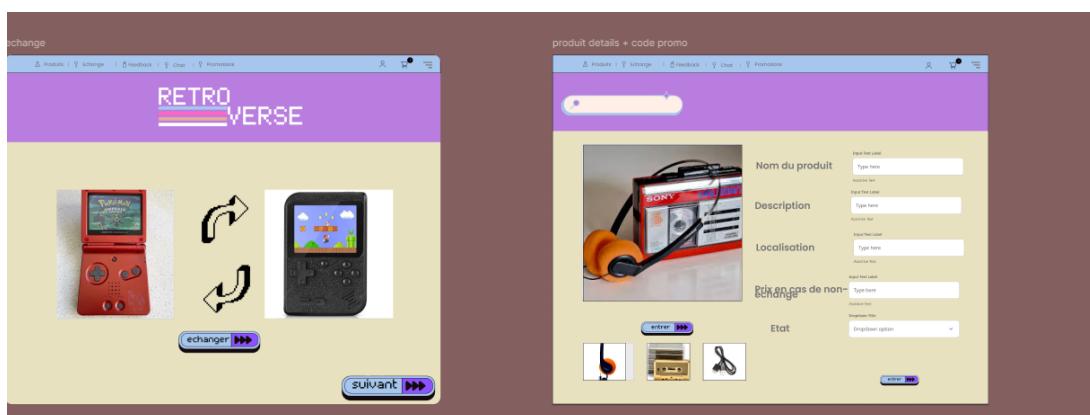


FIGURE 3.44 – Simplification de l'interface d'échange

3.3.3 Prototype Medium Fidelity

Le prototype medium fidelity est disponible via le lien suivant : Prototype Medium Fidelity sur Figma.

Ce prototype, réalisé en noir et blanc, permet de visualiser les fonctionnalités principales avec un niveau de détail suffisant pour valider les concepts et l'organisation des éléments sur les interfaces. Il se concentre sur la structure et la disposition des éléments sans inclure de design final.

3.4 Prototype High Fidelity

Le prototype High Fidelity est accessible via le lien suivant : Prototype High Fidelity sur Figma.

Ce prototype, entièrement en couleur, offre une version aboutie et réaliste des interfaces. Il intègre un design finalisé comprenant des palettes de couleurs, des typographies, des icônes et des interactions détaillées. Ce modèle est idéal pour : - la validation des concepts, - les tests utilisateurs, - et la présentation finale du produit.

3.4.1 Figures des interfaces

Interfaces pour le besoin 1 : Préférences utilisateurs

Objectif 1 : Feedback utilisateur

Objectif 2 : Détails produits

Objectif 3 : Code promo

Interfaces pour le besoin 2 : Communauté (chat)

Interfaces pour le besoin 3 : Échange des produits

3.4. Prototype High Fidelity

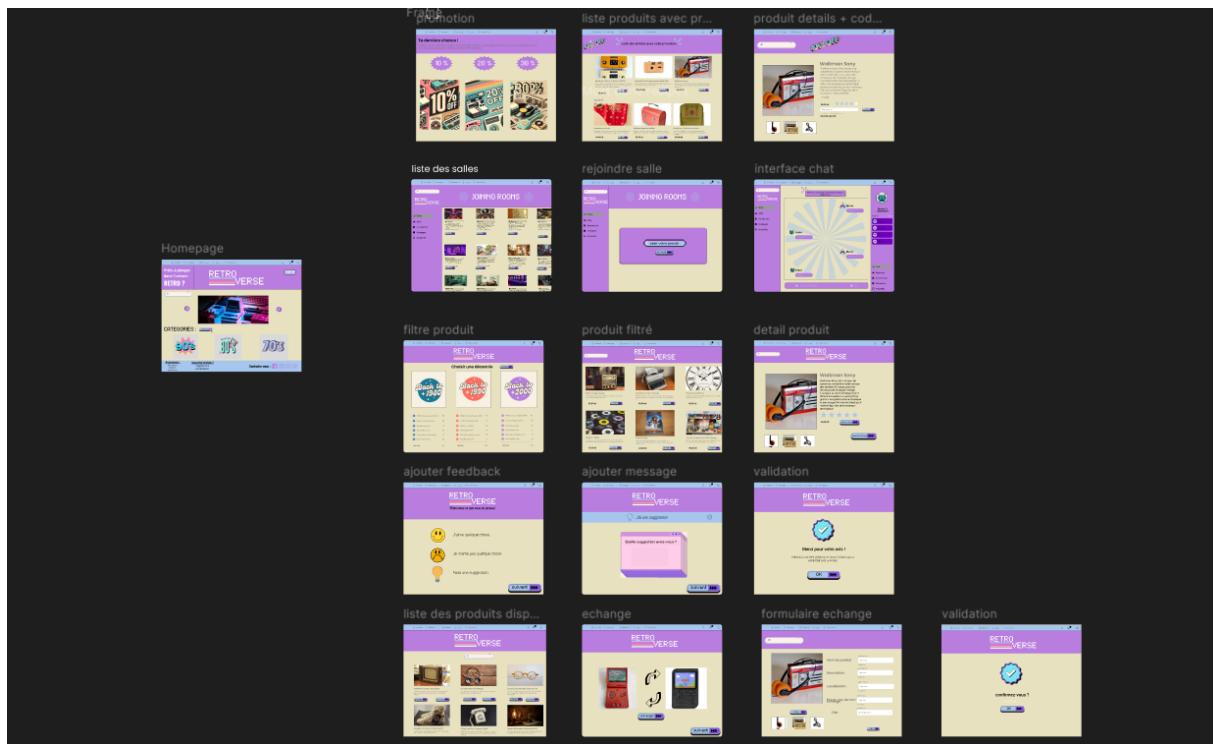


FIGURE 3.45 – Vue d'ensemble de toutes les interfaces du prototype High Fidelity.

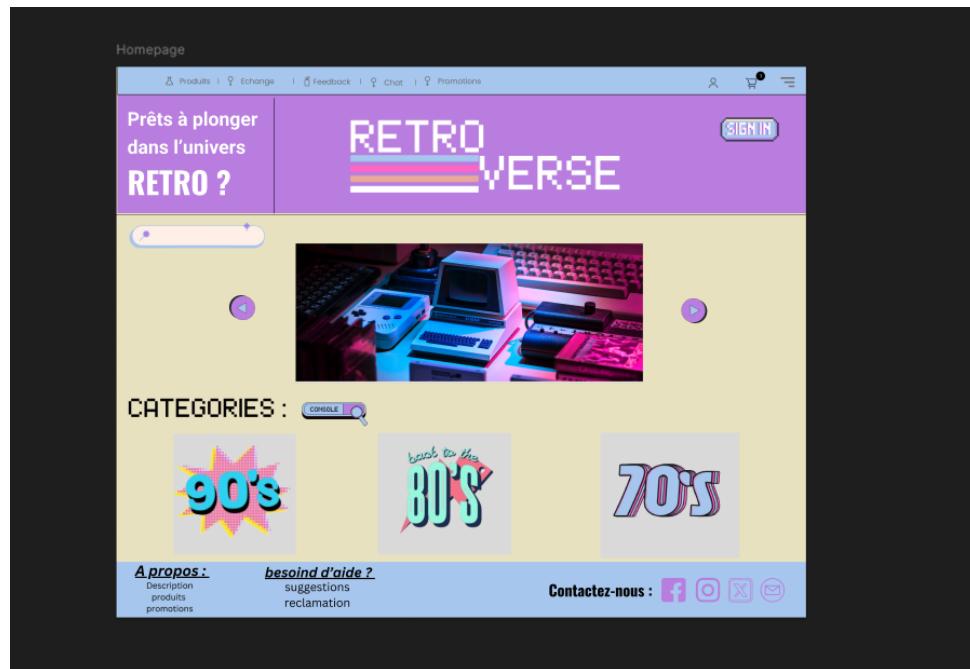


FIGURE 3.46 – Interface de la page d'accueil (Home Page).



FIGURE 3.47 – Interface pour le feedback utilisateur (1/3).



FIGURE 3.48 – Interface pour le feedback utilisateur (2/3).

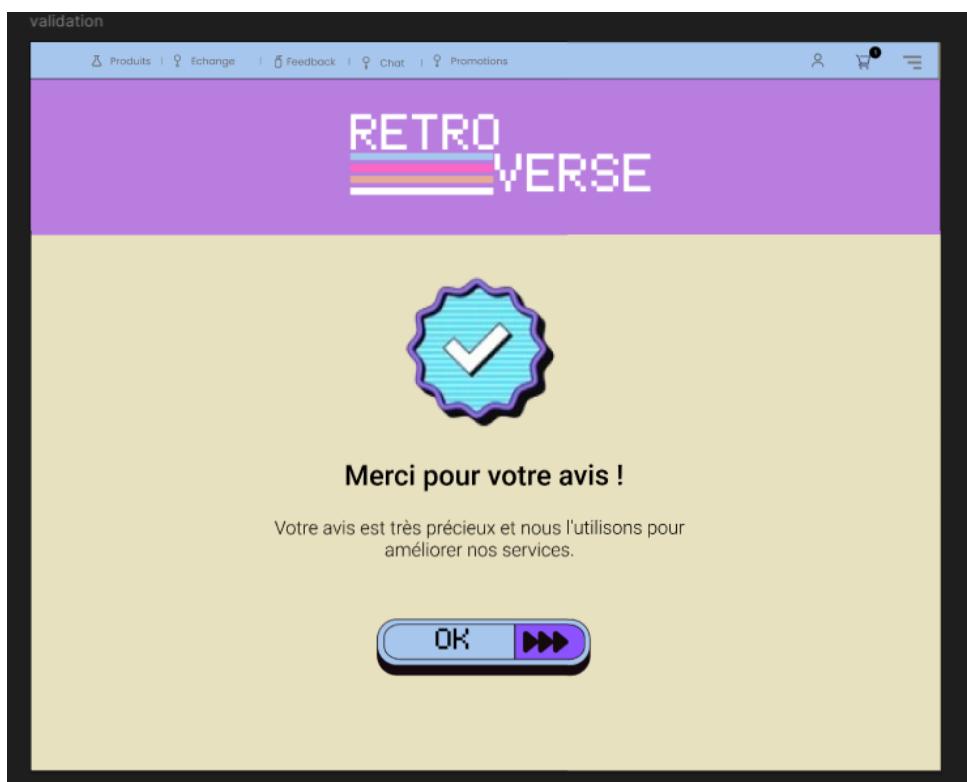


FIGURE 3.49 – Interface pour le feedback utilisateur (3/3).

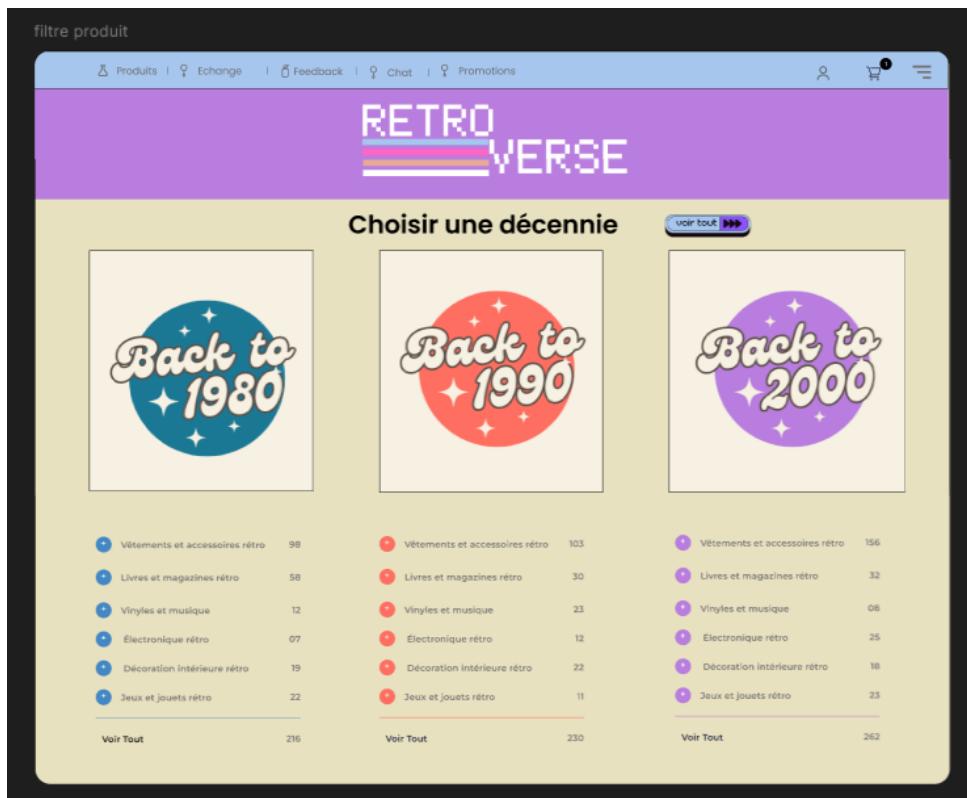


FIGURE 3.50 – Interface pour les détails produits (1/3).

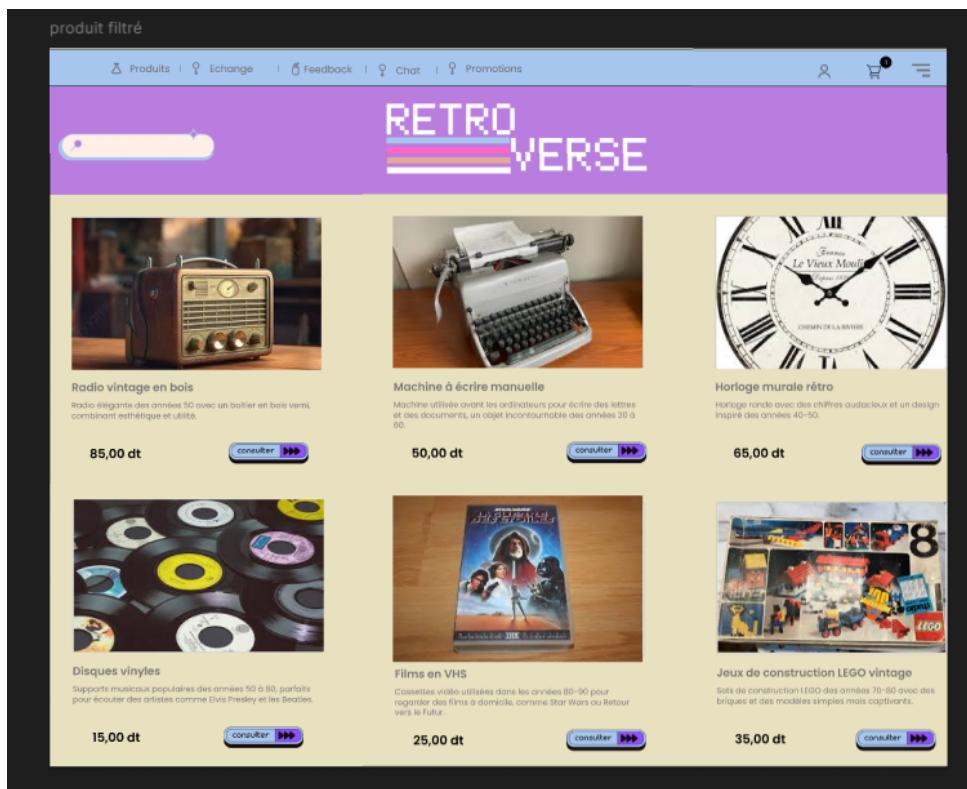


FIGURE 3.51 – Interface pour les détails produits (2/3).

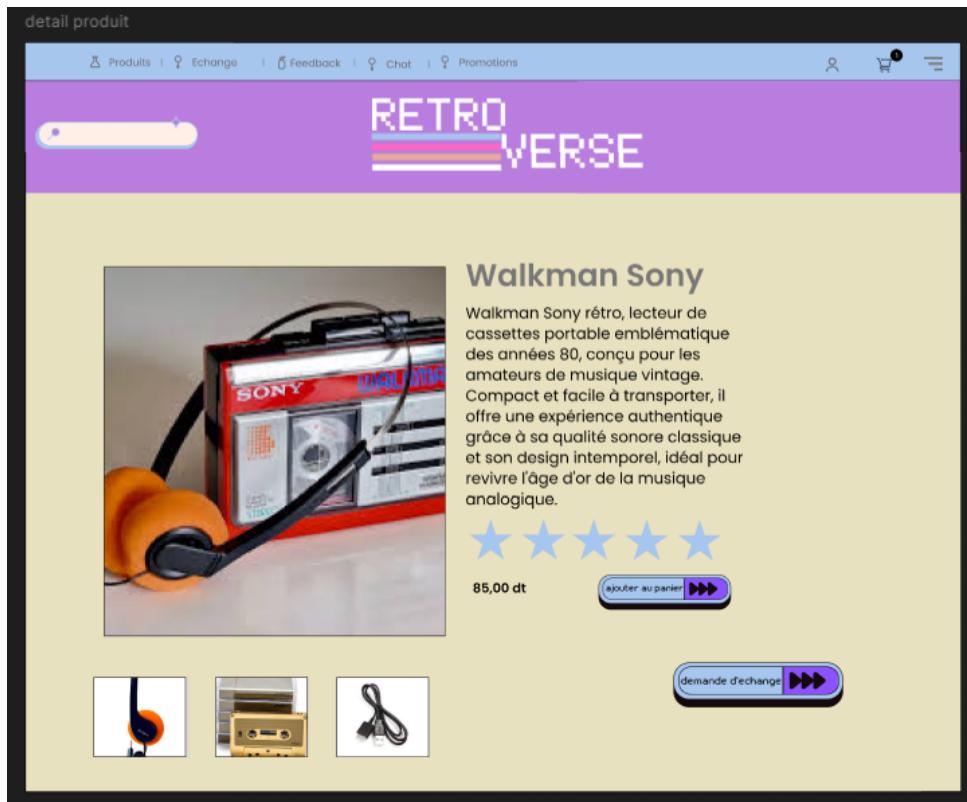


FIGURE 3.52 – Interface pour les détails produits (3/3).

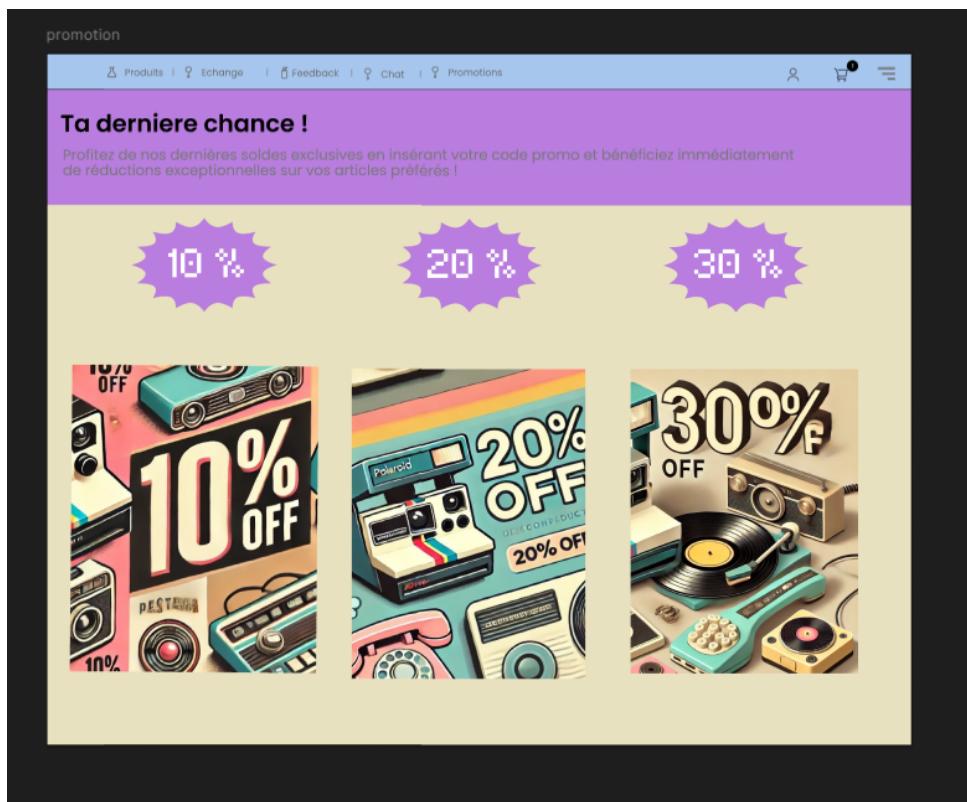


FIGURE 3.53 – Interface pour le code promo (1/3).

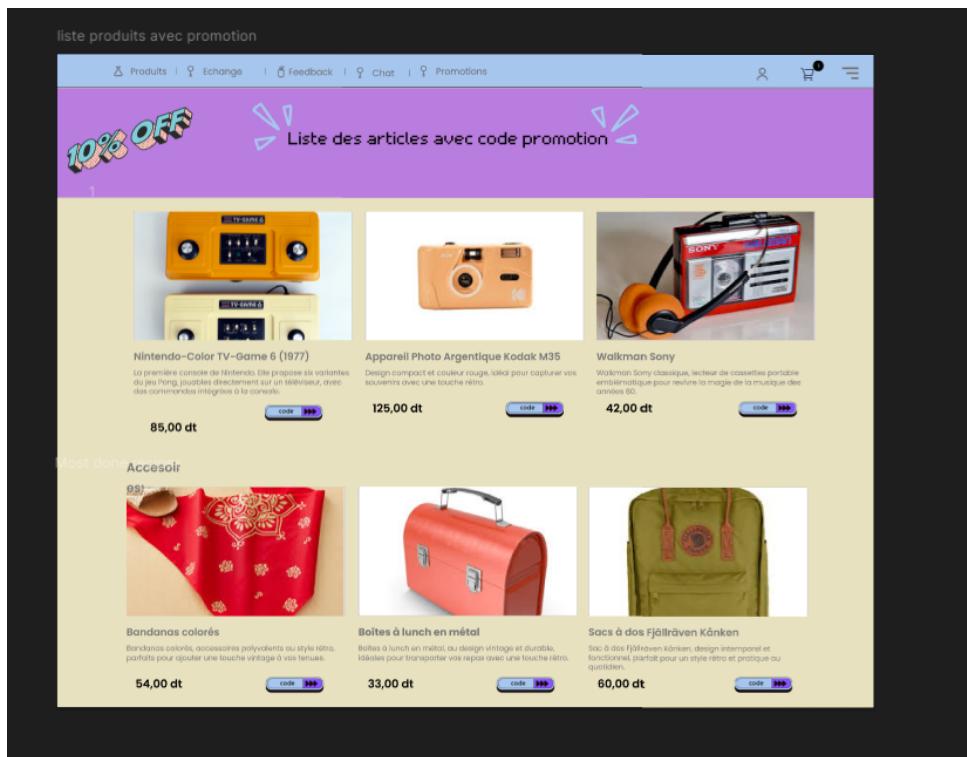


FIGURE 3.54 – Interface pour le code promo (2/3).

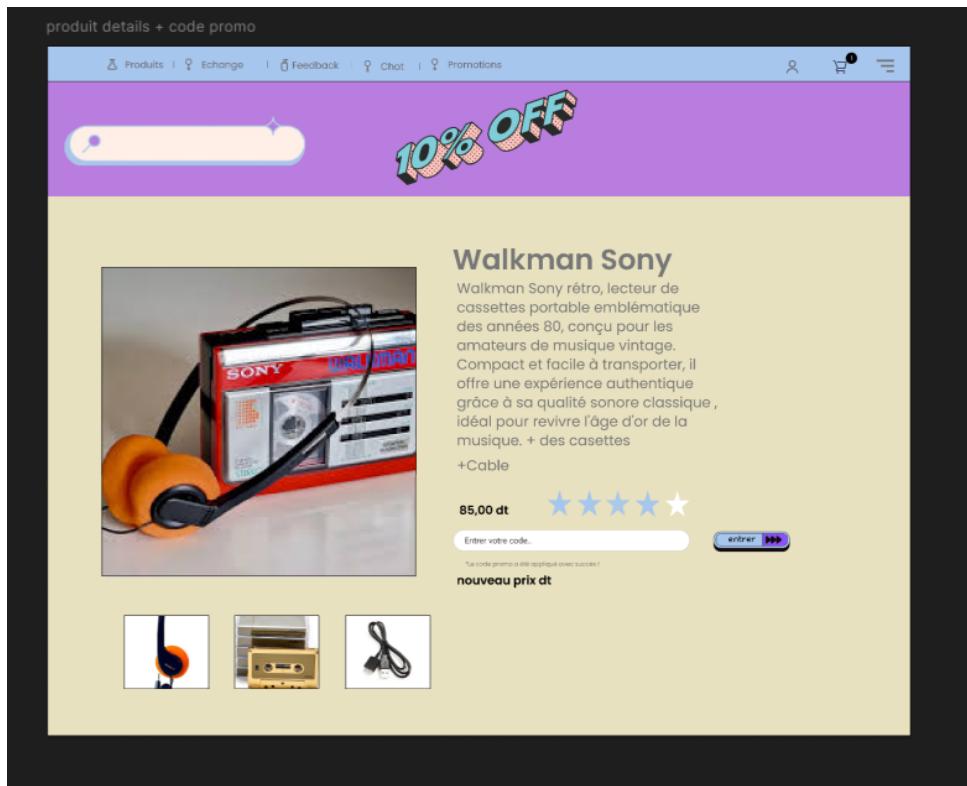


FIGURE 3.55 – Interface pour le code promo (3/3).

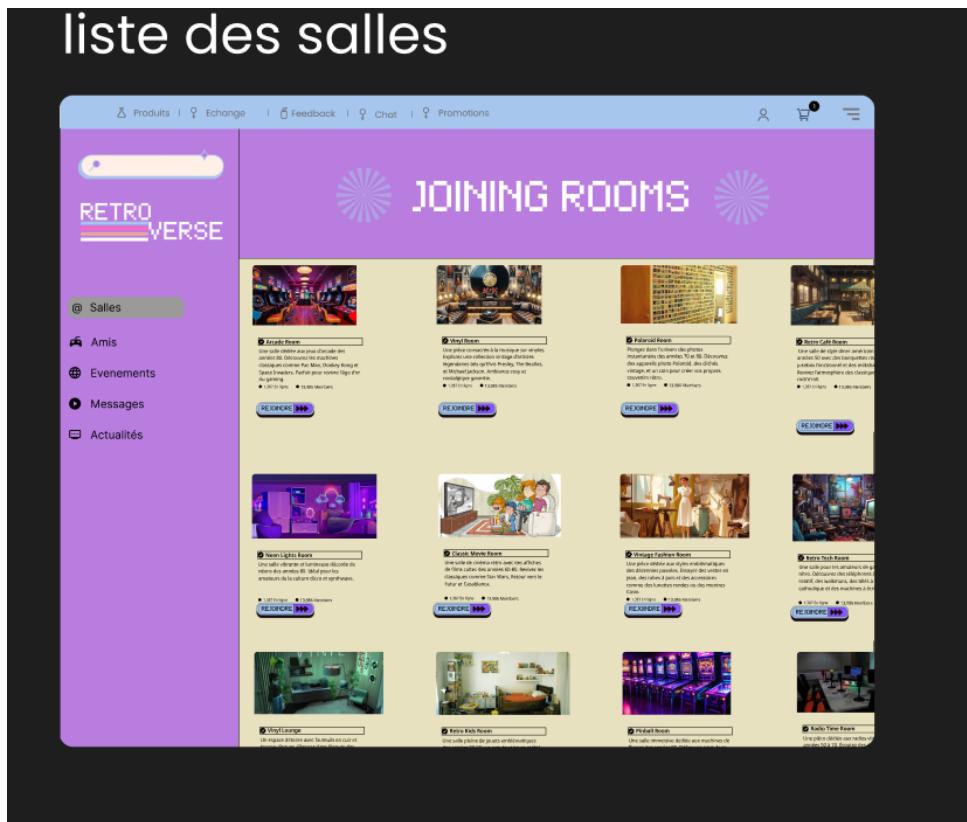


FIGURE 3.56 – Interface de la communauté (chat) (1/3).

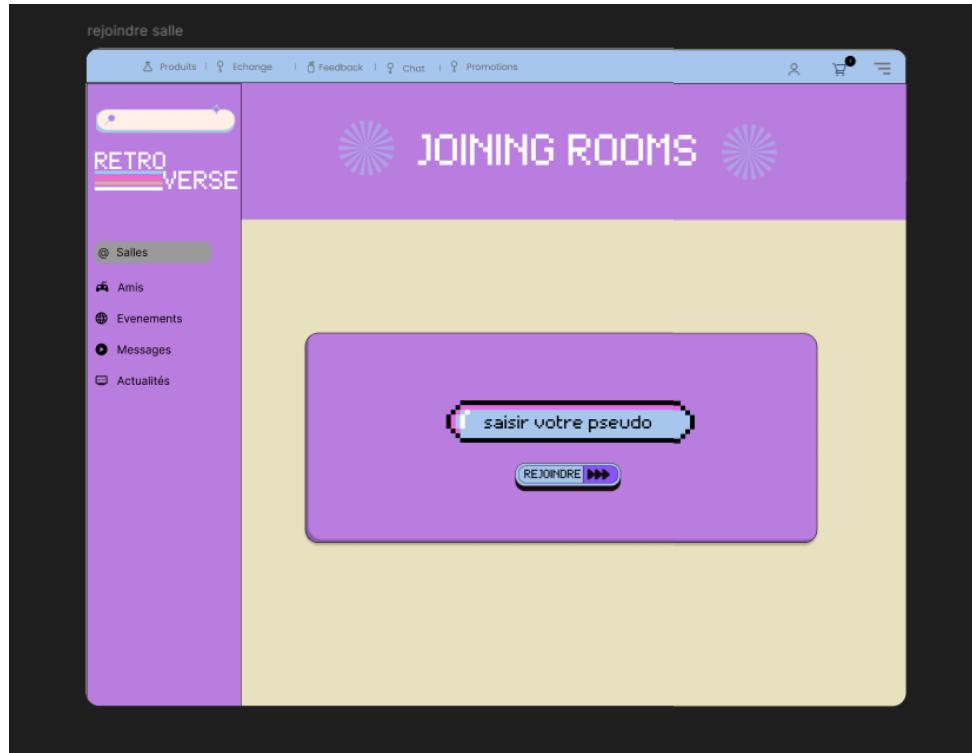


FIGURE 3.57 – Interface de la communauté (chat) (2/3).

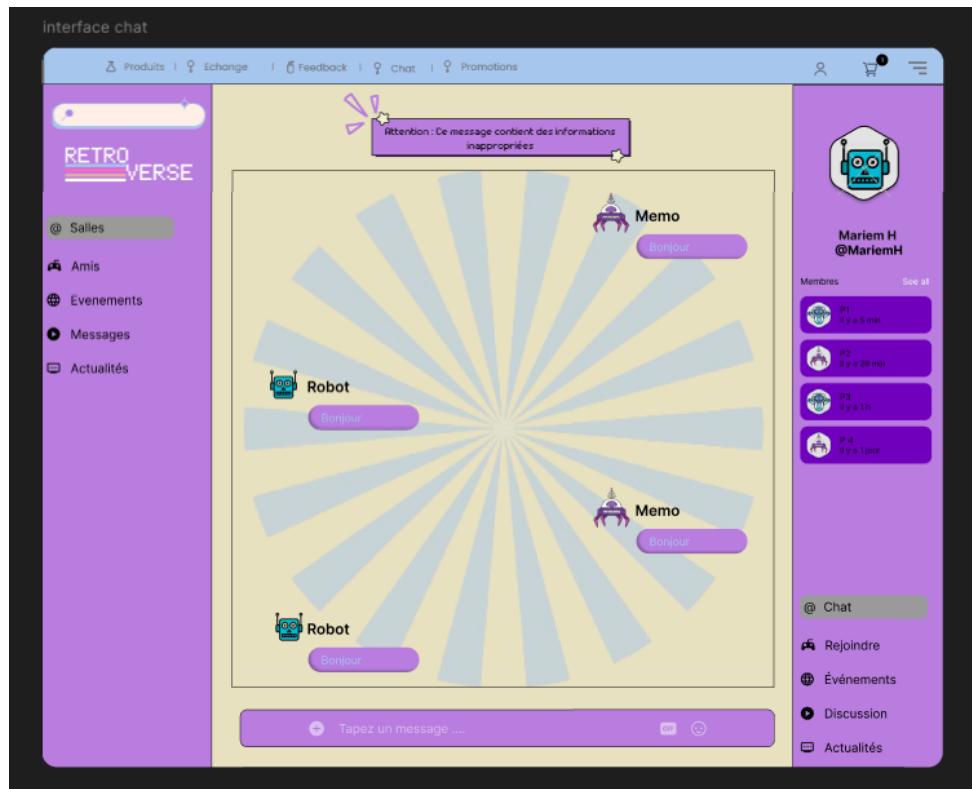


FIGURE 3.58 – Interface de la communauté (chat) (3/3).

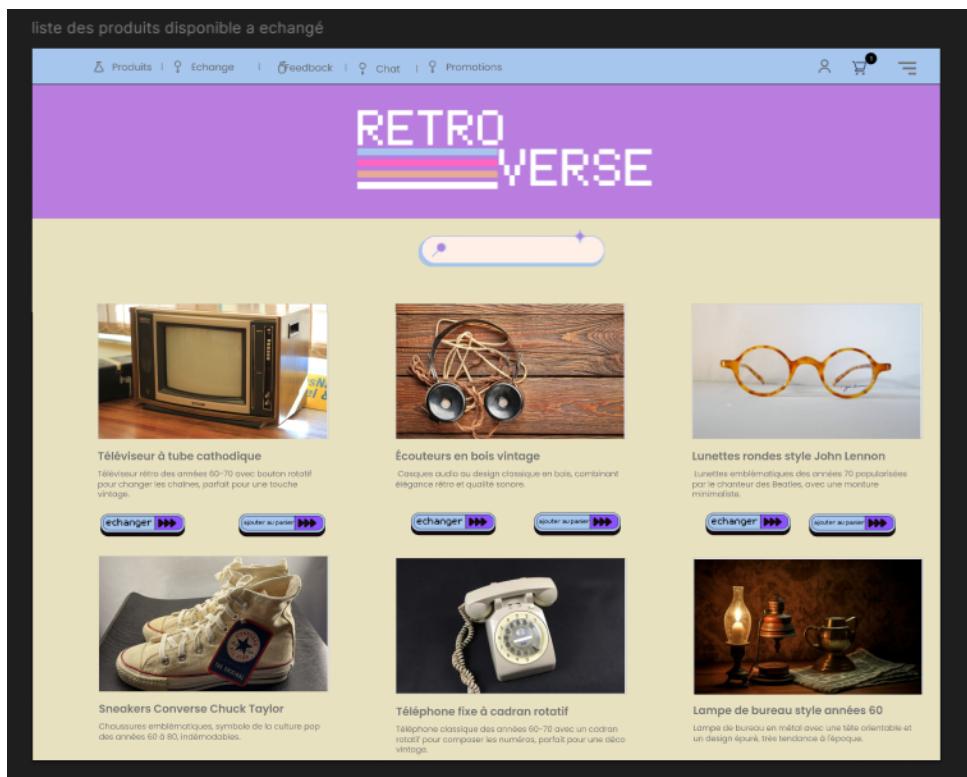


FIGURE 3.59 – Interface pour l'échange des produits (1/4).

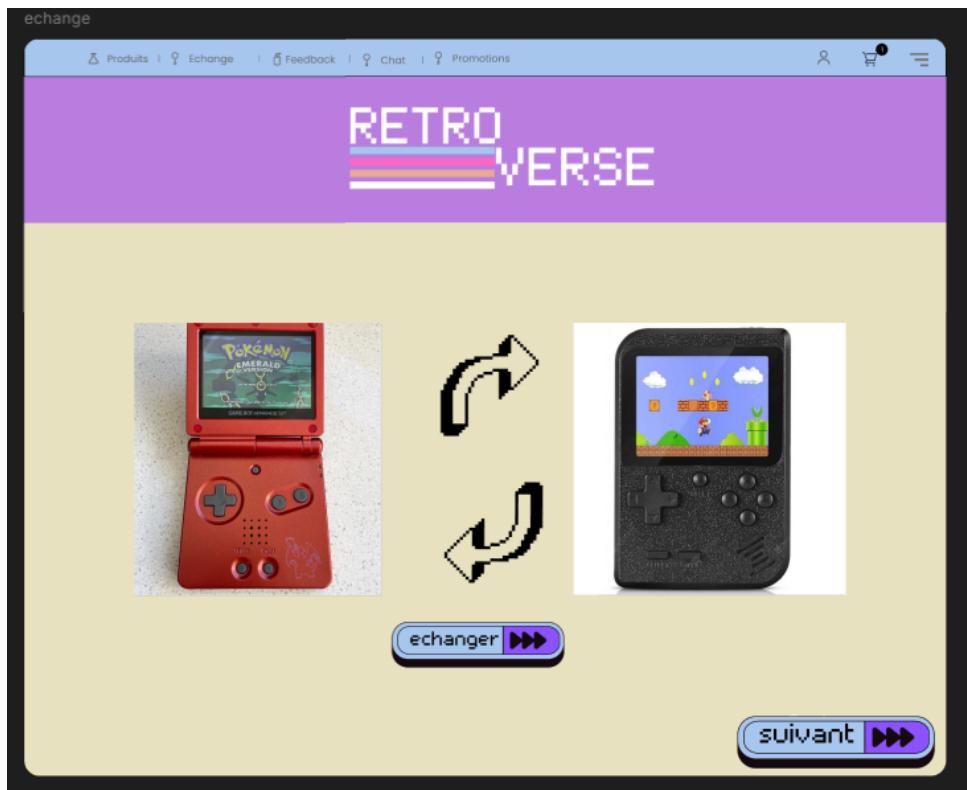


FIGURE 3.60 – Interface pour l'échange des produits (2/4).

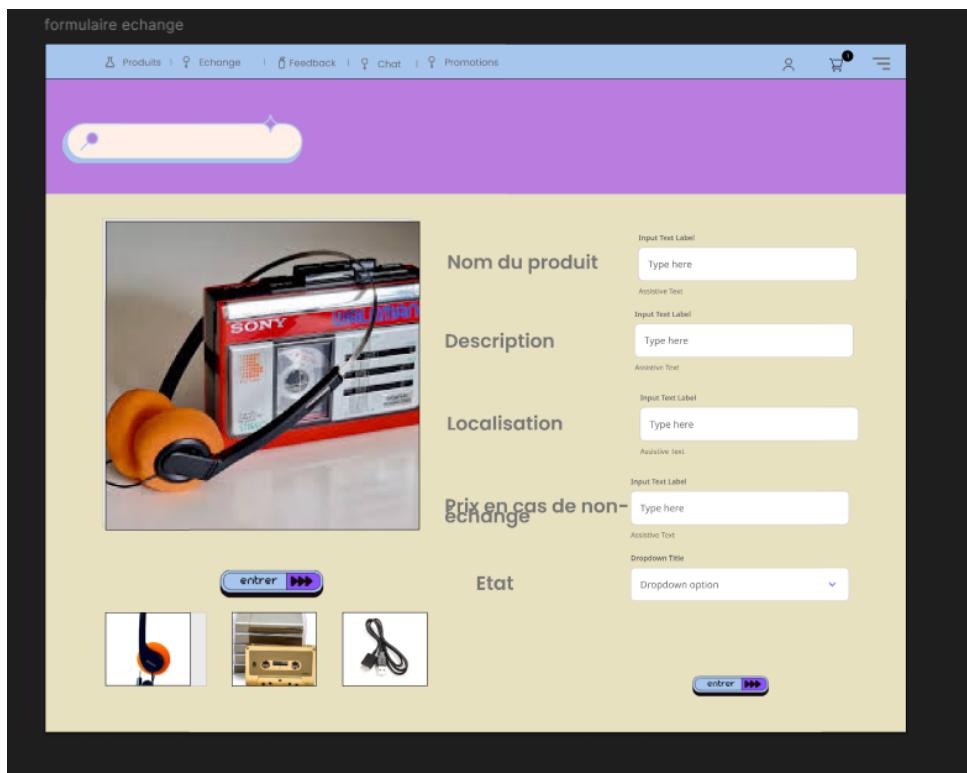


FIGURE 3.61 – Interface pour l'échange des produits (3/4).

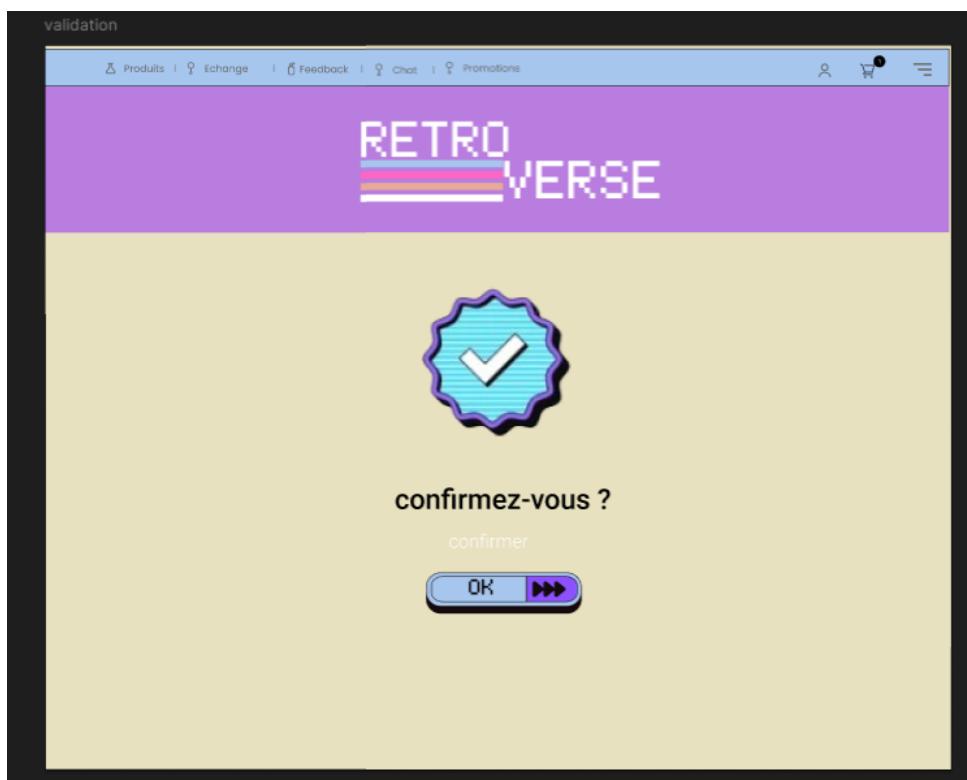


FIGURE 3.62 – Interface pour l'échange des produits (4/4).

Chapitre 4

Test Quantitatif

4.1 Questionnaire

Le questionnaire a été réalisé à l'aide de l'outil Tally. Vous pouvez accéder au questionnaire complet via ce lien : <https://tally.so/r/waZ96Z>.

La première section présente les différentes questions du questionnaire à travers des figures. Chaque question est représentée par une image du questionnaire.

The screenshot shows a Tally questionnaire interface. At the top right is a 'Back to editor' button. The main title is 'Créez l'Expérience Ultime pour les Amateurs de Produits Rétro !'. Below it is a question: 'Quels types de produits rétro vous intéressent le plus ? *'. A dropdown menu is open, showing 'Objets de collection' as the selected option. A red error message 'Please select an option' is visible below the dropdown. There is also an 'Autres' input field with a placeholder. At the bottom are 'Next →' and 'Continue anyway' buttons, and a 'Made with Tally' watermark.

FIGURE 4.1 – Question 1 : Présentation de la première question du questionnaire.

4.2 Résultats en graphe et analyse

Cette section présente les résultats du questionnaire.

← Back

Quel est le degré d'importance d'un système de messagerie efficace pour une communauté rétro ?

- A Très important
- B Important
- C Peu important
- D Pas important du tout

Next → Continue anyway

Made with Tally

FIGURE 4.2 – Question 2 : La deuxième question du questionnaire concernant les réponses des participants.

← Back

Dans quelle mesure considérez-vous qu'avoir des informations détaillées sur les produits est essentiel ?

- A Très essentiel
- B Essentiel
- C Peu essentiel
- D Pas essentiel du tout

Next → Continue anyway

Made with Tally

FIGURE 4.3 – Question 3 : Question sur les préférences personnelles des participants.

← Back

À quel point le besoin d'un processus d'échange clair et sécurisé est-il pertinent pour vous ?

- A Très pertinent
- B Pertinent
- C Peu pertinent
- D Pas pertinent du tout

Next → Continue anyway

Made with Tally

FIGURE 4.4 – Question 4 : Cette question explore les habitudes de consommation des répondants.

← Back

Classez ces trois besoins par ordre de priorité pour vous (1 = plus prioritaire, 3 = moins prioritaire)

- Système de messagerie efficace
- Informations détaillées sur les produits
- Processus d'échange clair et sécurisé

Next → Continue anyway

* Made with Tally

FIGURE 4.5 – Question 5 : La cinquième question évalue l’opinion des participants sur un sujet spécifique.

← Back

Quelle fonctionnalité de messagerie vous semble la plus utile ?

- Chat instantané
- Notifications en temps réel
- Groupes thématiques pour discussions ciblées

Next → Continue anyway

* Made with Tally

FIGURE 4.6 – Question 6 : Une autre question pour analyser les tendances comportementales des répondants.

← Back

Quelle information est essentielle dans une fiche produit ?

- Images multiples avec zoom
- Description détaillée
- Avis des utilisateurs

Autres

Next → Continue anyway

* Made with Tally

FIGURE 4.7 – Question 7 : Cette question se concentre sur les préférences professionnelles des participants.

Quelle fonctionnalité pour l'échange est la plus importante selon vous ? *

- Système de matching basé sur les préférences
- Recherche avancée avec filtres
- Possibilité d'acheter directement un produit en l'absence d'échange correspondant

Autres

Next → Continue anyway ★ Made with Tally

FIGURE 4.8 – Question 8 : Question qui permet de recueillir des informations sur les comportements d'achat.

Dans quelle mesure trouvez-vous utile la possibilité de filtrer les produits par catégorie, prix, ou disponibilité pour échange ? *

- A Très utile
- B Utile
- C Peu utile
- D Pas utile du tout

Next → Continue anyway ★ Made with Tally

FIGURE 4.9 – Question 9 : Question concernant l'expérience utilisateur et la satisfaction.

Quelles garanties attendez-vous lors de l'échange de produits ? *

- Un accord préalable validé par les deux parties
- Une vérification de l'authenticité des produits échangés
- Un suivi étape par étape du processus d'échange
- Une assistance en cas de litige ou désaccord

Submit → Continue anyway ★ Made with Tally

FIGURE 4.10 – Question 10 : Dernière question sur l'engagement des participants avec le produit ou service.

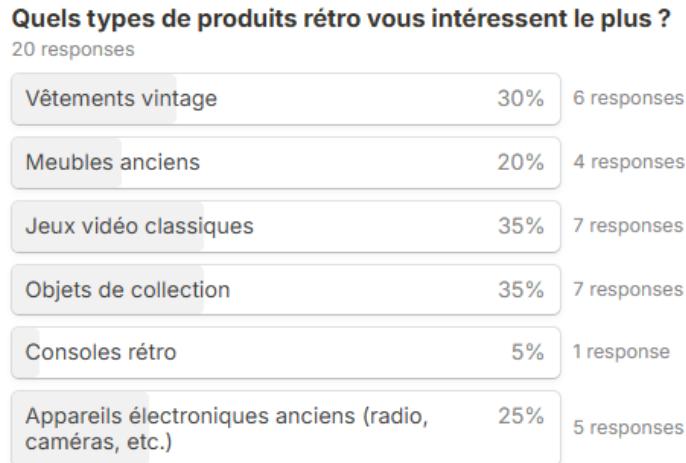


FIGURE 4.11 – Analyse 1 : Répartition des réponses pour la première question.

Quel est le degré d'importance d'un système de messagerie efficace pour une communauté rétro ?

20 responses



Dans quelle mesure considérez-vous qu'avoir des informations détaillées sur les produits est essentiel ?

20 responses



FIGURE 4.12 – Analyse 2 : Répartition des réponses pour les deuxième et troisième questions.



FIGURE 4.13 – Analyse 3 : Répartition des réponses pour les quatrième et cinquième questions.

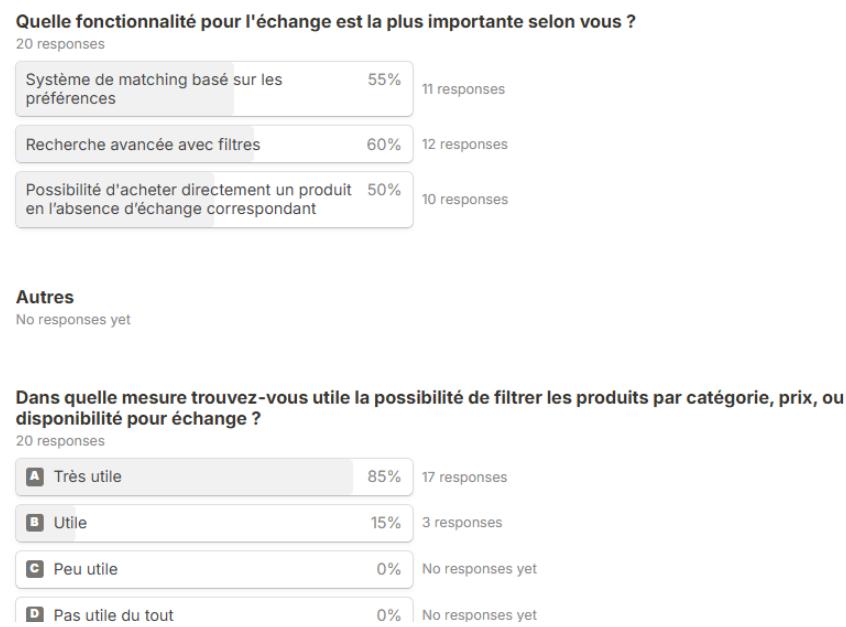


FIGURE 4.14 – Analyse 4 : Répartition des réponses pour les sixième et septième questions.

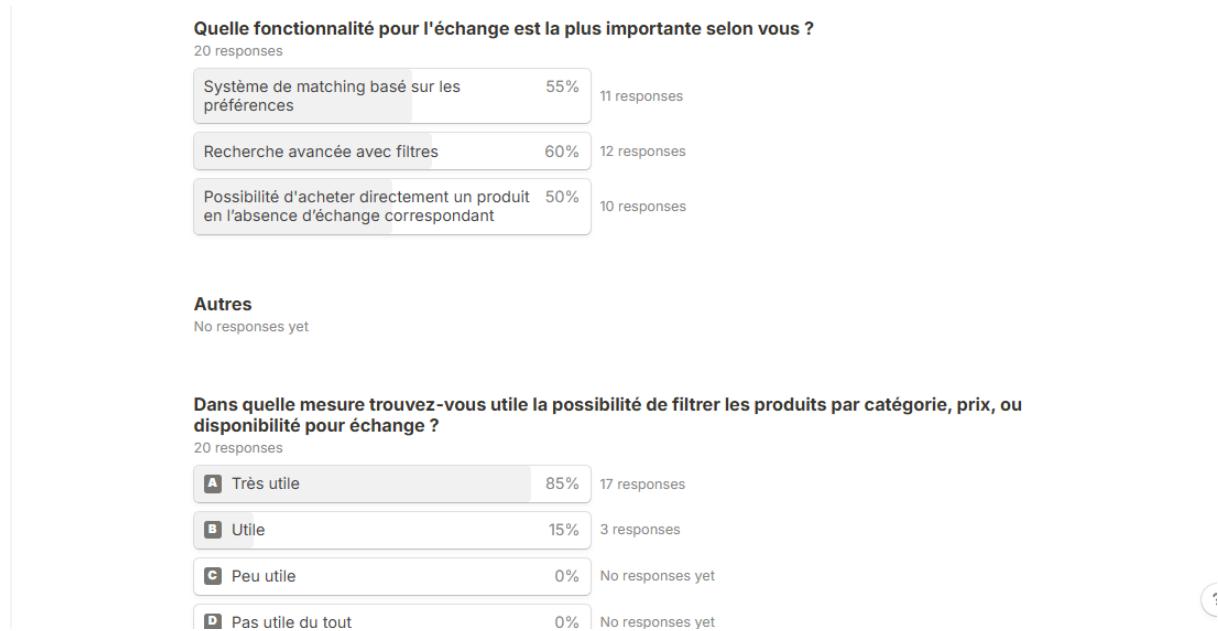


FIGURE 4.15 – Analyse 5 : Répartition des réponses pour les huitième et neuvième questions.

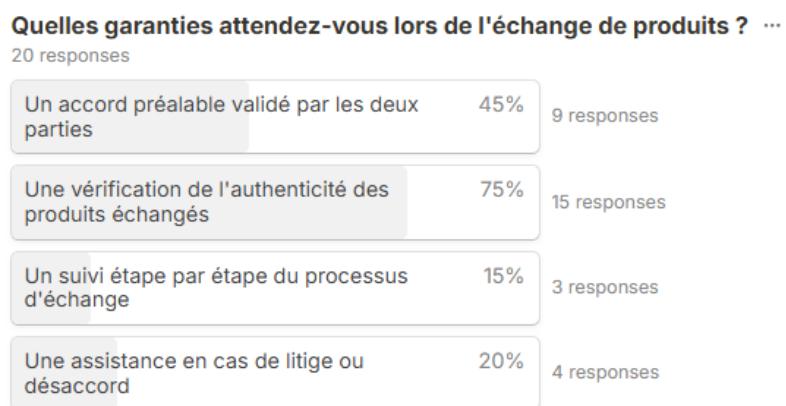


FIGURE 4.16 – Analyse 6 : Répartition des réponses pour la dixième question.

Conclusion Générale

Ce rapport a exploré les différentes étapes du développement d'un prototype UX pour une application e-commerce dédiée à la vente d'articles rétro, en mettant en œuvre une méthodologie centrée sur l'utilisateur. De la phase de découverte jusqu'au prototypage et aux tests quantitatifs, chaque étape a permis de mieux cerner les besoins des utilisateurs et d'affiner les solutions proposées.

Les résultats obtenus démontrent une forte adhésion des utilisateurs à une expérience immersive et nostalgique, tout en mettant en évidence des attentes spécifiques telles qu'une interface intuitive, des fonctionnalités communautaires, et un processus d'achat ou d'échange sécurisé. Les tests qualitatifs et quantitatifs ont confirmé la pertinence des choix de conception et fourni des pistes d'amélioration pour renforcer l'engagement des utilisateurs.

Le projet a également souligné l'importance de la créativité dans la conception UX, transformant une simple plateforme en un espace où le passé et le présent se rencontrent. Les prototypes développés, qu'ils soient en low ou high fidelity, ont permis de valider les concepts clés et de garantir une expérience utilisateur cohérente et engageante.

En perspective, il serait intéressant d'élargir le projet avec des études qualitatives supplémentaires, une intégration plus poussée des technologies modernes, et des événements interactifs pour dynamiser davantage la communauté. RetroVerse a le potentiel de devenir une référence dans l'univers du e-commerce rétro, unissant passionnés et collectionneurs autour d'un patrimoine culturel intemporel.