

Atallah Mustapha

UI/UX Designer Ooredoo Tunisie

Profil

Passionné par le UX et UI , Je crois qu'il y a toute une psychologie derrière . Créer le persona de l'utilisateur, son modèle et comment il va se comporter a été mon objectif en cours de ces dernières années. En outre, la compréhension de l'architecture et du développement du Web et des applications (formation en ingénierie mobile) m'a vraiment aidé à comprendre et à optimiser mes conceptions. Veuillez consulter les projets suivants et n'hésitez pas à me contacter !

My Ooredoo Application Mobile

Date 2019 - 2020

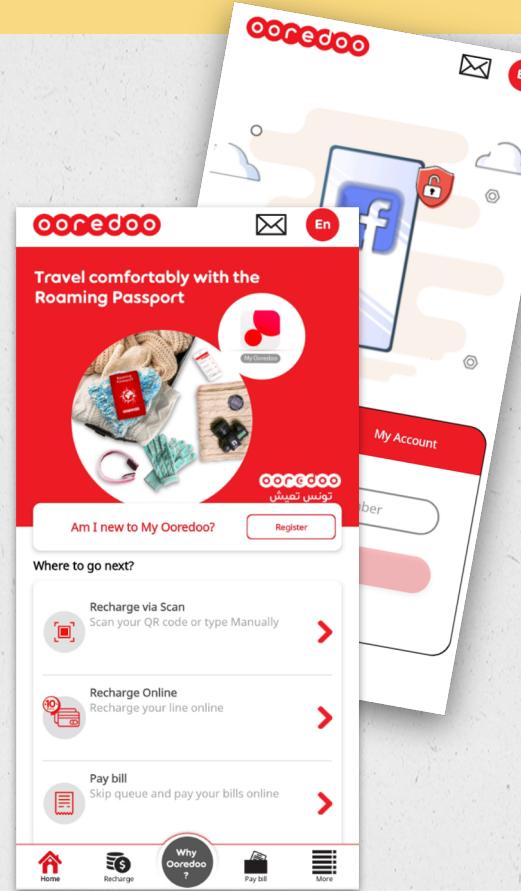
Projet : refonte de l'application My Ooredoo

Activités :

- Construire les interfaces UI de l'application en utilisant adobe XD et Invision .
- Faire le User research avec les outils analytics (Google analytics et Google Console)
- Ajouter d'un espace non loggué pour inciter les visiteurs de compléter le signup.
- Ajouter la personnalisation au profils utilisateurs
- Ajout la paiement des factures.
- Coordination avec l'équipe de développement pour chaque fonctionnalité .
- User Testing & Usability avant la mise en prod de chaque fonctionnalité.

Challenge/Problématique :

- la complexité de spécification des besoins dans un Opérateur télécommunication



Dealer App

Date 2021

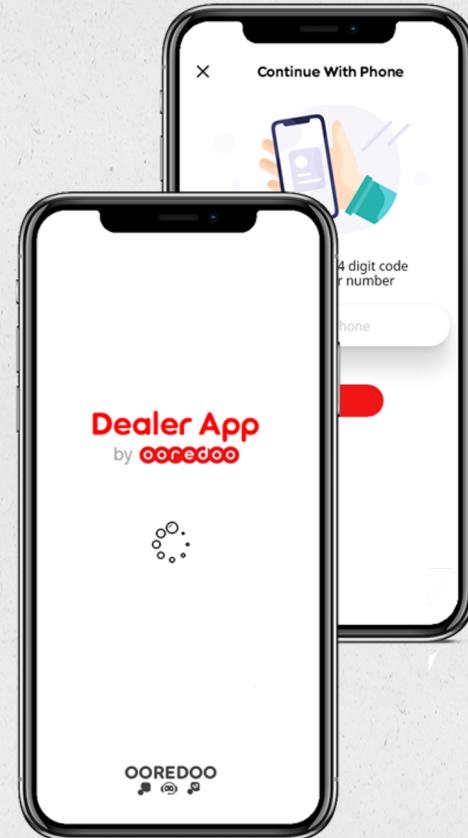
Projet : Digitalisation de la chaîne de distribution pour le B2B (à partir d'un ancien site web).

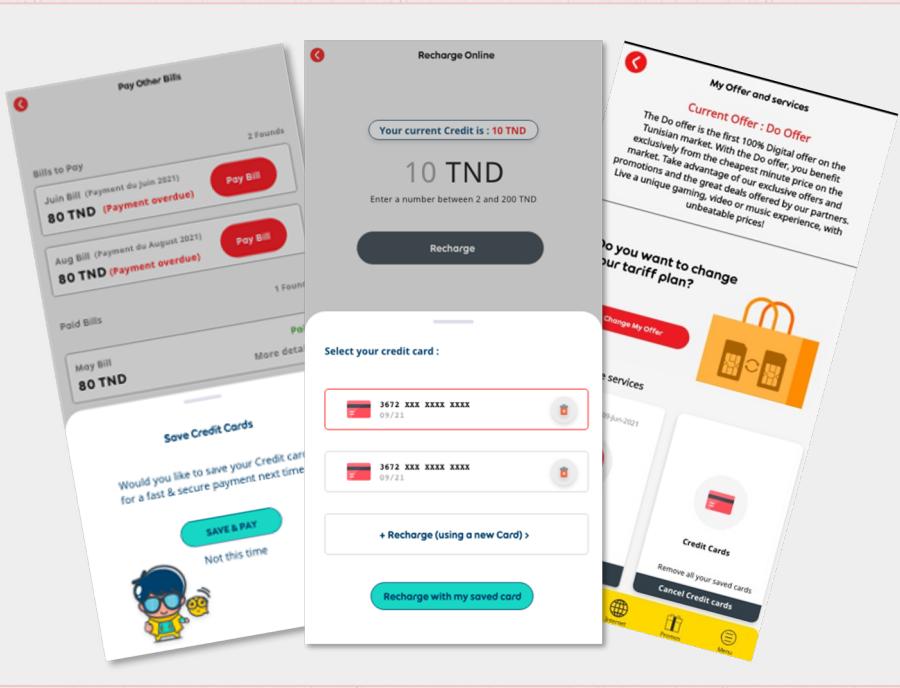
Activités :

- Collaborer avec les équipes métiers pour définir les user stories
- Planifier une roadmap des lancements avec les Stakeholders
- Construire les Interfaces , les user flows , et les parcours clients .
- Conduire les tests utilisateurs

Challenge/Problématique :

- L'authentification via OTP était indispensable , car les utilisateurs se connectent généralement via mobile
- Les applications liées à la marque (en bas de l'écran de démarrage) visaient à renforcer la notoriété de la marque.
- Nous avons ajouté ultérieurement l'adresse e-mail comme option de connexion d'utilisateur (après avoir reçu de nombreux commentaires lors des tests utilisateurs).

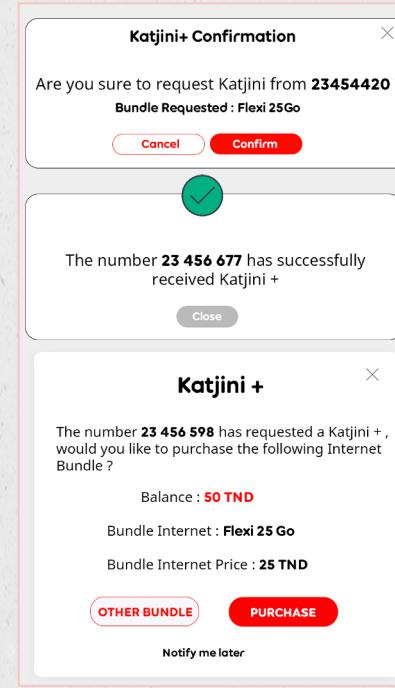




Carte de crédit sauvegardée (App et e-Commerce)

Date 2021

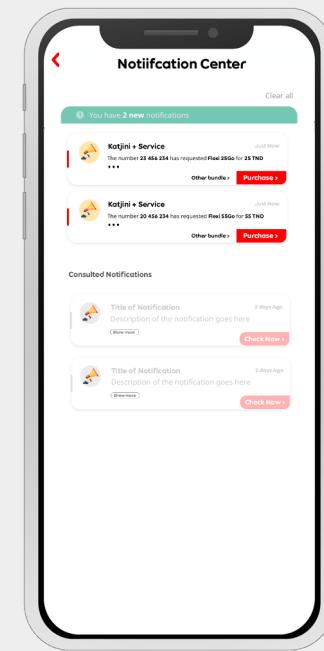
Sur la base d'enquêtes et d'évaluations d'autres applications, nous avons mis en place l'optimisation de sauvegarder les informations relatives à la carte de crédit et de les réutiliser à chaque paiement sur l'e-commerce et l'app Mobile

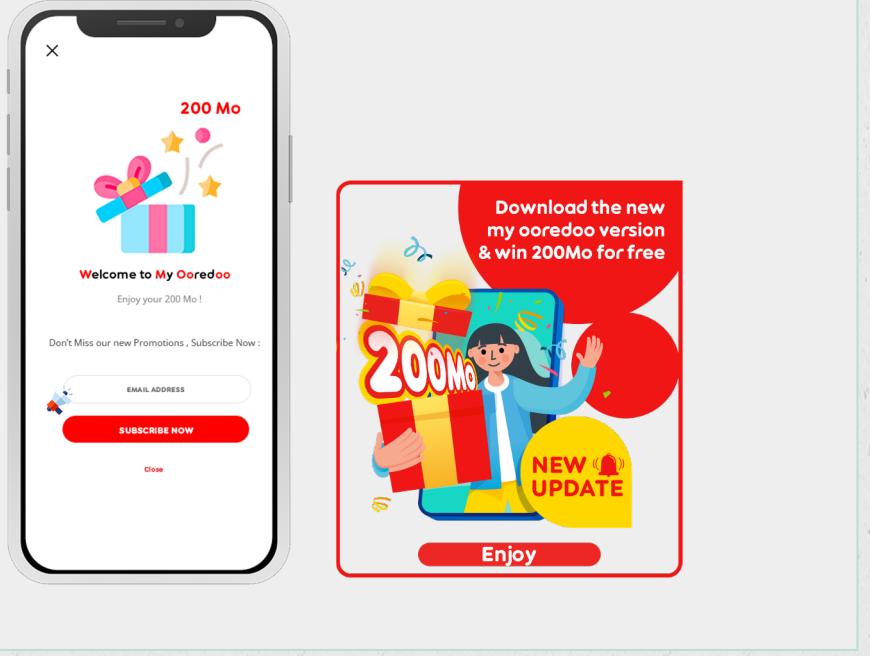


Création d'un système de notification pour Katjini

Date 2020

Une fonction compliquée qui a nécessité une certaine éducation pour que le client l'utilise. d'où la création d'un système de notifications qui guide l'utilisateur à chaque étape .

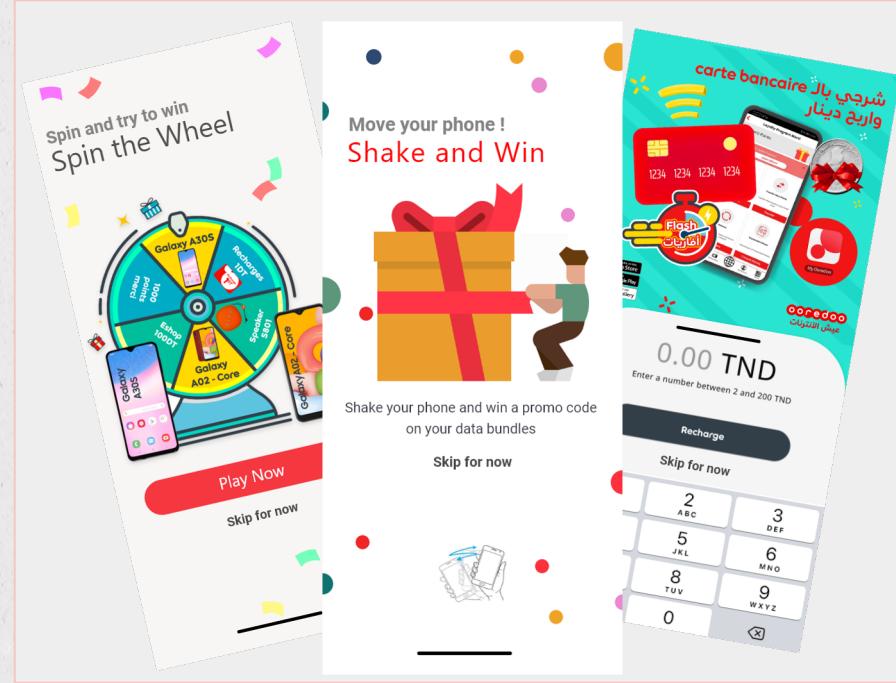




Augmenter le Score de l'application de 3.7 à 4.1 en 2 semaines

Date 2021

Avec la nouvelle mise à jour de l'application (décembre 2021), notre score était de 3,5 , avec la mise en œuvre de la mise à jour 200Mo, nous sommes passés à 4,1 en 2 semaines.



Promotions et jeux

Date 2021

Notre objectif était d'augmenter le nombre d'utilisateurs actifs mensuels sur notre application, nous avons créé différents jeux pour augmenter l'engagement et garder l'utilisateur accroché + Collaborer avec l'équipe Care client pour créer des enquêtes.



Ramadan Internet Promo !

The image shows two screenshots of the My Ooredoo mobile application interface. The left screenshot displays a standard account summary screen with various service icons and a main account balance of -0.22 TND. The right screenshot shows a promotional overlay titled "FREE!" encouraging users to change their offer. This overlay includes a cartoon character and a "Confirm" button. Both screens feature a top navigation bar with the Ooredoo logo, user ID (95976705), language selection (En), and a menu icon.

A/B Testing avec Simple Banners (Application My Ooredoo)

Date 2021

Test A/B : afficher la bannière pour les segments A sur la page d'accueil avec achat direct, cacher la bannière pour le segment B et l'adopter plus tard pour obtenir un meilleur taux de conversion.

A/B Testing avec popup

Date 2021

Test A/B : Afficher pour la première variante la popup chaque jour pour migrer + le raccourci, la seconde variante n'affiche que le raccourci. Et adopter plus tard le meilleur taux de conversion

Landing Page Do (1/2)

Date 2021

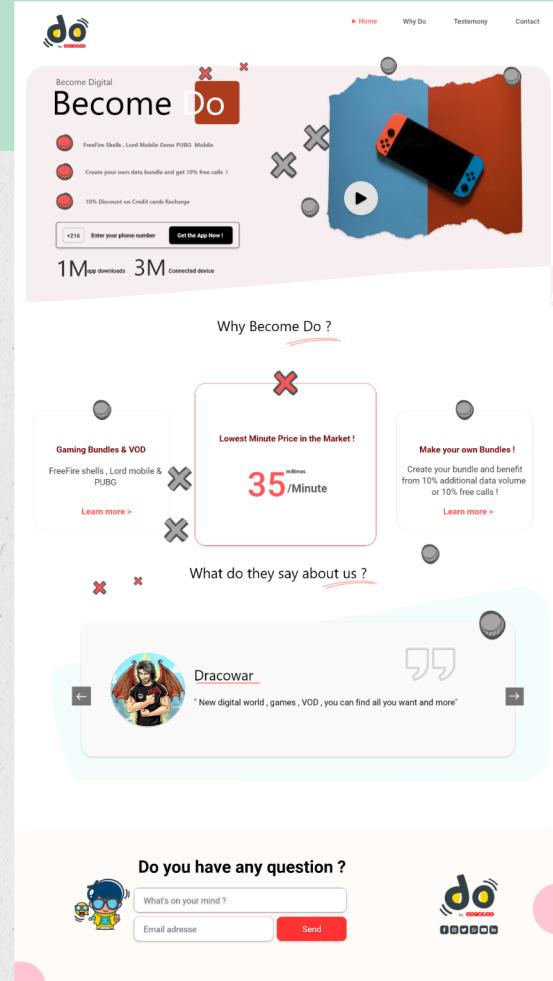
Project : Lancement de la nouvelle offre digitale DO

Activités :

- Création de la page de térisage
- Tester des différents CTA et mettre en évidence les Caractéristiques de l'offre
- Assurer un design responsive

UX Optimization après tests:

- Optimiser la version Bureau : lorsque l'utilisateur arrive sur la page en utilisant son ordinateur de bureau, le CTA devient "entrez votre numéro de téléphone et obtenez un lien vers l'application avec un SMS".
- Optimiser la version mobile : lorsque l'utilisateur arrive sur la page à partir de son mobile, il sera simplement redirigé vers le Play Store/App Store.
- Ajout des sections "Feedback" pour recueillir les questions et les critiques afin d'optimiser.



Landing Page Do (2/2)

Date 2021

Challenge/Problématique :

- en raison d'un manque de confiance dans la nouvelle offre , nous avons ajouté le témoignage de clients avec des influenceurs majeurs en Tunisie pour stimuler l'engagement des utilisateurs.
- En raison du taux de rebond élevé sur la page de destination, nous avons changé la langue utilisée pour l'arabe , ce qui a réduit le taux de rebond sur la page de térisseage.

The screenshot displays the 'Become Do' landing page. At the top, there's a navigation bar with links to Home, Why Do, Testimony, and Contact. The main header 'Become Digital' is followed by the 'Become Do' logo. Below this, there are three promotional boxes: one for FreeFire Shells, Lord Mobile & PUBG Mobile; another for creating your own data bundle; and a third for 10% Discount on Credit card recharge. A red button at the bottom right of this section says 'Download My Ooredoo'. To the right, there's a large graphic featuring a blue and orange abstract shape with a play button icon inside. Below this, a section titled 'Why Become Do ?' highlights 'Gaming Bundles & VOD' (FreeFire shells, Lord mobile & PUBG) and 'Lowest Minute Price in the Market!' (35/min). Another section encourages users to 'Create your own Bundles !'. At the bottom, a testimonial from 'Dracowar' is shown, followed by a question-and-answer section and a contact form.

Page Jaune – Application Mobile

Date 2021 – en cours

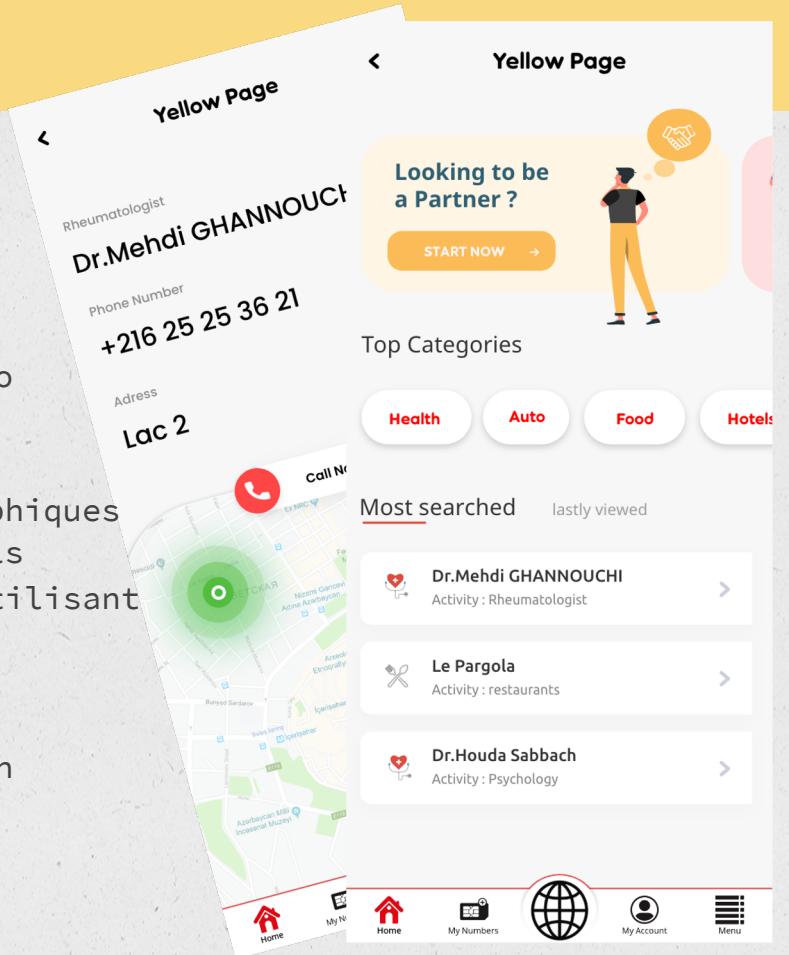
Project : Construction l'application Page jaune (Annuaire des contacts) Brandé Ooredoo

Activités :

- Digitaliser les annuaires des partenaires Ooredoo
- Proposer les fonctionnalités de recherche / recherche avancé
- Adapter la Flat Design pour les illustrations graphiques
- Ajouter les endroits et les fonctionnalité d'appels
- Construire les interfaces UI de l'application en utilisant adobe XD et Invision .

Challenge/Problématique :

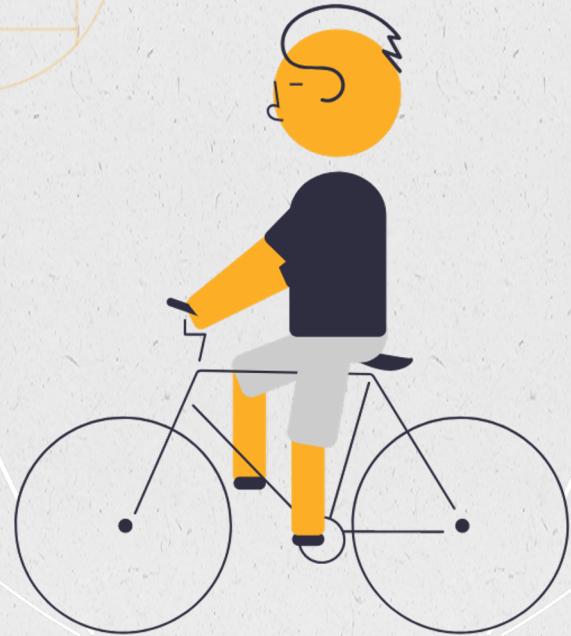
- Le passage d'un ancien site web a une application Mobile
- Ajouter le service de facturation



Contact

 mustapha.atallah@esprit.tn

 +21622124472 (WhatsApp)



Merci A Vous !