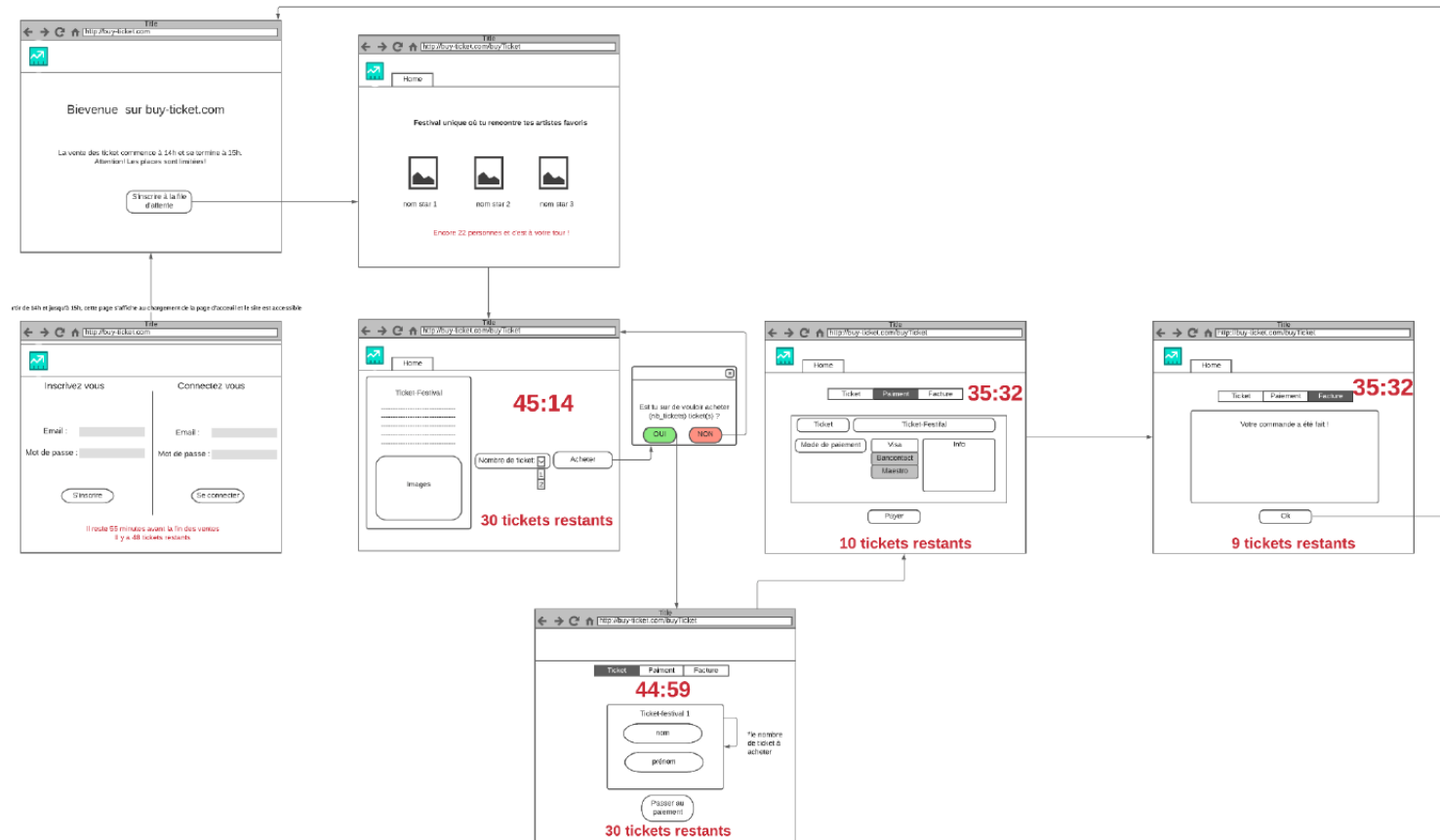


EXPERIENCE UTILISATEUR

Ergonomie marketing

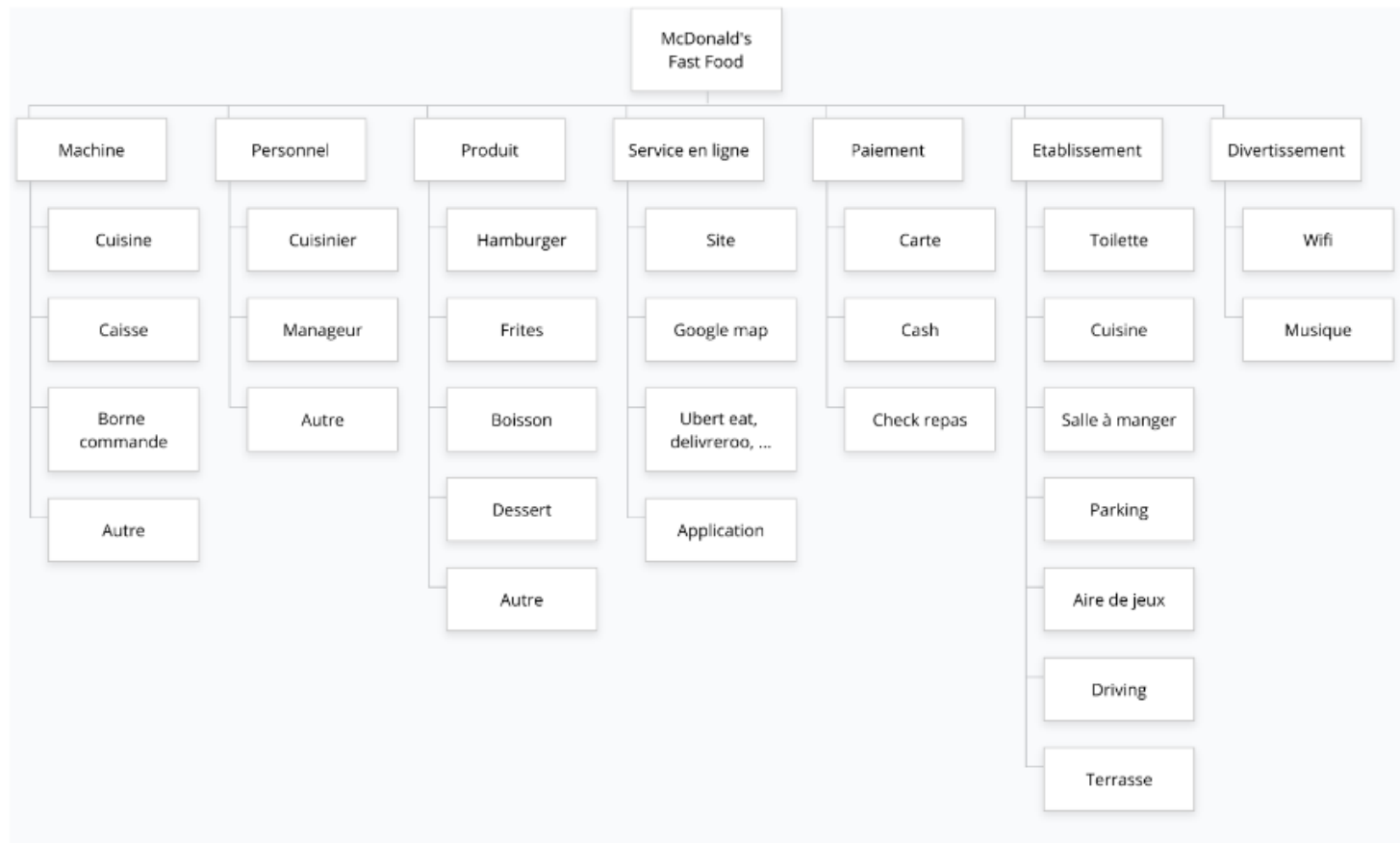
EXERCICE WIREFRAME

Ticket festival



EXERCICE MINDMAP

McDonald's



INNOVATION



DEFINITION

NEUROMARKETING

Le neuromarketing est une nouvelle science apparue dans les années 2000 aux Etats-Unis. **Le neuro-marketing est un ensemble de techniques d'analyse visant à comprendre comment fonctionnent les pratiques de consommation et comment les optimiser.** Ces techniques, regroupent les électroencéphalogrammes, les IRM, mais aussi l'eye-tracking.

Lorsque l'on observe les produits Apple, on peut imaginer que c'est le “look” qui séduit ses utilisateurs. Les *Apple-addicts* ont une réaction cérébrale proche de celle de la foi chez les croyants.



DEFINITION

INNOVATION PAR ACCIDENT (SERENDIPITE)

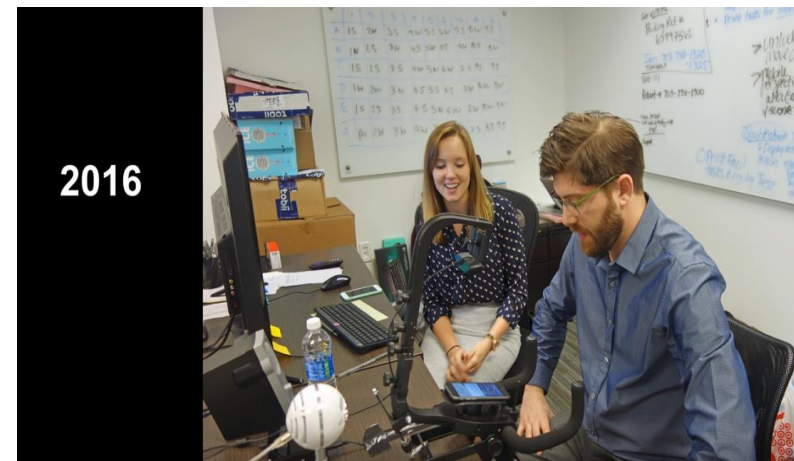
Depuis toujours de grandes idées, inventions et innovations naissent par accidents. Beaucoup d'entre elles découlent d'expériences inattendues, de concours de circonstances, d'erreurs, de maladresses ou de hasards.

- 1859. Découverte de la **Vaseline** par Robert Chesebrough. C'est en observant des ouvriers en train de nettoyer une substance grasseuse, qu'il s'interrogea sur l'utilisation de cette matière organique inutilisable pour l'industrie pétrolière. Les ouvriers lui indiquèrent qu'ils l'utilisaient pour soigner les brûlures.
- 1995, **Java**, langage web connu aujourd'hui n'était pas destiné à ça lors de son développement.

LABORATOIRE

OBSERVATION DES UTILISATEURS

Voici comment certaines entreprises observaient les comportements des utilisateurs pour en déduire si les services ou produits mis en place, correspondent aux attentes des clients du point de vue technique et marketing.



DEFINITION

INNOVATION PAR L'ECHEC

L'innovation qui échoue se caractérise par:

- **Une incompréhension de l'utilisateur**
- **Un manque de réponse aux besoins de l'utilisateur**
- **Une répulsion de l'utilisateur**
- **Un effet feu de paille suivi d'un abandon**

La Suède possède un musée de l'échec d'innovation pour inspirer les plus fous inventeurs.

« Copiez, testez et innovez »

NEW COKE

<https://hbr.org/2017/11/how-coca-cola-netflix-and-amazon-learn-from-failure>



« Copiez, testez et innovez »

EXEMPLE

INNOVATION CHEZ NIKE

Sur le marché des chaussures de sport, les marques se livrent une bataille sans merci pour rendre leurs produits innovants afin de rester dans la course. Nouvelle semelle, nouveaux lacets, nouveaux matériaux ...

Dans ce marché hautement compétitif, Nike a su garder sa position de leader en voyant au-delà de son produit. En effet, ils ont pris en considération le contexte dans laquelle leurs chaussures sont portées et ont appréhendé de manière globale l'expérience qu'a le sportif avec. Peu de temps après, Nike ajoute dans leurs chaussures des capteurs permettant au sportif de traquer ses progrès et ses performances sur sa montre ou son téléphone, d'envoyer ses données de localisation pour analyser son parcours et s'en voir suggérer un plus optimisé, etc.

Aujourd'hui, **le consommateur achètera une paire de Nike pour l'expérience qu'elles lui permettent de vivre** et non plus seulement pour la qualité du produit.

EXEMPLE

INNOVATION CHEZ NIKE



EXEMPLE

INNOVATION CHEZ APPLE

Tout commença par un ordinateur. Ensuite est venu l'iPod ainsi qu'iTunes pour écouter de la musique. La synchronisation entre les 3 supports a commencé à se renforcer créant une base d'écosystème. Puis viennent l'iPhone et son AppStore qui ajoute un nouvel appareil connecté à l'environnement d'Apple. L'iPad voit le jour et est connecté à l'iPhone grâce à l'AppStore. S'en suit l'Apple Watch, le premier "wearable" connecté à l'iPhone permettant de suivre tout un tas de notifications sans sortir son téléphone ainsi que suivre ses performances sportives.

Chaque addition de support est une réelle valeur ajoutée à l'environnement rien que par son existence. L'interconnexion entre tous les appareils est irréprochable et permet de créer une expérience aussi globale que satisfaisante pour l'utilisateur. Au-delà de la qualité de ses produits, **c'est en vendant cette expérience écosystémique qu'Apple a su fidéliser ses millions d'utilisateurs.**

NEWTON PDA - APPLE

Innovation de Scully qui ne pensait pas UX mais rentabilité...



« Copiez, testez et innovez »

NEWTON PDA - APPLE

Innovation de Steven Jobs qui pensait UX avant tout...



« Copiez, testez et innovez »

INNOVATION CHEZ SPACE X

Pourquoi envoyer des fusées dans l'espace et ne pas les récupérer ?
Nous avons les lasers, GPS, satellites...

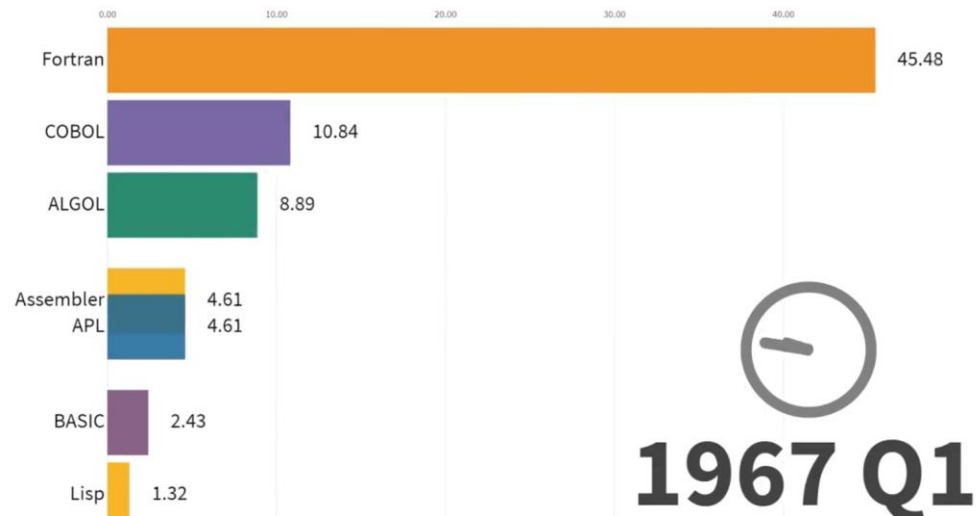


« Copiez, testez et innovez »

EXEMPLE

INNOVATION DANS LES LANGAGES DE CODAGE

L'innovation c'est bien mais il faut être prudent quant au coût engendré pour le changement ou la maintenance du service ou produit à moyen ou long terme.
Exemple sur l'évolution des langages de codage
(cf Moodle pour la vidéo)



AUDIT

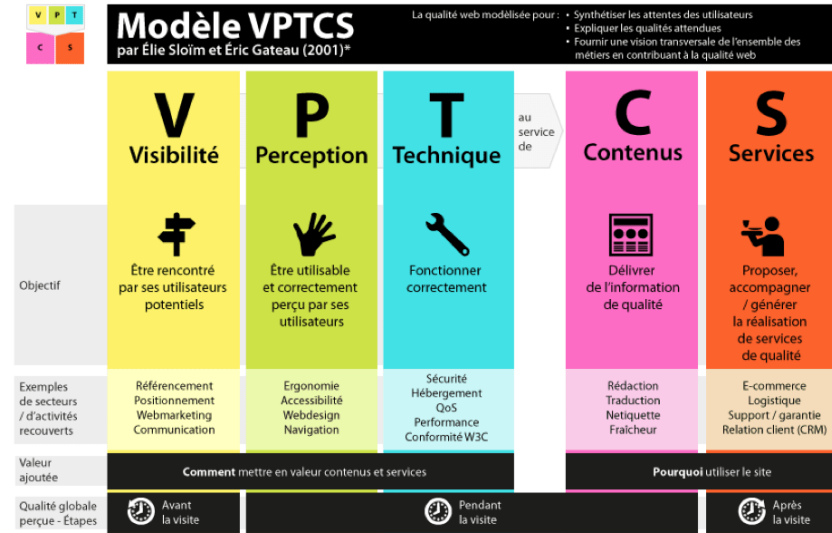


DEFINITION

MODELE VPTCS

Ce modèle vous permet de comprendre ce qu'attendent les utilisateurs des sites Web : un site doit être **visible**, **ergonomique**, **fonctionnel** et doit apporter des **contenus** et des **services de qualité**.

<https://choblab.com/gestion-projets/site-web-comment-realiser-un-audit-complet-avec-le-modele-vptcs-13987.html>



* voir <http://hemeris.com/ressources/articles/le-metier/cite-re-generaux-d-evaluation-de.html>
Infographie Delphine Malassinne (2015) sous licence CC BY SA (voir <http://w3quality.net/demarche/modele-vptcs-infographie/>)
D'après Qualité Web - Les bonnes pratiques pour améliorer vos sites (2012) (voir <http://qualite-web-lelivre.com/>)

icônes « the Noun Project » :
Jakob Vogel, Simple Icons, John Caserta,
Arthur Shlain, CK, Dmitry Baranovsky

DOCUMENTATION

Indiquer les pages que vous avez inspecté est indispensable pour documenter votre audit en suivant une structure arborescente de type « table des matières ».

- **Repérez les pages principales**
- **Rassemblez les pages par service et contenu**

Échantillon

1. https://www.ipp.fr/	/.....ACCUEIL
2. https://www.ipp.fr/legal-informationMENTIONS
3. https://www.ipp.fr/courses?q=qualit%C3%A9RECHERCHE
4. https://www.ipp.fr/foobar404
5. https://www.ipp.fr/pathsPARCOURS
6. https://www.ipp.fr/paths/65-data-analystPAGE PARCOURS
7. https://www.ipp.fr/forum/FORUMS NIV 1
8. https://www.ipp.fr/forum/categorie/html-cssFORUMS NIV 2

DOCUMENTATION

Pour cela, vous devez documenter les défauts relevés. Votre rapport d'audit doit permettre au moins :

- De localiser précisément chaque élément concerné dans le site et dans la page
- De connaître le ou les critères non respectés
- D'identifier la nature précise de l'erreur

Très souvent, mais cela dépend du contexte de l'audit, vous allez également devoir apporter deux autres informations :

Préciser l'impact d'un défaut en termes d'expérience utilisateur : qui est concerné ?
Comment concrètement ?

Proposer des pistes de solutions, ou parfois des solutions précises et détaillées.


→ Vous allez donc noter ces différentes informations au fil de votre audit.

- BP 85 : Chaque champ de formulaire est associé dans le code source à une étiquette qui lui est propre.
- Pages : toutes (form#search form header)


CHECKLIST

Pour pouvoir passer à une évaluation précise et opérationnelle de ces différents aspects, vous avez besoin de les transformer en **critères unitaires et objectifs** : c'est le rôle du référentiel, ou **checklist**.

Le référentiel d'Opquast se compose de 226 critères, ou bonnes pratiques, organisé en 19 thématiques.

**Opquast V3**PDFXLS

226 critères. La check-list de référence pour la qualité des sites.

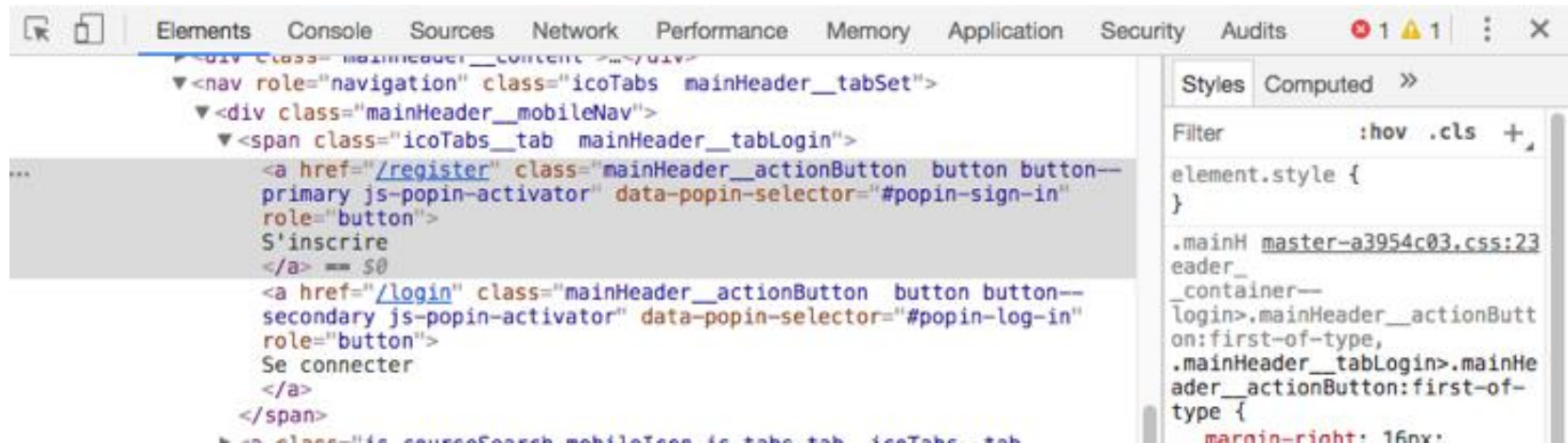


N°	Rubrique	Description
	<input type="text"/>	<input type="text" value="Faire une recherche"/>
1	Alternatives	Chaque image décorative est dotée d'une alternative textuelle appropriée.
2	Alternatives	Chaque image-lien est dotée d'une alternative textuelle appropriée.
3	Alternatives	Chaque image porteuse d'information est dotée d'une alternative textuelle appropriée.
4	Alternatives	Les objets inclus sont dotés d'une alternative textuelle

OUTILS

L'INSPECTEUR DE CODE

L'inspecteur de code de Chrome, ouvert sur le bouton « S'inscrire » du site OpenClassrooms. À gauche le code HTML du bouton et à droite, le code des styles CSS qui s'y appliquent.



OUTILS

RECX SECURITY ANALYSER

Une autre extension dont vous aurez besoin et qui va vous permettre de traiter les critères sécurités qui concernent les échanges HTTP.

YSLOW : POUR EXAMINER LES RESSOURCES DE LA PAGE

Il s'agit d'inspecter les ressources composant la page et leur transmission au navigateur via HTTP.

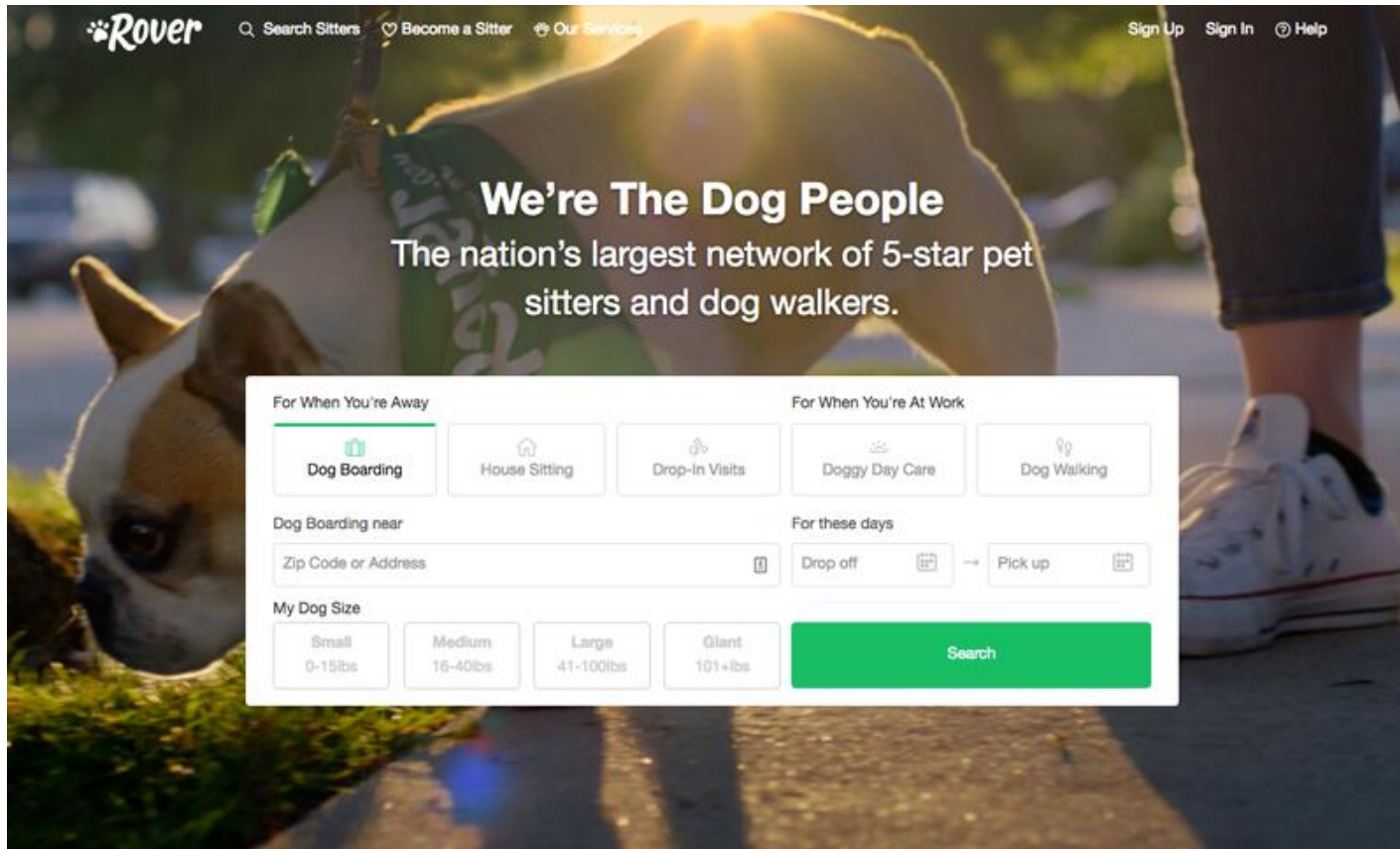
COLOUR CONTRAST ANALYSE

Permet de vérifier le taux de contraste nécessaire à l'accessibilité du contenu.

EXEMPLES UX



ROVER.COM



The image shows the Rover.com homepage. At the top, there's a navigation bar with the Rover logo, links for 'Search Sitters', 'Become a Sitter', and 'Our Services', and user links for 'Sign Up', 'Sign In', and 'Help'. The main headline reads 'We're The Dog People' followed by 'The nation's largest network of 5-star pet sitters and dog walkers.' Below this is a large search overlay. The overlay has two main sections: 'For When You're Away' and 'For When You're At Work'. Under 'For When You're Away', there are buttons for 'Dog Boarding' (selected), 'House Sitting', 'Drop-In Visits', 'Doggy Day Care', and 'Dog Walking'. Under 'For When You're At Work', there are buttons for 'Dog Boarding' and 'Dog Walking'. Below these, there's a section for 'Dog Boarding near' with a 'Zip Code or Address' input field. To the right of this is a 'For these days' section with 'Drop off' and 'Pick up' date pickers. At the bottom of the overlay, there's a 'My Dog Size' section with buttons for 'Small (0-15lbs)', 'Medium (16-40lbs)', 'Large (41-100lbs)', and 'Giant (101+lbs)'. A large green 'Search' button is at the bottom right of the overlay. The background of the page is a photo of a French Bulldog wearing a green vest with 'Rover' written on it, standing on a sidewalk next to a person's legs and white sneakers.

We're The Dog People
The nation's largest network of 5-star pet sitters and dog walkers.

For When You're Away

- Dog Boarding**
- House Sitting
- Drop-In Visits
- Doggy Day Care
- Dog Walking

For When You're At Work

- Dog Boarding
- Dog Walking

Dog Boarding near

Zip Code or Address

For these days

Drop off → Pick up

My Dog Size

- Small (0-15lbs)
- Medium (16-40lbs)
- Large (41-100lbs)
- Giant (101+lbs)

Search

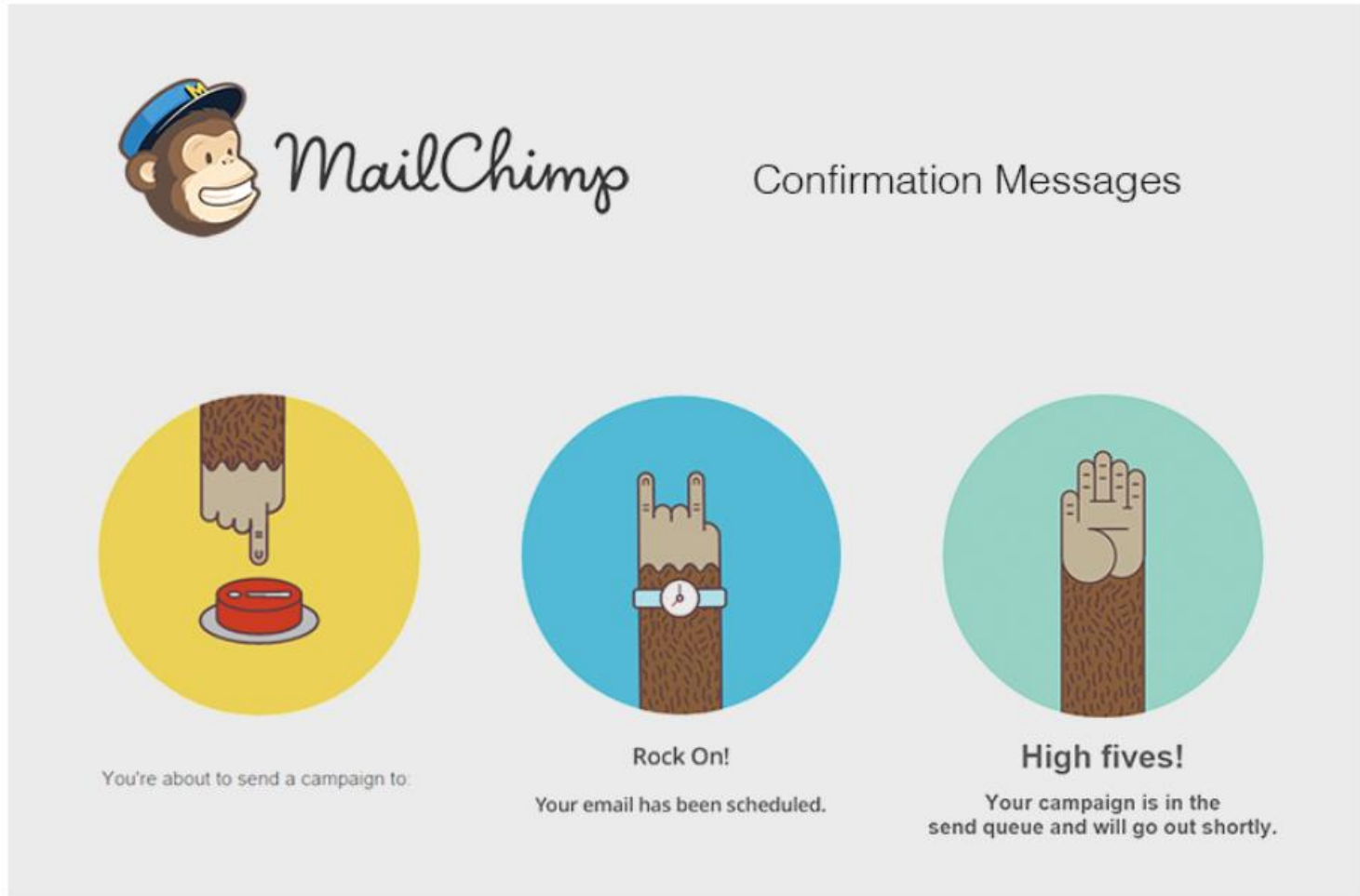
Services for every dog

 Dog Boarding

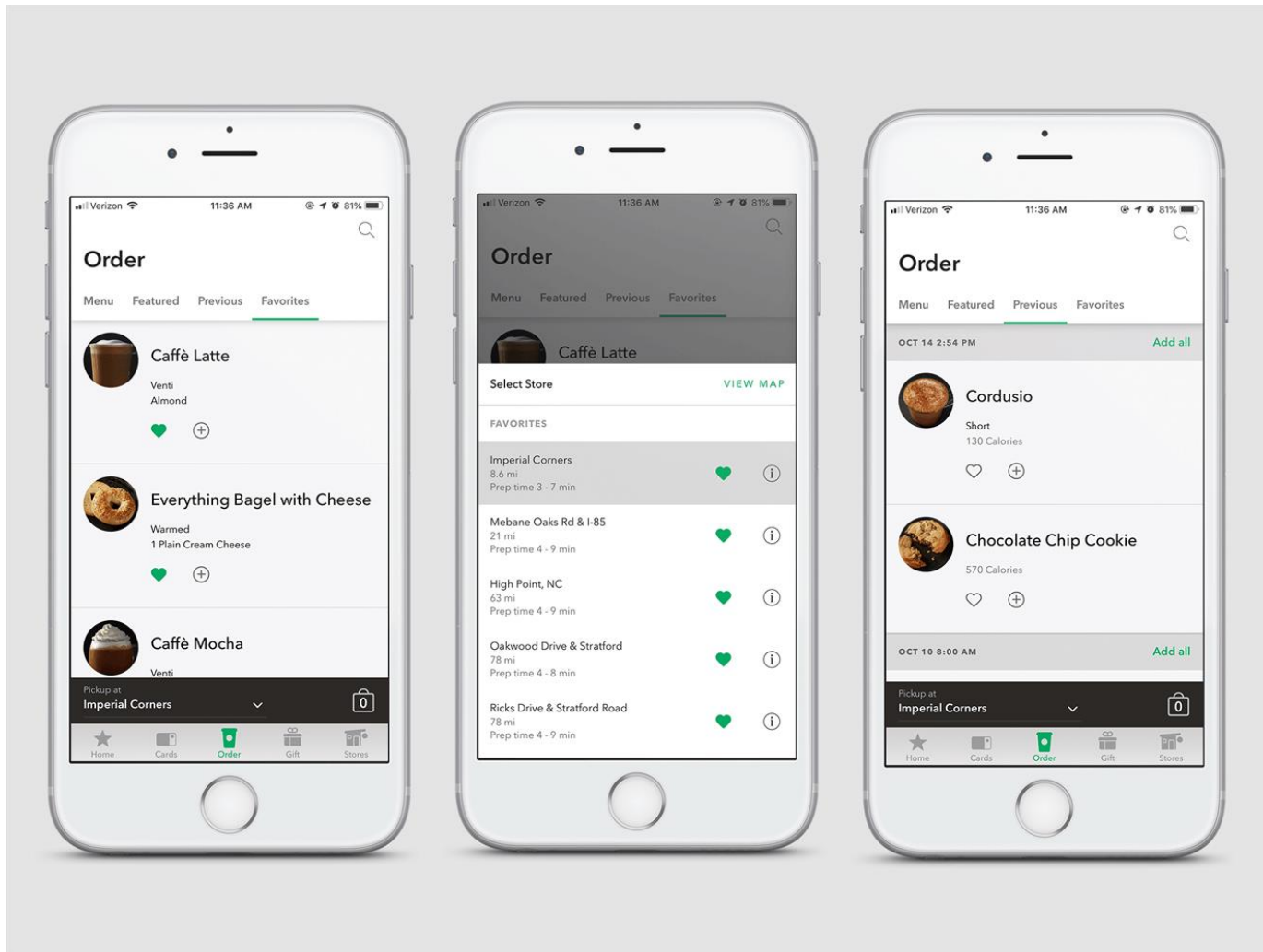
 Help

MAILCHIMP

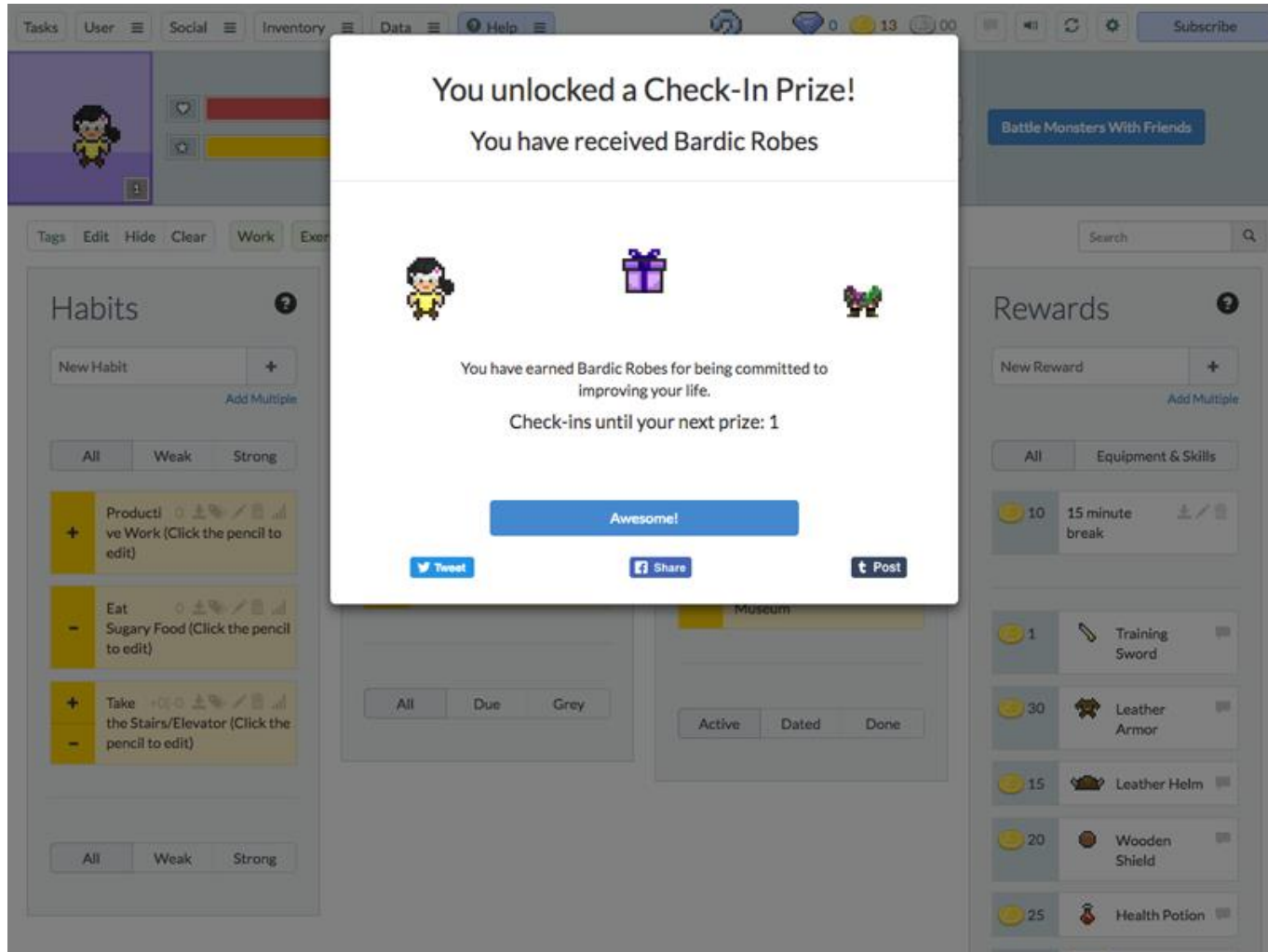
4. MailChimp: Humanizing Technology



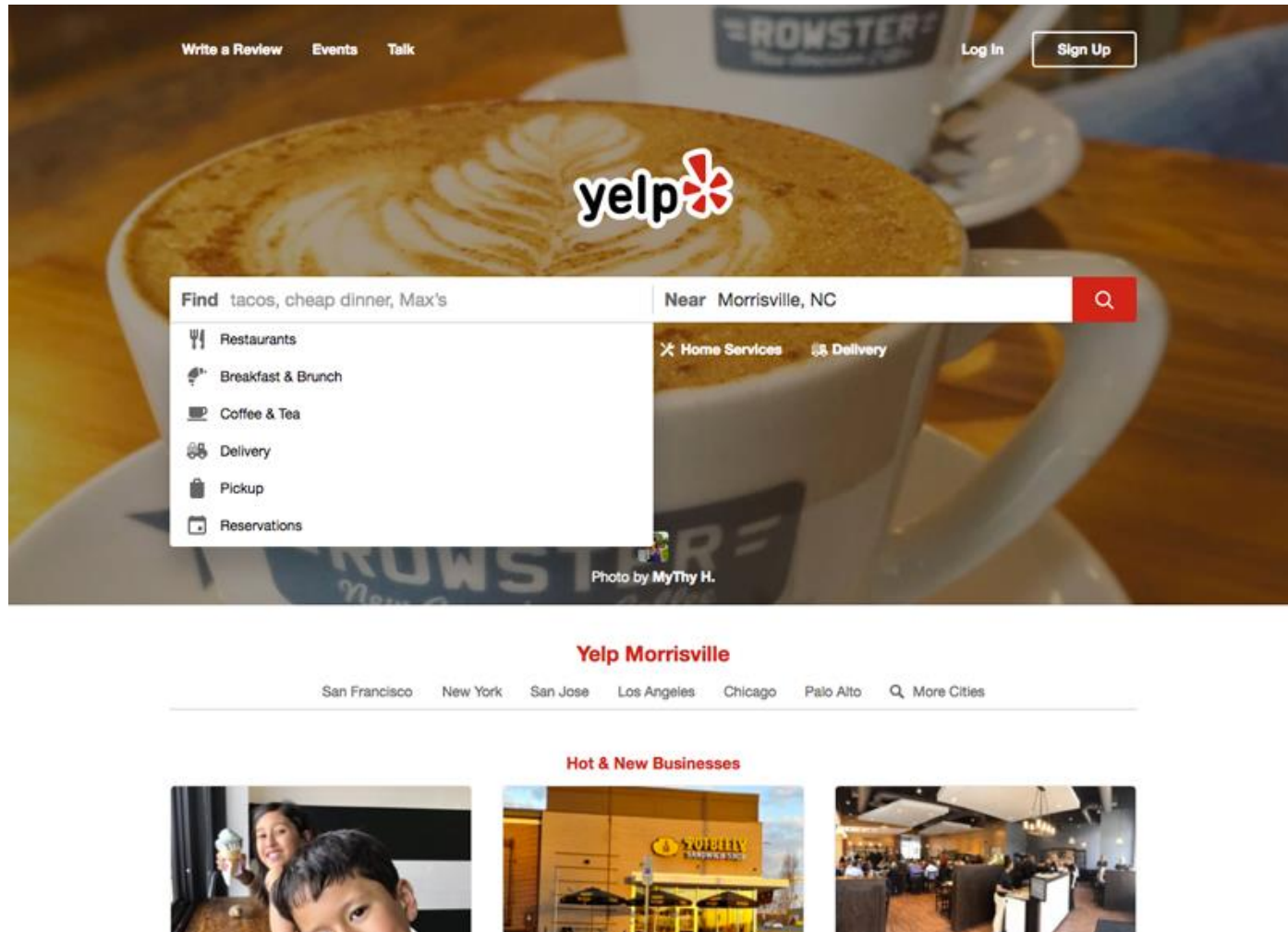
STARBUCKS



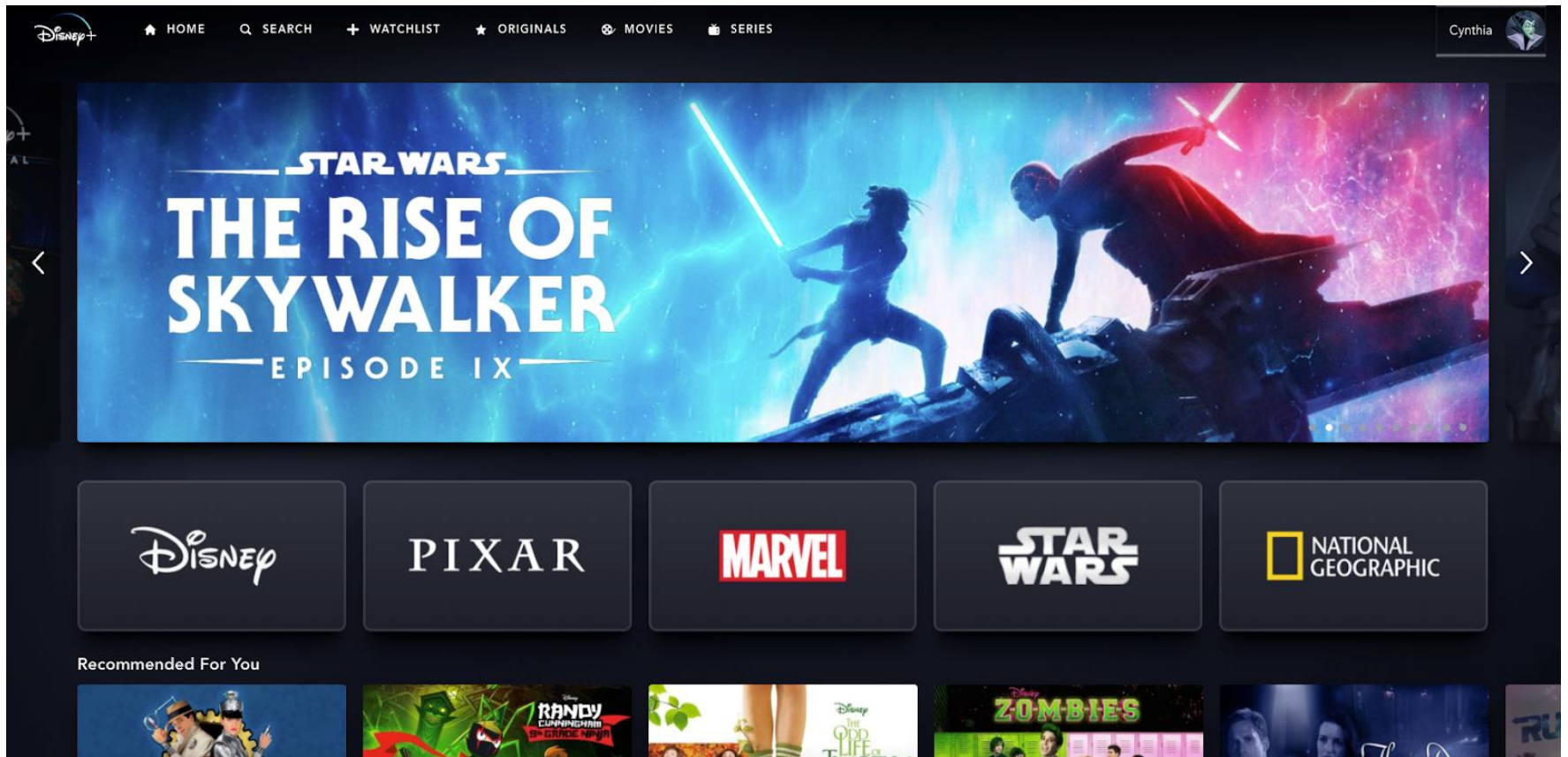
HABITICA (kanban)



YELP



DISNEY +



GOOGLE



Search the web using Google!

Google Search

I'm feeling lucky

Special Searches
[Stanford Search](#)
[Linux Search](#)

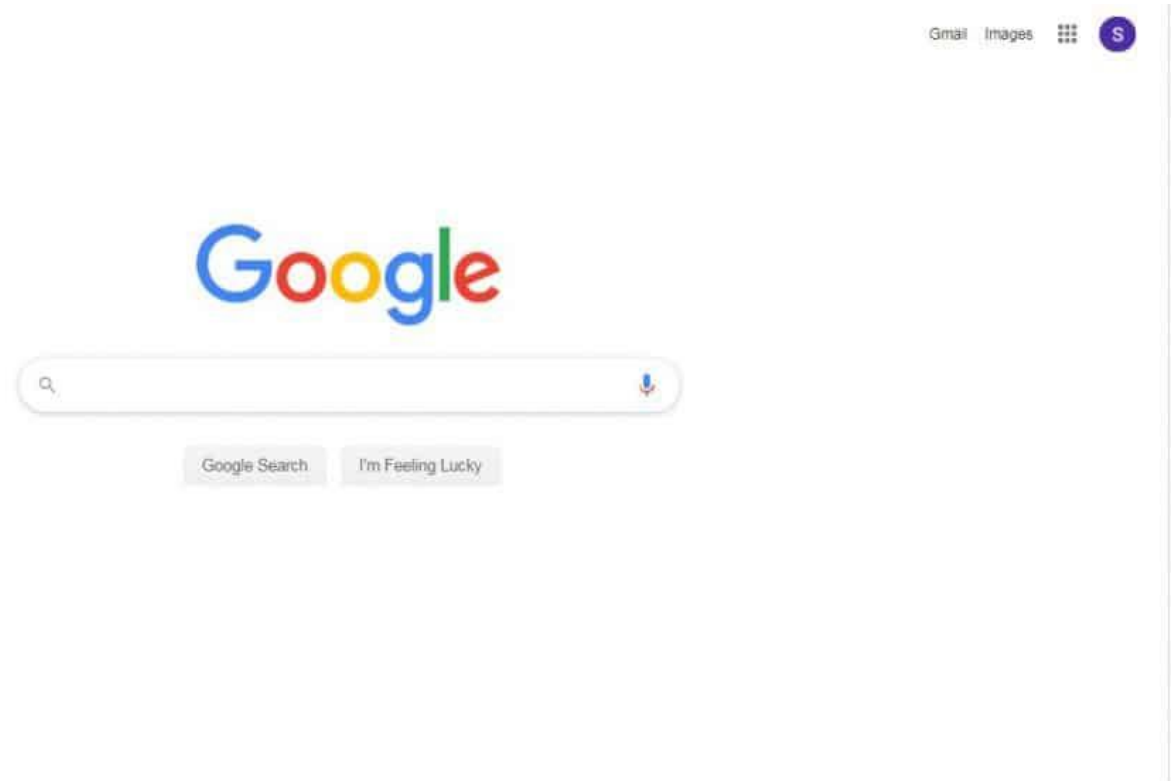
[Help!](#)
[About Google!](#)
[Company Info](#)
[Google! Logos](#)

Get Google!
updates monthly:
 your e-mail

Subscribe [Archive](#)

Copyright ©1998 Google Inc.

GOOGLE



FACEBOOK

