



marie.auphan
@gmail.com



Marie Auphan

UX/UI DESIGNER

À PROPOS DE MOI



Dynamique et créative, j'ai un intérêt tout particulier pour le **design d'interfaces** ! Je suis sensible aux problématiques d'**expérience utilisateur** et d'accessibilité, et j'aime suivre l'évolution des usages et bonnes pratiques ainsi que les **technologies innovantes**.

Je suis une personne positive et flexible, toujours partante pour apprendre de nouvelles choses !

COMPÉTENCES

Design d'interfaces utilisateur
Conception centrée utilisateur
Communication digitale
Ingénierie pédagogique
Gamification

EXPÉRIENCES

J'ai effectué mon année de Master 2 **en alternance** en tant qu'UX designer dans une association à visée éducative (Agir Pour l'École). J'ai aussi réalisé plusieurs projets dans le **cadre universitaire** qui m'ont permis de développer toutes sortes de compétences en UX design et ingénierie pédagogique. Cela fait également plusieurs années que je suis **bénévole** dans des associations, en charge principalement de la **communication** ou de **l'organisation interne** et **gestion d'équipe**.



FORMATION

2019-2021 Master Sciences Cognitives

Institut des Sciences du Digital : Management & Cognition

2016-2019 Licence Sciences & Technologies : Sciences Cognitives

Université Lumière Lyon 2

PRINCIPALES QUALITÉS

Si je devais toutes les écrire, ce document serait interminable !

Je suis très dynamique et **optimiste**, j'adore être **organisée**, je **m'adapte** facilement aux différentes situations, et mes facilités à apprendre en **auto-didacte** me permettent d'être efficace et **polyvalente**.

CE DOCUMENT PRÉSENTE

Quelques-uns de mes travaux, réalisés dans le cadre universitaire, associatif ou personnel.

- 1 Une application mobile**  p4
- 2 Une application web** p11
- 3 Une ressource e-learning** p15
- 4 Escape games numériques** p19
- 5 Affiches et visuels en vrac** p22

POUR ALLER PLUS LOIN...

Quelques formations suivies



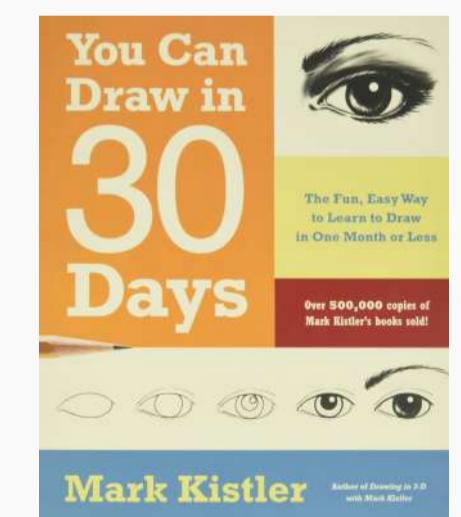
- Les fondamentaux du marketing numérique
- Devenir graphiste
- Composez des interfaces utilisateur en Material Design

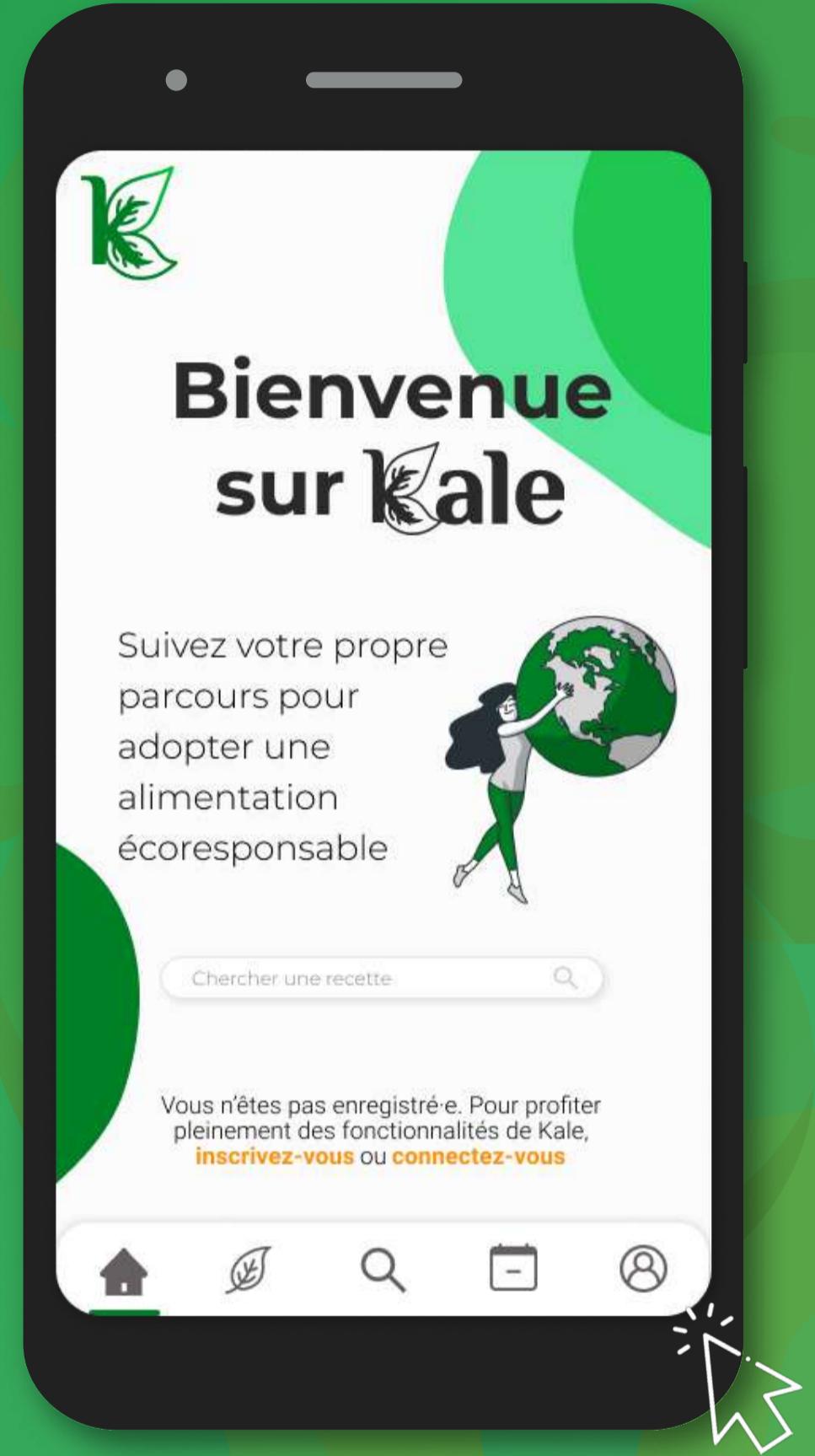
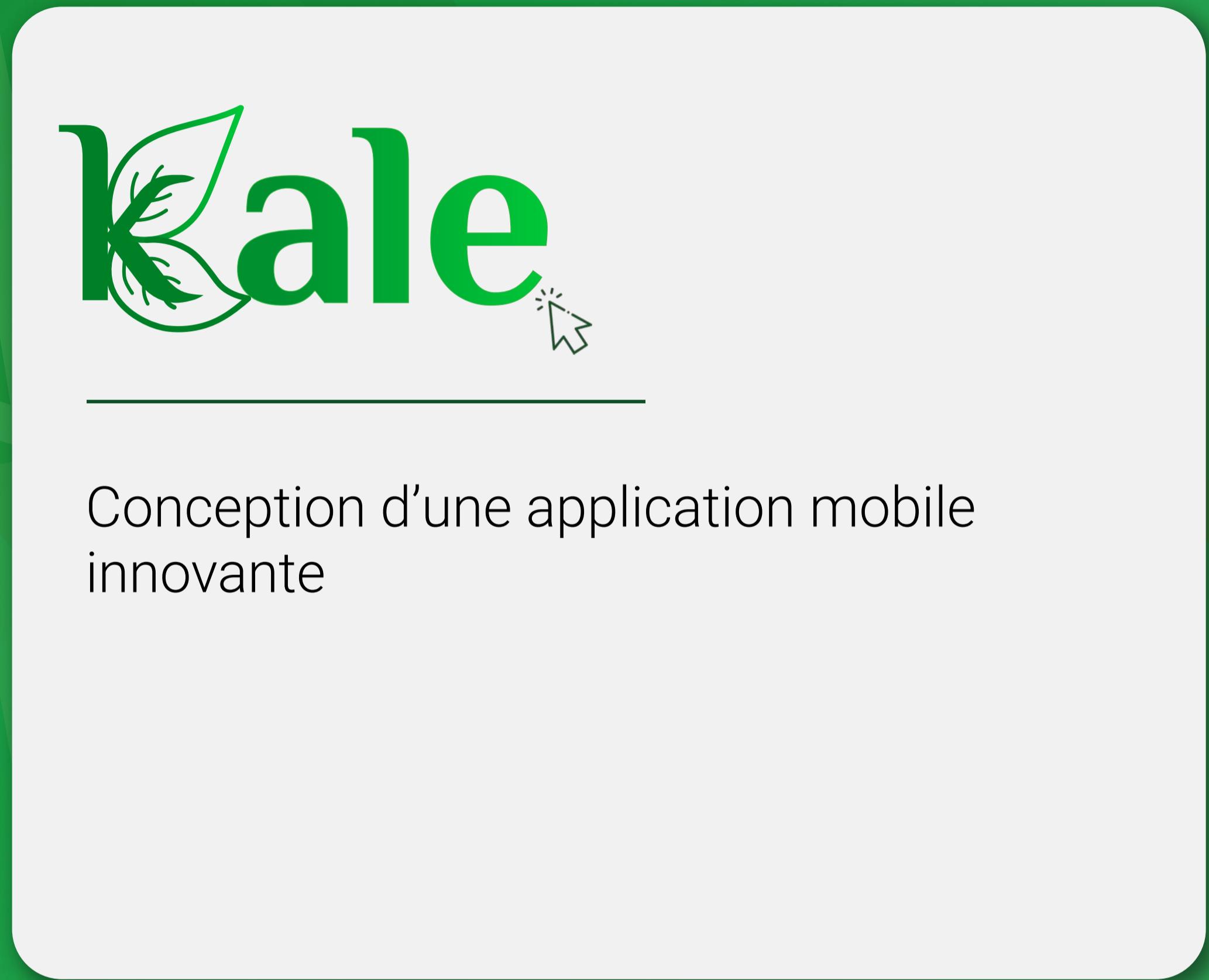
Adobe Illustrator for Graphic Design

Dernières lectures



Challenge du moment





UX/UI Design

Conception centrée utilisateur

Gamification

Figma

01

Analyse du marché

- Benchmark
- Buts fonctionnels & stratégiques
- Questionnaire d'analyse des besoins (NAC)
- Interviews
- Persona

02

Modélisations

- Modèle de navigation
- Diagramme de tâches
- Modèle de dialogue
- Priorisation des tâches

03

Maquettage

- Wireframe (LO-FI)
- Maquette high-fidelity (HI-FI)
- Identité graphique
- Prototypage interactif

04

Évaluation

- Heuristiques
- Tests utilisateurs
- Questionnaire d'utilisabilité



Comprendre les besoins utilisateur, analyser l'existant



Modéliser les parcours utilisateur, visualiser les interactions



Représenter visuellement la hiérarchie des informations, définir l'identité visuelle



Tester l'efficacité du produit et des solutions proposées

Analyse du marché

Catalogues de recettes

Kitchen Stories,
Prepear, Marmiton,
Cuisine-etudiant.fr

Applications gamifiées et de réseau social

Plant Nanny, Cookpad

01

02

04

03

Benchmark

Applications éco responsables

Plant Jammer, Quit Meat,
Veganized, EasyVegetarian,
VeGuide, Vegg'Up

Applications d'alimentation saine

Mealime, Healthy Luxe,
Whisk



Hector Tilla 27 ans | comptable | marié

- a une fille de 4 ans
- aime cuisiner mais manque de compétences
- n'a pas beaucoup de temps pour cuisiner à cause de son travail
- préfère acheter bio par souci écologique



Léa Rome 19 ans | étudiante | célibataire

- est en L1 Droit
- déteste faire les courses
- n'a pas d'idées de recettes
- mange souvent des plats préparés
- aimerait manger plus équilibré et diversifié

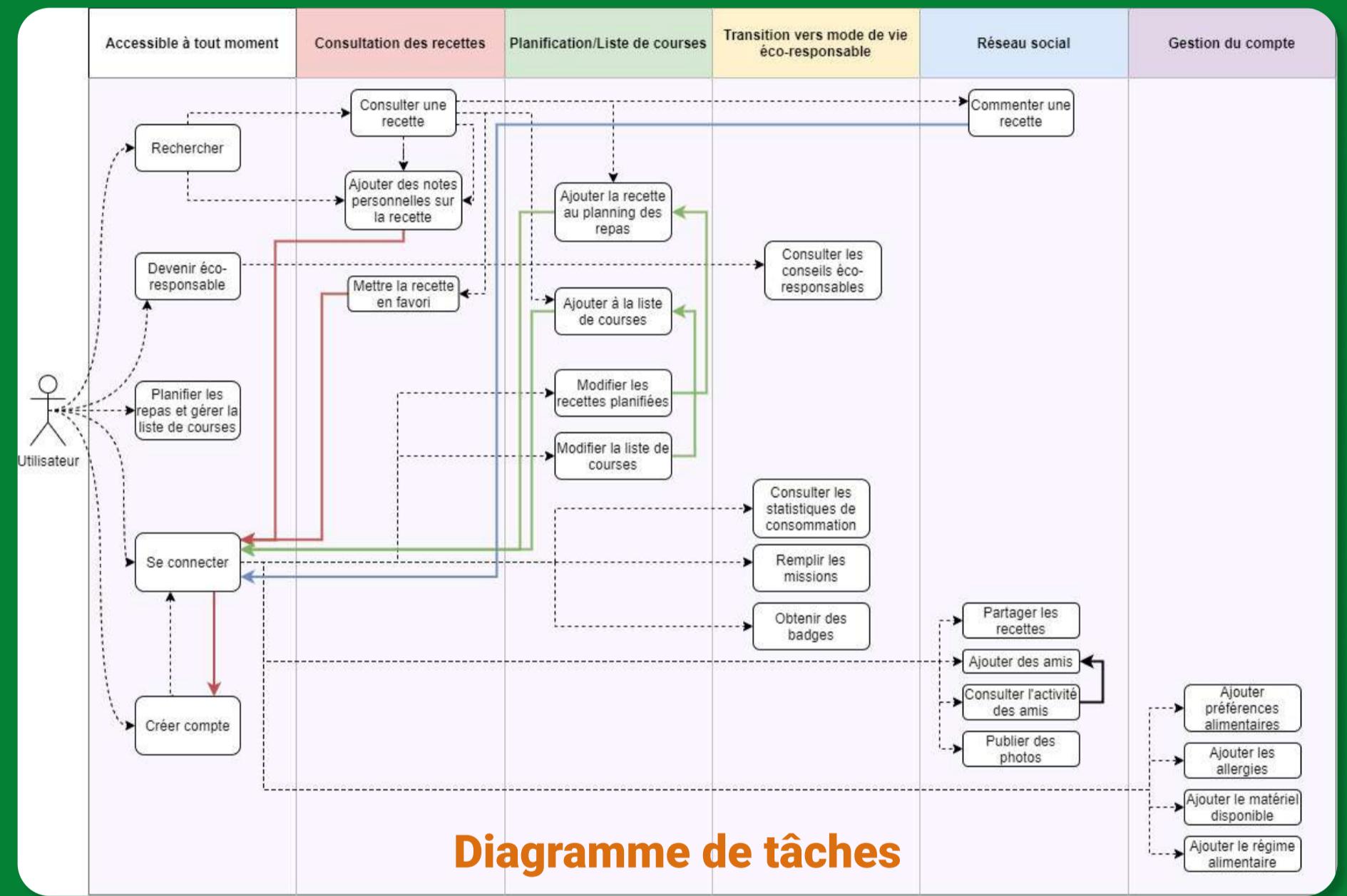


Cassie Tron 26 ans | chargée événementiel | en couple

- passionnée de réseaux sociaux
- adore cuisiner pour son conjoint et elle
- aimerait être plus écoresponsable sans savoir comment
- partage ses recettes avec ses proches

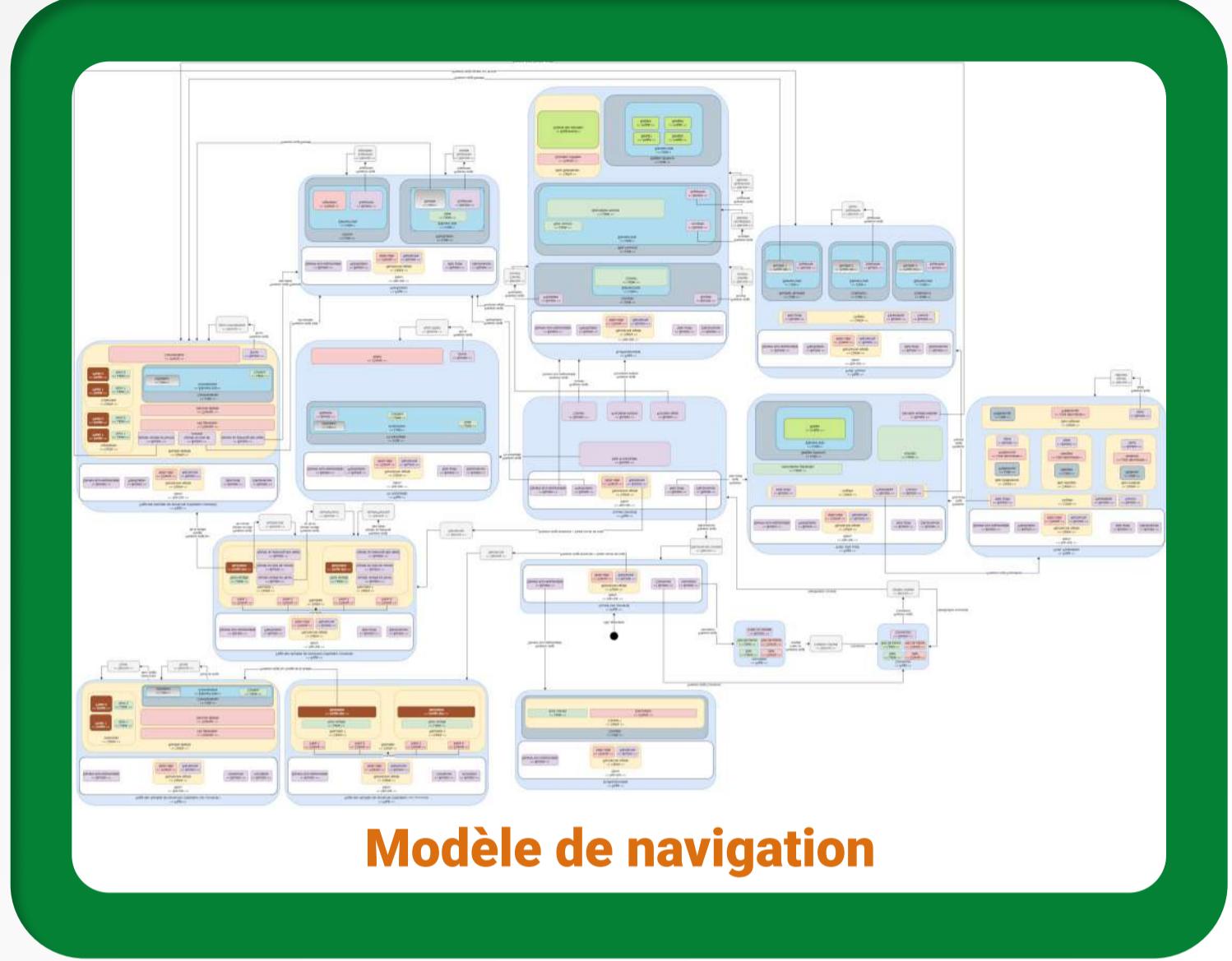
02

Modélisations



Faire une catégorisation des différentes fonctionnalités et les répartir en pages

Structurer toutes les actions possible et leurs relations entre elles



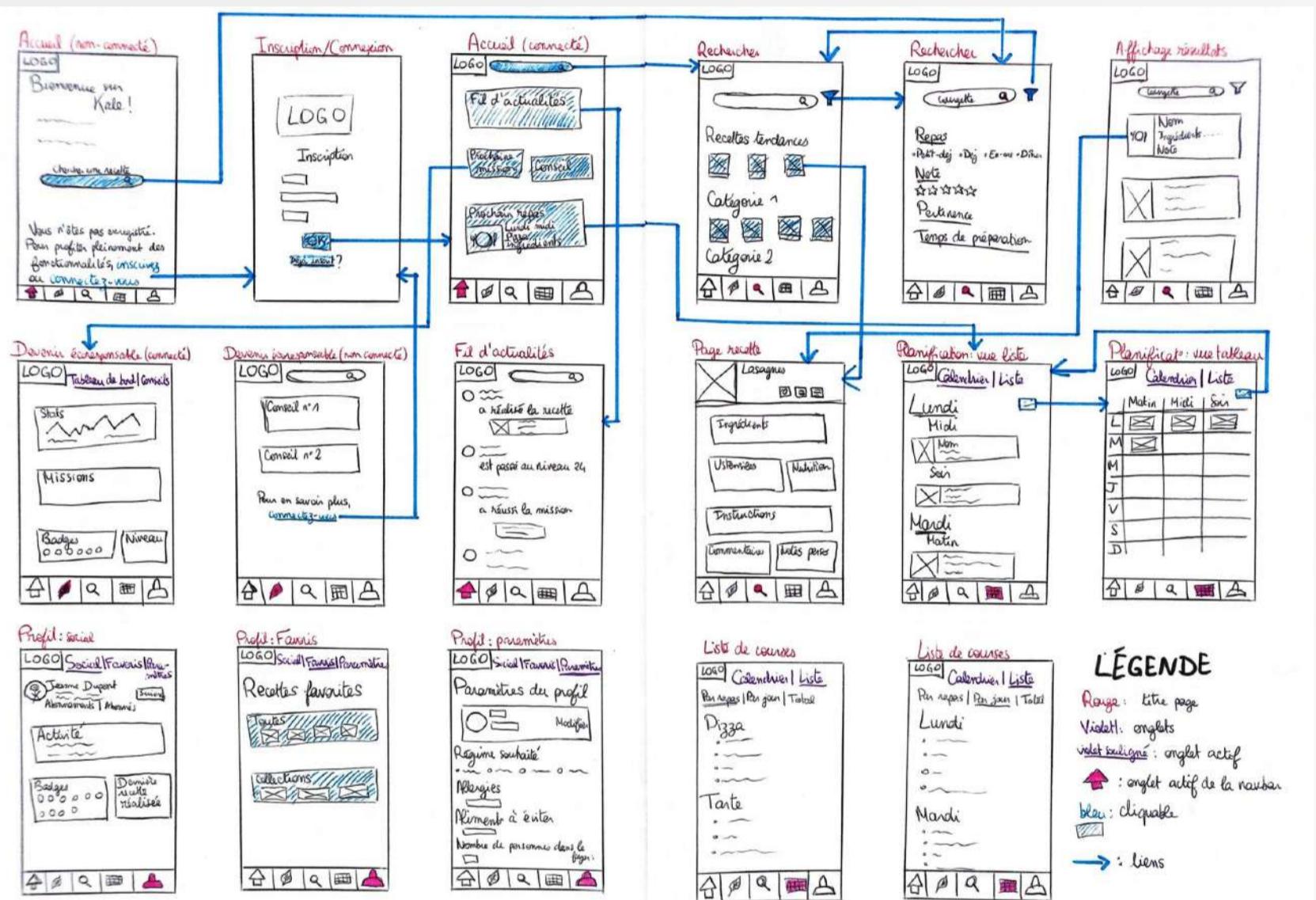
	Rechercher des recettes	Planifier des recettes et listes de courses	Partager ses recettes et voir celles des autres	Devenir éco-responsable	Avoir des alternatives d'ingrédients
18-24 ans	32%	20%	14%	26%	8%
25-34 ans	16%	30%	10%	26%	18%
35 ans et +	28%	10%	4%	36%	22%

Priorisation des tâches

Déterminer quelles tâches sont les plus utilisées et les plus importantes

03

Maquettage



Maquette LO-FI (low-fidelity) sur papier

Maquette wireframe, qui sert à montrer la structure globale des pages

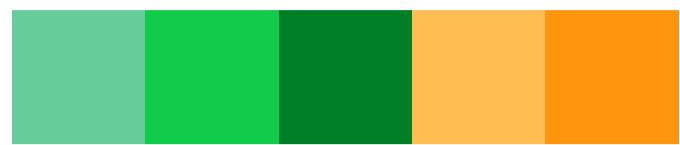
Les flèches bleues représentent tous les liens de la maquette interactive

Police

Montserrat
(titre)

Roboto (corps)

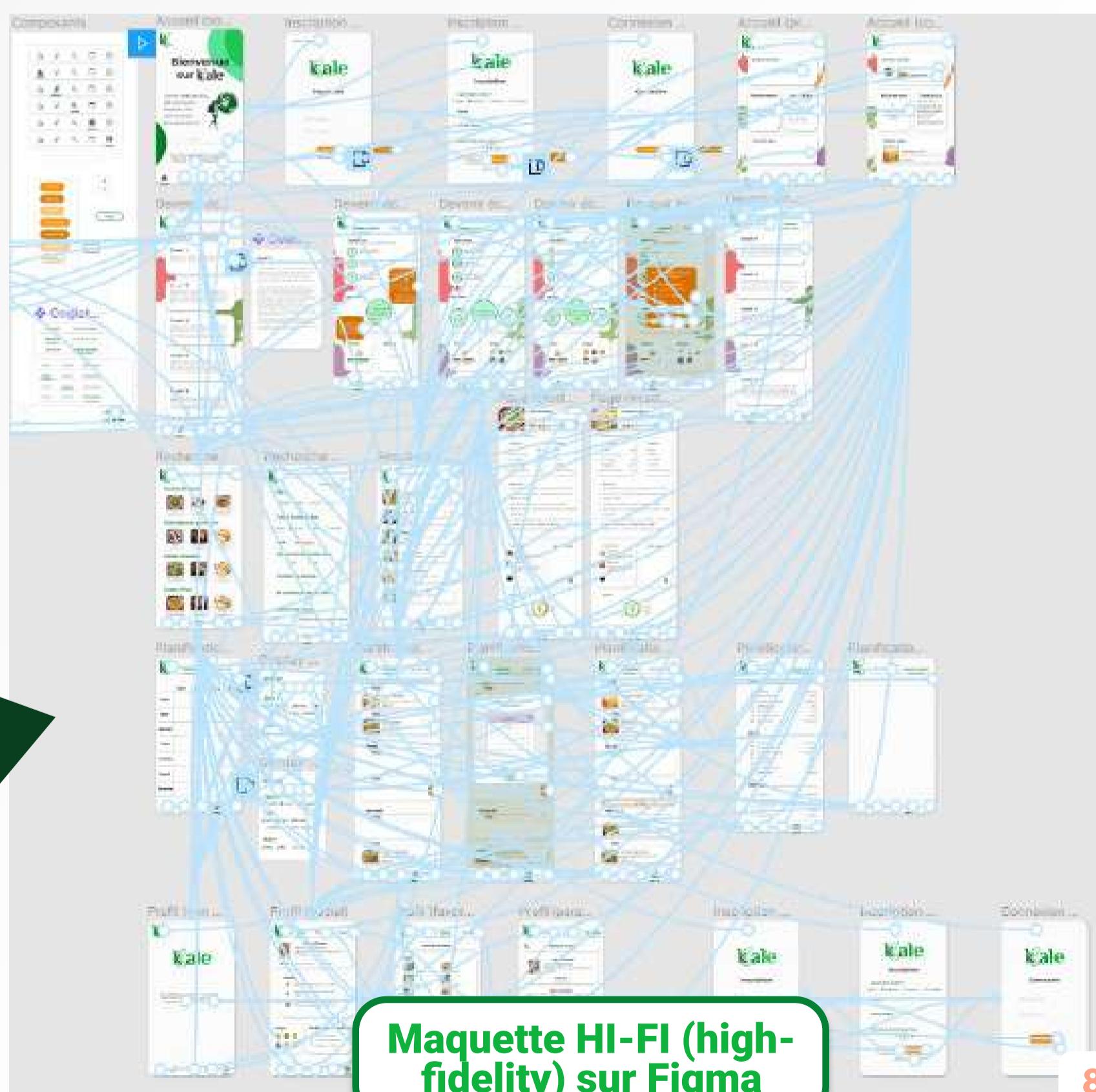
Palette



Logo



Icône application



04

Évaluation

Tests utilisateur

- Questionnaires (pré-test, post-test)
- Observation

Hésitations, questions, demandes d'indications, langage corporel, émotions...

• Mesures quantitatives et qualitatives

Nombre de clics, temps de réaction, suivi du regard, recueil des impressions...

• Test des 5 secondes

• Scénarios

Tâches à réaliser afin de voir si l'utilisateur les réussit facilement

• Critères de réussite des tests

Réussir la tâche en moins de 2min, ne pas avoir demandé d'aide, ne pas avoir exprimé de difficultés majeures...



Questionnaire post-test

L'application est facile à utiliser :

Pas du tout d'accord D'accord

Le design a l'air attrayant :

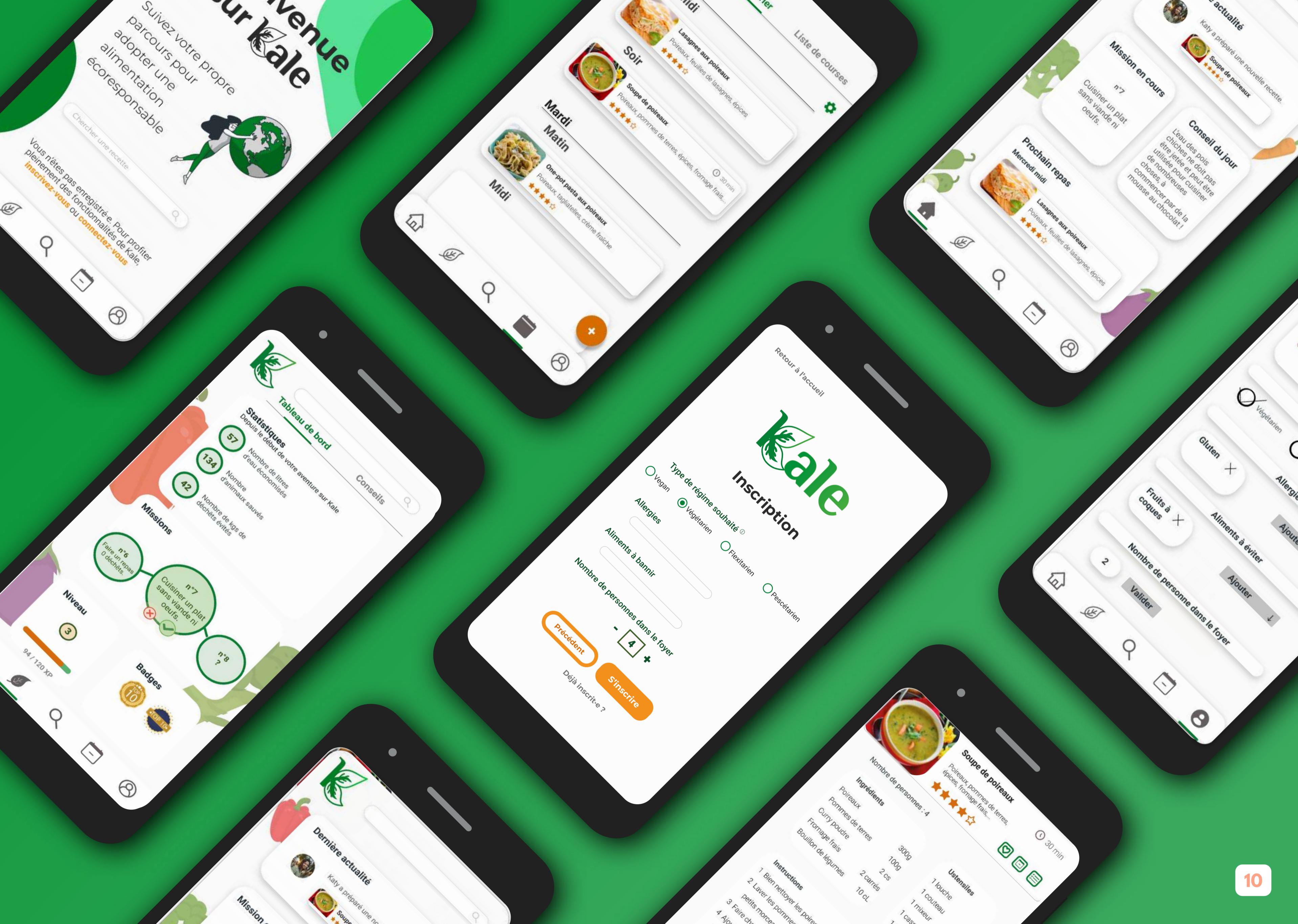
Pas du tout d'accord D'accord

A l'aide de cette application, je peux atteindre mes objectifs :

Pas du tout d'accord D'accord

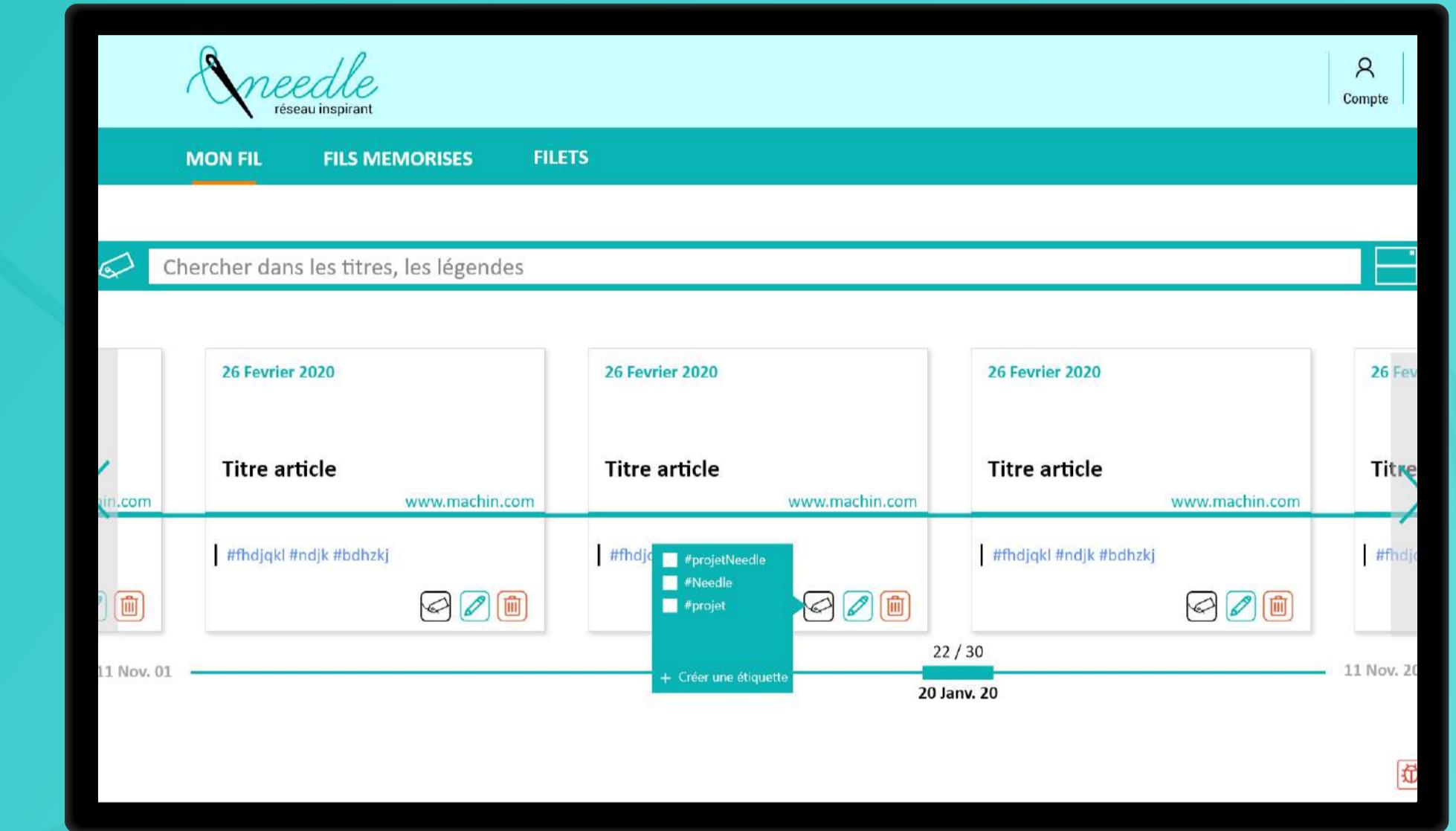
Je suis impatient·e d'utiliser l'application à nouveau :

Pas du tout d'accord D'accord





Amélioration d'un service web de navigation contributive



UX/UI Design

Bibliographie

Design persuasif

Adobe XD

Travail réalisé

Déterminer les points forts et faibles de l'interface existante grâce à la littérature



Audit



Intégrer les solutions proposées sur l'interface en reprenant la charte graphique de l'outil



Maquettage



Bibliographie

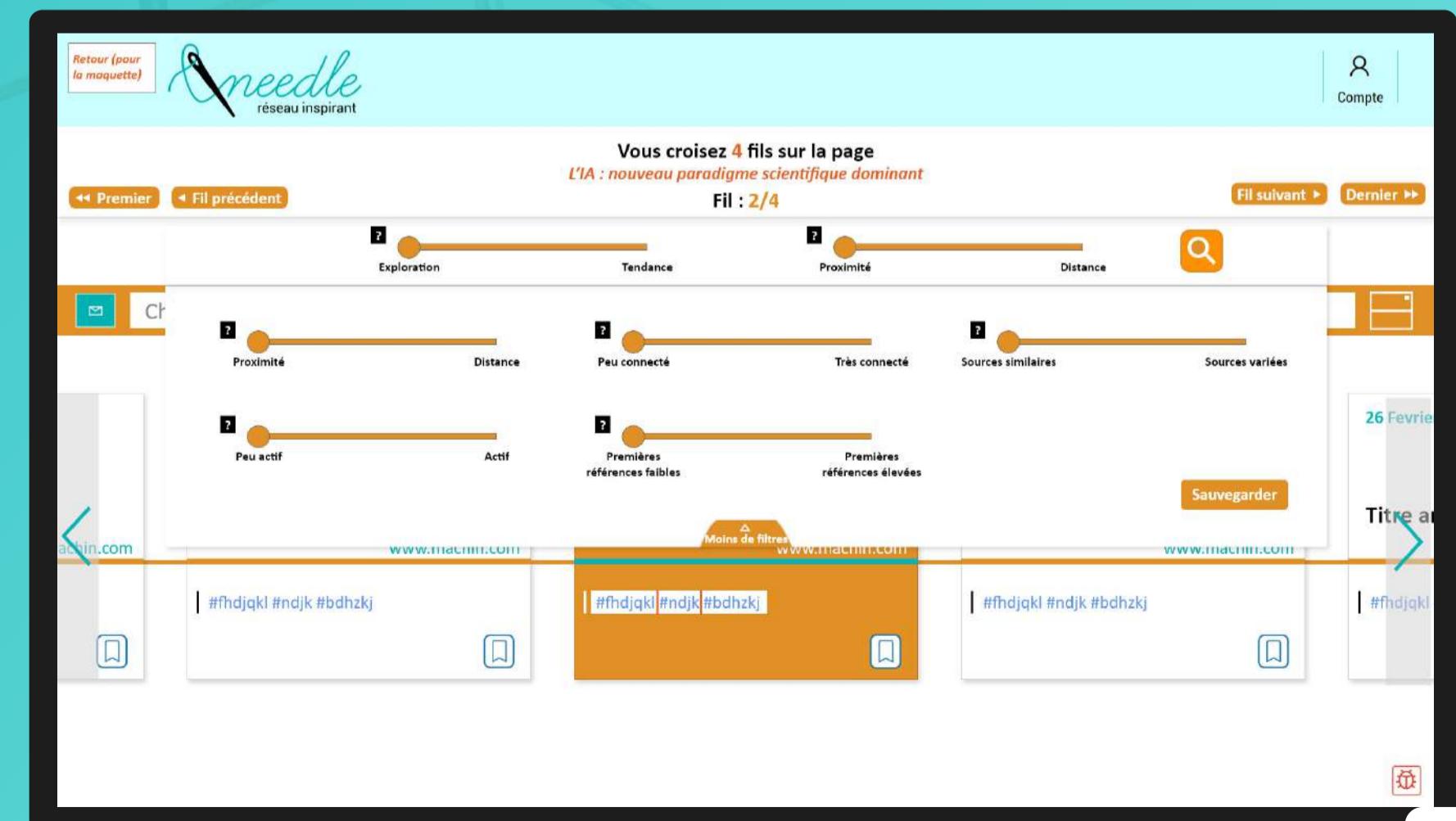
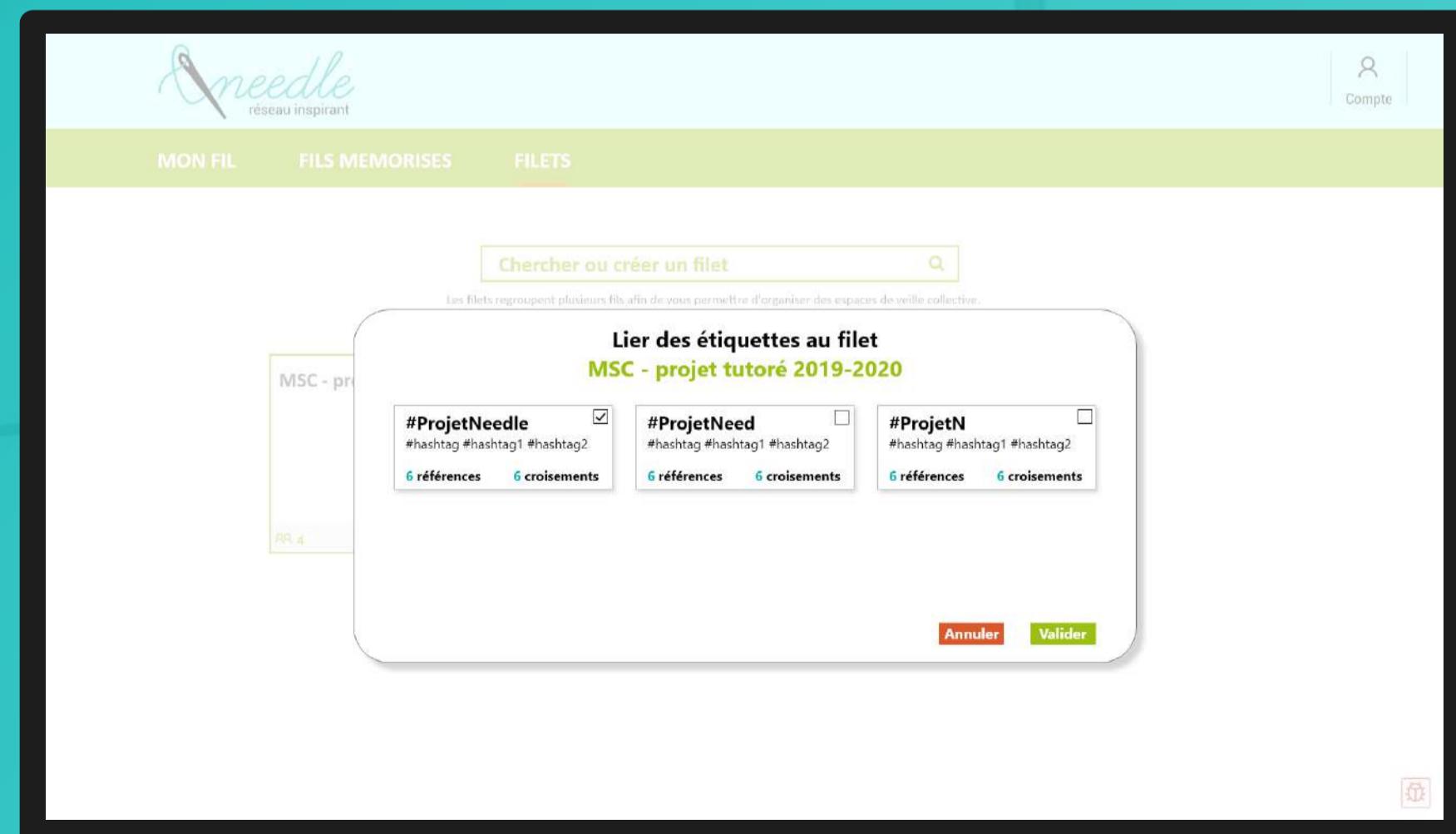
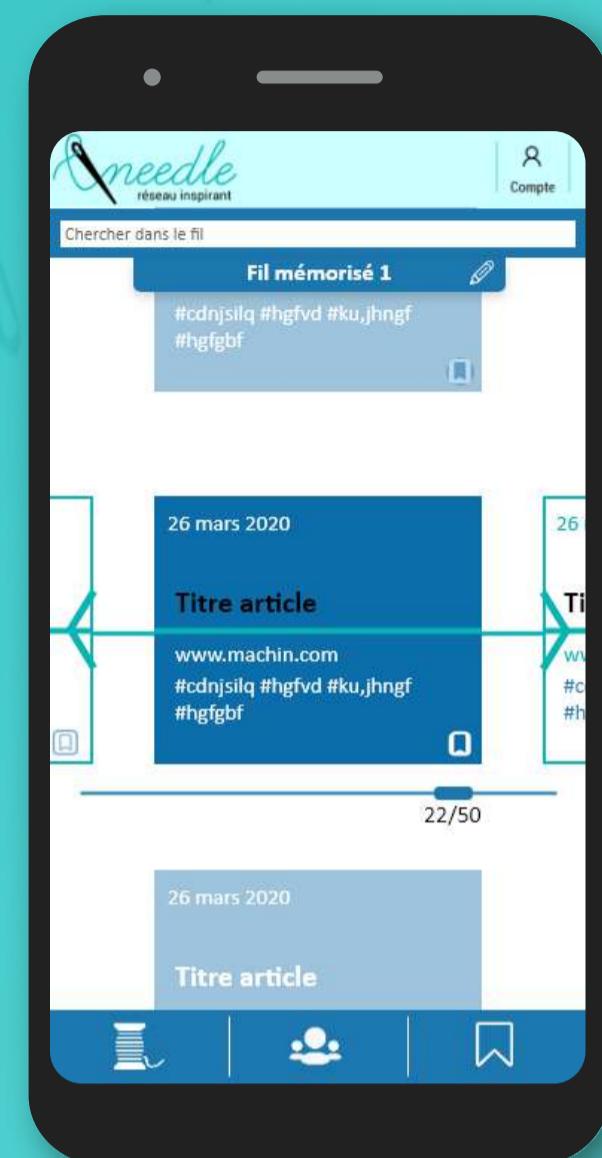
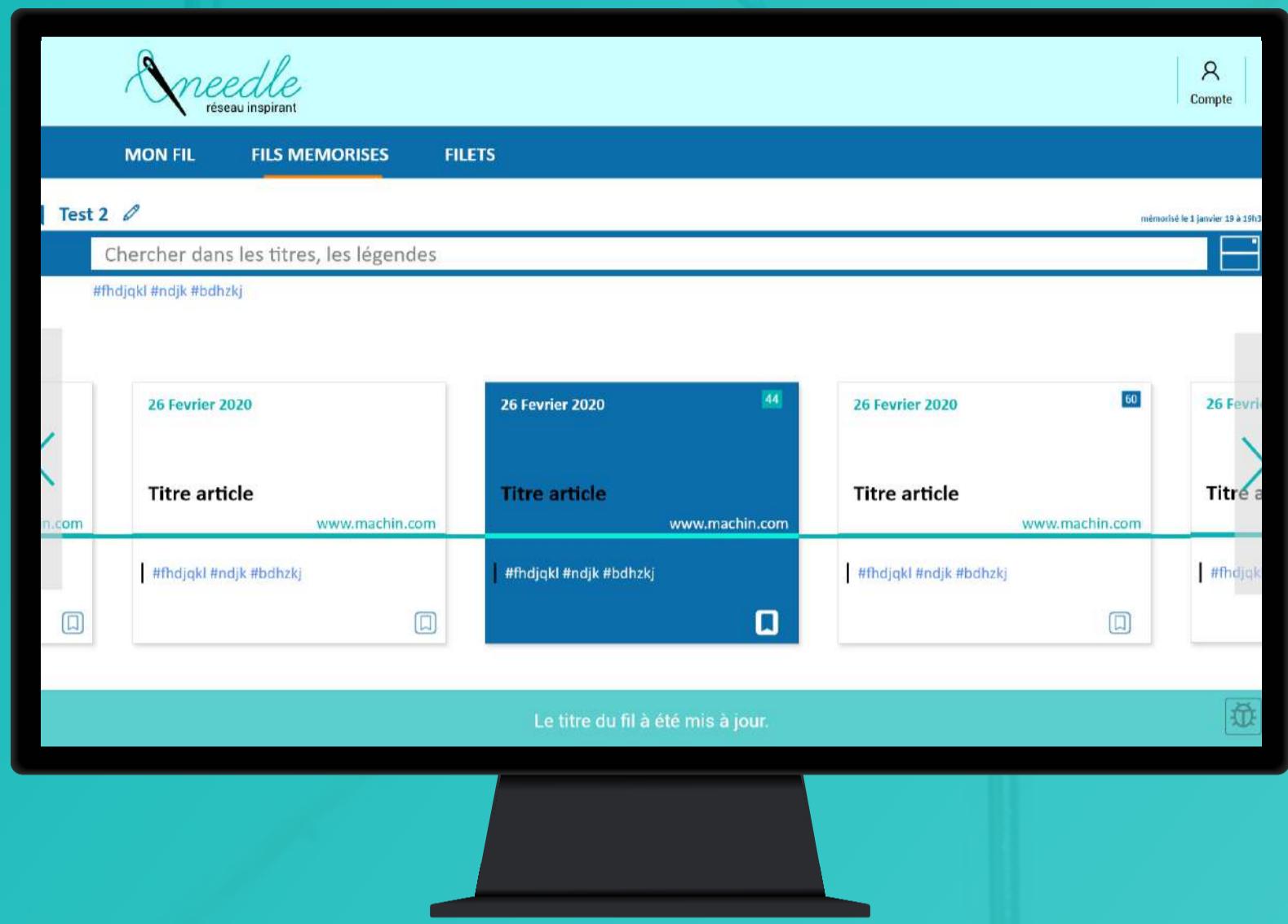
Qu'est-ce qui fait qu'un design est intuitif ? Qu'est-ce que le design persuasif et les dark patterns ? Comment les éviter ?

Propositions de solutions

Système d'étiquettes, filtrage des fils, modifications syntaxique, version mobile

Évaluation

Protocole de tests utilisateur à distance



! Poster du projet

Needle : service de navigation web contributive

Needle, qu'est-ce que c'est ?

Needle est un outil numérique qui permet d'indexer du contenu (articles, documents, pages web) de manière à créer un fil. Lorsqu'une personne a indexé un contenu que l'on a nous-mêmes indexé, alors son fil croise le nôtre et nous pouvons consulter son fil. Needle a pour objectif de proposer une alternative aux canaux de communication actuels (comme les réseaux sociaux) pour un web plus éthique et respectueux de l'utilisateur et de ses données.

Design persuasif et dark patterns

La plupart des applications et sites web que nous connaissons utilisent des mécanismes inconscients pour orienter le comportement de l'utilisateur : c'est le design persuasif. Ces mécanismes s'appuient sur les biais cognitifs et servent à faire rester l'utilisateur le plus longtemps possible sur l'application. On parle même de *dark patterns* : ce sont les interfaces qui sont conçues pour tromper et "piéger" l'utilisateur. Parmi les mécanismes utilisés, il y a le *Fear Of Missing Out* (FOMO), l'approbation sociale, etc.

UX design et design intuitif

L'UX design (*User Experience design*) est la discipline qui vise à concevoir des outils et des interfaces qui soient adaptés aux utilisateurs, en mettant l'accent sur l'expérience d'utilisation pour permettre une bonne interaction entre l'utilisateur et l'interface. Le design intuitif vise à concevoir des interfaces simples à naviguer, sans avoir à fournir d'effort cognitif. Pour créer une interface intuitive, il faut utiliser les codes déjà existants pour donner à l'utilisateur un sentiment de familiarité.

Design éthique

Un mouvement est né ces dernières années, pour tenter de contrer le design persuasif et la manipulation des utilisateurs : le design éthique. Ce mouvement vise à redonner à l'utilisateur la pleine conscience de ses actions et à responsabiliser les *designers* en les sensibilisant à l'aspect moral de l'UX design. C'est dans cette lignée que s'inscrit Needle, qui veut éviter à tout prix les biais utilisés habituellement en proposant un outil plus éthique que ceux déjà existants.

Maquettes web proposées par notre équipe



Maquettes mobile proposées par notre équipe



Proposition d'amélioration de l'interface de Needle

Défilement horizontal

Needle a fondé son identité sur le fait d'avoir une interface construite de manière horizontale, pour casser les codes avec la plupart des interfaces qui sont verticales. Après recherches, nous avons décidé de garder cette horizontalité pour éviter certains *dark patterns*, et aussi permettre une navigation simple sur la ligne temporelle des contenus.

#design #expérienceutilisateur #interface

Système d'étiquettes

Needle fonctionne avec des *hashtags* pour catégoriser les contenus. Nous avons amélioré cette fonctionnalité en créant des étiquettes, c'est-à-dire des sortes de dossiers qui contiennent les *hashtags* de l'utilisateur. Ainsi, en cliquant sur une étiquette, on accède à un nouveau fil composé uniquement des références qui comportent cette étiquette.

#étiquettes #catégories #simplification #classification

Filtrage des fils

Sur la page qui montre les fils que croise notre fil, il peut y avoir parfois beaucoup de fils à parcourir. Pour que l'utilisateur puisse chercher ceux qui l'intéressent le plus, nous avons mis en place différents filtres, simples et complexes : par exemple, pour trouver des fils qui croisent beaucoup d'autres fils, ou des fils avec des références très variées, ou encore des fils très actifs...

#filtrage #jauges # praticité

Version mobile

Needle est d'abord un outil conçu pour ordinateur. Il a donc fallu l'adapter aux contraintes que présentent les smartphones. Il y a donc moins d'éléments et ils sont disposés différemment, comme par exemple le menu qui a été déplacé en bas de l'écran. Les boutons ont également été enlevés pour laisser place à des gestes de *swipe* et de *scroll*, plus pratiques sur mobile.

#mobile #responsive #adaptation #smartphone

Le design persuasif et ses mécanismes



Réalisation d'une ressource e-learning

Ingénierie pédagogique

Conception centrée utilisateur

Gamification

Outil auteur

Le design persuasif et ses mécanismes

Vous êtes sur la page 5/5 ▾ ⏪ ⏩

Partie 4 : Le design persuasif

par groupe-3-Mz-lice

Description

Cette partie te permettra de comprendre les relations entre interactions, contenus et biais cognitifs, et de découvrir comment ces concepts interagissent entre eux.

Petite info

! Le design persuasif a été formalisé en 1996 par BJ. Fogg à l'université de Stanford. BJ. Fogg est un spécialiste des sciences sociales et du comportement, qui a créé plus tard le *Behavior Design Lab*.

Définition

Tout ce qu'on t'a présenté dans les parties précédentes correspond à une discipline qui s'appelle le **design persuasif**.

Thank you for trying out H5P. To get started with H5P read our [getting started guide](#)

Qu'est-ce que c'est le **design persuasif** ?

C'est l'ensemble des méthodes utilisées dans le but d'influencer voire manipuler les comportements des utilisateurs, dans le cadre des technologies numériques.

PROCESSUS (1/2)

1

CAHIER DES CHARGES

Avoir différentes représentations de la connaissance, plusieurs activités de rappel, des éléments favorisant l'engagement et l'attention...



2

MODÈLE DE CONNAISSANCES

Synthétiser et représenter visuellement les notions à apprendre selon leur nature (fait sur GMot).



3

MÉCANISMES PÉDAGOGIQUES

Illustrations, exemples, scores (gamification), bilans, textes courts, hiérarchie de l'information, composants variés...



PROCESSUS (2/2)

4

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

Sur différents niveaux selon la taxonomie de Bloom : Connaissance, compréhension, application...



5

EXPÉRIENCE UTILISATEUR

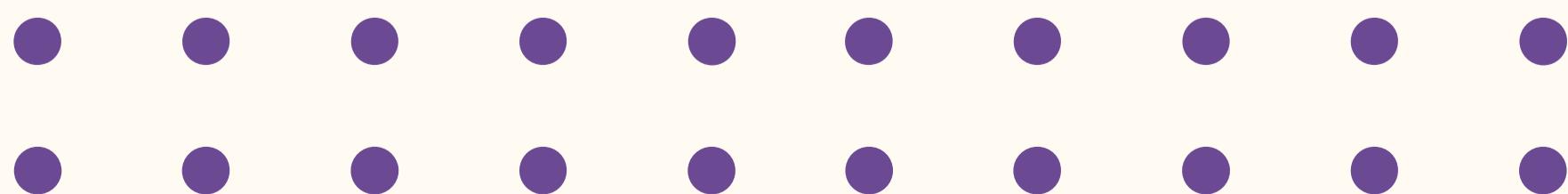
Importance du champ lexical, approche bottom-up, alternance texte/activités, usage de la gamification...



6

RÉDACTION & IMPLÉMENTATION

Intégration de la ressource sur l'outil auteur de l'Université de Lorraine (Compact).



Différentes parties clairement structurées

Description

Cette partie te permettra de comprendre les relations entre interactions, contenus et biais cognitifs, et de découvrir comment ces concepts interagissent entre eux.

Petite info

Le design persuasif a été formalisé en 1996 par B.J. Fogg à l'université de Stanford. B.J. Fogg est un spécialiste des sciences sociales et du comportement, qui a créé plus tard le *Behavior Design Lab*.

Sources

Si tu veux en savoir plus, voilà quelques sources pour approfondir le sujet :

Un site répertoriant les différents types de dark patterns

Cet article de Tristan Harris, l'un des premiers à dénoncer les travers de ces méthodes

Ce documentaire Netflix expliquant comment les réseaux sociaux utilisent le design persuasif

Les cookies : qu'est-ce que c'est en fait ?

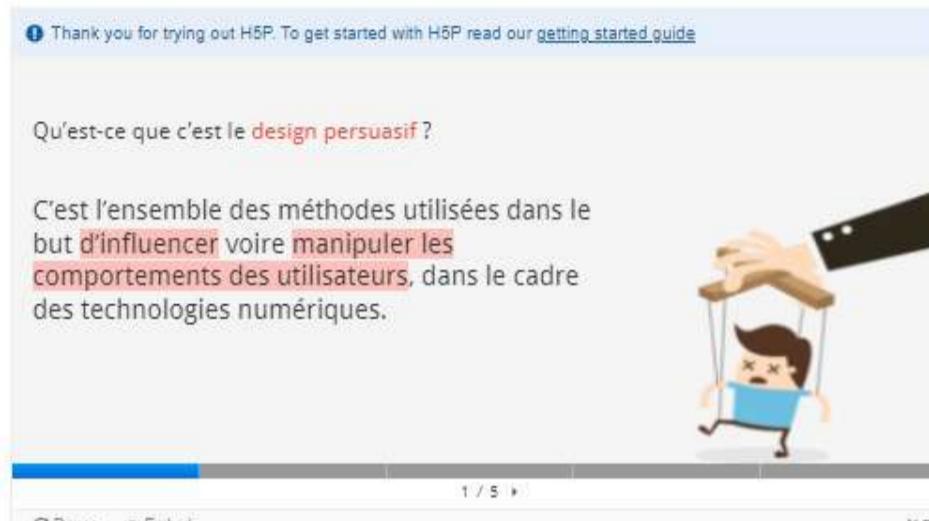
Tu dois en rencontrer très souvent quand tu navigues sur internet, mais sais-tu ce que sont les cookies ?

Ce sont des petits fichiers récoltés par la site que tu consultes et qui contiennent des informations te concernant (âge, données de navigation, pseudo, préférences...). Ces informations sont enregistrées sur ton disque dur pour faciliter ta navigation (tes informations de connexion seront enregistrées pour tes prochaines visites, les pubs et contenus proposés seront personnalisés pour ton profil, etc).

Les cookies ont beaucoup d'avantages mais peuvent représenter un certain danger quand ils sont utilisés à mauvais

Définition

Tout ce qu'on t'a présenté dans les parties précédentes correspond à une discipline qui s'appelle le **design persuasif**.



Le design persuasif est une sous-discipline de ce qu'on appelle l'UX design (ou conception d'expérience utilisateur). Le rôle des UX designers est de concevoir un produit ou un service qui soit le plus adapté possible à l'utilisateur et de rendre son expérience d'utilisation optimale. Le design persuasif utilise des principes de l'UX design et les détourne : le but n'est plus seulement de rendre un produit intuitif et simple d'utilisation, mais aussi d'**orienter le comportement de l'utilisateur** pour le pousser à faire ce que les concepteurs du produit veulent qu'il fasse.



Remplis les trous en remettant à leur place ces 3 mots :
données - interactions - gains financiers

La plupart du temps, la volonté de manipuler le comportement des utilisateurs va de paire avec des objectifs commerciaux, dans le but d'obtenir des [redacted]. En effet : plus tu restes sur l'application et tu effectues des [redacted] (tu like telle vidéo, ou tu cliques sur telle recommandation, etc), plus tu vas fournir des [redacted] que les entreprises vont pouvoir revendre ou utiliser et plus tu vas leur faire rapporter de l'argent (en gros). Leur intérêt est donc que tu reviennes sur l'application le plus souvent possible, et quand tu y es, que tu y restes le plus longtemps possible.

Check

Reuse Embed

Différents modalités de présentation de l'information (images, vidéos, modules interactifs, texte, liens)

Des exercices sous divers formats pour ancrer la connaissance

Scarcity

Là, cela concerne principalement les sites de e-commerce et de réservation, mais pas que. Le but est de faire croire au client que l'article qui l'intéresse est rare, en quantités limitées (scarcity signifie rareté en anglais), et qu'il y a une promotion de très courte durée et donc qu'il faut qu'il en profite vite avant qu'elle ne disparaisse ! Ce *dark pattern* vise à jouer sur l'émotionnel, en tant qu'utilisateur, on se fait avoir par ces petits pièges car on ne veut pas laisser passer cette occasion, supposée être super rare et exceptionnelle.

Ici, on a un bel exemple sur Booking.com qui utilise plein de ces petits éléments d'interface pour te pousser à l'achat. Clique sur les petits +



Source de l'image

Bait and switch

Si tu es un utilisateur d'Instagram, alors tu as dû remarquer qu'il y a eu une mise à jour qui a changé l'interface et la disposition des boutons. Avant, il y avait sur la barre de navigation en bas un bouton pour accéder à tes notifications (*likes* et commentaires reçus...) ; il était placé là car facile d'accès, les designers savent que c'est un endroit auquel on se rend souvent lorsqu'on utilise l'application. Depuis la mise à jour, ils ont remplacé ce bouton par l'onglet *Shopping*, un nouvel onglet d'Instagram qui était peu utilisé. Ils ont donc voulu le mettre en avant en le mettant à la place où se trouvait avant l'onglet *notifications*. Du coup, sans t'en rendre compte, tu cliques par réflexe sur cet emplacement sauf qu'au lieu d'arriver dans les notifications tu arrives dans l'onglet *Shopping*, tu fais donc une action avec une intention mais l'interface te donne un résultat qui n'était pas celui escompté. C'est exactement pareil avec le bouton pour créer un nouveau post : avant il était sur la barre de navigation au milieu, bien en évidence car c'est un bouton très utilisé, maintenant il a été remplacé par le bouton des *Reels* car Instagram veut mettre cette nouvelle fonction en avant. Cette technique s'appelle le *Bait and switch* (appâter et échanger) : appâter l'utilisateur pour le pousser à faire quelque chose, mais quand il clique à l'endroit voulu, le résultat n'était pas celui annoncé.



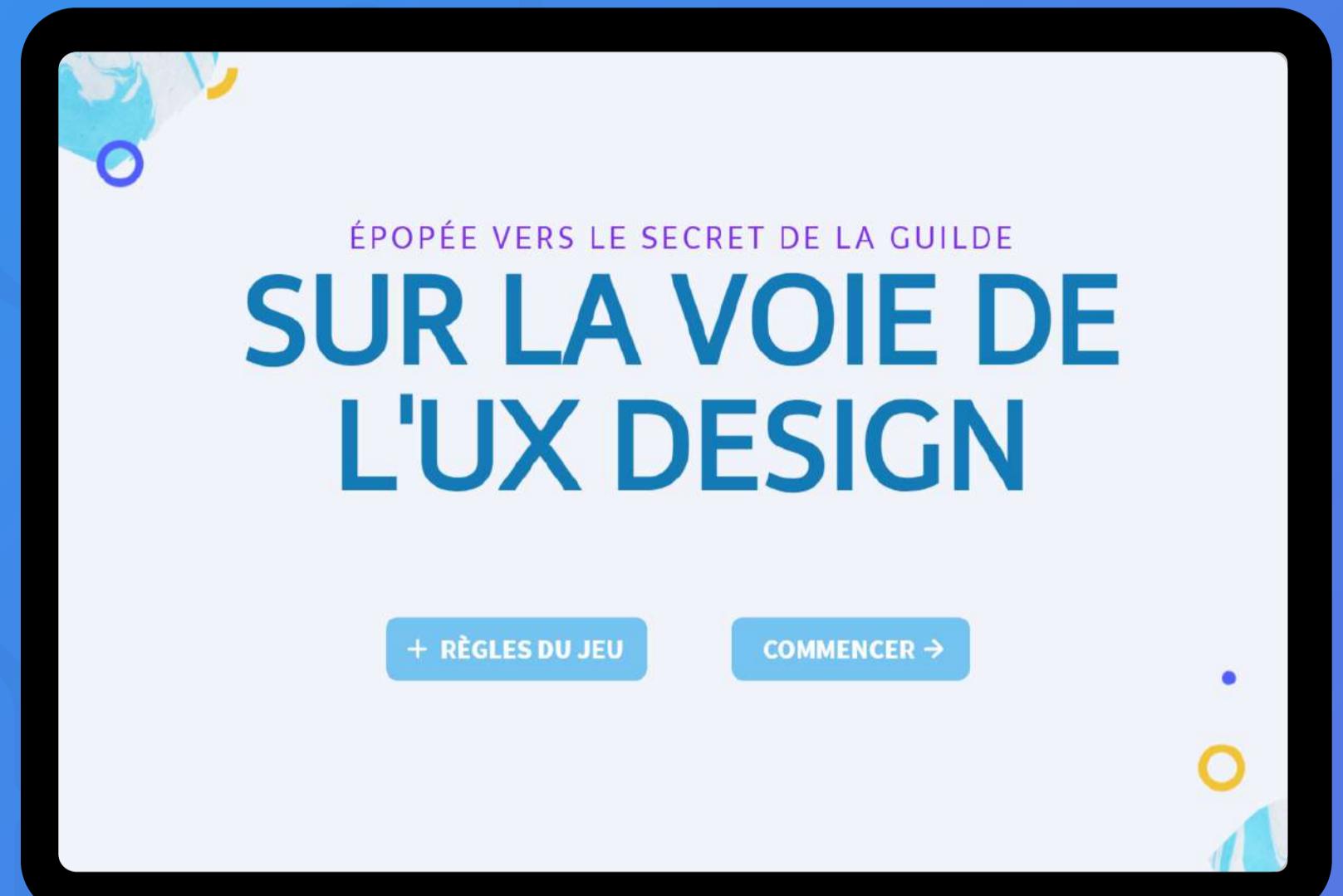
Un vocabulaire adapté et accessible et une interpellation directe à l'apprenant

Une colonne avec des infos complémentaires et des liens pour approfondir

Lien vers la ressource ↗

“Sur la voie de l’UX design” et “Enter game Fresco”

Réalisation de deux escape games numériques



Gamification

Conception centrée utilisateur

Ingénierie pédagogique

genial.ly

SUR LA VOIE DE L'UX DESIGN

Escape game pédagogique - jeu sérieux



Réalisé en 48h (hackathon)



Objectifs d'apprentissage



Mécaniques de gamification

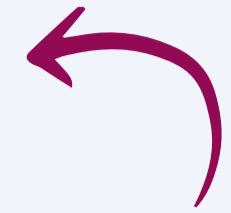


Expérience utilisateur



Tests utilisateur

Lien ➔



Un fil rouge qui guide et immerge le joueur

Une présentation dynamique et interactive des connaissances



Question 2/3
Quiz chapitre 2

Bonne réponse !

Un persona est :

Une locution latine

La personification numérique d'une personne

Un profil type d'utilisateur

Des quiz de rappel pour l'ancre des connaissances, avec feedback

Question 3/3
Quiz chapitre 2



Des modules ludiques

Recours à des composants interactifs



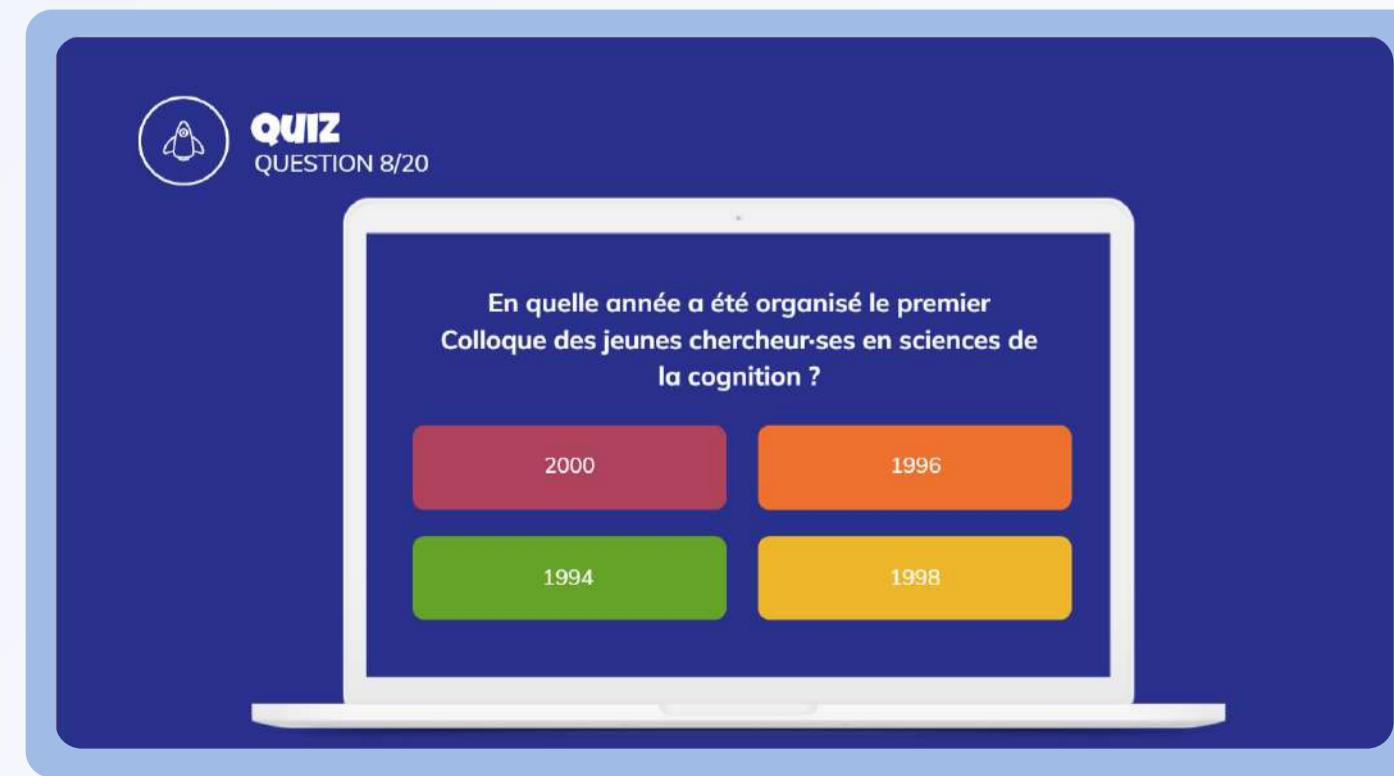
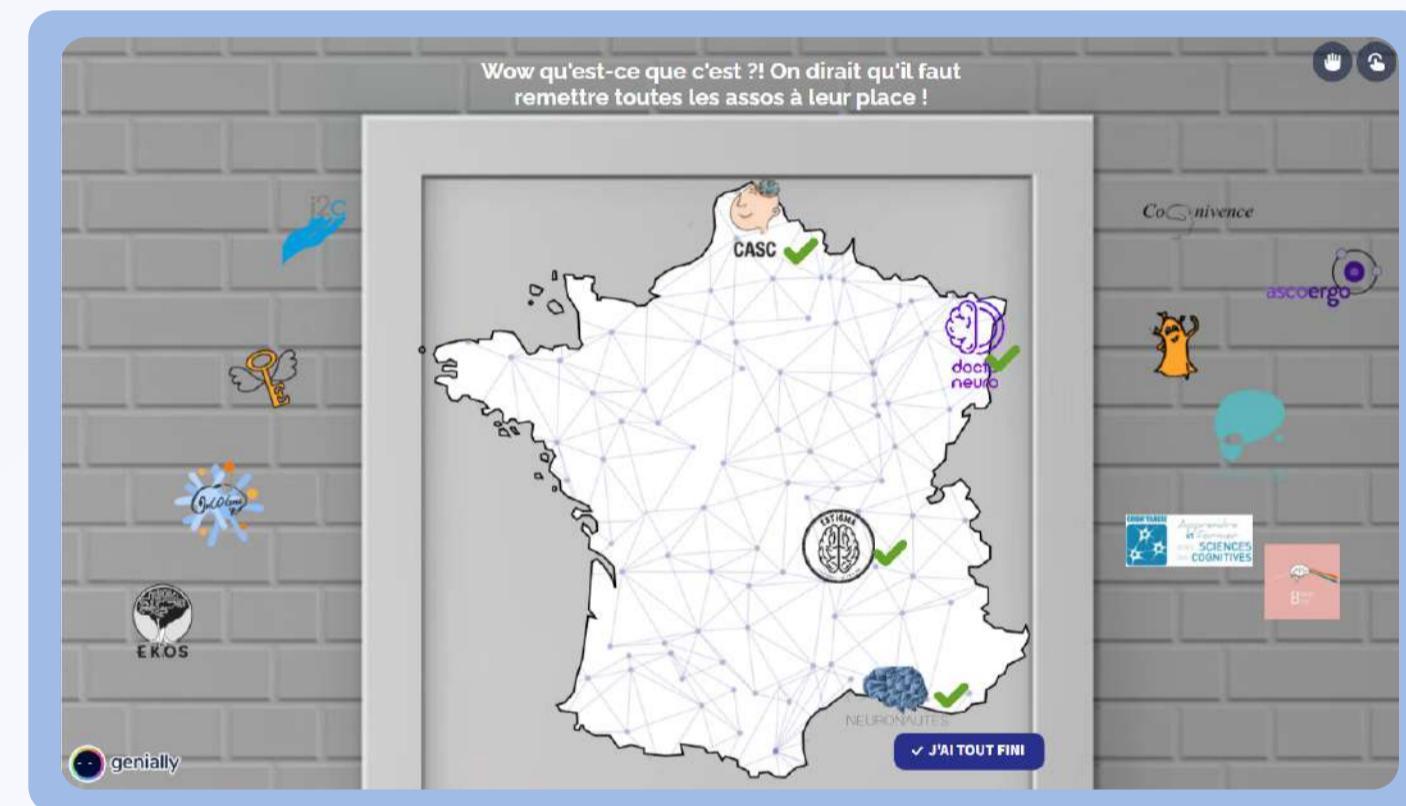
SUITE ➔

Enter game : Rejoindre la Fresco

Parcours de recrutement gamifié pour apprendre le fonctionnement de l'association Fresco

Cet "Enter game" (un escape game inversé !) présente toutes les connaissances et informations nécessaires pour rejoindre la Fresco. Si le joueur parvient à arriver au bout, alors il peut intégrer l'équipe !

Il y a différentes salles selon plusieurs thématiques (histoire de la Fresco, structure et fonctionnement, outils utilisés...) et différents types d'activités (quiz, énigmes, carte interactive...).



Lien ➔

Affiches et visuels en vrac

Passionnée par le design graphique, j'apprends à concevoir des visuels grâce aux fondamentaux de la composition, des formes, de la couleur...

Voici quelques réalisations dans le cadre associatif.

Affiches, logos, bannières, formats réseaux sociaux,
kakémonos, badges,...



The screenshot shows a Facebook event page for "SDM S01E02 : Appliquer les sciences cognitives à l'entreprise". The event is organized by "Fédération Fresco" and is categorized as "en ligne". It took place on Monday, February 15, 2021, from 18:20 to 20:00. The page has 156 participants, including Arnaud Carrier. There are links to share the event and view networking statistics.



	DATE
 PLAN QUINQUENNIAL	Dès février
 SITE WEB	Fin février
 INTER-SCITÉS NEURONAUTES CHEZ ESTIGMA	16 mars
 INTER-SCITÉS ESTIGMA CHEZ NEURONAUTES	1er avril
 WEPASCO	3-5 avril
 INTER-SCITÉS EKOS CHEZ CASC	11 avril
 COLLOQUE DES JEUNES CHERCHEUR·SE·S EN SCIENCES COGNITIVES	18 avril
 FORUM DES SCIENCES COGNITIVES	19 avril
 COGNI'QUIZZ	19 avril
 NOUVELLE VERSION DU GUIDE DE L'ÉTUDIANT·E	19 avril
 INTER-SCITÉS EKOS CHEZ NEURONAUTES	23 avril



MERCI D'AVOIR LU MON PORTFOLIO !

Voici comment me contacter. Je serai ravie de discuter !

CONTACT



marie.auphan@gmail.com