

BEST OUTFIT

TRENDY COLLECTION

Fashion is a form of self-expression and autonomy at a particular period of autonomy.

GET STARTED

"Products finely crafted clothing pieces influenced from popular culture and street fashion and high-end fashionistas & like."

10K+ HAPPY CUSTOMERS

30K+ SMART PRODUCTS

SCOUNT

DUCTS

See all →

Analyse UX du site SHEIN

adidas GUCCI PUMA NIKE LV

TRANDING NOW →

YOUR OUTFIT EXPRESS WHO YOU ARE

Made with GAMMA

Introduction : Analyse UX / Ergonomie - SHEIN

Cette analyse se concentre sur le site de commerce électronique SHEIN, une plateforme populaire pour les vêtements et accessoires. Notre objectif principal est d'identifier les lacunes ergonomiques actuelles et de proposer des améliorations concrètes pour optimiser l'expérience utilisateur.

Présentation de SHEIN

SHEIN est un acteur majeur du e-commerce, offrant un vaste catalogue de vêtements et d'accessoires à une clientèle mondiale.

Objectif de l'Analyse

Notre démarche vise à déceler les points faibles de l'ergonomie du site afin de formuler des recommandations pertinentes pour une meilleure satisfaction utilisateur et une augmentation des conversions.

Points Faibles : Page d'Accueil

La page d'accueil de SHEIN, bien que riche en contenu, souffre d'une surcharge visuelle et d'une navigation parfois déroutante. Cette densité d'informations peut nuire à la clarté et à l'efficacité de l'expérience utilisateur dès les premiers instants.



Surcharge Visuelle

Trop de bannières, promotions et notifications simultanées créent un environnement visuel encombré, rendant difficile la concentration sur les éléments essentiels.



Navigation Confuse

La multitude de catégories et de sous-catégories peut submerger l'utilisateur, compliquant la recherche de produits spécifiques et la découverte de nouvelles offres.



Utilisation de l'Espace Écran

Des outils importants, tels que la barre de recherche ou les filtres, sont parfois peu visibles ou mal positionnés, réduisant leur efficacité et leur accessibilité.

Points Faibles : Design et Interface

Le design et l'interface de SHEIN présentent des incohérences qui peuvent affecter la perception de la marque et la confiance des utilisateurs. Des éléments visuels disparates et un manque de transparence sur les prix sont des freins majeurs à une expérience fluide et agréable.

1

Incohérence Visuelle

Des variations dans les couleurs, les typographies et le style des boutons créent une impression de désordre et peuvent dérouter l'utilisateur.

2

Manque de Clarté des Prix

Les prix affichés ne reflètent pas toujours le coût final, entraînant des "surprises" désagréables lors de l'ajout au panier, comme des frais cachés ou des taxes non incluses.

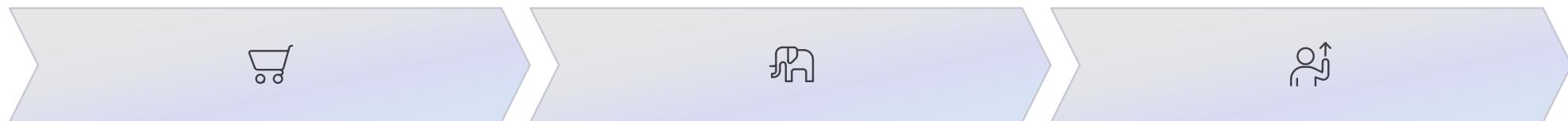
3

Accessibilité Limitée

Des problèmes de contraste, de lisibilité et de navigation au clavier rendent le site difficilement utilisable pour les personnes ayant des besoins spécifiques, limitant ainsi son audience.

Points Faibles : Processus d'Achat

Le parcours client, de la sélection du produit à la finalisation de l'achat, est entravé par plusieurs obstacles. Une gestion de panier complexe et des options de modification peu intuitives peuvent décourager les utilisateurs et entraîner l'abandon de panier.



Gestion du Panier Compliquée

L'ajout, la suppression ou la modification d'articles dans le panier peut s'avérer fastidieux, créant de la frustration chez l'utilisateur.

Difficulté à Modifier les Options

Changer la taille ou la couleur d'un article déjà sélectionné n'est pas toujours évident, nécessitant parfois de recommencer le processus.

Boutons d'Action Peu Clairs

Les boutons d'action (par exemple, "Acheter", "Valider le panier") manquent parfois de clarté ou de visibilité, ralentissant la progression de l'achat.

Recommandations d'Amélioration

Pour transformer l'expérience utilisateur de SHEIN, nous proposons une série de recommandations axées sur la simplification, la cohérence et la transparence. Ces ajustements visent à rendre le site plus intuitif, agréable et accessible pour tous les utilisateurs.

1

Simplifier la Page d'Accueil

Mettre en place une hiérarchie visuelle claire et réduire le nombre de distractions pour une meilleure focalisation.

2

Organiser les Menus et Catégories

Structurer les menus principaux avec des sous-menus logiques pour faciliter la navigation et la découverte des produits.

3

Mettre en Avant les Outils Importants

Assurer la visibilité et l'accessibilité des fonctions de recherche, des filtres avancés et des options de recherche par caméra/voix.

4

Uniformiser le Design

Appliquer une charte graphique cohérente pour les couleurs, les typographies et les boutons afin de renforcer l'identité visuelle et la professionnalisme du site.

5

Transparence des Prix

Afficher le prix total, incluant toutes les taxes et frais, dès l'ajout au panier pour éviter les mauvaises surprises et renforcer la confiance.

6

Améliorer l'Accessibilité

Optimiser le contraste, la lisibilité du texte et la navigation au clavier pour rendre le site utilisable par un public plus large, y compris les personnes en situation de handicap.

7

Fluidifier le Processus d'Achat

Concevoir une gestion de panier intuitive et des boutons d'action clairs et visibles pour un parcours d'achat sans accroc.

Conclusion

SHEIN, malgré son vaste catalogue et sa popularité indéniable, présente des points faibles significatifs en matière d'expérience utilisateur. Les améliorations proposées, axées sur la simplification de l'interface et la fluidification du processus d'achat, sont essentielles pour transformer ces défis en opportunités.

En adoptant ces recommandations, SHEIN pourra non seulement augmenter la satisfaction de ses utilisateurs, mais aussi optimiser ses taux de conversion, consolidant ainsi sa position sur le marché du commerce électronique. Une UX améliorée est un investissement stratégique qui se traduit par une fidélisation accrue de la clientèle et une croissance durable.

Satisfaction Accrue

Une expérience utilisateur améliorée mène à des clients plus heureux et plus fidèles.

Conversion Optimisée

Un parcours d'achat fluide réduit les abandons de panier et augmente les ventes.