

testapic



CAFE DINUM

Jeudi 17 Septembre 2020

TESTS UTILISATEURS DISTANTS SUR WEB ET MOBILE

ÉCOUTEZ LA VOIX DE VOS UTILISATEURS





Sébastien TANGUY
Directeur des opérations

sebastien@testapic.com



Pauline CROIX
CSM - Expert UX

pauline.croix@testapic.com

FONDAMENTAUX



**“If you want to
understand how a
lion hunts, don’t go to
the zoo...**

... go to the jungle”



NOS FONDAMENTAUX MÉTHODOLOGIQUES

- ▶ **Distant** : Le test peut être réalisé à leur domicile (90% des cas), sur le lieu de travail des utilisateurs, dans la rue, chez des amis, dans un café, etc. dans tout lieu disposant d'une connexion Internet.

- ▶ **Asynchrone** : Les utilisateurs ciblés reçoivent un email de proposition de test et ce sont eux qui décident du moment où ils débutent le test, sous réserve de réactivité.

- ▶ **Non modéré (et bientôt modéré... #teaser)** : Les utilisateurs vont auto-administrer la conduite et la réalisation du test. Ils ne sont pas interrompus ou relancés par un modérateur Testapic. Ils sont en autonomie la plus complète.

TESTAPIC - UNE SOLUTION COMPLÈTE

Pour mieux comprendre le comportement de vos utilisateurs et optimiser l'ergonomie de vos interfaces web (**site, site mobile, appli mobile**)



+300 000 testeurs

1er panel de France pour les tests UX.
Testeurs ciblés et réactifs.



Tests quali & quanti

Tests UX d'interface & de la navigation via des captures vidéo & questionnaire live



Expertise UX

En autonomie avec notre solution SaaS ou avec accompagnement de nos experts en UX



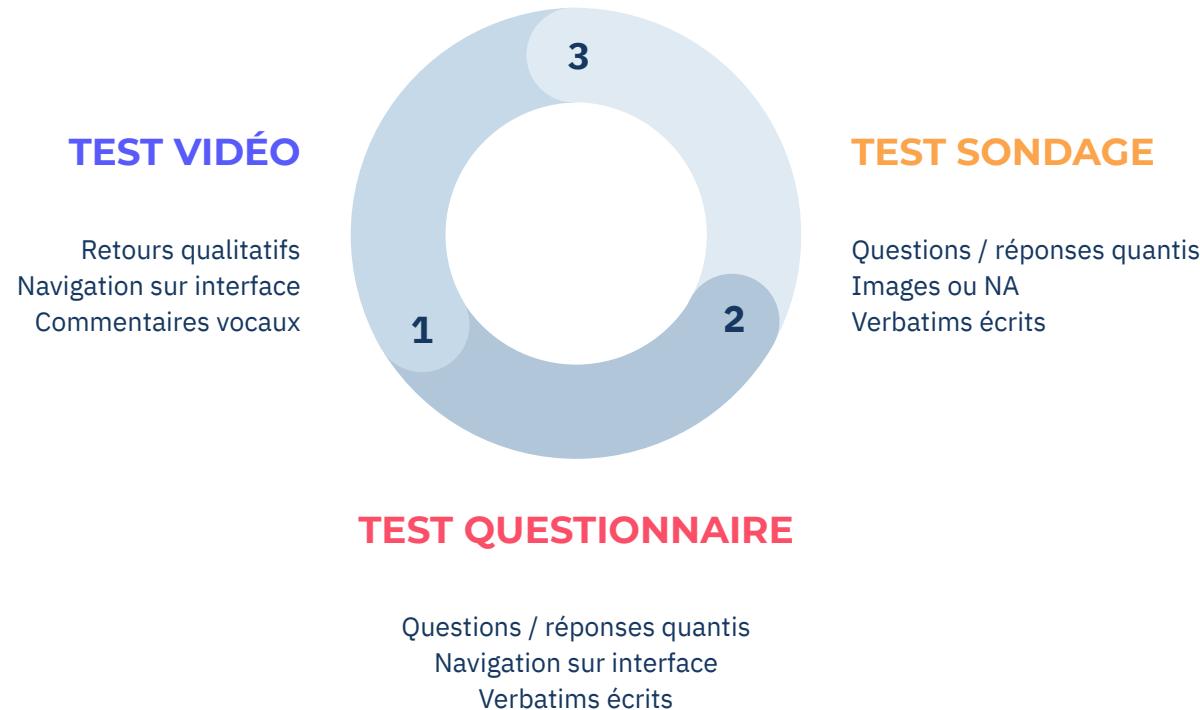
POURQUOI À DISTANCE ?

Les Tests Utilisateurs (TU) DISTANTS permettent de :

- ▶ obtenir des retours directs et spontanés
- ▶ tester dans des conditions réelles d'usage
- ▶ mener des tests sur des échantillons représentatifs
- ▶ recueillir les données testeurs en 48h (WE compris)
- ▶ ne pas impliquer l'équipe IT (pas de script)

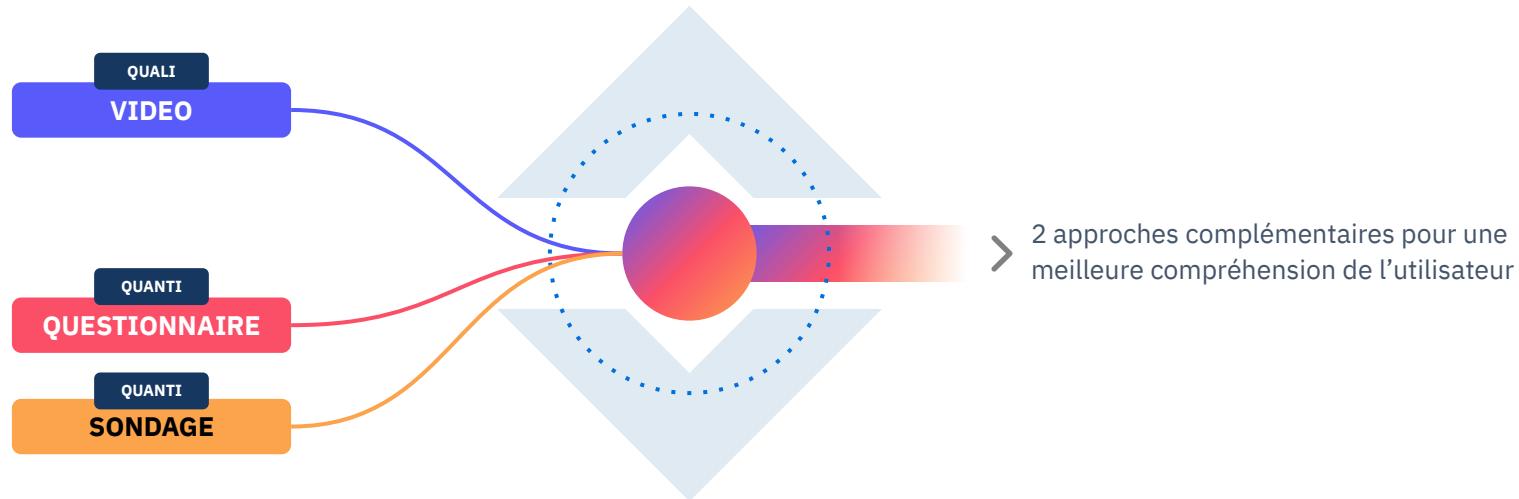
TYPES DE TESTS

3 TESTS POUR 3 USAGES



COMBINER PLUSIEURS TYPES DE TESTS

Les 3 types de test Vidéos / Questionnaires et Sondages sont complémentaires
Combiner plusieurs types de test permet une approche **qualitative + quantitative**



DES TESTS À CHAQUE ÉTAPE DU PROJET



RECHERCHE

Benchmark

Recherche

Idéation



Prototypes fixes ou animés



Post-Analytics

CRO

Pré-AB test

Pour valider vos convictions sur la concurrence et s'en inspirer si besoin

Pour comprendre les attentes et les besoins utilisateurs

Pour tester le plus tôt possible des idées de service ou de fonctionnalité

Pour valider les parti pris, tester les fonctionnalités en amont et arbitrer entre plusieurs versions



xd axure

Pour apporter une brique quali sur la compréhension des résultats d'analytics

Pour identifier les freins et irritants dans une démarche de CRO

Pour concentrer la roadmap d'AB sur des éléments qui auront un réel impact



CONCEPTION



PRODUCTION



TEST QUESTIONNAIRE

COMPRÉHENSION / PERCEPTION / ATTENTES

Afficher / Masquer

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15

Question 8 : Vous diriez qu'effectuer cette action a été : (Expliquez pourquoi en commentaire)

- Tout à fait facile
- Plutôt facile
- Plutôt pas facile
- Pas du tout facile
- Autre (précisez) / Sans avis

Commentaire (obligatoire)

Caractères : 0/1000 (50 minimum)

J'ai réussi

Je n'ai pas réussi



ÉLYSÉE

Actualités

Agenda

Présidence

Écrire au Président





QUESTIONNAIRE COMPARATIF

PRÉFÉRENCES

1 Afficher / Masquer 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16

Question 4 : En terme de design que pensez-vous de la différence entre le site de gauche celui de droite ? Expliquez pourquoi en commentaire

Je préfère celui de gauche
 Je préfère celui de droite
 J'aime autant l'un que l'autre
 Je n'aime pas ni l'un ni l'autre

Commentaire (obligatoire)

Caractères : 0/1000 (50 minimum)

J'ai réussi Je n'ai pas réussi

ÉLYSÉE Actualités Agenda Présidence Écrire au Président

Agissons ensemble pour notre planète !
Retour sur les engagements et actions du
Président Emmanuel Macron :

Conseil de défense écologique du 27 juillet 2020

Emmanuel Macron dit oui à 146 propositions de la Convention citoyenne pour le climat !

Plus verte et plus compétitive : notre plan de soutien à la filière automobile

L'Élysée respecte vos données

Nous utilisons des cookies sur ce site pour améliorer votre expérience utilisateur. En cliquant sur le bouton ci-contre, vous nous donnez votre consentement pour sauvegarder des cookies.

Oui, je suis d'accord

Plus d'informations

SITE CONCURRENT OU AUTRE VERSION D'UNE MAQUETTE

testapic



TEST VIDÉO DESKTOP

UTILISABILITÉ

The screenshot shows a web-based assessment interface. At the top, there's a header bar with a magnifying glass icon and a search bar. Below the header, a large banner features the official seal of the Elysée Palace (Présidence de la République) and the text "Visitez le Palais de l'Élysée aux Journées du Patrimoine !". A call-to-action button "Inscrivez-vous vite ici." is visible. The main content area has a title "Tâche : 3/6" and three buttons: "Un problème ?" (blue), "Scénario de test" (light blue), and "Arrêter le test" (red). A yellow box contains the instruction "IMPORTANT : Pensez à parler à voix haute." Below it, a question asks to explain the strengths and weaknesses of a service. Two blue buttons at the bottom offer feedback: "J'ai réussi" and "Je n'ai pas réussi". The background of the main content area shows a photograph of the Elysée Palace's exterior. At the bottom, there's a navigation menu with links like "Actualités", "Agenda", "Présidence", "Écrire au Président", and a search icon.



TEST VIDÉO MOBILE

UTILISABILITÉ - Sur site et application mobiles



The image shows two smartphones side-by-side. The left phone displays a video player interface with a blue header showing '9:41' and a progress bar at '1/7'. Below the video frame, there is text: 'Prenez le temps de découvrir cette pa...', 'Expliquez avec votre propres mots ce que vous aimez ou déplaît, ce que vous améliore...', and 'Réalisez ensuite l'action la plus logique que vous semble puis tout en expliquant votre cours.' At the bottom, there is a yellow bar with the text 'Pensez à commenter à voix haute' and two green buttons: 'J'ai réussi' and 'Je n'ai pas...'. The right phone displays a restaurant review page for 'Mazzucco' on the LaFourchette app. The header shows '9:41', the LaFourchette logo, and 'Restaurant Italien Prix moyen 20 €'. Below the header is a photo of the restaurant's exterior. A blue button labeled 'Consignes' is visible. The main content area shows the restaurant's name 'Mazzucco', its address '7, rue d'Enghien 75010 Paris', a 'Plan' button with a location pin, and category tags 'PRIX MOYEN 20 €', 'ITALIEN', and 'TRADITIONNEL'. Below these are a green logo with a stylized leaf, a rating of '9.2/10', and '782 avis LaFourchette'. At the bottom is a red circular button with a white tag icon.



TEST SONDAGE

RECHERCHE UTILISATEUR

[Sondage] Gérer son argent

Description :

Nous allons vous poser des questions autour de la **gestion de budget et vos différents usages bancaires**. Ce sondage ne prendra que quelques minutes.

Question 2

Quels sont les événements dans votre vie qui ont changé vos habitudes financières ? *Plusieurs choix possibles*

Votre réponse

- Premier emploi
- Projet d'achat (immobilier, voiture, etc.)
- Vie en couple
- Mariage
- Enfan(s)
- Retraite
- Rien
- Autre(s) (à préciser)

Continuer

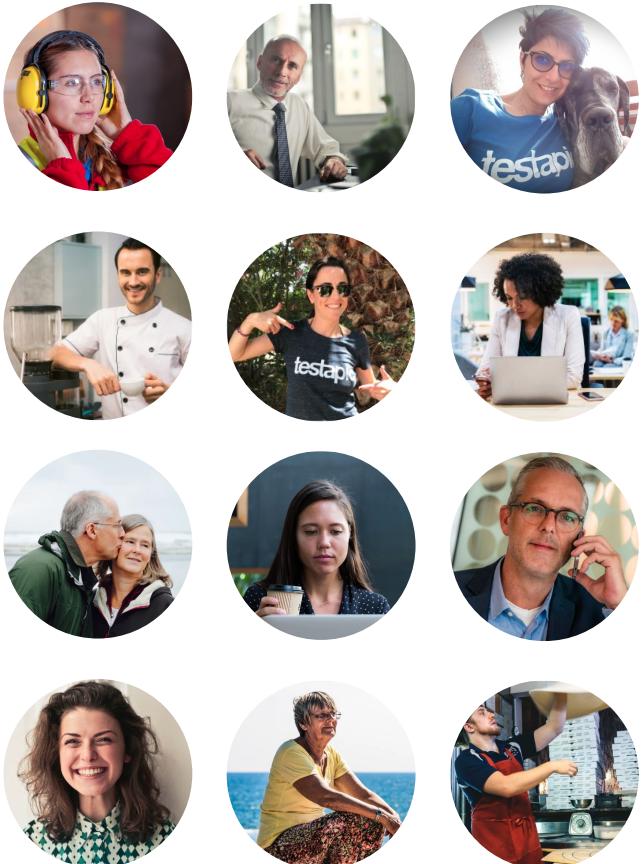
EXEMPLES DE TESTS VIDÉOS

Cliquez ci-dessous (sans oublier de mettre le son !)

The screenshot shows a video test interface. At the top, a red button with white text says "Cliquez ci-dessous (sans oublier de mettre le son !)". Below this is a black MacBook screen displaying a video player. The video player has a white background. On the left side of the video player, there is a smartphone icon showing a website with various products. On the right side, there is a user profile section. The profile includes a name "Mike", age "34 ans / Marié / Marseille", and occupation "Client vente-privee". Below this, there is a "Contexte :" section with "Test en production" and "Fluidité de la navigation". At the bottom of the video player, there is a URL "vente-prives.com" followed by a handwritten mark. The MacBook's trackpad and a portion of its keyboard are visible at the bottom.

MacBook

testapic



NOTRE PANEL DE TESTEURS



+300 000 testeurs

Panel représentatif de la population des internautes français
Constitution du panel en partenariat avec le CNRS



Méthodologie

Validation de la cohérence des informations déclarées.
Sollicitation des testeurs limitée à 1 fois/ mois



+30 critères

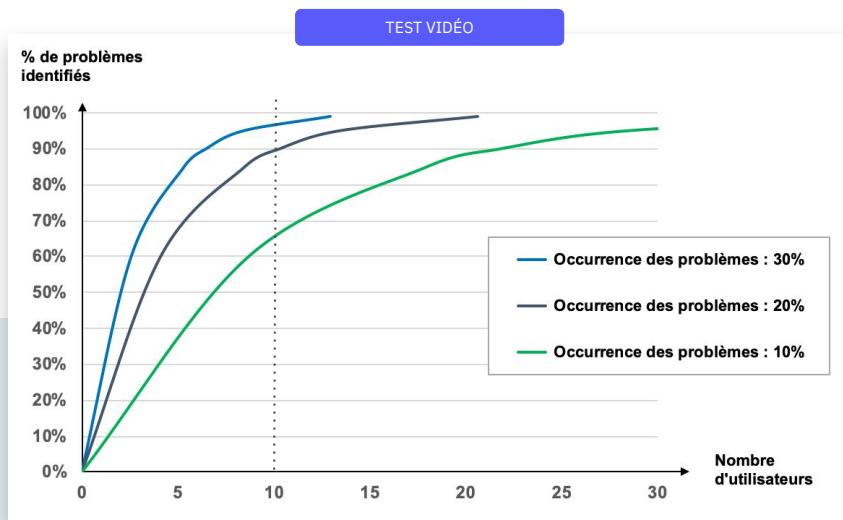
Âge, genre, situation familiale, revenus, métiers, aisance digitale, localisation, fréquence d'achats online,...



Critères sur demande

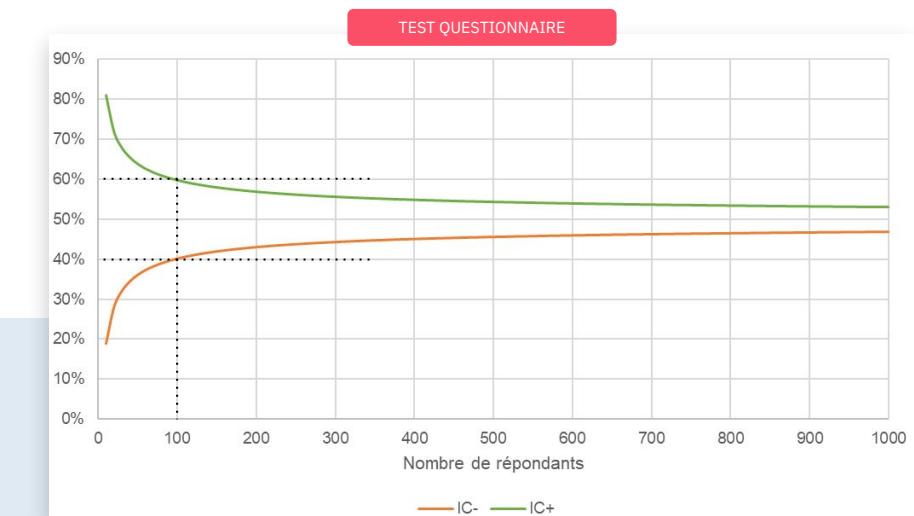
Possibilité de segmenter sur des critères spécifiques (ex : client d'une marque ou utilisateurs d'un service)

ECHANTILLON



http://www.measuringu.com/problem_discovery.php

15 utilisateurs permettent de détecter 95% des problèmes survenant dans au moins 2 cas sur 10 (occurrence de 20%)



Evolution théorique de la marge d'erreur associée à un pourcentage (ici une valeur de 50%) en fonction du nombre de participants, pour un IC de 95%

100 testeurs permettent des statistiques avec une marge d'erreur de 10% pour un intervalle de confiance de 95%

QUEL QUOTA CHOISIR ?



VIDEO

QUALI

5 à 20

(par ciblage / support)

Conseillé : 10

De la rédaction des consignes au ciblage,
vous lancez vos tests quand vous le
souhaitez et rapidement.



QUESTIONNAIRE

QUANTI + QUALI

30 à 150

(par ciblage / support)

Conseillé : 100

Grâce à des fonctionnalités de traitement
simples et complètes, vous analysez
rapidement la donnée des utilisateurs.



SONDAGE

QUANTI

30 à 1000

(par ciblage / support)

Conseillé : 200

Avec la génération automatique de slides de
compte-rendu, la plateforme facilite la
communication des résultats auprès de vos
collaborateurs.

CRITÈRES DISPONIBLES

Vous pouvez utiliser jusqu'à 4 de ces critères simultanément dans les critères disponibles par défaut.



- Genre
- Âge
- Nombre d'enfant
- Statut Marital



- Statut (Actif/ étudiant/ retraité)
- CSP
- Secteur d'activité
- Type de métier
- Revenus nets/ mensuels



- Clients banque
- Clients banque en ligne
- Clients assurance
- Type d'épargne
- Crédit conso



- Niveau internet
- Fréquence d'achat sur internet
- Fournisseur Internet
- Fournisseur Mobile
- Réseaux sociaux utilisés



- Type de vacances
- Intentionniste vacances
- Budget vacances



- Propriétaire / Locataire
- Type de résidence
- Crédit immobilier
- Intentionniste travaux dans la rénovation



- Fournisseurs d'énergie gaz
- Fournisseurs d'énergie électricité
- Localisation
- Environnement (urbain/ rural/ métropole)

IDÉES / POSSIBILITÉS DE TESTS



TESTS EN CONCEPTION Prototypes / maquettes

Vous souhaitez tester des 1ers parti pris de conception, la fluidité de la navigation sur les différents parcours **AVANT** de rentrer en phase d'intégration.

80% de nos tests se basent ou intègrent des maquettes / prototypes actuellement.

Compatible avec tous les outils de conception :



Volume suggéré d'utilisateurs :
10 vidéos + 100 questionnaires

Investissement temps d'analyse :
5 jours

Env. 50% des temps de dév sont passés à résoudre des problèmes qui auraient pu / du être anticipés.
Résoudre un problème en conception est 10x moins chronophage qu'en phase de développement.





TESTS ITÉRATIFS MENSUELS

Pop Corn test

Produire 5 vidéos / mois avec des consignes génériques pour

- ▶ Garder le lien avec les priorités utilisateurs
- ▶ Remettre le focus sur les principaux pain points / irritants
- ▶ Assurer un suivi continu de l'UX sur votre site
- ▶ Identifier des régressions suite aux mises en prod

Regarder ces 5 vidéos devient un rituel avec les PO / UX / chefs de projet en partageant un grand pot de pop corn un midi par exemple :)

Volume suggéré d'utilisateurs :
5 vidéos / mois

Investissement temps d'analyse :
1 heure / mois

Les utilisateurs effectuent des parcours clés en les commentant à haute voix
5 utilisateurs permettent d'identifier 85% des problèmes d'utilisabilité impactant 30% de votre audience.





TESTS BENCH UX

Baromètre trimestriel

1 test / trimestre sur env. 700 utilisateurs (selon nbre concurrents) avec des consignes sur mesure afin de

- ▶ Etablir une analyse quanti et quali de son site
- ▶ Assurer un suivi des KPIs UX VS ses concurrents
- ▶ Mesurer l'évolution des KPIs en fonction :
 - des actions correctrices mises en place
 - des évolutions implémentées chez les concurrents

Volume suggéré d'utilisateurs :

10 vidéos / site concurrent

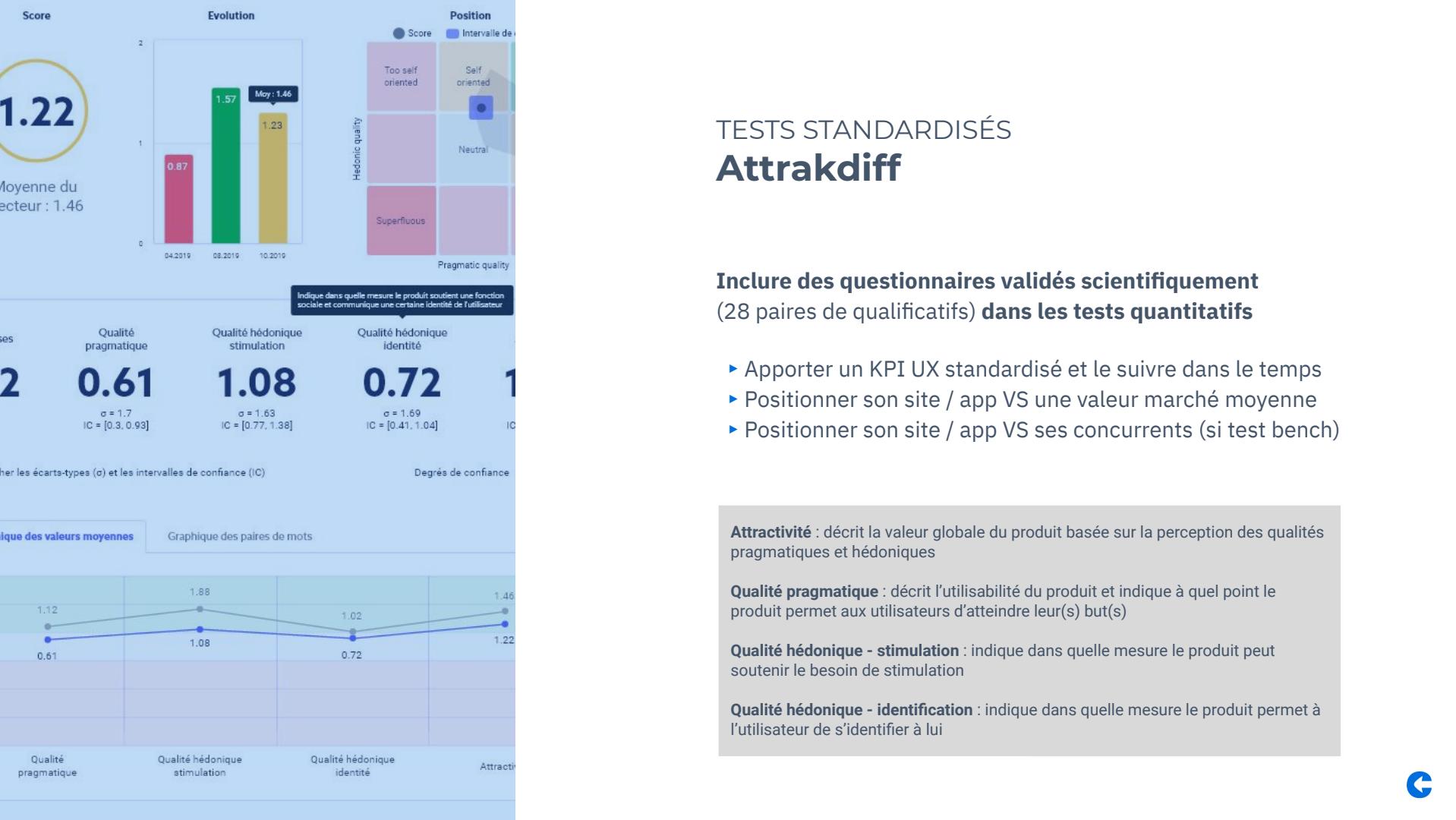
50 questionnaires / site concurrent

200 sondages / site concurrent

Investissement temps d'analyse :

0 si outsourcé Testapic ou Partenaire







TESTS BOT

Interactions Utilisateur ↔ Bot

L'IA d'un chatbot doit se perfectionner par l'usage et donc la quantité des sollicitations.

- ▶ Comment mesurer la performance d'un chatbot ?
- ▶ Les fonctionnalités du bot sont-elles utilisables ?
- ▶ Les questions semblent-elles bien comprises par le bot ?
- ▶ Quels types de mots clés sont utilisés par les utilisateurs ?
- ▶ Les réponses renvoyées par le bot sont-elles pertinentes ?
- ▶ ...

Volume suggéré d'utilisateurs :
15 vidéos + 100 questionnaires

Investissement temps d'analyse :
5 jours

Les vidéos permettront de mieux identifier les modes d'interaction avec le bot et l'utilisabilité des fonctionnalités alors que les questi. contextualisés apporteront une dimension quantitative de la perception de la qualité des réponses par ex.





TESTS ARCHITECTURE Tri de cartes

Vous souhaitez évaluer la manière dont votre catalogue de produits est construit ou si les utilisateurs trouvent facilement une info ou un produit dans votre menu de navigation.

Testapic s'associe à Optimal Workshop :

- Un outil en ligne qui propose des tris de cartes ouverts ou fermés
- Réaliser ces tests avec des utilisateurs très ciblés



Optimal Workshop

Volume suggéré d'utilisateurs :
200 sondages (Option : 10 vidéos)

Investissement temps d'analyse :
1 - 2 jours

Les utilisateurs complètent le tri de cartes mis à leur disposition sur un outil tiers. Avec les vidéos, vous accédez à la carte mentale des utilisateurs et donc la manière dont ils ont construit les groupes.



RAPHIK

new animal print

s.

for summer.



animal print series features
an artist Nichol Morales.



KARTOGRAPHIK

Isaac, get ready for the Season with animal prints.

Sustainable materials

The all new geometric animal prints feature three unique designs from artist Nichol Morales.

Buy Animal Tees

help@kartographik.com | 1(800) 123-4567

[Twitter](#) [G+](#)

TESTS MARKETING DIRECT

Newsletter

Votre studio produit régulièrement des newsletter pour vos clients ou des emails d'activation de prospects mais vous ne savez pas quel visuel / wording va performer ?

- ▶ **Choisir 1 NL** parmi plusieurs créas
- ▶ Valider la **compréhension** du message
- ▶ Construire une **structure de NL** performante
- ▶ Améliorer le **taux de clic** sur vos NL
- ▶ **Fluidifier le parcours NL => landing page**

Volume suggéré d'utilisateurs :
200 sondages (Option : **10 vidéos**)

Investissement temps d'analyse :
0,5 jour

Sondages si éléments statiques uniquement sinon Questionnaires (vidéo option) si analyse du parcours NL > LP > Parcours





TESTS VIDÉO **Futur Spot TV**

Votre agence de com' a produit un spot TV qui va bientôt être diffusé à la TV. L'investissement publicitaire est important, il est impératif de ne pas se tromper...

Les tests utilisateurs permettent de :

- ▶ Valider la **compréhension** du message
- ▶ Évaluer la **mémorisation** du message
- ▶ Évaluer le degré **d'appréciation** et **l'intérêt** pour l'offre
- ▶ Éviter le bad buzz

Volume suggéré d'utilisateurs :
400 sondages (Option : **10 vidéos**)

Investissement temps d'analyse :
1-2 jours

*Les utilisateurs regardent le ou les spot TV puis les évaluent quantitativement
Les utilisateurs regardent le spot TV puis le commentent à haute voix pour l'évaluer qualitativement*





TESTS DESIGN

Naming / Label / Logo / Image ...

- ▶ Arbitrer entre plusieurs visuels / mise en forme
 - identité graphique,
 - images,
 - photos,
 - différents types d'UI
- ▶ Mettre fin aux débats internes sur les préférences de chacun
- ▶ Comprendre ce qu'inspire telle ou telle créa / proposition
- ▶ Comprendre pourquoi les utilisateurs préfèrent une proposition

Volume suggéré d'utilisateurs :
200 sondages

Investissement temps d'analyse :
0,5 jour

*Les utilisateurs évaluent les visuels sur des métriques définies
Les utilisateurs comparent les visuels selon leur préférence
Demander spontanément à un utilisateur ce que lui évoque tel ou tel visuel*



John - The artist traveler



"I want to discover new cultures and meet people. I am kind of an adventurer!"

Goals

- Discover and photograph a lot of different cultures.
- Be surprised.
- Have an authentic experience.

Needs

- Have a fun, fast and simple platform to book.
- Have an alert system keeping him aware of deals.
- Have different travel propositions according to his needs.
- Live a great experience.

Pain points

- Doesn't want to **spend too much time** comparing offers.
- **Quality** of airline company.
- Product **no longer available** after seeing it.
- The travel product does not always fit his needs.

Bio

His last travel experience

Already traveled in a lot of different countries.
Meet people, beautiful places.

He is fed up with looking for travel inspiration.

His next travel experience

- ✓ He wants to be leaving from his favorite city.
- ✗ « Déjà vu » ; low cost; no stopover.

Age: 50

Occupation: Photographer

Income: 180k\$

Marital Status: Single

Location: New York city, USA

Freedom

Authentic

Photography

Solo

Discovery

Social media



Devices used during search and booking processes



TESTS CIBLE

Clarification des personae

Vous avez établi vos personae sur la base d'une série de réunions en interne. Peut-être (nous l'espérons) en vous basant sur des données objectives issues de votre CRM, vos analytics, des études marketing...

Mais de nombreux items décrivant ces personae touchent aux usages, habitudes, attentes des utilisateurs. Voir aux traits de caractère, aux buts, motivations... Dans ce cas comment faire pour avoir des éléments précis et fiables sur les utilisateurs ?

Volume suggéré d'utilisateurs :
100 sondages

Investissement temps d'analyse :
0,5 jour

Etude des traits de personnalité sur des sujets personnels via une cible précise





TESTS USAGES

Attitudes & comportements

Vous souhaitez comprendre et surtout mesurer les habitudes de consommation ou les comportements des utilisateurs pour alimenter vos personae ou nourrir votre recherche utilisateurs.

Rien de tel qu'une étude quantitative avec la possibilité de collecter d'y ajouter des données qualitatives (verbatims).

Volume suggéré d'utilisateurs :
400 sondages

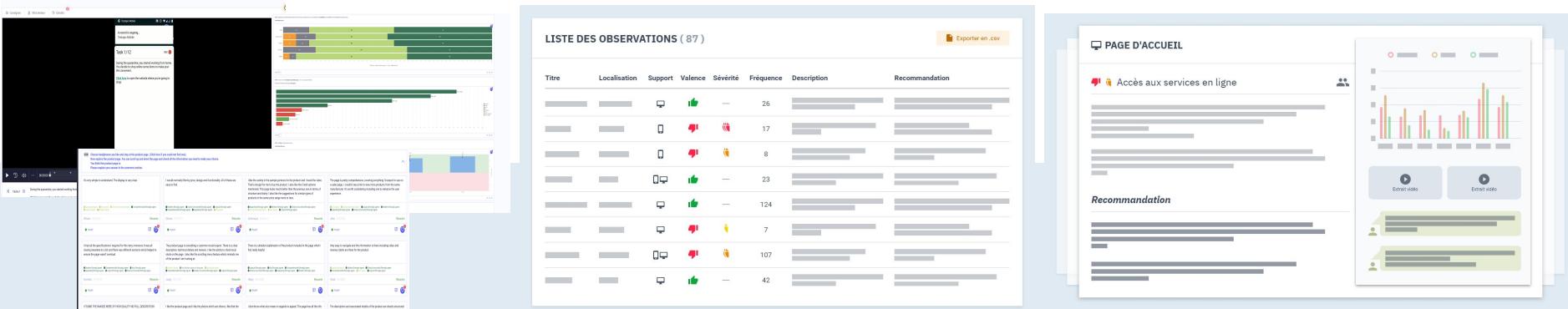
Investissement temps d'analyse :
0,5 jour

Etude exploratoire des usages sur des sujets et une cible précise



TYPES DE DONNÉES

LEO INTÈGRE UN OUTIL D'ANALYSE ET DE COMPTE RENDU



Accès aux données brutes

- Quali : Vidéos (Vidéo)
 - *IA en cours de dév*
- Quali : Verbatims (Questionnaire)
 - *IA de valence auto*
- Quanti : Graphiques (Sondage / Quest)

Constats

Dossiers / observations pour regrouper les données convergentes

Localisations

Organise les constats et permet de générer une présentation auto de compte rendu des résultats

DÉMO DE LA PLATEFORME :)

DES QUESTIONS ?

D'AUTRES QUESTIONS ?

Pauline est là pour vous aider



Pauline CROIX
CSM - Expert UX
pauline.croix@testapic.com