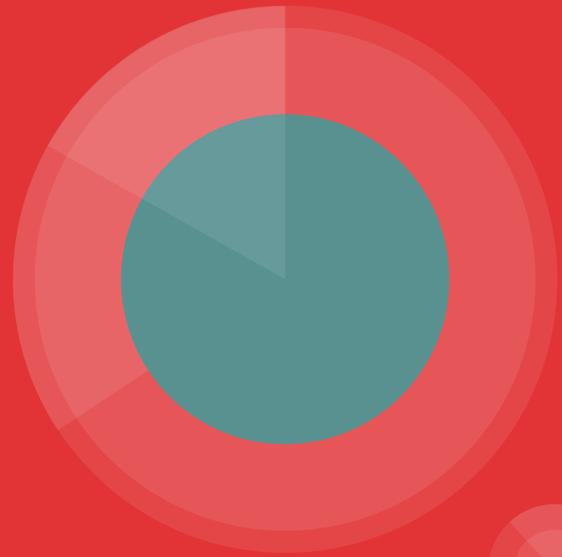


PROJET SAE

EPISODE USER EXPERIENCE ET EXPÉRIENCE MAP
UX DESIGN - SUPPORT POUR LES ÉTUDIANTS -





UX ET UX

Quand on parle d'UX on parle à la fois du ou des parcours globaux d'un prospect ou d'un client avant d'arriver à vous (site web) mais on parle aussi de son parcours sur votre site web ou application mobile (par extension dans un magasin aussi)

On parle d'Expériences **Utilisateurs** ou **Parcours Clients**



L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR / UX AU CŒUR DES STRATÉGIES MARKETING

Moteurs de recherche, réseaux sociaux, comparateurs de prix, plateformes d'avis, Internet a modifié le cycle de décision d'achat des consommateurs.

Ces derniers ont désormais de nombreuses sources d'information qui influencent leurs choix et qui ne sont pas toujours maîtrisées par

l'entreprise. C'est ce que Google a nommé le ZMOT.



UX: COMMENT POSITIONNER VOTRE ENTREPRISE SUR LE PARCOURS D'ACHAT DE VOS CLIENT

Il existe de multiples moyens. Mais le contenu est l'une des clefs de votre réussite

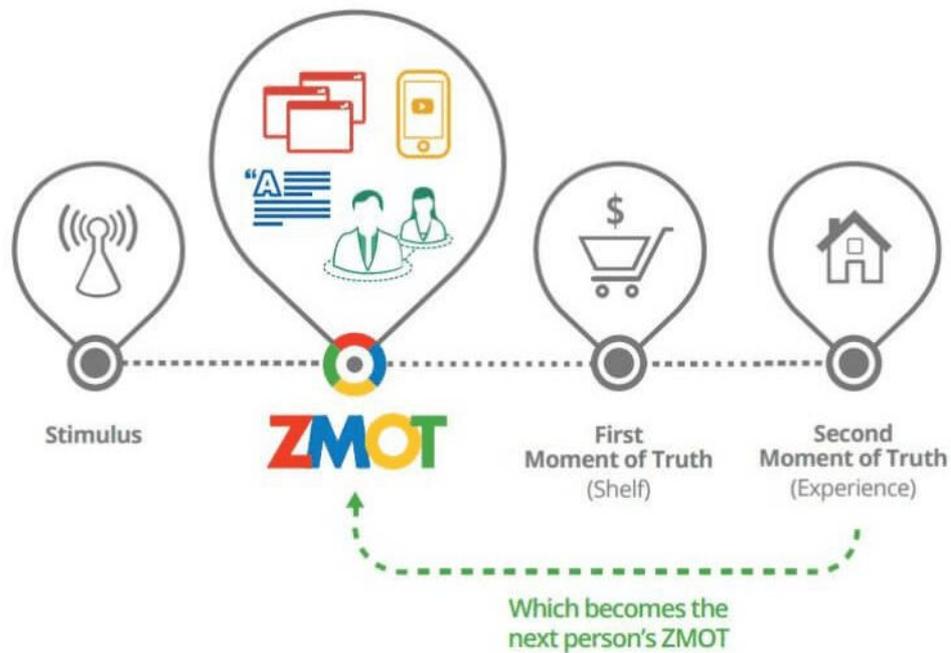
Pour un consommateur en recherche d'information, votre capacité à lui fournir du contenu utile pour résoudre ses problématiques est déterminante pour influencer sa décision de s'adresser à vous.

EXEMPLE:

si vous vendez des vélos, mettez en ligne un tutoriel vidéo pour montrer comment changer une chambre à air.

Vous gagnerez en expertise et en notoriété, et les consommateurs s'adresseront naturellement à vous par la suite.

ZERO MOMENT OF TRUTH



Une fois que les consommateurs ont pris leur décision, ils achètent le produit (First Moment Of Truth).

Ils vivent ensuite une expérience en l'essayant, en le prenant en main, en le consommant (Second Moment of Truth)



ZERO MOMENT OF TRUTH

À leur tour, ils vont laisser des avis, des commentaires, des traces numériques qui permettront à d'autres consommateurs de faire des choix.

Cette expérience vécue devient alors le ZMOT (Zero Moment of Truth) pour de futurs consommateurs.

Votre e-réputation est aujourd'hui le fruit de votre communication mais également celle de vos consommateurs. La relation client est donc plus difficile à maîtriser alors soyez à l'écoute de tous les signaux, soyez réactifs et interagissez avec vos clients.



AUTRE NOM MÊME OBJECTIF: LEAD/CUSTOMER JOURNEY MAP

Le CJM est un outil pour visualiser les étapes d'un parcours client et leur succession.

Il permet d'identifier les interactions entre la marque et les utilisateurs lors de chacune de ces étapes.

L'Experience Map ne s'attache pas à une entreprise ou une marque, mais au parcours classique de l'utilisateur confronté à une problématique ou avec un objectif précis.



CONSTRUIRE UNE “EXPERIENCE MAP”

- Identifier les différentes étapes d'un parcours client en prenant en compte l'ensemble de vos canaux marketing. Par exemple, lorsqu'un utilisateur voyage en train, il passe par plusieurs phases :
 - **Avant le voyage** : recherche d'un billet aux meilleures dates et aux meilleurs prix, comparaison avec d'autres services de transport, achat du billet et de services complémentaires, validation du paiement, réception du billet ; / **vous devez donc vous placer dans ces moteurs de recherches**
 - **Pendant le voyage** : train à l'heure et embarquement sans encombre, validation du ticket, tranquillité du déplacement (pas de bruit, possibilité d'aller au bar, accès au wifi, etc.)
 - **Après le voyage** : accès simple au SAV en cas de problème, réponse à une enquête client.



LA TO DO LIST DE L'EXPERIENCE MAP

- 1. Identifier et comprendre les actions entreprises par les utilisateurs lors de chaque étape**
- 2. Collecter des données quantitatives et qualitatives pour enrichir votre experience map ainsi que le ressenti émotionnel de l'utilisateur à chaque étape : interviews clients, enquête terrain, données de navigation sur le site, qualité des échanges avec le SAV.**
- 3. Identifier les moments clés et les moments de frictions sur le parcours.**



UX MARKETING: UN OUTIL STRATEGIQUE

L'Expérience map est un bon outil stratégique pour identifier de nouveaux leviers de croissance pour l'entreprise ainsi que des améliorations stratégiques à entreprendre pour parfaire l'expérience client.

Pour chaque persona que vous aurez travaillé au préalable, vous construirez une Expérience map sur mesure. Vous trouverez sur ce site de nombreuses experience map pour vous inspirer et construire au mieux votre outil en l'adaptant à votre entreprise :



UX DESIGN

Offrir une expérience utilisateur (UX) exceptionnelle n'a jamais été aussi important.

En plus de booster la conversion, une UX de qualité participe à la bonne réputation d'une entreprise ou d'une marque. **On estime que 88 % des utilisateurs ne reviennent pas sur un site suite à une mauvaise expérience utilisateur.**

La cartographie de l'UX, aussi appelée **UX mapping** ou **UX map**, est le processus visant à créer, étape par étape, une représentation visuelle de l'expérience vécue par les utilisateurs sur un site web. Le but est de comprendre leur cheminement vers un objectif donné.



Pourquoi la cartographie de l'UX est-elle importante ?

Avoir une UX simple et claire est essentielle pour que l'utilisateur réalise les actions souhaitées.

La cartographie de l'UX est un outil au service de l'optimisation de l'expérience utilisateur particulièrement utile pour le travail des concepteurs et développeurs web.



UNE CARTOGRAPHIE UX AIDE À

- Mieux comprendre les flux utilisateurs ;
- Avoir une vision d'ensemble de la situation à un instant T ;
- Repérer les actions manquantes ou superflues pour l'utilisateur ;
- Visualiser les informations recueillies sur les utilisateurs ;
- Trouver des stratégies pour améliorer l'offre ou la manière de délivrer une offre ;
- Avoir un point de vue objectif sur le fonctionnement de son site, notamment lorsque la cartographie est réalisée par un prestataire externe.



L'Empathy Map ou la compréhension de l'utilisateur

OU carte d'empathie est généralement la première étape du processus de cartographie de l'UX.

Cette méthode se base sur le client et permet de mieux comprendre son état d'esprit, ses motivations et ses freins.

Réalisée pour chaque typologie d'utilisateurs ou persona, l'Empathy Map se présente généralement sous la forme d'une carte avec 4 cases sur l'utilisateur : ce qu'il dit, ce qu'il pense, ce qu'il ressent et ce qu'il fait.



L'Empathy Map

À vous d'y ajouter d'autres éléments que vous jugez intéressants tels que les craintes et les frustrations ou encore les bénéfices de l'utilisateur.

Ces éléments peuvent être **recueillis lors d'entretiens utilisateurs** ou par le biais d'**un sondage**. Cet outil sert ensuite de point de référence lors des prochaines étapes.

Exemple d'empathy map

Qui est-il ?

- Son métier, son rôle
- Sa situation personnelle
- Son âge



Quels sont ses objectifs ?

- Que doit-il faire différemment ?
- Quels sont ses critères de réussite ?
- Quelles décisions doit-il prendre ?



Ce qu'il entend (de manière générale, par rapport au secteur/service/...)

- De la part de son entourage, de ses amis, ses collègues
- Les « on-dit »
- Est-il influençable ?



Ce qu'il voit

- Où est-il ? Que voit-il autour de lui ?
- Que voit-il de ses/vos concurrents ?
- Que font les autres ?



Ce qu'il dit (il ne dit pas forcément ce qu'il pense)

- Autour de lui
- De quoi parle-t'il ?



Ce qu'il fait

- À quelles questions doit-il répondre ?
- Comment agit-il ?
- Quel comportement observer ?
- Est-il seul ?



Ses craintes et frustrations

- De quoi a-t'il peur ?
- Quelles sont ses anxiétés ?
- Quels sont ses obstacles ?



Ses bénéfices

- Ses besoins, ses rêves et ses espoirs
- Ce qui importe réellement pour lui



L'User Journey

L'User Journey s'attache au parcours d'un utilisateur dans la réalisation d'une action définie, dans le cadre d'un produit ou d'un service donné.

Comme pour une Empathy Map, le User Journey est réalisé par typologie d'utilisateurs ou persona.

L'ensemble des touchpoints (ou **points de contact**) sont étudiés, de la première recherche jusqu'à l'action souhaitée.



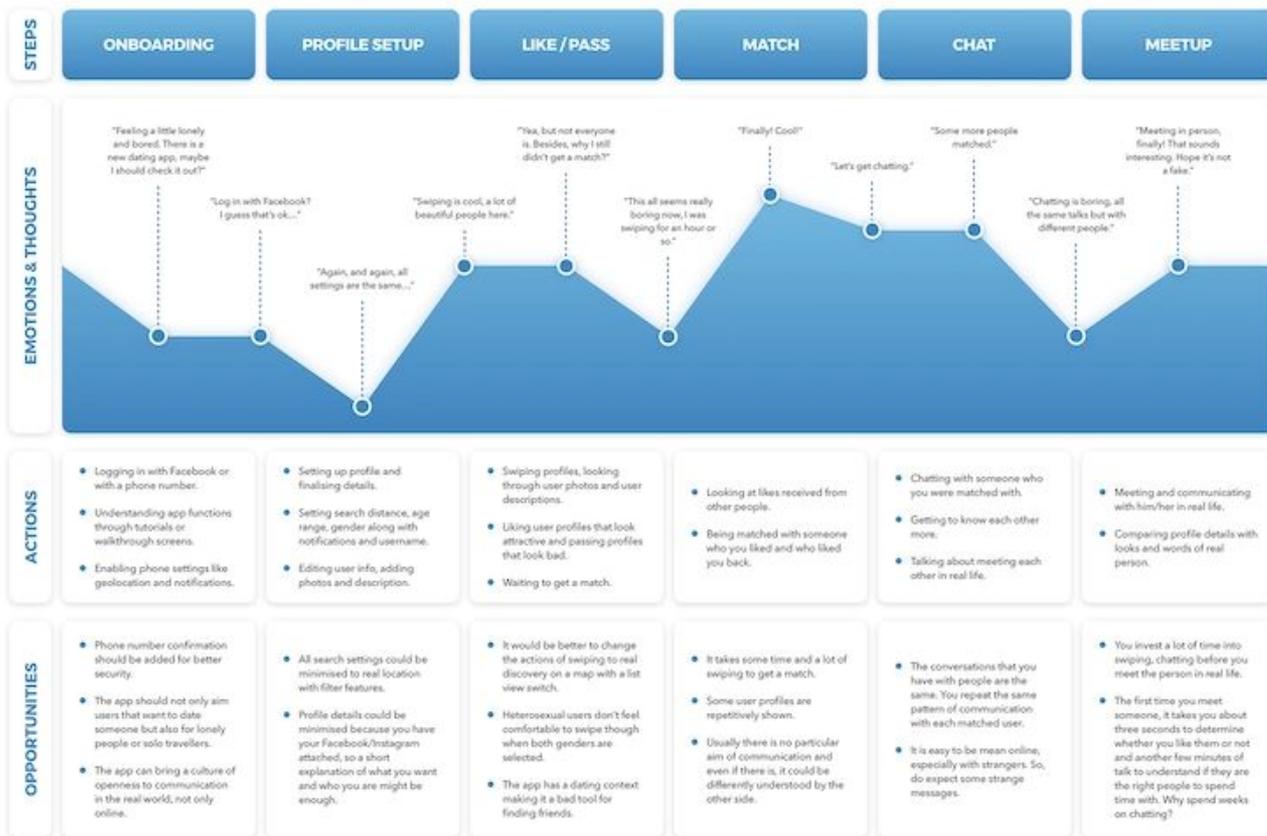
L'User Journey: Comment l'utiliser?

Le User Journey est généralement représenté par une frise chronologique regroupant les buts et les actions des utilisateurs, souvent sous forme de colonne. Les éléments de l'Empathy Map aident à construire le récit.

Un User Journey se base aussi sur **des retours utilisateur**, comme **un sondage, des entretiens ou des commentaires**.

User Journey Map

Mobile Dating App





Service Blueprint ou le design de service

Le Service Blueprint est un outil qui s'apparente à un parcours utilisateur étendu aux processus internes de l'entreprise.

Il met en évidence les actions réalisées en réponse à l'étape dans laquelle se trouve l'utilisateur dans son cheminement.

Si on pense à un spectacle par exemple, la représentation de la pièce est ce que voit l'utilisateur et le processus interne correspond à tout ce qu'il se passe dans les coulisses et que retrace le Service Blueprint.



Service Blueprint: comment le mettre en place

Le Service Blueprint prend la forme de 4 lignes représentant les actions du client, les actions visibles par celui-ci, les actions en coulisses et le processus de soutien.

Il est construit à partir des informations liées au parcours client (lors de la réalisation de le User Journey) et d'informations internes liées à la délivrance d'un produit ou service.



Service Blueprint: Pourquoi le mettre en place

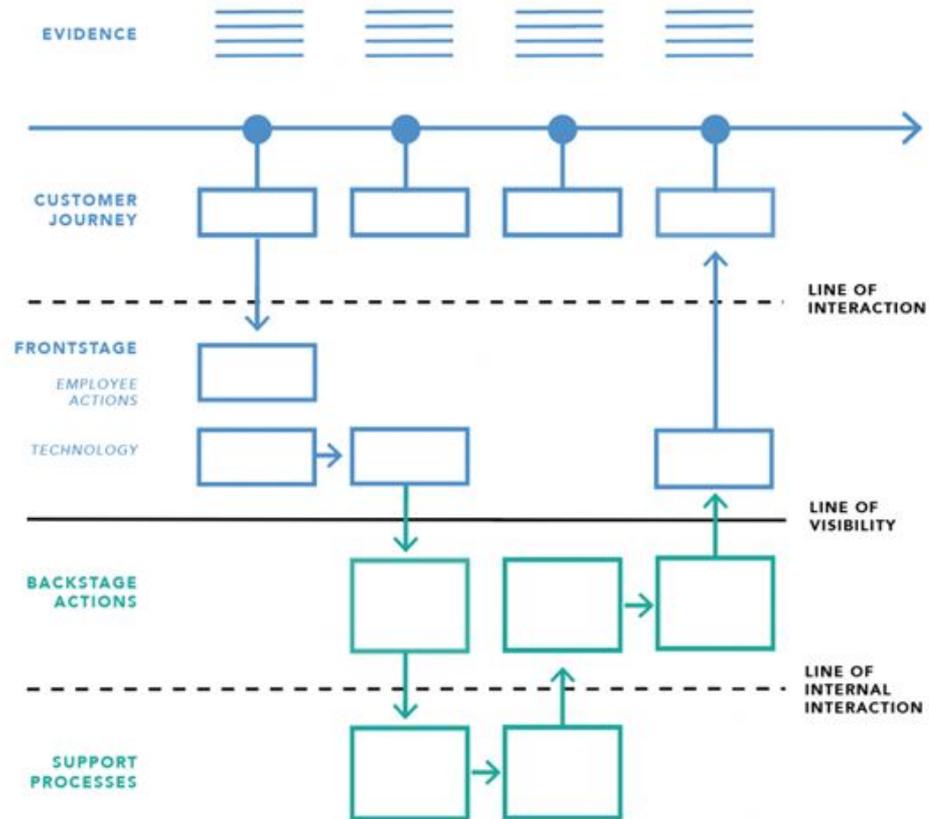
C'est une approche très utile en BtoB, pour les nouveaux projets comme pour les refontes de sites, car elle est axée sur les équipes.

Elle fait ressortir les points forts et les points faibles des processus internes. Par ailleurs, avec un Service Blueprint, il est possible de mieux **visualiser les interactions entre les clients et l'entreprise.**

C'est particulièrement révélateur pour les expériences qui passent par plusieurs canaux et impliquent plusieurs points de contacts éloignés dans le temps.

SERVICE BLUEPRINT 101

A diagram that visualizes the relationships between different service components (people, props, and processes) that are directly tied to the touchpoints throughout the customer's journey.





User Design Experience

Comme son nom l'indique, L'UX Design (User eXperience Design) est le design de l'expérience utilisateur. Il met en étroite corrélation deux notions. « UX », l'expérience de l'utilisateur et « Design », en référence à la conception.

L'UX Design est en fait, une méthode de conception centrée utilisateur. C'est un processus qui permet de prendre en compte le ressenti des usagers ainsi que leurs comportements face à une interface digitale (web, mobile ou d'un logiciel SaaS).



User Design Experience: Qu'est ce que c'est ?

L'UX design se définit comme l'ensemble des techniques permettant de penser et créer une interface, répondant aux attentes de l'utilisateur lors de la conception d'une plateforme (site web ou application mobile).

Ce processus participe de ce fait, à améliorer le fonctionnement de l'interface utilisateur en amont afin d'offrir à ce dernier la meilleure expérience utilisateur possible en aval.



User Design Experience: Pourquoi faire ?

Un taux de conversion élevé pour le site Internet/application

Son objectif est d'optimiser le parcours de l'internaute pour le rendre le plus agréable, accessible et instinctif possible.

Ainsi, via l'UX Design vous êtes en mesure de savoir pourquoi vos utilisateurs quittent votre site ou pas.

Identifier ces raisons et travailler dessus amènera votre marque à offrir la meilleure expérience utilisateur possible à vos clients ou à vos prospects.

Il en va de soit qu'un utilisateur satisfait sera potentiellement un utilisateur converti.

Votre taux de rebond est alors diminué alors que celui de conversion est optimisé. Mais surtout vous contribuez à l'amélioration de votre trafic.



Un meilleur positionnement dans les moteurs de recherche

Le géant de la recherche Internet, Google ne se contente plus d'afficher des réponses dans son moteur de recherche. Il va encore plus loin en proposant de plus en plus de réponses directes avec la meilleure expérience utilisateur possible aux internautes.

Il intègre continuellement des critères d'UX Design dans son algorithme. Ses critères impactent désormais grandement le positionnement du site.



Un meilleur positionnement dans les moteurs de recherche

Parmi les critères à prendre en compte, on peut citer : l'optimisation du contenu pour la recherche vocale, le nombre de clics nécessaires pour atteindre une page, le contenu long à forte valeur ajoutée, la facilité de navigation ou même la vitesse d'affichage de votre site.

Grâce aux bons réflexes de l'UX design, énumérés ci-dessus, les entreprises seront mieux armées pour améliorer leur positionnement dans les moteurs de recherche. Plus votre plateforme prend en considération ces nouveaux éléments centrés sur l'utilisateur, plus Google mettra en avant votre interface.



Ne pas confondre UX design et UI design

Dans le domaine du digital, on parle souvent des termes “UX design” et “UI design”, ils sont tous les deux utilisés pour désigner la conception des sites web. Même si ces disciplines s’intéressent toutes les deux au ressenti de l’utilisateur, elles sont très souvent confondues.

Au-delà de ce qui paraît, ces deux concepts sont complémentaires lors de la conception d’un produit. En effet, quand l’UX Design s’occupe du ressenti des usagers par rapport à un produit, l’UI design quant à lui, se concentre sur le design de celui-ci.

60 secondes pour
comprendre

l'UX





Pour faire plus simple : UI design= design de l'interface utilisateur.

L'UI Design se concentre sur l'**aspect esthétique** de l'interface. Il fait appel à des compétences techniques pour façonner les éléments visuels d'une application ou d'un site Web lors de leur conception.

L'UI design traite principalement l'environnement graphique d'un produit/service tel que : la police, les couleurs, la typographie, le déroulement des images, l'organisation de la structure, etc.

Son rôle est d'améliorer visuellement ou sensiblement une interface. Le rendu doit séduire l'utilisateur, rendre les interactions plus agréables pour ce dernier et lui fournir un parcours UX fluide.



Pour faire plus simple : UI design= design de l'interface utilisateur.

L'UI Design se concentre sur l'**aspect esthétique** de l'interface. Il fait appel à des compétences techniques pour façonner les éléments visuels d'une application ou d'un site Web lors de leur conception.

L'UI design traite principalement l'environnement graphique d'un produit/service tel que : la police, les couleurs, la typographie, le déroulement des images, l'organisation de la structure, etc.

Son rôle est d'améliorer visuellement ou sensiblement une interface. Le rendu doit séduire l'utilisateur, rendre les interactions plus agréables pour ce dernier et lui fournir un parcours UX fluide.



Timing et processus de l'UX design ?

Le processus de l'**UX design commence en amont de l'UI** et du développement même de l'application jusqu'à son terme. Il doit intervenir dès la rédaction du cahier de charges relatif à votre interface.

Désormais, le processus de l'UX design doit être imaginé du point de vue des utilisateurs/cibles, leurs attentes, besoins, et non plus de celui de l'UX Designer.



Les étapes à respecter

- **La définition d'une stratégie** : elle devra prendre en compte les objectifs du commanditaire, mais aussi s'orienter vers les attentes et besoins de votre cible
- **La définition du périmètre** : il s'agit principalement de lister ce qu'il est possible de faire ou non. Que ce soit pour les exigences fonctionnelles du produit (fonctionnalité) ou de contenu ;
- **La définition de la structure** : il s'agit de se mettre à la place de l'utilisateur pour mettre en place l'architecture de l'information et la conception de l'interaction afin de permettre aux utilisateurs d'atteindre leur but ;
- **La création du squelette** : réalisation de l'esquisse initiale de l'interface permettant d'avoir une idée de la mise en page du contenu et la disposition souhaitée des différents éléments ;
- **La création de la surface** : Il s'agit d'une création visuelle très proche de la conception finale de l'interface utilisateur (prototype interactif) réalisé par l'UI designer suite aux décisions prises par l'UX designer.