

Design Thinking : la phase de test de la solution

Table des matières

I. Mettre en place des tests	3
A. En quoi consiste la phase de test ?	3
B. Préparation de la phase de test.....	4
II. Exercice : Quiz	6
III. Connaître les techniques et comment réussir un test	7
A. Techniques de test et l'analyse	7
B. Conseils utiles pour vos tests	9
IV. Exercice : Quiz	10
V. Essentiel	11
VI. Auto-évaluation	11
A. Exercice	11
B. Test.....	12
Solutions des exercices	12

I. Mettre en place des tests

Durée : 1 H

Environnement de travail : un pc

Contexte

Après avoir défini le problème, vous avez sélectionné les meilleures idées auxquelles vous aviez pensé dans vos séances d'idéations. Vous avez ensuite construit des prototypes représentant vos idées matériellement ou sous forme d'application.

C'est désormais le moment de tester vos solutions, si les utilisateurs font face à des obstacles, votre équipe doit revoir ses solutions et trouver d'autres moyens d'arriver à répondre aux attentes.

L'utilisateur est au cœur du processus, le but est de comprendre ses besoins sans quoi le processus ne peut aboutir.

La méthode est itérative, chaque étape va apporter des informations utiles pour améliorer votre prototype. Vous présenterez chaque fois une nouvelle version mise à jour aux utilisateurs. Elle prendra en compte vos observations suite aux tests précédents. Vous devrez donc savoir analyser les résultats des tests.

Avant de lancer un produit sur le marché, vous devez faire des tests à grande échelle. S'ils sont concluants, vous entrez en production sinon vous continuez le processus itératif.

Mettre en place des tests est le moyen à utiliser pour observer et recueillir des données en fin de processus Design Thinking.

A. En quoi consiste la phase de test ?

La phase de test est l'étape finale du processus de Design Thinking. Vous allez découvrir si vous avez bien compris les besoins des utilisateurs, si votre prototype y répond et si vous devez effectuer des ajustements ou bien, dans les cas les plus décevants, tout recommencer.

Soumettre les prototypes à un groupe d'utilisateurs va permettre de confirmer ou d'infirmer vos hypothèses quant à la solution à apporter. Vous allez, quoi qu'il en soit, pouvoir recueillir de précieuses informations en observant les utilisateurs interagir avec le produit. Ensuite vous tiendrez compte des résultats pour soumettre une nouvelle version du produit lors de nouveaux tests.

Vous restez donc toujours au contact des utilisateurs potentiels puisqu'après avoir retravaillé les prototypes, vous testez à nouveau. Ce travail itératif crée une boucle entre le prototypage et les tests. Cependant les tests peuvent en réalité être effectués à n'importe quel moment du processus de Design Thinking.

L'objectif, quand on utilise les tests après le prototypage, est de recueillir des avis utilisateurs à propos des prototypes. Mais plus généralement, il s'agit de mieux comprendre l'utilisateur.

C'est pourquoi les tests peuvent avoir un effet sur toutes les phases du Design Thinking. En observant les utilisateurs pendant les tests, vous apprendrez à les comprendre, vous serez plus à même de faire preuve d'empathie. Une séance de test peut vous amener à revoir la façon dont vous aviez formulé la problématique et à la redéfinir. Enfin, les tests peuvent générer de nouvelles idées à l'étape de l'idéation.

On peut donc avoir recours aux tests bien avant la phase de prototypage, même si le moment le plus important où vous devez tester est lorsque vous avez réalisé vos premiers prototypes.

Toutes les phases du Design Thinking ne suivent pas nécessairement un ordre préétabli. On pourrait par exemple créer un prototype simple dès le début du projet et s'appuyer dessus pour répondre aux objectifs de la phase empathie ou de définition de la problématique.

Peu importe les moments où vous aurez recours aux tests, vous ne devez pas produire avant d'avoir testé au préalable.

Lors de la phase de test, il est important de rester concentré sur :

- Tout ce qui apporte des informations à propos de la solution.
- Les éléments qui peuvent faire évoluer vos prototypes.
- Les indices qui montrent que votre idée est bonne ou qu'au contraire vous devez l'abandonner.
- Les réactions des utilisateurs qui confirment, outre que l'idée est bonne, qu'elle est bien conçue.
- L'évaluation de l'utilité du prototype par rapport aux usages et le degré de satisfaction des utilisateurs.

Commencez à tester dès vos premiers prototypes, même s'il s'agit de simples wireframes sur papier. Avec 5 à 10 testeurs, vous aurez assez d'informations pour solutionner la quasi-totalité des problèmes liés à l'expérience utilisateur. En même temps, vous allez pouvoir aussi sonder le marché. Grâce aux retours des utilisateurs, vous aurez une meilleure compréhension en prenant du recul par rapport à vos croyances et en observant les usages. Vous découvrirez probablement des besoins qui n'avaient pas été exprimés auparavant par les utilisateurs.

Portez une attention particulière à la façon dont ils interagissent avec le produit pour réfléchir à comment rendre les choses plus faciles. Écoutez également ce qu'ils disent et posez-leur des questions pour savoir plus précisément ce qu'ils veulent dire.

La mise en œuvre de tests poursuit 2 grands objectifs principaux : mieux connaître les utilisateurs et prendre des décisions éclairées pour améliorer la satisfaction des utilisateurs.

Les avantages que procure le recours aux tests sont nombreux. Vous allez ainsi pouvoir :

- **Tester vos hypothèses** : il est important de prendre du temps pour les vérifier et ne pas les valider trop vite. Soyez attentif à tout ce qui ne va pas dans le sens que vous aviez prévu. Ici, il s'agit de tester des idées que vous avez matérialisées en imaginant comment l'utilisateur va se servir du produit. Pour cela, vous vous êtes posé une série de questions tout en vous mettant à sa place. Commencer à tester tôt permet d'effectuer rapidement des corrections.
- **Repérer les erreurs de conception** : il faut que l'utilisateur n'ait aucun problème de compréhension sur l'utilisation du produit, qu'il soit facile à utiliser et intuitif. Pour vous et votre équipe, l'utilisation du produit paraîtra toujours simple et logique puisque vous l'avez conçue, mais c'est bien les utilisateurs qui vont s'en servir au final, c'est donc à eux de confirmer. Vous devez supprimer tous les points de friction pour créer la meilleure expérience utilisateur. Les freins à l'utilisation de votre produit doivent être identifiés pendant les tests pour éviter des commentaires négatifs ou que le produit soit délaissé par frustration.
- **Gagner du temps et réaliser des économies** : les utilisateurs lors des tests vont manifester un intérêt plus prononcé pour certaines fonctionnalités et en même temps en considérer d'autres comme inutiles. Vous allez donc pouvoir vous baser sur leurs attentes pour prioriser des fonctionnalités, abandonner celles inutiles et ainsi ne pas perdre de temps à développer des choses qui n'ont pas d'intérêt. Ainsi vous réaliserez des économies substantielles. Attendez donc d'avoir les avis des utilisateurs avant de creuser des idées trop en profondeur et d'engager des frais. N'essayez jamais de passer outre en tentant d'imposer une idée, cela ne fonctionnera pas.

B. Préparation de la phase de test

La première chose à prévoir avant l'organisation de séances de tests est de définir ce que vous allez tester, ce que vous souhaitez savoir.

Vous allez donc imaginer le parcours que vont suivre les testeurs et proposer un prototype qui permet de les mettre dans le contexte avec tout ce dont ils auront besoin pour effectuer les tâches visées. Par exemple, pour un site internet d'un e-commerce, si vous voulez tester l'achat d'un produit, prototypez tout le parcours d'achat et créez les éléments de navigation et boutons cliquables pour aller au jusqu'au bout du processus. Si certains éléments sont encore statiques au stade du prototype, indiquez-le aux testeurs pour qu'ils ne restent pas bloqués à essayer quelque chose qui n'est pas encore implémenté.

Toujours concernant la création d'un prototype de site web ou d'application, vous devez mettre du contenu même s'il n'est pas définitif, cela permet à l'utilisateur de mieux se projeter. Ne mettez donc pas de paragraphes génériques fictifs, sinon les utilisateurs vont croire qu'il s'agit d'une erreur du site.

Gardez également une certaine cohérence au niveau de l'aspect visuel, qui doit s'accorder notamment avec le contenu.

Le niveau de réalisme du prototype dépend des objectifs du test et du stade d'avancement. On aura par exemple besoin d'une interface utilisateur travaillée surtout dans les cas où l'on souhaite évaluer la perception générale ou la désirabilité de l'interface.

Il est utile, avant de mettre en place les séances de tests, de préparer un document dans lequel vous allez préciser les scénarios de test, les manipulations à réaliser.

Vous allez vous en servir pour expliquer aux utilisateurs les tâches à réaliser en rappelant le contexte et les objectifs. Faites bien attention de ne pas expliquer comment se servir de votre produit, vous devez justement vérifier qu'il est simple à comprendre sans indications.

Exemple

Vous allez rédiger vos scénarios en racontant une situation dans un contexte précis. Par exemple : « *vous devez trouver un cadeau pour l'anniversaire de votre fils. Il aime bien les activités à sensations fortes. Vous pensez à lui prendre un coffret cadeau pour une activité dans votre budget d'environ 100 € et avez besoin d'une livraison avant son anniversaire le 15 avril* ». Ne faites pas un énoncé qui serait seulement : « *achetez un coffret cadeau* ».

Il existe différents types de tests, c'est pourquoi vous devrez également penser vos scénarios en fonction du test. On peut très bien proposer des scénarios individuels ou collectifs. Des tests peuvent également être effectués à distance.

La deuxième étape après avoir défini les objectifs de vos tests et les scénarios est la phase du recrutement de testeurs.

Vous pouvez demander l'avis de collègues à propos de vos prototypes, ou de toute personne en lien avec le projet, mais des tests utilisateurs visant votre cible sont indispensables.

Vous devrez en amont définir des profils utilisateurs à l'aide de *personas*. Ils doivent répondre à des critères que vous aurez fixés en utilisant les informations recueillies à la phase d'empathie. Vos personas sont censés représenter des types d'utilisateurs potentiels. En choisissant des testeurs qui correspondent à des utilisateurs cibles, vous garantissez la fiabilité de vos tests.

Lorsque vous recrutez des testeurs, prévoyez le paiement d'une indemnité financière pour le temps consacré. Vous allez organiser le planning des sessions afin de fixer des dates ainsi que le lieu où se dérouleront les tests.

Vous avez donc vos scénarios et votre panel utilisateur. Il vous faut encore préparer l'essentiel, c'est-à-dire votre prototype, vos maquettes, etc.

Au niveau du matériel, pour garder une trace de vos observations, il vous faudra par exemple prévoir un appareil photo, une caméra, un dictaphone, des stylos, des feuilles, un carnet de notes, etc. La salle que vous aurez choisie doit être suffisamment lumineuse et spacieuse. Prévoyez ce qu'il faut en termes de tables et de chaises.

Le résultat des tests est destiné à être analysé, préparer le protocole de test et une grille d'évaluation ou d'observation avant de commencer les tests.

Pour vérifier que tout fonctionne correctement et pour éviter les imprévus de dernière minute, il est conseillé de réaliser un prétest avant de lancer les tests officiels. Le jour du test, il vaut mieux être 2 : une personne sera l'animateur ou facilitateur qui communiquera avec les utilisateurs et le second sera chargé d'observer et de prendre les notes.

L'animateur va commencer par présenter le contexte, les enjeux, les objectifs. Il va exposer le déroulement de la séance de tests, énoncer les scénarios.

Il aura peut-être besoin de recueillir le consentement des utilisateurs concernant l'usage d'enregistrements vidéos, de photos, etc.

Il devra rester neutre tout au long de la séance, pour éviter de biaiser l'analyse et ne pas influencer sur les actions de l'utilisateur. Il pourra demander des précisions aux testeurs pour noter tout point de friction en observation. Il va leur demander d'exprimer ce qu'ils veulent faire, ce qu'ils ressentent, mais en aucun cas les guider.

Il doit également faire en sorte de rendre l'ambiance agréable et que la session se déroule dans le cadre fixé. Ne pas oublier de conclure en fin de séance par des remerciements.

Une fois les tests terminés, vous allez vous retrouver avec une quantité importante d'informations. Afin de mettre un peu d'ordre, essayez de relire vos notes à chaud, de les compléter et faire un récapitulatif avec vos collègues avant de lancer d'autres tests.

Fondamental

En résumé, pour préparer la phase de test, vous aurez à répondre à 3 questions simples :

- Qu'est-ce que vous voulez tester ?
- Qui va effectuer le test ?
- De quoi avez-vous besoin pour tester ?

Exercice : Quiz

[solution n°1 p.13]

Question 1

La phase de test n'intervient qu'une fois que vous avez passé successivement les 4 premières étapes du Design Thinking.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 2

Les tests permettent de développer plus vite votre projet, mais sont coûteux au final.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 3

L'objectif des tests est de mieux connaître les utilisateurs pour prendre des décisions éclairées afin d'améliorer leur satisfaction.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 4

Laquelle de ces 2 propositions rédigeriez-vous comme scénario de test ?

- ☐ Effectuez une commande pour un montant de plus de 100 € et bénéficiez de la livraison gratuite.
- ☐ Vous voulez passer une commande, mais vous ne voulez pas avoir à payer de frais de port. Effectuez une commande qui vous permet de bénéficier de la livraison gratuite.

Question 5

La phase de test permet entre autres de :

- ☐ Tester vos hypothèses
- ☐ Repérer les erreurs de conception
- ☐ Mieux connaître les utilisateurs
- ☐ Présenter au public le produit final

III. Connaître les techniques et comment réussir un test

A. Techniques de test et l'analyse

On peut tester différentes choses sur un prototype (fonctionnalité, navigation, choix de design, etc.), chaque test doit avoir des objectifs bien définis. Cependant il ne faudra pas oublier l'essentiel, qui est de tester la proposition de valeur des fonctionnalités pour l'utilisateur.

Méthode

Il existe différentes manières de mettre en œuvre des tests. Quelle que soit la méthode, vous devez retenir quelques règles de base pour que les tests se déroulent dans les meilleures conditions :

- N'intervenez pas auprès des testeurs qui expérimentent votre prototype, ne leur expliquez pas comment il fonctionne, sans quoi vous ne pourrez pas observer les problèmes pour améliorer votre prototype.
- Observer la façon dont l'utilisateur manipule votre prototype, interagit avec lui et notez ses réactions, soyez attentif à ses expressions, même non verbales. Vous pourrez ensuite les interpréter.
- Faites vos tests dans un environnement qui s'y prête bien, en accord avec l'objet du test.
- Ne posez pas de questions dont la réponse est binaire, il faut que les testeurs puissent s'exprimer, renchérissez en demandant des précisions sur leurs réponses, demandez toujours pourquoi.

Les tests peuvent être individuels, en groupe, en présentiel ou à distance, en utilisant des supports numériques ou pas, quantitatifs ou qualitatifs, etc.

Vous allez utiliser des questionnaires, réaliser des entretiens et observer les utilisateurs pour recueillir un maximum d'informations.

Il n'est pas toujours possible de faire des tests en personne et il peut être intéressant de faire des tests à distance qui présentent l'avantage d'avoir un coût plus faible. L'inconvénient est que vous ne maîtriserez pas l'environnement de l'utilisateur, mais vous pourrez communiquer avec lui via webcam.

Ces tests sont souvent effectués sous une forme non modérée, du fait que l'on a moins l'occasion de pouvoir observer les testeurs et de les interroger.

Dans un test en présentiel, c'est le rôle du modérateur de contrôler et de cadrer la séance de test.

On distingue 3 principaux types de tests :

- **Les tests de concept** : ils ont pour objectif de vérifier que la solution proposée est la bonne, qu'elle valide les hypothèses. On peut faire ce genre de tests après un prototypage rapide basse-fidélité. On pourra observer alors les réactions et les émotions lors d'un entretien par exemple pour valider ou modifier le concept.
- **Les tests d'usabilité** : ces tests vont plutôt porter sur les usages, la facilité d'emploi, la simplicité à prendre en main et la fluidité des actions.

Là encore l'observation joue un rôle déterminant. Vous aurez préparé des scénarios comme vu précédemment, vous demanderez aux testeurs d'accomplir ces tâches et vous observerez ce qu'ils font. Vous constatez ainsi les points de friction, de blocage tout comme ce qui a bien fonctionné. Il ne vous restera plus qu'à corriger pour la prochaine version du prototype que vous testerez à nouveau dans un processus itératif.

- **Les tests A/B** : vous testez simultanément 2 variantes d'un même design pour observer celui qui a le plus de succès. Les 2 variantes sont proposées à un panel de testeurs qui testent autant les 2 versions, les groupes sont répartis équitablement pour ne pas introduire de biais. Vous effectuerez seulement de petites variations, et une seule à la fois, entre les variantes afin de pouvoir identifier précisément ce qui a un impact eu égard aux objectifs et aux attentes des utilisateurs. Pour que les résultats soient fiables, il faudra néanmoins recourir à un grand nombre d'utilisateurs afin de confirmer la tendance qui se dégage dans le choix d'une variante. Cependant ces tests peuvent se faire à distance notamment lorsqu'il s'agit de tester un prototype de site web ou d'application.

Une fois votre méthode choisie et les tests réalisés, il vous reste une dernière étape, celle de l'analyse des résultats.

Vous allez commencer par rassembler toutes les informations recueillies via les différents outils utilisés : enregistrements, notes, photos, etc.

C'est le moment de synthétiser tous ces éléments, d'effectuer des regroupements, croiser les résultats, retranscrire, faire le tri et classer. Vous pourrez ainsi mettre en évidence les points clés à intégrer à la prochaine version du prototype et prioriser les changements à effectuer.

Les différents retours ou feedbacks ne sont pas toujours positifs, mais ils sont toujours riches d'enseignements. Il ne s'agit pas de conclure à un succès ou un échec, mais de tirer parti des enseignements en prenant du recul par rapport à sa propre vision des choses et en apportant de nouvelles solutions pour répondre au mieux aux besoins.

Pour analyser les retours des utilisateurs, vous pouvez utiliser une matrice de feedback dans laquelle vous allez classer les retours utilisateurs en 4 catégories : ce qu'ils ont le plus aimé, ce qu'ils n'ont pas aimé ou qui pourrait être amélioré, les questions concernant les choses qui n'ont pas été comprises et enfin une catégorie où on va recenser les nouvelles idées à considérer.



Matrice de feedback

Le processus de Design Thinking doit aboutir, à force de prototypages et de tests, à une phase de production de la solution. La question est de savoir quand votre produit est prêt pour le marché.

Pour le savoir, vous devez considérer 3 aspects qui répondent aux objectifs de mise sur le marché :

- **La désirabilité** : votre produit sera désirable ou souhaitable s'il répond aux besoins, aux émotions et aux usages des personnes pour qui il est conçu. C'est pourquoi on dit que le processus de Design Thinking est centré sur l'humain et non sur la technologie.
- **La faisabilité** : le produit doit être réalisable techniquement sans que cela entraîne des coûts excessifs. Il ne doit pas être trop compliqué à produire à grande échelle.
- **La viabilité** : le modèle économique derrière votre solution doit être durable dans le temps. On peut toujours continuer à améliorer son produit après la mise sur le marché afin de sortir un nouveau produit. Mais le but est déjà d'obtenir un produit suffisamment viable sur la durée.

Si vous remplissez ces 3 critères, vous pouvez alors considérer avoir atteint vos objectifs et penser sérieusement à réfléchir à la mise en production du produit fini.

B. Conseils utiles pour vos tests

Réaliser des tests ne consiste pas simplement à mettre des utilisateurs devant un prototype et à attendre de voir ce qu'il se passe. Vous devez être bien préparé à cet exercice et garder vos objectifs en tête.

Attention

Votre prototype va être testé pour répondre à une problématique bien précise. C'est bien le produit que vous testez et non les utilisateurs, vous ne devez pas faire de remarques quant à leur façon d'appréhender votre produit. Si votre prototype n'est pas utilisé comme il le devrait, laissez les testeurs faire, cela vous donnera des pistes d'amélioration pour faire en sorte que votre produit soit mieux compris par tous.

La meilleure façon d'apprendre est de mettre les utilisateurs dans des situations où ils seront amenés à utiliser le produit lorsqu'il sera sur le marché. Ainsi vous analyserez les interactions en prenant en compte l'utilisateur, le prototype et l'environnement et vous serez à même d'identifier les problèmes auxquels l'utilisateur peut être confronté suite aux interactions. Si ce n'est pas possible d'effectuer des tests dans un environnement adapté, encouragez les utilisateurs au jeu de rôle, pour observer comment ils utiliseraient le prototype dans la vie réelle.

Vous devrez bien sûr informer les testeurs sur le contexte et le déroulement des tests, mais laissez-les découvrir le prototype et faire les manipulations par eux même. Par contre, vous devez les inciter à parler, commenter ce qu'ils sont en train de faire et exprimer leur ressenti.

Tout au long du test, vous allez observer, prendre des notes et parfois intervenir pour demander des précisions sur leur ressenti, ce qui les gêne, etc. Il faut savoir le faire assez finement pour ne pas perturber le testeur dans son expérimentation du prototype.

Il est intéressant de prévoir plusieurs prototypes lorsque vous arrivez à une séance de test. Cela va permettre aux utilisateurs de pouvoir comparer et d'exprimer plus facilement ce qu'ils aiment ou ce à quoi ils n'adhèrent pas.

Ne vous en tenez pas à la première explication qu'ils donnent lorsqu'ils s'expriment, même si cela peut vous paraître clair, continuez de creuser pour connaître les causes de leurs remarques et de leurs problèmes. Prenez en compte leur attitude, tous les signes comportementaux et pas seulement le verbal.

Conseil

Parfois, vous pouvez avoir la sensation d'être déçu de la manière dont les utilisateurs perçoivent votre prototype, mais les tests sont justement destinés à apprendre de vos erreurs et à remettre en cause vos certitudes.

N'essayez jamais de défendre ou de vendre votre solution, vous n'êtes pas en train d'en faire la promotion ou de commercialiser un produit. Placez-vous dans la posture d'un novice et considérez que vous n'avez pas les réponses, ce sont les testeurs qui vont vous aider à les trouver.

Le processus de Design Thinking nécessite d'essayer, d'itérer et parfois d'échouer. Il est tout à fait normal de ne pas réussir du premier coup et dites-vous que plus vite vous échouez, plus vite vous mettrez en place des correctifs pour concevoir la bonne solution.

Les résultats de la phase de test vous donneront des indications sur la phase du Design Thinking à laquelle vous devez éventuellement revenir. En effet, dans les cas où les modifications à apporter concernent uniquement des ajustements au niveau du prototype, mais ne remettent pas en question tout le cheminement que vous avez réalisé jusque-là, vous continuerez d'itérer en soumettant aux testeurs votre prototype mis à jour. Mais parfois il faudra revenir sur des phases antérieures de définition du problème ou d'idéation si vos tests révèlent des carences en amont.

Exercice : Quiz

[solution n°2 p.14]

Question 1

Avant de commencer les tests, vous devez expliquer le fonctionnement du prototype aux testeurs.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 2

Un test A/B est un test avec 2 types d'utilisateurs.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 3

Quelles sont les 4 catégories de la matrice de feedback ?

- ☐ Les remarques positives, les avis négatifs, la représentation des émotions, les points de friction
- ☐ Les remarques positives, les avis négatifs, les questions de compréhension, les idées nouvelles à intégrer
- ☐ Les remarques positives, les avis négatifs, le profil utilisateur, le degré de pertinence des remarques

Question 4

À partir de quel moment peut-on considérer qu'un prototype est prêt à passer en phase de production ?

- ☐ Après un minimum de 5 phases d'itération
- ☐ Lorsque vous avez plus de feedbacks positifs que de négatifs
- ☐ Lorsqu'il répond aux critères de désirabilité, de faisabilité et de viabilité

Question 5

L'environnement dans lequel se déroule un test est important pour votre analyse.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

V. Essentiel

La phase de test est le moment où les utilisateurs interagissent avec vos prototypes dans des conditions d'utilisation réelles. En suivant les bonnes pratiques et en préparant rigoureusement le déroulement de vos sessions de tests en amont, vous allez pouvoir collecter des informations déterminantes pour faire évoluer votre prototype afin de le faire correspondre aux besoins et aux attentes des utilisateurs.

Pour réussir vos tests, vous devez porter une attention particulière à vos scénarios de test, à l'environnement et à la manière dont vous interagissez avec les utilisateurs. L'idéal est de leur proposer plusieurs prototypes à tester, cela permet de comparer et les utilisateurs donnent plus facilement leurs avis dans ces conditions.

Vous allez ensuite les observer et recueillir leurs avis, les laisser expérimenter sans intervenir dans leurs interactions avec le prototype et sans leur expliquer le fonctionnement.

Vous devrez les faire parler et leur poser des questions pour en savoir plus sur les points de blocage, ce qu'ils aiment et n'aiment pas, ce qu'ils ressentent et à quoi ils pensent. Posez des questions ouvertes.

Les différentes phases du Design Thinking ne suivent pas nécessairement un ordre défini. Il est possible de tester un prototype rapide dès le début du processus. Les tests peuvent également conduire à revenir sur des étapes comme la définition du problème ou l'idéation.

Vous saurez que vous avez réussi à créer un bon produit quand il satisfait aux critères de désirabilité, de faisabilité et de viabilité.

Le processus de Design Thinking est itératif, en général on alterne phases de prototypage et de tests. Si l'utilisateur est satisfait, on passera alors au processus de production. Si ce n'est pas le cas, on continue le processus de Design Thinking en testant à nouveau des prototypes qui tiennent compte des avis utilisateurs.

VI. Auto-évaluation

A. Exercice

Vous êtes responsable des tests concernant un prototype de site e-commerce spécialisé dans la vente de t-shirts personnalisés. Vous avez recruté 5 testeurs d'après les personas que vous aviez définis.

Question 1

[solution n°3 p.15]

Lors de la séance, l'un des testeurs regarde constamment la feuille que vous lui avez fournie avec les scénarios de test et vous constatez sur son écran qu'il semble perdu et n'avance plus depuis 10 minutes. Le scénario en question demande de commander un t-shirt blanc taille M avec un motif personnalisé des 2 côtés du t-shirt, une image à fournir personnellement pour le devant du t-shirt et un texte pour l'arrière. Que faites-vous ?

Question 2

[solution n°4 p.15]

Créez une matrice de feedback où vous placerez les remarques suivantes que vous avez recueillies :

- Je ne comprends pas comment charger un format de photos pour les manches.
- Le widget du panier est très utile.
- Il y a trop d'étapes avant de valider la commande.
- Je n'arrive pas à choisir l'option relais colis.
- Quand je commande quelque chose, j'aime bien avoir un rendu visuel.
- Le formulaire d'inscription est interminable.
- Je pensais que le site proposerait des t-shirts personnalisés d'après une bibliothèque d'images proposées.

- La disposition du contenu et les couleurs rendent le site très lisible.

B. Test

Exercice 1 : Quiz

[solution n°5 p.16]

Question 1

On peut décider de produire sans effectuer de test au préalable.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 2

Lorsqu'on fait tester un prototype de site web, une bonne pratique est de créer du contenu générique sous forme de paragraphes « *lorem ipsum* ».

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 3

La phase de test permet de tester l'utilisateur et non le produit.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 4

En phase de test, vous devez promouvoir et défendre votre produit afin que les utilisateurs adhèrent et le fassent connaître.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 5

En Design Thinking, plus vite vous échouez, plus vite vous trouverez la bonne solution.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux


Solutions des exercices

Exercice p. 6 Solution n°1**Question 1**

La phase de test n'intervient qu'une fois que vous avez passé successivement les 4 premières étapes du Design Thinking.

☐ Vrai

☒ Faux


 Si en général on utilise les tests de manière itérative, couplés à la phase de prototypage en fin de processus, on peut très bien créer par exemple un prototype rapide dès le début. On va tester ce prototype pour alimenter la phase d'empathie ou pour nous aider à définir la problématique.

Question 2

Les tests permettent de développer plus vite votre projet, mais sont coûteux au final.

☐ Vrai

☒ Faux


 Ils permettent de réaliser des économies en se focalisant sur les fonctionnalités attendues par les utilisateurs et en abandonnant celles inutiles à développer.

Question 3

L'objectif des tests est de mieux connaître les utilisateurs pour prendre des décisions éclairées afin d'améliorer leur satisfaction.

☒ Vrai

☐ Faux


 Même si la connaissance de l'utilisateur a été largement amorcée dès la phase d'empathie, lorsque le testeur interagit avec le produit et qu'on l'observe, on acquiert d'autres connaissances sur notre cible et ses attentes. Cela va nous permettre de prendre des décisions en vue d'améliorer le prototype.

Question 4

Laquelle de ces 2 propositions rédigeriez-vous comme scénario de test ?

☐ Effectuez une commande pour un montant de plus de 100 € et bénéficiez de la livraison gratuite.


☒ Vous voulez passer une commande, mais vous ne voulez pas avoir à payer de frais de port. Effectuez une commande qui vous permet de bénéficier de la livraison gratuite.

 Dans le premier scénario, vous guidez l'utilisateur et vous ne pourrez pas savoir s'il comprend de lui-même en naviguant sur le site que le fait d'atteindre un panier de 100 € lui permet de s'affranchir des frais de livraison.

Question 5

La phase de test permet entre autres de :

- ☒ Tester vos hypothèses
- ☒ Repérer les erreurs de conception
- ☒ Mieux connaître les utilisateurs
- ☐ Présenter au public le produit final


 On teste des prototypes. La version finale sera élaborée après plusieurs boucles itératives alternant une phase de prototypage et de test, en prenant en compte les observations après chaque test pour construire un meilleur prototype.

Exercice p. 10 Solution n°2

Question 1

Avant de commencer les tests, vous devez expliquer le fonctionnement du prototype aux testeurs.


- ☐ Vrai
- ☒ Faux

 Vous devez présenter le contexte et le déroulement des tests, mais en aucun cas expliquer le fonctionnement du prototype. En effet, les tests n'auraient alors plus d'intérêt puisqu'il s'agit d'observer la manière dont les utilisateurs appréhendent l'utilisation du prototype.

Question 2


Un test A/B est un test avec 2 types d'utilisateurs.

- ☐ Vrai
- ☒ Faux

 Un test A/B est un test avec 2 variantes d'un prototype portant sur une distinction d'un élément précis et soumis à 2 groupes d'utilisateurs répartis équitablement pour tester les 2 variations.

Question 3

Quelles sont les 4 catégories de la matrice de feedback ?

- ☐ Les remarques positives, les avis négatifs, la représentation des émotions, les points de friction
- ☒ Les remarques positives, les avis négatifs, les questions de compréhension, les idées nouvelles à intégrer
- ☐ Les remarques positives, les avis négatifs, le profil utilisateur, le degré de pertinence des remarques
-  Vous saurez ainsi ce qui plaît et ne plaît pas à l'utilisateur, vous aurez des informations sur le côté intuitif de votre produit et vous listerez des idées d'amélioration.

Question 4

À partir de quel moment peut-on considérer qu'un prototype est prêt à passer en phase de production ?

- ☐ Après un minimum de 5 phases d'itération
- ☐ Lorsque vous avez plus de feedbacks positifs que de négatifs
- ☒ Lorsqu'il répond aux critères de désirabilité, de faisabilité et de viabilité

- Q À partir du moment où vous passez en production, cela va engendrer des coûts beaucoup plus élevés que lors du prototypage. Vous devez vous assurer que le produit correspond bien aux attentes, mais aussi qu'il est techniquement faisable et durable dans le temps.

Question 5

L'environnement dans lequel se déroule un test est important pour votre analyse.

☒ Vrai

☐ Faux

- Q L'analyse des interactions entre l'utilisateur et le prototype sera plus juste si le test est réalisé dans l'environnement où le produit est destiné à être utilisé.

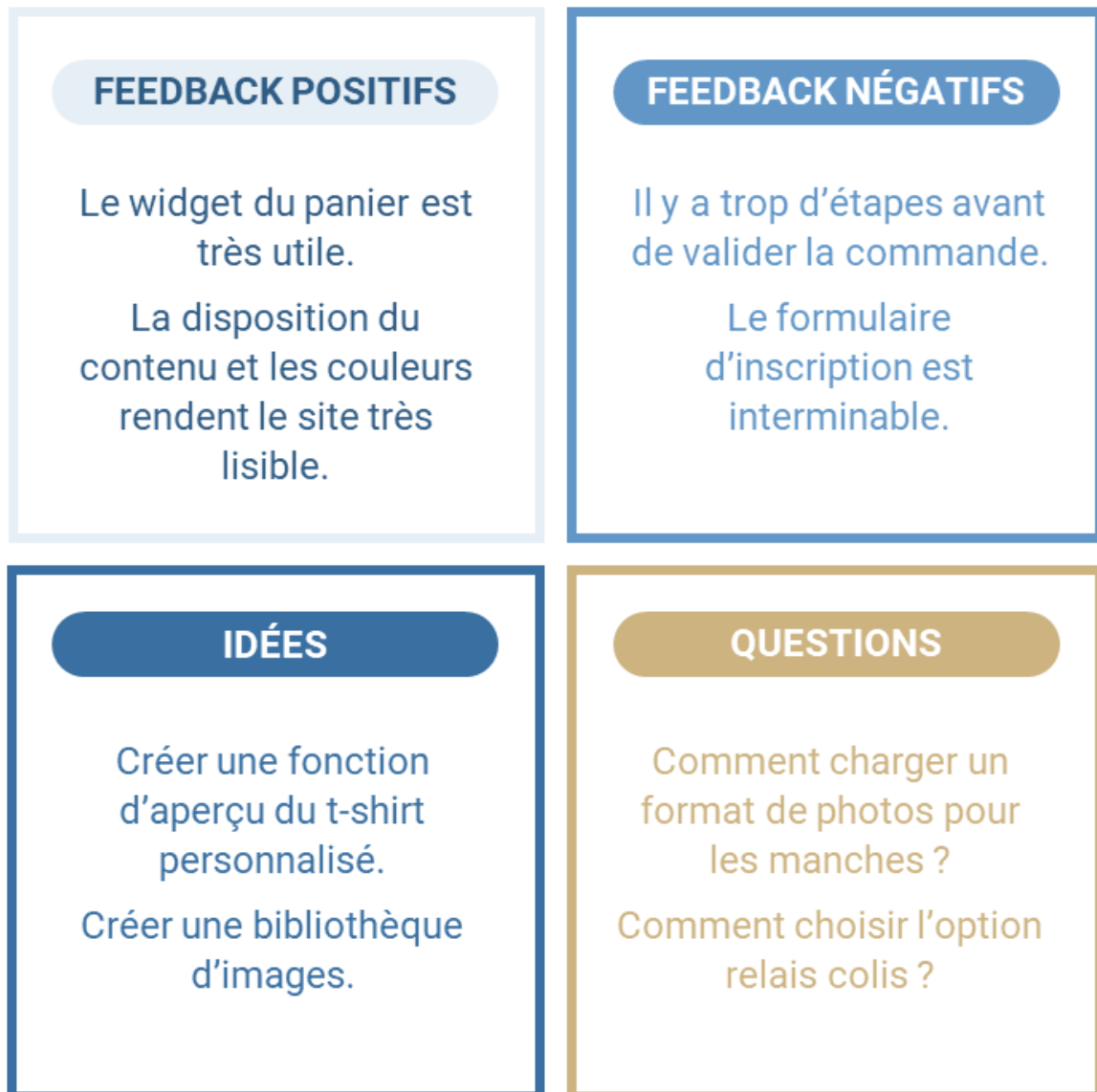
p. 11 Solution n°3

L'erreur serait de lui dire comment faire et où cliquer. Vous ne devez pas intervenir sur les interactions des testeurs avec le prototype et ni leur expliquer le fonctionnement. Par contre, vous devez relever les problèmes pour améliorer votre prototype. Visiblement, il y a un problème de compréhension au niveau de votre interface susceptible de conduire à des blocages, ce qui se traduit généralement au final par l'abandon du site internet jugé trop compliqué à naviguer.

Vous devez donc chercher à comprendre où se situe le point de blocage et pourquoi l'utilisateur n'y arrive pas. Demandez-le-lui donc directement par une question ouverte : « *qu'est-ce que vous essayez de faire ?* ». Puis demandez « *pourquoi ?* », « *qu'est-ce qui vous empêche de réaliser l'action souhaitée ?* », « *à quoi pensez-vous ?* », « *que ressentez-vous ?* », « *selon vous, qu'est-ce qui pourrait vous aider ?* ».

Dans les cas où vous avez plusieurs scénarios à tester, pour éviter qu'un utilisateur perde tout son temps bloqué sur un scénario, mettez une limite de temps pour chaque cas.

p. 11 Solution n°4




Exercice p. 12 Solution n°5

Question 1

On peut décider de produire sans effectuer de test au préalable.

☐ Vrai

☒ Faux


 Peu importe les moments où vous aurez recours aux tests, vous ne devez pas produire avant d'avoir testé au préalable. Vous devez répondre aux besoins des utilisateurs et ne pas vous fier uniquement à votre intuition personnelle.

Question 2

Lorsqu'on fait tester un prototype de site web, une bonne pratique est de créer du contenu générique sous forme de paragraphes « *lorem ipsum* ».

☐ Vrai

☒ Faux


 Même si le contenu n'est pas définitif, mieux vaut mettre quelque chose de réaliste et cohérent plutôt qu'un texte en latin qui va générer de l'incompréhension pour les non-initiés.

Question 3

La phase de test permet de tester l'utilisateur et non le produit.

☐ Vrai

☒ Faux


 En fait, c'est tout l'inverse. Il ne s'agit pas de juger des capacités des utilisateurs à utiliser un produit, mais de s'assurer que le produit répond à leurs attentes. C'est le produit qui doit s'adapter à l'utilisateur et non l'inverse.

Question 4

En phase de test, vous devez promouvoir et défendre votre produit afin que les utilisateurs adhèrent et le fassent connaître.

☐ Vrai

☒ Faux


 Vous présentez un prototype et vous souhaitez connaître ses défauts pour l'améliorer, il n'est pas question de le défendre sinon vous ne saurez jamais ce qui ne va pas.

Question 5

En Design Thinking, plus vite vous échouez, plus vite vous trouverez la bonne solution.

☒ Vrai

☐ Faux

 Il est normal que vos premiers prototypes aient beaucoup de défauts. Plus vite vous aurez des remarques, plus vite vous saurez quoi faire. Prenez donc les remarques négatives comme une source d'informations pour vous aider à réaliser le produit parfait.