



SMART – PRÉSENTATION UX

NOVEMBRE 2017

INTRODUCTION À LA CONCEPTION CENTRÉE UTILISATEUR

Workshop Smart coopérative

15/11/2017

PLAN DE PRÉSENTATION

1. Introduction
2. Définitions, qu'est-ce que l'UX?
3. Apports de la démarche
4. Retour sur quelques méthodologies

PLAN DE PRÉSENTATION

1. Introduction
2. Définitions, qu'est-ce que l'UX?
3. Apports de la démarche
4. Retour sur quelques méthodologies

ALEXANDRE DEHON

- Background en Sciences Humaines et Sociales (ULB)
- Spécialisation en Ergonomie
- UX Researcher chez Anais Digital
- Co-Fondateur de l'antenne bruxelloise de la FLUPA
- Coordinateur et formateur au MasterClass et d'autres formations continues à l'ULB



PLAN DE PRÉSENTATION

1. Introduction
2. Définitions, qu'est-ce que l'UX?
3. Apports de la démarche
4. Retour sur quelques méthodologies

QU'EST-CE QUE L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR (UX) POUR VOUS?

Si vous deviez donner une définition, une représentation et un bénéfice de l'UX, quels seraient-ils?

QUELQUES IDÉES

« L'expérience du produit
(mesurée objectivement) et
l'expérience avec le
produit (analyse du subjectif) »

Un UX Researcher

« La science de créer une
expérience (web) qui permet
d'atteindre les objectifs fixés »

Un Business Developer

« Le langage des émotions »

Un expert IT

« Un outil marketing qui évite
tout débat subjectif »

Un experte digitale

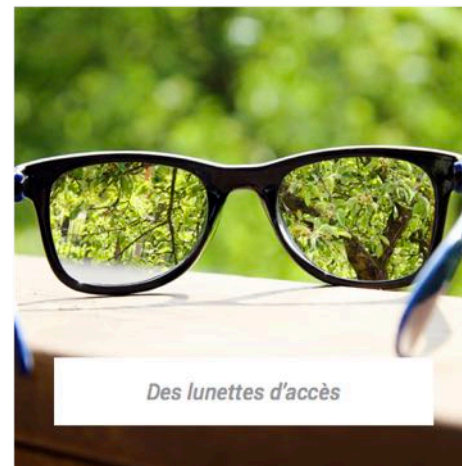
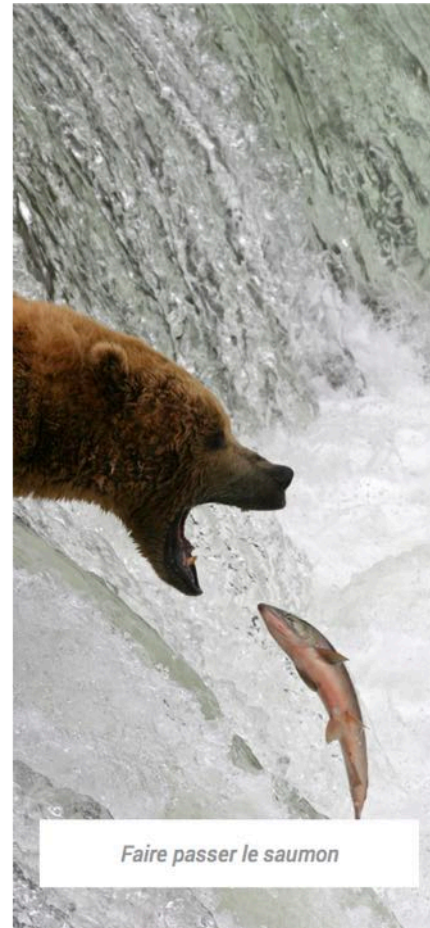
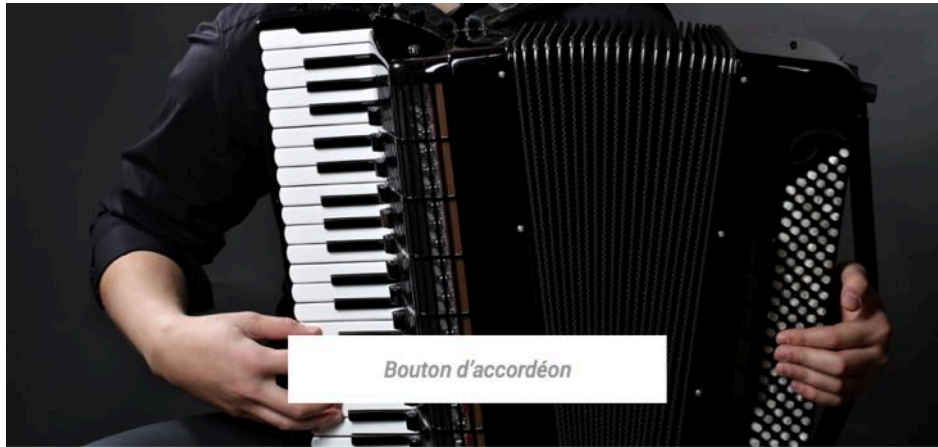
« Une approche plus humaine
de la conception »

Une Communication Officer

« Une manière de simplifier les
chemins à l'utilisateur »

Une Communication Officer

QUELQUES REPRÉSENTATIONS



1. DÉFINITIONS: QU'EST-CE QUE L'UX?

L'UX en tant que discipline: sa pratique

L'UX en tant que modèle: ses composantes

QUELLE DÉFINITION?

UX Design & Research

Pas de définition consensuelle

« Le but de l'User eXperience design est d'améliorer la satisfaction et la fidélité du client grâce à l'utilité, la facilité d'utilisation (utilisabilité) et le plaisir procuré dans l'interaction avec un produit. » (Kujala & al.,)

Design Centré sur l'Humain

« Le design centré sur l'humain est une approche de développement des systèmes interactifs qui vise à rendre le système utilisable et utile, en se focalisant sur les utilisateurs, leurs besoins et leurs exigences, en appliquant les techniques et les connaissances de l'ergonomie et de l'utilisabilité. » (ISO 9241)

QUELLE DÉFINITION?

Et le Design Thinking?

Une méthode structurée pour la résolution de problèmes complexes.

Une approche centrée sur l'humain et basée sur l'empathie.

Un processus d'innovation et créativité.

Un état d'esprit qui utilise la pensée visuelle.

Un processus qui mobilise l'intelligence collective.

L'UX, C'EST... UNE DISCIPLINE DE L'HUMAIN

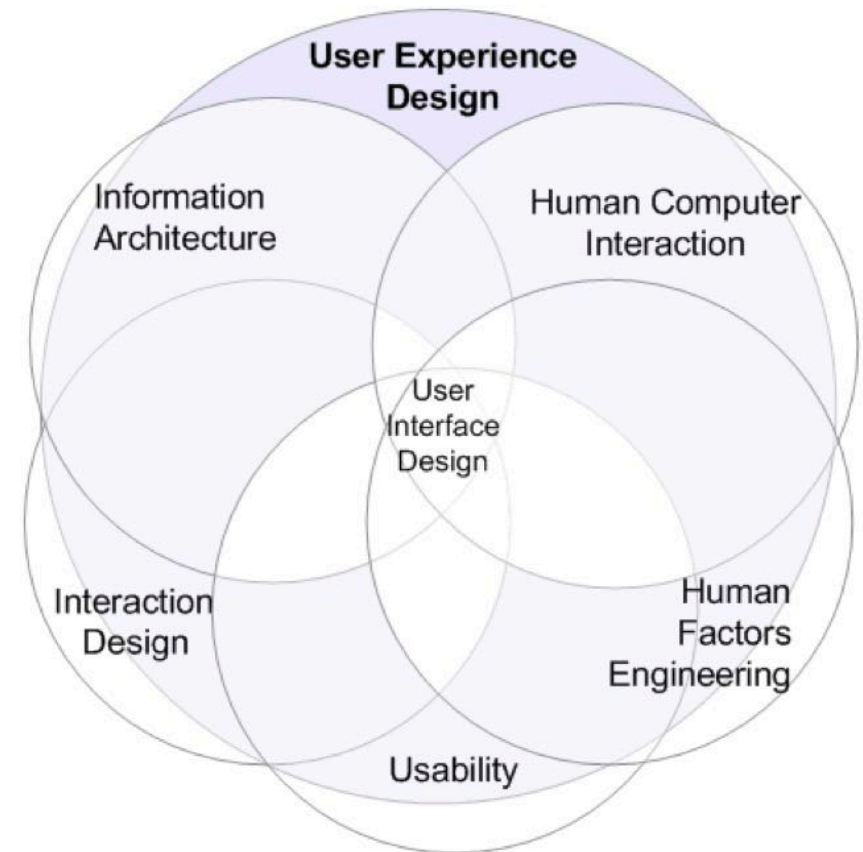
- Ergonomie des outils de travail en vue de garantir la santé
- Ergonomie des outils de travail en vue de garantir la sécurité, notamment dans le contrôle aérien et le nucléaire ==> écran de visualisation
- Développement de l'ergonomie cognitive et de l'ergonomie IHM

**Adapter le monde à
l'homme et non
l'inverse.**

L'UX, C'EST... UNE DISCIPLINE DE L'HUMAIN

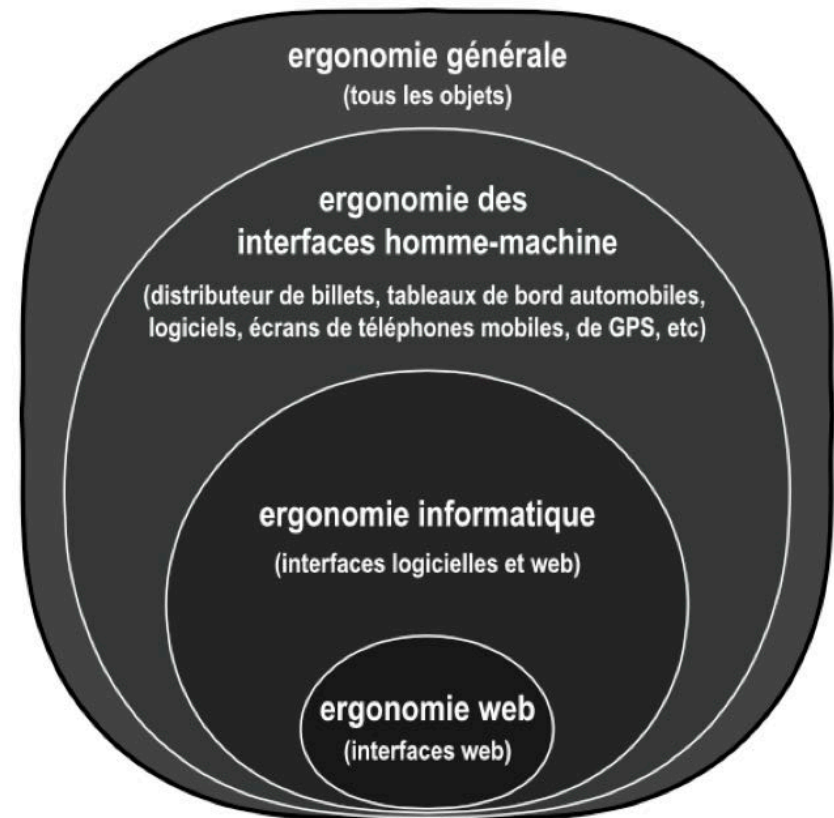
« L'ergonomie est l'étude scientifique de la relation entre l'homme et ses moyens, méthodes et milieux de travail. Son objectif est d'élaborer, avec le concours des diverses disciplines scientifiques qui la composent, un corps de connaissances qui dans une perspective d'application, doit aboutir à une meilleure adaptation à l'homme des moyens technologiques de production, et des milieux de travail et de vie. »

(SELF, 1969)

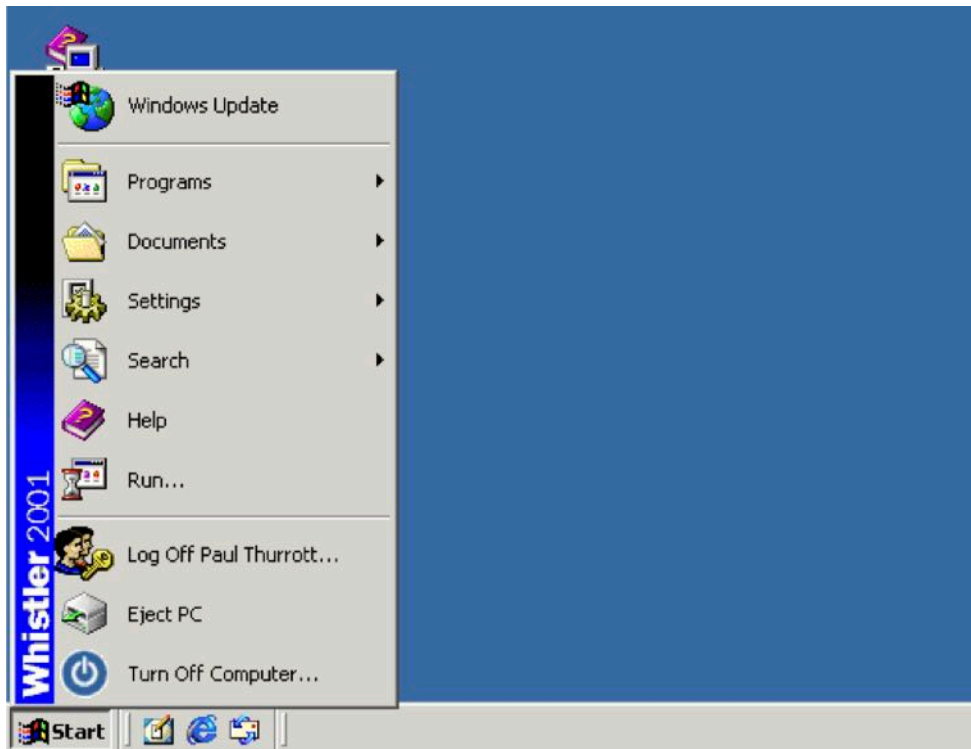


L'UX, C'EST.. UNE DISCIPLINE DE L'HUMAIN

- « La mise en œuvre de connaissances scientifiques relatives à l'homme et nécessaires pour concevoir des outils, des machines et des dispositifs qui puissent être utilisés avec le maximum de confort, de sécurité et d'efficacité. »
(SELF, 1970)
- « L'ergonomie (ou Human Factors) est la discipline scientifique qui vise la compréhension fondamentale des interactions entre les humains et les autres composantes d'un système, et la profession qui applique principes théoriques, données et méthodes en vue d'optimiser le bien-être des personnes et la performance globale des systèmes
– Les praticiens de l'ergonomie, les ergonomes contribuent à la planification, la conception et l'évaluation des tâches, des emplois, des produits, des organisations, des environnements et des systèmes en vue de les rendre compatibles avec les besoins, les capacités et les limites des personnes. »
(International Ergonomics Association, 2000)



L'UX, C'EST... UNE DISCIPLINE DE L'HUMAIN



- Vision technocentrée ou anthropocentrée ou un peu des deux !
- Analyse de l'écart entre tâche et activité
- Comprendre l'activité, l'expliquer pour l'améliorer
- Notion d'utilité et d'utilisabilité

L'UX, C'EST... UNE DISCIPLINE DE L'HUMAIN

Approche centrée sur l'activité

- Analyse de l'écart entre le prescrit et le réel
- Recommandations basées sur l'observation, l'entretien
- Limite: temps

Approche centrée sur l'activité

- Analyse de l'écart entre le réel et des règles
- Recommandations basées sur des normes fixes
- Limite: dé-contextualisation

UX DESIGN & RESEARCH OU ERGONOMIE?

UX Design & Research

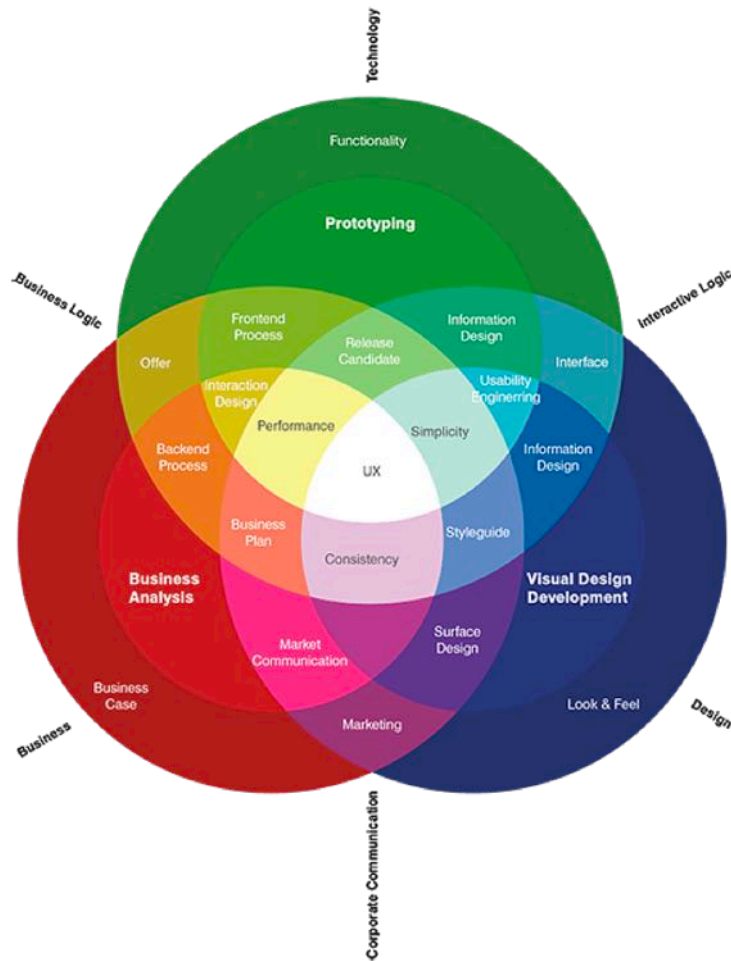
- Plaisir, émotions, affect, sens
- Connaissances plastiques
- Rechercher et concevoir

Ergonomie

- Utilité, utilisabilité, accessibilité
- Connaissances scientifiques
- Conseiller, recommander

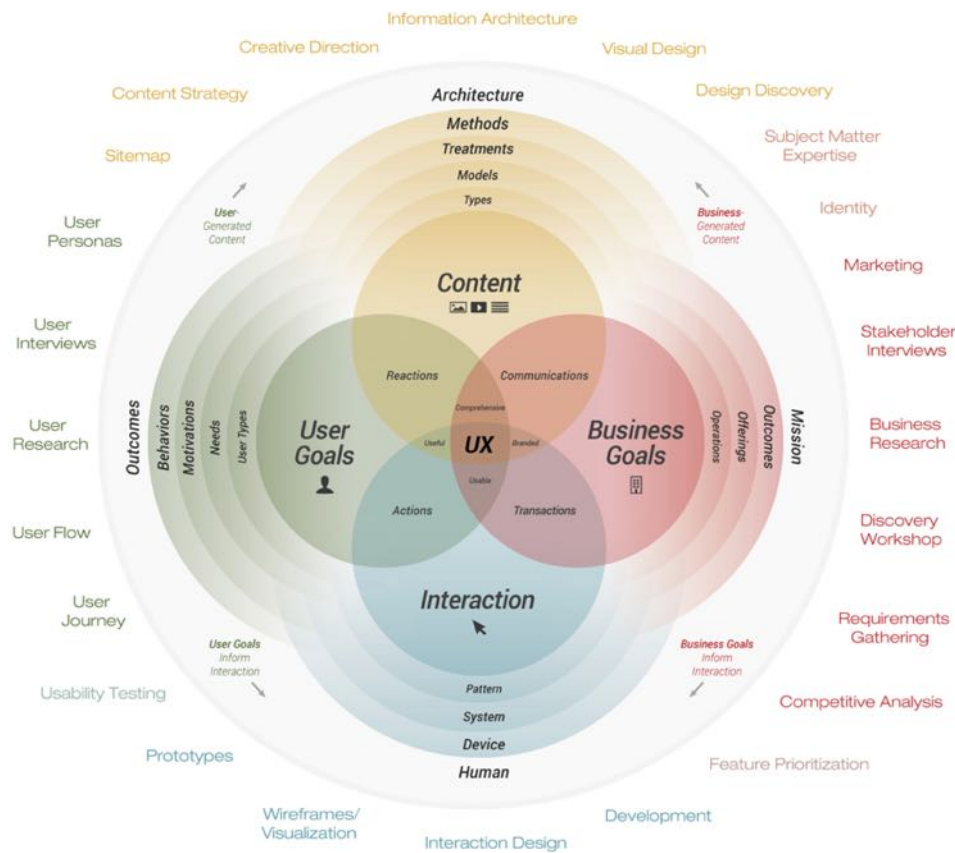


L'UX, C'EST... PLUSIEURS MÉTIERS



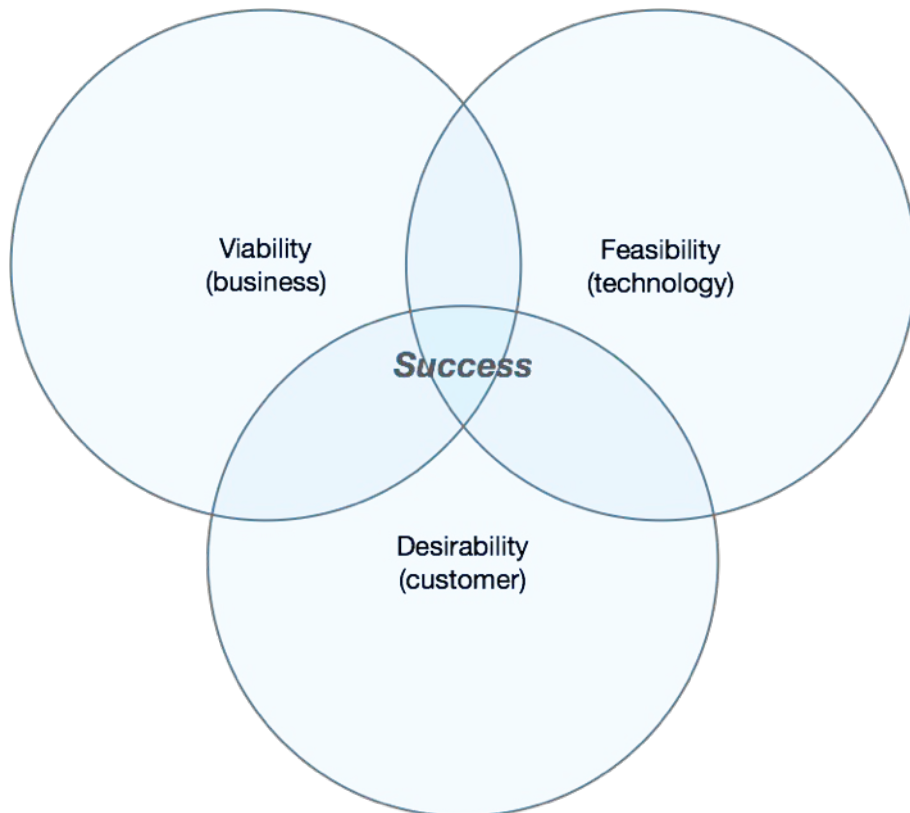
- Le « digital UX designer » est le professionnel qui façonne un produit digital ou un service digital avec comme principale préoccupation de répondre aux attentes et besoins de l'utilisateur afin que celui-ci vive une expérience la plus positive possible. (rapport du Forem, 2016)
- Métier d'ergonome
- L'UX n'est pas seulement portée par l'ergonome ou le designer
- Elle implique le développement, le marketing, le business, le graphiste, ...

L'UX, C'EST.. UN UNIVERS



- Un univers
- Une vision holistique

L'UX, C'EST... UN COMPROMIS

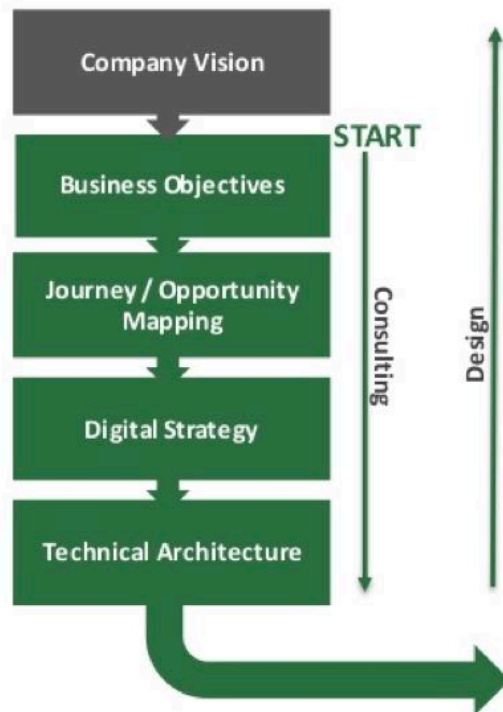


Respecter les contraintes des autres personnes impliquées dans la conception: techniques, graphiques, marketing

L'UX, C'EST.. UN MILLEFEUILLE

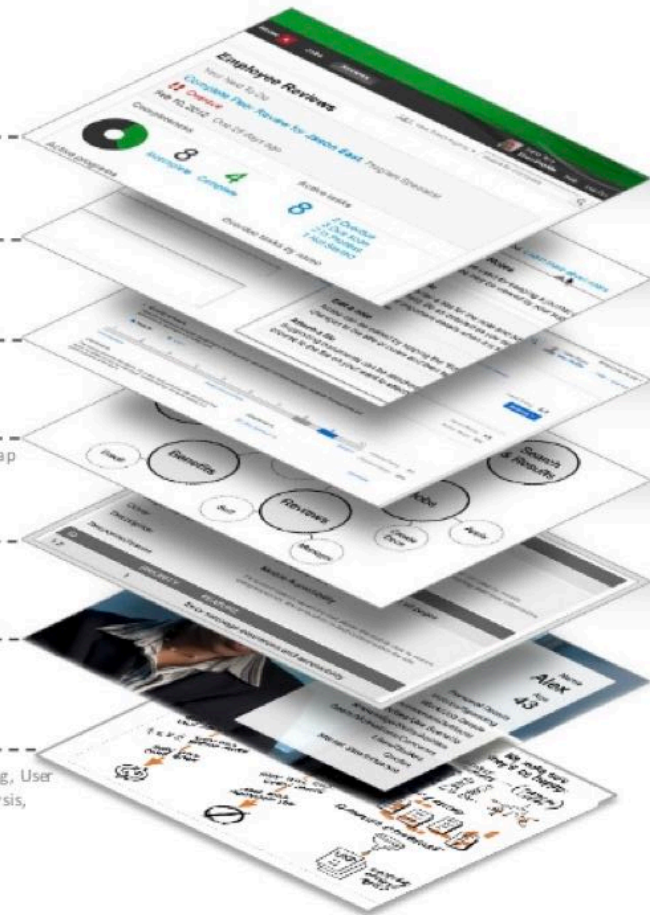
Layers of User Experience

CONSULTING:

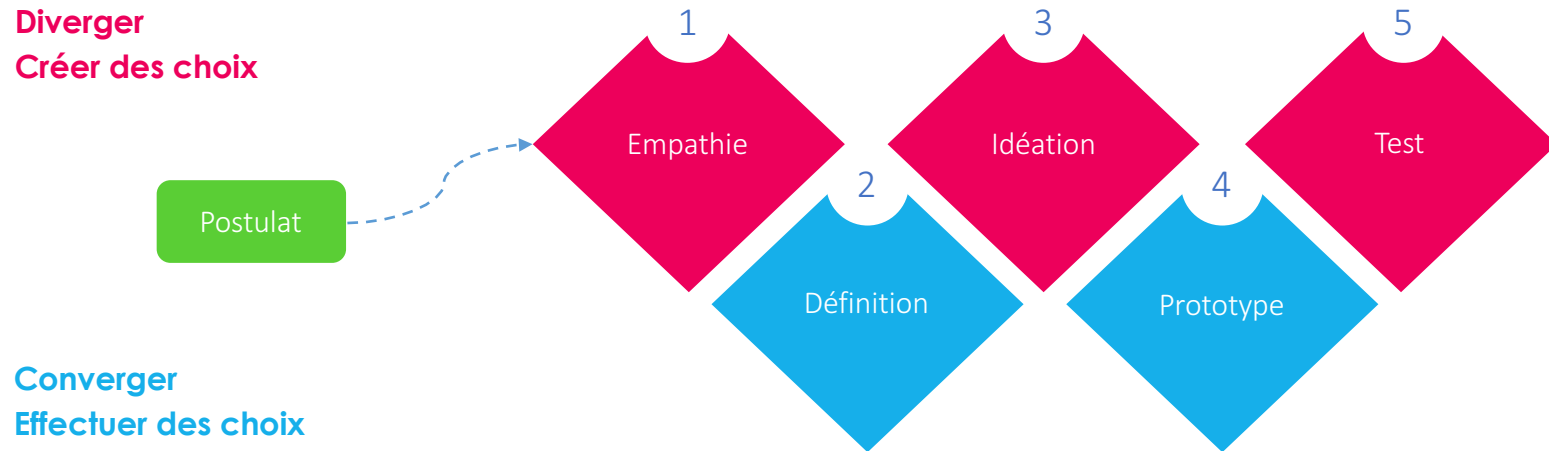


DESIGN:

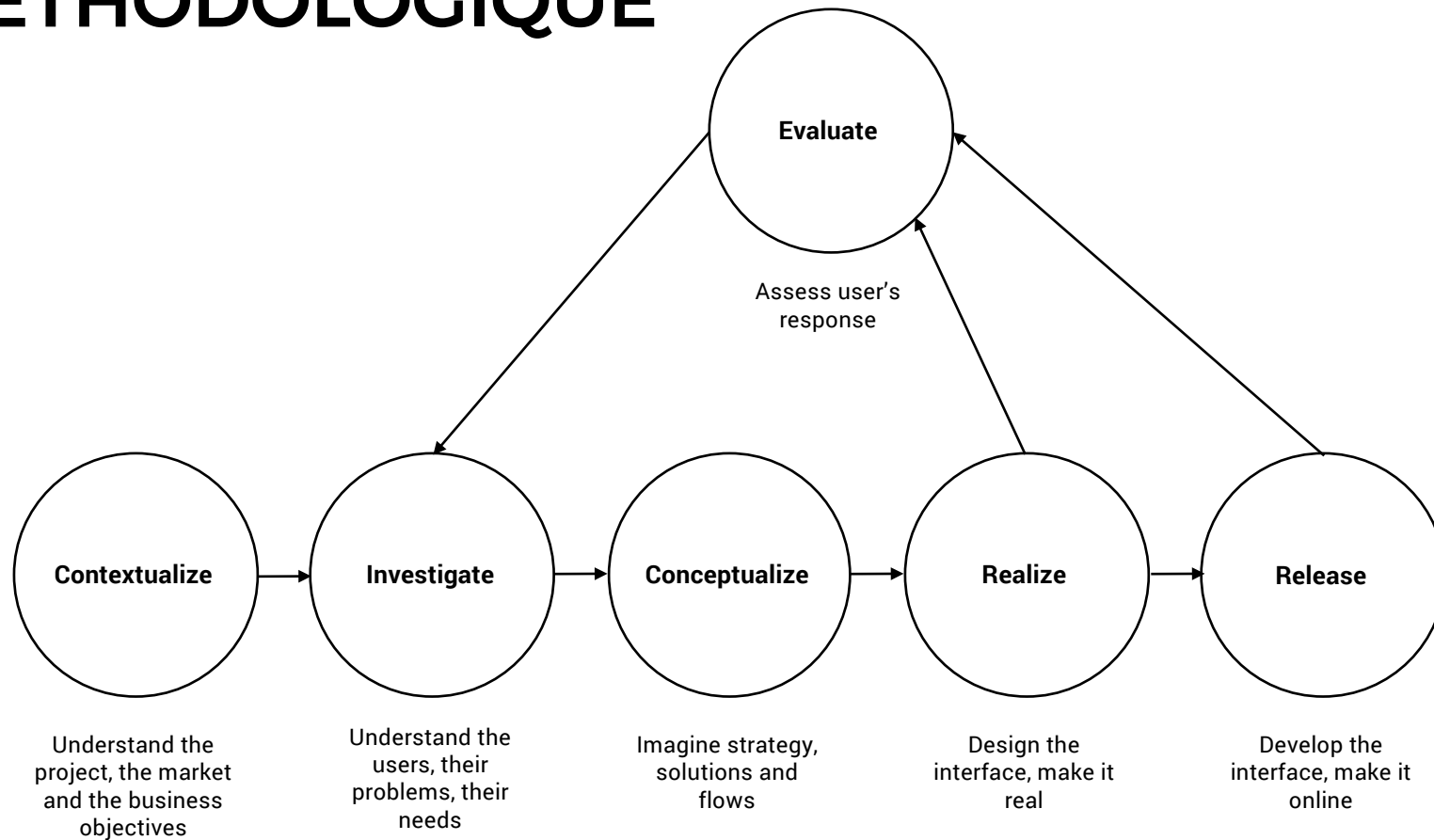
- Visual & Motion Design**
Creative Digital Translation, Theme and Animation
- Content & Messaging**
Key Messaging, Copywriting & Tone, Experiential Content
- UI Patterns & Interaction**
User Interface, Interaction Design, Prototypes and User testing
- Architecture & Navigation**
Information Architecture, User Flow, Navigation Structure, Sitemap
- Business & Functional Requirements**
Business rules, objectives, functional requirements, platform considerations and constraints, agile user stories.
- User Goals & Needs**
Personas, User objectives, needs, goals, KPI and conversions
- Research & Planning**
Experience Road mapping, Journey Mapping, Experience Mapping, User Types, Personas, Web Analytics, Heuristic and Competitive Analysis, User Interviews and User Testing,



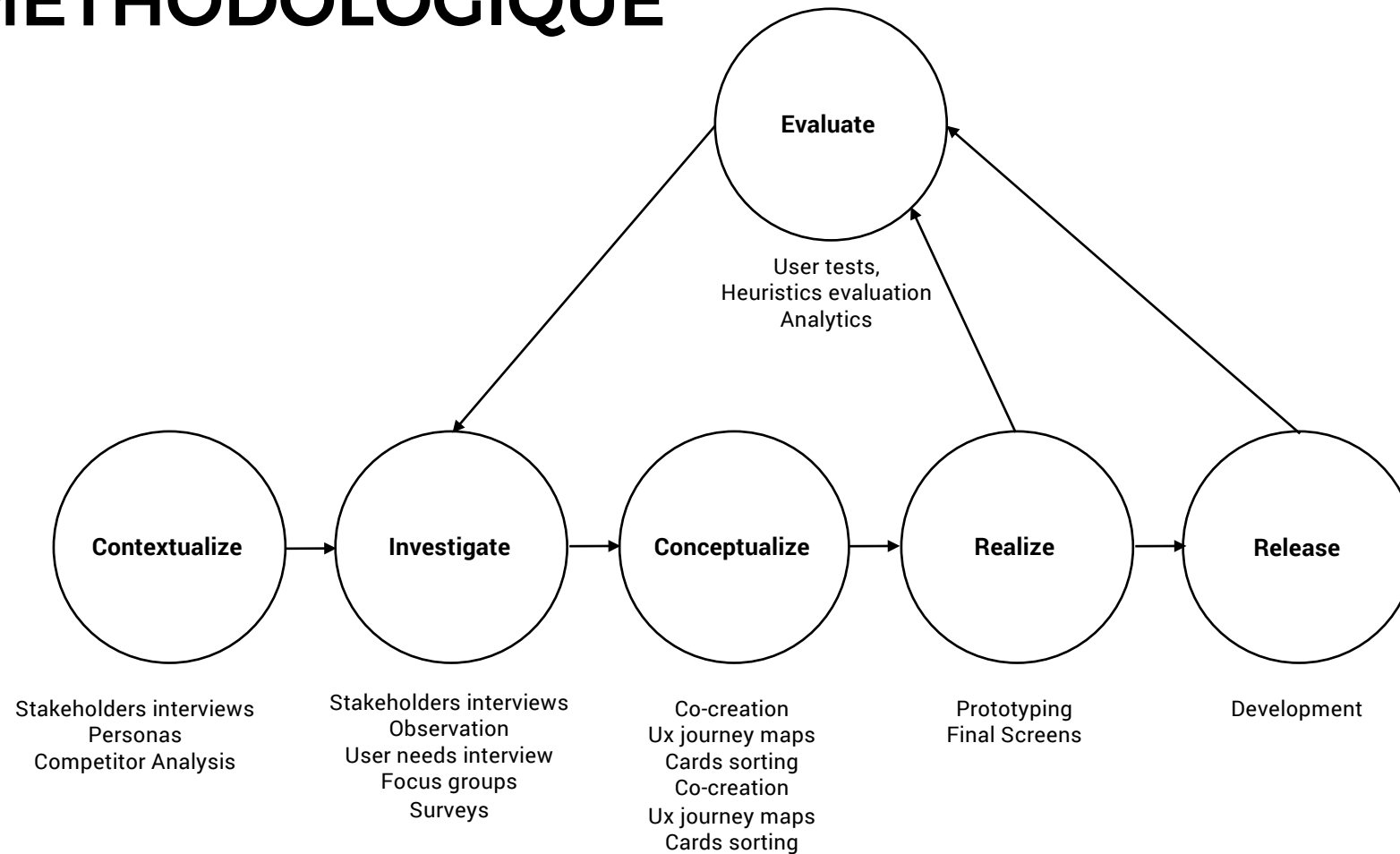
L'UX, C'EST... UN PROCESSUS D'INNOVATION



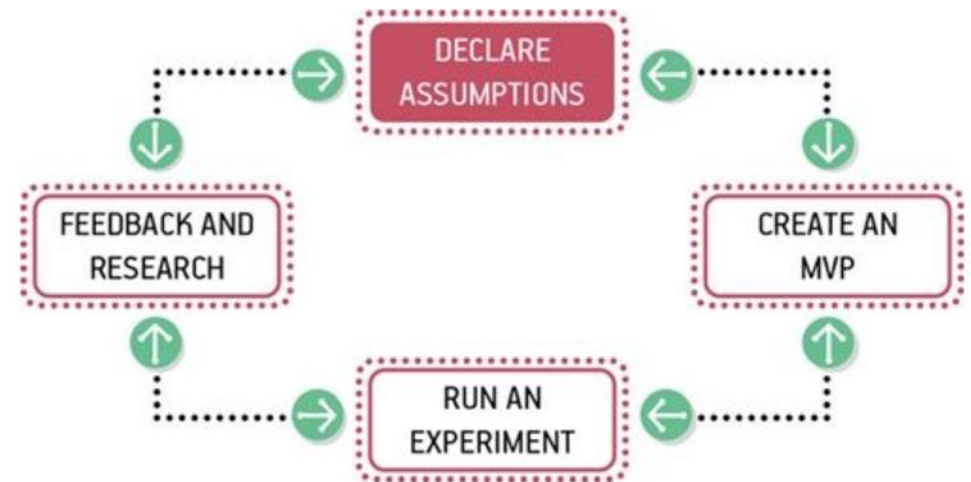
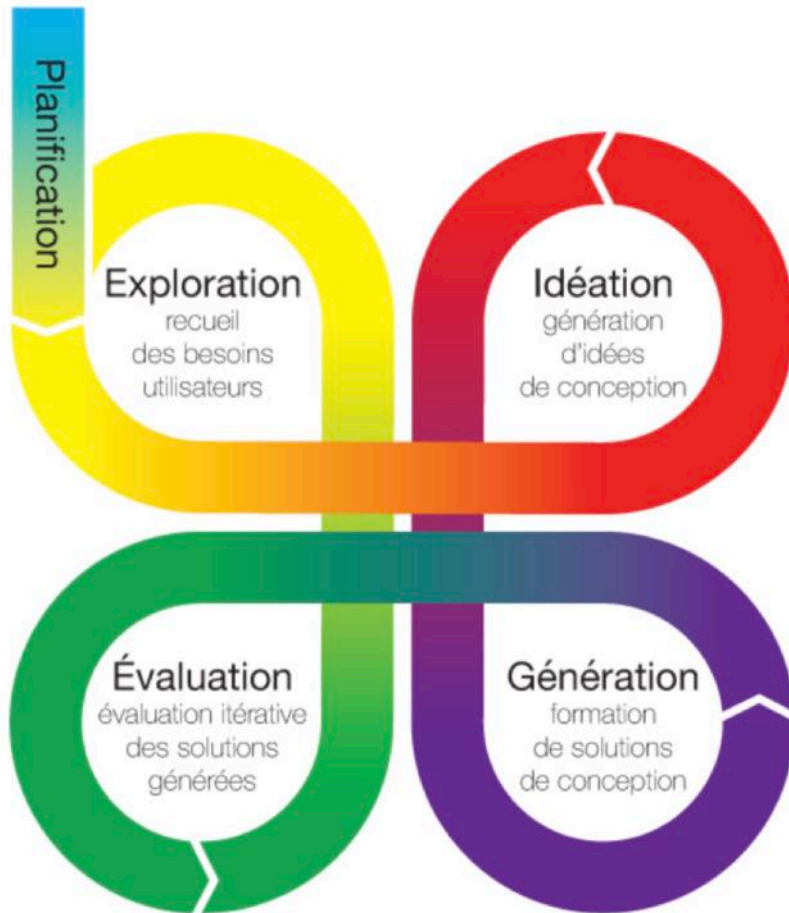
L'UX, C'EST.. UN PROCESSUS MÉTHODOLOGIQUE



L'UX, C'EST.. UN PROCESSUS MÉTHODOLOGIQUE

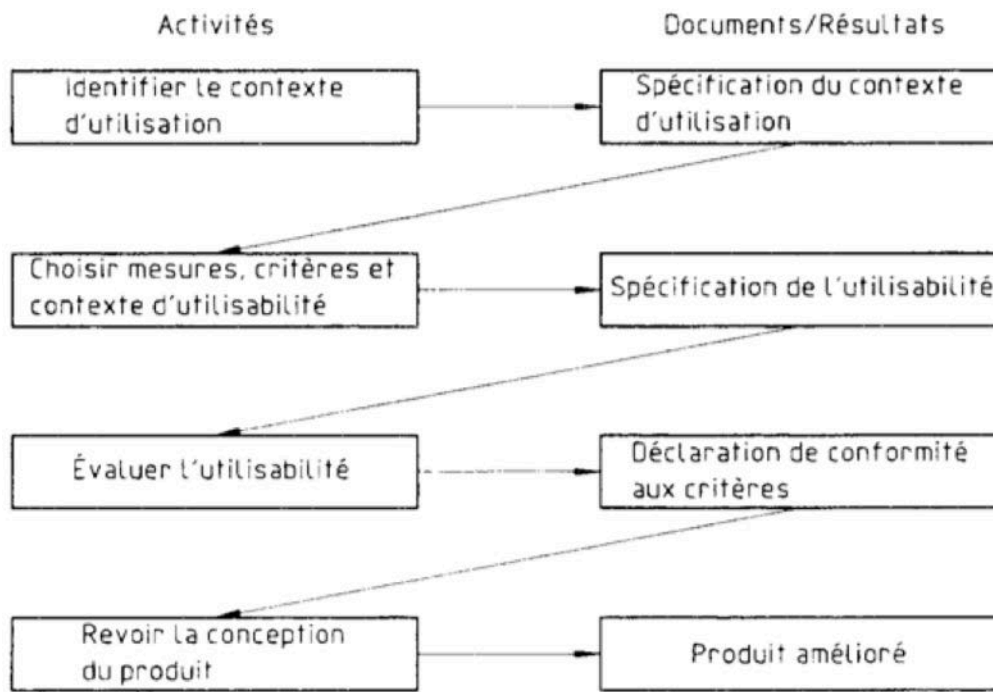


L'UX, C'EST.. UN PROCESSUS ITÉRATIF



Lean UX

L'UX, C'EST... UN PROCESSUS ITÉRATIF



- De qualité

1. DÉFINITIONS: QU'EST-CE QUE L'UX?

L'UX en tant que discipline: sa pratique

L'UX en tant que modèle: ses composantes

L'UX, C'EST... LA QUALITÉ D'UN SYSTÈME



- Utile: permet de réaliser un objectif
- Utilisable: simple à utiliser, mais pas simpliste!
- Propre à être appris
- Compréhensible
- Désirable: donne envie d'utiliser
- Accessible: pour tout le monde
- Navigable: on trouve ce qu'on cherche
- Crédible: perception d'une bonne qualité
- Valorisable: pour l'utilisateur comme pour le business
- Mémorisable
- Fiable
- ...

L'UX, C'EST... LA QUALITÉ D'UN SYSTÈME



utile: permet de réaliser un objectif

utilisable: simple à utiliser, mais pas compliqué!

apprenable: facile à être appris

compréhensible

désirable: donne envie d'utiliser

Accessible: pour tout le monde

Navigable: on trouve ce qu'on cherche

Crédible: perception d'une bonne qualité

Personnalisable: pour l'utilisateur comme pour le

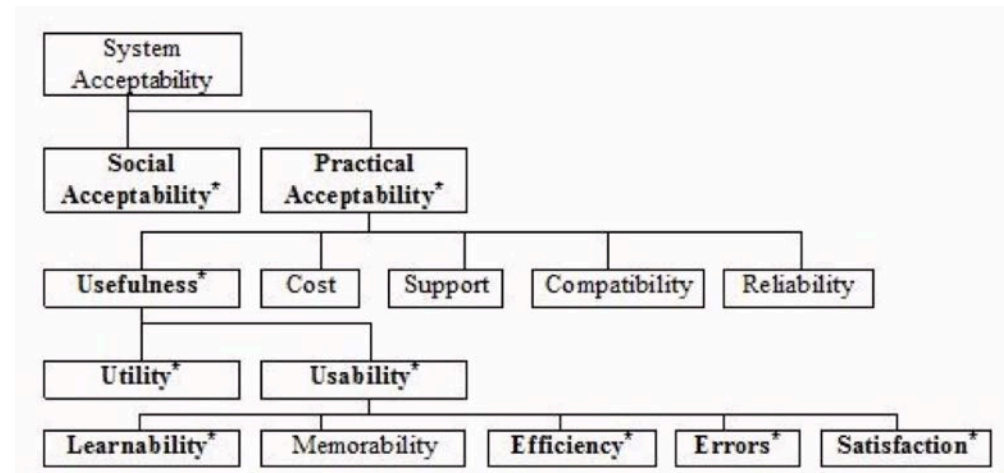
L'UX, C'EST... ACCEPTER D'UTILISER UN SYSTÈME

Modèle de l'acceptabilité de Nielsen

Acceptabilité sociale : Contexte utilisateur, motivations sociales, ...

Ex : utilisation d'un nouvel ERP dans une firme internationale qui avait son propre outil

Acceptabilité opératoire : Usage et qualité du système

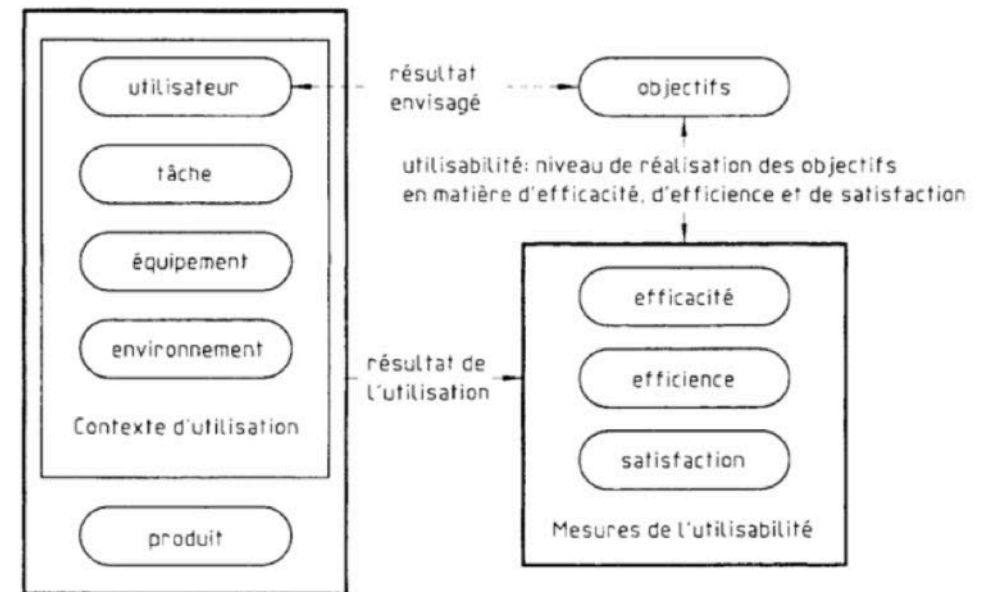


L'UX, C'EST... LA QUALITÉ D'UTILISER UN SYSTÈME

ISO 9241, ISO 25000

Utilisabilité : Degré selon lequel un produit peut être utilisé, par des utilisateurs identifiés, pour atteindre des buts définis avec efficacité, efficacité et satisfaction, dans un contexte d'utilisation spécifié

Définition issue du modèle de Shackel (1981, 1986, 1991)



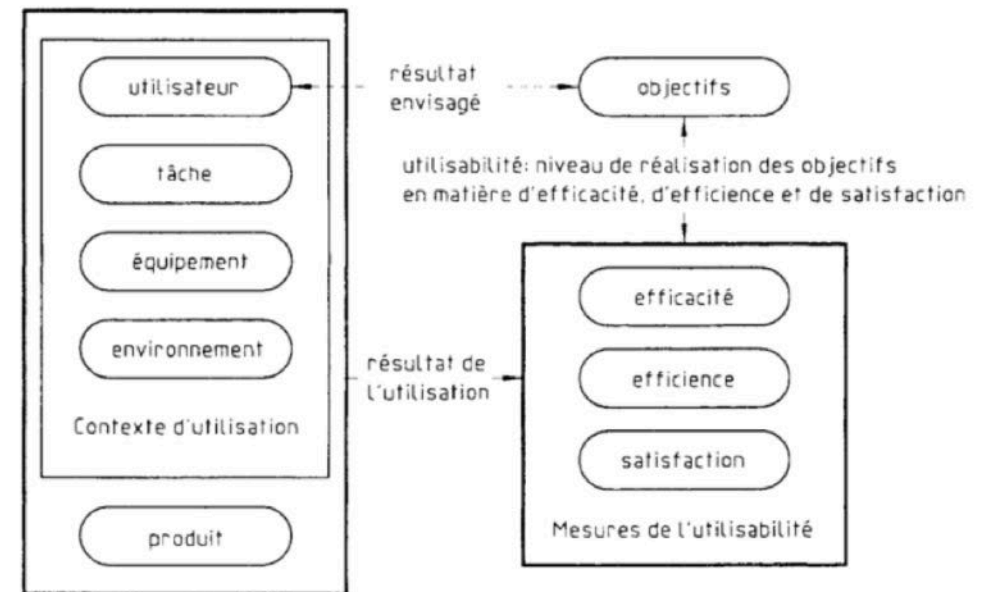
L'UX, C'EST... LA QUALITÉ D'UTILISER UN SYSTÈME

Efficacité : Précision et degré d'achèvement selon lesquels l'utilisateur atteint des objectifs spécifiés.

Effizienz : Rapport entre les ressources dépensées et la précision et le degré d'achèvement selon lesquels l'utilisateur atteint des objectifs spécifiés.

Satisfaction : Degré avec lequel les besoins utilisateurs sont satisfaits lorsque le système ou le produit est utilisé dans un contexte d'utilisation spécifique.

Utilité : Pertinence du système dans la réalisation des objectifs de l'utilisateur

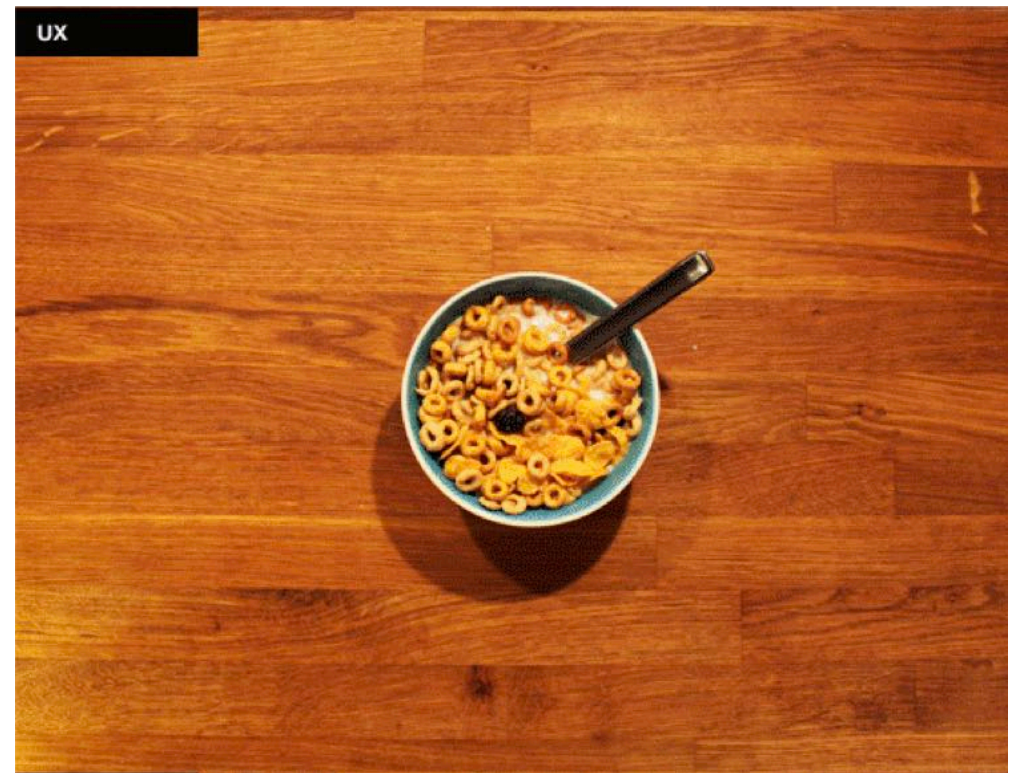
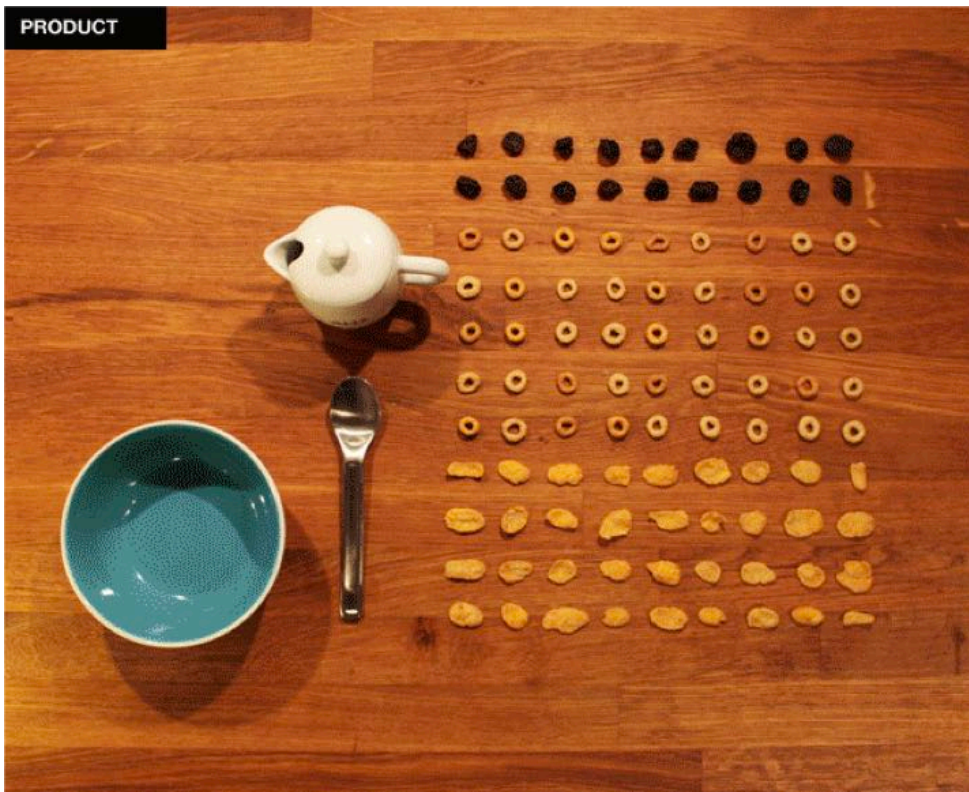


LA FIN JUSTIFIE-T-ELLE LES MOYENS?

- Activité médiatisée: l'outil devient un instrument à maîtriser
- Mode objectif / mode action
- Appareil photo, traitement de texte



QU'EST-CE QUI VOUS DONNE LE PLUS ENVIE?



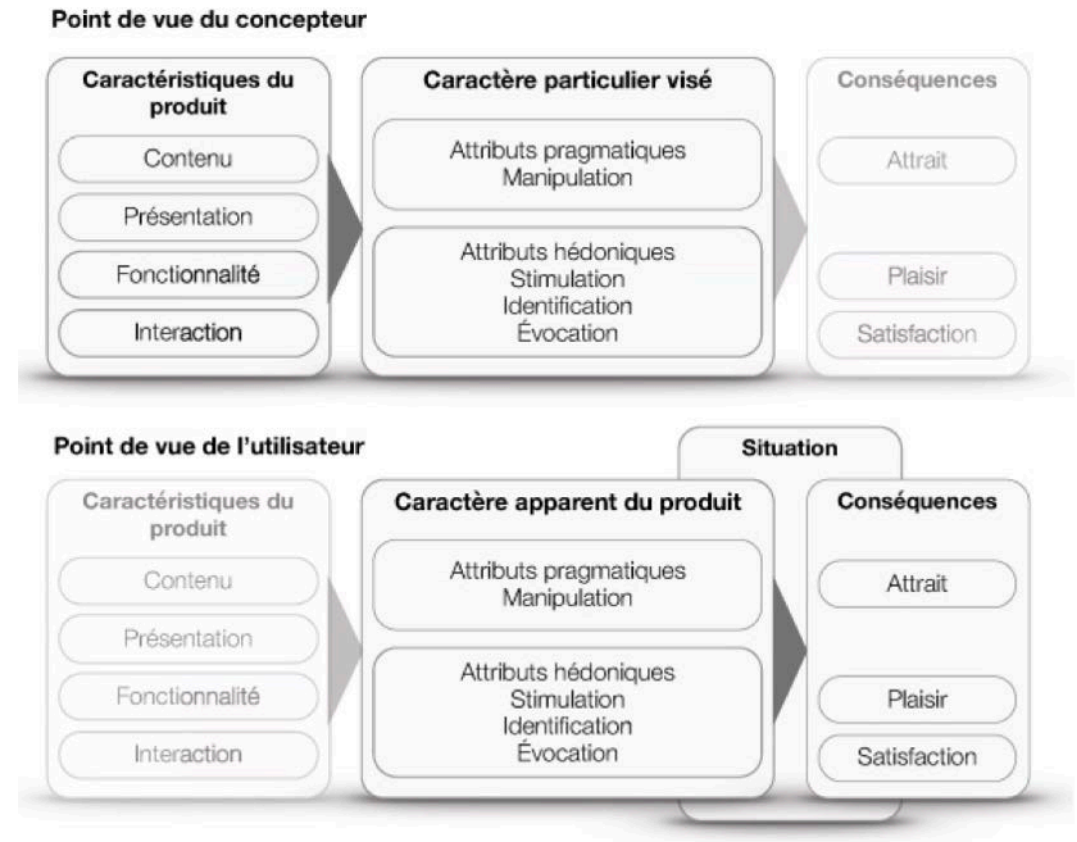
L'UX, C'EST... UN POINT DE VUE

Concepteur

- Vision fonctionnelle
- Intention (travail prescrit), orienté tâche
- Construction

Utilisateur

- Vision contextuelle, temporelle et individuelle
- Perception (travail réel): conséquences
- Reconstruction



FAIRE OU ÊTRE?

Qualité pragmatiques

- Réaliser des « do-goals »
 - Ex: trouver un livre dans une librairie en ligne
- Orienté sur la tâche
- Utilité et Utilisabilité (vision instrumentale)
- Efficacité, efficacité, contrôlabilité, compréhensibilité

Qualité hédoniques

- Réaliser des « be-goals »
 - Ex: se sentir en sécurité lors d'un paiement en ligne
- Orienté sur soi
- Epanouissement (vision non utilitariste), motivation, identification
- Originalité, stimulation des besoins psychologiques, émotions

FAIRE OU ÊTRE?

Qualité pragmatiques

- **Compréhensibilité/ apprenabilité** : Est-il facile de se familiariser avec le produit?
- **Efficacité** : Est-ce que les utilisateurs peuvent réaliser leurs tâches sans efforts superflus?
- **Contrôlabilité** : Est-ce que l'utilisateur se sent en contrôle de l'interaction?

Qualité hédoniques

- **Attraction** : Par dessus-tout, est-ce l'utilisateur aime ou non le produit?
- **Stimulation** : Est-ce grisant et motivant d'utiliser le produit?
- **Nouveautés** : Est-ce que le produit est innovant et créatif?

LECTEURS MP3

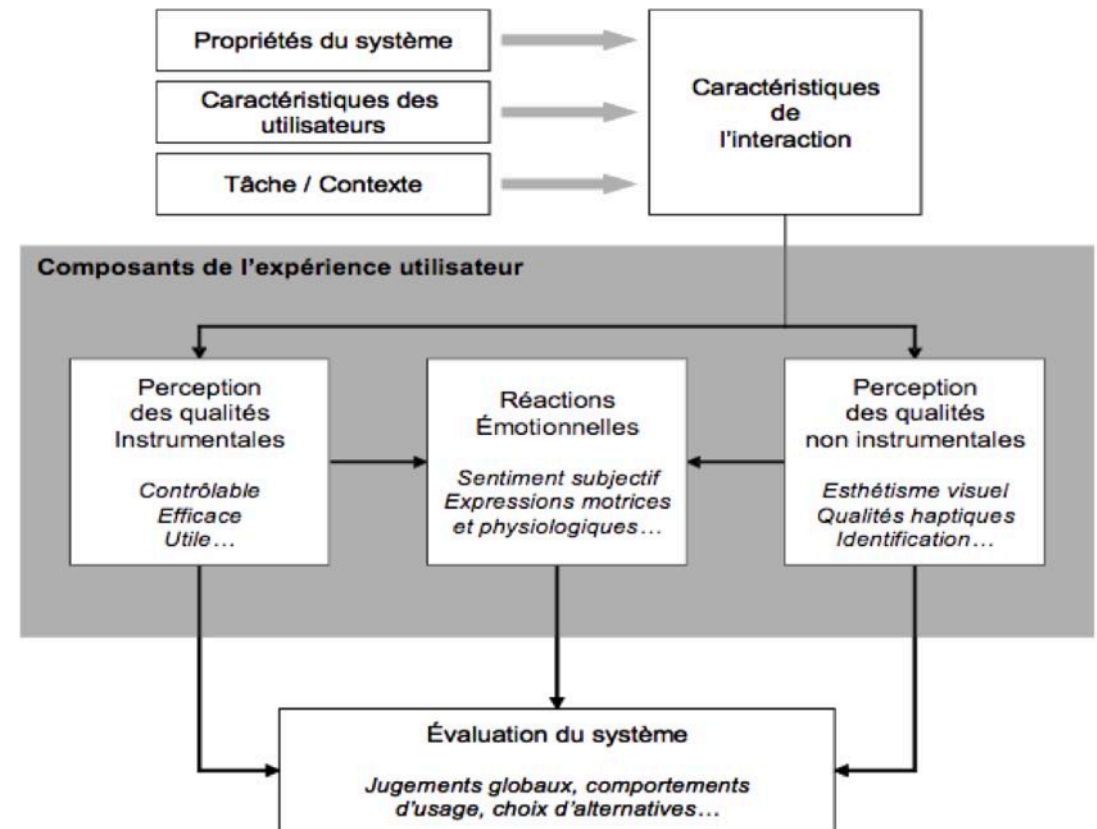


LECTEURS MP3

- **Mode objectif** : Ecouter de la musique
- **Utilisabilité limitée** : Pas de vue globale sur mes titres par exemple
- **Stimulation faible** : Une clef usb?
- **Apprenabilité** : Il faut installer un logiciel spécifique
- **Mode objectif + mode action** : Ecouter de la musique, découvrir le produit
- **Utilisabilité poussée** : Recherche de titres par albums, artistes, style, listes de lecture, ...
- **Stimulation forte** : Bel objet, la roulette attire
- **Nouveauté** : Pas d'autre produit comme celui-ci
- ...

« LA BOÎTE NOIRE »

- Modèle de Mahlke et Thüring (2007)
- Approche systémique
- Influences réciproques
- Conséquences émotionnelles
- Rencontre des besoins
- Adoption



LES BESOINS PSYCHOLOGIQUES

- Self Determination Theory (Ryan et Deci)
- Besoins fondamentaux doivent être comblés pour se sentir bien et en bonne santé = sentiment de satisfaction (parallèle ISO 9241)
- Facteur de motivation à faire les choses: identification et stimulation

LES 10 BESOINS PSYCHOLOGIQUES (SHELDON ET AL., 2001)

Autonomy-independence

Feeling like you are the cause of your own actions rather than feeling that external forces or pressures are the cause of your actions.

Competence-effectiveness

Feeling that you are very capable and effective in your actions rather than feeling incompetent or ineffective.

Relatedness-belongingness

Feeling that you have regular intimate contact with people who care about you rather than feeling lonely and uncared for.

Self-actualization-meaning

Feeling that you are developing your best potentials and making life meaningful rather than feeling stagnant and that life does not have much meaning.

Money-luxury

Feeling that you have plenty of money to buy most of what you want rather than feeling like a poor person who has no nice possessions.

Influence-popularity

Feeling that you are liked, respected, and have influence over others rather than feeling like a person whose advice or opinions nobody is interested in.

Pleasure-stimulation

Feeling that you get plenty of enjoyment and pleasure rather than feeling bored and understimulated by life.

Self-esteem-self-respect

Feeling that you are a worthy person who is as good as anyone else rather than feeling like a "loser."

Physical bodily
Feeling that your body is healthy and well-taken care of rather than feeling out of shape or unhealthy.

Security-control

Feeling safe and in control of your life rather than feeling uncertain and threatened by your circumstances.

LES 7 BESOINS PSYCHOLOGIQUES PRINCIPAUX

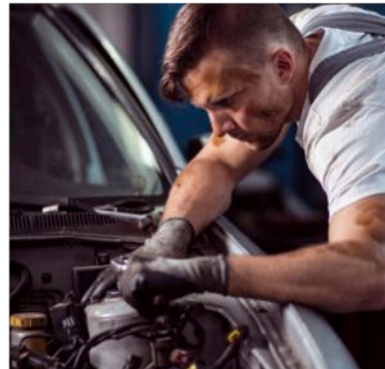
3 fondamentaux



**AUTONOMIE
INDÉPENDANCE**



**RELATIONNEL
APPARTENANCE**



**COMPÉTENCE
EFFICACITÉ**

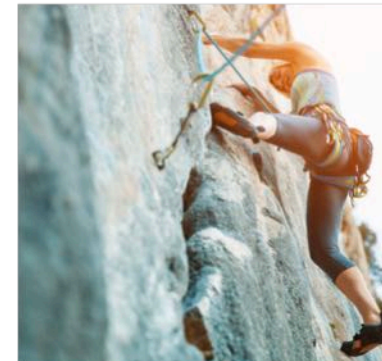
4 complémentaires



**SECURITÉ
CONTRÔLE**



**PLAISIR
STIMULATION**



**RÉALISATION DE SOI
SENS**



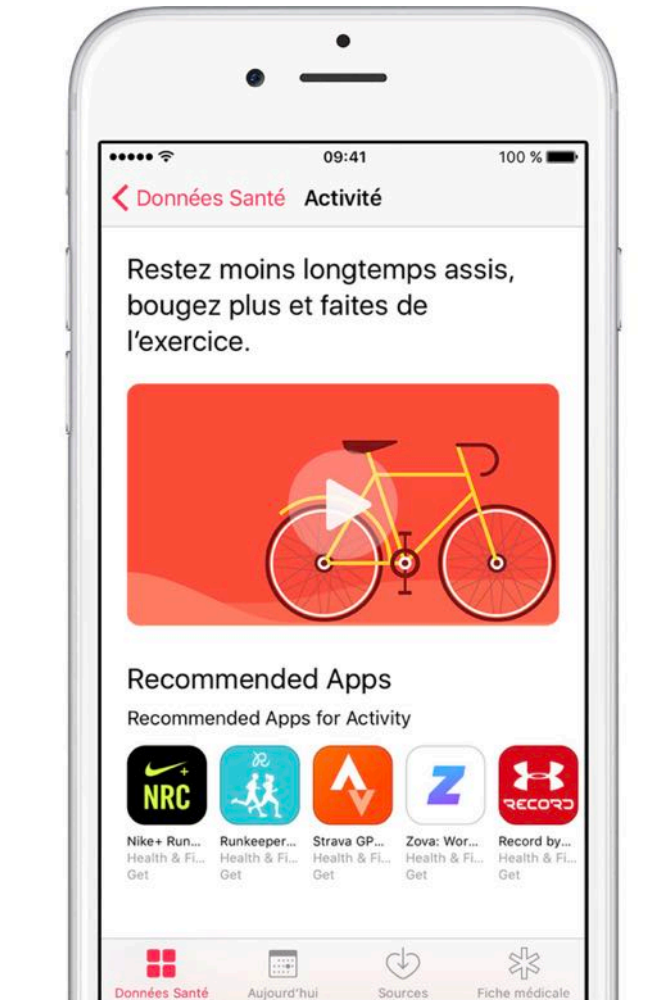
**INFLUENCE
POPULARITÉ**

IOS SANTÉ

« La toute nouvelle App Santé a été repensée pour vous aider à mieux comprendre votre santé et à atteindre vos objectifs plus facilement. Elle rassemble les données de santé de votre iPhone, de votre Apple Watch et des apps tierces que vous utilisez déjà, vous permettant de consulter toutes vos informations ensemble.

De plus, elle recommande d'autres apps utiles pour compléter votre collection. Être en meilleure santé n'a jamais été aussi simple. »

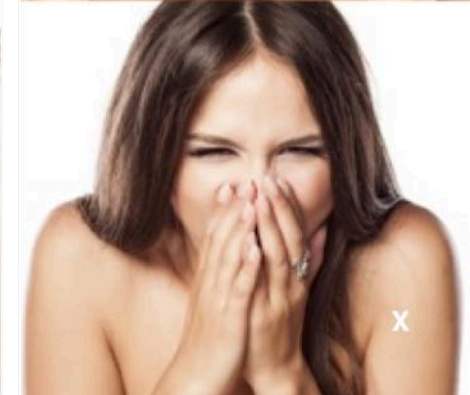
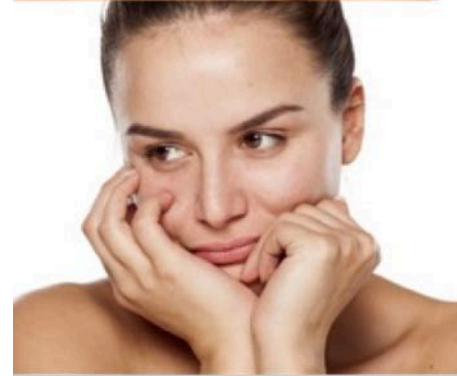
(Apple website)



LES ÉMOTIONS

« N'oublions pas que les petites émotions sont les grands capitaines de nos vies et qu'à celles-là nous y obéissons sans le savoir. »

Vincent Van Gogh

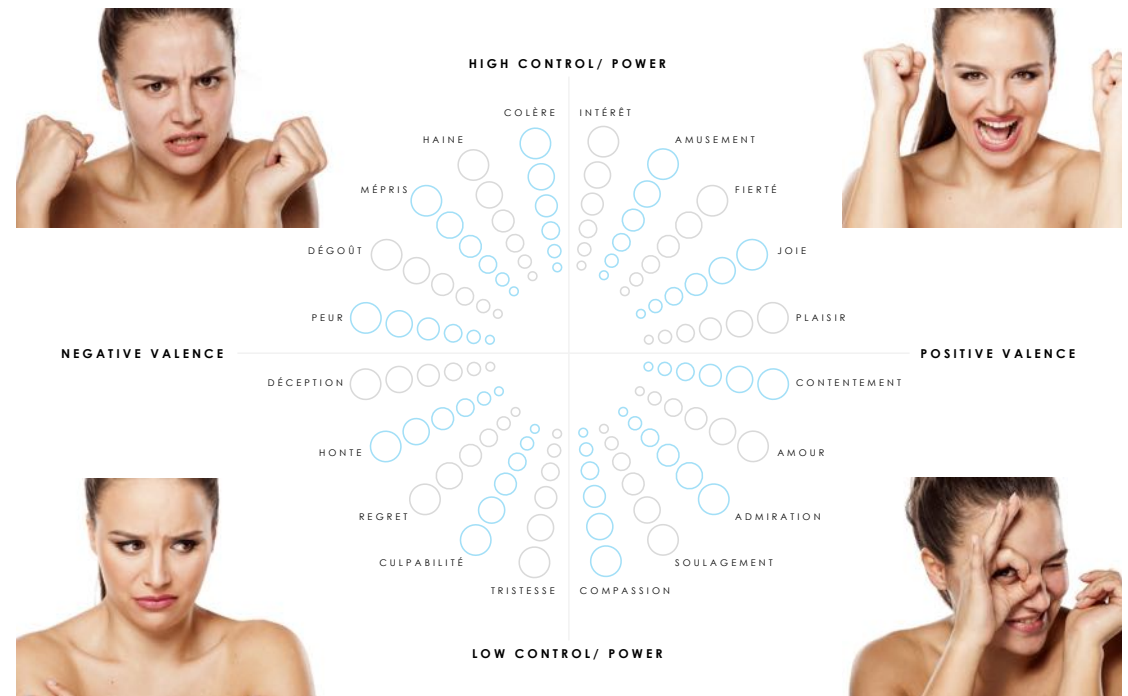


LES ÉMOTIONS

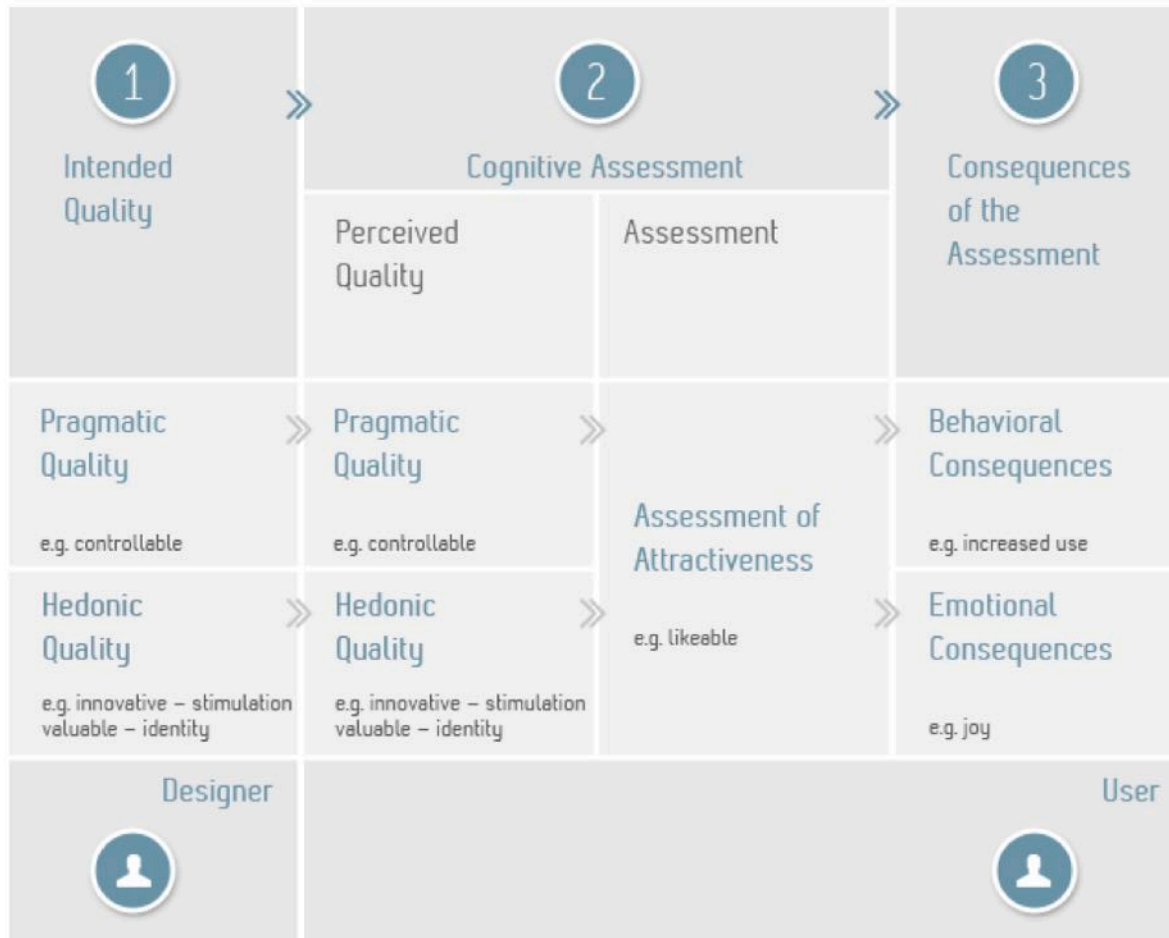
- De très nombreuses définitions
- Quelques points communs:
 - Subjectif
 - Déclenchée par un stimulus
 - Expression
 - Réponse physiologique
- Orientent la décision (réutilisation, à priori)
- Emotions de base:
 - (-) peur, colère, dégoût, tristesse
 - (+) joie, intérêt/surprise
- Temporalité (avant, pendant, après)
- Mesure subjective (nature, valence, intensité, dominance)
- Observation (valence)
- Mesure physiologique (valence, intensité)

LES ÉMOTIONS: LES MESURER

- Observation: grille d'émotion de base
- Mesure physiologique: le rythme cardiaque par exemple
- Questionnaire psychologique: Geneva Emotion Wheel, questionnaire de PANAS, échelle SAM
- Test des 5 secondes



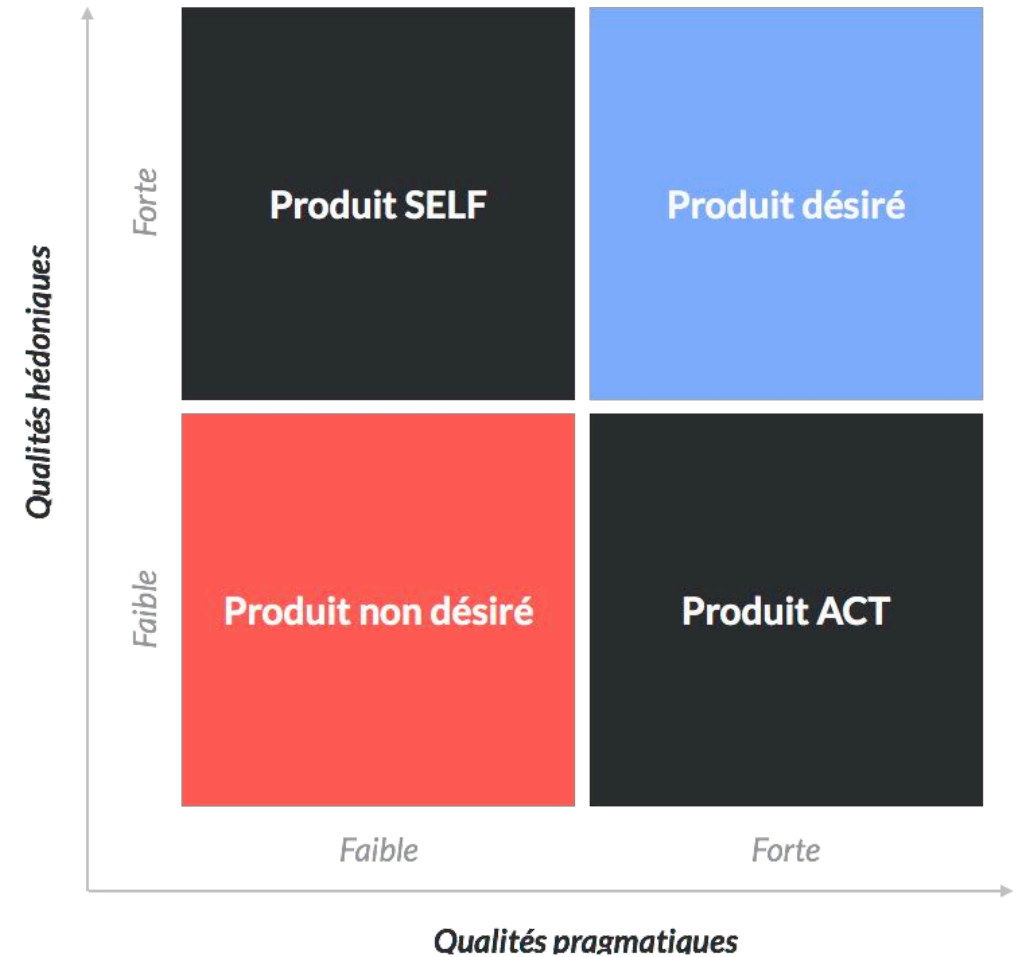
APPLICATION DU MODÈLE



<http://attrakdiff.de>

MATRICE DES 4 TYPES DE PRODUIT

- Qualités nécessaires mais non suffisantes
- Produit SELF
- Produit ACT
- Produit désiré



ANALYSER LES QUALITÉS

Pragmatiques

- Questionnaire d'échelle UX: attrakdiff, UEQ
- Evaluation heuristique
- Checklist d'utilisabilité
- ...
- Tests utilisateurs!

Hédoniques

- Questionnaire d'échelle UX: attrakdiff, UEQ
- Analyse des émotions
- UX Cards
- ...
- Tests utilisateurs!

AMÉLIORER LES QUALITÉS

Pragmatiques

- Micro-utilités
- Utilisabilité : Efficacité, efficience, satisfaction
- Respect l'intégrité
- Devenir invisible (Norman)


Hédoniques

- Macro-utilité
- Esthétique, visuel
- Design émotionnel
- Devenir désirable

**DANS 99% DES CAS, VOUS
N'ÊTES PAS L'UTILISATEUR.**

L'UX, C'EST... UN POINT DE VUE

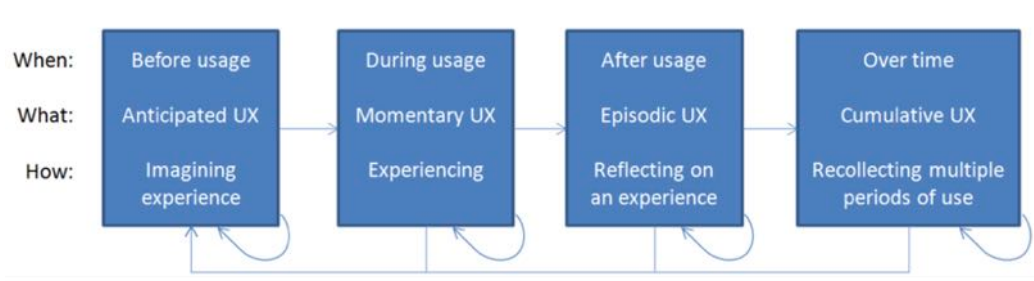
Designer

- Panier pour visualiser les articles
- Formulaire pour compléter l'adresse de livraison, de facturation, de données bancaires, etc.
- Bouton rapide : 
- Feedback sur la commande, propositions de renouveler l'expérience avec des livres similaires

Utilisateur

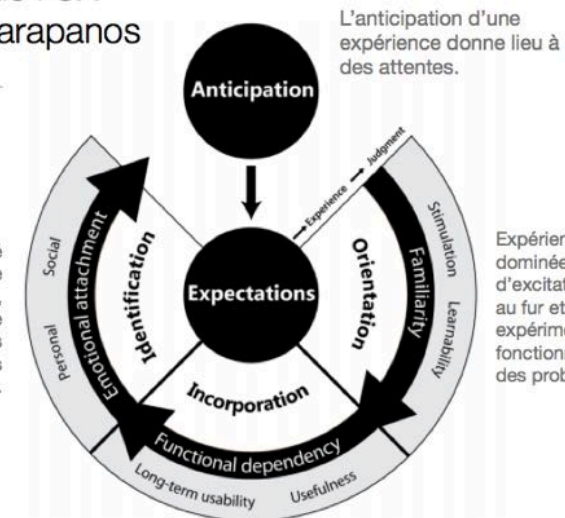
- Tâche: finaliser la commande d'un livre
- Besoins 1ère utilisation: sécurité (paiement), sentiment positif d'avoir commandé le livre qu'il cherchait
- Besoins 2ème utilisation: sécurité, efficacité (ne pas devoir repasser par toutes les étapes), sentiment positif d'avoir commandé le livre qu'il cherchait

L'UX, C'EST... BACK TO THE FUTURE



Temporalité de l'UX Modèle de Karapanos

Le produit est accepté dans la vie, il participe aux interactions sociales, communique des parts de notre identité, qui nous différencient ou nous rapprochent des autres.



Expériences initiales dominées par sentiments d'excitation et de frustration au fur et à mesure que l'on expérimente de nouvelles fonctionnalités et rencontre des problèmes d'apprenabilité

Le produit commence à prendre du sens dans le quotidien. L'utilisabilité à long terme devient ici plus importante que l'apprenabilité initiale et l'utilité du produit devient le facteur majeur impactant les jugements d'évaluation.

L'UX, C'EST... BACK TO THE FUTURE

- Un processus itératif
- Qui mobilise des méthodes et des connaissances scientifiques
- Mais également des heuristiques
- En vue de concevoir l'usage et de l'utilisation d'une interface
- Qui soit à la fois viable et valorisable
- Grâce aux arts graphiques

PLAN DE PRÉSENTATION

1. Introduction
2. Définitions, qu'est-ce que l'UX?
- 3. Apports de la démarche**
4. Retour sur quelques méthodologies

LA PLUPART DES ÉQUIPES S'ATTENDENT À RÉUSSIR DÈS LA PREMIÈRE FOIS...

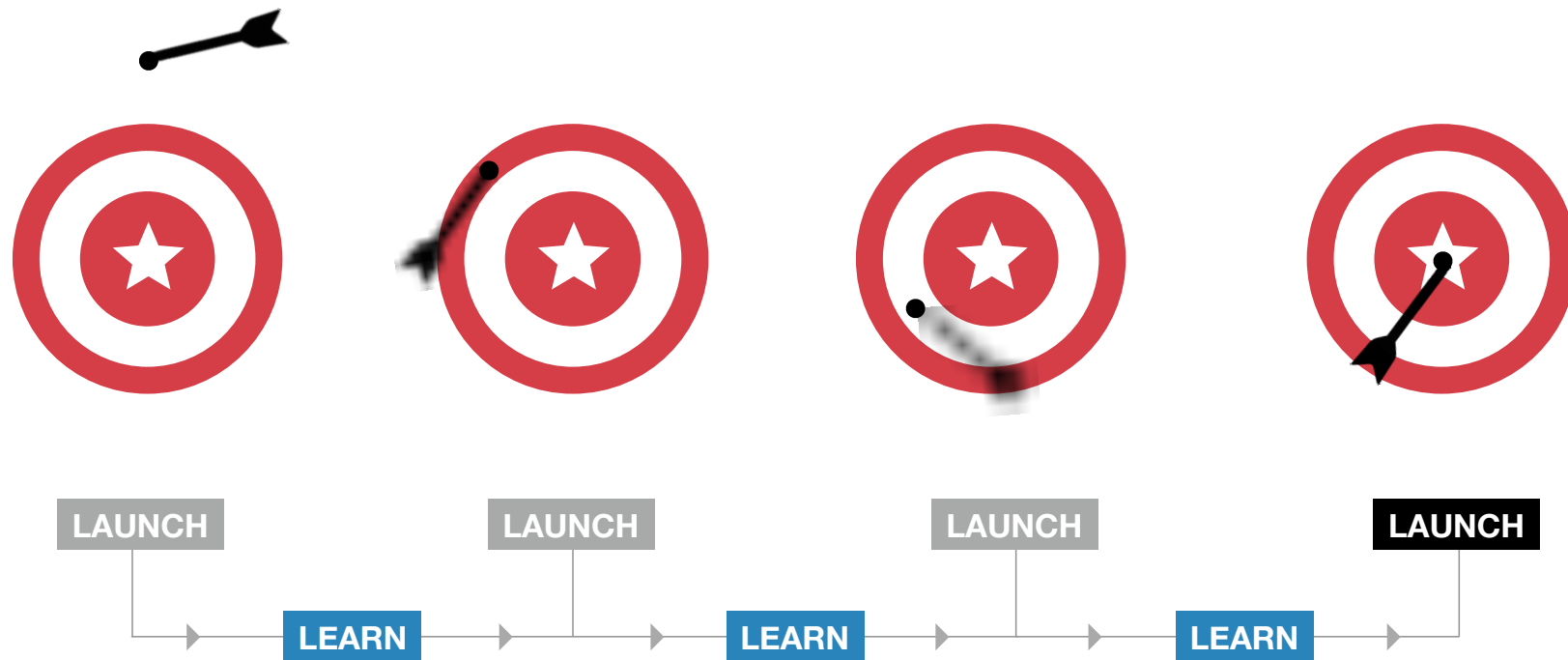




**MAIS EN RÉALITÉ, CE
N'EST PAS LE CAS.**



UN PROCESSUS ITÉRATIF PERMET D'ATTEINDRE LES BESOINS DE L'UTILISATEUR



CONCEPTION CENTRÉE SUR L'UTILISATEUR



PRODUIT

- Délimiter le périmètre
- Sauvegarder le budget
- Respecter les délais



EQUIPE

- Focaliser les tâches
- Réduire le burnout
- Inspirer
- Démener les frustrations



UTILISATEURS

- Garder une UX cohérente
- Augmenter l'adoption
- Inciter le bouche à oreille

LES APPORTS D'UNE MÉTHODE DE CONCEPTION CENTRÉE UTILISATEUR

- En validant les hypothèses de conception par des faits, on réduit les risques de créer un produit, un système ou une fonctionnalité dont les gens ne veulent pas.
- Cette approche crée un environnement de confiance et une vision commune au sein des équipes.
- Tester et apprendre de manière continue permet d'épargner du temps et de l'argent en se focalisant sur les besoins réels des utilisateurs.
- Dès lors, on peut se focaliser sur une réelle solution attendue par des utilisateurs qui en seront d'autant plus satisfaits.

IMPACT SUR VOTRE BUDGET

- Les phases d'UX Research sont un investissement qui ne vous ralentira pas, mais vous permettra d'épargner du temps sur le long terme
- Les phases de recherche ne sont pas nécessairement coûteuses et longues
- L'importante est la qualité de ces phases, pas forcément la quantité

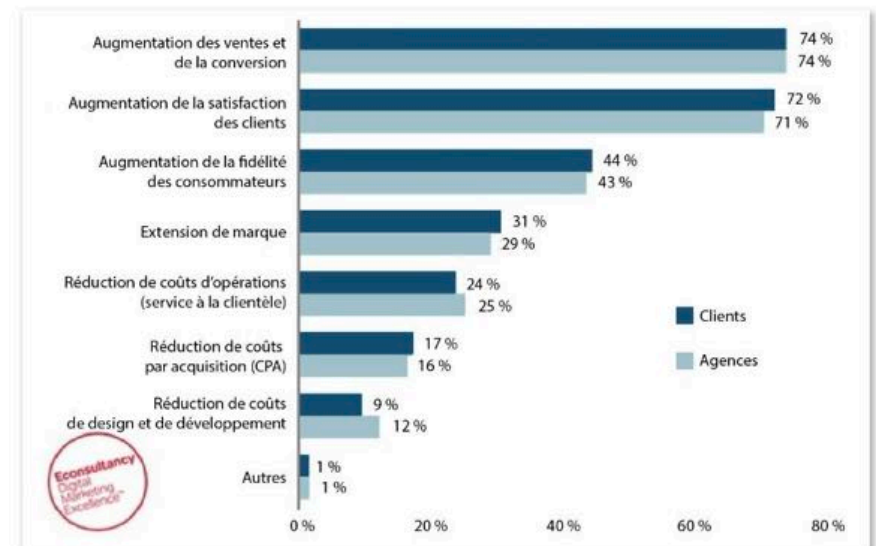
LES ENJEUX DE L'UX

- **Fidélisation et réussite**
 - Utilisateur satisfait = Utilisateur qui revient
 - Utilisateur satisfait = Utilisateur qui (r)achète
 - Utilisateur satisfait = Utilisateur qui adhère
- **Productivité**
 - Utilisation efficiente = Utilisateur performant (temps)
 - Utilisation efficace = Moins d'erreurs, moins de risque
 - Utilisation satisfaisante = Bien être de l'utilisateur
- **Economie**
 - Site utilisable = Moins de développement inutile
 - Utilisation facile = Formation minimum

Mesure	Moyenne des augmentations sur l'ensemble des projets.
Vente / taux de conversions	100%
Traffic / compte utilisateur	150%
Performance utilisateur / productivité	161%
Usage de fonctions spécifiques.	202%

Site e-commerce. Nielsen (2003, 2008)

Qu'est-ce que vous considérez comme les avantages commerciaux les plus importants dans l'amélioration de l'expérience utilisateur?



Source : MOTH, D. (2013) « 74 % of businesses believe user experience is key for improving sales » [La traduction libre de Tatiana Yakovenko]

User Experience Survey, 2013

PLAN DE PRÉSENTATION

1. Introduction
2. Définitions, qu'est-ce que l'UX?
3. Apports de la démarche
4. Retour sur quelques méthodologies

**« SI VOUS NE PARLEZ AUX
UTILISATEURS, VOUS NE FAITES
PAS D'UX »**

Sarah Doody

DEUX GRANDES FAMILLES DE MÉTHODES

Axées sur la stratégie

- Interviews besoins
- Analyse compétitive
- Analytics
- ...

Axée sur l'ergonomie

- Tests utilisateurs
- Analyses expertes
- Prototyping
- A/B testing
- ...

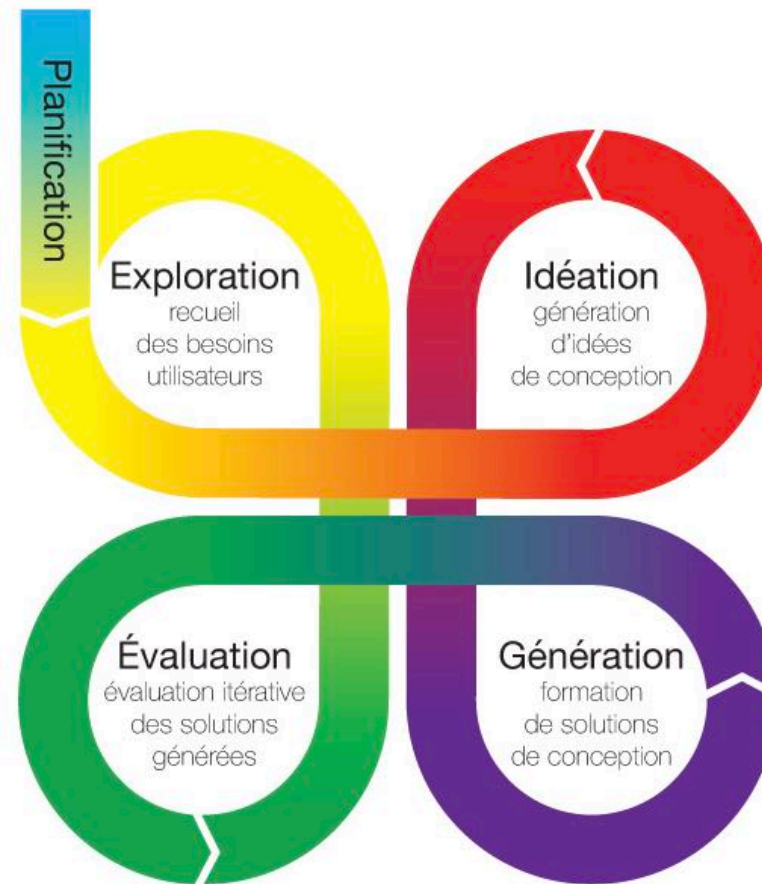
DES QUESTIONS QUI APPELLENT À LA RECHERCHE

- Quel problème essayons-nous de résoudre?
- Qui sont les personnes ayant ce problème?
- Comment ce problème affecte-t-il la vie de ces personnes?
- Quelles sont les difficultés rencontrées par ces personnes?
- Comment ces personnes essayent-elles actuellement de résoudre ce problème? Ces personnes payent-elles pour une autre solution?
- Les personnes recherchent-elles des solutions alternatives?
- Y a-t-il des concurrents sur le marché?

DES QUESTIONS QUI APPELLENT À LA RECHERCHE

- Rencontrons-nous aujourd'hui nos objectifs?
- Les gens comprennent-ils ce que fait notre produit?
- Quelles sont nos pires et nos meilleures écrans?
- Quels sont les points d'achoppement lorsque les utilisateurs utilisent notre solution?
- Quels sont les questions auxquelles notre customer service doit sans cesse répondre?
- Quelles sont les plus grandes difficultés rencontrées par nos utilisateurs?
- Quelles sont les plus grandes difficultés rencontrées par nos équipes?

A CHAQUE ÉTAPE, SA MÉTHODOLOGIE



A CHAQUE ÉTAPE, SA MÉTHODOLOGIE

Exploration

- Interviews besoins
- Benchmark
- Questionnaires
- Interviews stakeholders

Idéation

- Design Studio
- Ideation Studio
- Strategic Workshop
- Personas/ UX journeys
- Co Création
- Cards Sorting

Génération

- Wireframes
- Visual Design
- Mockup
- Style guide
- Sitemap

Evaluation

- Tests utilisateurs et eye tracking
- Echelles
- Heuristiques
- A/B
- UX Curve/ Diary
- Analytics
- User Feedback
- Check Accessibilité
- Cognitive Walkthrough
- Architecture testing

INTERVIEWS STAKEHOLDERS

Quoi

Définir les objectifs business, les KPI's, comprendre les contraintes, collecter des informations sur les utilisateurs.

Qui

Un membre de l'équipe et les parties prenantes du projet.

Où

Là où le le maximum d'information est disponible.

Quand

Dès le début du projet.

Comment

Un atelier (et/ou des interviews) avec les parties prenantes est un moyen d'engager les personnes (in)directement liées au projet. Il permet d'aligner les équipes, de récolter des informations pertinentes sur les utilisateurs (par exemple via le customer service ou la hotline), de comprendre les contraintes techniques, économiques et humaines du projet.



INTERVIEWS BESOINS

Quoi

Collecter des données qualitatives lors d'une conversation avec un utilisateur cible.

Qui

Un membre de l'équipe est l'interviewer. Les utilisateurs cibles sont les interviewés.

Où

L'entretien peut être réalisé dans l'environnement naturel des participants ou dans tout autre lieu calme et intimiste propice à un dialogue en face à face.

Quand

L'entretien est utilisé au début du cycle de conception, dans la phase d'exploration.

Comment

L'équipe de conception crée les questions qui constitueront le guide d'entretien. Un membre de l'équipe de conception interviewe chaque utilisateur cible individuellement.



INTERVIEWS BESOINS

Avantages:

- La méthode ne nécessite aucun matériel spécifique, les entretiens peuvent être réalisés de manière flexible, sur le lieu qui arrange le plus l'expérimentateur ou le participant.
- Les données qualitatives recueillies sont des sources d'inspiration pour l'innovation.
- Un entretien exploratoire peut servir de base à la conception d'un questionnaire, qui récoltera des données sur un plus large échantillon. On utilisera les thèmes principaux dégagés dans l'entretien pour créer des questions en éventail.

Limites

- Les entretiens ne sont pas adaptés pour collecter des données rapidement ou sur de larges échantillons.
- Cette méthode est chronophage, autant dans la passation que dans la retranscription et l'analyse.
- La maîtrise des techniques d'entretien est essentielle pour assurer la qualité des données recueillies.
- Quand ils ne sont pas réalisés sur le terrain, les entretiens sont décontextualisés et les informations recueillies sont donc basées sur les souvenirs des participants.

Pourquoi

- Les entretiens sont l'un des meilleurs outils pour comprendre et explorer un domaine en profondeur. Les données recueillies sont une synthèse des perspectives de vos utilisateurs cibles.
- Les entretiens sont d'excellents supports à l'innovation. Les détails personnels et significatifs révélés par les participants sont des sources d'inspiration pour l'équipe.
- Les données qualitatives recueillies par les entretiens peuvent servir à expliquer et à mieux comprendre les données recueillies par d'autres biais, comme les questionnaires.

Planification ●●●○○ (moyen)

Passation ●●●○○ (moyen)

Analyse des résultats ●●●●○ (difficile)

Expertise requise ●●●○○ (moyen)

INTERVIEWS BESOINS: OBSERVATION

Les interviews peuvent s'accompagner d'une phase d'observation des (potentiels) utilisateurs, afin de:

- Comprendre les contraintes environnementales, contextuelles et matérielles
- Objectiver des comportements
- Retracer le fil conducteur des causes liées aux actions

INTERVIEWS BESOINS: PERSONAS

Les Personas sont des représentations des utilisateurs, reprenant les caractéristiques principales de groupes cibles, différenciés par des variables comportementales.

Les Personas sont validés lors des interactions avec les utilisateurs, tout en servant de base pour les recrutement.



ANALYSE COMPÉTITIVE

Quoi

Réaliser un audit des systèmes, services, ou produits concurrents.

Qui

Un ou plusieurs membres de l'équipe effectuent un benchmark selon certains critères prédéfinis.

Où

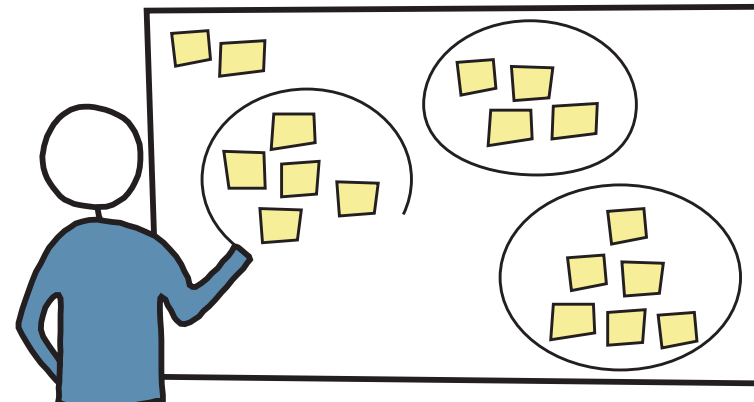
On recommande généralement de se focaliser sur 5 à 10 produits concurrents afin de faire une analyse détaillée.

Quand

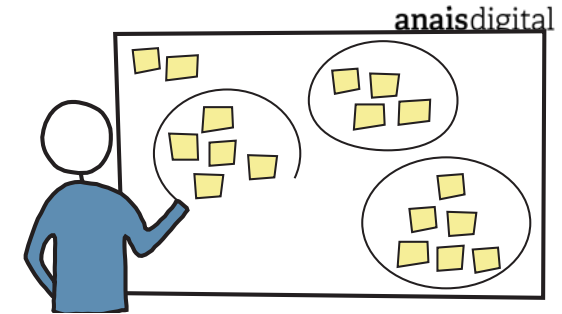
En début de projet.

Comment

Après identification des concurrents, on étudie les points forts et les points faibles.



ANALYSE COMPÉTITIVE



Avantages:

- La méthode est facile à mettre en œuvre
- L'analyse compétitive permet d'appréhender immédiatement les avantages par rapport aux concurrents
- Elle permet de voir comment d'autres essaient de résoudre le même problème et quelles sont les opportunités de différenciation

Limites

- La méthode est effectuée sans contact direct avec les utilisateurs et donc le pourquoi est plus difficile accessible

Pourquoi

Lors de la (re)-conception, cette méthode permet d'éviter de tomber dans les défauts des autres, tout en tenant compte des bonnes pratiques.

Planification ● ○ ○ ○ ○ (facile)

Passation ● ● ○ ○ ○ (facile)

Analyse des résultats ● ● ● ○ ○ (moyen)

Expertise requise ● ● ● ○ ○ (moyen)

ANALYSE COMPÉTITIVE: MICRO FEEDBACK

L'analyse compétitive peut être accompagnée d'une recherche sur le web, les réseaux sociaux, les forums, etc. de feedback utilisateurs spécifique à la solution ou à ses concurrents.

Cela permet de découvrir rapidement ce que les utilisateurs pensent, les bugs qu'ils rencontrent, etc.

FOCUS GROUPS

Quoi

Collecter des données qualitatives lors d'un entretien de groupe.

Qui

De petits groupes de 4 à 7 participants sont invités à des sessions de focus group. Un expert anime les séances, puis analyse les contenus des échanges entre les participants..

Où

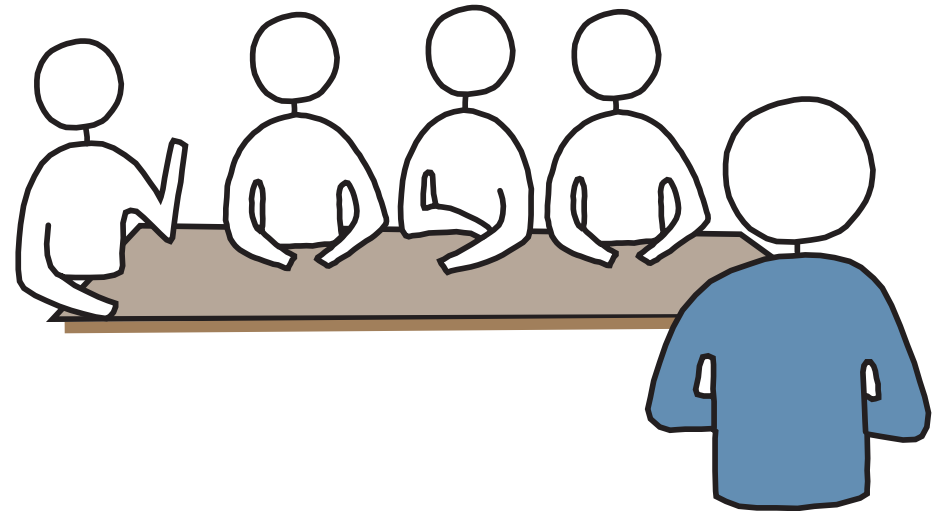
Dans un lieu approprié à une réunion de groupe.

Quand

Principalement au début du processus de conception, pendant l'exploration des besoins.

Comment

En réunissant plusieurs utilisateurs cibles autour d'un sujet de discussion défini par l'expert animateur. Des techniques d'animation sont utilisées pour stimuler les débats et l'expression des participants.



FOCUS GROUPS

Avantages:

- Un focus group est moins coûteux en temps et en ressources qu'un ensemble d'entretiens individuels pour le même nombre de personnes interrogées.
- Principe même du focus group, chaque membre peut réagir aux réponses des autres membres et ainsi donner des idées ou informations auxquelles il n'aurait pas pensé seul.
- Les focus groups permettent un contact direct avec les utilisateurs cibles

Limites

- Comme toutes les méthodes impliquant de demander aux utilisateurs d'exprimer leurs besoins, les focus groups peuvent produire des données imprécises ou inexactes.
- La faible taille du focus group ne permet pas d'obtenir des données exploitables statistiquement, ou généralisables à une population plus large.
- L'organisation d'un focus group n'est pas toujours facile, car il faut recruter plusieurs participants qui devront être disponibles au même moment sur une plage horaire assez étendue

Pourquoi

- Le focus group est une méthode qui permet de recueillir de nombreuses données sur les besoins des utilisateurs, leurs opinions ou leurs sentiments en peu de temps.
- Le focus group est une méthode efficace pour le recueil des impressions, des avis ou des besoins des utilisateurs. Grâce à la dynamique de groupe, les données recueillies sont généralement très riches.
- Le focus group est une méthode participative qui permet d'impliquer des utilisateurs finaux et de les engager dans le projet.

Planification ●●●●○ (moyen)

Passation ●●●●○ (difficile)

Analyse des résultats ●●●○○ (moyen)

Expertise requise ●●●●○ (avancé)

QUESTIONNAIRES

Quoi

Recueillir des informations de tout ordre (besoins, intérêts, expériences) sur une population cible.

Qui

L'équipe de conception conçoit, diffuse puis analyse les résultats du questionnaire. Un échantillon représentatif d'utilisateurs cibles y répond.

Où

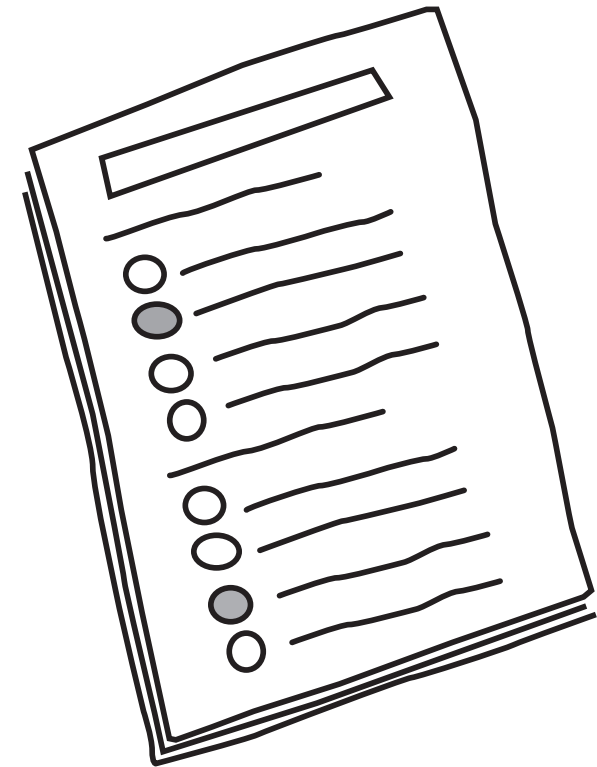
Le questionnaire peut être administré par papier, ou en ligne.

Quand

Au tout début de la phase d'exploration, avant la conception d'un produit, ou en accompagnement d'échelles UX.

Comment

Les utilisateurs répondent à un ensemble de questions de différents formats.



QUESTIONNAIRES

Avantages:

- Permet de recueillir des informations sur un large échantillon pour une meilleure représentativité des réponses.
- Est peu coûteuse, notamment par l'administration de questionnaires en ligne.
- Permettent les comparaisons statistiques et sont faciles à administrer et à traiter.

Limites

- Le questionnaire est mal adapté pour le recueil de données qualitatives, comme l'expression des émotions.
- Une fois soumis, le questionnaire ne peut plus être adapté sous peine d'obtenir des résultats qui ne seront pas comparables. D'où l'importance de réaliser un pré-test.
- Le questionnaire peut souffrir de biais liés aux répondants ou à la formulation des questions.

Pourquoi

- Les questionnaires exploratoires recueillent une multitude de données sur les utilisateurs potentiels d'un futur produit.
- L'administration des questionnaires par Internet permet de toucher un très large échantillon d'utilisateurs pour un coût très faible.
- Les résultats des questionnaires facilitent une exploitation statistique des données et une représentation graphique, très appréciées dans les rapports et livrables UX.

Planification ●●○○○ (facile)

Passation ●●○○○ (facile)

Analyse des résultats ●●●○○ (moyen)

Expertise requise ●●●○○ (moyenne)

BRAINSTORMING

Quoi

Générer un maximum d'idées sur un thème donné pendant une réunion de groupe.

Qui

Des membres du projet ou de l'entreprise, accompagnés d'un animateur.

Où

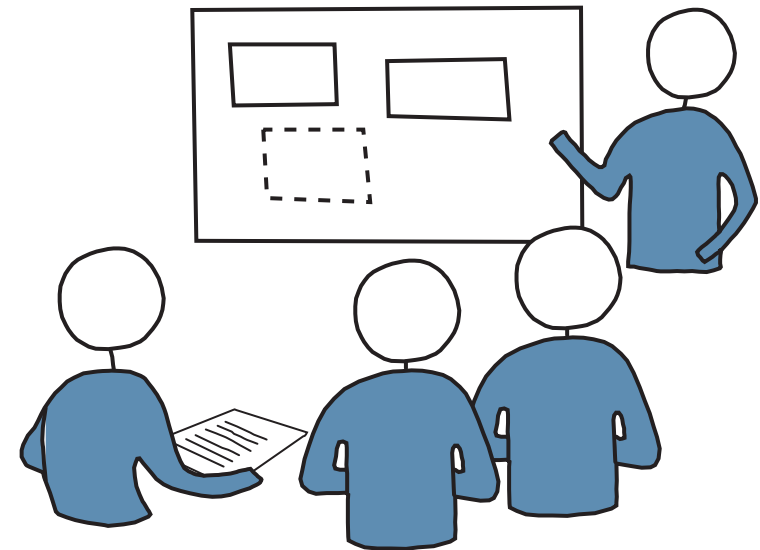
En présentiel, dans une salle de réunion (brainstorming traditionnel) ou en ligne (brainstorming électronique).

Quand

La méthode du brainstorming est utilisée au début de la phase d'idéation. Pendant la génération du système, elle peut être utilisée ensuite pour produire de nouvelles idées ou sur de nouvelles problématiques..

Comment

Des membres du projet produisent des idées sous la supervision d'un animateur. Une personne ayant le rôle de « secrétaire » prend des notes. Les idées sont ensuite triées puis évaluées et sélectionnées.



BRAINSTORMING

Avantages:

- Produit un grand nombre d'idées en un temps très court. Stimule la participation et rend possible la fertilisation des idées.
- Applicable à tous les domaines d'activité. Les nombreuses variantes de la méthode permettent par ailleurs de l'adapter à tout projet ou situation.
- Méthode peu coûteuse, qui ne nécessite pas de ressources matérielles spécifiques.
- Renforce la cohésion d'un groupe ou d'une équipe de travail. C'est une façon démocratique et ludique de générer des idées.

Limites

- Méthode peu adaptée à la résolution de problèmes très spécifiques nécessitant une expertise technique.
- Des facteurs sociaux négatifs peuvent affecter le déroulement d'un brainstorming : différences de statut, conflits entre membres, monopolisation de la parole, conformisme aux idées du groupe.
- En groupe, les contributions individuelles ne sont pas reconnues. Les participants préfèrent parfois conserver leurs idées et les diffuser dans un contexte où la reconnaissance individuelle est plus élevée.

Pourquoi

- La méthode du brainstorming est la méthode d'idéation incontournable de tout projet de conception. Il en existe des dizaines de variantes et l'une d'elles sera sans doute adaptée aux besoins et envies de votre équipe.
- Bien orchestrée, une séance de brainstorming peut générer des idées innovantes qui vous démarqueront de la concurrence.
- Les bonnes idées non retenues ne seront pas perdues et seront conservées pour alimenter un projet futur.

Planification ●●●○○ (moyen)

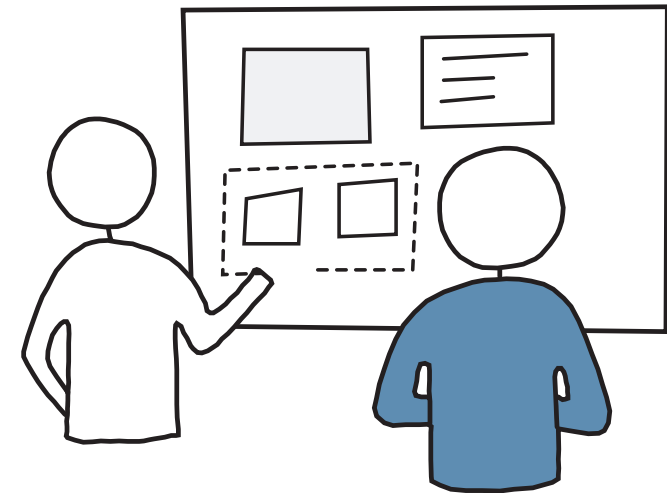
Passation ●●●○○ (moyen)

Analyse des résultats ●●●○○ (moyen)

Expertise requise ●●●○○ (moyen)

CO-CRÉATION

Utilisées pour comprendre les utilisateurs et leurs expériences en profondeur, les techniques génératives font partie de la conception participative. Elles se présentent sous forme d'ateliers collaboratifs pendant lesquels les participants vont être invités à « créer » des artefacts (collages, cartes, story-boards...). L'utilisateur est considéré comme l'expert de ses propres expériences et les techniques génératives lui permettent d'exprimer créativement ses attentes, besoins ou valeurs.



Génération

Idéation

DESIGN STUDIO

Quoi

Générer rapidement des solutions de conception sous forme de sketches, lors d'un atelier d'idéation collaboratif.

Qui

Un groupe pluridisciplinaire incluant des membres de l'équipe de conception, mais également d'autres parties prenantes.

Où

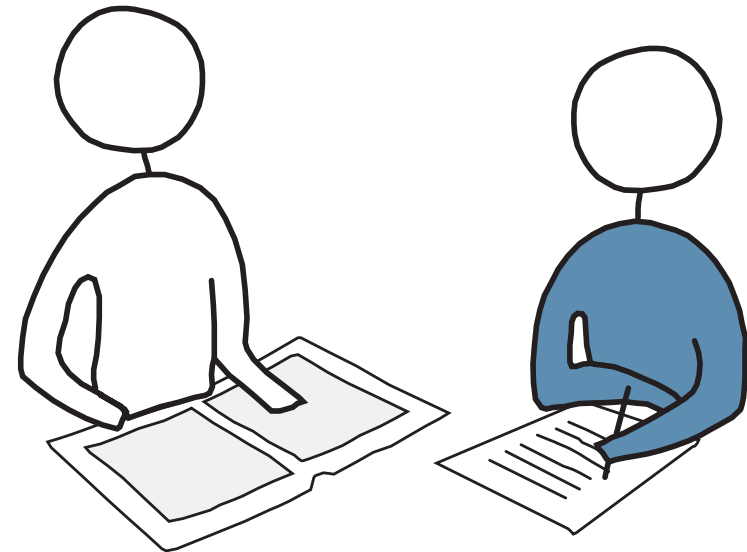
Dans un espace adapté au travail créatif en groupe.

Quand

Principalement durant la phase d'idéation, mais la méthode peut être utilisée lors d'itérations ultérieures pendant la phase de génération.

Comment

Des groupes pluridisciplinaires (dont les participants sont impliqués dans le projet) génèrent des propositions à une problématique sous forme de croquis. Chaque proposition est immédiatement évaluée par le groupe. Un expert anime la session.



DESIGN STUDIO

Avantages:

- Le design studio est une approche rapide, peu coûteuse et itérative pour explorer et générer des solutions de conception.
- C'est un bon moyen d'impliquer les membres directs ou indirects du projet dans le processus de conception.
- La méthode s'adapte à tout type de problématique de conception (interfaces, produits, services).
- Le design studio permet à l'équipe de dépasser des moments de blocage.

Limites

- Une séance de design studio peut être longue. Comptez en moyenne une demi-journée de mobilisation des participants.
- Le respect du temps est essentiel et le rythme peut paraître intense pour certains participants.

Pourquoi

- Le design studio est efficace pour produire des dizaines, voire des centaines d'idées en un temps très court. Cerise sur le gâteau, les idées sont triées ou améliorées immédiatement grâce à l'itération et la critique.
- Les solutions élaborées par la méthode du design studio intègrent plusieurs perspectives (business, ingénierie, UX) et combinent les forces de chaque partie prenante du projet pour générer des solutions à fort potentiel.
- La méthode renforce également l'esprit d'équipe et de collaboration autour du projet. L'appropriation des concepts est meilleure, chaque participant ayant contribué à la naissance de l'idée.

Planification ●●○○○ (facile)

Passation ●●●○○ (moyen)

Analyse des résultats ●●○○○ (facile)

Expertise requise ●●○○○ (facile)

TESTS UTILISATEURS

Quoi

Évaluer l'UX d'un système en observant la manière dont les utilisateurs accomplissent leurs tâches.

Qui

Des utilisateurs testent un système en réalisant un ensemble de tâches. Au moins un expérimentateur observe et analyse la performance des utilisateurs.

Où

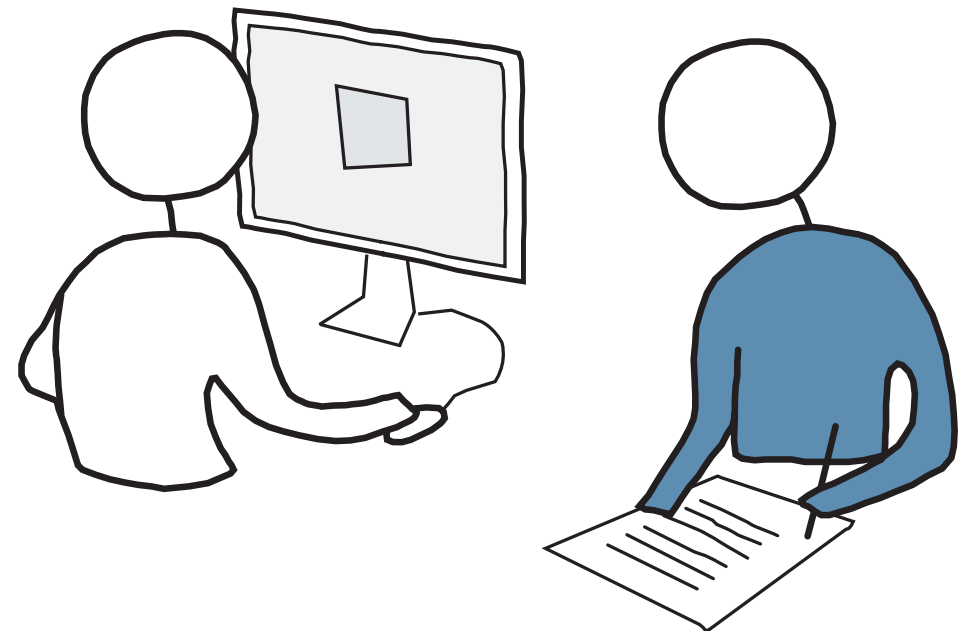
En situation naturelle pour l'utilisateur dans son environnement quotidien, ou en situation contrôlée dans un lieu dédié.

Quand

Tout au long du processus de conception, pour évaluer itérativement concepts, maquettes et produits finaux.

Comment

Tout au long du processus de conception, pour évaluer itérativement concepts, maquettes et produits finaux.



TESTS UTILISATEURS

Avantages:

- Révèle une grande partie des problèmes d'utilisation du système. Recueille de nombreuses informations sur la performance, les attitudes, les comportements et les réactions de l'utilisateur vis-à-vis d'un système.
- Les résultats des tests permettent d'étayer facilement un rapport de recommandations : chaque élément d'amélioration du système est justifié par les difficultés d'interaction rencontrées par les utilisateurs.
- Méthode flexible qui soutient une approche méthodologique mixte (recueil de données qualitatives et quantitatives).

Limites

- Coûteux en temps, en particulier pour les passations individuelles qui requièrent de 30 à 90 minutes d'investissement.
- Les scénarios d'usage peuvent avoir un côté « artificiel », trop éloigné des tâches qu'accompliraient naturellement les utilisateurs.
- Le test utilisateur ne permet pas d'explorer toutes les fonctionnalités d'un système. L'équipe de conception doit faire des choix de scénarios principaux qu'elle souhaite observer.

Pourquoi

- Cette méthode consiste à observer les utilisateurs dans leurs interactions avec le système. Les données recueillies sont riches d'enseignements et conduisent à formuler des recommandations pour améliorer l'UX du système.
- Plusieurs modes de passation sont possibles, adaptés à toutes les exigences ou contraintes d'un projet : en situation contrôlée, à distance ou en mode guérilla, il existe une forme de test qui vous conviendra.
- Invitez votre client à un test utilisateur ou montrez-lui un enregistrement audiovisuel. Bien souvent, la façon dont les utilisateurs accomplissent leurs tâches ne correspond pas à ce que les commanditaires imaginent et cela éveille alors leur intérêt pour la méthode.

Planification ●●●●○ (difficile)

Passation ●●●○○ (moyen)

Analyse des résultats ●●●●○ (difficile)

Expertise requise ●●●●○ (avancé)

TESTS UTILISATEURS: VARIANTES

- En laboratoire ou chez l'utilisateur ou à distance
- Sur un flux complet, ou seulement une fonctionnalité
- Sur site existant ou wireframes
- ...

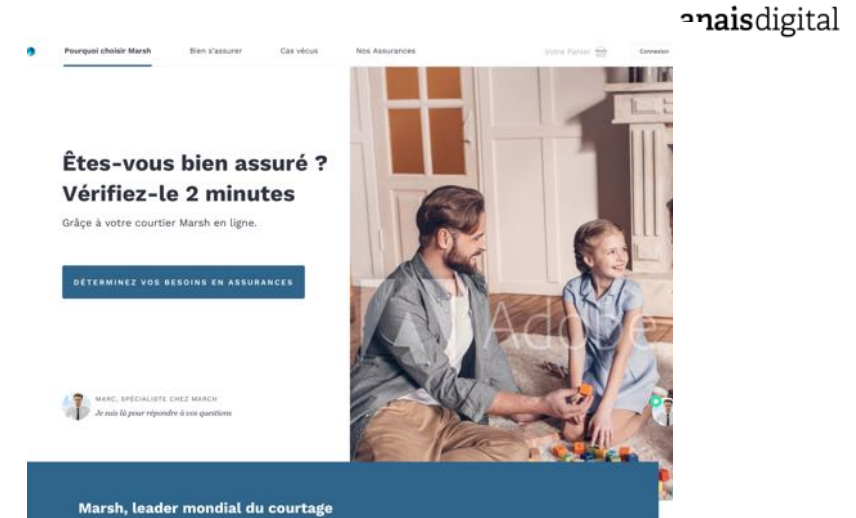
TESTS UTILISATEURS: BIOMÉTRIE

- Eye Tracking
- Analyse faciale
- Rythme cardiaque et conductibilité de la peau

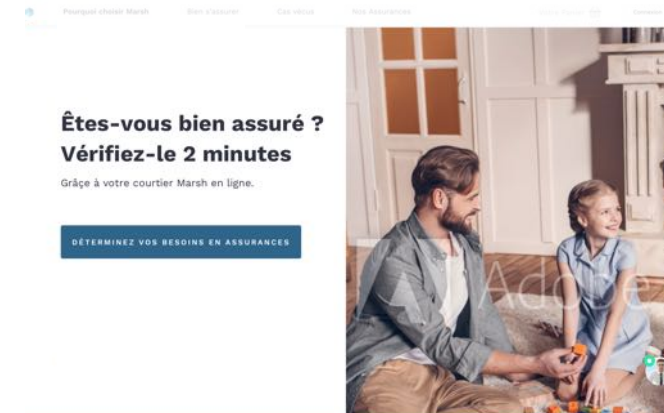


TESTS UTILISATEURS: TEST DES 5 SECONDES

Le test des 5 secondes mesure la première impression en recueillant ce que les utilisateurs retiennent d'une interface.

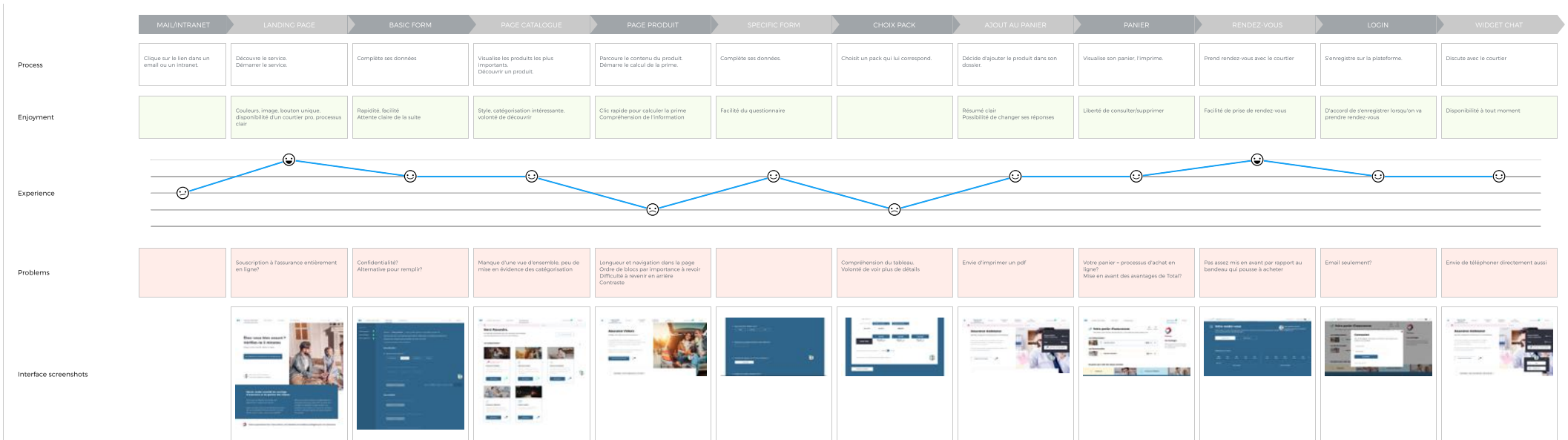


Page originale



Après 5 secondes

TESTS UTILISATEURS: USERS JOURNEYS



ECHELLES D'UTILISABILITÉ

Quoi

Évaluer l'utilisabilité d'un système perçue par les utilisateurs.

Qui

L'évaluateur sélectionne, diffuse puis analyse les résultats de l'échelle. Un échantillon d'utilisateurs répond au questionnaire.

Où

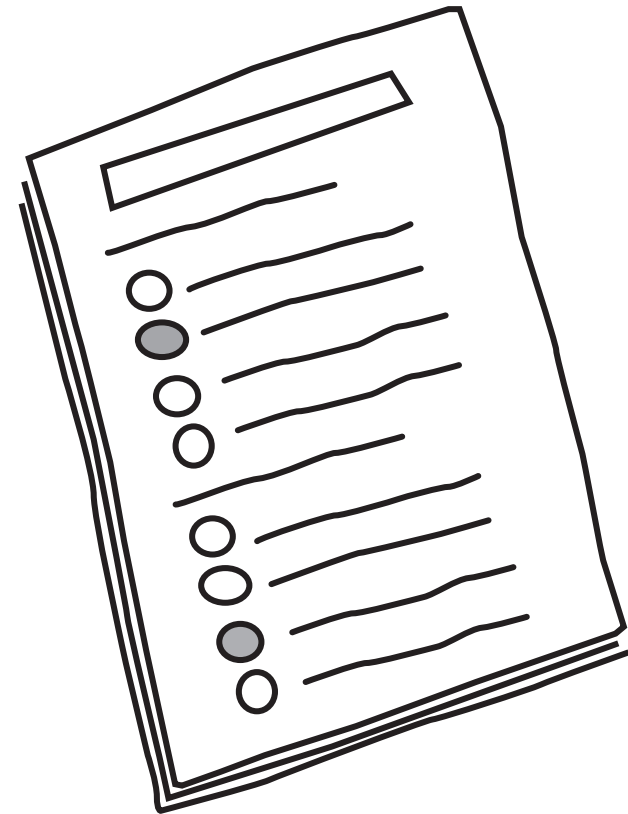
Le questionnaire peut être administré par papier, ou en ligne.

Quand

Pendant de multiples cycles itératifs d'évaluation. Après la passation d'un test utilisateur ou simplement après une interaction réelle avec un système déjà fonctionnel.

Comment

Les utilisateurs répondent à un ensemble de questions, en se positionnant généralement sur une échelle de Likert qui recueille leur opinion sur le système.



ECHELLES D'UTILISABILITÉ

Avantages:

- Les données recueillies sont comparables d'un système à l'autre, ou entre plusieurs versions d'un même système. Cela permet de mesurer l'effet de modifications successives.
- La passation ne demande généralement que quelques minutes aux utilisateurs.
- La représentation des résultats sous forme de graphiques facilite leur interprétation et leur communication auprès du commanditaire.

Limites

- Les échelles d'utilisabilité peuvent être soumises à des biais de passation (effet de halo, tendance à l'acquiescement, etc.).
- Les questionnaires trop longs sont souvent source d'ennui pour les utilisateurs, qui seront parfois tentés de répondre au plus vite pour se débarrasser de cette tâche.
- Les échelles d'utilisabilité ne permettent pas de comprendre pourquoi l'utilisateur attribue tel ou tel score à un système. Les raisons seront généralement détectées à l'aide de tests utilisateurs.

Pourquoi

- La mesure de l'utilisabilité par questionnaire est un moyen fiable et reconnu scientifiquement pour recueillir l'avis des utilisateurs. Elle apporte un complément indispensable aux mesures d'évaluation objectives.
- Les échelles standardisées sont parfaitement adaptées à la comparaison de différentes versions d'un même système, ou de plusieurs systèmes entre eux.
- Il existe une multitude d'échelles de mesure de l'utilisabilité, plus ou moins détaillées, dont une sera très certainement adaptée à vos besoins !

Planification ● ○ ○ ○ ○ (très facile)

Passation ● ○ ○ ○ ○ (très facile)

Analyse des résultats ● ● ○ ○ ○ (facile)

Expertise requise ● ○ ○ ○ ○ (faible)

ECHELLES UX

Quoi

Évaluer la qualité globale de l'expérience utilisateur à l'aide d'un questionnaire auto-administré.

Qui

Les utilisateurs répondent seuls aux questionnaires.

Où

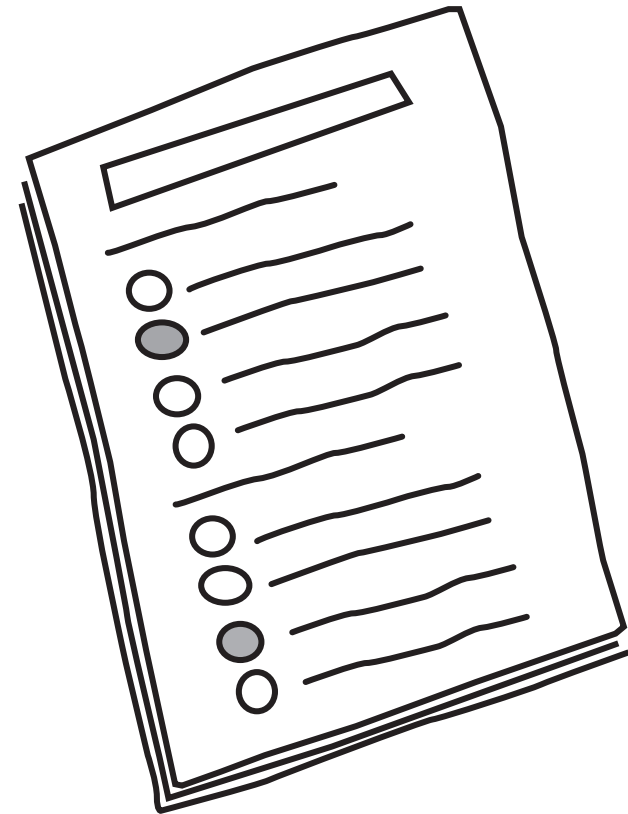
En présentiel ou à distance, sur papier ou en ligne.

Quand

Pendant les multiples cycles itératifs de l'évaluation. Après la présentation d'un concept, la passation d'un test utilisateur ou simplement après une interaction réelle avec un produit/service déjà fonctionnel.

Comment

Les utilisateurs répondent à un ensemble de questions standardisées, souvent sur une échelle de Likert..



ECHELLES UX

Avantages:

- Contrairement aux questionnaires « faits maison », les échelles standardisées présentent des qualités psychométriques documentées en termes de validité et de fidélité.
- Facilitent les comparaisons entre plusieurs systèmes, plusieurs itérations d'un même système ou entre différentes populations.
- Facilitent la communication des résultats, avec un recueil de données chiffrées qui peuvent être représentées graphiquement.
- Au niveau scientifique, les questionnaires standardisés permettent de généraliser à une population plus large des résultats obtenus sur un échantillon représentatif.

Limites

- N'informent pas sur les raisons expliquant le score UX obtenu ni sur les caractéristiques à modifier pour améliorer l'UX.
- Utilisées à la suite d'un test utilisateur, les échelles UX ne remplacent pas vos observations. En cas d'incohérence entre vos observations et les scores à l'échelle UX, abordez ces questions lors de l'entretien de débriefing.

Pourquoi

- Managers ou clients sont généralement demandeurs de données quantitatives sous forme de scores et de graphiques. C'est exactement ce que vous pourrez leur fournir en utilisant une échelle d'évaluation de l'UX !
- En utilisant un questionnaire standardisé, vous comparerez facilement plusieurs systèmes entre eux, plusieurs versions d'un même système ou un système sur différentes populations d'utilisateurs. Les échelles UX sont des questionnaires auto-administrés ; les participants peuvent donc y répondre seuls et à distance. C'est une méthode économe en temps et en budget !

Planification ●○○○○ (très facile)

Passation ●○○○○ (très facile)

Analyse des résultats ●●○○○ (facile)

Expertise requise ●○○○○ (faible)

ECHELLES UX: UEQ

Attraction

Agacant / Réjouissant
Bien / Mauvais
Repoussant / Attirant
Désagréable / Agréable
Attrayant / Rébarbatif
Antipathique / Sympathique

Qualité de conception

Stimulation

Précieux / Médiocre
Ennuyeux / Captivant
Inintéressant / Intéressant
Stimulant / Soporifique

Originalité

Créatif / Monotone
Original / Conventionnel
Commun / Inédit
Conservateur / Innovant

• Qualité d'utilisation

• Efficacité

- Rapide / Lent
- Inefficace / Efficace
- Non pragmatique / Pragmatique
- Sobre / Surchargé

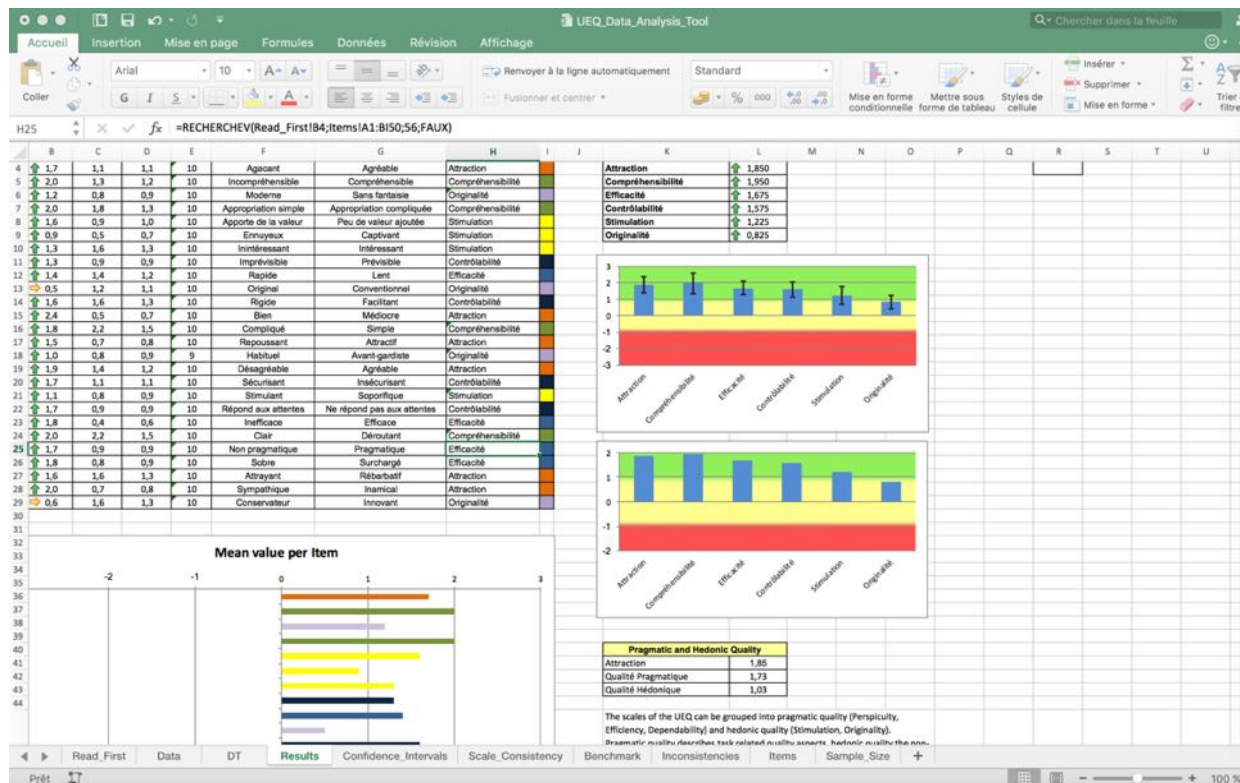
• Compréhensibilité

- Incompréhensible / Compréhensible
- D'utilisation facile / D'utilisation difficile
- Compliqué / Simple
- Clair / Confus

• Contrôlabilité

- Imprévisible / Prévisible
- Handicapant / Aidant
- Prédicible / Imprévisible
- Répond aux attentes / Ne répond pas aux attentes

ECHELLES UX: UEQ



COMPLÉTION DE PHRASES

La complétion de phrases est une méthode qualitative d'évaluation de l'UX et/ ou d'exploration des besoins et valeurs des utilisateurs. Les débuts de phrases sont des amorces qui doivent aider l'utilisateur à penser aux aspects expérientiels de l'interaction et à exprimer son ressenti de manière semi-structurée.



ANALYSE DES ÉMOTIONS

ROUE DES ÉMOTIONS: SOURCES

- Roue des émotions de Genève
- Elaborée par Scherer, Shuman, Fontaine et Soriano en 2013
- Université de Genève
- Dans le but de mesurer les réactions émotionnelles subjectives à des objets, des événements ou des situations

ROUE DES ÉMOTIONS: AVANTAGES

- Facile à préparer
- Facile à mettre en œuvre
 - En combinaisons d'autres outils (scénarios, eye Tracking, entretiens, ...)
 - Dès le début d'un projet, lors de la récolte des besoins utilisateurs, sur base d'un story-board ou de l'utilisation de solutions concurrentes ou alternatives
 - Sur base de maquettes simples ou d'un prototype plus complexe
 - Lors de l'évaluation d'une solution existante
- Facile à analyser
 - Comparer des moments dans l'utilisation
 - Comparer des versions
 - Objectiver du qualitatif
- Facile à comprendre pour l'utilisateur
- Sur base de modèle scientifiquement établi

ROUE DES ÉMOTIONS: INCONVÉNIENTS

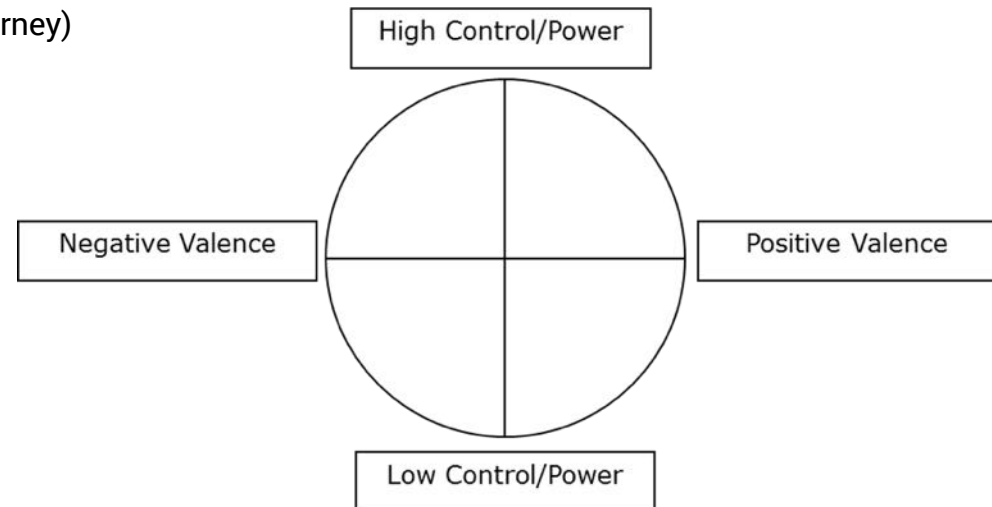
- Uniquement basé sur la dimension subjective
- Parfois, difficultés pour l'utilisateur d'exprimer ses sentiments
- Certaines émotions des modèles sont difficilement applicables aux interfaces digitales

ROUE DES ÉMOTIONS: PASSATION

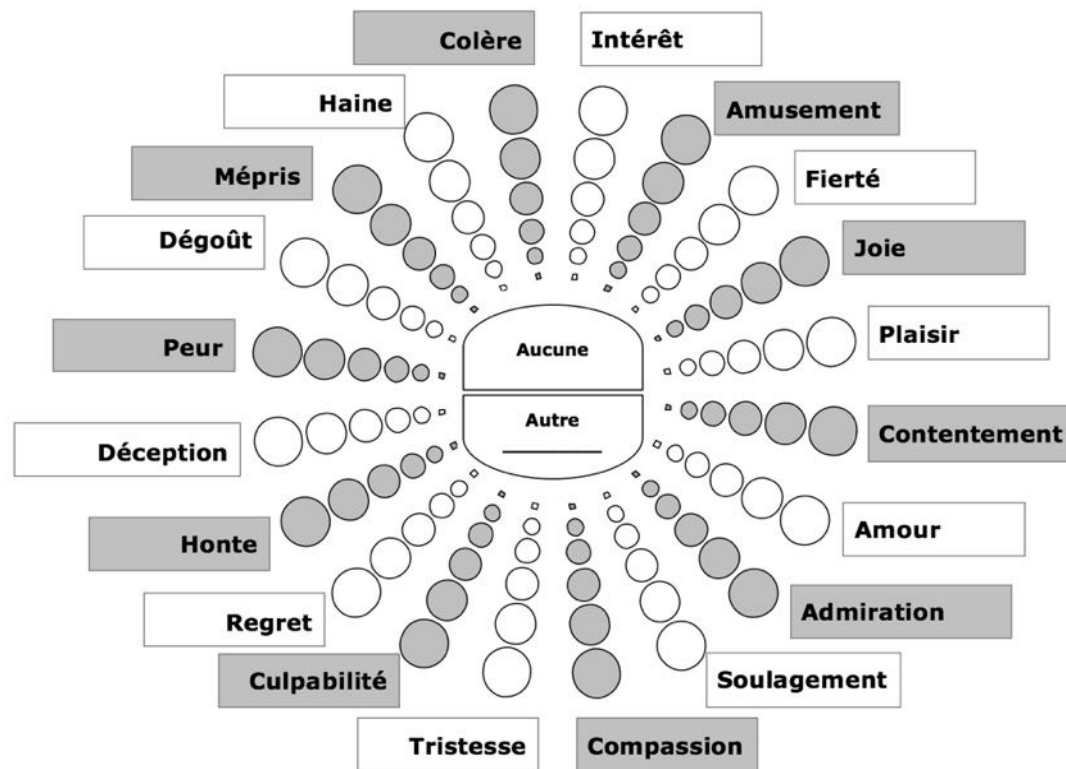
- Le répondant est amené à indiquer son émotion ressentie en choisissant parmi les 20 émotions proposées, sur une échelle de 5 degré d'intensité (de la plus petite, à la plus grande)
 - Le répondant a aussi la possibilité d'indiquer une autre émotion ou aucune
 - L'outil prévoit une feuille d'explications pour le participant
 - Le répondant répond de lui-même, avec la grille complète sous les yeux
- Plusieurs variantes
 - Choisir une seule émotion
 - Choisir plusieurs émotions
 - Evaluer toutes les émotions
- Il est intéressant de combiner la passation avec un entretien de débriefing pour expliquer les émotions

ROUE DES ÉMOTIONS: ANALYSE

- Evaluer la moyenne et les écarts-types
- Représentation en diagramme radar
- Identifier les émotions les plus importantes
- Corréler avec d'autres sources (entretiens, échelle UX, journey)



ROUE DES ÉMOTIONS: QUESTIONNAIRE



Idéation

Evaluation

CARDS SORTING

Quoi

Concevoir une architecture de l'information d'un système qui corresponde au modèle mental des utilisateurs.

Qui

Un animateur définit les cartes et assure la passation. Des participants regroupent les cartes selon leur modèle mental et nomment les catégories qu'ils ont créées.

Où

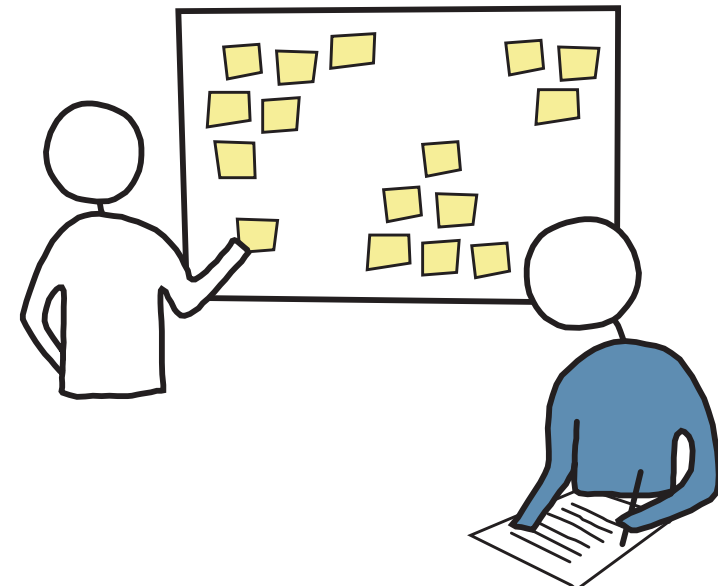
En présentiel lors d'un tri de cartes papier, ou à distance lors d'un tri de cartes en ligne.

Quand

À la phase de génération d'un prototype du système, lors de la création des menus ou de l'architecture de l'information d'un site web par exemple.

Comment

Un ensemble de cartes représentant le contenu du système est présenté aux participants. Ceux-ci sont invités à trier et catégoriser les cartes, puis à nommer les catégories créées (dans le cas le plus courant d'un tri de cartes ouvert).



CARDS SORTING

Avantages:

- Le tri de cartes permet de recueillir les modèles mentaux des utilisateurs vis-à-vis de l'organisation hiérarchique du contenu ou des fonctionnalités d'un système.
- Les résultats obtenus, issus notamment de traitements quantitatifs, convainquent facilement le client de la meilleure organisation hiérarchique à adopter.
- Les résultats sont faciles à communiquer auprès des utilisateurs lorsqu'ils sont illustrés par une nouvelle arborescence du système.
- Les utilisateurs prennent souvent plaisir à trier, classer et nommer les groupements de leurs cartes, pour peu qu'il n'y en ait pas trop !

Limites

- Le traitement et l'analyse des résultats des tris de cartes prennent du temps. Ils ne permettent pas toujours de dégager immédiatement une structure de l'information qui fasse consensus pour les utilisateurs.
- Les utilisateurs peuvent chercher à reproduire l'organisation hiérarchique de systèmes qu'ils connaissent, sans exprimer leur propre logique de classement.
- La passation d'un tri de cartes papier risque de prendre beaucoup de temps pour l'animateur

Pourquoi

- Le tri de cartes est la méthode incontournable pour concevoir une architecture de l'information adaptée aux utilisateurs finaux, en se basant sur des données précises et chiffrées
- Trier les cartes est une activité ludique pour les participants, qui se sentiront impliqués dans la démarche de conception.
- De nombreux outils existent pour des passations en ligne ou en local sur ordinateur (et même sur iPad !), qui facilitent le traitement des résultats.

Planification ●●●○○ (moyen)

Passation ●●○○○ (facile)

Analyse des résultats ●●●●○ (difficile)

Expertise requise ●●●○○ (moyen)

TREE TESTING

Le tree-testing est une variante du cards sorting. Une architecture prédéfinie de l'information est présentée à l'utilisateur qui doit retrouver ce qui lui est demandé de chercher, en prenant les chemins de navigation qui lui sont offerts.

Cette méthode permet de valider une architecture prédéfinie avant sa mise en place en développement.

ANALYTICS

Quoi

Identifier quantitativement ce que les gens font à l'écran, où ils cliquent, jusqu'à quel point ils font défiler la page, etc..

Qui

Un membre de l'équipe coordonne un tableau de bord.

Où

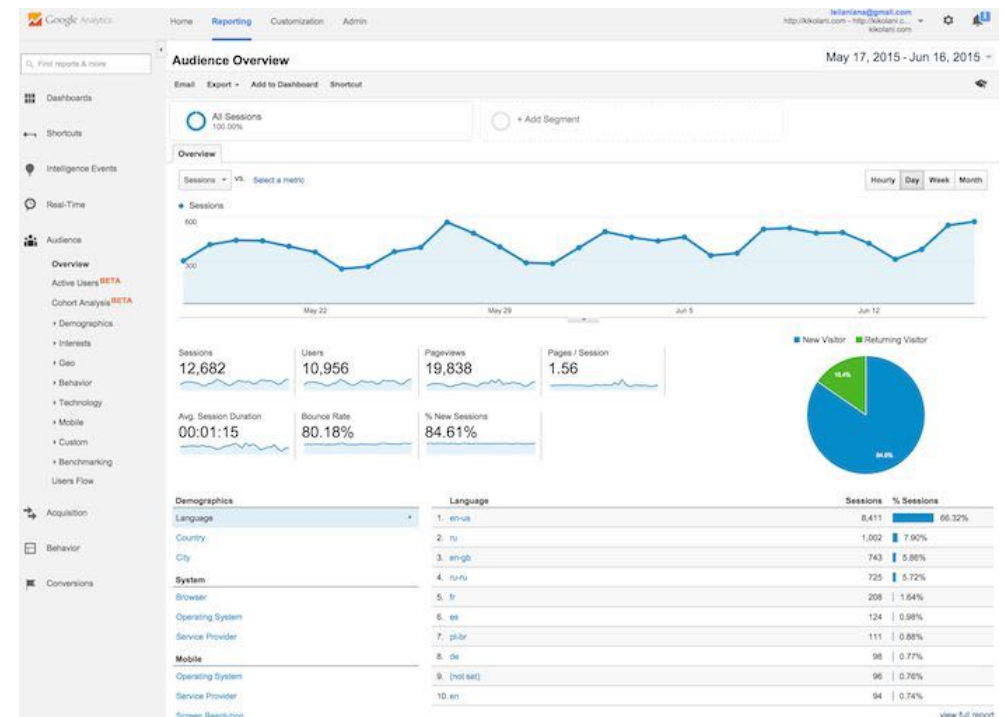
Sur le plateforme existant.

Quand

Dès que le projet est « en production ».

Comment

Deux types d'Analytics sont à minima mis en place: type Google et type HotJar.



ANALYTICS

Avantages:

- Identifier des patterns comportementaux
- Visualiser les chemins de navigation
- Valider des hypothèses à plus grande échelle

Limites

- Ne permet pas de comprendre le « pourquoi » qui se cache derrière les comportement

Pourquoi

Cette méthode constitue un suivi continu du projet, son évolution, débouchant sur des opportunités de priorisation.

Planification ● ● ● ○ ○ (moyen)

Passation ● ● ● ○ ○ (moyen)

Analyse des résultats ● ● ● ● ○
(avancé)

Expertise requise ● ● ● ● ○
(avancé)

A/B TESTING

L'A/B testing est une méthode pouvant être utilisée tant en tests utilisateurs qu'en Analytics. Elle consiste à présenter deux (ou plus) versions d'une page ou d'une fonctionnalités et de recueillir le feedback, qualitatif et/ou quantitatif des utilisateurs, afin de déterminer quelle est la meilleure proposition.

ANALYSE DE L'UX TEMPOREL

- **Courbes d'évaluation UX:** Après une période d'usage étendu, les courbes d'évaluation UX permettent d'analyser les évolutions temporelles et fluctuations de l'expérience des utilisateurs en une seule session. Pour cela, les participants vont dessiner des courbes représentant différentes dimensions de leur expérience à travers le temps.
- **Journal de bord:** Les journaux de bord font partie des méthodes d'évaluation longitudinales, c'est-à-dire qui évaluent l'UX à travers le temps. Elles permettent de rendre compte de la dynamique de l'UX et d'étudier, au-delà de la première interaction, comment un système est adopté et intégré dans le quotidien des utilisateurs.



EVALUATIONS EXPERTES

Quoi

S'assurer que le minimum ergonomique/ UX est respecté

Qui

Plusieurs experts vont analyser la qualité d'un système.

Où

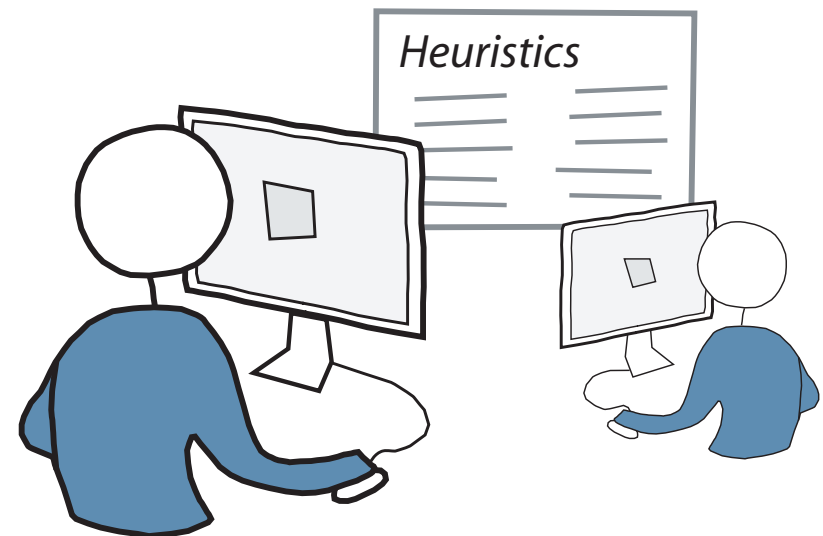
Sur la plateforme existant ou wireframes.

Quand

A tout moment « design » du projet.

Comment

L'audit ergonomique consiste à examiner chaque écran de l'interface, au regard de normes et de critères ergonomiques reconnus.



EVALUATIONS EXPERTES

Avantages:

- Peu coûteuse
- S'applique dès la génération des premières maquettes jusqu'à l'évaluation du produit final et permet de recueillir du feedback tôt dans le processus
- Les nombreux ensembles de critères couvrent plusieurs dimensions du système (utilisabilité, accessibilité, qualité)
- Les résultats sont facilement traduisibles en recommandations pour l'amélioration du système.

Limites

- L'efficacité de la méthode est fortement liée au niveau d'expertise des évaluateurs, dans le domaine de l'UX, mais aussi sur la thématique concernée
- Surestimation (parfois) le nombre de problèmes réels

Pourquoi

L'audit ergonomique consiste à examiner chaque écran de l'interface, au regard de normes et de critères ergonomiques reconnus, afin de déterminer des pistes d'amélioration de l'expérience utilisateur. Il existe des grilles spécifiques à chaque type d'interface: e-commerce, écrans transactionnels, interfaces émotionnelles, ...

Plusieurs experts vont analyser la qualité d'un système à partir de guidelines ou critères, mais également de leurs savoir et expérience. Les experts procèdent individuellement à l'évaluation, avant de mettre en commun leurs analyses.

Planification ● ○ ○ ○ ○ (facile)

Passation ● ● ● ● ○ (avancé)

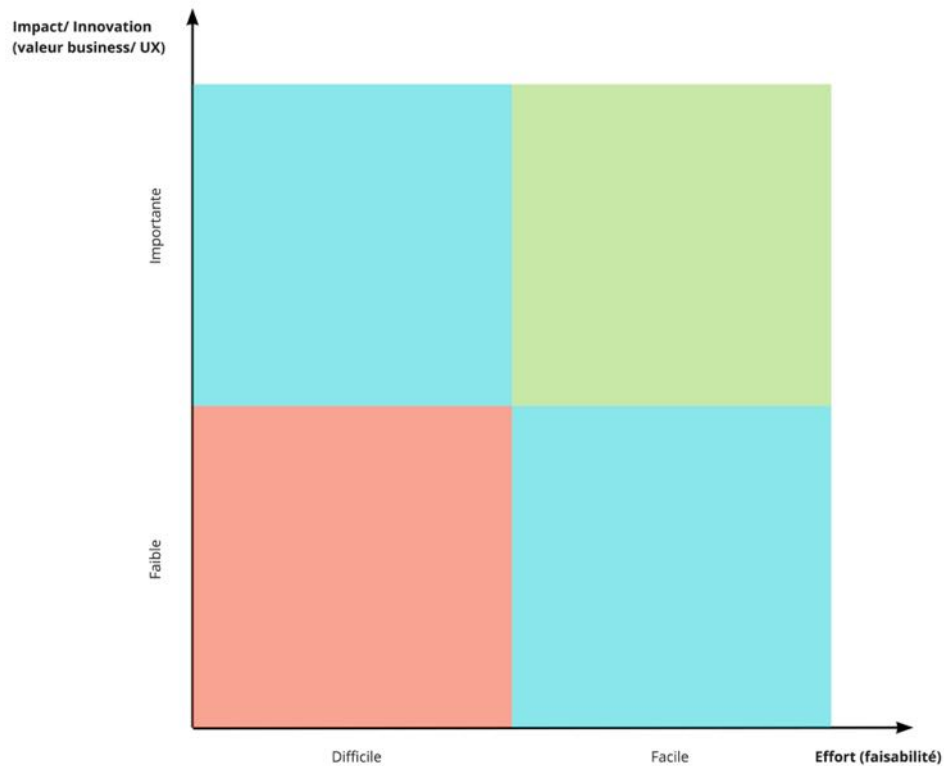
Analyse des résultats ● ● ● ○ ○ (moyen)

Expertise requise ● ● ● ● ○ (avancé)

EVALUATIONS EXPERTES: ACCESSIBILITÉ

Des évaluations spécifiques au caractère accessible de l'interface existent: il s'agit d'analyse de conformité de l'interface aux normes et standards d'accessibilité, sur base de critères techniques, linguistiques et ergonomiques.

MATRICES DE DÉCISION



<p>WOW!</p> <p>High UX impact 😊 Low implementation cost 😊</p> <p>Low implementation cost</p>	<p>HOW?</p> <p>High UX impact 😊 High implementation cost 😞</p> <p>High implementation cost</p>
<p>NOW...</p> <p>Low UX impact 😞 Low implementation cost 😊</p>	<p>POW!</p> <p>Low UX impact 😞 High implementation cost 😞</p>

ANNEXES ET BIBLIOGRAPHIE

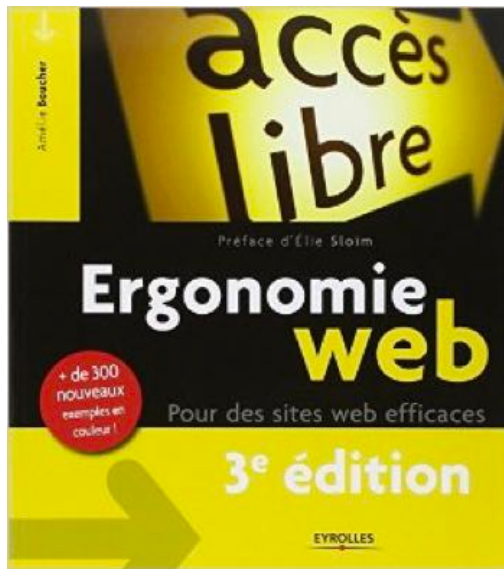
BIBLIOGRAPHIE

- Le modèle d'Hassenzahl:
http://issuu.com/hassenzahl/docs/the_thing_and_i
- Ergonomie et UX Design, quelles différences ?
- *UX Curve: a method for evaluating long term user experience*, Kujala et al., 2011
- *The thing and I: understanding the relationship between user and product*, Hassenzahl, 2003
- *Understanding the most satisfying and unsatisfying user experiences: emotions, psychological needs, and context*, Partal and Kallinen, 2012
- *User experience - a research agenda*, Hassenzahl and Tractinsky, 2006

BIBLIOGRAPHIE

- [Http://www.Affective-sciences.Org/gew](http://www.Affective-sciences.Org/gew)
- Scherer, K. R. (2005). [What are emotions? And how can they be measured?](#) *Social science information*, 44(4), 693-727.
- Scherer, k.R., Shuman, V., Fontaine, J.R.J, & soriano, C. (2013). The GRID meets the wheel: assessing emotional feeling via self-report. In johnny R.J. Fontaine, klaus R. Scherer & C. Soriano (eds.), *Components of emotional meaning: A sourcebook (pp. 281-298)*. Oxford: oxford university press.
- Sacharin, v., Schlegel K., & Scherer K. R. (2012). [Geneva emotion wheel rating study. Unpublished report.](#)

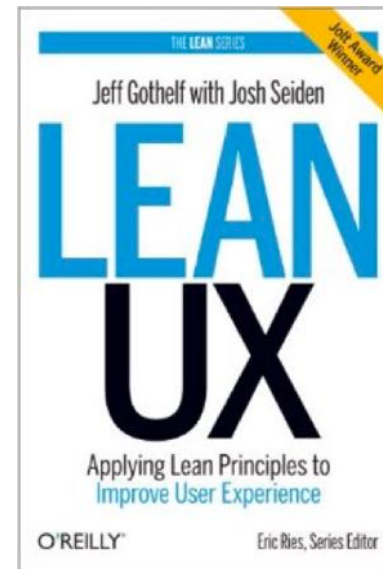
LECTURES



Amélie Boucher



Guillaume Gronier
& Carine Lallemand



Jeff Gothelf



Jean-François Nogier

anaisdigital

USER ADOPTION :
IT'S NOT A PROMISE, IT'S A GUARANTEE.

Alexandre Dehon
alexandre.dehon@anais.digital