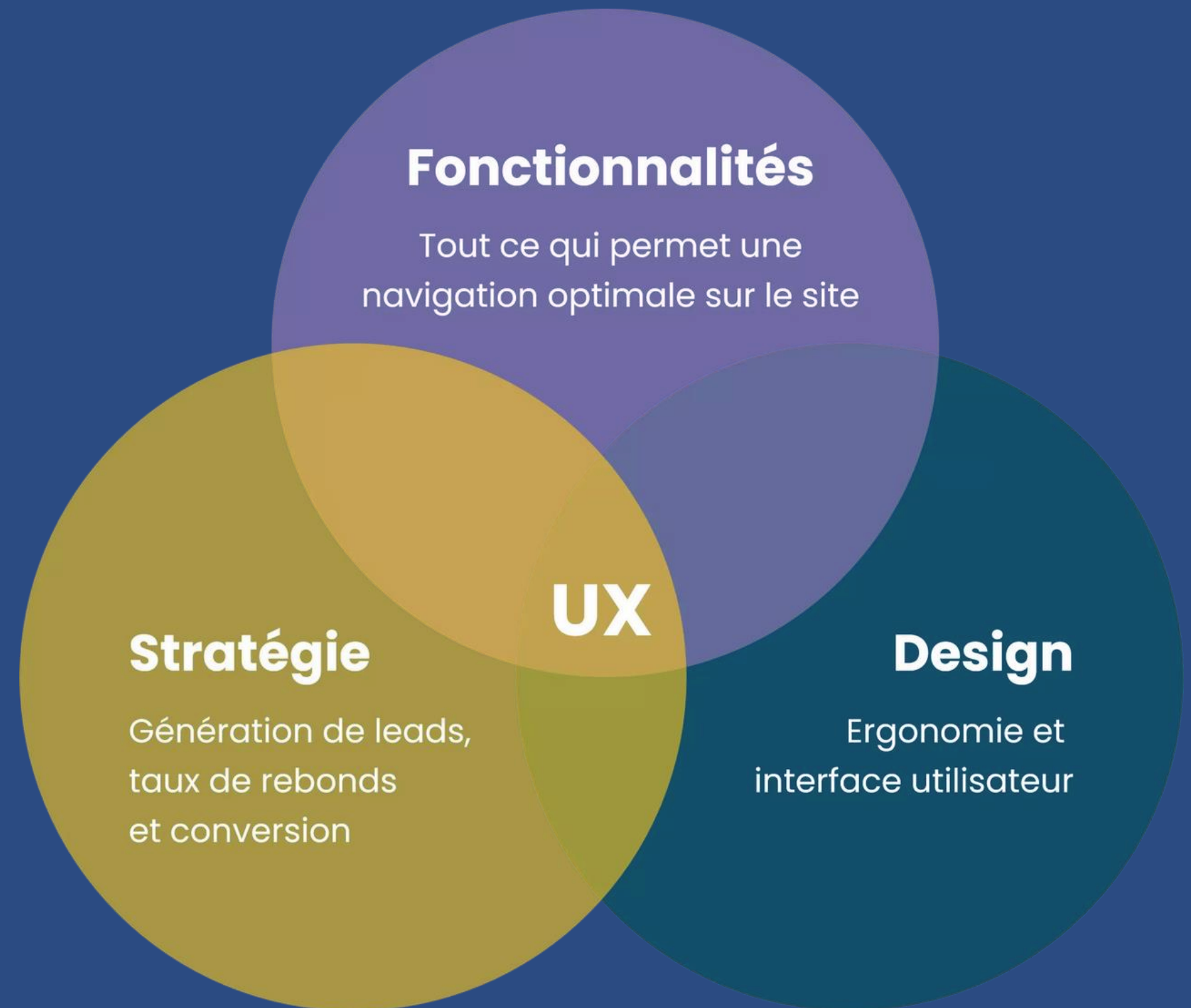
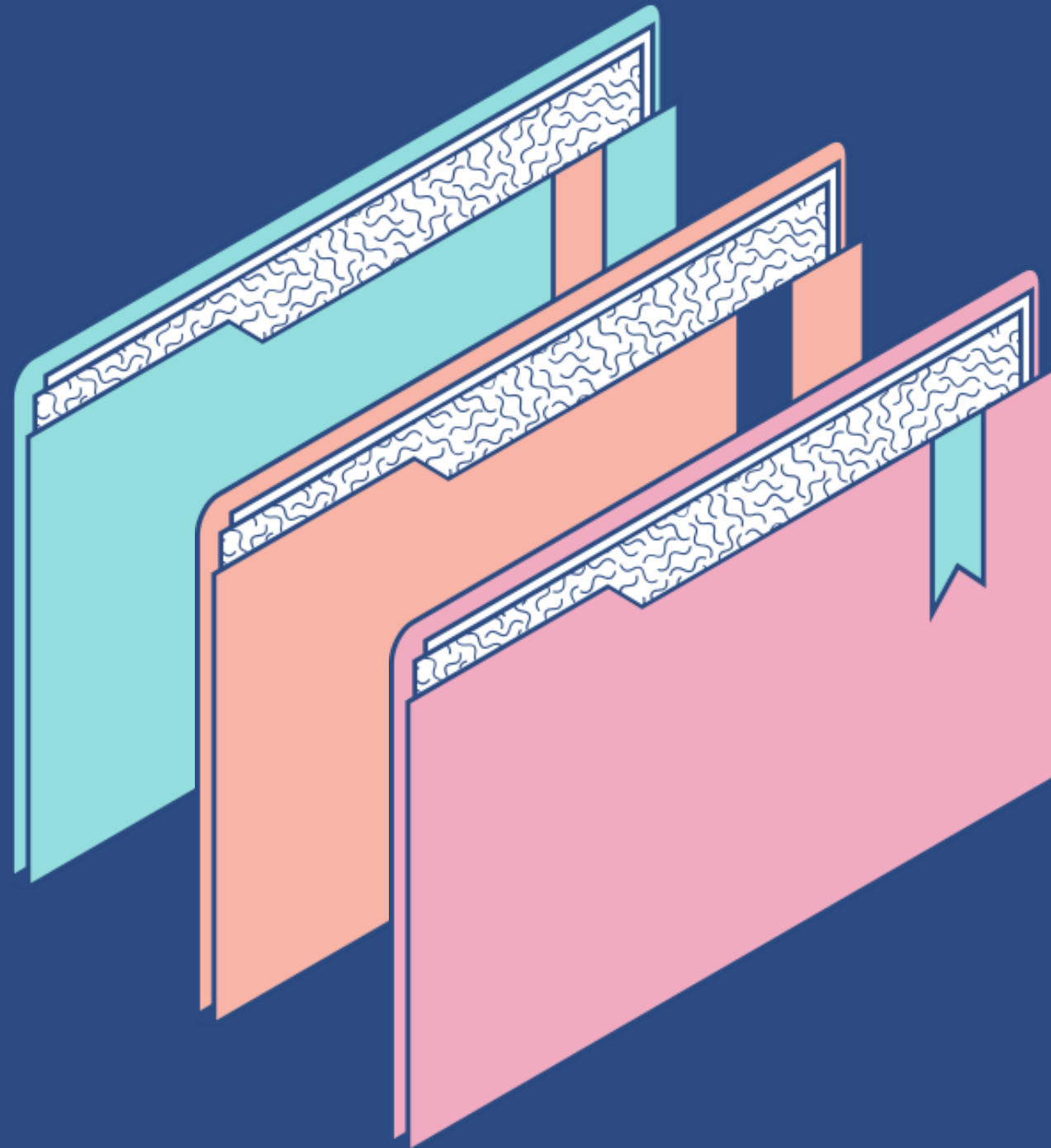


UX/UI Design



SOMMAIRE



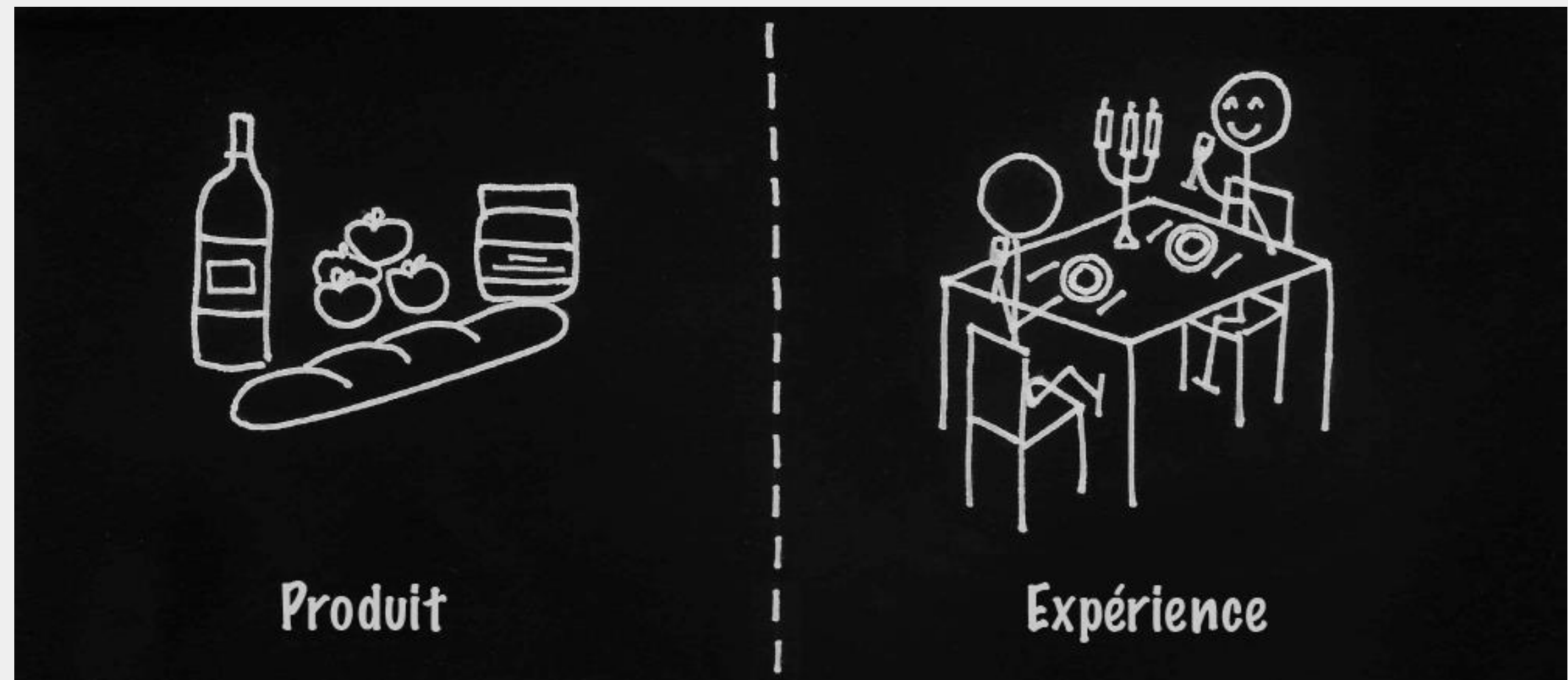
- Présentation de l'UX
- Adopter une démarche UX
- Bonnes pratiques UX



Qu'est ce que l'UX ?

UX (User eXperience)

Ensemble de normes et de bonnes pratiques dont l'objectif est de concevoir un produit, et l'expérience de son utilisation



Qu'est ce que l'UX ?

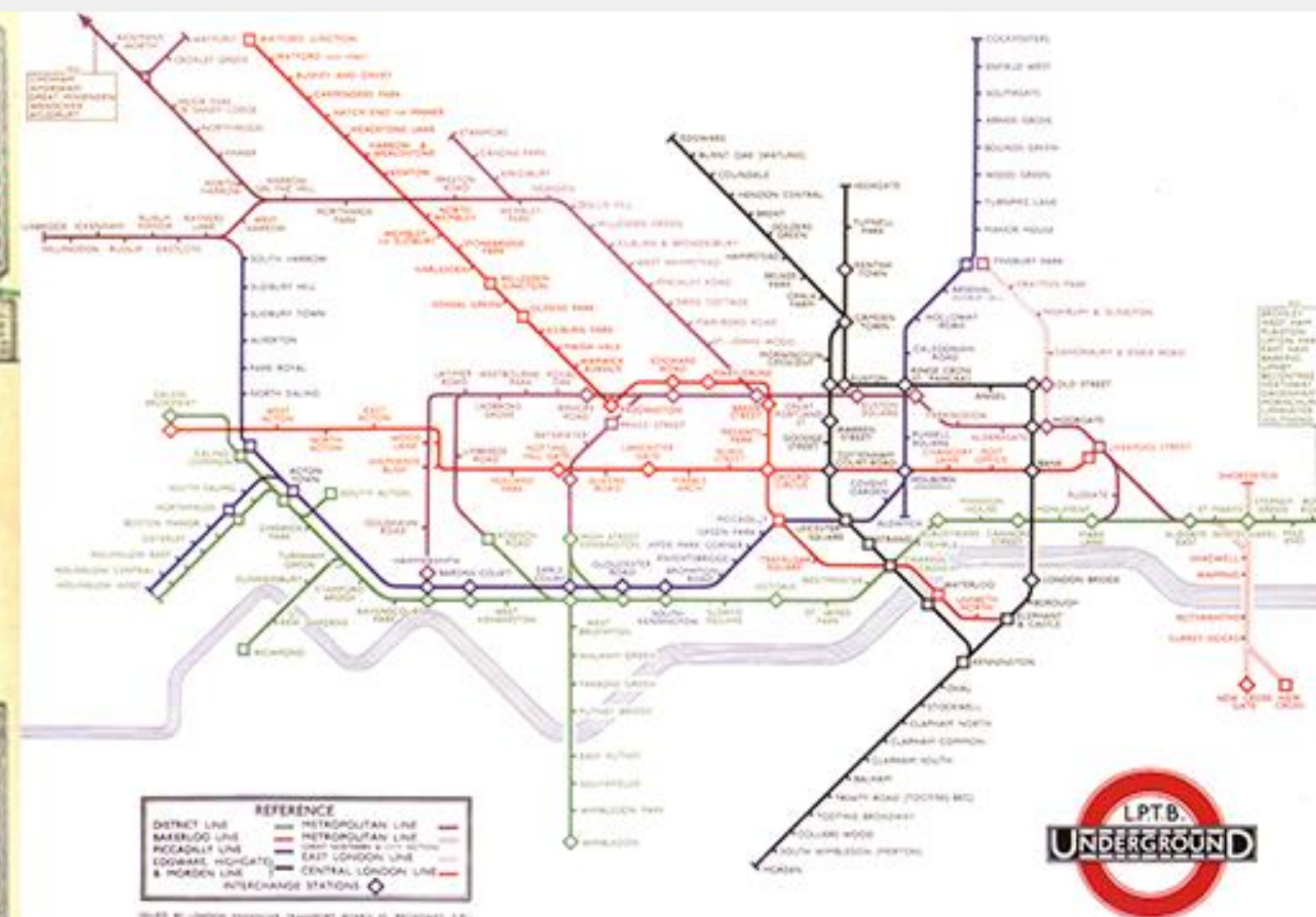
- Travailler l'ergonomie d'un produit et de son usage
- Anticiper l'usage pour répondre aux attentes



Qu'est ce que l'UX ?

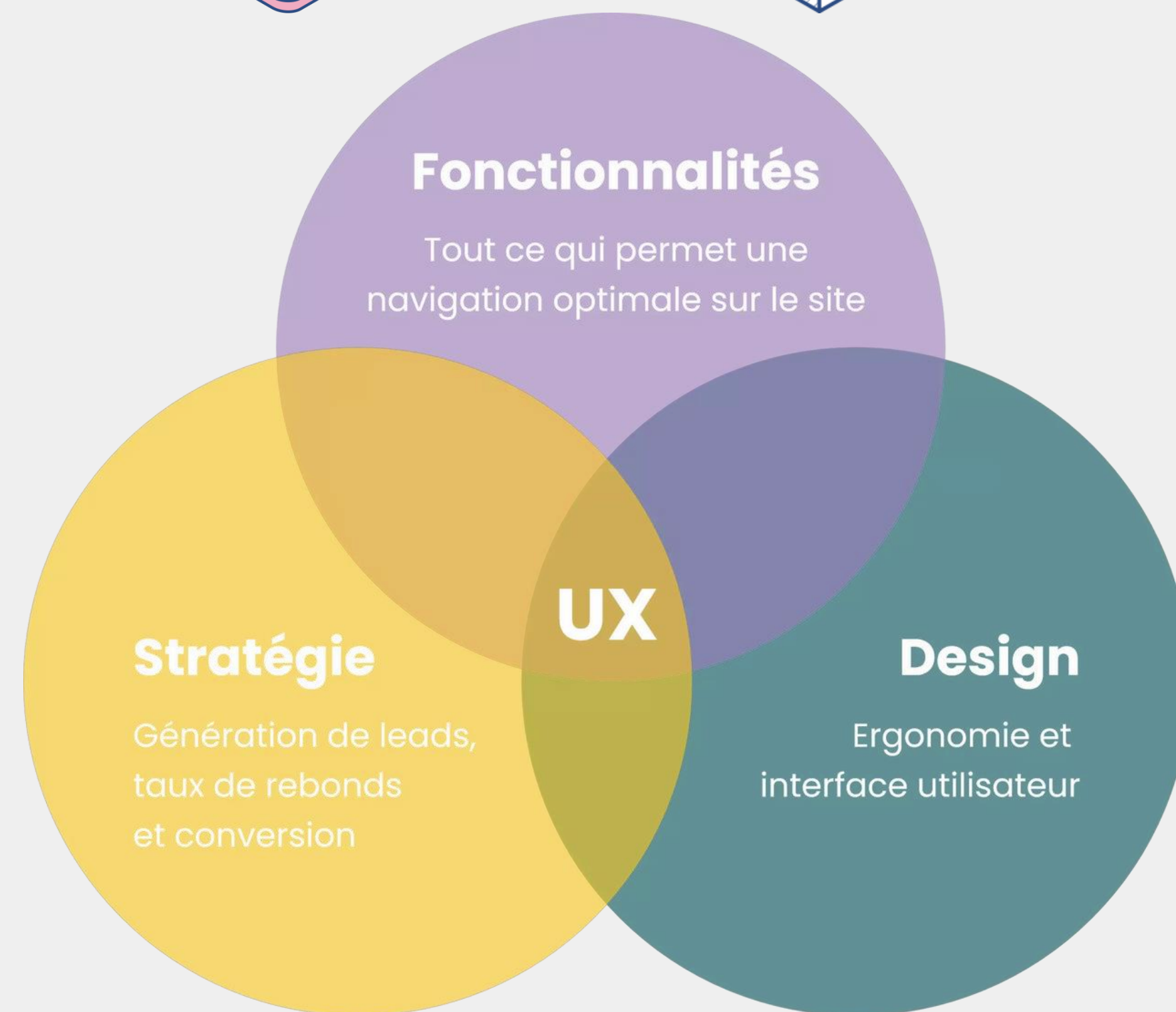


1921



1933

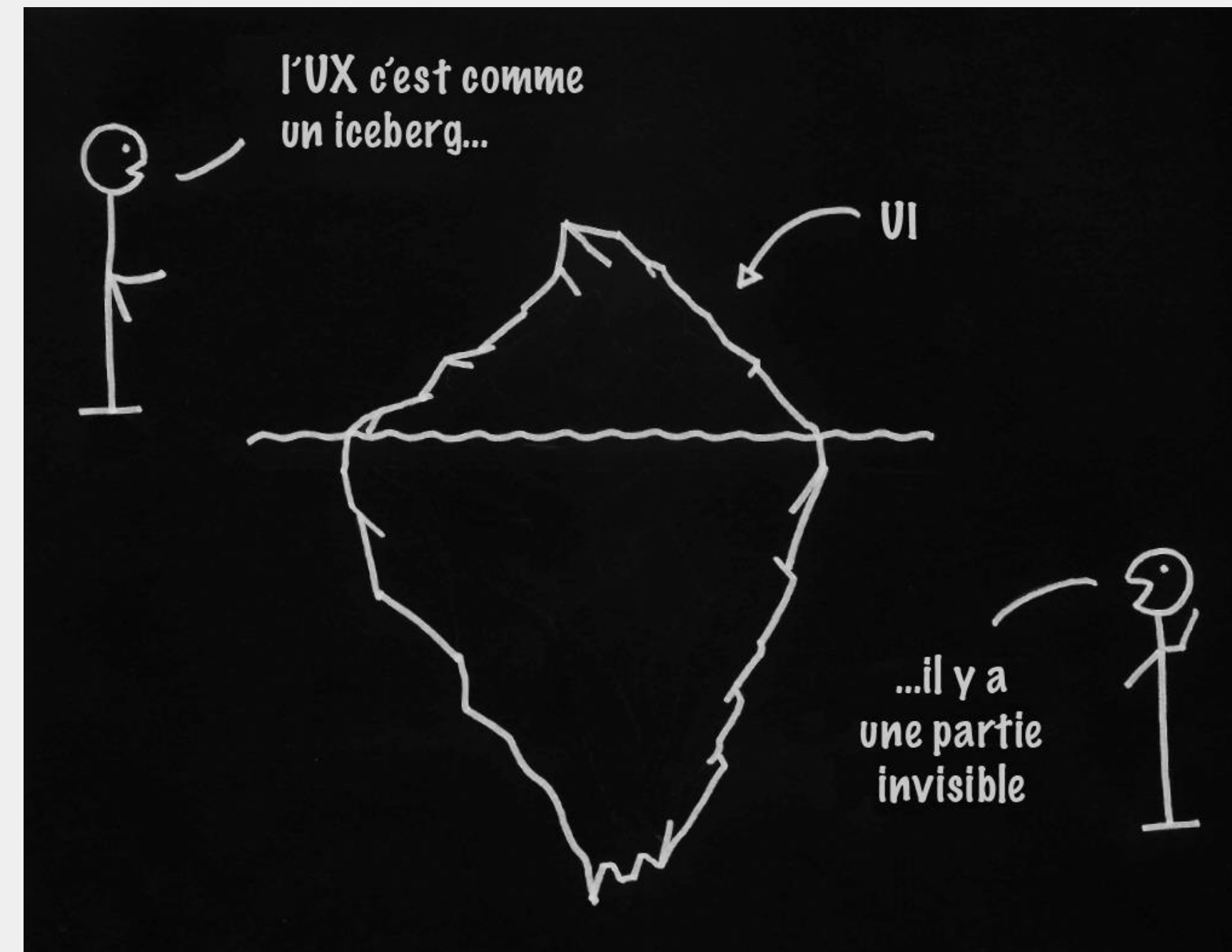
Qu'est ce que l'UX ?





UI/UX, Quelles différences ?


- UX : mix entre parties visibles et invisibles, qui ensemble contribuent à l'expérience de l'utilisateur
- UI (User Interface) : partie visible du produit



Exemple de la voiture

UI/UX

Quelles différences ?



Good	Bad
Email loremipsum@gmailcom	Email loremipsum@gmailcom
Oops this doesn't look like a valid email address. Try adding '.' before com	
Password ● ● ● ● ● ● ● ●	Password ● ● ● ● ● ● ● ●
Error , please try again. You have 4 tries remaining.	
<input checked="" type="checkbox"/> Remember me Forgot Password?	<input checked="" type="checkbox"/> Remember me Forgot Password?
LOGIN	LOGIN

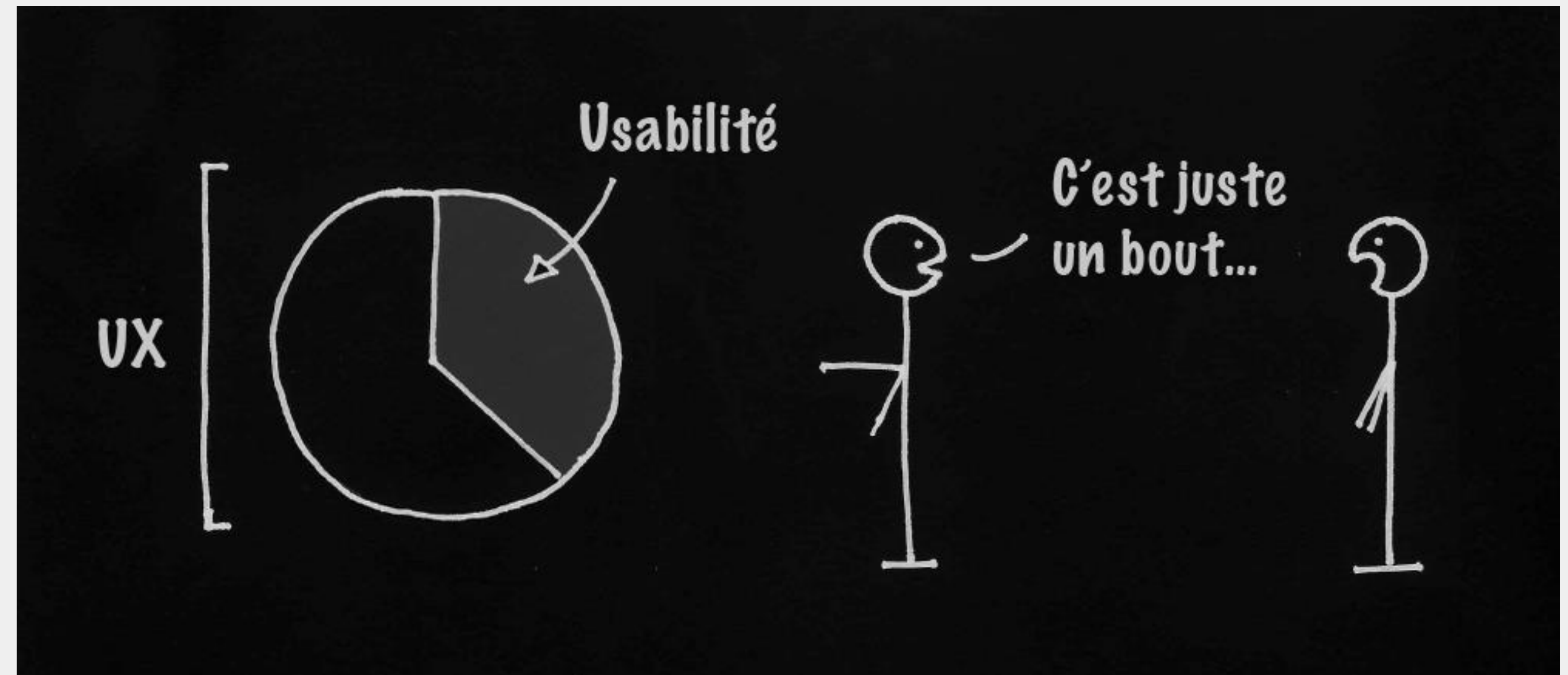


Fonctionnalités (Usability)

- *L'usabilité est le degré selon lequel un produit peut être utilisé par des utilisateurs identifiés pour atteindre des buts définis avec efficacité, efficience et satisfaction dans un contexte d'utilisation spécifique*
- *Critères d'usabilité :*
 - *Utile*
 - *Utilisable*
 - *Navigable*
 - *Accessible*
 - *Compréhensible*
 - *Simple*

Fonctionnalités (Usability)

- UX : Rendre l'utilisateur heureux, lui offrir une expérience agréable et significative
- Usabilité : Donner la possibilité aux utilisateurs d'accomplir leurs tâches avec simplicité



Stratégie : Rechercher le taux de rétention

- La stratégie permet de mesurer le succès de votre stratégie UX.
- Elle peut se mesurer de manière qualitative (notes, commentaires ...) ou quantitative (nombre de visiteurs, de ventes ...)





Stratégie : Rechercher le taux de rétention

- L'indicateur principalement utilisé est le taux de rétention des utilisateurs
(*part des utilisateurs qui continuent à utiliser régulièrement votre application après 3 mois de découverte*)
- On considère qu'une application est un succès au delà de 30% de taux de rétention.
Le taux moyen de rétention est uniquement de 11% !
Certaines applications atteignent presque les 100% (Facebook:98%, WhatsApp:77%)

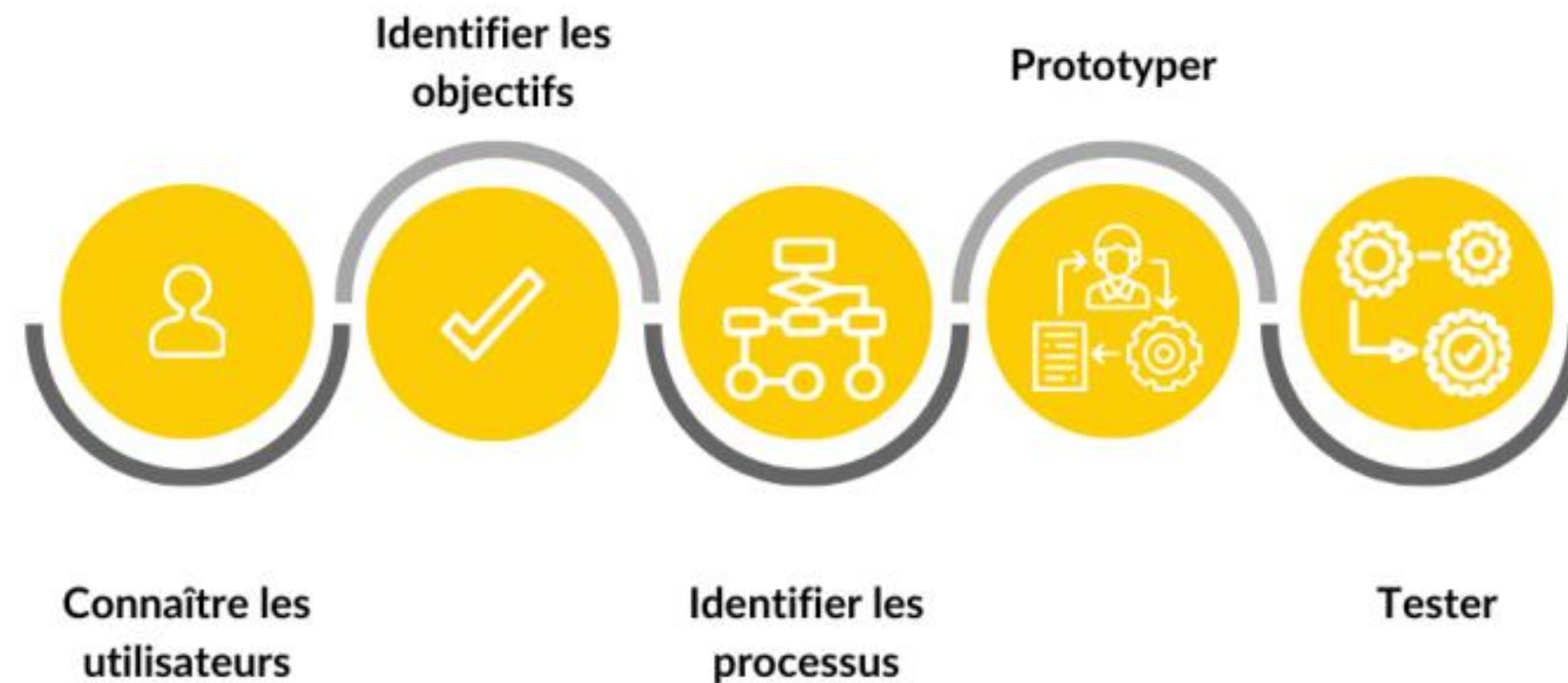
Votre objectif, en tant qu'UX designer, est de travailler vos interfaces et l'usabilité de votre application pour augmenter au maximum votre taux de rétention.

Une application, aussi jolie et utile soit elle n'a aucun intérêt si elle n'est pas utilisée !

Adopter une démarche UX



Méthodologie de l'UX Design





Collectez les besoins de votre client

- Faites parler, et surtout **ECOUTEZ** votre client.
- Liste non exhaustive de question à poser en amont du projet :
 - Pour quelle date attendez-vous que le produit soit terminé ?
 - Quel est votre budget ?
 - Êtes-vous le/la seul-e interlocuteur/trice sur ce projet ?
 - Quelle est la mission du produit ? Que doit-il permettre de faire à l'utilisateur ?
 - Quelle est votre vision à court terme et long terme du produit ? Quelles évolutions futures prévoyez-vous ?
 - Quels sont vos modèles d'inspiration pour l'amélioration/création du produit ?
 - Qui sont vos concurrents sur le marché ?



Collectez les besoins de votre client

- Gardez un lien REGULIER et CORDIAL avec votre client

Faites un point avec votre client à minima à chaque étape de votre projet (définition du projet, visuels, maquettage, prototype, tests ...).

Plus vous aurez d'interactions avec votre client, plus votre projet aura de chances de réussir.



Cartographiez votre compréhension du projet

- Imprégnez vous du sujet

Faites un maximum de recherches sur le sujet du projet qui vous ait proposé (vidéos, séries, films, jeux, romans, articles de recherche ...)

Plus vous comprendrez le projet, et son environnement, et plus vous serez à même de répondre aux besoins de vos utilisateurs !

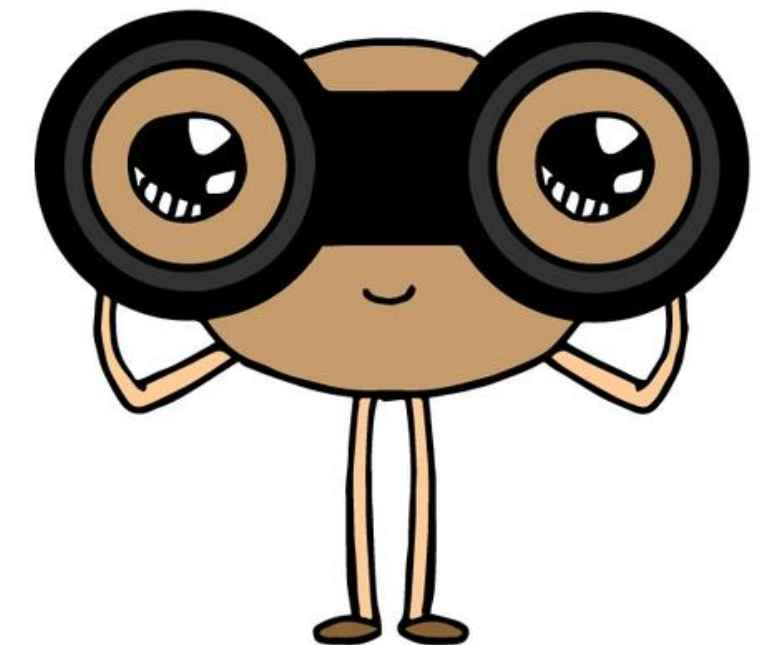


Cartographiez votre compréhension du projet

- Rendez vous sur le terrain

Essayez au maximum de rentrer dans la peau de vos utilisateurs. Si cela est possible, immergez vous dans des conditions réelles, cela vous permettra de vivre les mêmes émotions, satisfactions, frustrations et attentes qu'eux.

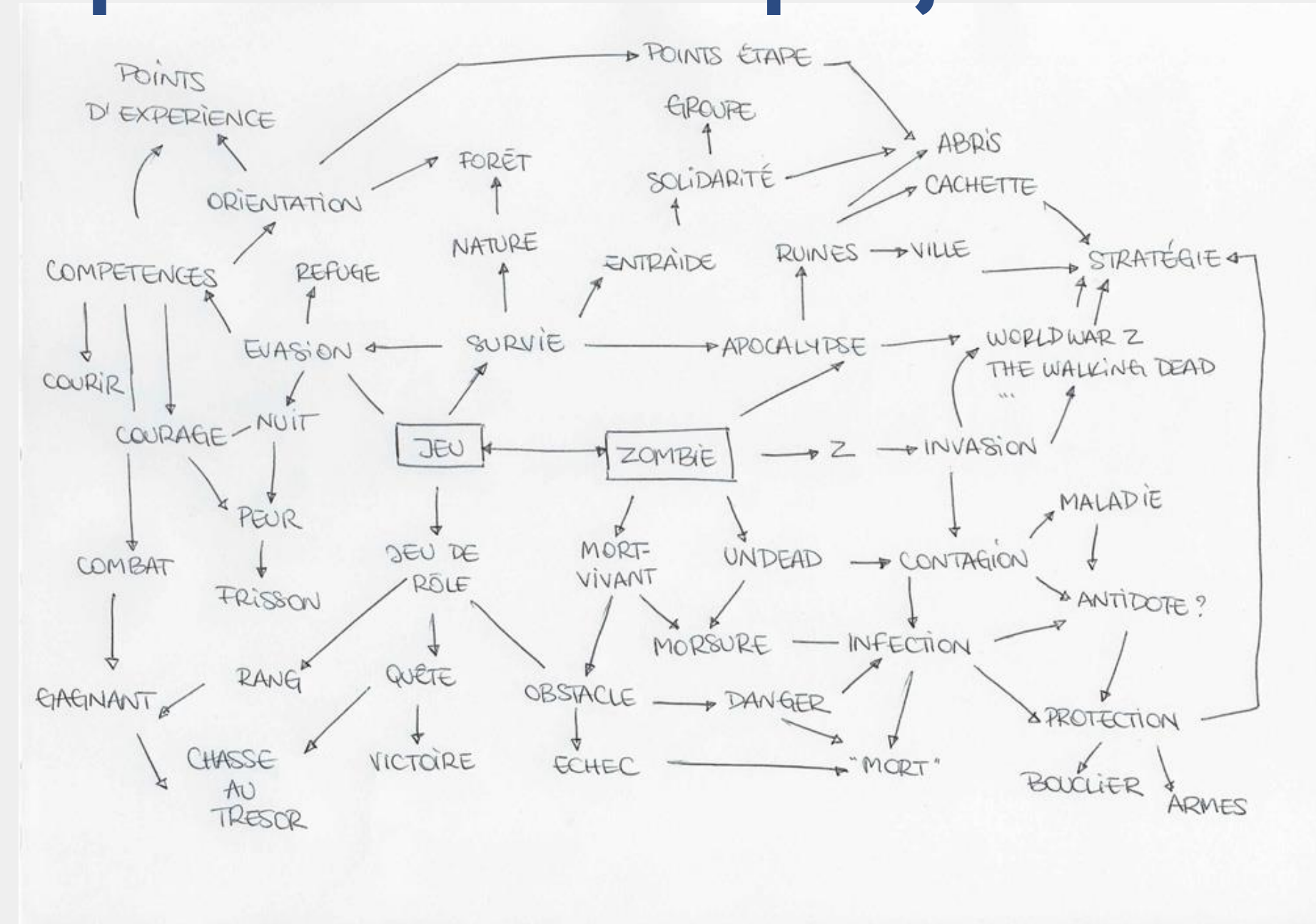
Exemple de la recherche menée en Ehpad



Cartographiez votre compréhension du projet

- Mettez en place votre mindmap

Une fois les recherches et mise en situation effectuées, dessinez votre mindmap pour clarifier votre compréhension du sujet, et des liens entre les notions.



Cette mindmap sera à revalider avec le client avant de continuer



Interrogez vos utilisateurs

- Interrogez au maximum vos futurs utilisateurs pour comprendre leurs attentes sur le produit (sondages, entretiens, micro-trottoir ...)
- Faites varier au maximum les profils des utilisateurs (utilisateurs extrêmes + et -, utilisateurs type)
- Posez toujours des questions ouvertes, précises, et qui font au maximum parler votre utilisateur



Créez vos personas

- Identifiez vos 2 profils d'utilisateurs "extrêmes" (utilisation très intensive / utilisation très faible)
- Identifiez votre (ou vos) profil(s) type d'utilisateur(s) (utilisation "classique")
- Listez les caractéristiques déterminantes de chaque persona (personne fictive stéréotypée)
 - Nom (fort et fédérateur)
 - Famille (extrêmes, classique)
 - Age (enfant, ado jeune, intermédiaire...)
 - Narratif (Phrase de description de la personne)
 - Objectif (but recherché par l'utilisation du produit)
 - Récurrence (nombre de fois où il utilise le produit)
 - Cas d'usage (quand utilisera t'il le produit)
 - Caractère (trait dominant du groupe de personnes(calme, nerveux...))
- Attribuez une photo à vos personas



Créez vos personas

EXERCICE D'APPLICATION : CLASSE ENTIERE

L'entreprise Zombies&Co vous a contactée pour développer son nouveau jeu mobile révolutionnaire.

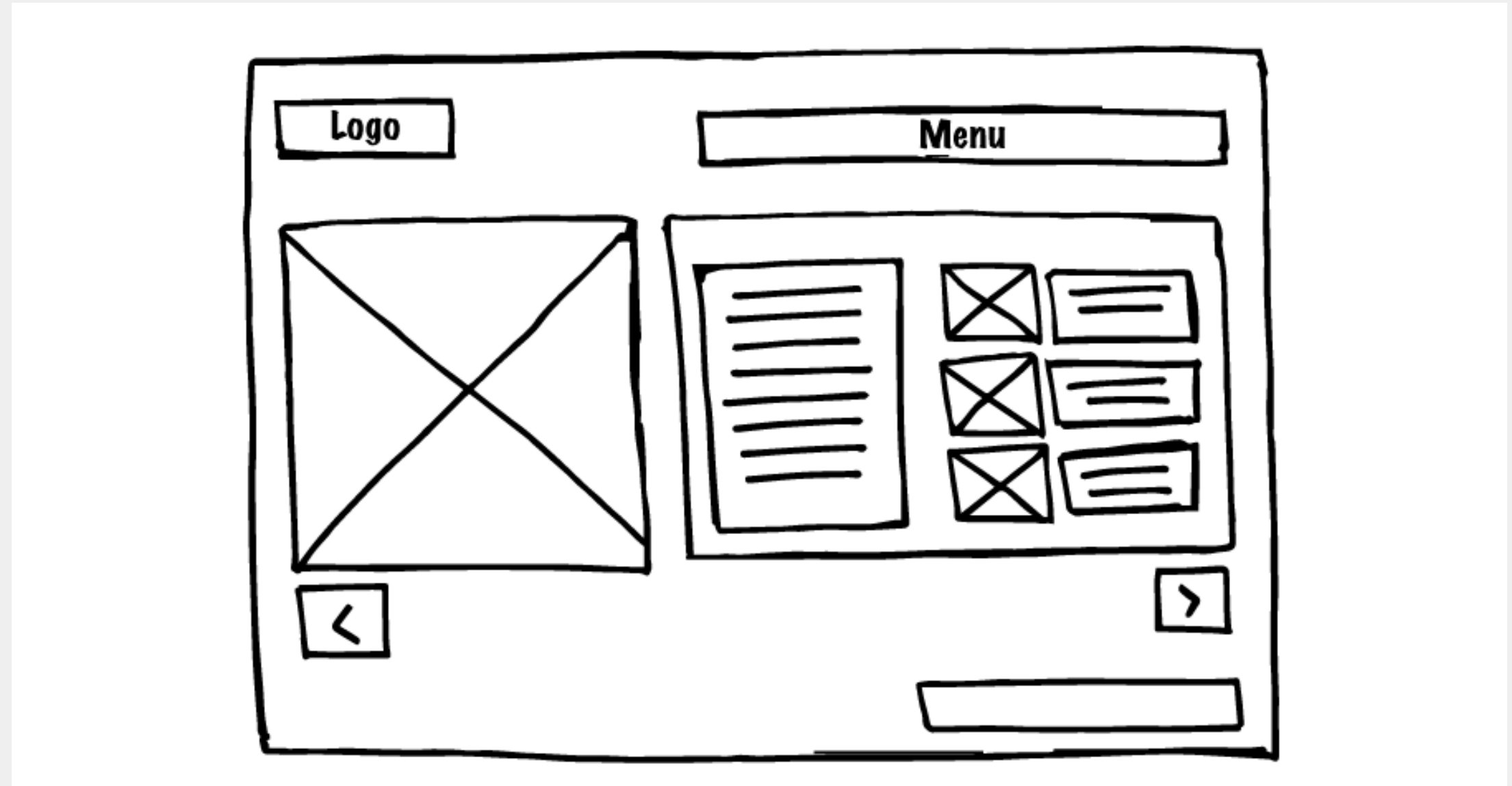
Après discussion avec le client, et nombreuses recherches, vous avez mis en place la mindmap du projet que vous avez validé avec le client (diapo 19).

- Définissez les personas principaux du projet



Concevez vos wireframes

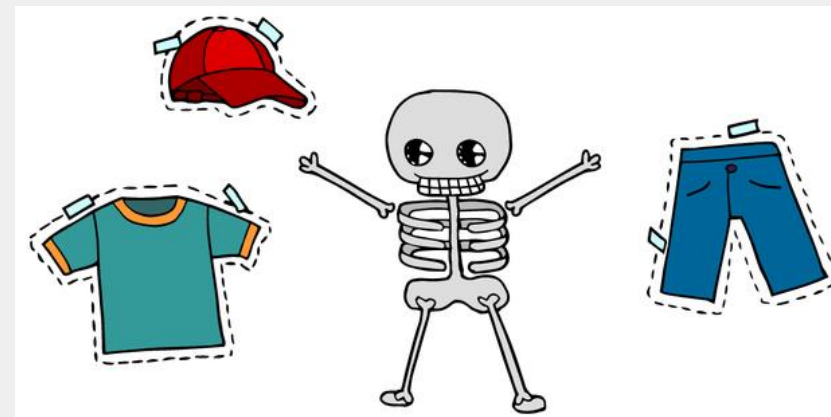
- Représentez grossièrement les interfaces principales de votre application.
- Commencez toujours par maquetter les versions mobiles.
- Le but est de réfléchir aux éléments que vous allez intégrer dans vos pages, et les liens entre celles-ci





Prototypez votre application

- Il est fondamental de prototyper votre application pour éviter de partir dans une mauvaise direction : PoC
- Commencez par prototyper la structure de votre application (équivalent wireframe).
- Une fois le prototype validé (par le client et par les retours de vos testeurs), vous pourrez vous focaliser sur l'application de votre charte graphique (visuels et textes), que vous testerez et ferez évoluer également !





Faites tester vos prototypes

- Faites faire des petits tests mais fréquemment (à chaque étape clé, chaque questionnement)
- Faites tester des versions A et B pour vous décider entre 2 idées (A/B testing).
- Analysez le comportement de votre utilisateur lors de ces tests
L'idéal est de filmer le parcours de votre testeur pour analyser ses blocages et incompréhensions.



Analysez les retours de tests

- Une fois les tests effectués, prenez le temps d'analyser vos retours :
 - Regroupez les retours similaires pour n'en garder qu'une liste pertinente (+/- 5 retours).
 - Classez cette liste pertinente de retours par critères d'usabilité (diapo suivante).

Vous pouvez ensuite traiter vos modifications par ordre de priorité

Critère d'usabilité	Violation	Gravité
Homogénéité		... /3
Universalité		... /3
Clarté		... /3
Liberté		... /3
Flexibilité		... /3
Facilitation		... /3
Visibilité		... /3
Précaution		... /3
Récupération		... /3
Aide		... /3



Critères d'usabilité

- Voici la liste des critères avec leur définition et des exemples :
 - Homogénéité : Le design reste cohérent d'un bout à l'autre du produit.
 - Universalité : Le design affiche un langage et use d'une symbolique familière, que tout le monde est capable de reconnaître.
 - Clarté : Le design est esthétique et minimaliste.
 - Liberté : Le design permet de faire des allers-retours.
 - Flexibilité : Le design permet de s'écarter du chemin de navigation prévu.
 - Facilitation : Le design n'impose pas une charge cognitive lourde.
 - Visibilité : Le design donne une indication d'où l'on est.
 - Précaution : Le design évite les erreurs : demande confirmation avant d'effectuer une tâche qui semble risquée et propose une alternative.
 - Récupération : Le design récupère les informations perdues.
 - Aide : Le design fournit de l'aide si besoin.



Livraison d'une application

- Votre application est "terminé" (V1 passable en production) lorsque qu'elle :
 - A passé des tests d'usabilité (pas de pb d'utilisation)
 - Est graphiquement abouti (respecte la charte graphique et correspond à l'univers)
 - Répond au besoin de l'utilisateur (est fonctionnel)

Cependant, même terminée, votre application peut et doit continuer à être développée !



Livraison d'une application

- Livrez toujours une application avec sa charte graphique associée, pour faciliter la maintenance et les évolutions futurs, contenant :
 - Les différentes versions du/des logo(s)
 - La palette de couleurs
 - La typographie utilisée

NB : Ce n'est pas l'objet du cours, mais un projet doit également être livré avec un document de conception technique et fonctionnel

Bonnes pratiques UX



Bonnes pratiques UX

<https://www.checklist.design/>