

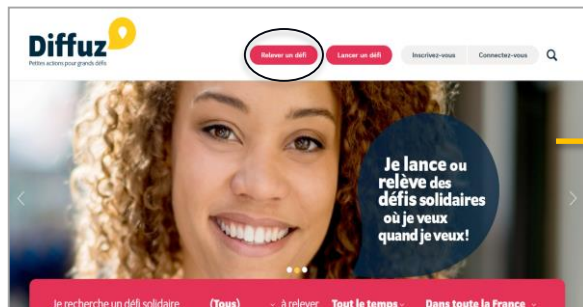
| Les clés d'entrées

- En majeur : les personnes ont été attirées par le **CTA «Relever un défi »** situé en haut de page. Un intitulé clair, visible, qui incite à l'action. Une page d'accueil rapidement parcourue.
- Pour une première visite sur le site, les utilisateurs préfèrent découvrir les défis et en réaliser, avant d'en lancer (plus engageant).
- En mineur, 2 autres clés d'entrées ont été sollicitées:
 - La carte : pour identifier rapidement les défis dans sa région
 - Les défis à la une : pour découvrir les types de défis proposés par le site (thématiques)

Les clés d'entrées

Parcours majeur : un CTA qui attire l'attention

Etape 1



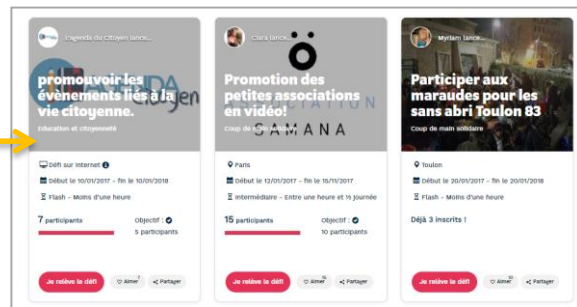
Sans avoir forcément scrollé et découvert l'ensemble de la page, **les utilisateurs se dirigent sur le bouton « Relever un défi »**

Etape 2



Arrivé sur la page liste des défis, **la barre de recherche n'est pas vue**, car les utilisateurs sont directement attirés par les vignettes défis. Ils cliquent sur « voir plus de défis » et consultent les défis selon les thématiques

Etape 3



Spontanément **ils cliquent sur « Je relève le défi »** pensant avoir plus de détails mais n'anticipent pas ce qui se passe. Ils ont choisi leur défi en fonction de la thématique sans s'être encore aperçu que ce défi est situé ailleurs que dans leur localité

Les clés d'entrées

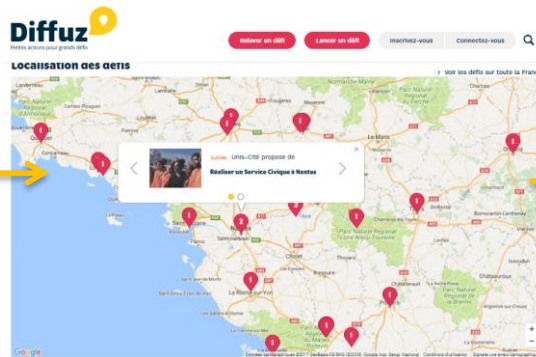
Parcours mineur : recherche selon la localité

Etape 1



Après un balayage rapide de la page d'accueil, les utilisateurs s'arrêtent sur la **cartographie**

Etape 2



Ils consultent les défis dans la ville sélectionnée (ville d'habitation)

Etape 3



Ils cliquent sur le défi qui les intéresse et accèdent à la page détaillée du défi

PAGE D'ACCUEIL

Page d'accueil

● La mission du site est globalement comprise

- La compréhension de la mission du site se fait par les **messages du slider** (et plus précisément la dernière image puisque le slider se stoppe sur cette dernière)
- En mineur : cette dernière image laisse penser que les défis à relever sont uniquement proposés par des associations reconnues (logos)
- En mineur : en bas de page, l'explication du site Diffuz est lue, jugée claire, mais pas assez présente pour comprendre plus rapidement le concept.



Page d'accueil

- Le slider cannibalise la visibilité de la barre de recherche, alors que cette fonctionnalité est jugée pertinente

- En majeur : le slider n'est pas utilisé (utilisation des flèches pour découvrir les autres messages/images). 1 seule personne a cliqué sur le détail d'une image pour en savoir plus.

- En assisté, les utilisateurs déclarent **n'avoir pas vu cette barre de recherche**. Elle est coupée en deux par la ligne de flottaison.

Le critère de la localisation étant celui jugé le plus pertinent pour trouver un défi, la cartographie est utilisée plus bas dans la page.

Dès le début, faire sa recherche selon plusieurs critères : localité, thématique permet d'avoir des résultats plus pertinents et rapidement.

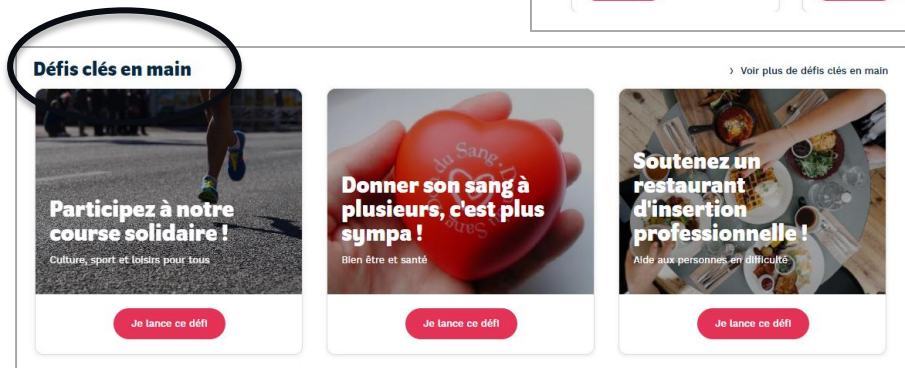
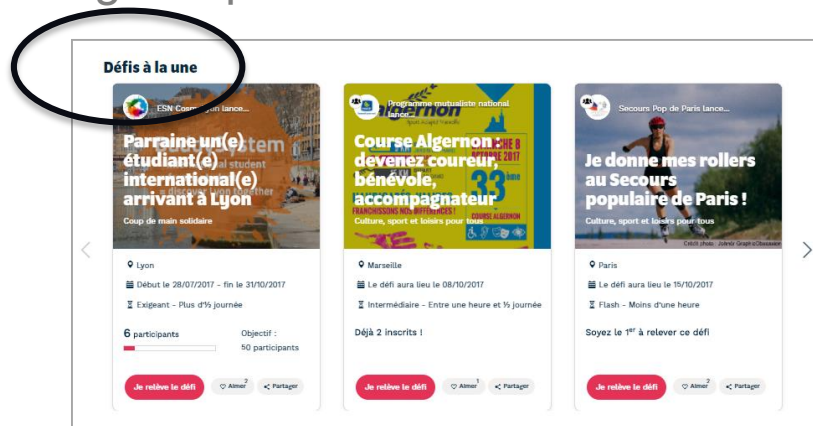


Ligne de flottaison

Page d'accueil

- « Défis clés en main » : un titre qui ne guide pas assez l'utilisateur sur son contenu

▪ En majeure : spontanément cette rubrique n'est pas comprise, la différence avec la rubrique située au dessus (« défis à la une »), n'est pas claire.



Exemple site Bien Ici



Conseils immobiliers

Immobilier neuf

Bons plans

Trouvez une agence immobilière



La meilleure façon de trouver votre futur logement

ACHAT

LOCATION

NEUF



C'est quoi Bien'ici ?

J'aimerais acheter un [1 pièce et +](#) neuf
à [ville, département, code postal](#)
pour [mon budget](#) € max

VOIR LES ANNONCES



Créez
votre alerte >



Vendez ou louez
votre bien >



Trouvez
une agence >



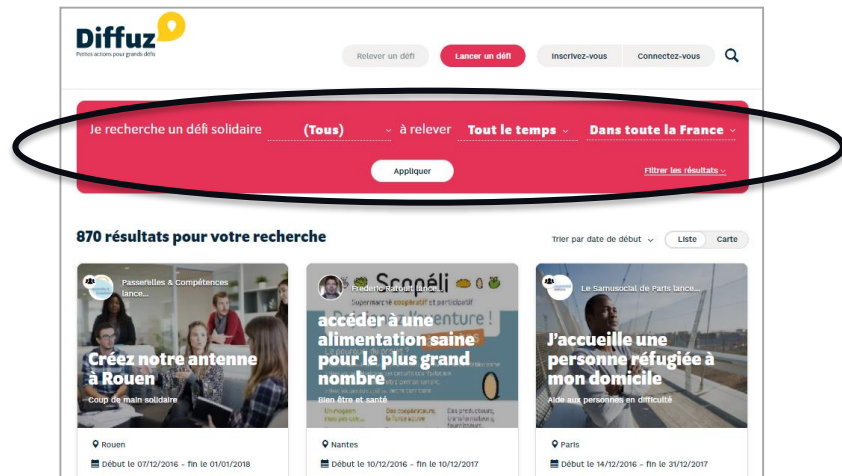
Investir
en loi Pinel >

RELEVER UN DEFI

Page liste défis

● Une barre de recherche toujours peu vue à cette étape

- Dans le cadre du parcours majeur (accès via CTA) : les utilisateurs scrollent spontanément attirés par les vignettes défis.
- Ils consultent la liste des défis et sont dans un premier temps attirés par la thématique pour choisir un défi.
- En assisté, cette fonctionnalité est jugée intéressante, car choisir des défis selon la localité permet un gain de temps. Lors de l'utilisation de la barre de recherche, le bouton « appliquer » n'est pas vu.



Page liste défis

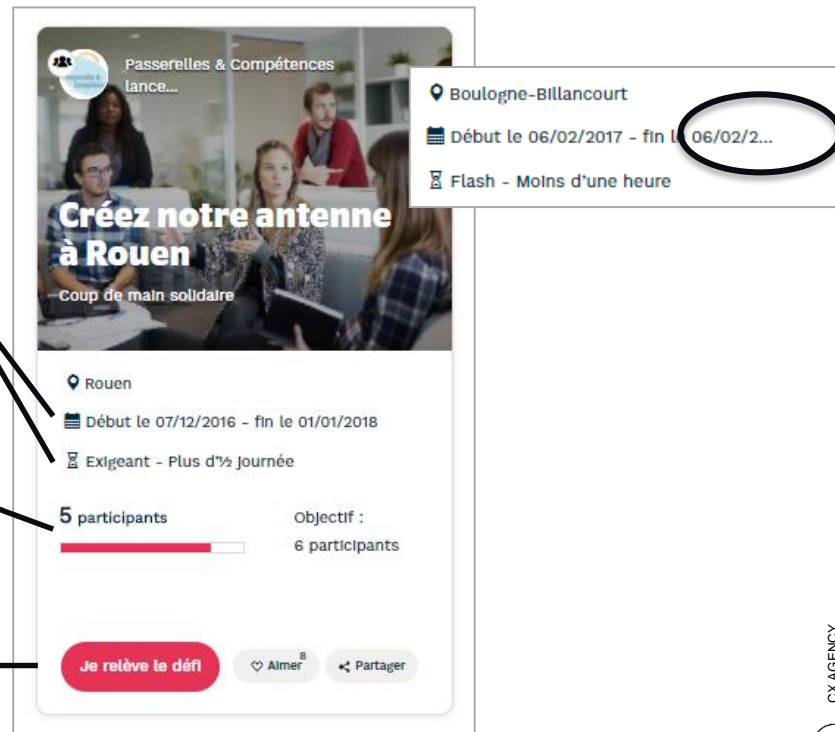
● Une vignette « défi » claire, lisible qui donne envie de relever le défi

▪ **Les informations attendues, et recherchées sont indiquées et lisibles** (nom de l'organisateur, nom du défi, localisation, dates, temps à mobiliser pour réaliser le défi, nombre de participants)

▪ **En mineur** : la différence entre les 2 informations de temporalité n'est pas comprise (date pour trouver le nombre de personne avant lancement ? date de réalisation du défi ?)
Sur un défi : un utilisateur a repéré, la coupure de la date de fin.

▪ La jauge qui indique le nombre de participants inscrits selon l'objectif fixé est apprécié. **Gage de rassurance, et motivation.**

▪ Le CTA « Je relève le défi » attire l'œil, et donne envie aux participants d'aller plus loin.



| Page liste défis

● Mais des CTA pas toujours performants

- En cliquant sur le bouton « je relève le défi », le contenu n'est pas anticipé. Ils s'attendaient à être redirigés vers des informations détaillées du défi.
- La présentation du titre n'est pas assez explicite pour indiquer à l'utilisateur qu'il est cliquable. Ceci est renforcé par le rollover qui selon l'image de fond, rend le titre invisible



| Page détaillée défis

● Un manque de détails laissant l'utilisateur sur sa faim

- En majeur : le défi « *Accéder à une alimentation saine pour le plus grand nombre* » a été consulté, car localisé sur Nantes.

- Dans la partie « A propos » : **la courte description n'est pas jugée suffisante, et ne guide pas l'utilisateur sur ce qu'il doit faire concrètement.** Ils attendaient plus de détails notamment sur l'organisation du défis et sur leur mission concrète à réaliser

- Ils cherchent alors une solution pour en savoir plus et cliquent sur les CTA suivants : « Prêt à relever le défi? » - « Contacter »

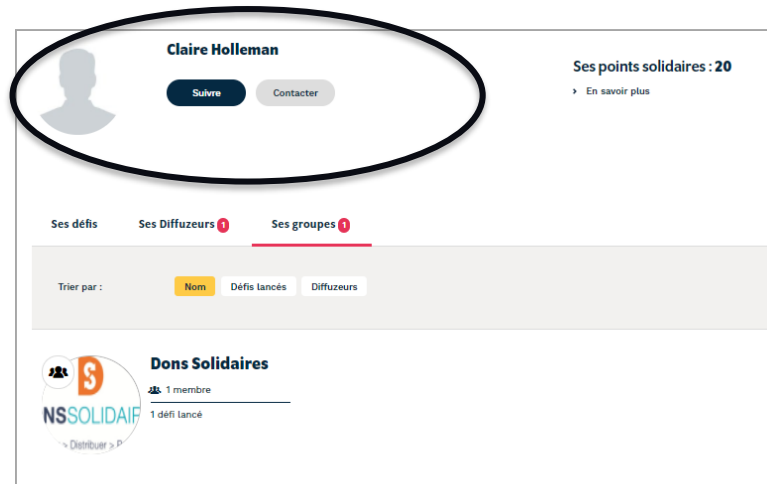
- En mineur : ils quitteraient le site pour se rendre sur le site de l'association.



Page détaillée défis

● Des feedbacks absents qui ne rassurent pas l'utilisateur

- Le bénéfice de l'action « Suivre » n'est pas compris. **L'utilisateur n'est pas informé de l'intérêt.** Idem pour le passage du bouton « je relève le défi » (inactif) en « Je me retire du défi » (actif).
- **Il est attendu plus de détails sur les utilisateurs, leur engagement, les raisons de relever les défis. Un élément de rassurance pour les personnes qui hésiteraient à relever des défis.**



| Page détaillée défis

● Des feedbacks absents qui ne rassurent pas l'utilisateur

▪ La rubrique « discussions » souvent vide ne rassure pas l'utilisateur sur la réalité du défi. L'inactivité de cette rubrique fait croire que rien ne se passe, et n'incite pas à le rejoindre.

▪ Il est attendu comme contenus dans cette rubrique des « retours d'expérience » (photos, vidéos, reportages, témoignages) afin de montrer l'activité du groupe, et les actions réalisées. Seul ce type d'information est jugé pertinent si public. Les utilisateurs préfèrent communiquer échanger, poser des questions en privé (one to one, ou groupe privé)



| Page détaillée défis

● L'utilisation des points solidaires comme **statuts** est inappropriée et renvoie une image négative

▪ En majeur : **spontanément, cette information n'est pas comprise.** (à quoi ça sert? Après la lecture de la popin explicative, sa description est claire).

▪ **Cependant, l'utilisation de points en statuts n'est pas jugé pertinent** (dans le cadre d'actions bénévoles).

▪ De plus, rendre cette information publique auprès de la communauté, renvoie une image négative, en désaccord avec les valeurs du bénévolat (*côté narcissique, je montre aux autres que j'en fais plus*).

[Je relève le défi](#)

 Défi à **100 points**

31 participants

Objectif : 3000 participants

À propos des points Diffuz

Certaines actions menées sur Diffuz vous rapportent des points solidaires. Vous pouvez ainsi observer votre cagnotte de points solidaires évoluer. C'est une manière de récompenser symboliquement chaque Diffuzeur de ses actions.

À terme, vous pourrez gagner des statuts solidaires et vous comparer à l'ensemble de la communauté des Diffuzeurs et mesurer votre progression.

Pour plus de détails, nous vous invitons à consulter notre [Foire Aux Questions](#) (section "Comment devenir un champion solidaire?").

Fermer

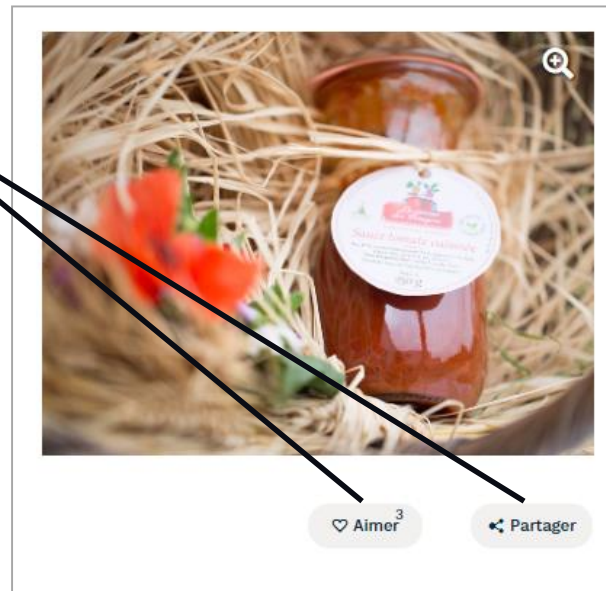
| Page détaillée défis

● Des actions qui ne traduisent pas l'implication

- En majeur : les deux fonctionnalités sont vues.

- Le CTA « aimer » fait penser qu'on va être redirigé sur Facebook (fonction like), spontanément, et après explication (aimer le défi sur le site), cette fonctionnalité n'est pas jugée utile. **Cela peut traduire une fausse intention, et non un réel engagement**, une action concrète (je peux aimer, mais ne pas m'impliquer pour ce projet, je renvoie une mauvaise image)> côté narcissique (j'aime juste montrer à la communauté que je suis actif)

- Quant à la fonctionnalité « partager » (email, FB) elle suscite l'intérêt pour les personnes qui souhaitent informer leur entourage de ce défi qui pourrait les intéresser.



LANCER UN DEFI

| Page création défis

● Page jugée claire, facile et rapide à remplir

- Pas de difficultés rencontrées. La mise en page, les titres et surtout **les aides situées à droite de la page guident l'utilisateur.**

- Les informations attendues, et jugées essentielles pour rendre attractif le défi sont présentes : titre, thème, lieu, dates, mots clés, description, photo

- En majeur : spontanément les utilisateurs cliquent et sont redirigés sur la FAQ pour avoir davantage d'informations sur la manière de rédiger ce défi.



sur le thème [Aide aux personnes en difficulté](#) ▼
qui s'intitule
*Indiquer le titre **

Nombre de caractères restants: 60 / 60

Définissez votre défi

Où a lieu votre défi ?

☒ Sur internet ☐ Sur le terrain

Indiquer où a lieu votre défi permet aux diffuseurs de savoir s'ils devront se déplacer. Indiquez une adresse exacte. Vous pouvez la compléter par une indication complémentaire (ex : « Face à la gare »).

Comment choisir entre défi sur internet et défi sur le terrain ?

Définir un thème permet de mieux caractériser votre défi.

Comment choisir un thème ?

Choisissez un titre simple et court qui décrit en quelques mots votre projet et qui donne envie de relever votre défi.

Comment choisir le titre de mon défi ?

| Page création défis

- Les utilisateurs ne sont pas assez guidés pour la rédaction de la « description courte »

- Ce champ « description courte » demande à l'utilisateur un effort plus conséquent (rédaction). Il a conscience que cette information est importante pour donner envie aux autres utilisateurs de relever le défi.

- L'aide inscrite en rose disparaît, une fois que l'utilisateur commence à rédiger.

- Des exemples concrets illustrés sont attendus (ex: mettre en avant des descriptions de défi « exemplaires » efficaces qui donnent envie)- **sur la même page** sans être redirigé vers la FAQ qui est une aide « en cas de besoin ».



The screenshot shows a form titled "Description courte". The main text area contains the placeholder text "Décrivez votre défi : qui, quoi, où, comment, pourquoi ? *". This text is circled in red. To the right of the text area, there is a small box containing the text "Préciser votre défi avec vos mots permet aux diffuseurs de comprendre votre objectif et le rôle qu'ils ont à jouer dans sa réalisation." and a link "Comment raconter mon défi ?". At the bottom of the form, there is a toolbar with icons for bold (B), italic (I), underline (U), and a link icon (<>), and a character count "Nombre de caractères restants : 1000 / 1000".

S'INSCRIRE / SE CONNECTER

| Formulaire inscription

● L'accès à l'inscription n'est pas visible spontanément mais n'est pas gênant

- Spontanément les utilisateurs commencent à remplir les champs, et n'identifient pas la possibilité de s'inscrire plus bas. Ils pensent le faire en remplissant leur adresse, et créant un compte.

- Mais ils saisissent rapidement l'erreur commise, et déclarent être allés trop vite, attirés par les champs à remplir.

- La connexion via Facebook est vue, mais peu utilisée de part leurs habitudes. Et méfiance (partage d'informations personnelles) - 1 seule personne l'a utilisée par habitude pour une question de rapidité, pas besoin de se souvenir d'un mot de passe supplémentaire (cible jeune)

The screenshot shows a login/registration interface. At the top, the word "Connexion" is circled in black. Below it is a blue button with the Facebook logo and the text "Connexion Facebook". Underneath this button, a line of text reads "Rien n'est publié sur Facebook sans votre autorisation". Below this is a horizontal line with the word "ou" in the center. There are two input fields: "E-mail" and "Mot de passe", both with red outlines and red text. Below these fields is a checkbox labeled "Rester connecté". At the bottom, there is a red button labeled "Je me connecte". Below the button is the text "Mot de passe oublié ?". At the very bottom, there is a line of text: "Première visite sur Diffi ? Inscrivez-vous !", where "Inscrivez-vous !" is circled in black.

| Formulaire inscription

● Une étape jugée classique et assez rapide à remplir

▪ **Les informations demandées sont jugées légitimes, attendues.** Aucune information gênante, ou jugée trop personnelle n'est demandée (exemples: numéro de téléphone, date de naissance).

▪ Seules 2 personnes n'ayant jamais auparavant créé de compte sur un site internet, se sont trouvées bloquées, et ont jugé ce formulaire trop long, et peu clair.

▪ Les différentes étapes sont anticipées. **Process classique** rencontré sur l'ensemble des sites.

- 1ère étape : remplir formulaire
- 2ème étape : message de confirmation
- 3ème étape : validation de l'email, et création d'un mot de passe

The screenshot shows a registration form titled "Inscription" with a close button (X) in the top right corner. The form includes a "Connexion Facebook" button with a Facebook logo and the text "Rien n'est publié sur Facebook sans votre autorisation". Below this is a separator line with "ou" in the center. The form contains several input fields, each with a red asterisk indicating it is required: "Pseudo *", "E-mail *", "Confirmation e-mail *", and "Code postal (Domicile) *". Each field has a blue checkmark icon to its right. Below these fields is a "Validation visuelle *" section with a text input field containing "Entrer 6 lettres majuscules" and a placeholder image of the word "INCLEON" in a stylized font. At the bottom, there is a checkbox with the text "En vous inscrivant par email ou Facebook, vous déclarez être majeur et acceptez nos conditions d'utilisation." Below the checkbox is a paragraph of text: "Conformément à la loi 'Informatique et libertés' du 6 janvier 1978 modifiée, vous bénéficiez d'un droit d'opposition, d'accès et de rectification aux informations qui vous concernent." At the very bottom, there are three small links: "Organisation", "Membres", and "Action".

| Formulaire inscription

● Des informations peu visibles, ou claires, qui complexifient la navigation

- La barre de scroll n'est pas vue pour accéder à la suite du formulaire, spontanément, les utilisateurs après avoir rempli le captcha, cochant les conditions d'utilisation

- En majeur : le champs code postal n'est pas vu, car les utilisateurs sont attirés par le captcha (bloc visible car plus imposant)

- Des messages d'erreurs qui ne sont pas vus, donc ne guident pas l'utilisateur sur le correctif à apporter. Le champs comportant l'erreur n'est pas indiqué.

- Des codes de validation visuels qui ne sont pas toujours lisibles, et contraignent les utilisateurs à changer, ou recommencer plusieurs fois. Cependant remplir ce champ n'est pas bloquant, et rassure l'utilisateur sur la sécurité du site.

- Le CTA de validation : en mode actif/inactif n'est pas identifié, les utilisateurs cliquent dessus, alors qu'il est inactif.

The screenshot shows a registration form titled "Inscription". At the top, there is a message box that says "Attention" and "Veuillez ressaisir le code de validation visuelle." Below this, there is a "Connexion Facebook" button and a note "Rien n'est publié sur Facebook sans votre autorisation". The form has several input fields: "ClemenceJ", "c.jubin@gmail.com", "c.jubin@gmail.com", and "44000". Each field has a small blue arrow icon to its right. Below these fields is a "Validation visuelle *" section with a label "Entrer 6 lettres majuscules" and a visual code "HELLEF". To the left of this section, there is another label "Entrer 6 lettres majuscules" and a visual code "CRYSPY". At the bottom, there are two buttons: "Je m'inscris" (pink) and "Je m'inscris" (red). A checkbox at the bottom right says "En vous inscrivant par email ou Facebook, vous déclarez être majeur et acceptez nos conditions d'utilisation." Annotations include a large oval on the right side of the form, a line pointing to the "Validation visuelle *" section, and a line pointing to the "Je m'inscris" buttons.

| Formulaire inscription

● L'activation du compte : des efforts trop important par rapport au bénéfice

- Un message d'erreur non vu, long, et qui oblige l'utilisateur à recommencer plusieurs fois, car création d'un mot de passe complexe non anticipé.

- Pour ce type de site et son utilisation, créer un mot de passe complexe n'est pas jugé pertinent, d'autant plus qu'il risque d'être oublié par la suite (*choix minuscule + majuscule + chiffre + caractère spécial*)

- Après activation du compte, l'utilisateur est automatiquement redirigé vers la page d'accueil, alors qu'il était au préalable sur une page défi, ce qui le force à refaire le parcours jusqu'à la page souhaitée.

The screenshot shows a registration form titled "Validation de votre compte Diffuz". At the top, a yellow error box with the title "Attention" and a close button (X) contains the following text: "Le mot de passe ne répond pas aux règles de sécurité requises. Le mot de passe doit faire au moins 6 caractères, doit inclure une minuscule, une majuscule, un chiffre et un caractère spécial". Below this, the form asks the user to enter their password twice. The first input field is labeled "Mot de passe" and the second is labeled "Confirmez le mot de passe". Both fields have a red underline and a green checkmark icon to the right. At the bottom, there is a red button labeled "Activer". Two vertical arrows, one pointing down and one pointing up, are positioned between the error box and the password fields, indicating a flow or relationship between the error and the input fields.

| Formulaire inscription

● Une étape engageante qui arrive trop tôt

▪ Pour une première visite, l'utilisateur est amené à créer un compte dès lors qu'il clique sur un CTA (relever un défi, lancer un défi), **alors qu'il n'a pas forcément conscience des conséquences de son action, et attend davantage d'informations détaillées** (notamment sur le défi)

▪ **La création de compte est perçue comme un premier engagement**, l'utilisateur attend d'en savoir plus en amont, et de savoir dans quoi il s'engage avant de passer à l'action.

The screenshot shows the Diffuz website interface with a 'Connexion' (Login) modal window open. The modal has a title bar with 'Connexion' and a close button. Inside, there is a 'Connexion Facebook' button with the Facebook logo. Below it, a text line says 'Bien n'est publié sur Facebook sans votre autorisation'. There are two input fields: 'E-mail' and 'Mot de passe' (Password), both with red error lines below them. A 'Rester connecté' (Stay logged in) checkbox is present. A red button labeled 'Je me connecte' is at the bottom. Below the button, there is a link 'Mot de passe oublié ?' and a note 'Première visite sur Diffuz ? Inscrivez-vous !'. The background of the website shows a grid of challenge cards for various locations like Paris, Salon-de-Provence, and Clermont-Ferrand, each with a date and a 'Je relève le défi' button.

Nos recommandations sur le formulaire d'inscription

- Point de vigilance: saisir à plusieurs reprises la même information peut être gênant ou peut être un motif d'abandon, **si le bénéfice final n'est pas perçu par l'utilisateur.**

- Des bonnes pratiques :

- Préparer l'utilisateur : il doit savoir ce qu'on attend de lui, et la nature du formulaire (bénéfice) : titre clair + introduction rassurance

- Une validation de la saisie : champ actif, sélectionné doit être clairement identifié (retour visuel pour l'utilisateur), cela évite de remplir entièrement un formulaire pour se rendre compte à l'envoi qu'il faut corriger un certain nombre de champs.

- Les messages d'erreurs doivent être mentionnés au fur et à mesure que l'utilisateur remplit le formulaire.

- La proximité du libellé et de son champ favorise une lecture rapide et donc une complétion efficace. Lorsque plusieurs champs sont renseignés, on risque de ne plus se rappeler des libellés de ces derniers, ce qui complexifie la modification.

- Les captchas ralentissent le temps de complétion du formulaire. Couplé à la création d'un mot de passe complexe, le taux d'abandon risque d'être plus important. Il peut être un élément rassurant, si l'on communique des informations personnelles.

Nos recommandations sur le formulaire d'inscription

Des exemples



Civilité
☒ Mademoiselle ☐ Madame ☐ Monsieur

Nom

Prénom

Votre code postal / Ville

Vous êtes né le
 Format jj/mm/aaaa

Sign up — it's fun! [Log in](#)

Enter your email:
 Good job!

Pick a username:
 Sorry, only A-Z, 0-9, or _.

Make a password:

OUVRIR UN COMPTE

Remplissez le formulaire ci-dessous et commencez à utiliser Kameleon.

Prénom Nom

Téléphone Adresse email professionnelle

Adresse de votre site web

Mot de passe

En cliquant sur créer un compte, vous acceptez nos conditions d'utilisation.

[CRÉER UN COMPTE](#)

→

[Forgot?](#)

No account? [Signup](#) [Login](#)

Diagram illustrating a multi-step registration process with numbered steps (1-14) and corresponding form fields:

- 1. Nom*
- 2. Prénom*
- 3. Rue et numéro de rue
- 4. Code postal
- 5. Ville
- 6. Téléphone fixe
- 7. Mobile*
- 8. Email*
- 9. Password*
- 10. Rue et numéro de rue
- 11. Code postal
- 12. Ville
- 13. Téléphone fixe
- 14. Mobile*

MON COMPTE

Paramètres du compte

● Une mise en scène de l'information peu engageante

▪ Rubrique 'mes notifications' : **contenu anticipé** (je peux choisir ce que je souhaite recevoir par email, ou en notification sur le site), **bénéfice perçu sur la maîtrise des informations reçues. Mais une page qui décourage vite l'utilisateur.**

- Une page beaucoup trop longue
- Des items/notifications trop détaillées.
- Donne l'impression de devoir paramétrer un logiciel complexe.

▪ **A l'inverse, le contenu de la rubrique 'mieux vous connaître', n'est pas anticipé, correspondant davantage aux informations qu'on peut retrouver dans 'mon profil', 'mes coordonnées'. (n'incite pas à y aller), alors que le bénéfice est perçu : remplir mes préférences pour me proposer des défis en fonction de mes choix.**

Niveau de notification	Type de notification	Site	E-Mail
Tout recevoir	EDN - Nouveaux défis	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tout recevoir	Notifications sur les groupes dont vous êtes administrateur - Un membre a demandé à rejoindre votre groupe	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Tout recevoir	Notifications sur les groupes dont vous êtes administrateur - Vos droits d'administration d'un groupe vous ont été retirés	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tout recevoir	Notifications sur les groupes dont vous êtes administrateur - Modification d'un de vos groupes	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tout recevoir	Notifications sur les groupes dont vous êtes administrateur - Un nouvel administrateur a été désigné	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tout recevoir	Notifications sur les groupes dont vous êtes administrateur - Vous avez été désigné administrateur d'un groupe	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tout recevoir	Notifications sur les groupes - Candidature acceptée	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tout recevoir	Notifications sur les groupes - Exclusion d'un groupe	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tout recevoir	Notifications sur les groupes - Nouveau défi créé au nom du groupe dont vous êtes membre	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Mon compte

Mon profil Mes coordonnées Mes identifiants **Mes notifications** Mieux vous connaître

Paramétrage de vos préférences sur les défis.

Temps à donner

☐ Exigeant - Plus d'1/2 journée (plus d'1/2 journée)

☐ Intermédiaire - Entre une heure et 1/2 journée (entre une heure et 1/2 journée)

☐ Flash - Moins d'une heure (moins d'une heure)

Indiquez le temps que vous pensez consacrer aux défis que vous allez créer ou relever. A tout moment, vous pourrez changer ces préférences.

Sélectionner vos thèmes

☐ Aide aux perso... ☐ Bien être et sa... ☐ Coup de main ...

☐ Culture, sport ... ☐ Education et ci... ☐ Nature et envir...

Saisissez les thèmes qui vous caractérisent. Ils contribueront à vous mettre en relation avec d'autres Diffuseurs.

Annuler Enregistrer

| Page d'accueil une fois connecté

● Un contenu personnalisé pour un gain de temps

▪ L'intérêt de renseigner ses préférences (rubrique « mieux vous connaître ») est d'autant plus perçu sur la page d'accueil, quand l'utilisateur comprend qu'on lui pousse des défis en fonction de ses préférences.

Défis faits pour vous

Pour voir des défis qui vous correspondent, complétez votre profil avec :

- les centres d'intérêt qui vous caractérisent
- la ville de votre choix
- le temps que vous souhaitez consacrer aux défis

Défis faits pour vous

» Paramétrer mes recommandations

Une Cité Handre lance...

Découvrez et fais connaître le Service Civique !

Education et citoyenneté

Hazebrouck

Début le 10/05/2017 - fin le 03/10/2017

Flash - Moins d'une heure

Soyez le 1^{er} à relever ce défi

Je relève le défi Aimer Partager

Programme mutualiste national lance...

JOURNÉE NATIONALE

Oct 10 2017

Une journée pour tous dire « je t'aide » !

Aide aux personnes en difficulté

Défi sur Internet

Le défi aura lieu le 06/10/2017

Flash - Moins d'une heure

Déjà 5 inscrits !

Je relève le défi Aimer Partager

Le Conservatoire Coopérative de Wavre lance...

Un microprojet pour La C.C.M en faisant vos courses !

Aide aux personnes en difficulté

Arpajon

Le défi débutera le 06/10/2017

Flash - Moins d'une heure

Soyez le 1^{er} à relever ce défi

Je relève le défi Aimer Partager

04

P e r c e p t i o n d u
s i t e M A C I F D I F F U Z e t
é c o s y s t è m e (r é s e a u
s o c i a l , b é n é v o l a t)

| Le lien avec la MACIF

Un avis partagé sur la visibilité de la MACIF

- Les utilisateurs de la sphère directe, à qui on a présenté le site en amont, et informé que la MACIF est à l'initiative du site, regrettent que cette information ne soit pas assez mise en avant (logo en bas de page pas assez visible).
- Pour les utilisateurs de la sphère indirecte : l'appartenance du site par la MACIF n'est pas spontanément vue
 - En mineur (2 personnes): cible fortement impliquée dans le bénévolat, ce site initié par la MACIF ne véhicule pas une bonne image. Une entreprise ne pourrait être à l'initiative d'un projet non mercantile.

| Le lien gamification et bénévolat

Des éléments issus de la gamification pas toujours adaptés

- Pour certains, évoquer des mots liés à « la compétition » : statuts, points solidaires, **renvoie une image de compétition** entre les Diffuzeurs, ce qui est contraire au bénévolat.
- En même temps, **les points solidaires sont jugés intéressants, si utilisés, et valorisés dans un cadre adapté** (ex: je convertis mes points en cagnotte pour financier, soutenir des associations), par contre il est rédhibitoire pour eux d'utiliser leurs points pour bénéficier de réduction chez des commerçants (référence : cadeaux carte fidélité)

| Le lien gamification et bénévolat

Des éléments issus de la gamification pas toujours adaptés

- Noter les Diffuzeurs, noter des personnes qui aident, **n'est pas jugé pertinent**. Il n'est pas cohérent d'apporter un jugement tel qu'il soit, alors que **la volonté première de la personne ne peut être que positive**. Idem pour la notation de projets, autant de facteurs extérieurs peuvent « nuire » à la bonne réalisation du défi, alors que l'initiative ne peut être que « gratifiée ». Bénévolat/volontariat = pas de jugement de valeur.
- Les utilisateurs **attendent davantage des retours d'expériences**: photos, vidéos, dans l'objectif de montrer que ce projet/défi existe réellement, s'est concrétisé, et à la fois pour donner envie aux autres soit de créer leurs défis, ou relever des défis. Le chat privé en groupe privilégié aux discussions publiques sur la fiche défi.
- **L'aspect communauté est appréciée si cela reste en privé** : avoir le choix de discuter en privé avec son groupe. L'échange d'informations publiques doit se limiter aux retours d'expériences. (attente feedbacks)

| Le lien avec la mobilité

Utilisation de son mobile pour des « micro-moments »

- Avoir une application mobile dédiée n'est pas une attente première. Les utilisateurs se projettent sur l'utilisation de leur mobile pour prendre connaissance de défis, et en relever (en vacances, en mobilité, en salle d'attente...), mais pas pour lancer un défi (car préférable d'être bien installé devant un ordinateur). Le site en version mobile suffirait.
- Géolocaliser les Diffuzeurs : une fonctionnalité jugée intéressante, mais pas essentielle de prime abord. La fonctionnalité de partage est actuellement utilisée pour cibler des personnes potentiellement intéressée par le défi.
- Publier, diffuser des photos et vidéos à la communauté (Diffuzeurs) : fonctionnalité jugée très intéressante, faisant lien avec les feedback attendus par la communauté. Les utilisateurs se projettent bien, une fois sur place, pendant l'événement, créer et diffuser ce type de contenus sur le site.

05

P e r c e p t i o n d e s
m e s s a g e s d i f f u s é s

Les messages diffusés

« Quand je veux, c'est un peu je décide quand je veux être solidaire... » SD64

- **« être bénévole d'un jour »** : apprécié par ¼ des participants
 - Restrictif/réducteur par rapport au temps passé : échelle temporaire réduite « trop ciblée »
 - Je fais qu'une seule action « one shot » à un moment T (mais pas plus)
- **« la solidarité ou je veux, quand je veux »** : apprécié par 2/3 des participants
 - Fait bien référence aux 2 critères de recherche principaux : localité, et temps à accorder
 - Situation de mobilité (je suis dans une salle d'attente sur mon téléphone, je peux regarder les défis à réaliser), je suis en vacances, et je souhaite m'investir dans cette ville
 - Ouvre les champs des possibles : choix selon nos disponibilités, et de quand on souhaite participer (motivation)

« Il ne faut pas s'arrêter à un seul défi » SI40

« On ne sait pas tout de suite que c'est pour un jour, ce n'est pas clair » SI34

06

S y n t h è s e d e s p o i n t s
p o s i t i f s e t n é g a t i f s

| Les points positifs

- Il n'y a pas de points bloquants qui inciterait l'utilisateur à quitter le site.
- La promesse est globalement comprise : réaliser/proposer des défis en son nom, ou au nom d'une association. Site ouvert à tout le monde.
- Le graphisme épuré, les couleurs choisies sont en cohérence avec l'image voulue. De plus il est perçu comme un site simple d'utilisation.
- L'inscription est acceptée (mais process à améliorer)
- La création de défi est facile, et rapide à réaliser
- Dans la globalité la navigation est simple et facile
- Des contenus pushes personnalisés (« défis faits pour vous »)

| Les points négatifs

Prioritaires

- **Un process d'inscription qui n'est pas anticipé** car arrive trop tôt dans le parcours
- **Des éléments du formulaire d'inscription rallongent sa complétion, et complexifient sa validation** (scroll, captcha, création mot de passe)
- **Un manque d'informations qui ne rassure pas toujours l'utilisateur** (messages de confirmation, détails sur les défis à réaliser, feedback retours d'expériences, exemples concrets...)
- **Des CTA parfois déceptifs** car non performants et ne permettent pas d'anticiper le contenu
- **La barre de recherche sur la page d'accueil, et la liste des défis n'est pas vue**, alors que les utilisateurs la juge pertinente
- **L'utilisation des points solidaires non pertinente**

Secondaires

- **Un wording pas toujours adapté au sujet (bénévolat)** qui renvoie une image contraire au partage, entraide (individualiste, compétition, auto-centrée)
- **Un slider imposant qui ne met pas assez en avant les bénéfices et la promesse du site**
- **Des messages pas assez « engageant »**

07

L e s s o l u t i o n s à m e t t r e
e n p l a c e

Matrice des solutions

Légende :

En vert les solutions simples à mettre en place.

En orange / rouge celles + ou - complexes

