



Test without coding

WHY ?

Obtain precise feedback on the use of a product or service in order to prioritise improvements.



HOW ?

User testing is a method that is used to collect actual feedback from users. A facilitator establishes contact with users (usually between 5 and 15) and asks them a series of questions about the digital interface in order to promote exchanges and reactions.

WHAT ?

1.PREPERATION OF THE TEST
PROTOCOL

2.RECRUITMENT OF USERS

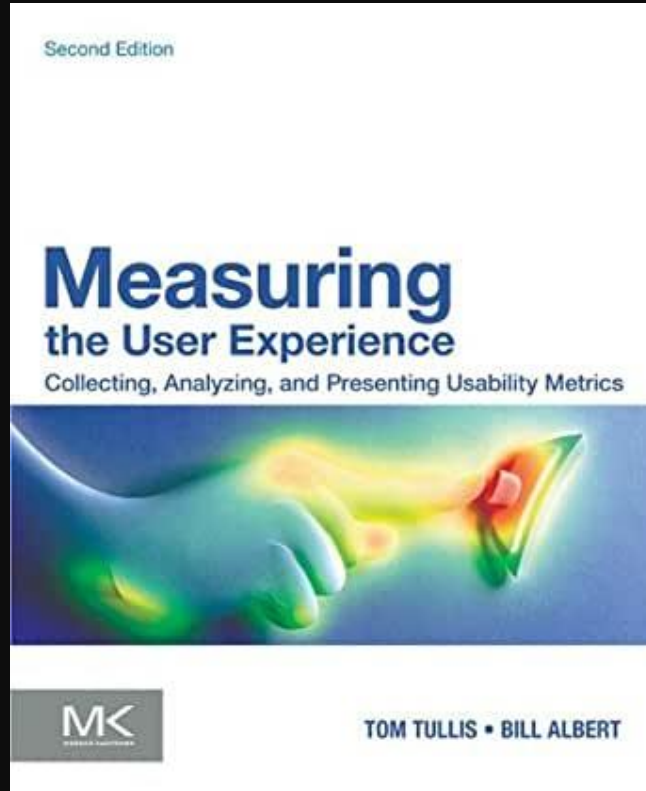
3.FACILITATION OF THE TEST

4.ANALYSIS AND ARBITRATION

1. PREPARATION OF THE TEST PROTOCOL

TEST PROTOCOL

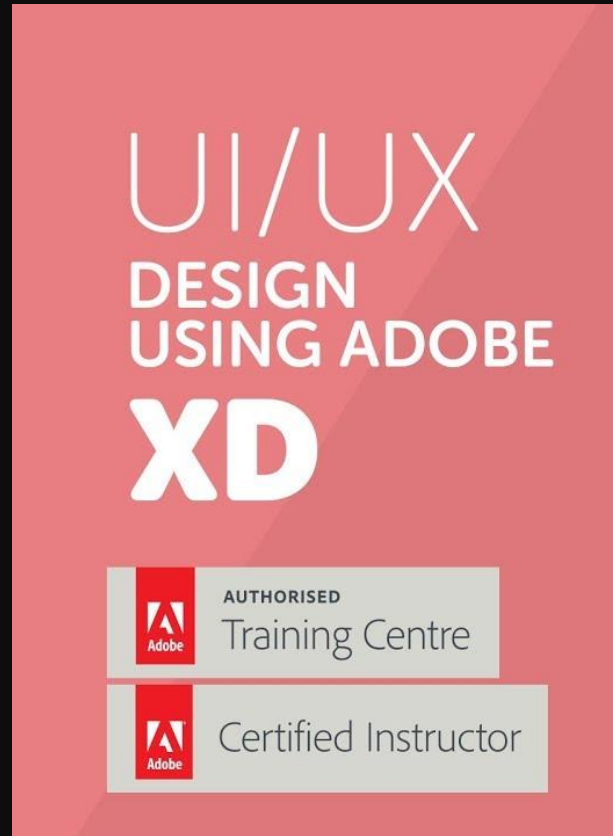
A. Definition of test objectives



- Performance (rate of success/failure of tasks, time spent on the tasks, efficiency , ease of learning)
- Usage difficulties (level of severity of the problem identified, frequency and type of difficulties encountered)
- User perception of the experience (ease of use, level of expectations, etc.)
- User behavior and emotions (number of positive and negative comments, etc.)

TEST PROTOCOL

B. DESIGNATE THE INTERFACES TO TEST



- Select the interfaces to be tested first
- Create animated models by reproducing the most realistic digital experience possible (wording, photo...)
- Test your interfaces internally prior to user testing

TEST PROTOCOL

C. Write the test scenarios

Client : Ici le nom de votre client Programme : Ici le nom du programme global Projet : Ici le nom du projet spécifique Lot : Ici le nom du lot Type de document : Ici le type de doc Nom du document : Ici le nom du doc Version : Ici la version Statut : Ici le statut Auteur : Ici l'auteur Date : 01.01.2011

brief — analyse — benchmark — objectif — rôle — persona — parcours — positionnement — sémantique — contenu — référencement — e-marketing — cartographie — arborescence — fonctionnement — inventaire — interface — storyboard — évaluation

suggestion de titre à saisir : mini test-utilisateur

test utilisateur flash

SCÉNARIO DE TEST

• l'utilisateur doit trouver le produit / l'information / en partant de...

Contexte d'utilisation :
Point de départ :
Objectif du test :
Le test réussi si :
Le test échoue si :
Profil de l'utilisateur :
Évaluateur :

PERSONA

• Cliquez sur l'icône pour ajouter une image

DEPART

>

>

>

>

>

>

OBJECTIF

• analyses

• analyses

• analyses

• analyses

• analyses

• analyses

TOP

TOP

TOP

TOP

TOP

TOP

IMPRESSION GENERALE

ANALYSES & COMMENTAIRES

POUR ACTION (!)

ÉCHEC

TEST REUSI

ICI LE LOGO DE VOTRE SOCIÉTÉ - ICI LE NOM DE VOTRE SOCIÉTÉ

index | public | médiathèque | guide d'utilisation | support | crédits & droits

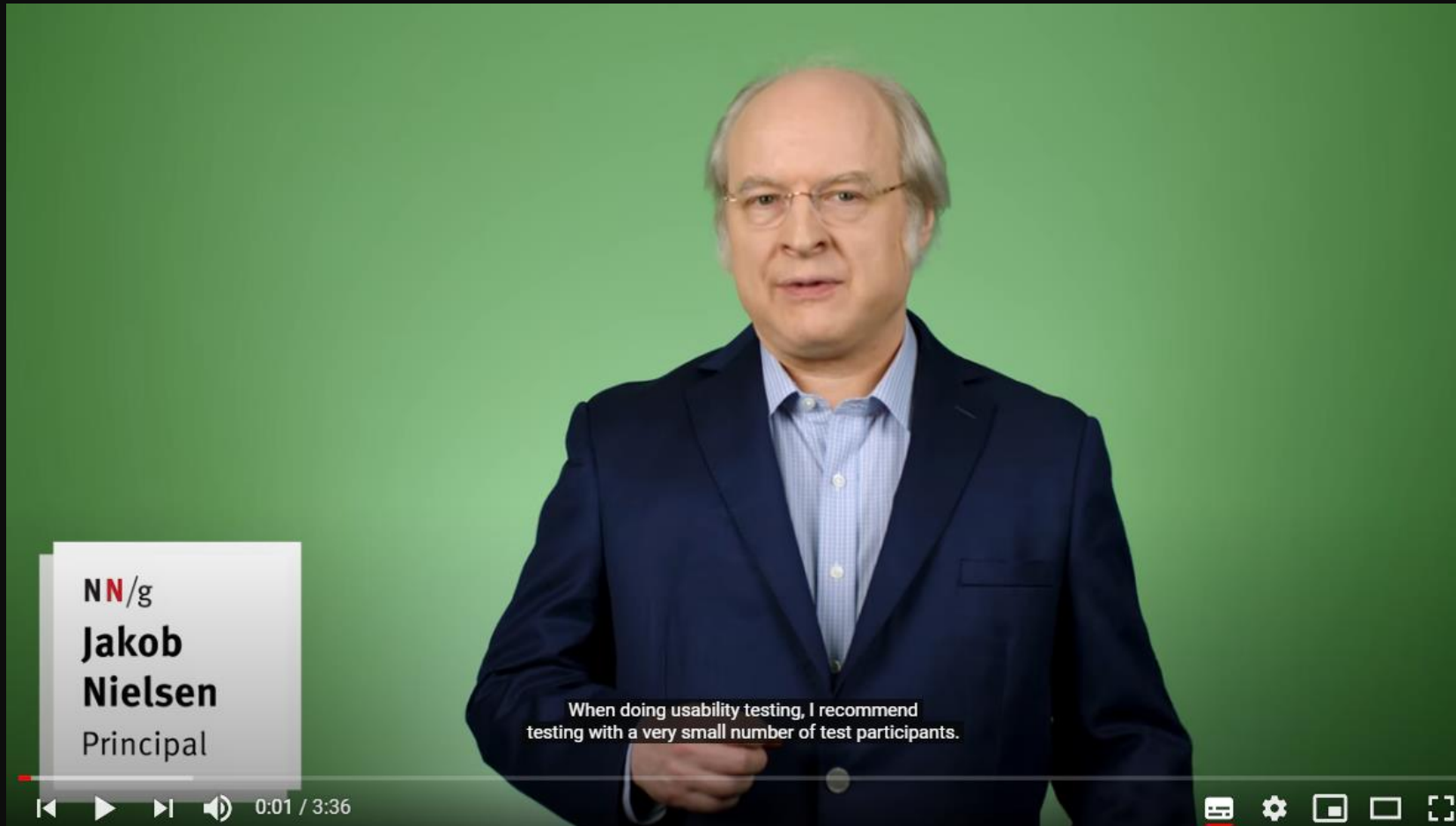
matrice documentaire template: WFACTOR1 v1.0 | modèles déposés | <http://templates.wfactor.fr>

89 / 198

- Define the possible scenarios
- Produce the sequences of the different screens
- Identify the expectations and desired results
- Write down the questions to ask

TEST PROTOCOL

D. Pre-test



2. RECRUIT YOUR USERS

RECRUITMENT

A. Target your users

**WHO ARE
YOUR
EARLY
ADOPTERS?**



RECRUITEMENT

B. Define their profiles

JTBD | MARKETING CANVAS



OBSERVATION OF THE SITUATION

When He/She....

Describe as much as possible the context where the job to be done has to be executed. All about circumstances....

FUNCTIONAL OUTCOME

He/She wants to ...

What are the most central tasks that must be accomplished in getting the job done?

EMOTIONAL ASPIRATIONS

So He/She can ...

Understand Why your customer do this.

REDUCE ANXIETY - REWARDS ME - NOSTALGIA - DESIGN
AESTHETIC - BADGE VALUE - WELLNESS - THERAPEUTIC VALUE
- FUN/ENTERTAINMENT - ATTRACTIVENESS - PROVIDE ACCESS

LIFE CHANGING ASPIRATIONS

So He/She can ...

Understand Why your customer do this.

PROVIDES HOPE - SELF-ACTUALISATION - MOTIVATION -
HERITAGE - AFFILIATION/BELONGING

SOCIAL IMPACT ASPIRATIONS

So He/She can ...

Understand Why your customer do this.

SELF-TRANSCENDENCE

Marketing Canvas v2.1 - 2020 ©



MARKETING CANVAS by Laurent Bouby is licensed under a Creative Commons
Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Help Smart Marketers to become Smarter / © laurentbouby.com

RECRUITEMENT

C. Recruitment and organisation



- Start your recruiting campaign as early as possible. It takes time!
- Contact as many people as possible
- Start with your network
- Use social media networks
- Provide the equipment and test it

3. FACILITATING THE TEST

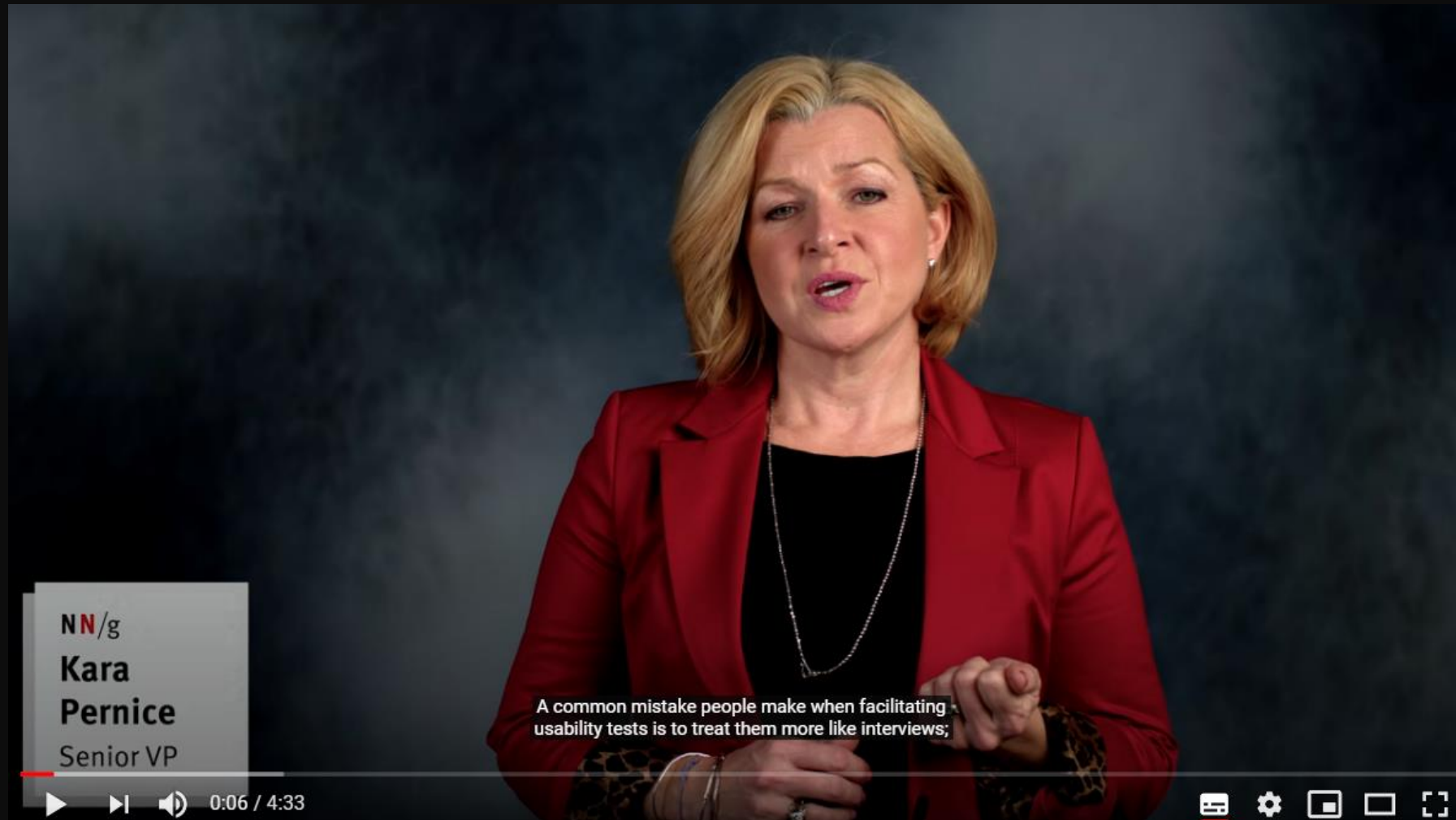
FACILITATION

A. Advice of Google venture



FACILITATION

B. Roles and techniques



FACILITATION

C. Collection of feedback

	groupe :	Guillaume & Manu	
	testeur		
Tâche	testé ?	réussi ?	commentaires
détail	oui / non	facile, avec difficulté, échec	détail du retour : problème (bug, pb UX, pb wording...), besoin, idée d'amélioration ...
Page Produit			
Tâche 1 : Créer un produit simple			
rentrer un titre	Oui	Facile	
ajouter des photos	Oui	Facile	Il a apprécié le drag & drop + rajout de légende (ses clients arrivent souvent via Google Images)
changer l'ordre des photos	Non		
			Il a confondu le prix HT / TTC, mais il a rapidement réglé le problème. Dit qu'il a besoin du calcul de marge. Difficultés rencontrées sur le pricing avancé. Il aurait aimé pouvoir configurer le prix selon les quantités achetées
mettre un prix	Oui	Avec difficulté	
mettre une taxe	Oui	Echec	Il a essayé par lui-même d'insérer l'écotaxe sans la trouver
remplir summary / description	Oui	Echec	Il a confondu Summary et Description sans en faire la distinction durant l'ensemble du test
prévisualiser	Oui	Avec difficulté	A d'abord cherché en haut de page (habitude ?)
			Il n'a pas retrouvé l'espace Quantité une fois les déclinaisons activées. Juge la date de disponibilité pas utile (il travaille en flux tendu), pas sûr qu'il ai compris qu'il peut la laisser vide
mettre des quantités	Oui	Avec difficulté	
dupliquer un produit	Non		Il n'aurait sans doute pas rencontré de soucis car la barre d'outils en bas de page est un "aha moment"
Assigner à une catégorie	Oui	Avec difficulté	Il a apprécié le fonctionnement mais il n'a pas compris le système de catégories Parent / Enfant et a rencontré des difficultés à la création d'une catégorie
Ajout d'une feature	Oui	Facile	Pas adapter à son activité. Il a une 20aine de features pas produit, cette manière de procédé lui prendrait énormément de temps
Configurer le cross-selling	Oui	Facile	Il a particulièrement apprécié
			Peu d'intérêt pour lui. Il n'a pas besoin des dimensions et ne travaille qu'avec deux transporteurs. Il n'a pas compris la partie "Available Carriers"
Configurer la livraison	Oui	Facile	
Tâche 2: Saisir les déclinaisons d'un produit			

+

du 17/03/2016 ▾

tests du 18/03/2016 ▾

tests du 31/03/2016 ▾

tests du 01/04/2016 ▾

tests du 07/04/2016 ▾

test du 08/04/2016 ▾

tests du 14/04/2016 ▾

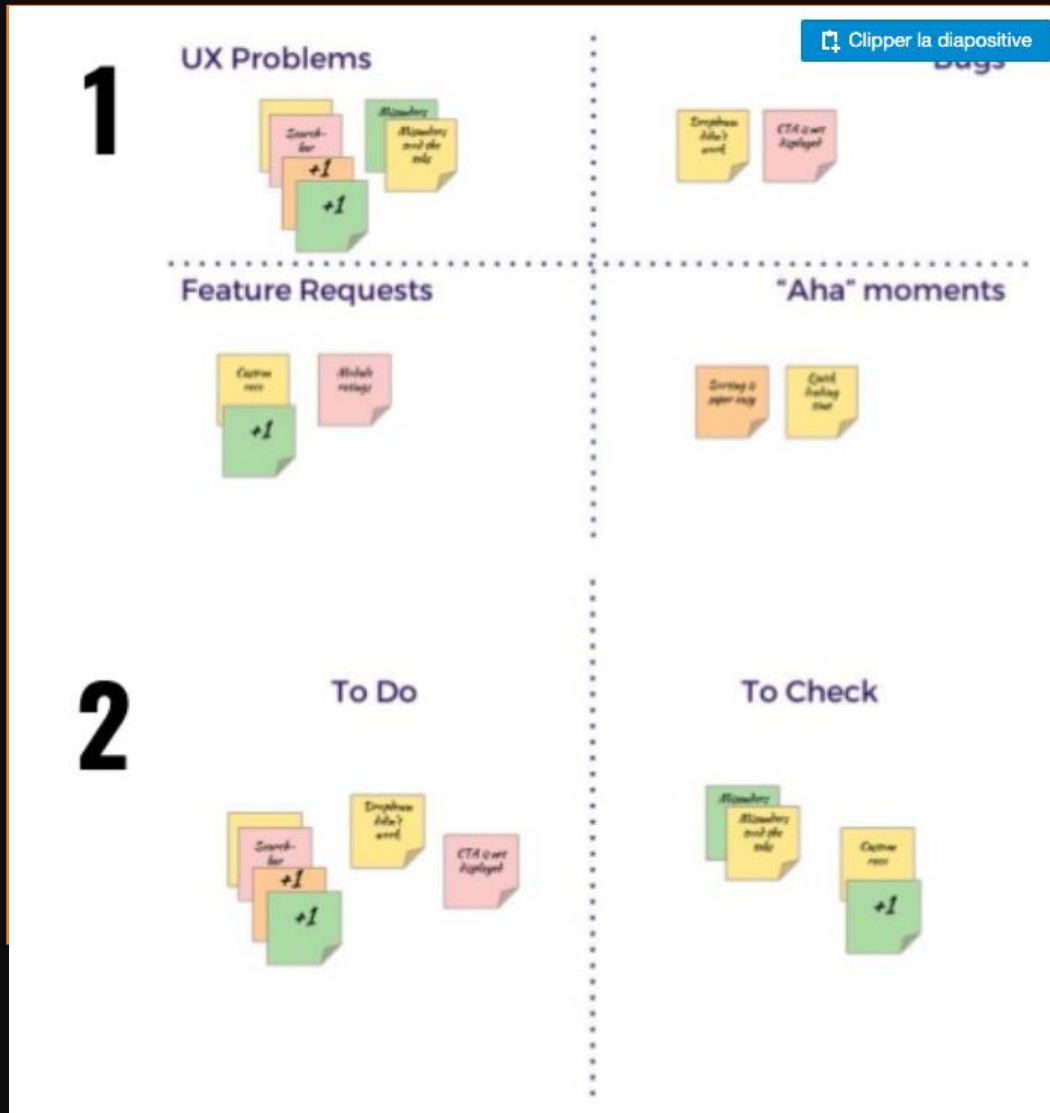
➤ Immediate note-taking

➤ Delegating roles in the team: one who poses questions, one who takes notes

4. ANALYSIS AND ARBITRATION

ANALYSIS

A. Ranking and prioritisation of feedback



- UX PROBLEMS: Repeated, poor functional understanding
- BUGS: Anomalies detected
- « AHA » MOMENTS: Surprises and things we hadn't thought of
- TO DO: Irritants that can be activated immediately
- TO CHECK: Need for reflection

ANALYSIS

B. Continuous improvement



Take time, step back and collectively define what we can

- > Upgrade for the next test
- > Delete
- > Maintain