

Design Thinking appliqué à une page web de Shop

Empathie – Compréhension de l'utilisateur

Qui est l'utilisateur ?

- Jeunes hommes et femmes cherchant des vêtements / chaussures / électronique...
- Naviguent beaucoup sur mobile
- Veulent trouver les produits rapidement avec des informations claires

Besoins principaux :

- Images claires des produits
- Prix visible
- Filtres (prix, couleur, taille...)
- Barre de recherche efficace
- Panier visible

Points de frustration (Pain Points) :

- Trop de publicités
- Recherche difficile et résultats peu précis
- Étapes de paiement longues
- Manque d'informations sur le produit

Définition – Définir le problème

“Les utilisateurs ne trouvent pas les produits facilement car le site est mal organisé et les filtres sont faibles.”

“Le client est frustré car le prix et les informations du produit ne sont pas clairs.”

Idéation – Génération d'idées

des idées possibles pour résoudre le problème:

- Menu : Home – Shop – Categories – Contact
- Barre de recherche grande en haut
- Grille de produits organisée (3 ou 4 colonnes)
- Filtres sur la gauche : prix – couleur – taille – marque
- Bouton Add to Cart bien visible
- Page de paiement courte et simple

Prototype

Wireframe ou un maquette de la solution

Test – Tester le prototype

Tester le modèle avec un utilisateur et poser ces questions :

- As-tu trouvé le produit facilement ?
- Le prix est-il clair ?
- Les filtres sont-ils utiles ?
- Le bouton Add to Cart est-il visible ?