

UX/UI Design

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipi.



Introduction

Dans ce travail pratique, nous allons appliquer les concepts de l'expérience utilisateur (UX) et du Design Thinking en identifiant les besoins des utilisateurs, en créant un persona, et en dessinant le parcours utilisateur pour améliorer l'expérience du site ou de l'application.

Définition et objectifs de l'expérience utilisateur (UX)

Définition de l'expérience utilisateur (UX) :

C'est la qualité de l'expérience vécue par l'utilisateur lorsqu'il interagit avec un produit ou un service numérique, c'est-à-dire comment il se sent et comment il utilise le site ou l'application.

Objectifs principaux de l'expérience utilisateur :

1. Faciliter l'utilisation de l'interface et réduire les obstacles et difficultés
2. Améliorer la satisfaction de l'utilisateur et le fidéliser.
3. Répondre efficacement aux besoins réels de l'utilisateur.



Éléments de l'expérience utilisateur (UX Elements)

- 1 . Usability (Facilité d'utilisation) : Une interface facile et claire à utiliser.
- 2 . Accessibility (Accessibilité) : Le site doit être accessible à tous les utilisateurs, même ceux ayant des problèmes de vision ou d'audition.
- 3 . Information Architecture (Architecture de l'information) : Organisation logique et structurée du contenu.
- 4 . Interaction Design (Conception de l'interaction) : Comment l'utilisateur interagit avec le site (clic, glisser, faire défiler...).
- 5 . Visual Design (Design visuel) : L'apparence du site, ses couleurs et ses icônes.
- 6 . Content Strategy (Stratégie de contenu) : Contenu clair et adapté aux besoins de l'utilisateur.

Étapes de l'amélioration de l'UX (Processus de conception centré sur l'utilisateur)

- 1 . Empathie (Empathie avec l'utilisateur) : Comprendre les besoins et problèmes des utilisateurs.
- 2 . Définition (Définition du problème) : Formuler clairement le problème à résoudre.
- 3 . Idéation (Génération d'idées) : Créer des solutions possibles pour répondre aux besoins des utilisateurs.
- 4 . Prototype (Prototype) : Réaliser une version initiale ou simplifiée de la solution.
- 5 . Test (Test) : Recueillir les retours des utilisateurs pour améliorer la solution.

Outils et techniques de l'UX

- 1 . Wireframes (Maquettes filaires) : Schéma ou plan des pages d'un site ou d'une application.
- 2 . Mockups (Maquettes visuelles) : Modèle qui ressemble au design final avec les couleurs et les éléments graphiques.
- 3 . User Persona (Persona utilisateur) : Personnage fictif représentant l'utilisateur type.
- 4 . User Journey (Parcours utilisateur) : Étapes suivies par l'utilisateur pour atteindre son objectif.
- 5 . Heatmaps & Analytics (Cartes de chaleur et analyses) : Analyse du comportement des utilisateurs sur le site.

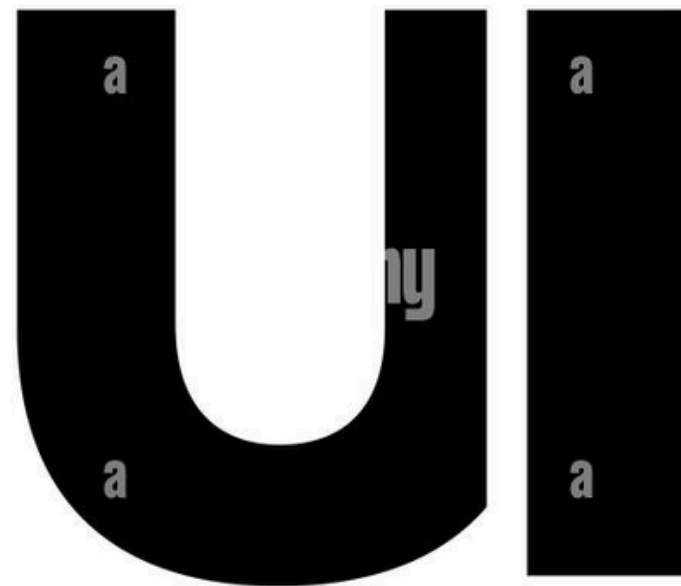
Exemples d'UX

Exemple 1 – Site e-commerce :

- **UX faible** : Pages lentes, bouton d'achat petit, processus de paiement long → l'utilisateur quitte sans acheter.
- **UX excellent** : Site rapide, bouton d'achat clair, paiement facile → l'utilisateur complète son achat et revient visiter le site.

Exemple 2 – Application mobile :

- **UX faible** : Menus confus, difficulté à naviguer entre les pages.
- **UX excellent** : Interface simple, boutons bien placés, navigation fluide.



Définition et objectifs de l'UI (Interface Utilisateur)

Définition :

L'interface utilisateur (UI) est l'aspect visuel d'un produit numérique, c'est-à-dire tout ce que l'utilisateur voit à l'écran : boutons, couleurs, typographies, images, graphiques et la disposition des pages.

Objectifs principaux :

- 1 . Rendre le produit visuellement attractif pour que l'utilisateur interagisse facilement.
- 2 . Faciliter l'interaction avec le produit grâce à des boutons et icônes clairs et bien placés.
- 3 . Assurer la cohérence du design sur toutes les pages pour faciliter la navigation.

Éléments de l'interface utilisateur (UI Elements)

- 1 . Layout (Disposition) : Organisation des contenus et des éléments sur la page.
- 2 . Colors (Couleurs) : Choix des couleurs pour qu'elles soient attractives, harmonieuses et représentatives de la marque.
- 3 . Typography (Typographie) : Taille, type de police et espacements pour une lecture facile.
- 4 . Buttons & Icons (Boutons et Icônes) : Conception claire et adaptée pour les interactions de l'utilisateur.
- 5 . Images & Graphics (Images et Graphiques) : Images de haute qualité et illustrations qui soutiennent le contenu.
- 6 . Consistency (Cohérence) : Maintenir le même style et design sur toutes les pages.

Outils et techniques de l'UI

- 1 . Logiciels de design : comme Figma, Adobe XD, Sketch
- 2 . Guides de style / Design Systems : ensemble de règles pour les couleurs, typographies, boutons...
- 3 . Outils de prototypage : pour créer un modèle interactif avant le développement final
- 4 . Bibliothèques d'icônes et illustrations : icônes et illustrations prêtes à l'emploi pour le design

Exemples d'UI

- UI faible :

- 1 . Le bouton « Ajouter au panier » est petit et sa couleur n'est pas visible.
- 2 . Les images des produits sont floues et n'ont pas les mêmes dimensions.
- 3 . Les polices sont trop différentes et il n'y a aucune hiérarchie visuelle.
- 4 . Trop d'informations sans organisation.

- UI excellent :

1. Le bouton d'achat est grand, clair et bien mis en évidence.
- 2 . Les images des produits sont de haute qualité et ont les mêmes dimensions.
- 3 . Utilisation de polices lisibles, avec une bonne hiérarchie visuelle et des titres clairs.
- 4 . Organisation des éléments avec une grille (Grid) et des espaces confortables pour les yeux.

La différence entre l'UX et l'UI



La différence entre l'UX et l'UI est que l'UI se concentre sur l'apparence de l'interface : les couleurs, les typographies, les boutons et l'organisation visuelle des éléments. L'UX, elle, se concentre sur l'expérience de l'utilisateur et sur la manière dont il interagit avec le service : la facilité d'utilisation, la fluidité, la rapidité d'accès à l'information et la satisfaction globale. En d'autres termes, l'UI répond à la question « À quoi ça ressemble ? » tandis que l'UX répond à la question « Comment ça fonctionne ? ».

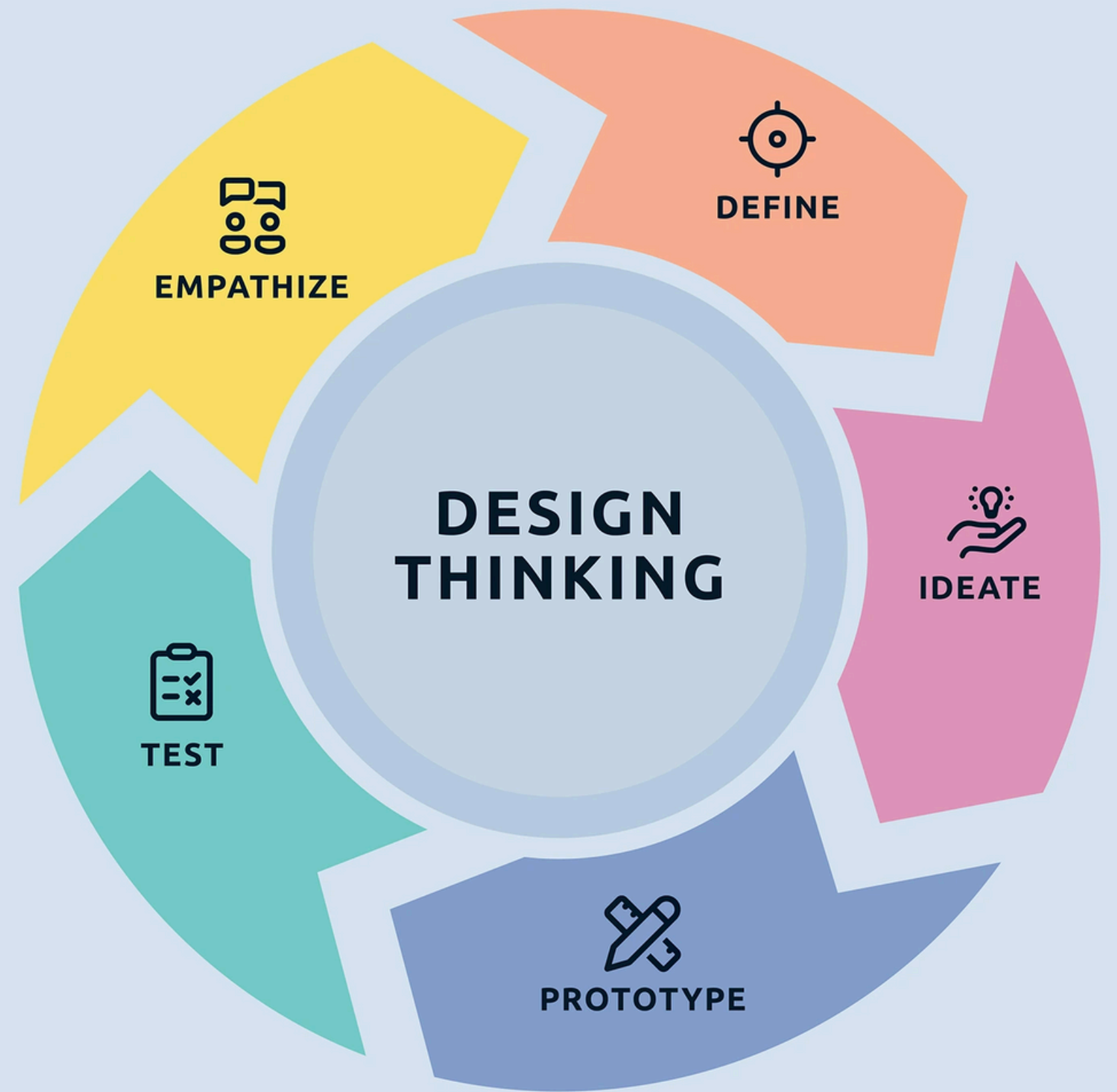
Design Thinking

Le Design Thinking est une manière de réfléchir et une méthode de résolution de problèmes qui se concentre sur la compréhension de la personne qui va utiliser le produit ou le service.

L'idée principale est la suivante :

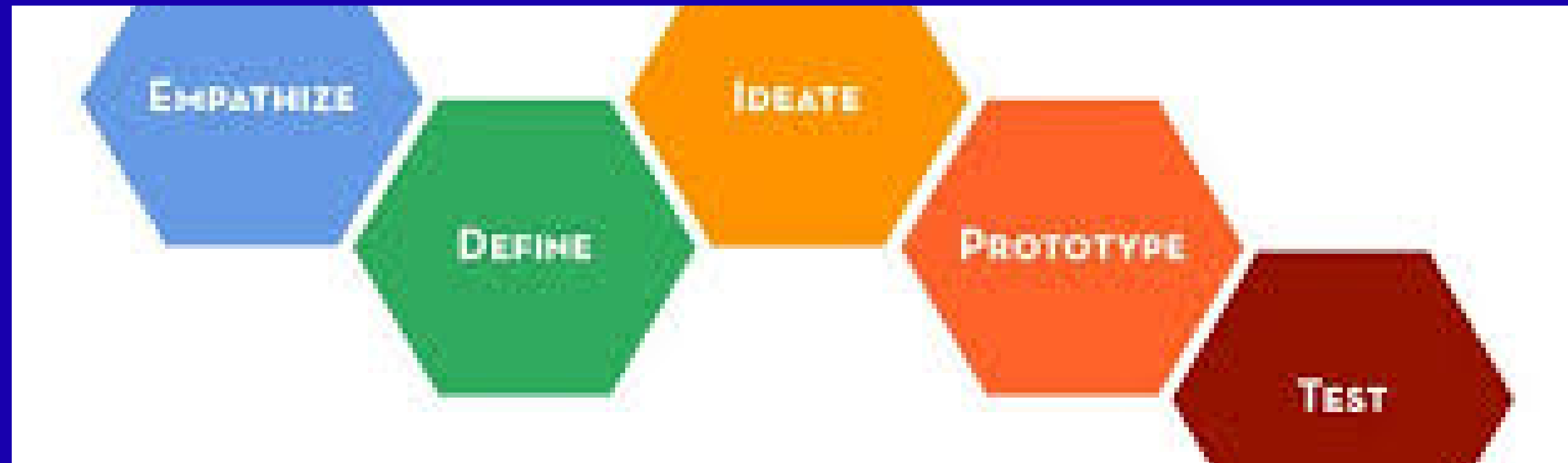
Pour concevoir quelque chose de vraiment efficace, il faut d'abord comprendre les utilisateurs, leurs problèmes et leur manière de penser.

Ce n'est pas seulement lié à la conception d'interfaces, mais une approche globale pour trouver des solutions réelles et pratiques à n'importe quel type de problème, que ce soit dans la technologie, le business, la santé ou l'éducation.



Les cinq étapes du Design Thinking

- 1 .**Empathie** : Comprendre profondément les problèmes et les besoins des utilisateurs.
- 2 .**Définition** : Formuler le problème avec précision pour orienter les solutions.
- 3 .**Idéation** : Générer un maximum d'idées et de solutions possibles.
- 4 .**Prototype** : Concevoir un prototype simple pouvant être testé.
- 5 .**Test** : Recueillir les retours des utilisateurs et améliorer la solution finale.



Les principes fondamentaux du Design Thinking

- **Centré sur l'humain** : Compréhension approfondie des utilisateurs et de leurs problèmes.
- **Créativité** : Génération d'idées et de solutions nouvelles et innovantes.
- **Prototypage rapide** : Création de modèles pouvant être testés rapidement.
- **Itération et amélioration** : Ajustement des solutions en fonction des retours des utilisateurs.
- **Résolution des problèmes complexes** : Traiter les problèmes réels de manière pratique et efficace.



Outils essentiels dans le Design Thinking

Persona : Personnage fictif représentant l'utilisateur type (âge, objectifs, comportements).

User Journey / Parcours utilisateur : Les étapes que suit l'utilisateur pour atteindre un objectif précis.

Brainstorming / Remue-méninges : Pour générer de nombreuses idées créatives.

Wireframes / Maquettes filaires : Dessins simplifiés pour concevoir l'interface avant la réalisation.

L'importance du Design Thinking

- Il garantit que les solutions répondent aux besoins réels des utilisateurs.
- Il aide les équipes à travailler de manière créative et organisée.
- Il réduit les risques et les pertes grâce à des tests rapides des idées.
- Il crée une expérience fluide et satisfaisante pour l'utilisateur final.

Exemple : Site web d'un restaurant

Empathize – Compréhension des utilisateurs

Nous avons échangé avec des clients du restaurant et identifié les problèmes suivants :

- Difficulté à trouver rapidement le menu
- Manque de clarté sur les horaires d'ouverture (ouvert / fermé)
- La réservation prend du temps (nécessite un appel téléphonique)

Utilisateurs cibles :

- Personnes souhaitant réserver une table rapidement
- Clients qui consultent le menu sur leur téléphone

Define – Définition du problème

Problème principal :

Les utilisateurs ont du mal à accéder rapidement aux informations essentielles (menu, horaires, réservation) sur le site du restaurant, surtout sur mobile.

Ideate – Génération d'idées

Solutions proposées :

- Bouton « Voir le menu » bien visible sur la page d'accueil
- Bouton « Réserver » clair et mis en évidence (couleur rouge)
- Affichage des horaires d'ouverture en haut de la page
- Conception Mobile First

Prototype – Création du prototype

• Page d'accueil :

- 1.Header simple
- 2 .Bouton Menu

Page Menu :

- 1.Photos des plats
- 2 .Prix clairement affichés

Test – Phase de test

Comment avons-nous testé ?

- Le prototype a été testé avec 3 utilisateurs

Tâches demandées :

- Trouver le menu
- Effectuer une réservation

Résultats :

1 utilisateur a suggéré d'agrandir le bouton

2 utilisateurs sur 3 ont trouvé le menu rapidement

Persona – Définition et importance

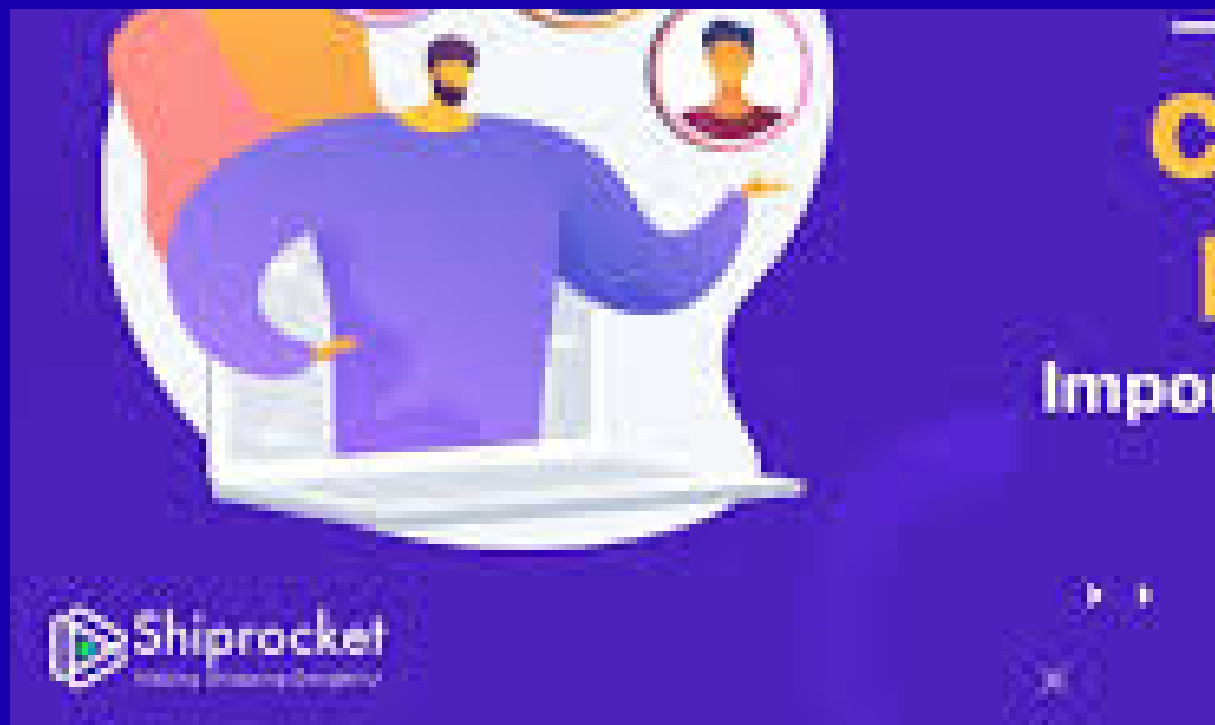


Définition :

Le Persona est un personnage fictif représentant l'utilisateur idéal d'un produit ou service. Son objectif est de comprendre les utilisateurs réels de manière précise, y compris leurs comportements, besoins, objectifs et défis.

Importance du Persona

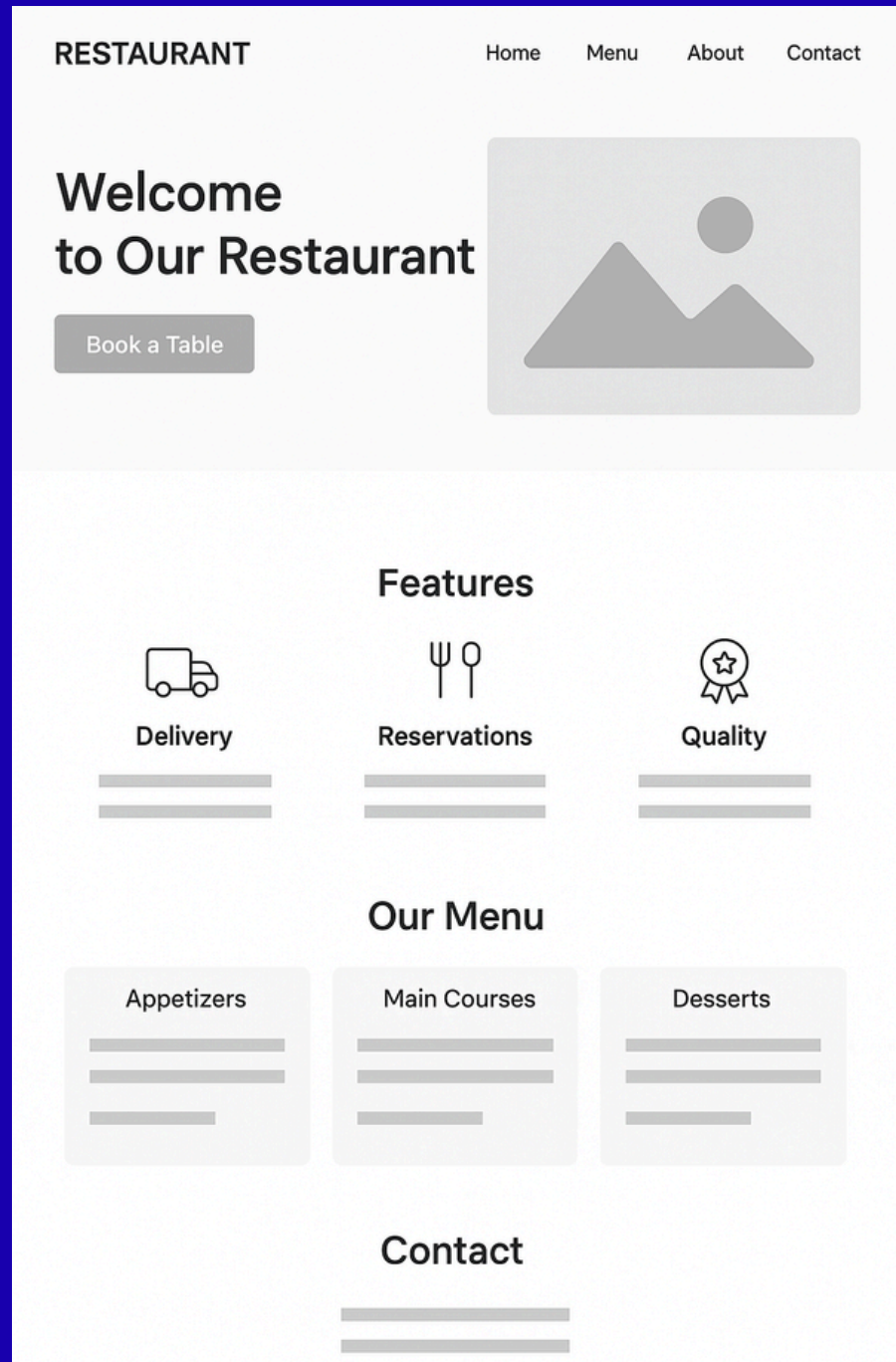
- Identifier précisément l'utilisateur cible : savoir qui est l'utilisateur réel qui bénéficiera du produit.
- Améliorer l'expérience utilisateur : en anticipant les comportements et besoins des utilisateurs avant le développement du produit.



Composants du Persona

- Nom et âge : pour donner un aspect réaliste au personnage.
- Profession ou statut social : pour comprendre le contexte d'utilisation du produit.
- Problèmes et défis : les difficultés auxquelles l'utilisateur est confronté actuellement.
- Comportements et habitudes : comment l'utilisateur interagit avec des produits ou services similaires.

PROTOTYPE



The page belongs to a restaurant website and is designed in a user-friendly way, featuring a top menu with links to Home, Menu, About, and Contact to facilitate navigation.

In the welcome section, a clear main heading "Welcome to Our Restaurant" is displayed along with a prominent "Book a Table" button, in addition to a space reserved for an illustrative image, focusing on the user's main goal of booking easily.

This is followed by the features section, which showcases the restaurant's three main services: Delivery, Reservations, and Quality, with illustrative icons and short texts that make it easy to quickly understand each service.

Next comes the menu section, divided into three categories: Appetizers, Main Courses, and Desserts, with each category in separate boxes to make browsing the different items organized and clear.