

# Design d'expérience utilisateur

---

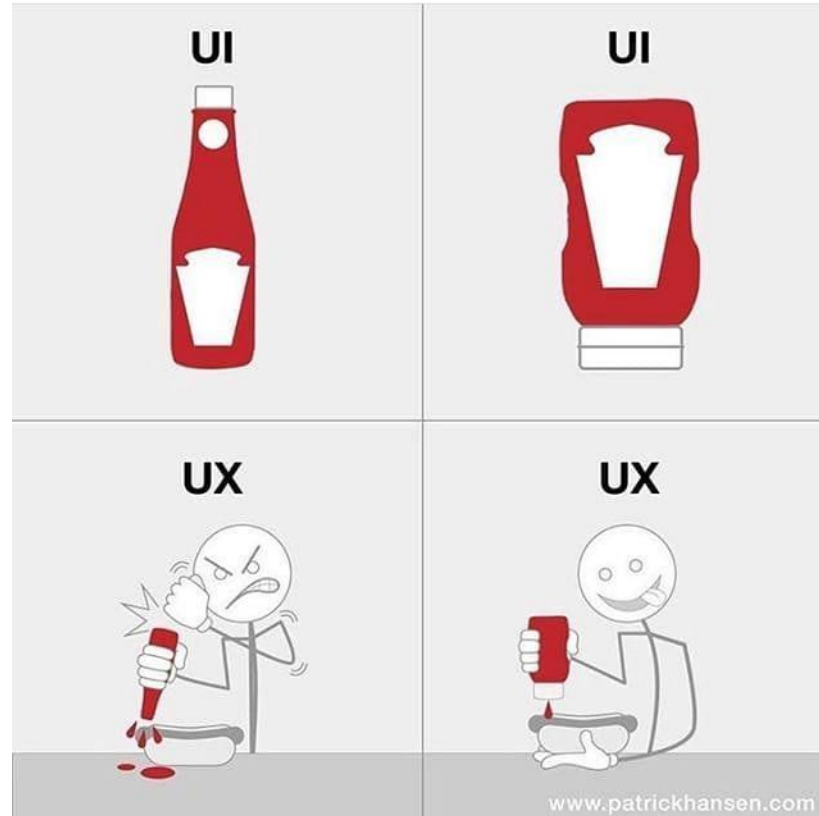
alex *et* manon

**restitution**  
analyse UX



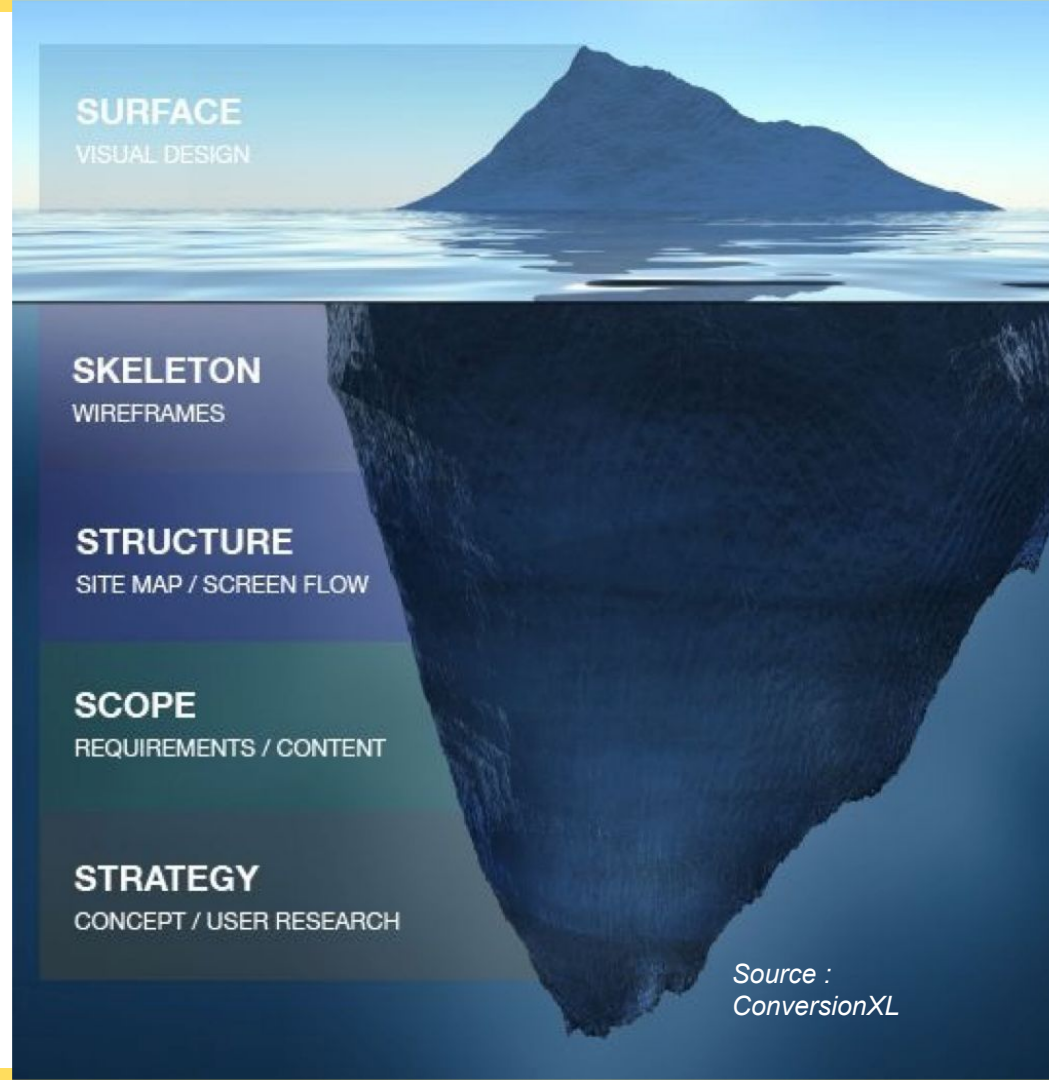
**UX ?**

# L'expérience utilisateur



DESIGN  
EXPÉRIENCE  
UTILISATEUR

DESIGN  
INTERFACE  
UTILISATEUR



# **L'expérience utilisateur**

All aspects of the end-user's interaction  
with the company, its services, and its products.

*Nielsen-Norman Group*

# Utilisateurs



# L'utilisateur

Vous n'êtes pas (forcément) l'utilisateur.



**L'utilisateur**

L'utilisateur a **toujours** raison

**L'usager**



## L'utilisateur

L'utilisateur a tendance à se blâmer pour les erreurs commises à cause d'une mauvaise interface.



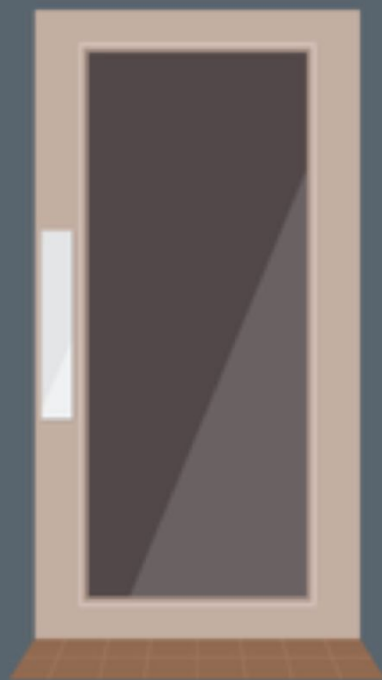
Norman's door

Dessiner une porte qui offre  
une bonne expérience utilisateur

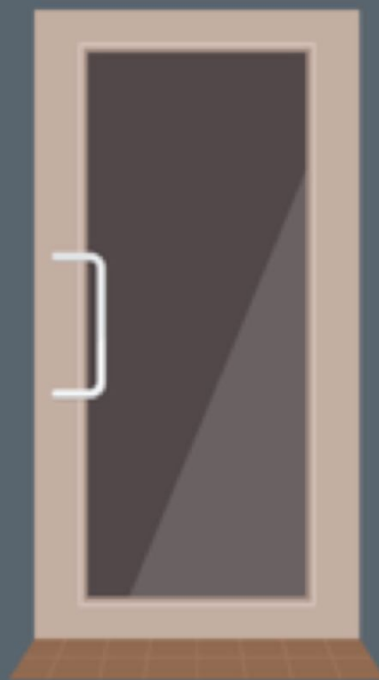


**à vous !**

Push



Pull



Real life UX

# L'utilisateur

Comment en tant que designer  
pouvons-nous éviter les erreurs ?





## Takako Kimura

28 ans, professeur d'Histoire à Kyoto

Apprendre toujours plus et partager mes connaissances.

Assise numérique  
Expertise dominante  
Fréquence d'usage

Takako est une jeune femme qui enseigne l'Histoire dans un collège et travaille la passionnée.

Pour la première fois, elle et son compagnon Haru vont aller visiter Paris. Pour réserver leurs billets d'avion et un hôtel sur Internet, Takako a choisi le 5 au 19 juillet car elle sera en congés et elle avait très envie de voir le juillet.

Elle a acheté un guide de voyage pour préparer des visites. Pendant la préparation, elle préférait utiliser une application sur son iPhone car le guide imprimé était trop lourd à transporter.

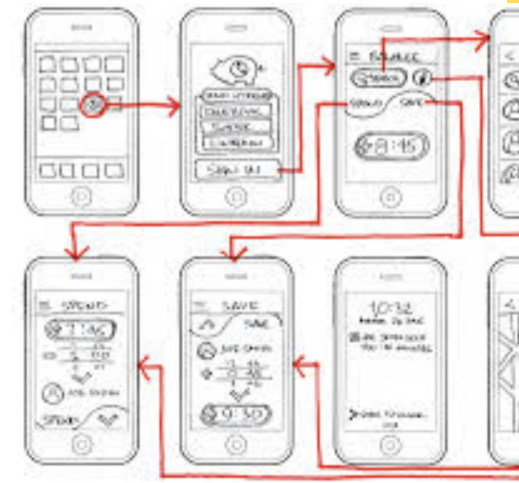
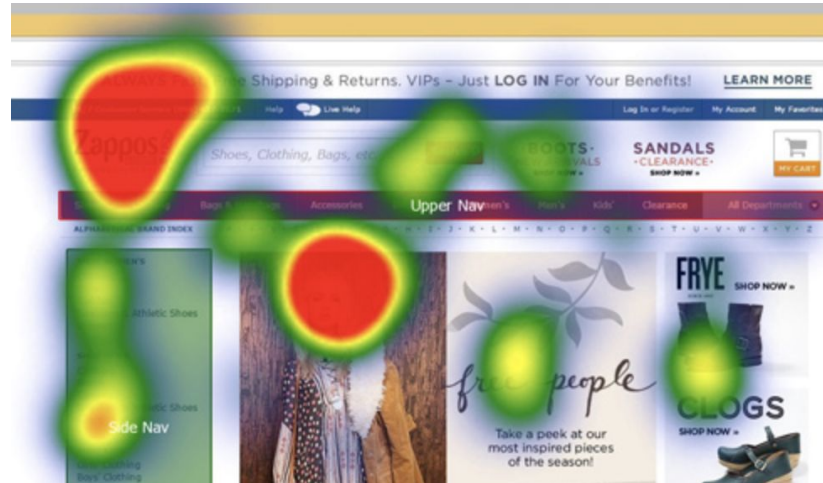
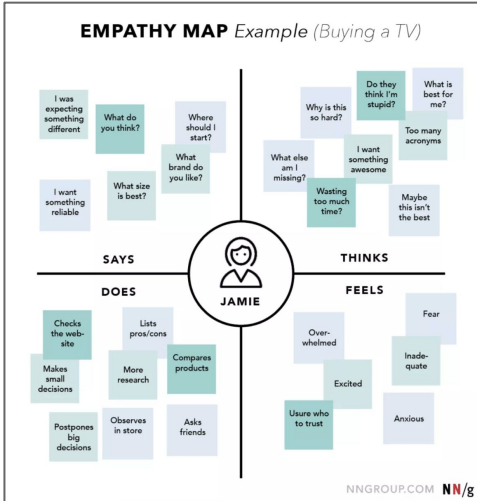
### Buts clés

- Visiter tous les lieux historiques de Paris.
- Faire certaines visites avec un guide qui parle le japonais.
- Trouver des informations détaillées sur l'Histoire des lieux, des personnages etc.
- Conserver des traces de ses visites pour les présenter à ses élèves.

### Personnalités

- Curieuse, patiente et précise.
- Accorde de l'importance à la technique des choses.
- Achète rarement des choses sur son iPhone.

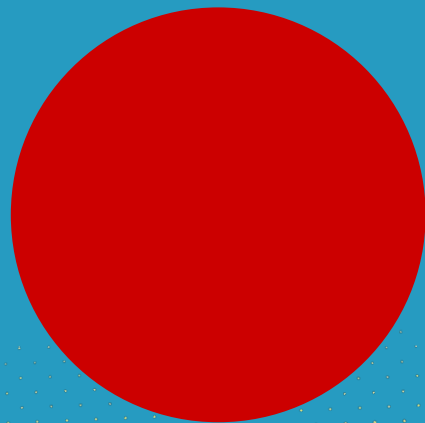
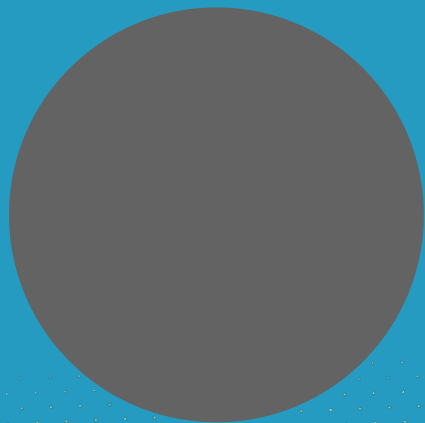
source : <https://www.flickr.com/photos/sharibisami/799215216>



LIRE PLUS



# Entretien & biais



## biais cognitifs

Les biais cognitifs (aussi appelés *biais psychologiques*) sont des **formes de pensée qui dévient de la pensée logique** ou rationnelle et qui ont tendance à être systématiquement utilisées dans diverses situations.

## **biais cognitifs**

biai de Confirmation

## **biais cognitifs**

Effet Bandwagon

## **biais cognitifs**

Fausse mémoire

## biais cognitifs



# Interview

## USER INTERVIEW:

## HOW TO ASK GOOD QUESTIONS?

UX Knowledge - Base Sketch # 8



### CONSTRUCTING AN INTERVIEW / SCRIPT



FOLLOW A LOGICAL STRUCTURE  
CREATE A FLOW



SPLIT IT INTO PARTS:

#### ① INTRO

- ↳ WHAT IS THE GOAL?
- ↳ HOW YOU WILL USE THE COLLECTED DATA
- ↳ ASK PERMISSION FOR RECORDING
- ↳ EXPLAIN THAT THERE ARE NO BAD ANSWERS
- ↳ WARMING UP: INTRO QUESTIONS

#### ② MAIN PART

- ↳ START WITH A BROAD, OVERVIEW QUESTION
- ↳ MAKE SURE YOU INCLUDE THE QUESTIONS YOU WANT ANSWERED, ISSUES YOU WANT TO COVER, SO YOU CAN VALIDATE YOUR ASSUMPTIONS.

#### ③ CLOSING

- ↳ DO THE PARTICIPANT HAS ANY QUESTIONS?
- ↳ THANKING
- ↳ CONTACT INFORMATION



### QUESTIONS



DON'T ASK LEADING QUESTIONS  
(THAT SUGGESTS THE ANSWER)



DON'T ASK WHAT THEY WANT



DON'T ASK IF THEY WOULD BUY SG  
(THEY DON'T SEE THE FUTURE...)



DON'T ASK HOW MUCH THEY WOULD  
PAY FOR IT



ASK ABOUT PAST EXPERIENCES  
OR SPECIFIC MOMENTS



ASK THEM TO SHOW HOW THEY  
ACTUALLY DO SG / ACCOMPLISH A TASK



ASK OPEN-ENDED QUESTIONS  
(E.G. "CAN YOU TELL ME HOW YOU...")



ASK THEM TO COMPARE 2 THINGS



TRY TO UNDERSTAND THE MOTIVATIONS:  
WHAT IS HE/SHE TRYING TO ACHIEVE? WHY?



### THE RIGHT MINDSET



YOU CAN ALWAYS ASK  
FOLLOW-UP QUESTIONS!



ASK WHY! (MULTIPLE TIMES)  
TRY TO FIND THE ROOT-CAUSE!



YOU CAN REFRAME YOUR  
QUESTION, AND ASK AGAIN!



DON'T INTERRUPT THE PARTICIPANT!  
IN CASE OF MISUNDERSTANDING, LET HIM/HER  
FINISH, THEN PARAPHRASE YOUR QUESTION.



DON'T FOLLOW THE SCRIPT STRICTLY!  
BE READY TO DISCOVER SURPRISING INSIGHTS!



DIG DEEPER IF YOU FIND SG INTERESTING!



PAY ATTENTION TO THE BODY LANGUAGE  
AND OTHER NONVERBAL CUES!



IT IS A CONVERSATION, NOT AN EXAMINATION!



A NICE TRICK: ASK THE PARTICIPANT  
WHAT SHE/HE WOULD DO IF SHE/HE HAD  
A MAGIC WAND, IN AN IDEAL WORLD,  
HOW SHE/HE WOULD DO SG.





A group of four young adults (two men and two women) are sitting around a wooden table in a bright, modern cafe or restaurant. They are all laughing and smiling, creating a joyful atmosphere. The man on the left is wearing a grey t-shirt and dark pants. The woman next to him has long brown hair and is wearing a white top. The man next to her is wearing a dark jacket, a black hat, and glasses. The woman on the right has curly hair and is wearing a grey off-the-shoulder top and blue jeans. The background features a white brick wall, wooden shelves with plants and decorative items, and large windows letting in natural light.

**54%**



A group of four young adults (two men and two women) are sitting around a wooden table in a bright, modern cafe or restaurant. They are all laughing and smiling, creating a joyful atmosphere. The background features white subway tiles, wooden shelves with plants and decorative items, and large windows. The text '54%' and '28' is overlaid in large white font.

**54% 28**

**Votre entreprise  
souhaite investir le marché  
de la colocation**



**Son postulat ?**

**Comment pouvons-nous  
faciliter la vie des colocataires et  
des personnes en recherche de  
colocation.**

**Son objectif ?**

**Disrupter le marché  
en proposant un service  
qui réinventera l'expérience  
de la colocation**

# Votre objectif ?

**Effectuer une étude préliminaire**

**(interview et étude concurrentielle)**

**afin de déterminer les besoins et les difficultés  
rencontrés par vos futurs utilisateurs.**

**Ces données récoltées  
révèleront les opportunités d'innovation**

**C'est parti !**

