DOSSIER DE COM’

Tous les contenus textuels

SWOT

Persona

Arborescence

Pitch

…

Ce qu’il reste à faire pour le dossier de com’

1. **L’Arborescence**

Lister les contenus

Organiser par thème

Trouver les liens

Nommer (=> onglet de navigation)

Outil de mind-mapping (free mind, x mind)

1. **Les Intentions graphiques**

Impressions désirées à la première vision du site

Avancer les impressions que vous voulez générer

Exemple / architecture high tech :

Plutôt que d’évoquer l’aspect métallique et froid qui ressort souvent de ce style architectural, il sera mis l’accent sur une des concepts fondamentaux qui consiste à libérer l’espace intérieur par le rejet de la structure à l’extérieur. Pour traduire cette idée, la mise ne page sera volontairement aéré et traitée dans des tons clairs évoquant l’idée d’une lumière omniprésente.

Texte argumentatif

Expression de l’intention graphique claire, nette & précise

En partant des contraintes du sujet

Effet recherché

= représentation textuelle du moodboard

1. **Le Story board**

Chemin idéal de l’utilisateur de la page d’accueil => quitte le site

Commentaire, précision

Dans le dossier, storyboard obligatoirement manuscrit

1. **Le nuage de mots-clés**

Hiérarchiser le mot clé

Éviter le nuage

Voir dossier « vendre son projet »

Donc sur moodle

1. **Focus persona**

Achétype représentant un groupe de personnes aux motivations, comportements & buts proches.

Définir la cible

Déterminer la conception (savoir comment on va structurer le site)

Concevoir l’ergonomie

Pour l’équipe : ne pas oublier l’utilisateur (et sa motivation)

Personnage fictif…

Favorise le rapprochement => empathie ! (Le présenter)

Représentation fictive de votre utilisateur principal

Enquête de terrain

Brainstorming

Statistiques

Équilibre intuition – connaissance

Enquête de terrain Sphinx, Google Form 🡪 Récupérer les données sans le demander pour mieux connaitre les usages

Enquête de terrain/ instituts de sondage

Statistiques / data (insee data.gouv )

Donner vie à son persona

Recueillir de la donnée ne suffit pas… il faut l’analyser

Alan COOPER – 2004 - préconise 5 variables de comportement

1. Activités : Ce que l’utilisateur fait à quelle fréquence et à quel volume.
2. Attitudes : Ce que l’utilisateur pense du domaine du produit.
3. Aptitudes : Quelle formation l’utilisateur a et sa capacité d’apprentissage
4. Motivation : Pourquoi l’utilisateur est-il engagé dans le domaine du. Produit.
5. Compétences : Les capacités de l’utilisateur par rapport au domaine et aux technologies.

Comparer par une mise en parallèle :

Mettre en échelle

Pour rapprocher les comportements

Puis modéliser

Prénom Nom

Age

Situation personnelle

Profession

Objectifs (ce qui vient chercher)

Comportement(s) (5 comportements de COOPER)

Faire plusieurs personas

Pour éviter les stéréotypes !

Ce ne sont pas les données qui manquent …

C’est l’analyse !

A faire !

Utiliser un bon template

Citation qui la qualifie selon la situation

Besoins

Objectifs

Freins

Éléments maîtrise de la technologie : Technologie le terminal (smartphone tablette ordinateur)

Maîtrise d’internet par rapport à autre chose

Marques

Réseaux sociaux

Photo de l’environnement

Template xtensio