



INTRODUCTION AU DESIGN UI/UX

Enseignante : Rim Mahouachi

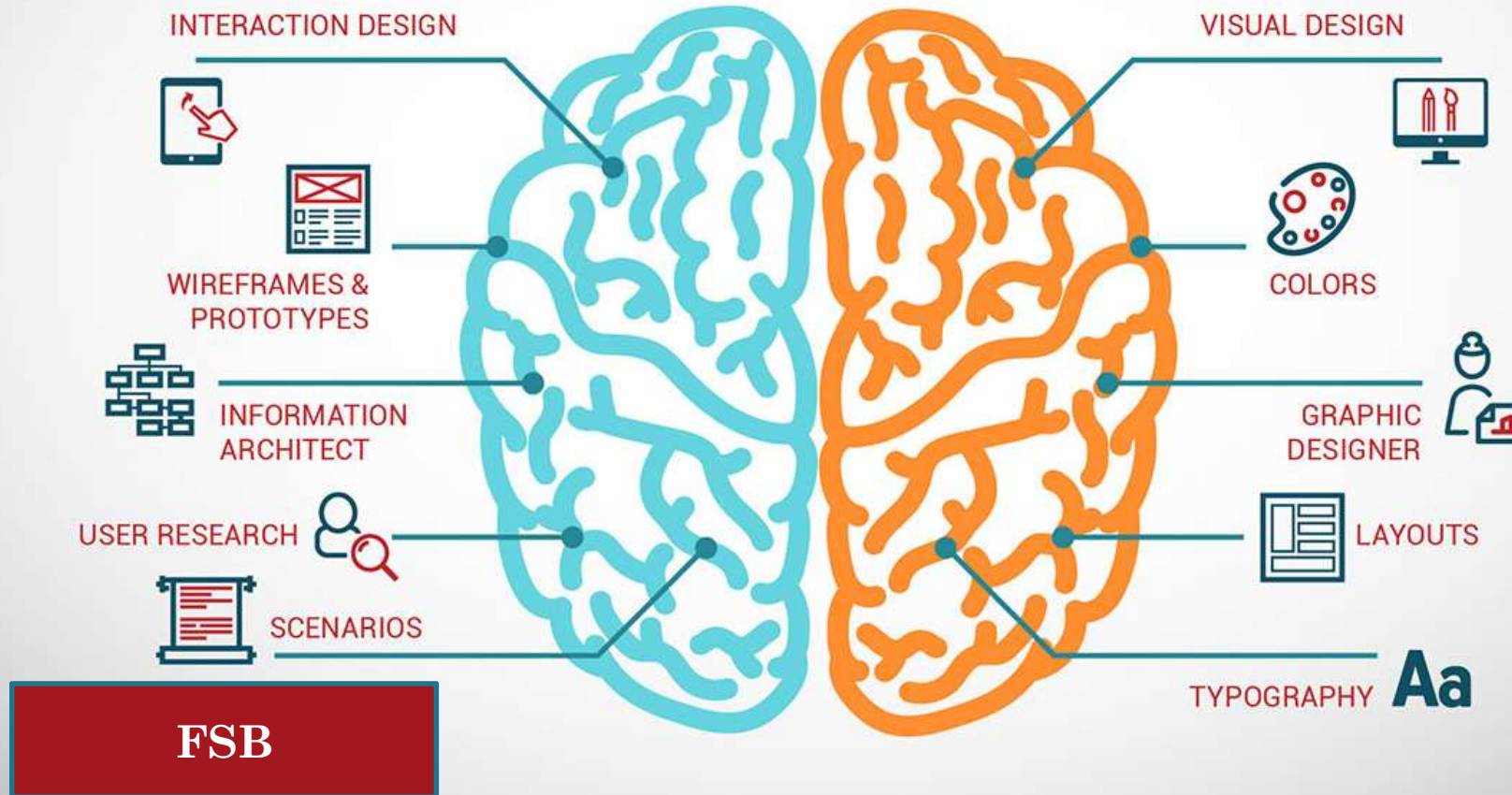
Module

UX

&

UI

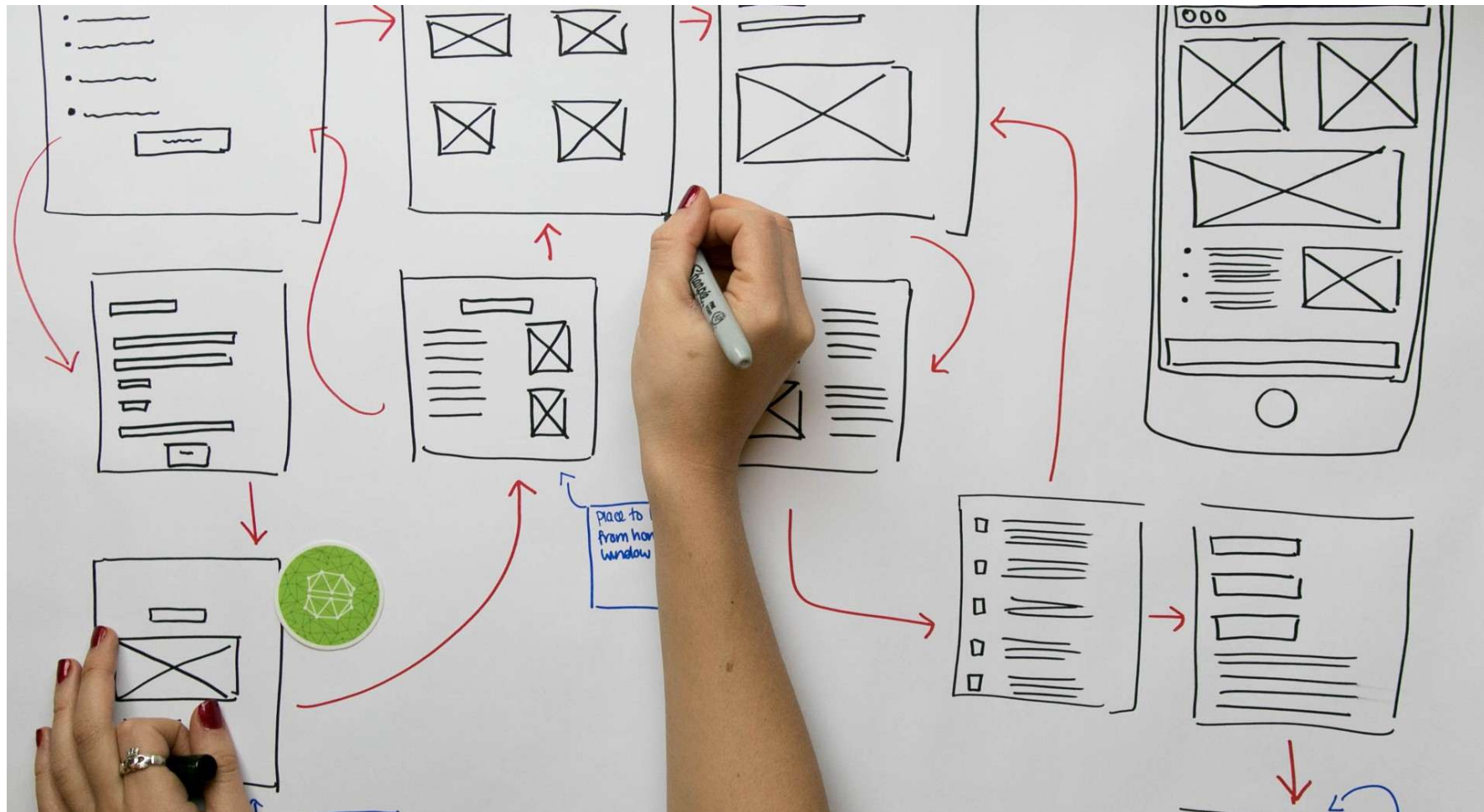
DESIGN



GLSI2

2,25 h / semaine

Cours / TD

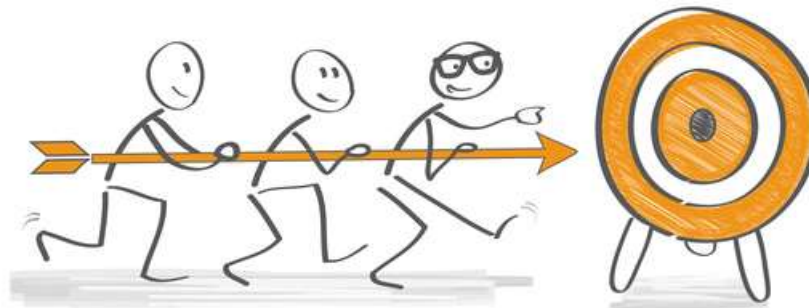


Rim Mahouachi

UX Design

OBJECTIFS

- Maîtriser le vocabulaire et les bonnes pratiques en matière de design,
- Concevoir des interfaces centrées autour de l'utilisateur,
- Identifier les éléments incontournables de l'expérience utilisateur,
- Mobiliser les bonnes pratiques de prototypage,
- Développer la capacité créatrice et d'innovation.



PLAN DU COURS

- Introduction au design UI/UX
- UI design
 - Théories générales de l'ergonomie
 - Conception de l'interface utilisateur (UI)
- UX design
 - Conception centrée utilisateur
 - Processus UX
 - Planification
 - Exploration
 - Idéation
 - Conception
 - Evaluation



Emploi Tunisie » UX & UI product designer Sketch

Stage/PFE - UX & UI product designer Sketch

Gymind Consulting - Pépinière, Sousse

Il'y a 1 semaine

Postuler maintenant

← Soyez le 1^{er} à postuler

Postes vacants:
1 poste ouvert

Type d'emploi désiré :
Intérim

Niveau d'étude:
Licence, Bac +

Langue :
Français, Anglais

Emploi Tunisie » Designer UX/UI

Designer UX/UI

Apeiron Technologies

- Avenue Charles De Gaulle, Hammam Sousse

Il'y a 2 jours

Postuler maintenant

← Soyez le 1^{er} à postuler

Postes vacants:
1 poste ouvert

Type d'emploi désiré :
Temps plein

Expérience :
1 à 3 ans

Niveau d'étude :

Rémunération proposée :

Langue :
Français, Anglais

Emploi Tunisie » Offres d'emploi à Tunis » UX/UI Designer (Product Designer) H/F

UX/UI Designer (Product Designer) H/F

Start Development - Tunis, Tunisie

Il'y a 1 semaine

Postuler maintenant

31 candidats pour
1 poste ouvert

26 Traités
19 Rejetés

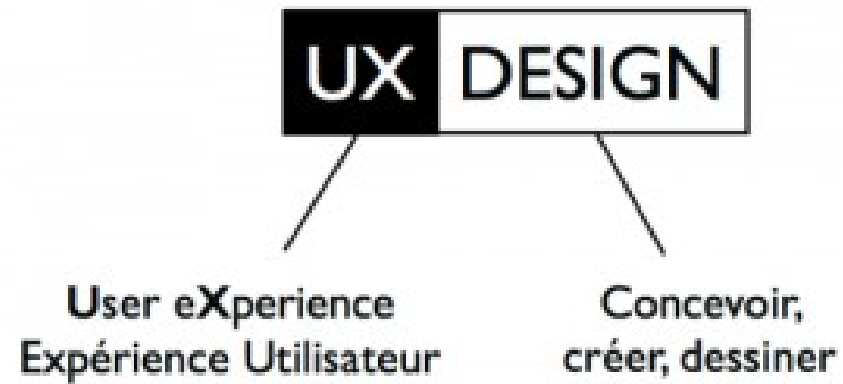
Postes vacants:
1 poste ouvert

Type d'emploi désiré :
CDI

Genre :
Indifférent

Description de l'emploi

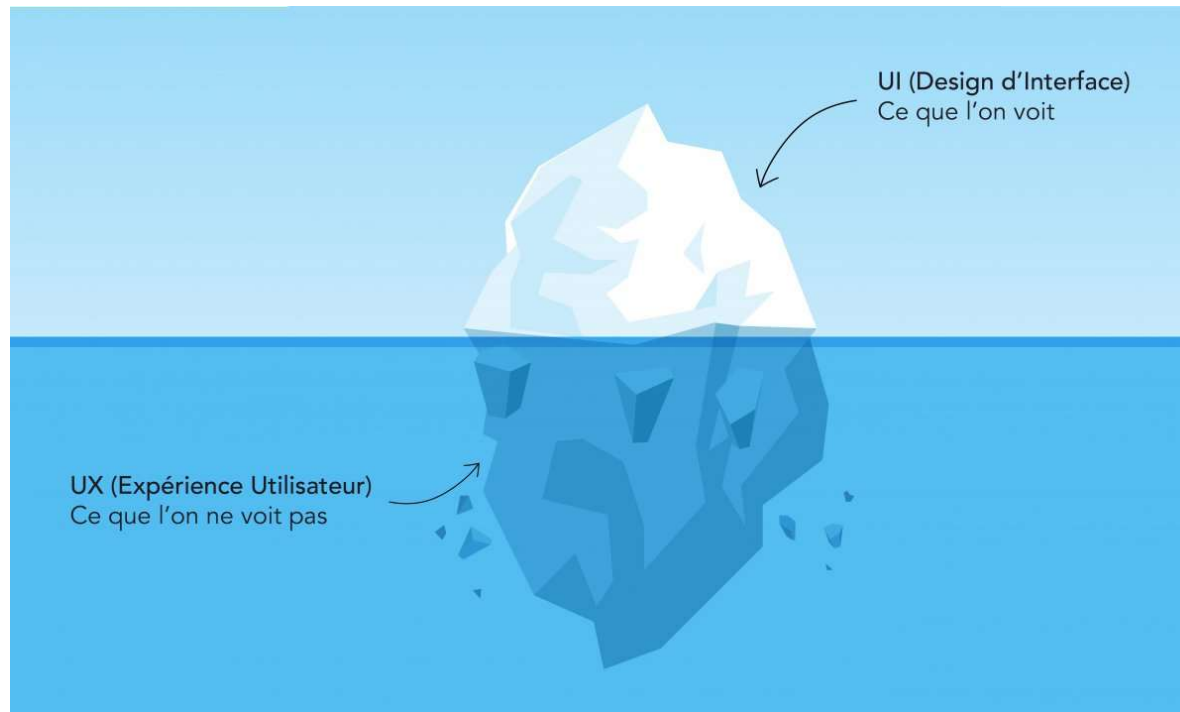
Start Development is an Offshore company based in Tunis, created in 2018 with a thrive for progress, Start Development proposes a new kind of services to its clients.



LE CONCEPT D'EXPÉRIENCE UTILISATEUR (UX)

ORIGINES

- Le terme UX « expérience utilisateur » a été utilisé pour la première fois par Norman dans les années 1990 afin d'étendre le champ trop étroit de l'utilisabilité et de couvrir tous les aspects de l'expérience d'une personne avec un système (Norman, Miller & Henderson, 1995).



DÉFINISSONS L'UX DESIGN !

FORMELLEMENT ..

« tous les aspects liés à la manière dont les gens utilisent un produit interactif : la sensation du produit dans leurs mains, la compréhension de son fonctionnement, le ressenti durant l'usage, l'accomplissement de leurs buts mais également son adéquation avec le contexte global dans lequel ils l'utilisent.»

Alben (1996)

Une des premières définitions de l'UX

DÉFINISSONS L'UX DESIGN ! ET CONCRÈTEMENT ?

Objectif de l'UX designer : concevoir un produit qui réponde très exactement aux besoins et aux attentes de l'utilisateur en faisant en sorte que son expérience soit la meilleure possible.



DÉFINISSONS L'UX DESIGN ! ET CONCRÈTEMENT ?



La question est donc à la fois de :

- travailler sur l'**ergonomie** du produit et de son usage : pratique, accessible, utile, facile à utiliser et à comprendre, etc.

- anticiper l'**usage** : chercher ce dont l'utilisateur a besoin, ce qu'il attend, ce qu'il ne veut pas.

... avec l'objectif global de rendre l'**utilisateur heureux** !

L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR

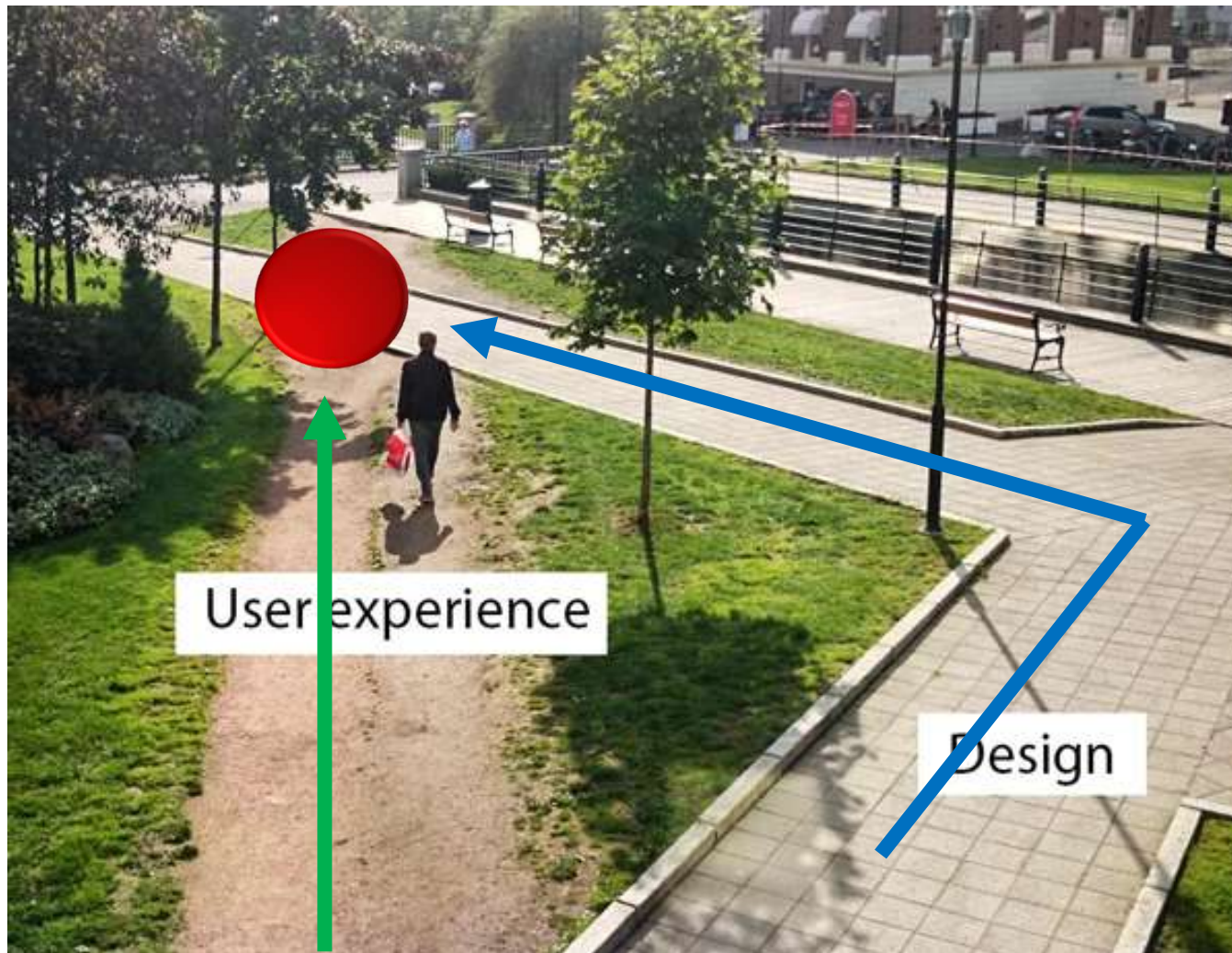
Objectif (but)



Le système tel qu'il a été conçu

Le système tel
que l'utilisent
les personnes

L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR



L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR

EXEMPLE 1

En 1908, le plan du métro de Londres, présenté sur l'image, représentait les lignes comme une véritable carte géographique (comportant les noms des rues), ce qui le rend difficile à interpréter.

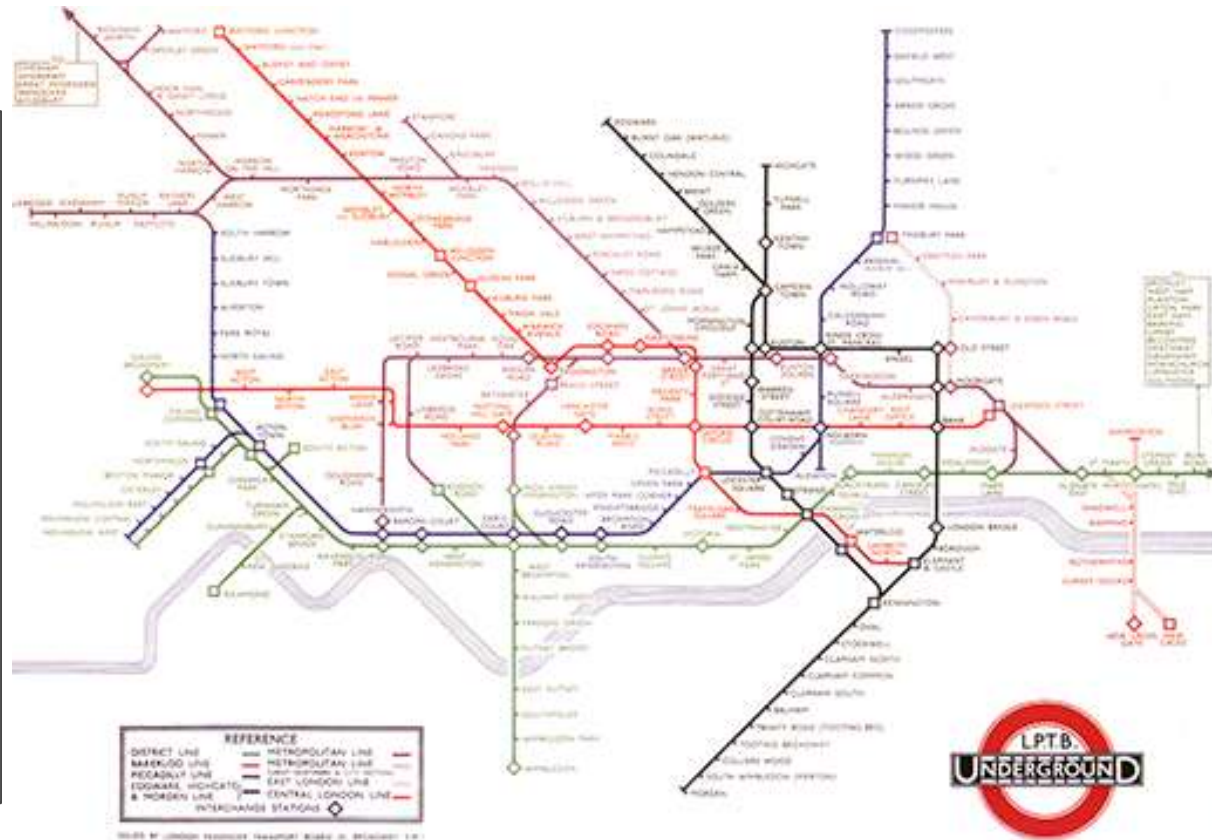


Résultat : il était très complexe, avec des tracés tortueux, difficile à lire, surtout dans le centre où les stations sont proches

L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR

EXEMPLE 1

En 1931, Harry Beck conçoit un plan du métro novateur : il simplifie les tracés en lignes droites ou diagonales à 45°, ignore les distances réelles pour se concentrer sur les correspondances, et adopte un design schématique, coloré et minimaliste, privilégiant la lisibilité plutôt que la fidélité géographique.



Le besoin de l'utilisateur « trouver son chemin » est mis au centre de la réflexion du concepteur.

Ce plan est devenu un modèle pour tous les modes de transport du monde.

L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR

EXEMPLE 2



arverne031 First Poster

OPTIONS :

le 17-02-2021 03:01 PM Télévisions

Bonjour, j'ai un téléviseur UE43TU7125 et depuis plusieurs semaines, un message apparaît à l'écran, de plus en plus fréquent : "nouvelles chaînes trouvées ; pressez ok pour mettre à jour la liste des chaînes ; sinon, exit..."

Sur la télécommande, il y a le bouton "sortir" (exit), que j'utilise à chaque fois mais il n'y a aucun bouton OK !!! Quel bouton le remplace ??? Ma question semblera certainement très "bèbête" ! Merci d'avance.

Cordialement



Lautiana ★★ Superuser I

OPTIONS :

le 17-02-2021 04:26 PM Télévisions

Avec plaisir 😊.

c'est la même oui, comme dit, j'utilise la touche entouré pour faire OK.

Tenez moi moi au courant 😊.



L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR

EXEMPLE 3

Page de Recharge et achat d'options en ligne

Recharge par carte
bancaire

Recharge par carte de
recharge

Achat d'option par carte
bancaire

Nouveau

Recharger un ou plusieurs numéros

Votre numéro Orange

Ex : 55 555 555

Sélectionner le montant à recharger

5 10 20 30 40 50 100
200

Ou saisir un autre montant :

+ Ajouter un nouveau numéro

✓ Valider

22 DT

Résumé des recharges

Montant
de la recharge: **10.000 DT**

Montant
à payer **11.400 DT**
(TTC):

Veuillez cocher la case pour continuer:

☐

Je ne suis pas un robot



reCAPTCHA
Confidentialité - Conditions

Payer

L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR

EXEMPLE 3

Page de Recharge et achat d'options en ligne

Recharge par carte
bancaire

Recharge par carte de
recharge

Achat d'option par carte
bancaire

Nouveau

Recharger un ou plusieurs numéros

Votre numéro Orange

54 677 834

Sélectionner le montant à recharger

5

10

20

30

40

50

100

200

Ou saisir un autre montant :

+ Ajouter un nouveau numéro

✓ Valider

22 DT

Résumé des recharges

Montant
de la recharge: **20.000 DT**

Montant
à payer **22.800 DT**
(TTC):

Veuillez cocher la case pour continuer:

☐

Je ne suis pas un robot



Confidentialité - Conditions

Payer

Source : <https://www.orange.tn/recharge-en-ligne>

L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR

EXEMPLE 3

Page de Recharge et achat d'options en ligne

Recharge par carte bancaire

Recharge par carte de recharge

Achat d'option par carte bancaire

Nouveau

Recharger un ou plusieurs numéros

Votre numéro Orange

54 677 834

Sélectionner le montant à recharger

5

10

20

30

40

50

100

200

Ou saisir un autre montant :

+ Ajouter un nouveau numéro

✓ Valider

22 DT

Résumé des recharges

Montant de la recharge:

20.000 DT

Montant à payer (TTC):

22.800 DT

Veuillez cocher la case pour continuer:

✓ Je ne suis pas un robot

eCAPTCHA

Confidentialité - Conditions

Payer

Source : <https://www.orange.tn/recharge-en-ligne>

L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR

EXEMPLE 3

Page de Recharge et achat d'options en ligne

Recharge par carte bancaire

Recharge par carte de recharge

Achat d'option par carte bancaire

Nouveau

Recharger un ou plusieurs numéros

1. Numéro à recharger

Montant à recharger

 54 677 834

 20



+ Ajouter un nouveau numéro

✓ Valider

Résumé des recharges

Montant de la recharge: 20.000 DT

Montant à payer (TTC): 22.800 DT

Veuillez cocher la case pour continuer:

☒ Je ne suis pas un robot


CAPTCHA
Confidentialité - Conditions

Payer

Il faut cliquer sur valider avant de payer

Source : <https://www.orange.tn/recharge-en-ligne>

USER



Product



UX vs UI

UX ET UI

Contenu

Ce que vous proposez à votre utilisateur
Sauce ketchup

Tache

Ce que l'utilisateur veut faire
Mettre du ketchup dans son plat

Interface utilisateur (UI)

Ce qui va être utilisé pour accéder au contenu
Le conteneur, la forme de la bouteille

Ergonomie

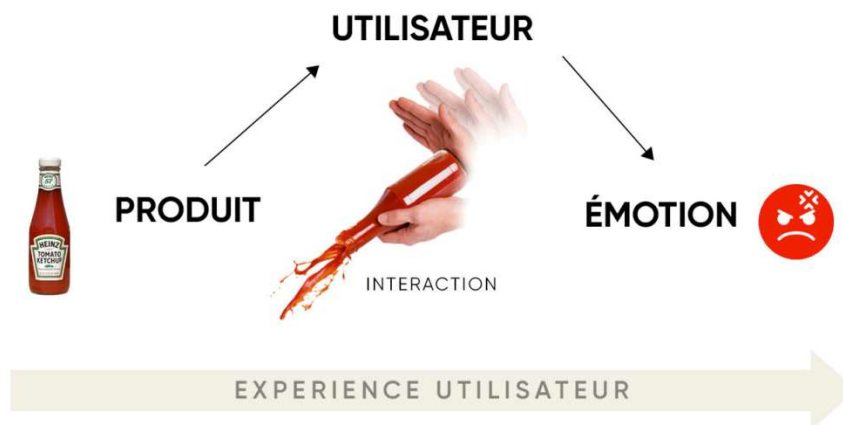
La capacité d'un objet à être facilement utilisé par un utilisateur pour compléter sa tâche
Facilité d'utiliser la bouteille pour mettre rapidement et efficacement du ketchup dans le plat



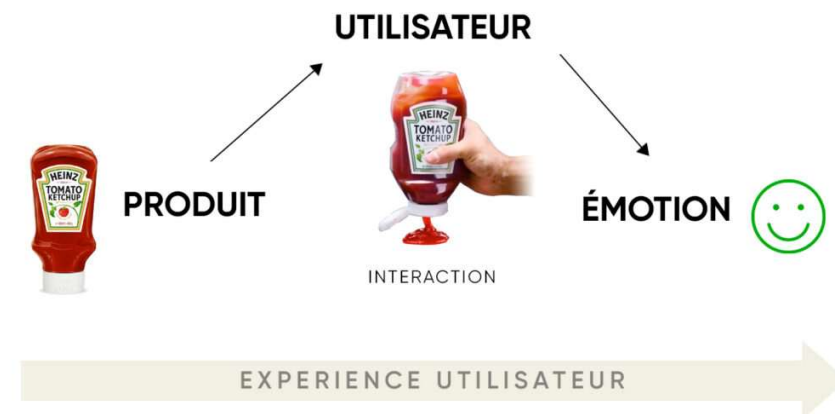
UX ET UI

Expérience utilisateur (UX)

Ce que l'utilisateur vit et va vivre



www.farouknasri.com



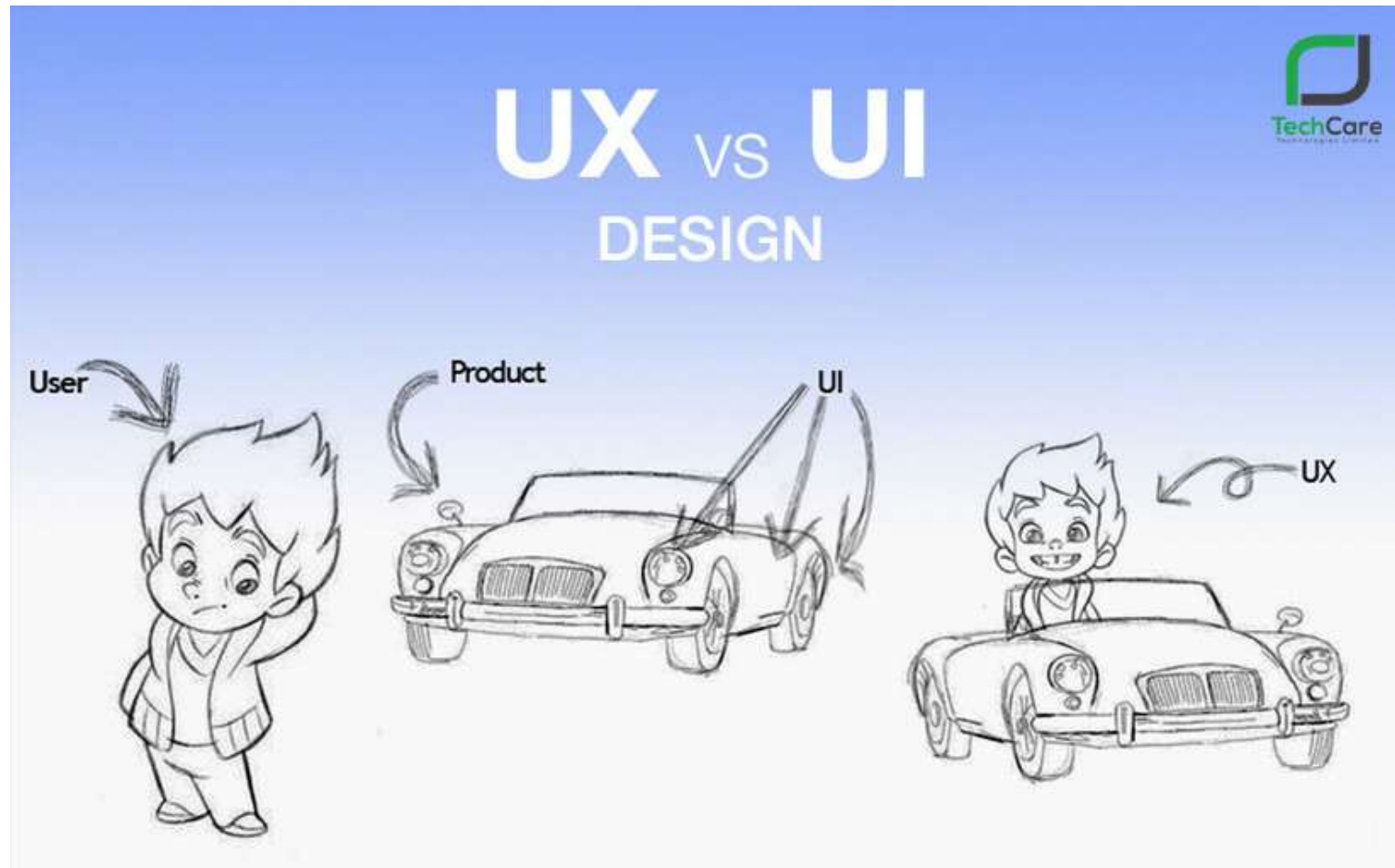
www.farouknasri.com

Design Thinking

Un cadre qui favorise l'innovation qui se base sur la co-créativité et les retours des utilisateurs finaux

C'est ce processus qui a permis à Heinz de créer cette bouteille « tête en bas » au début des années 2000

UX ET UI



Le design UX va plus loin en pensant notamment au plaisir, aux émotions, aux besoins fondamentaux ou aux valeurs.

The left side of the slide features a series of vertical bars of varying heights and shades of blue. Overlaid on these bars are several teal-colored circles of different sizes. One large circle is positioned near the top, with a smaller circle below it containing the number 25. Two more circles are located further down, and a small dot is visible near the bottom left.

LES RISQUES ET ENJEUX DU DESIGN UX

25

LA PYRAMIDE DE L'UX

L'utilisateur ressent un haut niveau de satisfaction

L'utilisateur trouve que l'app lui permet d'atteindre son objectif facilement

L'utilisateur se sent en confiance lors de son parcours

L'utilisateur trouve dans l'app la capacité de réaliser une de ses tâches



Risques potentiels

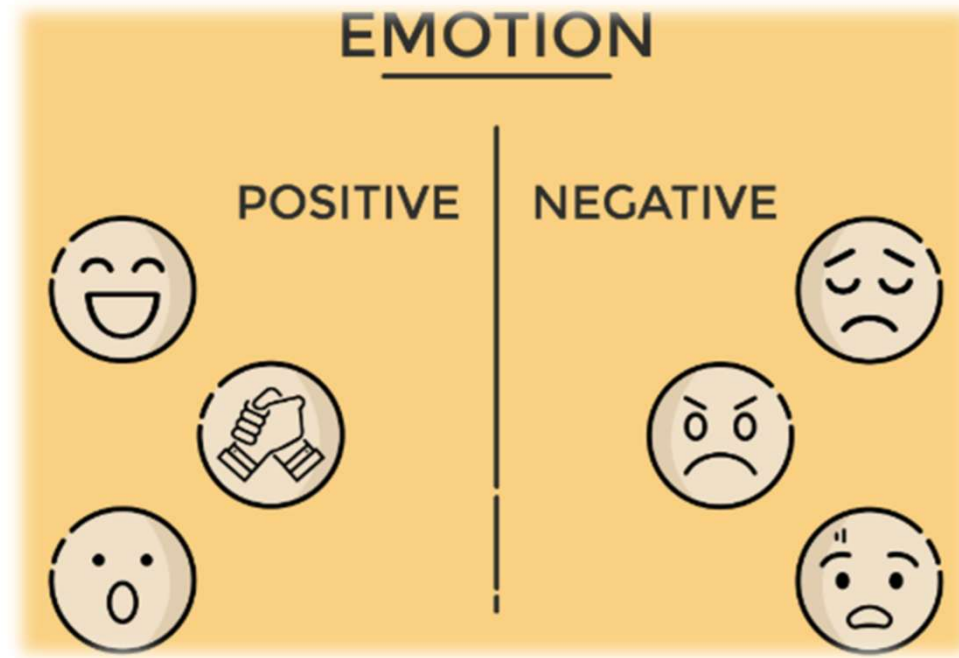
Indésirable

Complexe

Inutilisable

Dangereux

Inutile



LA DIMENSION ÉMOTIONNELLE DU DESIGN

DESIGN ET ÉMOTION

- **Design** et **émotion** sont souvent liés quand un produit fonctionne bien et qu'il a du succès.
 - Exemple : quand vous achetez un smartphone dernière génération :
 - Vous le regardez souvent
 - Vous l'utilisez beaucoup
 - Vous l'explorez jusqu'au moindre détail de design et de fonctionnalité
 - Vous en parlez autour de vous
 - Vous y tenez beaucoup
- Les designers font tout pour rendre leur produit "attachant" voire "addictif"
 - essayer de provoquer des émotions positives chez leurs utilisateurs.

DESIGN ET ÉMOTION

EXEMPLE 1

The screenshot shows the BlaBlaCar website homepage. At the top, the logo "BlaBlaCar" is in green and red. Navigation links include "Sign up", "Log in", "How it works", and a Facebook "Like" button with "4.2M" likes. A blue banner reads "Connecting people who need to travel with drivers who have empty seats". On the right, a button says "Driving somewhere? Offer a ride". The main section is titled "Find a ride" (marked with a red circle '2'). It features a search bar with "From" and "To" fields, and a red "Find" button (marked with a red circle '1'). Below the search bar, a large image of a road through a forest is shown. Text below the image says "Share city-to-city car journeys with a trusted community of 30 million verified members". Three user testimonials are displayed (marked with a red circle '3'):

- Rating left for Juliet Y**
"Friendly, on time, and even brought chocolate! I hope to ride with Juliet again."
Scott K
- Rating left for Kathryn H**
"Kathryn turned up right on time, she was friendly and we had a great chat along the way. More than welcome to ride with me again!"
Jamie P
- Rating left for Susan J**
"SJ was a truly fascinating travelling companion and easy to make arrangements with. Highly recommended. Thank you, SJ"
Anne Marie B

At the bottom, three service highlights are shown:

- Your journey is insured**: "You get additional insurance cover by AXA, free of charge" with the AXA logo and the tagline "redefining standards".
- Best travel prices**: "BRISTOL LONDON" with a red dot and "prices from £8".
- Download the app**: "Download the app" with images of the app on a smartphone and a tablet.

Ancienne version du site (2016)

DESIGN ET ÉMOTION

EXEMPLE 1

1

Image d'arrière plan

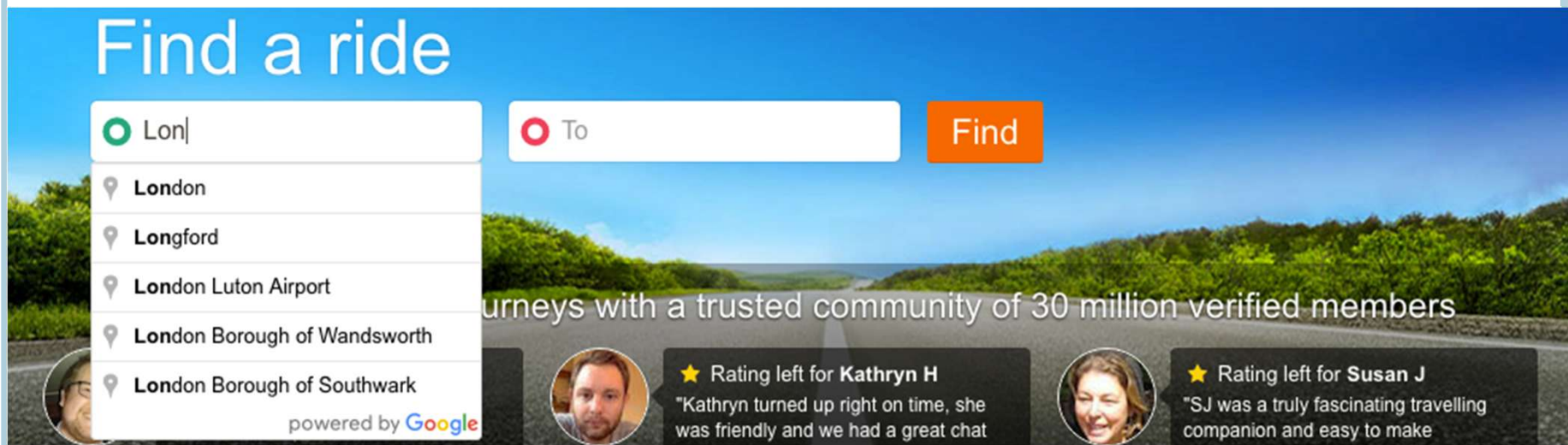


DESIGN ET ÉMOTION

EXEMPLE 1

2

Barre de recherche



DESIGN ET ÉMOTION

EXEMPLE 1

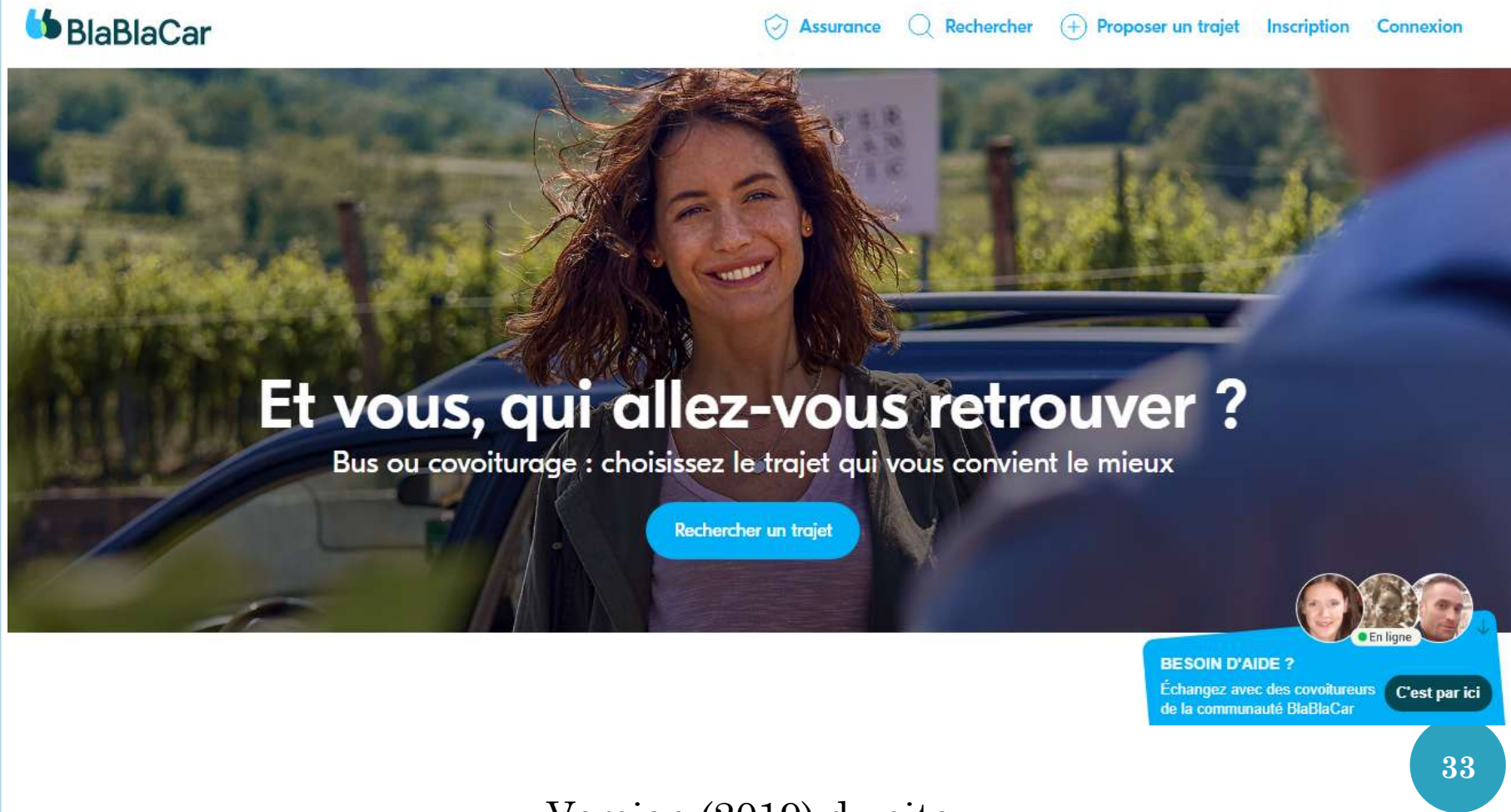
3

Témoignages (social proof)



DESIGN ET ÉMOTION

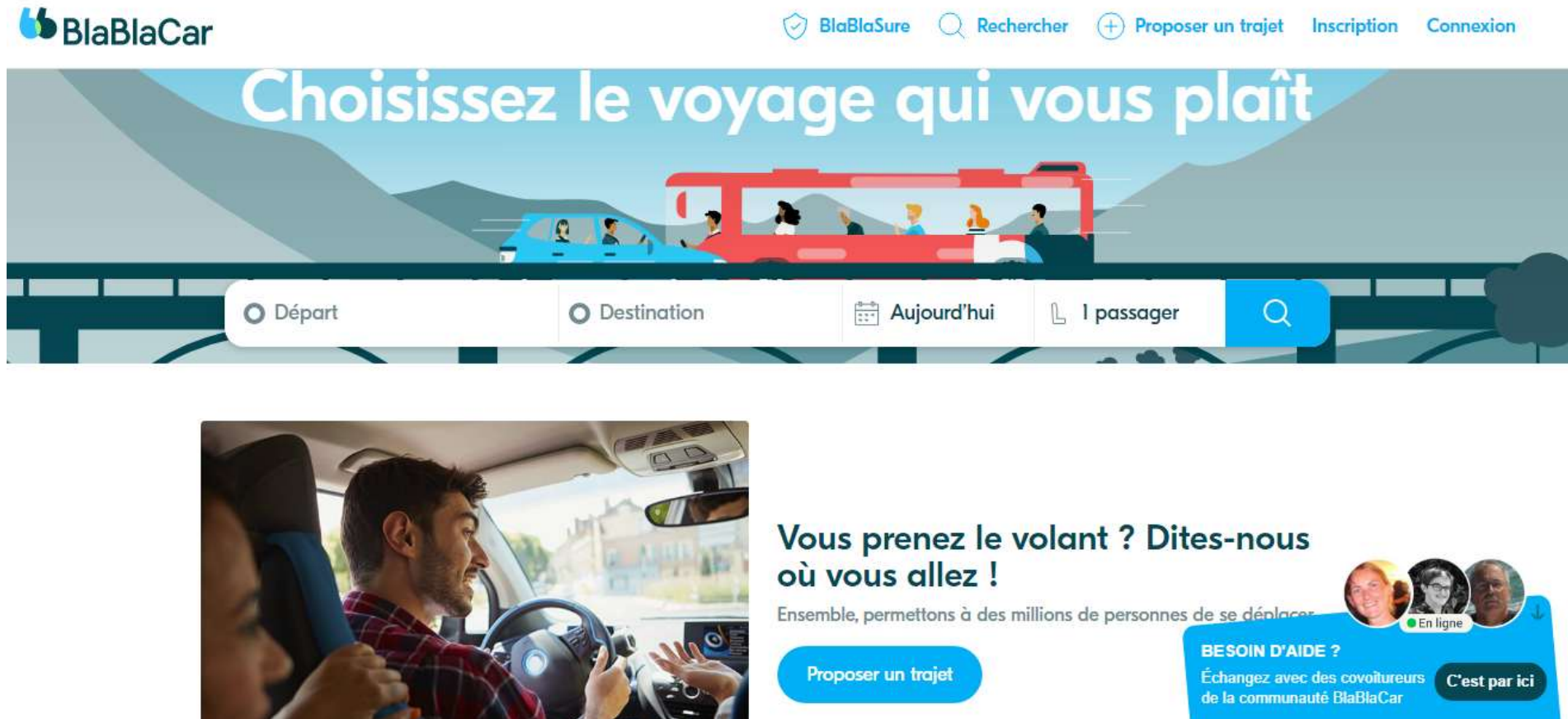
EXEMPLE 1



Version (2019) du site
<https://www.blablacar.fr/>

DESIGN ET ÉMOTION

EXEMPLE 1



Dernière version du site (2020)
<https://www.blablacar.fr/>

DESIGN ET ÉMOTION

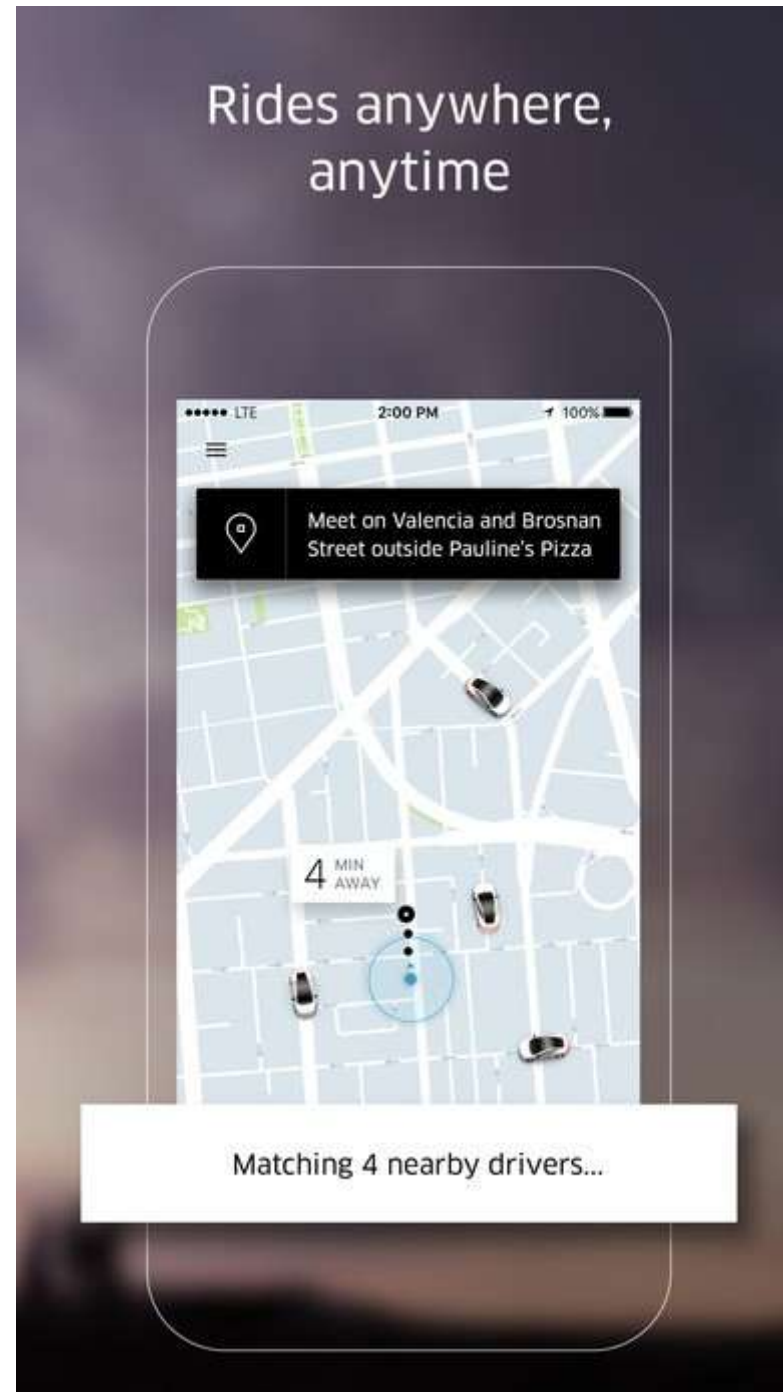
EXEMPLE 2

Se voir sur le plan, c'est de l'ergonomie.

Voir chaque driver, c'est de l'UX.

L'ergonomie vous en aurait donné le nombre, c'est suffisant.

L'UX vous rassure. Il vous conforte dans l'idée que le service est bien présent, il est proche, il vous prend en charge, il s'occupe de tout. Les voitures bougent : les chauffeurs sont là, prêt à passer vous prendre.



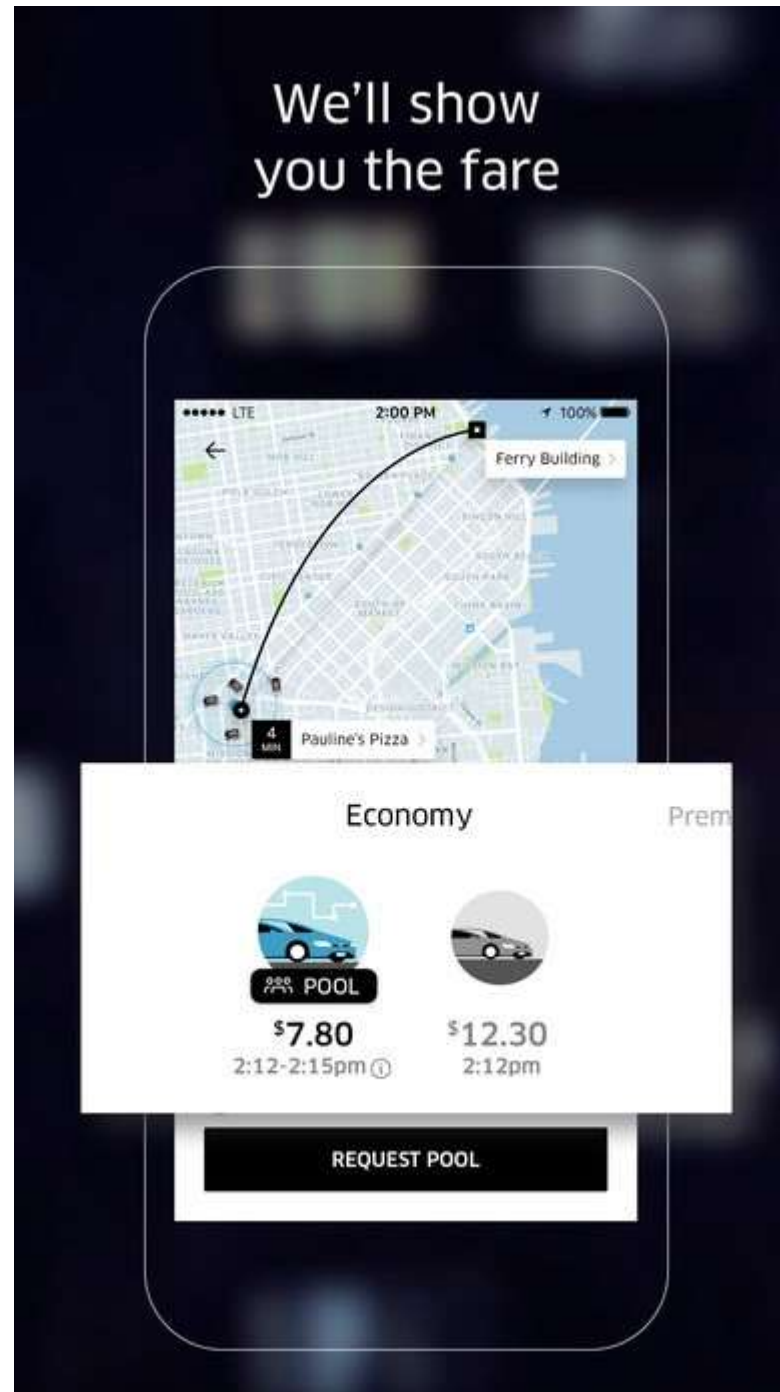
DESIGN ET ÉMOTION

EXEMPLE 2

Réserver facilement un driver, c'est de l'**ergonomie**.

Savoir à l'avance combien on va payer, c'est de l'**UX**.

Source : <https://medium.com/@maximebou/2-min-pour-comprendre-la-diff%C3%A9rence-entre-ergonomie-et-ux-design-a6bb534f0c1a>



DESIGN ET ÉMOTION

EXEMPLE 3

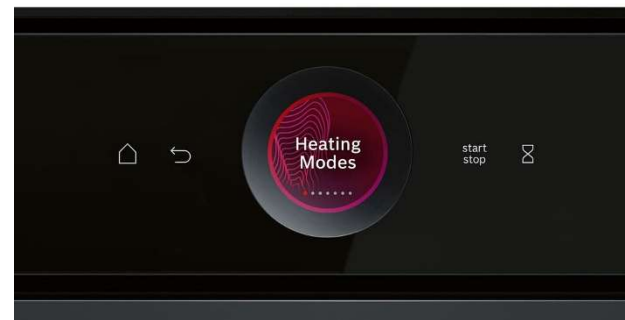
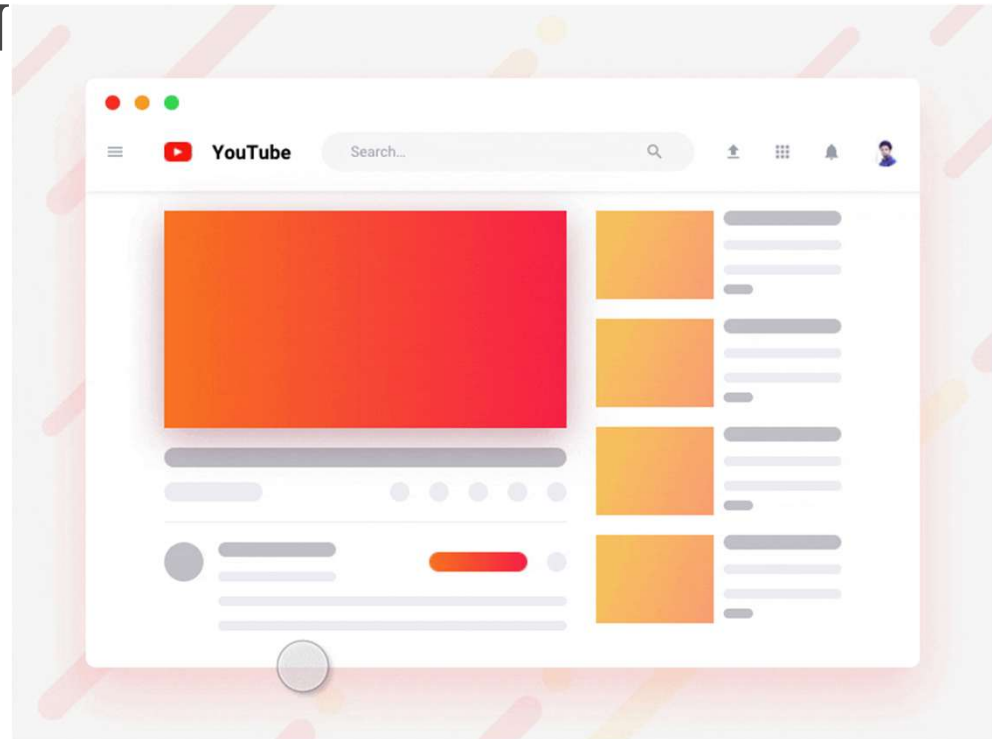


DESIGN ET ÉMOTION

EXEMPLE 4



SquareOne, une plateforme de jeu hybride qui a su marier le monde du jeu vidéo avec celui des jeux de plateau (UX Design Award 2019)



Bosch Digital Ring : UI innovante développée par Bosch pour leurs appareils électroménagers (UX Design Award 2023)

DESIGN ET ÉMOTION

EXEMPLE 5 : POKÉMON GO

Les designers du jeu ont réussi à **provoquer 3 réactions positives successives** auprès de leurs utilisateurs

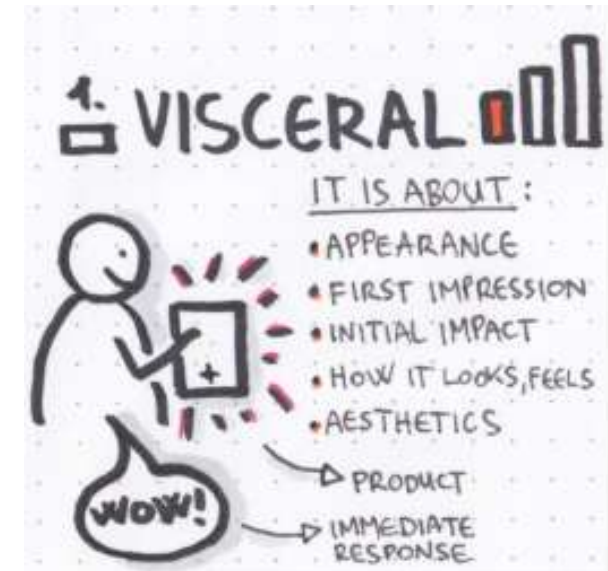


DESIGN ET ÉMOTION

EXEMPLE 5 : POKÉMON GO

○ Une réaction viscérale

- Est liée à l'appréciation esthétique.
- C'est la réaction la plus immédiate vis-à-vis d'un produit.
- C'est le moment où un utilisateur a fini de télécharger l'application **Pokémon Go** puis l'ouvre pour la première fois.



La **réaction viscérale** (première impression) est provoquée par le **design d'interface**.



Soigner l'interface !

DESIGN ET ÉMOTION

EXEMPLE 5 : POKÉMON GO

○ Une **réaction comportementale**

- Intervient dès que l'utilisateur commence à interagir avec l'application
- C'est lorsqu'il découvre les fonctionnalités, accède au contenu, effectue des actions.
- Dure autant de temps qu'un utilisateur va jouer à Pokémon Go
- Elle est positive quand l'application est accessible, ergonomique et correspond aux attentes de l'utilisateur

La **réaction comportementale** (appropriation) est provoquée par le **design d'interaction**.



Pensez à l'ergonomie !

DESIGN ET ÉMOTION

EXEMPLE 5 : POKÉMON GO

○ Une réaction réflexive

- Intervient quand l'utilisateur ne joue pas à Pokémon Go
- Ce sont tous ces moments où il a le temps d'y penser, de s'en souvenir, d'analyser son expérience globale sur le jeu.
- Si elle est positive, l'utilisateur reviendra sur l'application, il en parle autour de lui et la recommande à ses amis.



La **réaction réflexive** (jugement) est provoquée par le **design d'expérience**.



DESIGN ET ÉMOTION

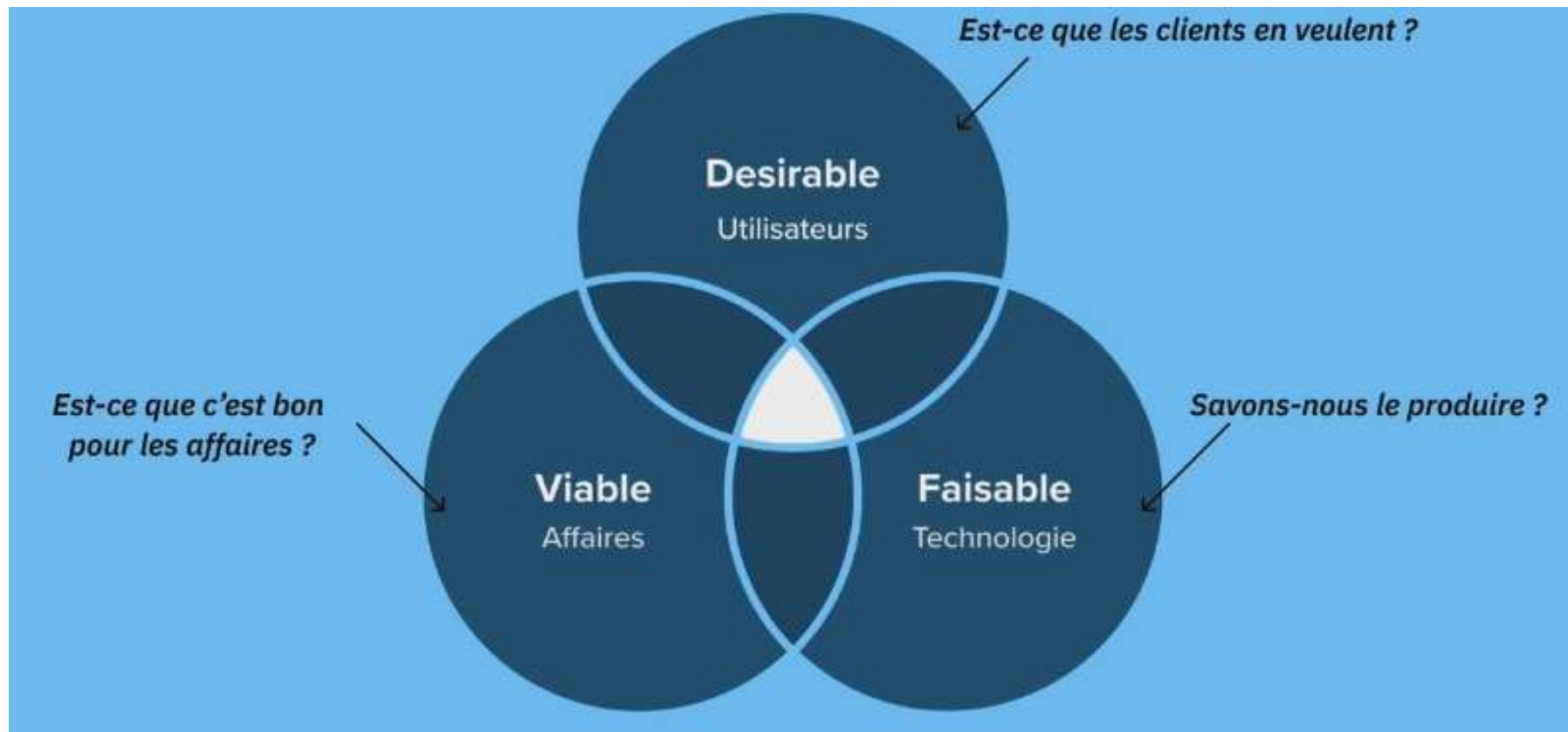
EXEMPLE 5: POKÉMON GO

- Ces réactions se font en cascade, chacune entraînant l'autre.



- Pour faire un bon design, il faut essayer de générer de l'**attachement émotionnel**.

DESIGN ET INNOVATION



DESIGN ET INNOVATION

