



# Mamashelter

## Audit UX

**Synthèse**

AGENCE LESSISMORE  
9 avenue de la conception 75000 Paris



## ① Introduction

Présentation du site

Présentation des participants

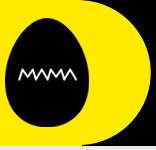
## ② Audit UX

Évaluation heuristique

Tests d'utilisabilité

Tri de cartes

## ③ Recommandations



UN PARCOURS UTILISATEUR  
À SÉQUENCER

VALIDER



UNE PRÉSENTATION DES PRODUITS  
& SERVICES À DÉTAILLER

VALIDER

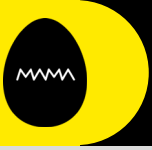


UN PROCESSUS DE RÉSERVATION  
À CLARIFIER

VALIDER

# INTRODUCTION





# Présentation du site



→ [mamashelter.com](https://mamashelter.com)

**Chaîne hôtelière créé en 2007**

**Stratégie de rupture**

**Tourisme urbain**

**Quartiers populaires**

**Ambiances minimaliste**

**Freemium**

**Rooftops**

**Fantaisie**

**Convivialité**

*« Résolument cool et branché, le concept hôtelier inventé par Serge Trigano et Philippe Starck a rencontré le succès en cassant les codes du secteur » Les Echos novembre 2015*

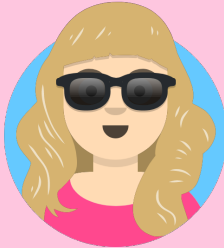


# Présentation des participants

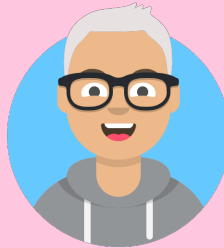
## Test utilisabilité



Hugo H. (33 ans)  
#H01  
Développeur



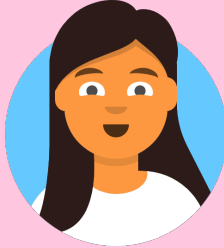
Véronique D. (69 ans)  
#V02  
Caviste



Sophie R. (52 ans)  
#S03  
Chef de secteur

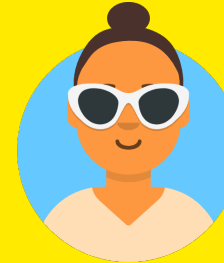


Thomas H. (38 ans)  
#T04  
Infirmier



Ludivine R. (43 ans)  
#L05  
Ingénieur

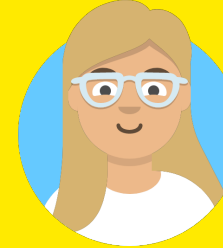
## Tri de cartes



Sidonie R. (38 ans)  
#S01  
Illustratrice



Emmanuel G. (39 ans)  
#E02  
Directeur Marketing



Patricia G. (63 ans)  
#P03  
Gestionnaire planning

# AUDIT UX





# Recours à l'évaluation heuristique Nielsen



[Lien vers l'évaluation heuristique](#)



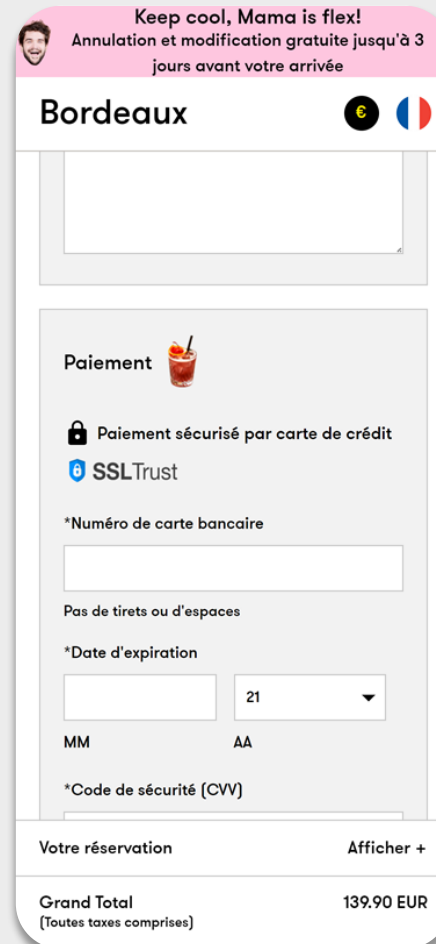


# Évaluation heuristique : les points à retenir (1)

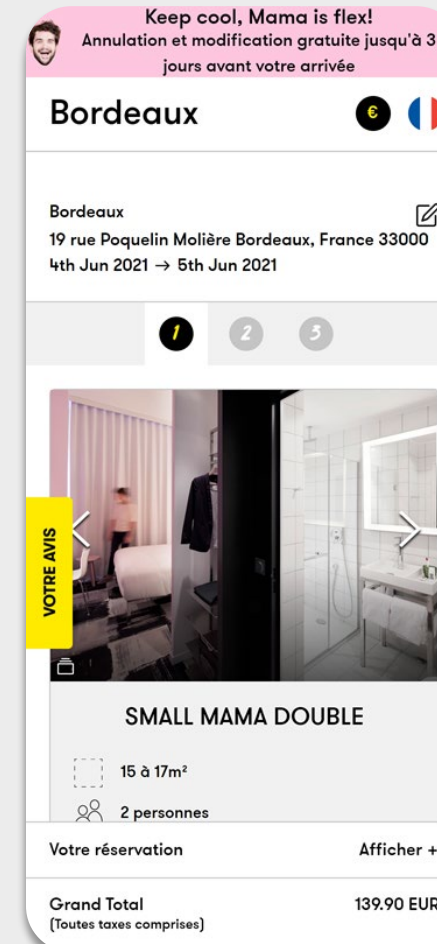
Un user flow à revoir  
(Destination > Chambres)

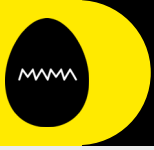


Aucun recours au  
session storage



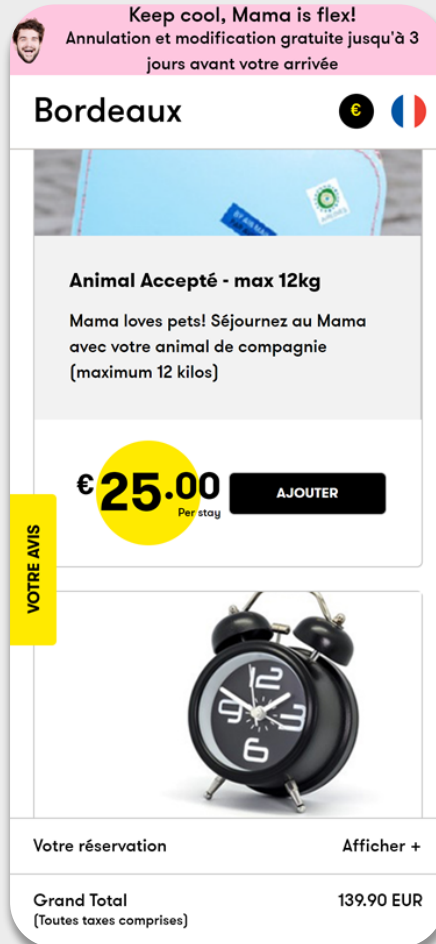
Un affichage tarifaire  
trop tardif



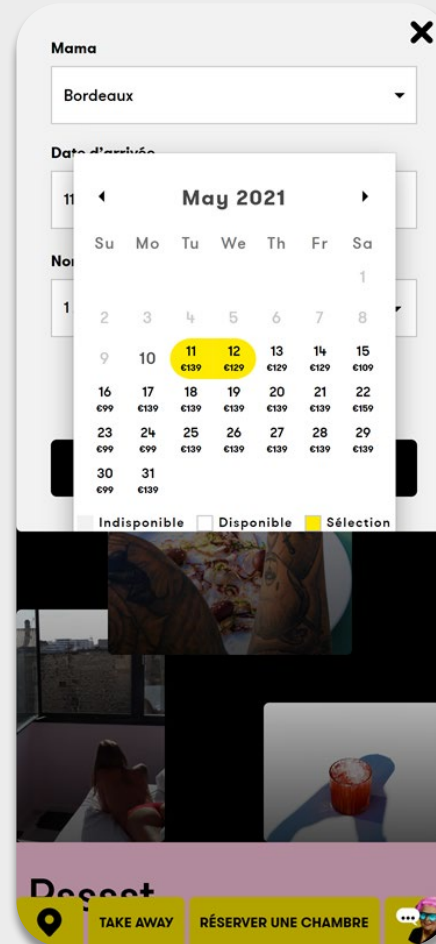


# Évaluation heuristique : les points à retenir (2)

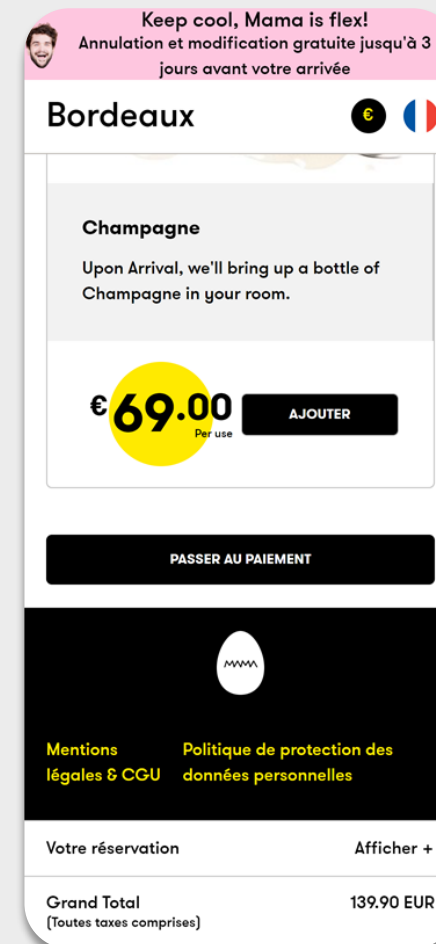
Un mélange de  
langue FR / UK



Une taille de police trop  
petite dans le calendrier

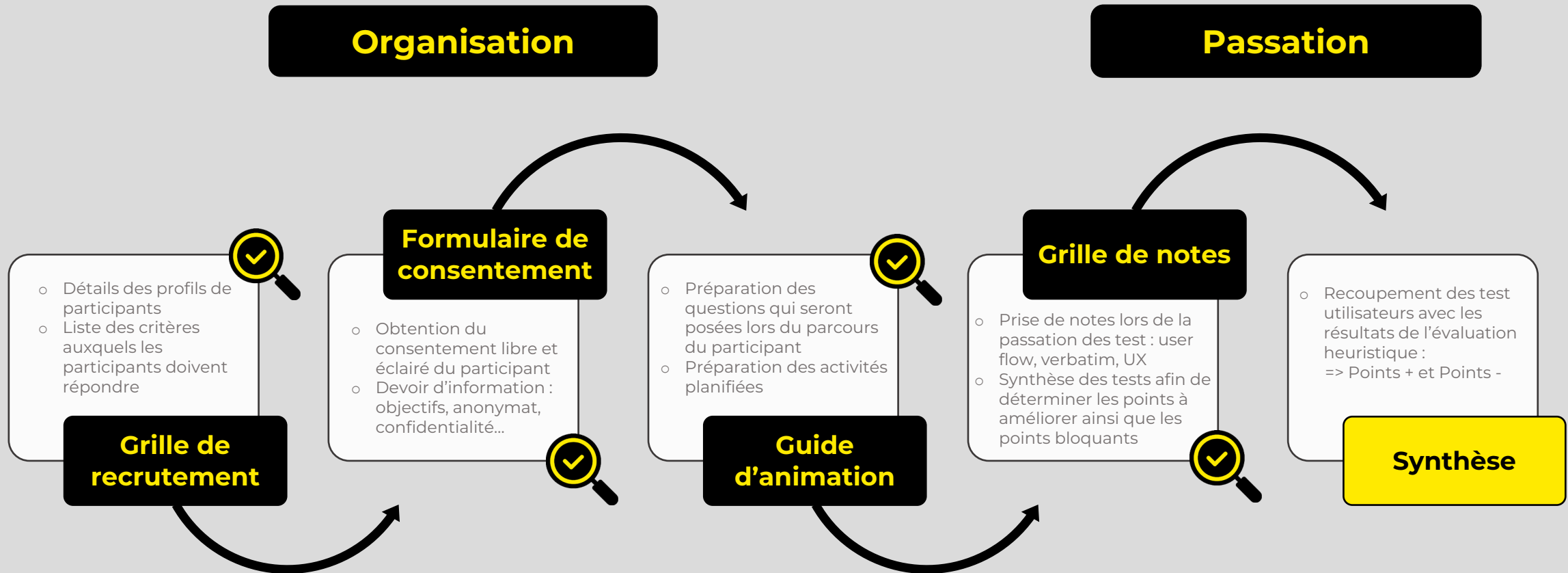


Aucune aide en ligne au  
processus de réservation





# Organisation des tests utilisateurs





# Enseignements des tests utilisateurs

*« Déjà, 'Choisir sa mama' ça ne me parle pas du tout »*

#H01

*« Bon là je suis perdu, je vais recommencer »*

#T04

*« Soit j'appelle l'hôtel soit je laisse tomber »*

#S03

*« Pourquoi il a pas retenu la chambre medium ? »*

#L05

*« Ahah, les CGU en anglais, génial ! »*

#H01

Ce qu'il faut retenir :

- Des dénominations incomprises ou qui font trop souvent appel à la déduction ou au contrôle de l'utilisateur ;
- Un user flow qui perd l'utilisateur ;
- Un manque d'informations faisant défaut à la présentation des produits ;
- Une ergonomie du calendrier à repenser ;
- Une offre qui manque de clarté et qui ne tient pas compte des "choix" de l'utilisateur ;
- Un mélange français / anglais préjudiciable pour l'utilisateur concernant la compréhension de l'offre ;
- Une disparition des éléments infos et contacts qui isole l'utilisateur dans le processus de réservation.



# Tri de cartes



Ce qu'il faut retenir :

- Un besoin de procéder « étape par étape » dans la constitution du parcours et dans la structure de l'information ;
- Un besoin de disposer d'un maximum d'informations sur les produits consultés afin de déterminer son choix avec aisance ;
- Un besoin de pouvoir contacter l'hôtel et d'obtenir de l'aide à tout moment.



Architecture actuelle : [ICI](#)



Tri de cartes : [ICI](#)

# RECOMMENDATIONS





# Un benchmark en soutien des recommandations

## Recommandations

**Un parcours utilisateur à séquencer**



**Good practice**

Destination + Date + Nbre de personnes

*Sources*



**Club Med**



**Accor**



**Maisonsdevacances**



**Airbnb**



**Une présentation des produits et services à détailler**



**Good practice**

Tarifs + Détails + Prestations

*Sources*



**Hôtel Barrière**



**Hyatt**



**Appart'City**



**Hôtel Étretat**



**Un processus de réservation à clarifier**



**Good practice**

Téléphone + Mail + Réseaux sociaux

*Sources*



**Pierre&Vacances**



**Océania Hôtel**



**Appart'City**





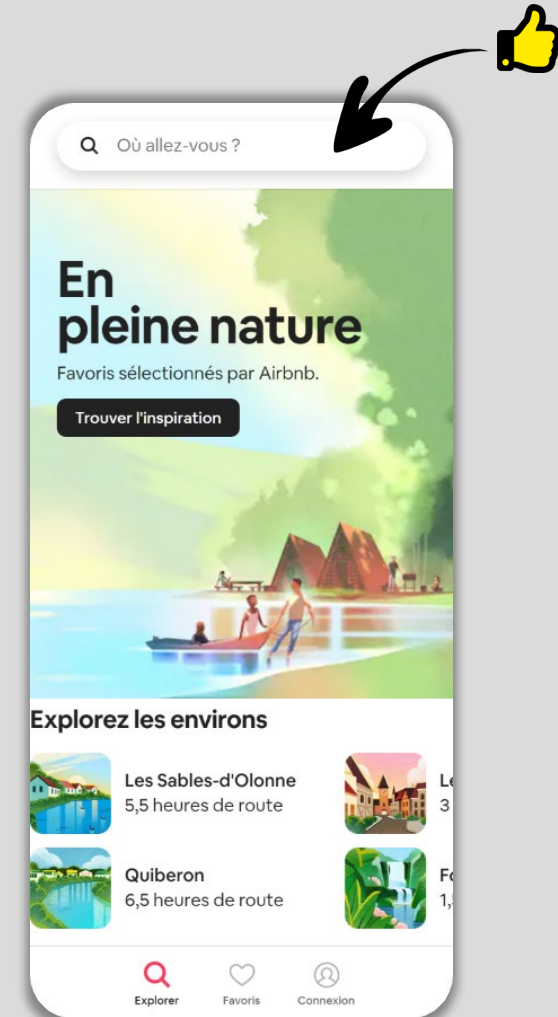
# Reco 01 : Un parcours utilisateur à séquencer

Recommandations :

- 1 Une page d'accueil dédiée à la présentation du concept qui se veut en rupture des modèles traditionnels ;
- 2 Un parcours repensé avec une segmentation des étapes, conditionnant la consultation des chambres à la sélection d'une destination.

« Pourquoi ça me renvoi à la destination ? »

#H01

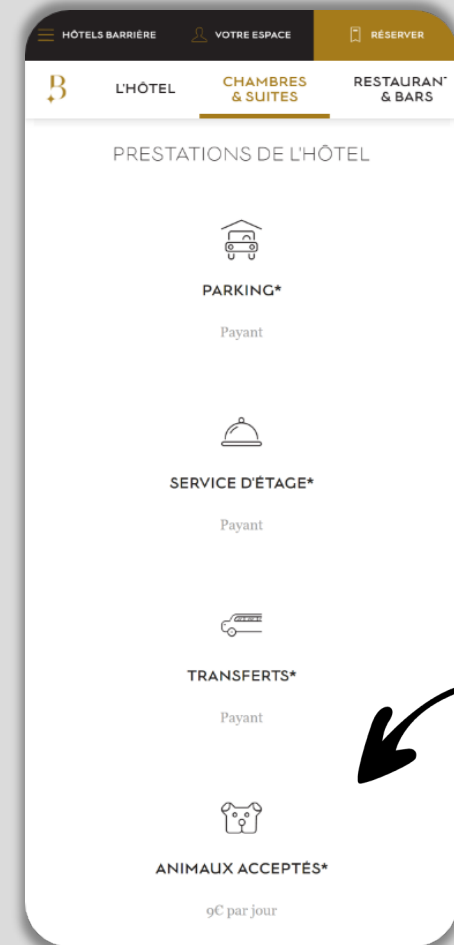




## Recommandations :

- ① Un affichage tarifaire qui doit apparaître au moment de la consultation ou de la comparaison des offres sans que l'utilisateur ait besoin de s'engager dans un processus de réservation ;
- ② Un comparateur de l'offre qui doit être plus facilement accessible permettant ainsi une meilleure compréhension de la variabilité du prix ;
- ③ Un descriptif de l'offre qui doit être enrichi et agrémenté de l'ensemble des prestations proposées par l'hôtel.

*« Je veux pas réserver sans connaître le prix »*  
#T04





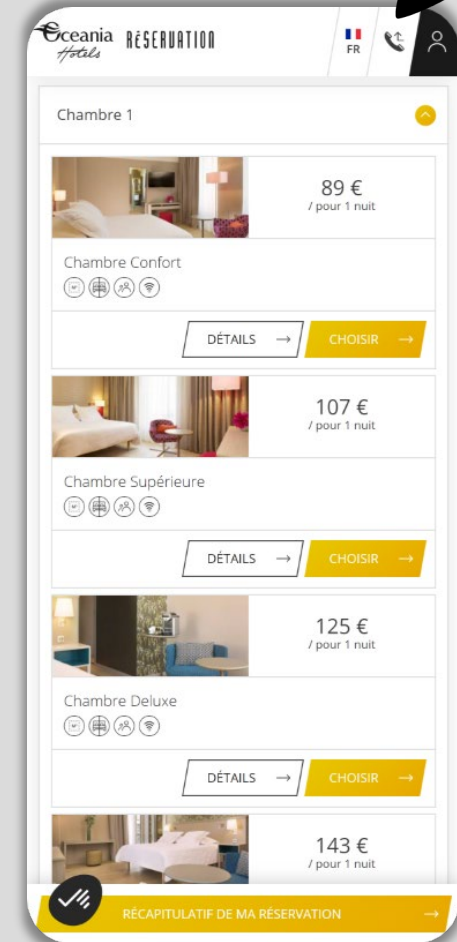
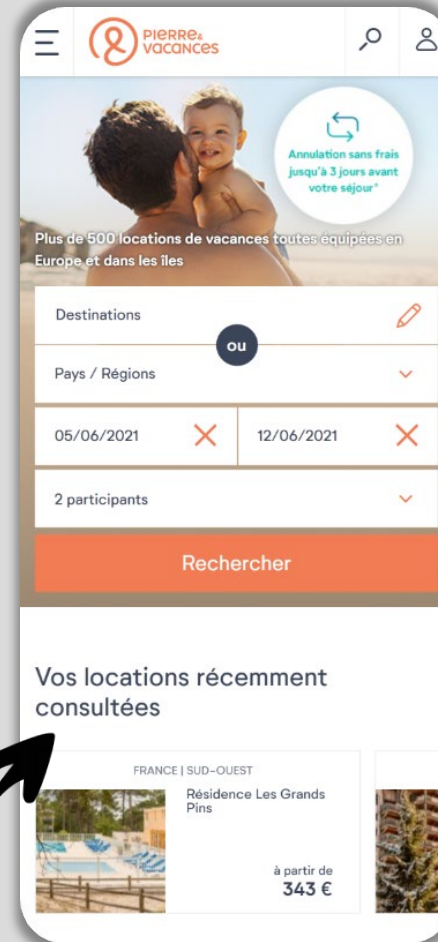
# Reco 03 : Un processus de réservation à clarifier

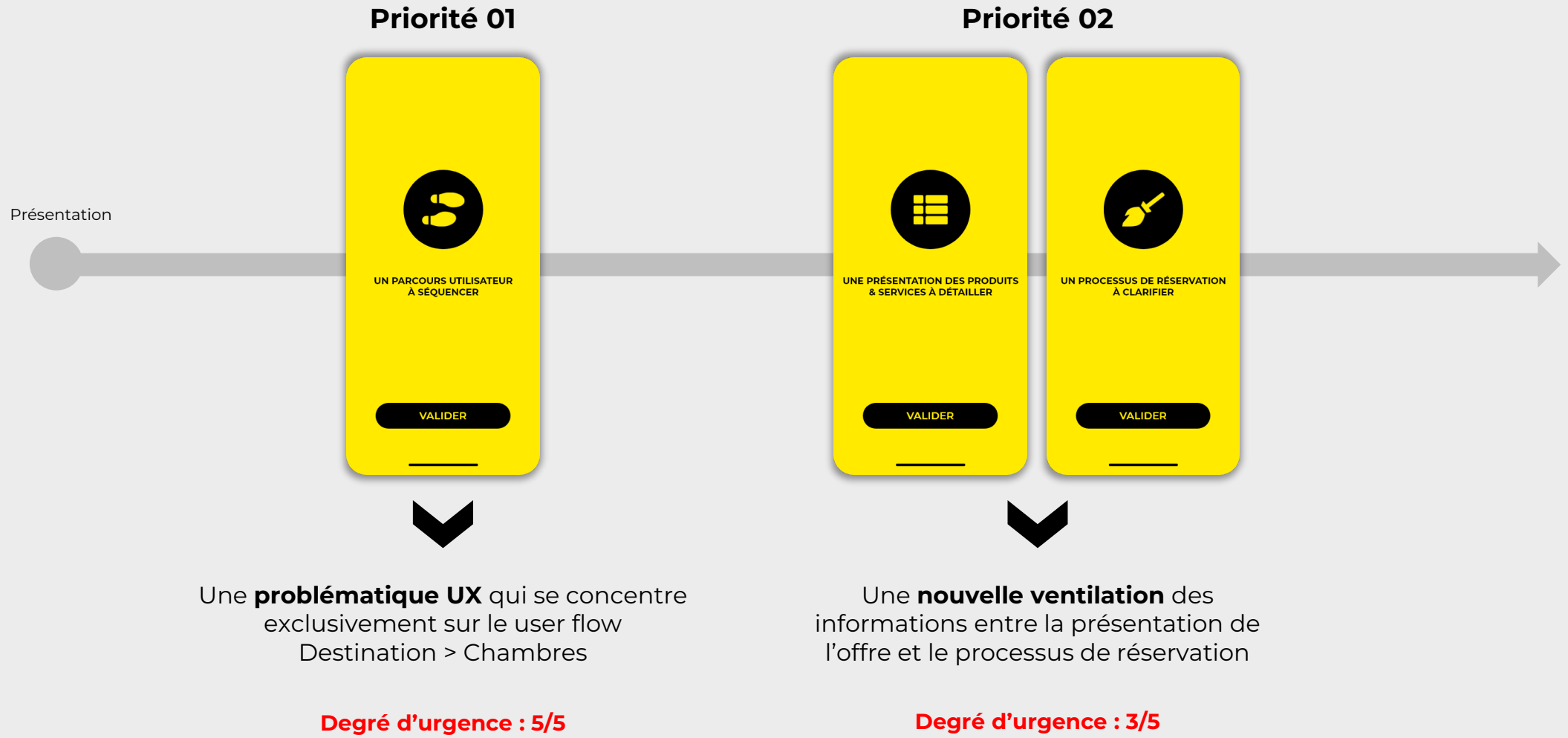
## Recommandations :

- ❶ Un processus de réservation qui doit tenir compte des choix de l'utilisateur avant toute autre suggestion ;
- ❷ Une aide en ligne et des informations relatives à l'hôtel qui doivent être disponibles tout au long du parcours ;
- ❸ Un parcours de réservation qui doit uniquement se faire dans la langue de l'utilisateur ;
- ❹ Une meilleure gestion de l'historique de navigation (session storage).

« Je sais pas si je perds tout en retournant à l'accueil »

#S03





**MERCI**