

# P6\_Optimisez une landing-page

[Vidéo de la soutenance du projet n°6\\_Optimisez une landing-page](#)

## Compétences évaluées

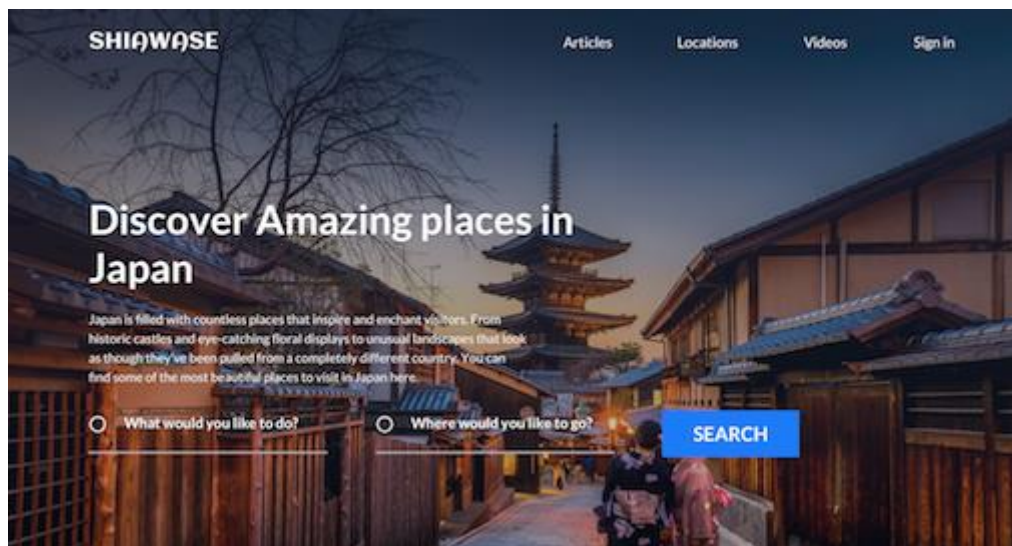
- Synthétiser la proposition de valeur d'un produit
- Analyser des données qualitatives pour mesurer la performance d'un produit
- Analyser des données quantitatives pour mesurer la performance d'un produit
- Evaluer la qualité de l'UX/UI sur une interface

70 heures Mis à jour le mercredi 27 octobre 2021

Si vous avez commencé ce projet avant le 27/10/2021, vous avez débuté votre travail sur [ce projet archivé](#). Vous pouvez continuer l'existant ou recommencer avec ce nouveau projet dont les modifications s'alignent avec les retours étudiants et mentors.

Vous travaillez chez Shiawase, une entreprise dans le tourisme qui vend des voyages organisés. Le catalogue de Shiawase inclut déjà de nombreuses destinations en Europe parmi lesquelles Prague, la Croatie, la Grèce, l'Italie, l'Espagne et la Corse.

Le mois dernier, Shiawase a ajouté une nouvelle série de séjours à son catalogue. Il est maintenant possible d'aller au Japon.



Landing

page de Shiawase dédié au Japon

Avec en tout 4 destinations au Japon, Shiawase espère se faire une place dans le domaine des voyages organisés en Asie. Ils ont décidé de commencer avec ce pays, une destination de plus en plus tendance.

Vous et votre équipe avez travaillé sur la [landing page](#) pour promouvoir ces séjours au Japon, mais les résultats ne sont pas encore au rendez-vous.

Votre direction vous a chargé d'identifier les zones à améliorer sur cette page et de **booster son taux de conversion !**

Vous avez différentes études à votre disposition afin de commencer votre analyse :

- le [rapport Google Analytics du mois précédent et le tagging en place](#) ;
- les [résultats d'une étude qualitative menée par Paul](#), le designer UX de l'équipe ;
- et les [retours que vous a fournis l'équipe Marketing](#).

Ces informations vous donnent quelques pistes de réflexion sur ce qui ne fonctionne pas et ce qui peut être amélioré.

Vous souhaitez aller plus loin en utilisant **les heuristiques de Nielsen** pour consolider votre analyse. Vous commencez donc par réaliser une grille de 3 colonnes et 10 lignes. Elle comprend les 10 principes que vous argumentez chacun de 3 phrases minimum pour le constat puis pour les recommandations.

Une fois votre tableau en main, vous passez à l'élaboration d'un rapport **d'analyse** des performances de votre page, d'un point de vue quantitatif et qualitatif. Vous décidez que la forme la plus adéquate est un **document de synthèse** de type PowerPoint de 3 à 6 slides, n'utilisant pas de jargon trop "technique".

Pour que la compréhension soit plus rapide, vous traduisez visuellement certains enseignements (au minimum 1) en réalisant des graphiques ou des schémas avec des outils comme [Infogram](#).



Vous avez terminé votre analyse et avez désormais quelques idées sur des axes d'amélioration pertinents.

Vous décidez qu'il vaut mieux tester différentes versions de la page pour déterminer ce qui améliorerait au mieux sa performance.

Tout en gardant en tête que votre objectif principal est d'augmenter les demandes de voyages sur le site, vous élaborez entre **3 et 5 hypothèses** dans un document de 2 pages Word maximum.

Vous les accompagnez d'**indicateurs de performance** et de leurs valeurs cibles, typiquement sous une forme "plus de XX % dans les X prochains mois" en utilisant un [template](#) que vous avez créé.



Vous avez fait votre rapport d'analyse et travaillez maintenant sur votre **plan d'action** : pour valider vos hypothèses, il faut organiser vos tests. Vous gardez en tête que faire plusieurs tests en parallèle pourrait poser problème sur la pertinence des résultats.

Vous commencez donc par réaliser des **wireframes** (3 à 5) correspondant à vos hypothèses (versions B) en les comparant avec la version A (le wireframe original).

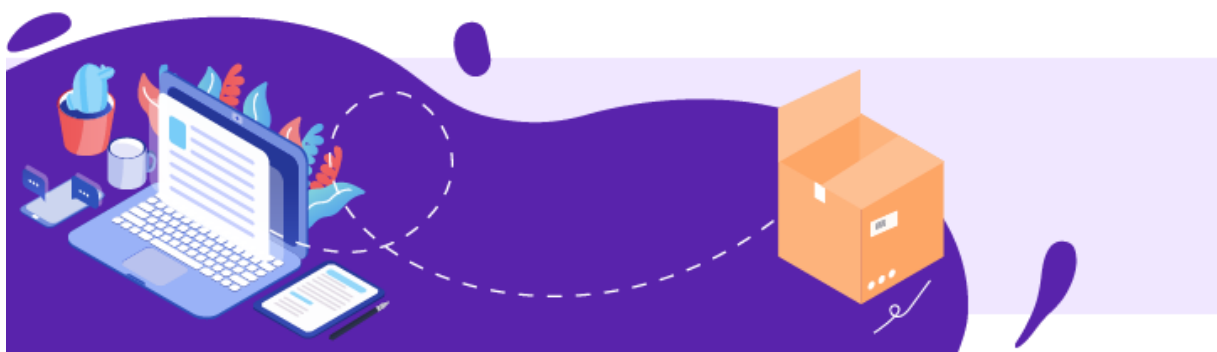
Afin de faciliter la lecture, vous positionnez les versions l'une à côté de l'autre et détaillez les différences entre les 2.

Vous documentez vos wireframes avec les mesures que vous allez récupérer (exemples : conversion, page vue, session, taux de rebond...).

Enfin, vous les accompagnez d'un plan des AB Testing à faire sous forme de planning.

Un développeur vous rappelle que vous devez déterminer les actions que vous souhaitez suivre, pour qu'il puisse ensuite ajouter les bons tags.

Vous lui envoyez votre nouveau **plan de tagging**, en reprenant le fichier Excel qu'il vous a envoyé, avec les tags récents à prendre en compte.



## Livrables

- Votre **rapport d'analyse** des performances de votre page (sous forme de PowerPoint) :

- une grille d'analyse de Nielsen (sous forme de tableau de 3 colonnes et 10 lignes) ;
  - un document de synthèse (sous forme de PowerPoint de 3 à 6 slides).
- Votre liste de 3 à 5 **hypothèses avec leurs indicateurs clés de performance et leurs valeurs cibles** (à partir du template).
- Votre **plan d'action avec** :
  - les **wireframes** (3 à 5) ;
  - un plan des AB Testing à faire (sous forme de planning).
- Un **plan de tagging** mis à jour en reprenant le fichier Excel du développeur.

Pour faciliter votre passage devant le jury, déposez sur la plateforme, dans un dossier nommé "*P6\_nom\_prenom*", tous les livrables du projet. Chaque livrable doit être nommé avec le numéro du projet et selon l'ordre dans lequel il apparaît, par exemple "*P6\_01\_rapport*", "*P6\_02\_planaction*", et ainsi de suite.

## Soutenance

La soutenance se déroulera en **visioconférence** et durera 30 minutes. L'évaluateur prendra le rôle de votre manager.

### Présentation des livrables (20 minutes) :

Durant ces 20 minutes, vous présenterez votre analyse de la situation, les objectifs et hypothèses que vous avez émis ainsi que le plan d'action qui en découle, avec les wireframes.

### Discussion (5 minutes) :

L'évaluateur vous challengera notamment sur :

- La cohérence entre votre synthèse d'analyse et le choix des objectifs et hypothèses.
- La pertinence des choix de tests AB en rapport avec vos hypothèses.

### Débriefing (5 minutes) :

À la fin de la soutenance, l'évaluateur arrêtera de jouer le rôle du manager pour vous permettre de débriefer ensemble.

Votre présentation devra s'appuyer sur un **support de présentation** (de type PowerPoint ou Canva) qui renverra vers vos livrables.

## Compétences évaluées

- Synthétiser la proposition de valeur d'un produit
- Analyser des données qualitatives pour mesurer la performance d'un produit

- Analyser des données quantitatives pour mesurer la performance d'un produit
- Evaluer la qualité de l'UX/UI sur une interface