

DEBUT DU COURS A 16H10

EXPERIENCE UTILISATEUR

Ergonomie marketing

ORGANISATION DU COURS

Le cours d'expérience utilisateur se veut participatif au possible.
Nous aborderons l'informatique d'un point de vue marketing durant 6 séances.

Note finale =

- Travail fin de semestre
- Examen écrit

Pour toutes questions, je suis joignable par email: patrick.kibale@vinci.be

TABLE DES MATIERES

Le cours est structuré de façon à vous donner les bases de la réflexion marketing pour mieux concevoir vos projets.

1. Introduction au marketing
2. UX Developer
3. Psychologie marketing
4. Ergonomie et accessibilité
5. Audit et innovation
6. GDPR

PROJET FINAL

- Je vérifierai qu'un maximum de points vus au cours, soient utilisés dans votre travail (sans abus)
- Il y aura une notation pondérée en fonction de l'importance de la tâche demandée
- Il faut bien respecter les deadlines qui vous ont été données pour mettre toutes chances de votre côté.

PERMANENCE POUR LE PROJET

Des permanences seront annoncées durant le cours.

Les deadlines sont obligatoires.

Pour la présentation, soignez vos slides et votre orthographe svp.

ASTUCES : MS Office propose des canevas déjà fait pour vos designs.

ASTUCES : Grammarly vous permet de corriger votre français en live

POURQUOI CE COURS?

- Définissez l'interface d'un distributeur de billets
- Définissez les différentes actions possibles

DISTRIBUTEUR CLASSIQUE

RETRAIT

VIREMENT

CONSULTATION

PIN CODE

DISTRIBUTEUR MODERNE

RETRAIT RAPIDE
20€

RETRAIT AUTRE
MONTANT

CONSULTATION

VIREMENT

PIN CODE

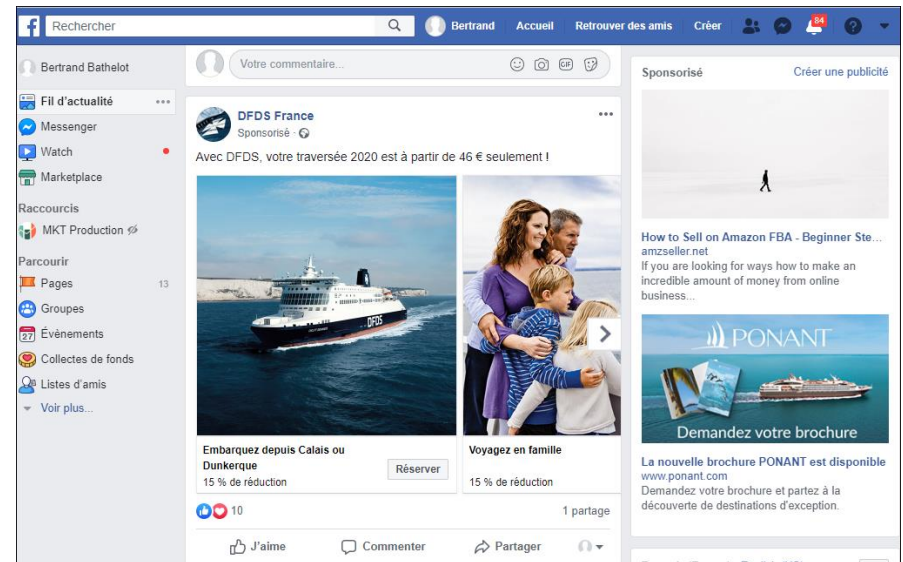
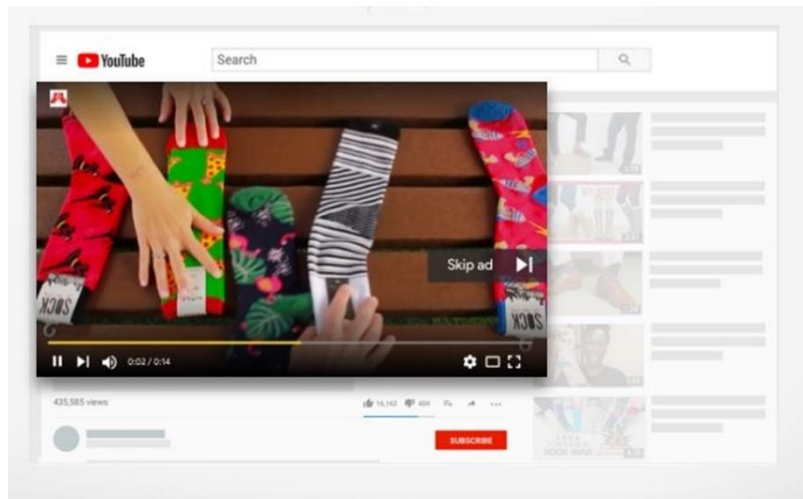
MARKETING

5 différences	Marketing traditionnel	Marketing digital
<i>Support</i>	Hors ligne	Numérique et souvent en ligne
<i>Ciblage</i>	Indifférencié	Personnalisé
<i>Planification</i>	Lente et irréversible	« Instantanée » et agile
<i>Relation client</i>	Interruption / préméditée / unidirectionnelle	Demande de permission / spontanée / multidirectionnelle
<i>Performance</i>	Difficilement mesurable	Mesurable (data-driven)

MARKETING - TRADITIONEL



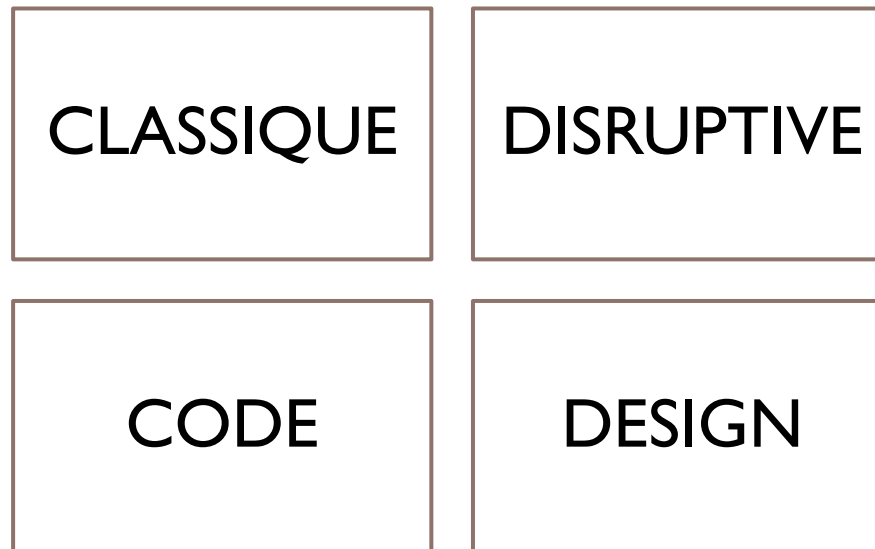
MARKETING - DIGITALE



DISRUPTIVE

Une technologie de rupture est celle qui rend obsolète une technologie établie et transforme une industrie ou redéfinit la structure d'un produit pour créer une nouvelle industrie.

A Harvard Business School, le professeur Clayton M. Christensen a popularisé le terme de **technologie disruptive**.



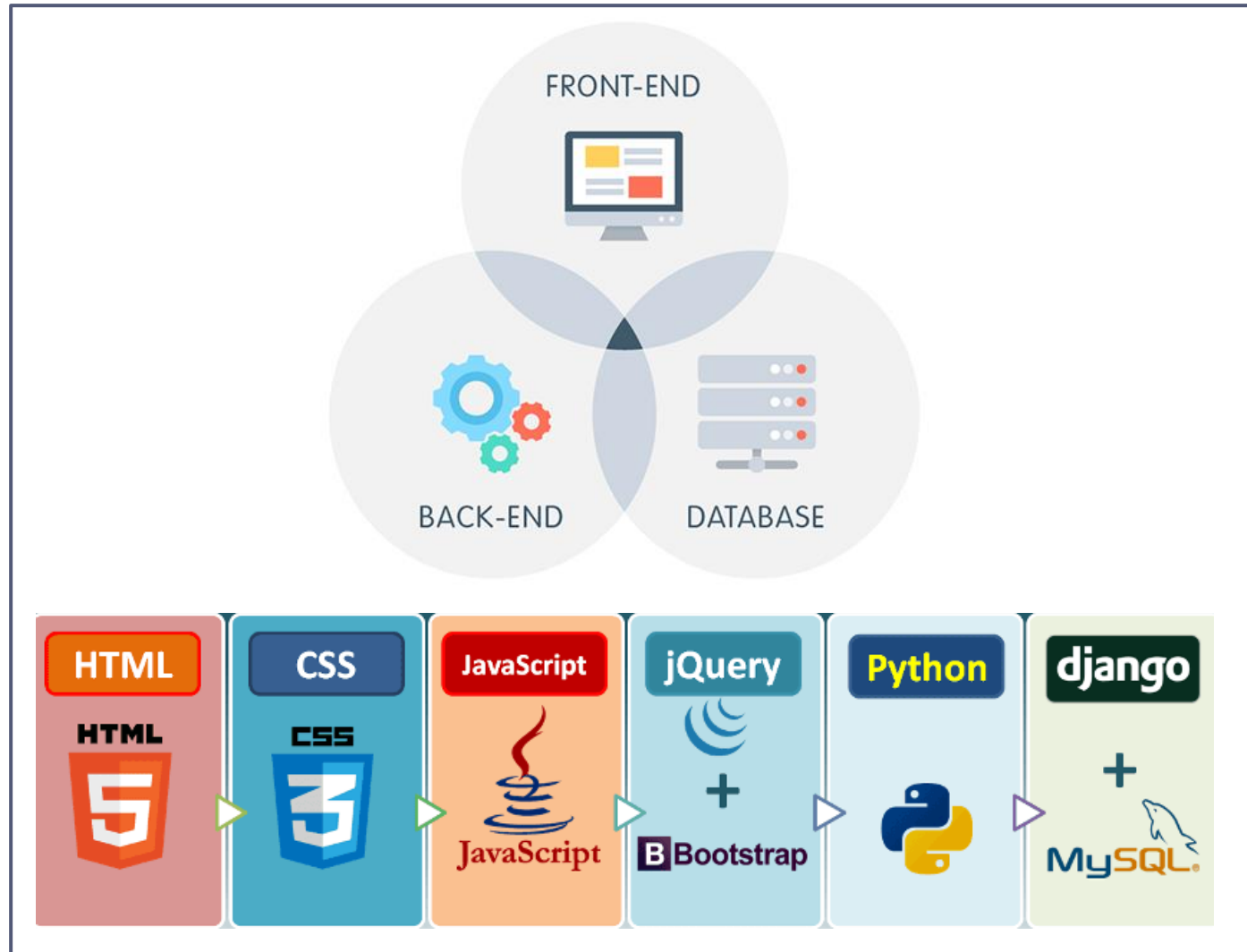
DISRUPTIVE

L'arrivée du guichet automatique fut un choc pour les habitudes des consommateurs et l'économie.

Histoire du guichet automatique par la RTBF

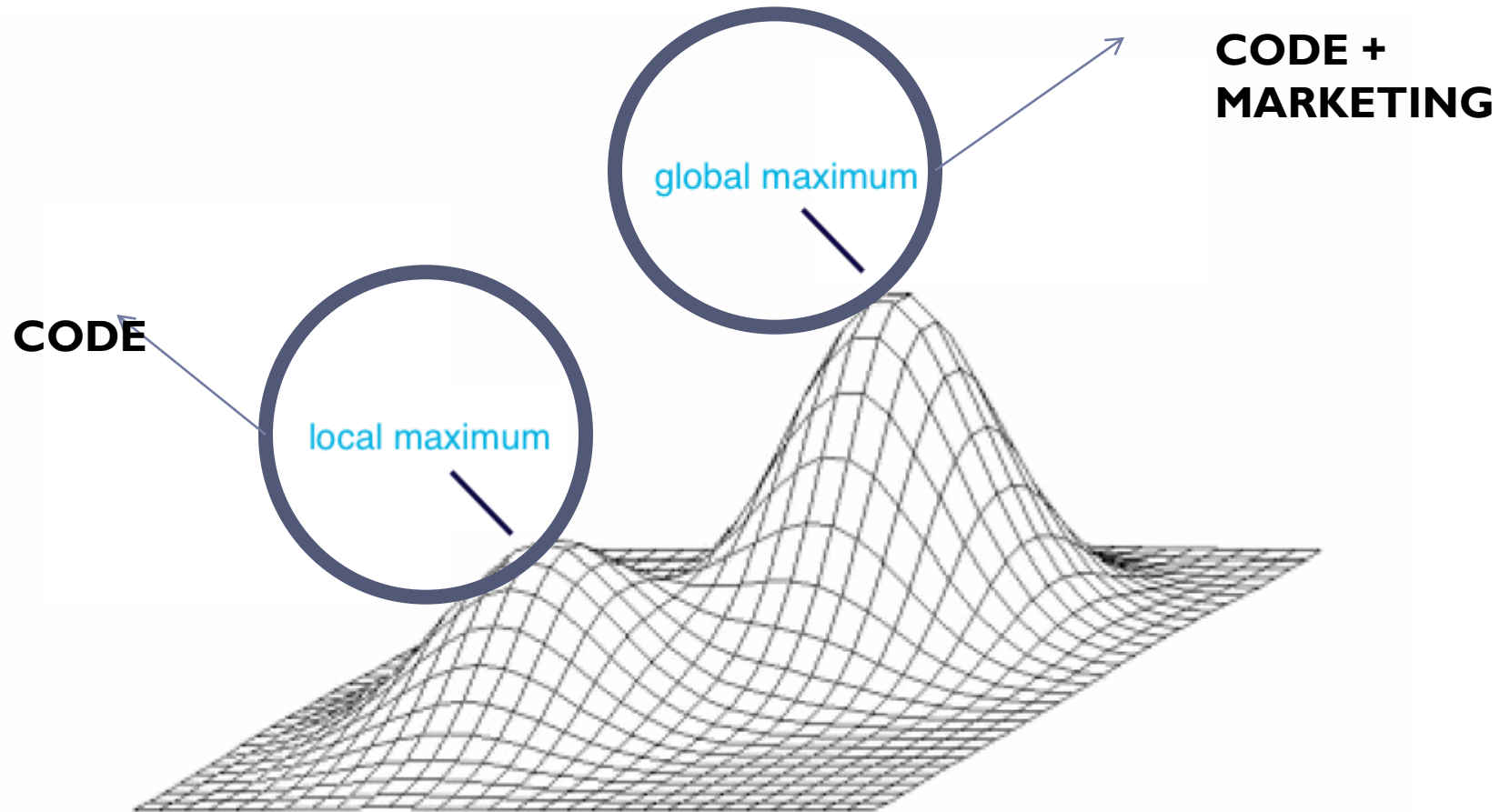
https://www.rtbef.be/auvio/detail_comment-les-banques-ont-impose-le-distributeur-de-billets?id=227464

FULL-STACK



MARKETING

MARKETING



QUI GAGNE ?

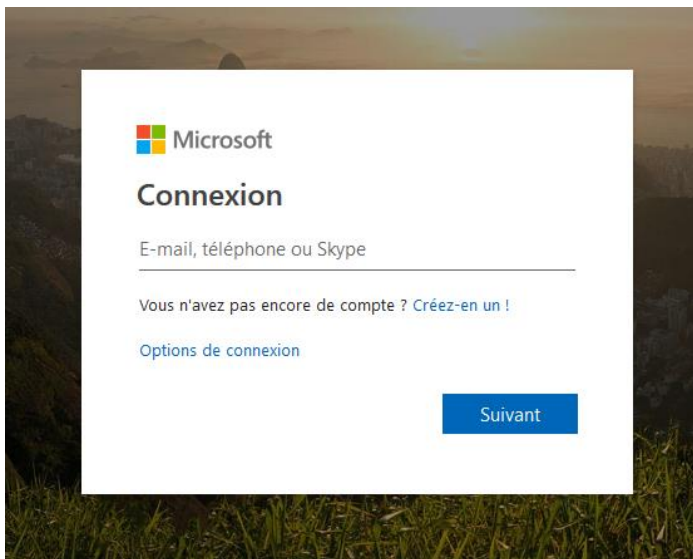


VS

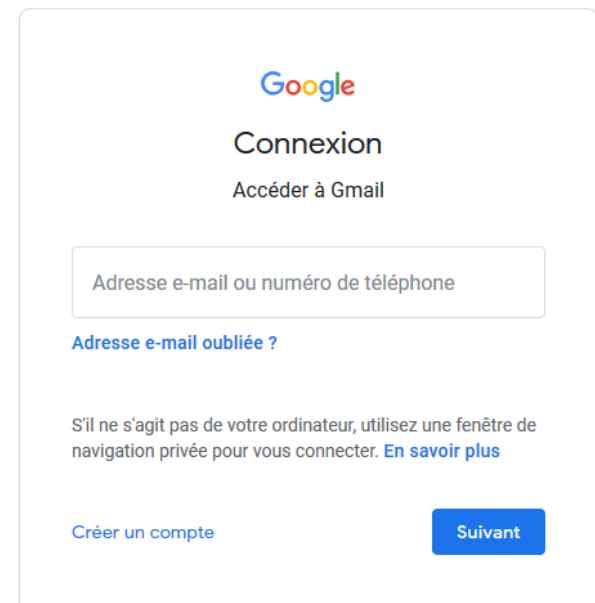


Présentation de l'iPhone en 2007 : <https://www.youtube.com/watch?v=RIRQg8AJxuw>

QUI GAGNE ?



VS



QUI GAGNE ?



VS



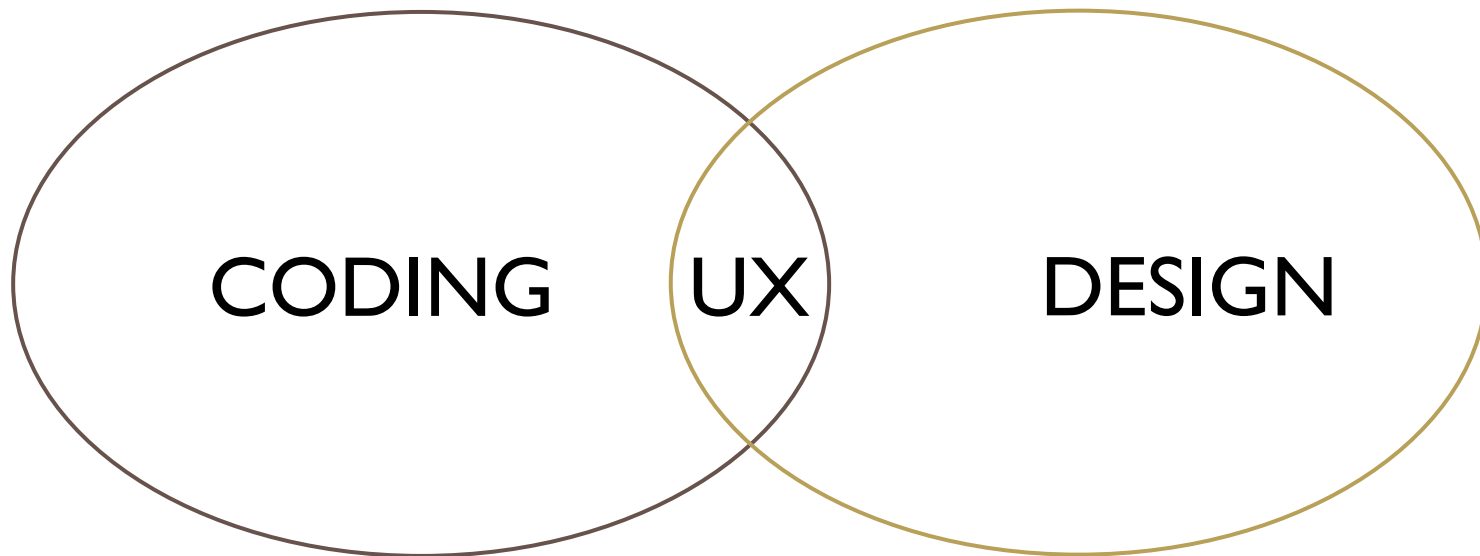
Planifié VS Réalité



User experience

Design

CODEUR vs DESIGNER



Exercice

Faire des achats en supermarché

- Quelles sont les étapes ?
- Quelles technologies utiliser ?

Comment optimisez-vous l'Expérience Utilisateur?

Exercice

Achat de tickets de festival en ligne

- Il y a 50 tickets disponibles en Belgique
- Il y a 3000 potentiels acheteurs
- L'achat se fera entre 14h et 15h le mardi
- Le site en ligne utilisant Angular JS
- Le hébergement dédié sous LINUX avec NGINX

Comment organiser la vente de tickets en étant le plus impartial possible?
Comment optimisez-vous l'Expérience Utilisateur?

*Exercice à soumettre par Moodle mercredi avant le prochain cours.
Correction au début du cours suivant.*

Exercice

Faire des achats en supermarché

- Quelles sont les étapes ?
 - Entrée : caddie OFFLINE + scanner ONLINE
 - Allées
 - Parcours
 - Caisse
 - Compte client (email, app, sms)
- Quelles technologies utiliser ?
 - Mobile native
 - Java
 - RFID
 - Barcode
 - Wifi
 - Bluetooth
 - Softwares...

A VOIR

https://www.youtube.com/watch?v=PwjHpMocL_M

https://www.youtube.com/watch?v=dQP4_KvOVT8