



Rémi Boitier

# UX designer

PORTFOLIO 2022



# Sommaire

## **PROJET 1 : EXPECTRA**

Comprendre le fonctionnement des chercheurs d'emploi et des recruteurs

p.1

## **PROJET 2 : FRANFINANCE**

Refonte d'un outil BtoBtoC de la phase de recherche aux tests utilisateurs

p.9

## **PROJET 3 : TALENTSOFT**

Réalisation de user tests d'un outil de passation d'entretiens annuels

p.18

## **PROJET 4 : IZNEO**

Repenser l'achat et la location de bandes dessinées en ligne

p.24

## **PROJET 5 : CNP ASSURANCES**

À la découverte de l'expérience collaborateurs

p.31

# Expectra

## A PROPOS

Expectra (cabinet spécialisé dans le recrutement de cadres, ingénieurs & techniciens) nous a missionné afin de réaliser **une phase de recherche approfondie** en vue de la refonte et de la fusion de ses 3 sites dédiés au recrutement : le site dédié aux candidats, le site dédié aux recruteurs et le blog expectra.

## LE CHALLENGE

Réussir à récolter et à manier une grande quantité **d'insights utilisateur** tout en réussissant à les **restituer de façon éloquante** et **facilement appréhendable** pour la suite (phase de conception).

## MON RÔLE

Lors de cette mission nous étions 2 UX designer collaborant sur l'ensemble des tâches & aspects de la mission.

## À RÉALISER

2 Focus group  
Audit + Benchmark  
Arborescence cible

# Focus group

## OBJECTIF & CONTEXTE

Les focus group ont pour objectif de **comprendre les comportements utilisateurs** des différentes cibles expectra : **candidats & recruteurs**.

## DÉROULÉ

1

SÉLECTION DES USERS  
VIA UN PANELISTE

2

PRÉPARATION DES  
FOCUS GROUP

3

PASSATION DES  
FOCUS GROUP

4

MISE EN FORME DES  
RÉSULTATS

# 1. Sélection des participants

## GARANTIR DES RÉSULTATS OPTIMALS

L'intervention d'un panéliste dans notre processus de recrutement nous a permis d'obtenir des participants **aux profils pertinents et diversifiés.**

Cette première étape cruciale nous permet de garantir une plus grande richesse d'insights, conséquence directe de la richesse et de la complémentarité des profils participants.

## EXTRAIT DU SCREENER DE SÉLECTION

### CRITÈRES SOCIODÉMOGRAPHIQUES

1. **Noter le sexe [RECRUTER UN MIX D'HOMMES ET DE FEMMES]**

- Homme
- Femme

2. **Quel est votre âge? [RECRUTER UN MIX ENTRE 22 ET 55 ANS]**

\_\_\_\_\_

3. **Travaillez-vous dans les études d'usage ou l'ergonomie ?**

- Oui **[STOP & REMERCIEMENTS]**
- Non

4. **Etes-vous un élu, représentant des sociétaires ou des clients, chez Expectra, ou auprès d'un autre cabinet de recrutement ?**

- Oui **[STOP & REMERCIEMENTS]**
- Non

5. **Vous et votre conjoint, travaillez-vous dans le domaine des ressources humaines ?**

- Oui **[STOP & REMERCIEMENTS]**
- Non

## 2. Préparation des focus group

### DEFINIR LES TRAMES D'ATELIER

Afin de construire un déroulé logique et pertinent, nous avons principalement **organisé les ateliers sous forme d'expérience map** en dessinant les grandes étapes de recherche d'emploi et de candidats (pour les entreprises).

Nous avons ensuite permis au groupe de s'exprimer sur ses attentes, freins et frustrations à chaque étape du parcours (post it "À ce stade j'aimerais...")

Enfin, une **affinity map** a permis au participants de s'exprimer sur leur perception de la marque Expectra.

### Déroulé du focus group

PARTIE 1 les grandes étapes

10 minutes max

Dévoiler les grandes étapes

Nous vous proposons les grandes étapes suivantes pour la recherche d'emplois.

- Selon vous ces étapes sont-elles pertinentes ?
- Dans le bon ordre ?
- Manque-t-il des étapes ou y en a-t-il en trop ?
- Souhaiteriez les séparer ou les regrouper ?
- Y en a-t-il des options ?

2 gommettes par personne

"Si vous deviez choisir parmi ces grandes étapes, quelles sont les 2 les plus importantes. Et pour quelles raisons ? Quelles tâches réalisez-vous à chaque étape ?"

Prendre une photo du résultat

PARTIE 1 (suite) déterminer les besoins et frustrations

Cartes besoin et frustrations

Dans ces étapes, quels sont vos besoins, ce que vous souhaiteriez voir apparaître le plus ? Vous avez des cartes à votre disposition pour indiquer vos besoins qui commencent par "À ce stade, j'aimerais ...". N'hésitez pas à donner le plus de vos attentes.

De la même manière, y a-t-il des éléments qui vous souhaiteraient améliorer, des éléments qui vous frustrant ? Vous avez des cartes "À ce stade, ce qui m'embête c'est ...".



# 4. Mise en forme des résultats

## RENDRE VISUELLEMENT ACCESSIBLE LES INFORMATIONS

La restitution s'est faite sous forme d'XP map (Miro) principalement ainsi qu'un PPT présentant les éléments clés.

■ Action    
 ■ Point de friction    
 ■ Focus mobile    
 □ Verbatim

### Consulter & postuler

Consulter l'annonce

Adapter le CV et la lettre de motivation à chaque annonce

« (Pour consulter une annonce) Je vires tout le baratin parce qu'ils ont tous la meilleure boîte à les écouter »

« Moi je me demande ce qu'ils ont à cacher quand ils ne mentionnent pas le nom de l'entreprise sur l'annonce »

« Par exemple sur se Loger on peut choisir un périmètre géographique directement relié au temps de transport c'est pratique je trouve »

« C'est le mail qui fait office de lettre de motivation et le CV en PJ »

« Moi j'adapte la lettre et le CV à la manière dont est rédigée l'annonce pour me rapprocher le plus possible de la manière dont parle la personne (ton humoristique etc) »

« Moi je reprends les mots. S'ils recherchent quelqu'un de dynamique avec un esprit d'équipe, dans ma lettre de motivation je vais écrire "Étant dynamique avec un grand esprit d'équipe etc" »

# Atelier : arborescence cible

## SE PROJETER VERS LA SOLUTION

Pour terminer cette mission, nous avons réalisé un atelier arborescence cible avec l'équipe Expectra.

Afin de bien préparé cet atelier, nous avons transmis au préalable l'audit ergonomique, le compte rendu des focus group afin de donner un peu de matière à la co-création.

Nous avons ensuite distribuer à chacun des papiers représentant les pages actuelles du sites puis nous leur avons proposé de retirer celles qui n'était plus utiles et d'ajouter de nouvelles plus pertinentes. Nous avons terminé avec la **méthode des affinity map/tri de cartes** afin de créer des catégories pertinentes.



# Conclusion

Le client s'est montré très satisfait des résultats obtenus lors des focus group, qui ont en effet permis de **dresser un état des lieux de l'expérience actuelle** de ses utilisateurs : tant vis à vis du marché du travail, de ses acteurs et de ses interactions, que vis à vis de nouveaux comportements liés notamment au mobile.

L'audit ergonomique & analytics des sites (non présentés ici) a permis de mettre en miroir l'expérience actuelle proposée aux utilisateurs, en soulignant les points forts ainsi que les axes d'amélioration des différentes interfaces.

La partie conception s'est finalement déroulée conjointement avec les équipes de l'entreprise mère : Randstadt, avec la décision d'uniformiser l'expérience entre les différentes marques/filiales et leurs sites satellites.

# Franfinance

## A PROPOS

Après plus de 15 ans d'existence, la société Franfinance (Société Générale) a décidé de refondre la plateforme « **Flashlease** » permettant à leurs clients partenaires d'effectuer la demande et le suivi de financements en ligne de façon autonome. L'entreprise a lancé un appel d'offre visant à **remettre l'outil au goût du jour en optimisant les parcours pour chacune des cibles** (internes, apporteur, loueur etc) tout en retravaillant l'image de marque à travers un design sobre, moderne et épuré.

## LE CHALLENGE

L'outil Flashlease actuel avait été personnalisé pour chacun des clients proposant **une expérience disparate et morcellée**. Le challenge principal a donc été de **créer un nouvel outil homogène** offrant une expérience optimal à l'ensemble des clients.

## MON RÔLE

Lors de cette mission nous étions 1 UX designer et 1 UI designer.

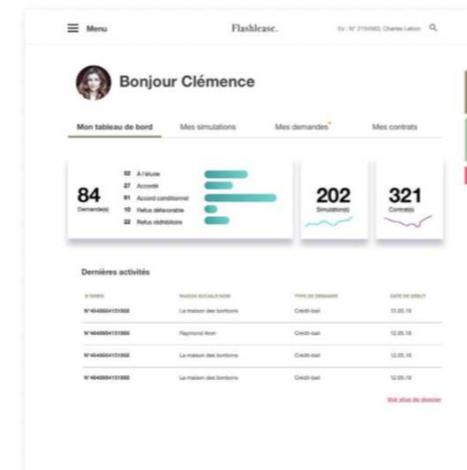
## À RÉALISER

12 Entretiens utilisateurs  
5 Personae  
Wireframes  
Prototypage  
6 Tests utilisateurs

# Appel d'offre

Pour cette appel d'offre, nous avons concentré nos efforts sur 2 axes principaux : l'explication détaillée de nos méthodologies de travail (design thinking, recherche utilisateurs, tests utilisateurs etc) et l'exemple de leur application au travers de la mise en scène d'un parcours journalier type, d'un futur utilisateur Flashlease.

## I. Une interface fluide en tout points



— Tableau de bord

## II. Une conception centrée utilisateur

— Scénario d'usage 1/6



9h25  
Clémence commence sa journée en consultant son Tableau de bord et ses tâches à venir pour la journée.

## III. Une interface utilisateur confortable



1 —  
Nous sommes partis sur la palette de couleurs de Franfinance.com comme demandé. Nous avons aussi puisé dans la palette de Franfinance.fr pour l'augmenter et la rendre conviviale, moderne et efficace.

2 —  
Nous avons utilisé Helvetica Neue pour la police d'écriture car simple et architecturée. Nous avons retenu la graisse light pour le titre du formulaire, la régular pour les blocs de texte et bold pour les autres titres et liens, afin de créer une hiérarchie visuelle de lecture.

<H1> Light Simulation #9867

<H2> Bold Franfinance, des solutions de financement pour les entreprises et les particuliers

<p> Regular Nous avons atteint aujourd'hui une taille qui fait de nous un acteur incontournable sur l'ensemble de nos marchés.



# Design thinking method

1

## COMPRENDRE LES BESOINS

Aller à la rencontre des utilisateurs actuels et futur de Flashlease pour mieux comprendre leurs besoins au quotidien

2

## DÉFINIR LES PERSONAS & PARCOURS

Mettre en concert les résultats de la recherche terrain avec l'expertise métier des membres de l'équipe projet

3

## CONCEVOIR ENSEMBLE

A partir des parcours macro, constituer les premiers wireframes macro & micro et itérer régulièrement avec l'équipe projet

4

## TESTER, OPTIMISER, CODER

Tester le produit version 1 puis optimiser en fonction des retours pour développer la plateforme

# 1. Rencontrer les utilisateurs

## COMPRENDRE LE QUOTIDIEN DES UTILISATEURS

Pour bien démarrer ce projet, nous avons été à la rencontre d'une douzaine d'utilisateurs de nature **différente**, le panel étant basé sur les cibles business de Franfinance, avec pour objectif de comprendre leur quotidien ainsi que leur usage actuel de l'outil Flashlease. Nous avons effectué des entretiens d'1h - 1h15.

## EXTRAIT DU GUIDE D'ENTRETIEN

### **Votre métier / 25'**

*Aidez-nous à comprendre votre métier, aujourd'hui et demain.*

- > Décrivez nous votre métier/poste (seul/en équipe, missions clés, années d'expérience, etc)
- > Avez-vous une journée type ? Si non, comment s'organise votre emploi du temps ?
- > Quels sont vos objectifs de mission ? (chaque jour - mois - année)
- > Comment êtes vous équipés en termes d'ordinateur/tablette/smartphone ?
- > Êtes vous souvent amenés à vous déplacer ? Quels sont les éléments que vous emportez avec vous ?
- > Quels sont les outils que vous utilisez le plus au quotidien ? (Papier/crayon, gestion du planning, outils web, outils métier, concurrents flashlease, etc)

### **Flashlease : généralités /20'**

*Connaitre les usages que vous avez de l'outil, aujourd'hui et demain.*

#### L'usage :

- > Depuis quand utilisez vous FL ? A quelle fréquence utilisez-vous FL ?
- > La première fois que vous avez utilisé FL, quel a été votre ressenti ? Avez-vous suivis une formation ? Qu'est ce qui a été le plus dur à comprendre/prendre en main ?
- > En quoi l'outil FL vous est-il utile ? Quels sont vos usages principaux ?
- > Quelles sont les fonctionnalités clés qui vous permettent d'atteindre ces objectifs ?
- X** > Les fonctionnalités que vous n'utilisez jamais ?
- > Le vocabulaire de FL est-il clair ?
- X** > Quel usage de Flashlease à venir ? (évolution du métier etc)

#### Frustrations :

- > Qu'est-ce que vous aimez le plus/le moins dans FL ?
- > Quelle est LA tâche la plus complexe/moins ergonomique à réaliser dans FL ? Pourquoi ?
- > Quels sont les étapes/tâches qui vous prennent le plus de temps dans FL ?
- X** > Auriez-vous une anecdote qui vous a marqué concernant votre utilisation de FL ?

# 2. Converger

## FAIRE COMPRENDRE LE QUOTIDIEN DES UTILISATEURS

A la fin de nos interviews, nous sommes revenus avec 12 retours d'expérience tous très différents les uns des autres. En effet, la plateforme Flashlease avait été personnalisée pour chaque partenaire, chacun empruntant un parcours différent pour effectuer sensiblement les mêmes tâches.

Pour faire prendre conscience de cela, nous avons créée 1 fiche par interviewé (précédent les personas) pour que le client comprenne l'urgence de simplifier les parcours et la difficulté à maintenir une expérience de qualité sur 12 parcours différents.

Enfin nous avons réalisé 5 personas permettant d'appréhender facilement l'ensemble des besoins et attentes utilisateurs.



**Loic Rouvenach**  
Direct investissement

**Fonctions utilisées**

- Demande de financement
- Listes de travail
- Actions récentes

**Objectifs**

**1) Demande de financement**

- + - Parfois très rapide : 80% accord direct, 10% à l'étude (gros financement) 10% refus CDC FRF qui contact le client
- - Parfois moins rapide, mauvais dans la gestion des cas particuliers = perds des contrats à cause du temps perdu dans les échanges. Besoin de réactivité.
- Manque un premier loyer majoré, manque l'ajout de la maintenance

**2) Simulation/calculateur financier**

- - N'utilise pas du tout la fonction sur FL, il appelle son CDC FRF pour réaliser les calculs financiers avec lui

**3) Suivi des dossiers**

- - Liste de travail = un fichier excel qui est généré, je suis obligé de l'ouvrir pour consulter les status des contrats
- Besoin d'alters -> état des lieux machine, quand on arrive en fin de contrat et pour le suivi de financement
- Manque de stats et d'un dashboard pour le suivi
- Doit envoyer plusieurs fois les mêmes pièces pour certains clients

**Remarques globales**

Un extranet partagé avec FR pour une base commune de documents

Aimerait rendre ses commerciaux autonomes dans le futur

Les commerciaux sur tablette et smartphone serait utile pour du scoring et une calculatrice financière. Avec un suivi ensuite admin pour voir l'ensemble des contrats. L'idéal ça lui sort un contrat tout éditer.



**Alain Sybord**  
Manager commercial  
46 ans, marié, 1 enfant

“ En tant que manager j'ai besoin d'avoir une vue d'ensemble sur les différents dossiers traités par mon équipe. J'ai besoin de plus de visibilité. ”

**BIOGRAPHIE**

Alain est manager commercial depuis presque 5 ans. Il est ainsi en charge non seulement d'une petite équipe de commerciaux d'une dizaine de personnes souvent en déplacement mais également de 3 assistants commercial qui s'occupent de trouver des financements et de mettre en place les contrats avec les clients. Il a confiance en ses équipes mais apprécie de jeter un coup d'oeil sur leur travail de temps en temps pour s'assurer que tout se passe bien, que les dossiers sont traités et qu'il n'y a pas de problèmes d'impayés. Il a ponctuellement besoin d'intervenir sur certains dossiers et pour ça, il aimerait avoir la main.

**TRAITS DE CARACTÈRE**

Exigeant  Pragmatique  À l'écoute

**BUTS & MOTIVATIONS**

- S'assurer que l'activité se porte bien en négociant les taux puis en suivant les indicateurs de performance
- Soutenir et accompagner ses équipes dans leur travail en facilitant l'accès à des formations et à des outils efficaces
- Pouvoir intervenir rapidement si cas bloquant
- S'assurer du bien être et de l'autonomie de ses collaborateurs

**FREINS ET FRUSTRATIONS**

- Certains dossiers nécessitent trop d'échanges téléphoniques de la part de ses équipes par manque d'automatisation
- La gestion hasardeuse des accès aux différents comptes/dossiers de ses équipes en cas d'urgence ou d'absence du collaborateur

**CE QUI LE MOTIVE**

- Harmoniser au mieux les besoins et échanges en termes de front-office et de middle office

**BOÎTE À OUTILS**

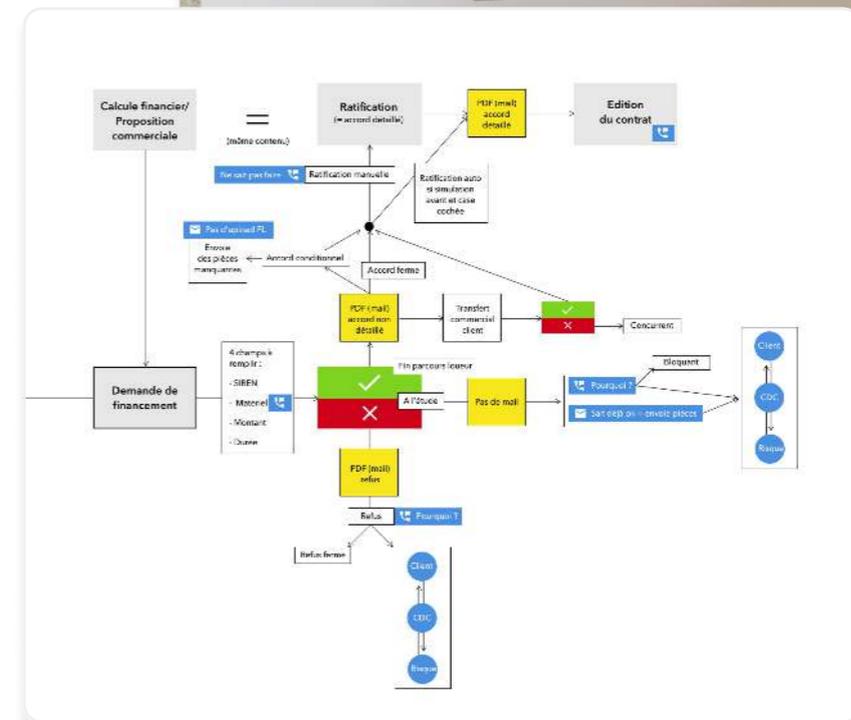
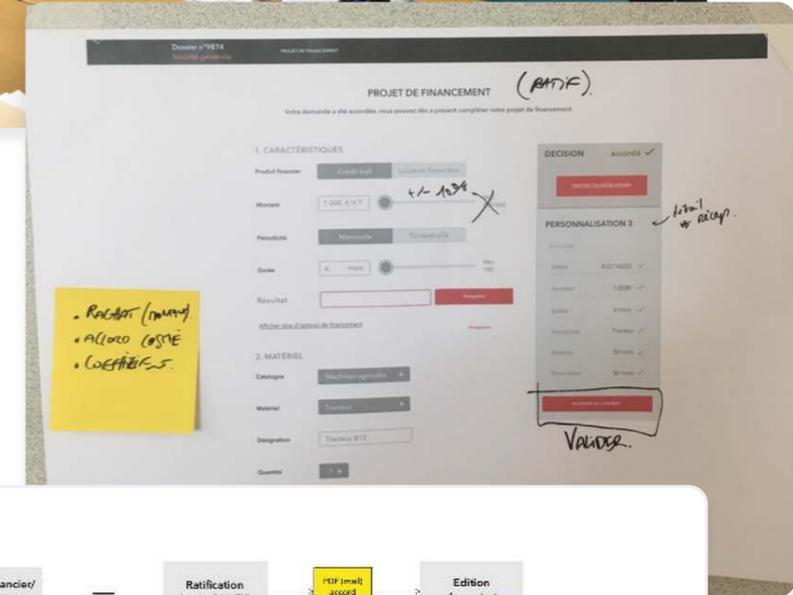
- Les mêmes que ses équipes. Notamment un tableau Excel pour les indicateurs et un outil CRM interne pour le suivi de dossiers

# 3. Co-créer

## RÉUNIR L'EXPERTISE MÉTIER & LES BESOINS UTILISATEURS

Au travers de 5 ateliers de co-création, nous avons imaginé ensemble la nouvelle solution Flashlease. Les process (de demande et de suivis de financement) ont pu être clarifiés et simplifiés afin d'offrir une nouvelle expérience aux utilisateurs.

Les équipes métiers ont cependant eu **du mal à se projeter et s'investir**, dû à une résistance au changement. J'ai dû adapter mes méthodes de travail pour leur simplifier la tâche au maximum et mieux les embarquer dans le projet (**passage rapide à l'étape wireframes** pour rendre la co-création plus tangible et visuelle).

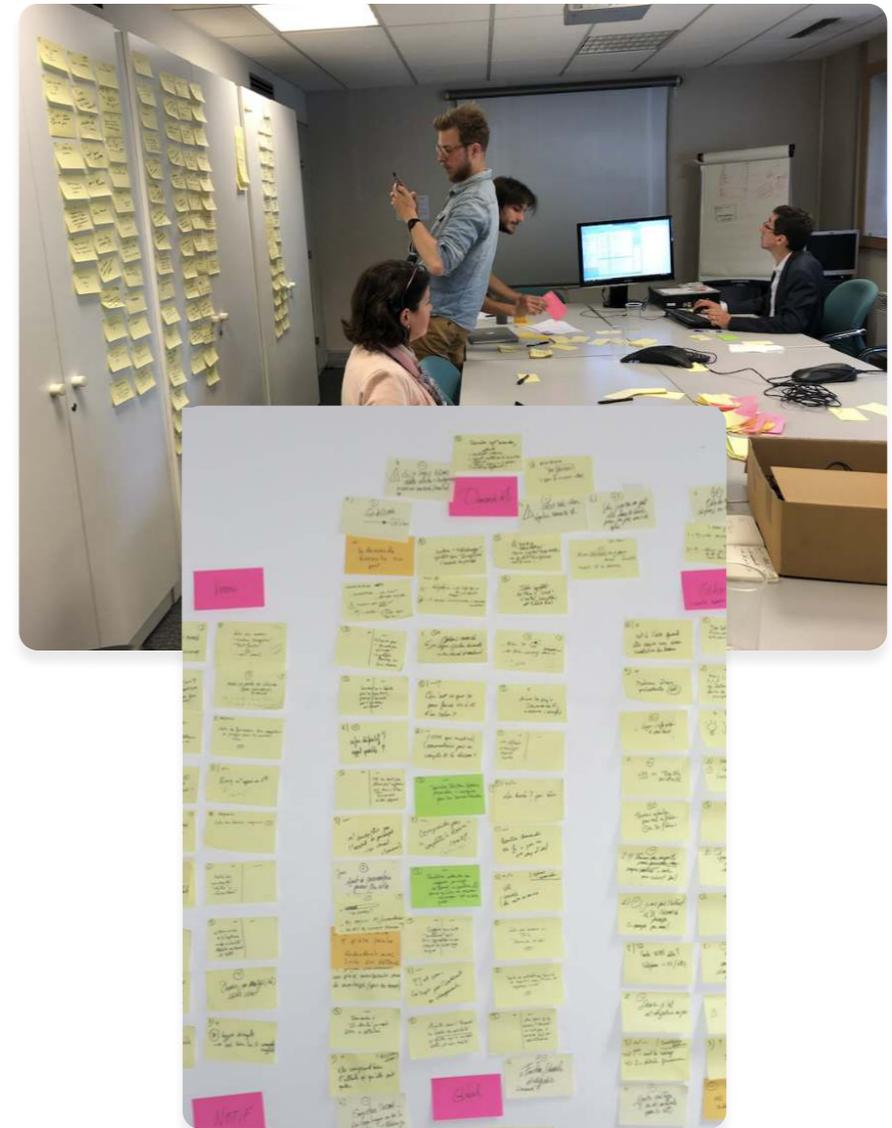


# 4. Prototyper & tester

## VÉRIFIER NOS HYPOTHÈSES DE CONCEPTION

Nous avons effectué les tests auprès de 6 utilisateurs. Les tests ont eu lieu chez le client, dans 2 pièces distinctes, l'une pour les tests, l'autre pour la retransmission de l'audio et de l'écran en temps réel. Le prototype a été réalisé sur InVision et testé via **plusieurs scénarios représentatifs des parcours clés** de nos utilisateurs.

La majorité de l'équipe projet était présente et participait activement aux tests en annotant les points positifs ainsi que les axes d'amélioration, pour chaque écran/fonctionnalité. Cela a permis **d'impliquer le client et de lui faire constater en live** les qualités du nouvel outil.



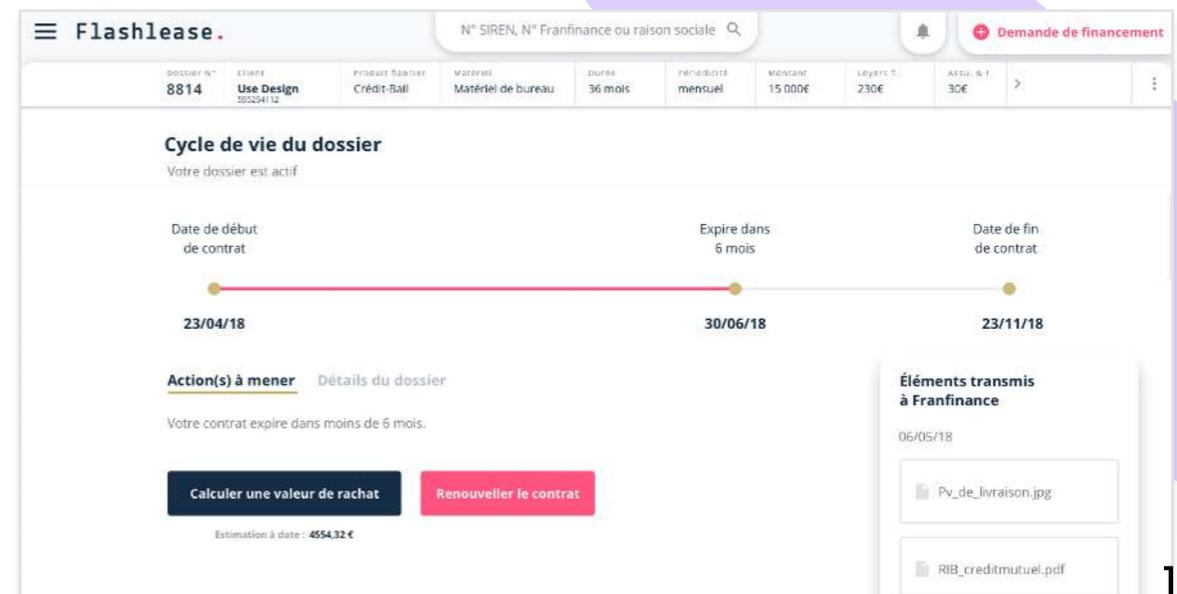
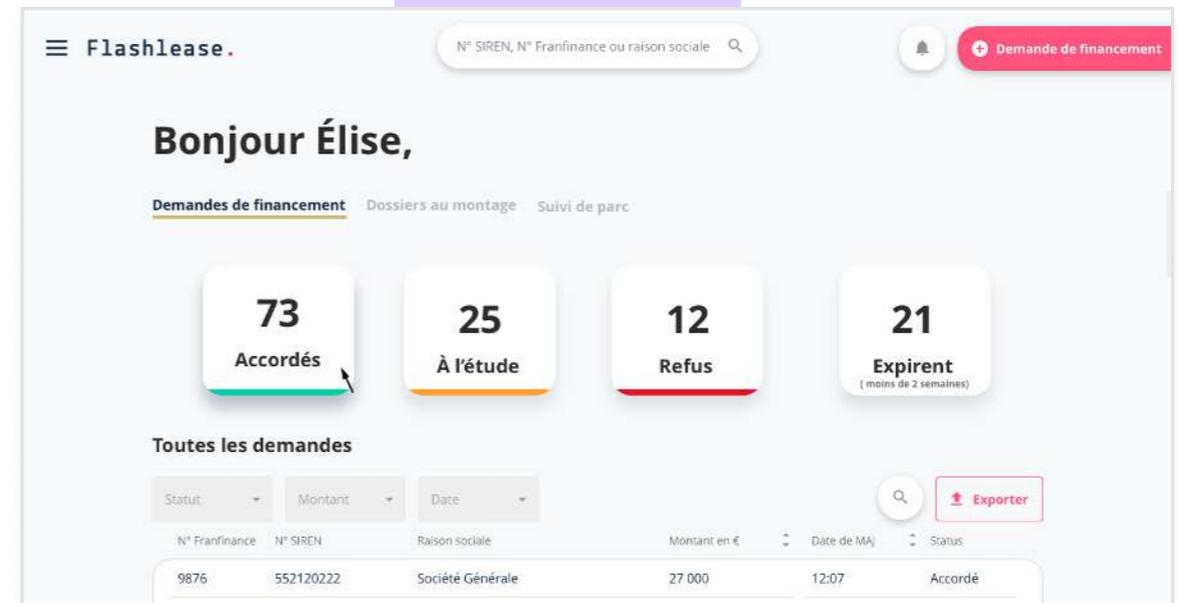
# 4 bis. Améliorer & livrer

## INTÉGRER LES RETOURS DE TESTS UTILISATEURS

Les tests utilisateurs nous ont permis de valider nos hypothèses et nos parcours principaux mais également de déceler certains problèmes ergonomiques résiduels que nous avons corrigé.

La refonte de l'outil a permis, entre autre, de :

- Réaliser une demande de financement plus efficacement
- Suivre facilement l'avancement des demandes et des contrats en cours
- Offrir une meilleure visibilité sur le cycle de vie d'un dossier au montage
- Permettre d'éditer un contrat 100% en ligne avec signature électronique
- Rendre l'interface plus agréable et globalement plus en accord avec les codes actuels



# Conclusion

La méthodologie de design thinking portée de bout en bout, de la recherche jusqu'au tests utilisateurs a permis d'offrir un nouvel outil **au plus proche des besoins quotidiens des différents personae Flashlease.**

Les tests utilisateurs ont réellement permis à la fois de **détecter les dernières optimisations** à réaliser, mais surtout d'apporter **des premiers retours utilisateurs très positifs qui ont eu un effet très positif sur la satisfaction du client.** Cela lui a permis d'être totalement rassuré et d'entamer la phase de développement sereinement.

Fiers de leur nouvel outil, Franfinance a fait réaliser une vidéo de présentation à posteriori par un prestataire externe : <https://bit.ly/3mh0t1i> (ce qui nous a permis de voir que 95% de la conception ergonomique avait été respectée, malgré une UI pas toujours très fidèle).

# Talentsoft

## A PROPOS

L'entreprise Talentsoft a décidé de refondre graphiquement et fonctionnellement leur outil d'aide à la passation des entretiens annuels (formulaire). Dans ce contexte, nous avons été missionné sur **la phase de tests utilisateurs** afin de mieux comprendre les utilisateurs Talentsoft et leur utilisation actuelle de l'outil.

## LE CHALLENGE

Ici notre challenge résidait surtout dans la **compréhension fine des rapports collaborateur/manager** lors de l'entretien annuel ainsi que sur la **bonne appréciation du process de complétion** du formulaire d'entretien (qui remplis quoi , à quel moment, qu'est ce qui fonctionne, ne fonctionne pas etc).

## MON RÔLE

Lors de cette mission nous étions 2 UX designer avec une répartition équivalente des tâches.

## À RÉALISER

12 tests utilisateurs

# Sélection des participants

## GARANTIR DES RÉSULTATS OPTIMALS

Afin de garantir **une diversité de profils pertinents** et donc d'insights, nous avons envoyé des préconisations au client afin qu'il sélectionne les participants. Malheureusement, 3 collaborateurs ne se sont pas présentés lors des tests.

### Instructions transmises pour les collaborateurs :

“7 collaborateurs, avec si possible les critères de recrutement ci-dessous. Les critères sont indiqués par ordre de priorité :

- Diversité entre cadres et non cadres
- Diversité de secteur d'activité de la société des collaborateurs
- Négociant ou non une part variable lors de l'entretien annuel
- Diversité de la taille de leur équipe (petite ou large)
- Dont l'entretien annuel a eu lieu il y a moins de 3 mois ou de manière plus ancienne”

Participant	Secteur activité	Taille entreprise	Temps dans l'entreprise	Temps à ce poste	Taille de l'équipe	Manager unique	Fréquence changement collaborateur	Période réalisation entretiens annuels
Manager1	Industrie	Plus de 1000 salariés	Entre 5 et 10 ans	Entre 2 et 5 ans	Plus de 15	Oui	Tous les 2 à 3 ans	Fixe : Fev
Manager2	Commerce Distribution	Entre 101 et 500 salariés	Plus de 10 ans	Plus de 10 ans	Plus de 15	Oui	Plus d'1 fois par an	Fixe :
Manager3	Ingénierie	Plus de 1000 salariés	Plus de 10 ans	Plus de 10 ans	Plus de 15	Oui	Tous les 10 ans	Fixe : Janv-
Manager4	Commerce Distribution	Plus de 1000 salariés	Moins d'1 an	Moins d'1 an	Entre 1 et 3	Oui	Tous les 2 à 3 ans	Fixe :
Manager5	BTP	Plus de 1000 salariés	Entre 2 et 5 ans	Entre 2 et 5 ans	Entre 1 et 3	Non (2)	Tous les 2 à 3 ans	Fix : 1
Manager6	BTP	Plus de 1000 salariés	Plus de 10 ans	Entre 2 et 5 ans	Entre 1 et 3	Oui	Tous les 5 ans	Fixe : Avril-
Manager7	Banque	Plus de 1000 salariés	Plus de 10 ans	Entre 1 et 2 ans	Entre 6 et 10	Oui	-	Fixe :

Participant	Secteur activité	Taille entreprise	Temps dans l'entreprise	Temps à ce poste	Nb de manager	Fréquence changement manager	Période réalisation entretiens annuels	Fréquence remplissage formulaire
Collab1	Energie	Plus de 1000 salariés	Entre 5 et 10 ans	Entre 1 et 2 ans	1	Tous les 2 à 3 ans	Fixe : Janv- Avril	1 fois par an
Collab2	Banque	Plus de 1000 salariés	Plus de 10 ans	Plus de 10 ans	Plus de 2	Tous les 5 ans	Fixe : Avril	1 fois par an
Collab3	Transport	Plus de 1000 salariés	Entre 2 et 5 ans	Entre 2 et 5 ans	1	Jamais	Fixe	1 fois par an
Collab4	Banque	Plus de 1000 salariés	Entre 5 et 10 ans	Moins d'1 an	Plus de 2	Tous les 2 à 3 ans	Fixe : Fev	1 fois par an

# Préparation des tests

## DÉROULÉ DES TESTS

- 10 minutes d'introduction : comprendre leurs profils, les spécificités de leur entreprise et équipe. comprendre le contexte pour la passation des entretiens annuels.
- 45 minutes de scénarios : utilisation de l'outil avec un formulaire type et échange, verbalisation à haute voix de leur ressenti, intérêt, frustration, etc.
- 4 minutes de réalisation d'un questionnaire d'évaluation de l'interface, le MeCUE
- 1 minute pour le débriefing

Nous avons déterminé 2 types de scénarios : **les macro-scénarios** qui représentait 1 objectif global à réaliser librement par le participant (ex : Remplissez la 1ère partie du formulaire). Dans un second temps, **les micro-scénarios** permettaient de revenir sur des fonctionnalités en particulier qui auraient été ignorées par l'utilisateur lors de la réalisation d'un macro scénario (ex : Remplissez la partie compétences)

## EXTRAIT DU PROTOCOLE DE TEST

### Scénario 2 :

"Le jour de l'entretien annuel avec votre manager est arrivé, vous vous installez avec lui et commencez à remplir le formulaire. Comme c'est un prototype, dans l'exemple présent vous appellerez XXX. Remplissez le formulaire en verbalisant vos actions et précisant lorsque l'action est réalisée par vous ou par votre manager."

Tableau Excel identifiant

Ne pas intervenir dans un premier temps et laisser le participant remplir en demandant de verbaliser à haute voix.

### Questions d'appréciation/relance générale

- Que pensez-vous de cette page ?
- Est-ce clair / compréhensible ? Sinon, qu'est-ce que les éléments non compréhensibles et pour quelles raisons ?
- Y a-t-il des termes ou des actions sur lesquels vous aimeriez avoir une précision ? Si oui laquelle ?
- Pourriez-vous m'expliquer les éléments que vous ne comprenez pas ? Pour quelles raisons ?
- Quelles sont les informations les plus importantes pour vous ? Sont-elles assez visibles ?
- Manque-t-il des informations ou des fonctionnalités ? Si oui lesquelles ?
- Y a-t-il des éléments que vous souhaiteriez améliorer ? Si oui lesquels ?

### Micro scénario 3 BILAN N-1 – si non réalisés spontanément par le participant

Indiquez les objectifs que vous avez atteints et déterminez votre part variable en conséquence :

- Si vous deviez pondérer un objectif, comment vous y prendriez-vous ?
- Si vous désirez réutiliser d'anciens objectifs, comment vous y prendriez-vous ?
- Comment ajouteriez-vous un objectif supplémentaire à ce bilan ?

### Évaluation page

- Quelle note donneriez-vous à cette page ? Sur une échelle de 1 à 10 (1 étant « pas du tout satisfaisant » et 10 « totalement satisfaisant »)
- Quels sont les éléments que vous souhaiteriez améliorer ? Quels sont les éléments satisfaisants ? Et pour quelles raisons ?

# Passation des tests

## DES TESTS UTILISATEURS LIMPIDES ET INSTRUCTIFS

Les tests utilisateurs ont été réalisés dans des locaux dédiés avec une retransmission de l'écran et une vitre sans tain permettant au client de suivre les tests en temps réel.

Malgré l'absence de 3 collaborateurs ne s'étant pas présentés au rendez-vous, les tests ont été fructueux et ont permis de détecter **très rapidement les problèmes ergonomiques de l'outil** ainsi que les **anomalies de parcours** et de workflow.

La mise en place d'un système de notation par fonctionnalité nous a également permis d'avoir un ressenti global de l'expérience à chaque étape de remplissage du formulaire.



# Analyse & présentation des résultats

## UNE STRUCTURE GLOBALE PERTINENTE MAIS DE NOMBREUX DYSFONCTIONNEMENTS ERGONOMIQUES ENTRAUVANT L'EXPÉRIENCE

Les tests utilisateurs ont permis de comprendre que l'outil remplissait globalement bien sa fonction mais présentait **de nombreux problèmes ergonomiques à un niveau micro**, entâchant l'expérience utilisateur parfois de façon significative.

Les résultats ont été présentés sous la forme d'un PPT abordant les résultats **fonctionnalité par fonctionnalité**, en précisant à chaque fois **le nombre de personnes concernées** par 1 retour ainsi que leur statut (collaborateur ou manager). Sur la partie droite, **des verbatims** retranscrivent avec précision les mentions importantes.

### OUTIL - COMPETENCES | MANAGER & COLLABORATEUR Une échelle parfois peu explicite

- Au moins 6 participants indiquent **ne pas toujours comprendre les échelles d'évaluation**, surtout quand se sont des chiffres ou des lettres. Il y a un risque pour qu'il y ait des interprétations différentes entre collaborateurs et managers.
- La plupart des utilisateurs (2 collaborateurs et 3 managers) font apparaître la légende par erreur et ont **des difficultés à la retrouver** ensuite malgré un besoin réel.
- 1 manager apprécie que l'échelle soit en nombre paire **pour éviter les valeur moyenne**.

« Qu'est ce que c'est que 5 niveaux. Moi je l'avais fait un peu au pif. Je lui avait dis ça ne va pas on ne va avoir les mêmes définitions. » Collaborateur 1

« On a eu un doc pour savoir à quoi ça correspond, mais ailleurs un word. Parce que pff ça correspond à quoi. Parce que sinon c'est comme une poule qui a trouvé un couteau. » Collaborateur 2

1 2 3 4

« Je sais pas comment on affiche les références, l'encart qui a du mal à disparaître » Collaborateur 2

« Alors ça il s'affiche beaucoup. » Manager 4

« Le fait qu'il n'y ait pas de position moyenne c'est très bien. » Manager 3

# Conclusion

Ces tests utilisateurs ont permis au client de se rendre compte **des points de friction principaux de son outil**, ainsi que du **contexte de remplissage de ses différents utilisateurs** (managers et collaborateurs).

Ils ont notamment permis de révéler certains **défauts de conception dans le workflow de validation** du formulaire responsable de nombreux désagrément chez les utilisateurs.

Enfin, de nombreuses fonctionnalités, pourtant très appréciées des utilisateurs, n'étaient pas connues des utilisateurs dû à leur **difficulté d'accès** (wording incompréhensif, pictogramme non représentatifs etc).

# Izneo

## A PROPOS

Izneo, plateforme spécialisée dans l'achat (boutique) et la location (abonnement) de bandes dessinées en ligne, souhaite moderniser son interface avec 3 objectifs principaux :

- Offrir une hiérarchisation de l'information intuitive pour l'utilisateur
- Permettre à l'utilisateur de mieux se situer dans le site (boutique, espace abo etc)
- Personnaliser l'interface en fonction des goûts de l'utilisateur

## LE CHALLENGE

Convaincre en apportant une **toute nouvelle vision du catalogue**, basée sur **un fonctionnement exploratoire à la "Netflix"**, propice à la personnalisation des contenus et de l'expérience.

## MON RÔLE

Lors de cette mission nous étions 1 UX et 1 DA. Je me suis occupé de l'ensemble de la refonte UX de la plateforme.

## À RÉALISER

Homepage connecté  
Homepage abonné  
Catalogue  
Page produit  
Bibliothèque

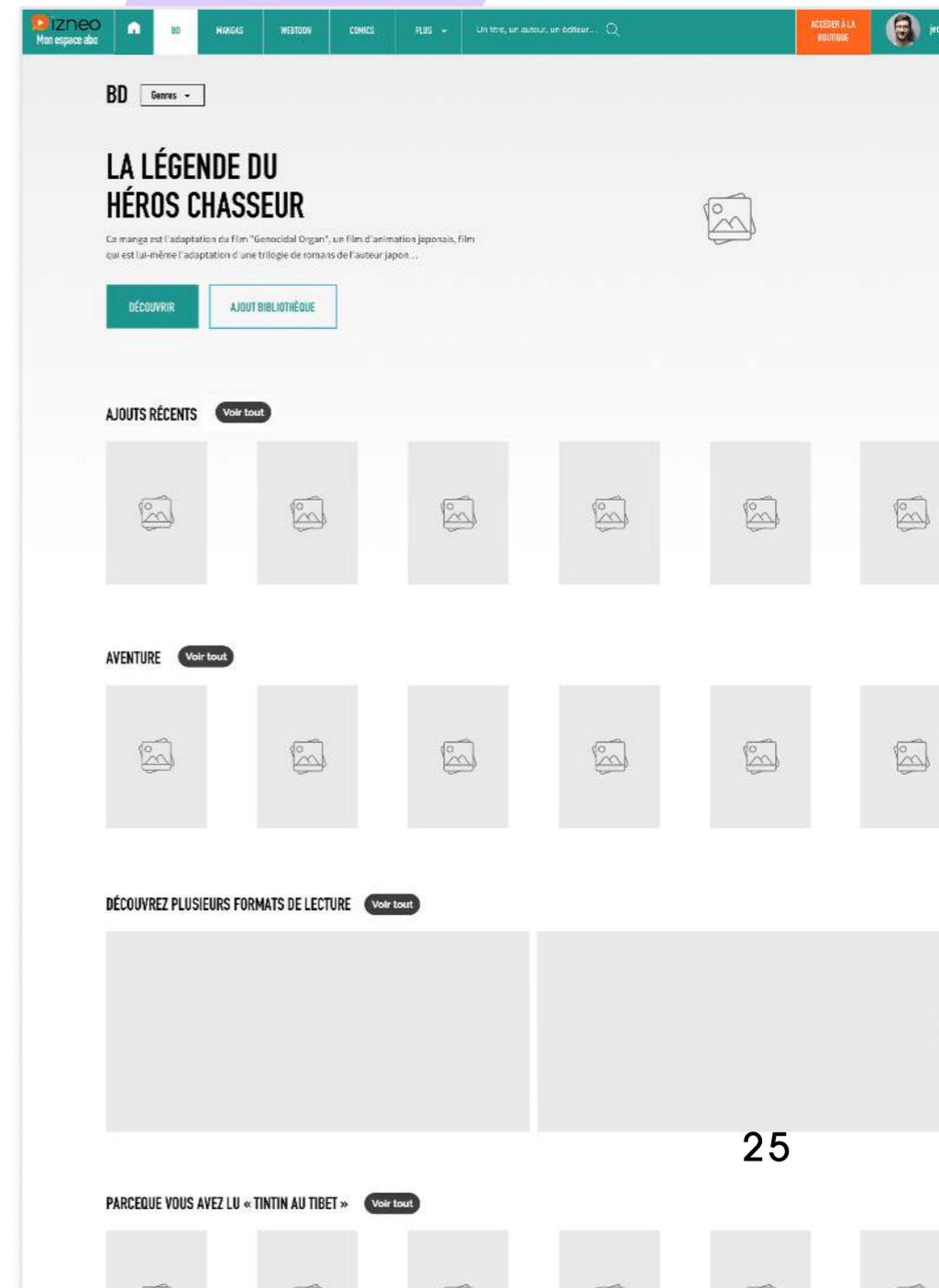
# Repenser la hiérarchisation de l'information

## LE MODÈLE NETFLIX TRANSPOSÉ AU MONDE DE LA BD

Las de leur modèle de catalogue “à l'ancienne” bardé de nombreux filtres parfois difficilement compréhensibles, le client souhaitait repenser intégralement l'expérience vécue sur son site, afin de la rendre **plus agréable et plus intuitive**.

Après un temps de réflexion et d'idéation, le **modèle Netflix** m'est apparu comme particulièrement adapté au contexte de la BD. Favorisant un **mode de recherche plus exploratoire** basé sur les **visuels** ainsi que sur la **personnalisation des contenus** (ce qui répondait également au 3ème objectif du projet), cette approche a rapidement séduit le client.

Le filtre par genre ainsi que le moteur de recherche permet de **satisfaire les profils moins explorateurs** avec des envies et des recherches plus précises.



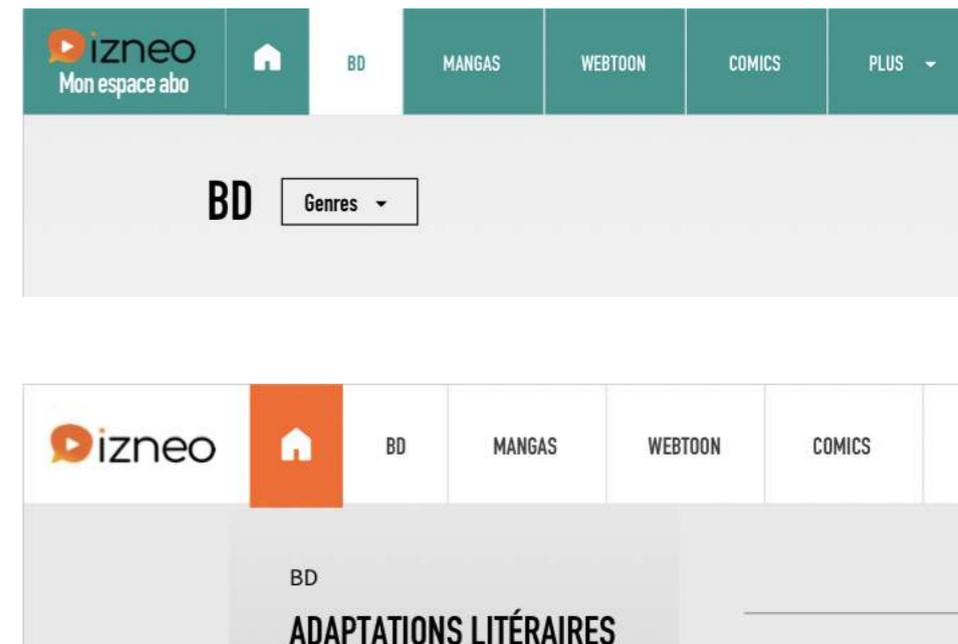
# Dissocier l'espace boutique & l'espace abonné

## POUR PERMETTRE À L'UTILISATEUR DE MIEUX SE SITUER

Izneo propose 1 abonnement payant permettant d'accéder à 3000 BD sur les 30 000 que compte son catalogue payant complet.

Afin d'offrir une expérience plus cohérente à l'utilisateur, nous avons **dissocié son catalogue abonné**, une fois l'offre souscrite, du reste du catalogue.

La charte graphique s'adapte lorsqu'il se trouve à l'intérieur de son espace abonné. Un accès rapide dans le header lui permet d'accéder à tout moment à la boutique afin d'enrichir sa bibliothèque d'autres produits payants.

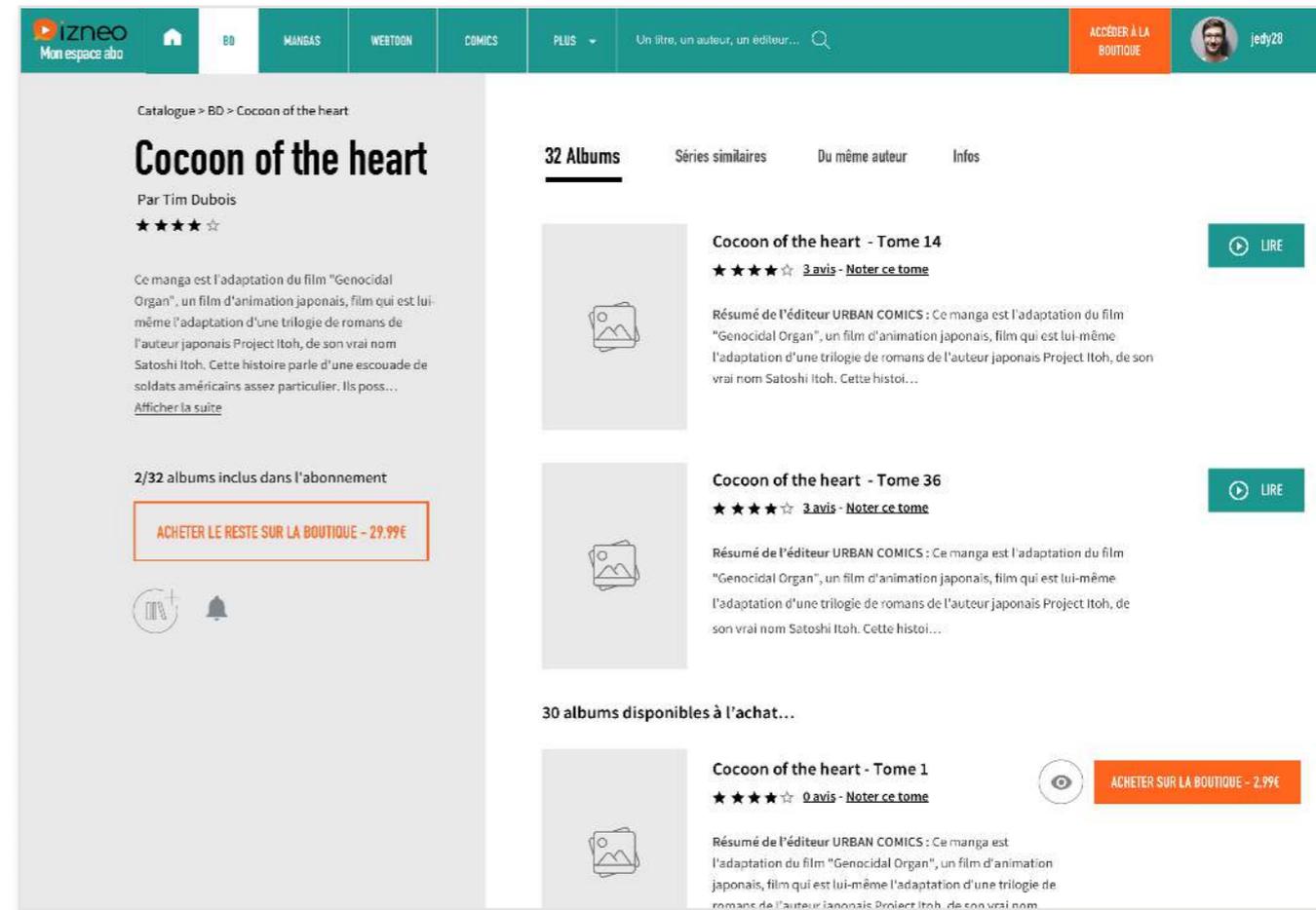


# Upsell/cross-sell au service de l'expérience

## RÉINTRODUIRE DU PAYANT EN FONCTION DU CONTEXTE

Les albums payants sont proposés en supplément directement sur la page produit, permettant à l'utilisateur d'enrichir sa bibliothèque avec certains albums non compris dans l'abonnement.

Il est alors renvoyé sur la boutique afin d'effectuer ses achats.



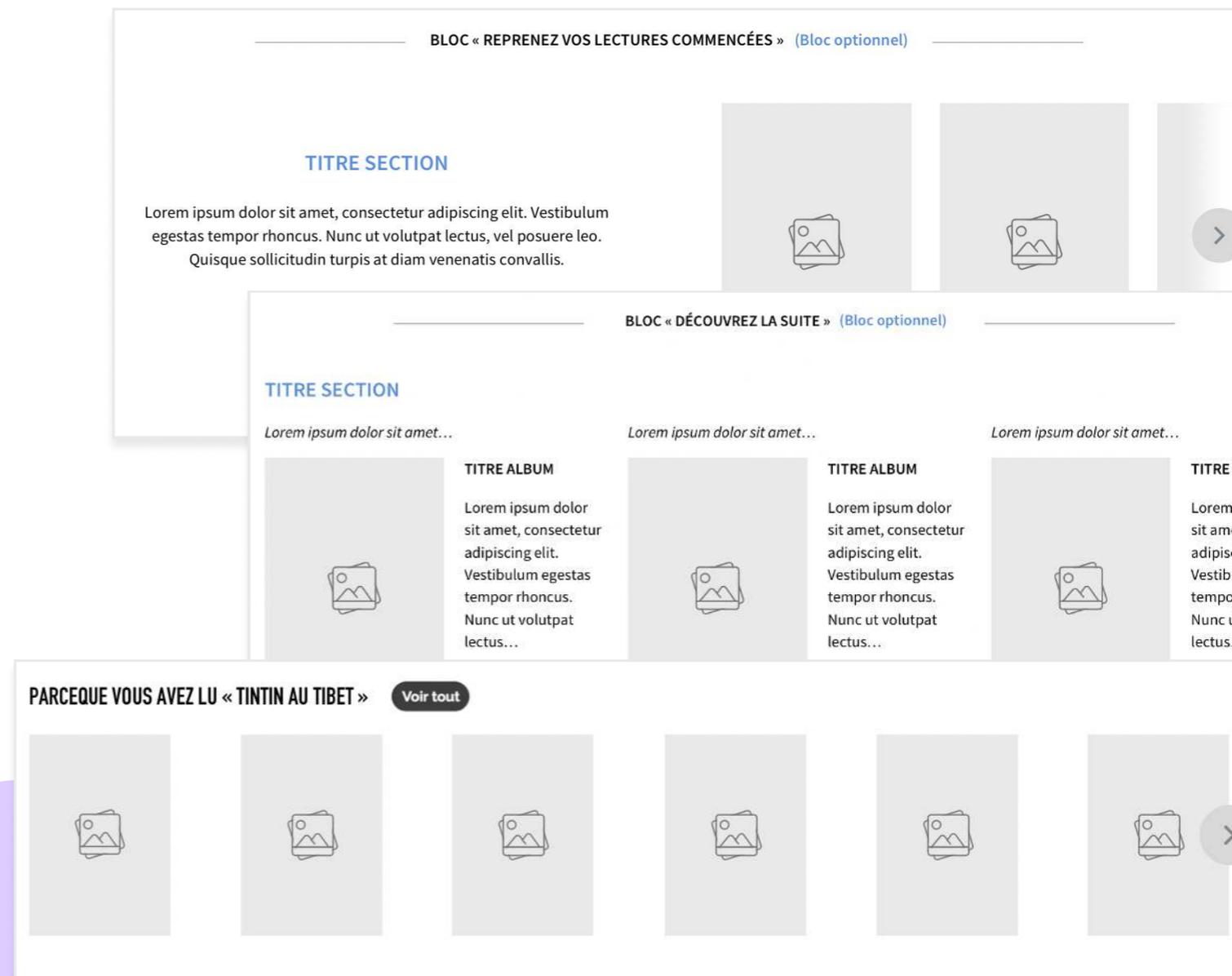
# Personnaliser l'interface pour enrichir l'expérience

## ADAPTER LE CONTENU À L'UTILISATEUR

Avec ce nouveau catalogue, chaque "strate" peut être **personnalisée en fonction de l'utilisateur** et de son historique de recherche.

L'utilisateur bénéficie ainsi d'une expérience unique et sur-mesure. La mise en avant des BD commencées ou encore la proposition d'ouvrages similaires aux lectures précédentes sont des exemples de personnalisation possibles parmi de nombreuses autres.

La finesse de personnalisation a été revue ensuite en fonction des possibilités techniques.

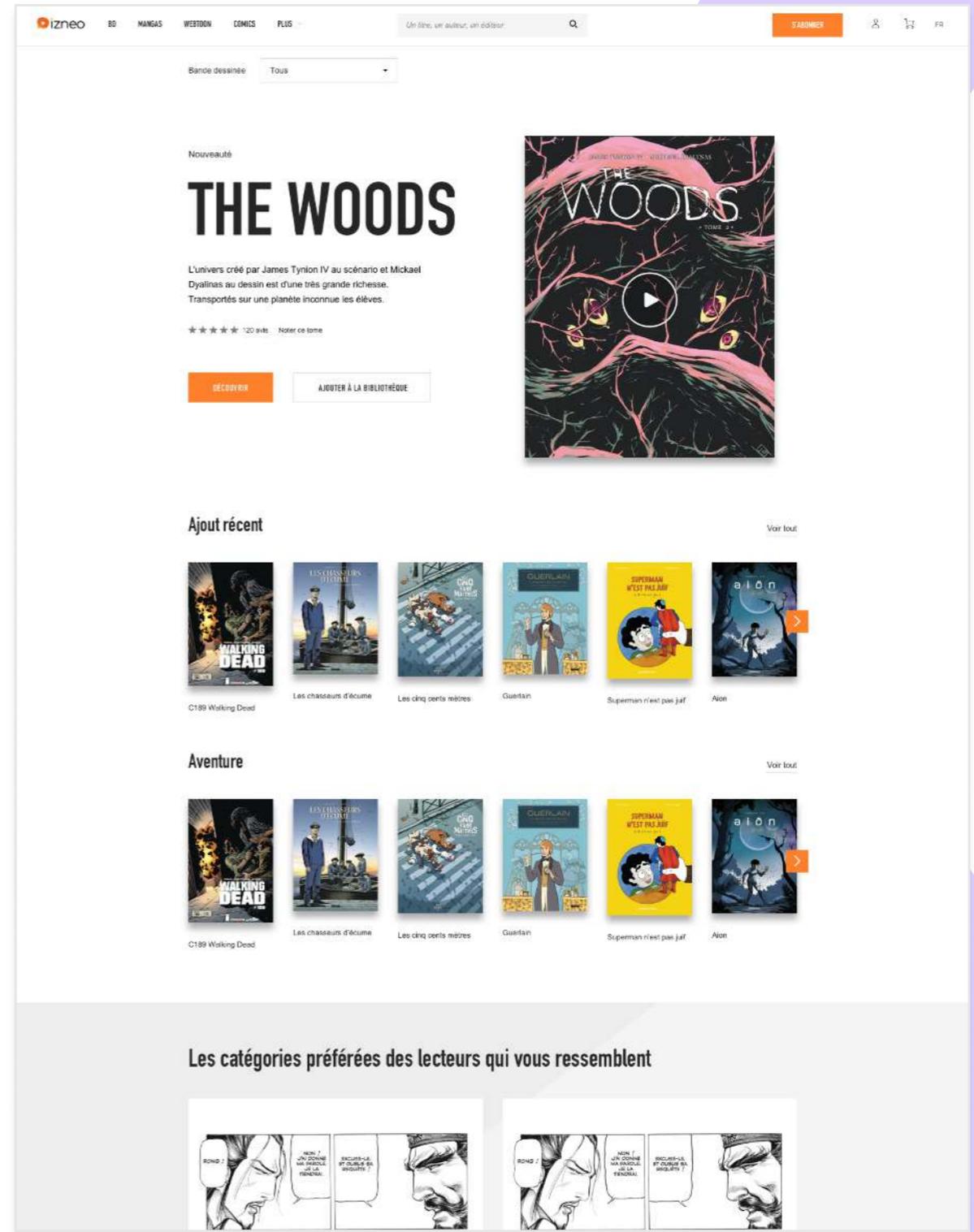


# Une UI épurée pour valoriser les visuels

## METTRE EN AVANT LE DESSIN

Après échange avec l'équipe Izneo, tous s'accordaient à dire que le dessin et plus précisément le **style graphique**, revêt une **importance primordial** dans le processus de sélection du consommateur de bandes dessinées.

Le parti pris du DA a donc été de **jouer au maximum sur les blancs tournants et sur les typographies** afin de faire ressortir les pochettes et permettre aux utilisateurs de laisser leurs yeux les guider tout naturellement.



# Conclusion

Bien que le client ait beaucoup aimé le concept et l'ai globalement adopté, l'absence d'ateliers de co-création a porté préjudice sur pour suite du projet. En effet, une partie des préconisations ergonomiques a été abandonnée lors du passage en développement. Hors **un tel concept ne fonctionne que s'il est adopté dans son entièreté** et respecté fidèlement dans sa conception.

Les ateliers de co-conception auraient pu permettre **d'embarquer à 100% le client dans le processus de création** et le sensibiliser sur **l'importance de certains parcours utilisateurs secondaires**.

Des tests utilisateurs avaient été préconisés afin de **tester la réceptivité des lecteurs de BD face à un changement aussi important** de l'interface. Le client a décliné la préconisation pour cause de budget limité.

# CNP Assurances

## A PROPOS

En prévision d'un déménagement à venir, l'entreprise CNP Assurances souhaite **dresser un état des lieux de l'expérience actuelle** de ses collaborateurs ainsi que **l'expérience idéale** qu'ils aimeraient vivre dans le futur. Pour répondre à ce souhait, nous avons été missionné pour dresser une carte d'expérience collaborateur actuelle, une carte idéale/cible, ainsi qu'un carnet d'idéation permettant de passer de l'une à l'autre.

## LE CHALLENGE

Réussir à **retranscrire le plus fidèlement possible l'expérience collaborateur** de plusieurs milliers d'employés CNP assurances et réussir à impliquer des manager (parfois haut placés) lors d'ateliers aux méthodes tout aussi novatrices qu'inhabituelles chez CNP.

## MON RÔLE

Lors de cette mission nous étions 3 UX designer. J'ai participé à la réalisation du guide d'entretien et j'ai réalisé 12 entretiens. J'ai également co-construit le déroulé de l'atelier n°1 et l'ai en partie animé. Enfin j'ai participé aux missions d'observation terrain.

## À RÉALISER

24 entretiens utilisateur  
3 observations terrain  
3 ateliers de 20 participants  
1 compte rendu global

# Sélection des participants

## CROISER LES REGARDS POUR OBTENIR UNE VISION 360°

Avec l'objectif de percevoir au plus juste l'expérience des collaborateurs CNP, il nous a fallu choisir avec soin les 24 collaborateurs interviewés.

Notre stratégie a été de sélectionner **autant de profils collaborateurs que de profils manager**. Bien que cette répartition ne soit pas représentative des effectifs, nous avons misé sur la **vue d'ensemble des managers** à même de nous expliquer plus facilement l'organisation de l'entreprise et de ses services. Nous n'avons pas négligé pour autant notre recherche auprès des collaborateurs non-manager afin de **bien comprendre la réalité du terrain**.

Nous avons également sélectionné des profils très anciens vs des nouveaux arrivants, ces derniers étant plus à même de comparer leur expérience actuelle avec celle de leur(s) entreprise(s) précédente(s).

# Préparation des entretiens

## APPRÉHENDER L'EXPÉRIENCE COLLABORATEUR DANS SON ENSEMBLE

Pour réaliser notre guide d'entretien, nous avons décidé de le structurer par thèmes principaux nous permettant de mapper l'ensemble de l'expérience du collaborateur. Une partie "Profils Managers" a également été ajoutée pour mieux comprendre leurs problématiques.

Liste des grands thèmes :

- Votre poste & votre quotidien
- Le rôle de manager
- Les conditions de travail
- La gestion du temps
- L'espace de travail
- La mobilité/flexibilité au travail
- Les relations professionnelles
- Les outils
- Le bonheur au travail

## EXTRAIT DU GUIDE D'ENTRETIEN

### Profils Managers

- Comment décririez-vous votre rôle de manager ?
- D'après vous, quelle est l'attitude attendue d'un collaborateur ?
- Quelle confiance accordez-vous à votre équipe ? quelle autonomie ?
- Quels moyens possédez-vous pour jauger la productivité de vos employés ?
- Quels sont les difficultés rencontrées (en tant que manager) pour valoriser le travail en équipe ? Certains collaborateurs sont-ils réticents ?
- D'après vous, quelles solutions existent pour recréer du lien et améliorer l'esprit d'équipe et donc la créativité ?

### Conditions de travail

- Les éléments de votre métier parfois difficiles ? Comme des contraintes qui peuvent vous empêcher de bien réaliser vos tâches, est-ce une difficulté récurrente ?  
*(ex : J'ai besoin d'un lieu pour téléphoner tranquillement, etc)*
- Y-a-t-il d'autres éléments qui vous déplaisent et que vous aimeriez changer, améliorer ?  
*(ex : Vous pouvez lister par exemple 5 avantages et 5 inconvénients à travailler chez CNP Assurances)*

### Le temps

- Quels sont vos objectifs de mission ? Seul ou en équipe ? À court, moyen et long terme ?
- La gestion du temps de travail ? Comment se fait-elle ? Calendrier, application, outils ?
- Votre métier a-t-il évolué ? Gestion du temps, méthode de travail, collaboration ?
- Avez-vous parfois l'impression de perdre du temps au travail ? Si oui, quelle en est la/les causes ?  
*(ex : Acte de présence par le Badge, charge administrative)* ou de pouvoir être plus réactif selon les modes de travail mis à disposition

### L'espace de travail

- Comment qualifieriez-vous votre espace de travail personnel ?
- Avez-vous besoin de personnaliser votre bureau pour vous sentir à l'aise ?
- Que pensez-vous de votre espace de travail commun ? Quels sont les défauts et qualités ?  
*Grand, bruyant, agréable, adapté au travail d'équipe, modulable ?*
- Que pensez-vous des installations mis à votre disposition ?

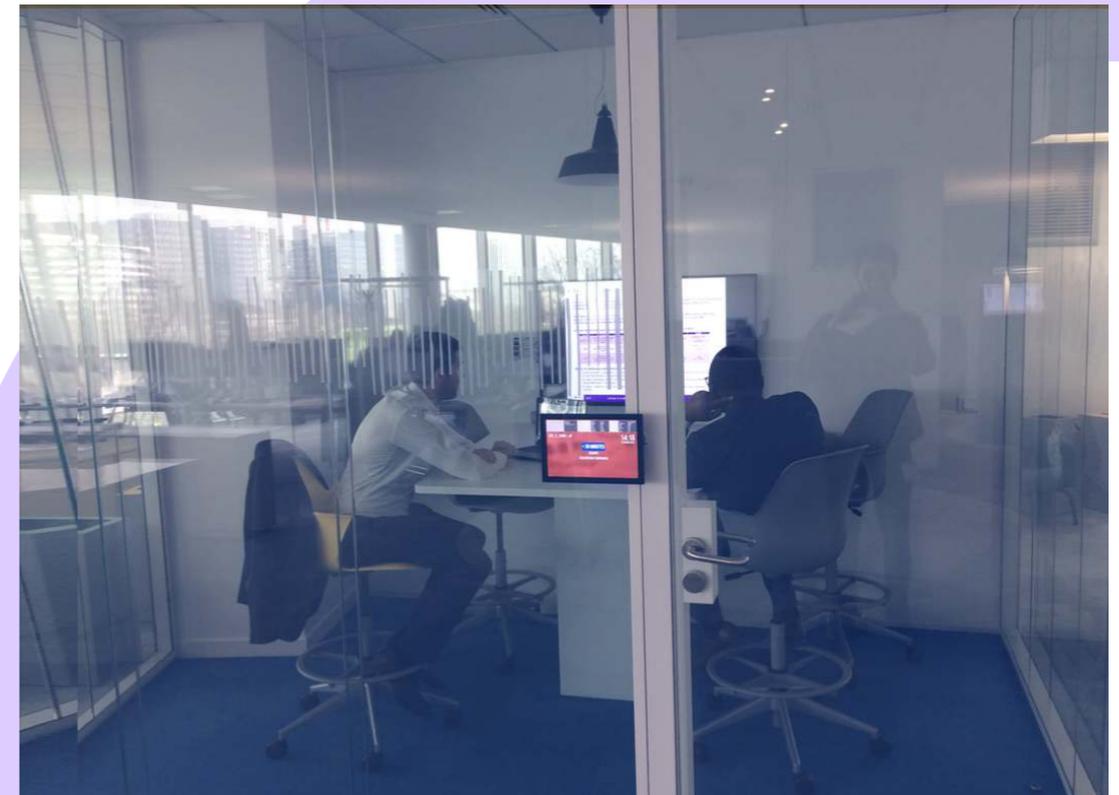
# Passation des entretiens

## S'ADAPTER AUX PROFILS COMPLEXES

Les entretiens que nous avons réalisés ont été pleins de surprises et ont surtout été très instructifs d'un point de vue humain.

En effet, de nombreux profils, notamment les managers, présentaient une forte personnalité et **se montraient souvent méfiants** face à nos questions. Nous avons donc souvent dû recadrer les entretiens, en **rassurant les interviewés** à la fois sur l'objectif bienveillant de notre démarche ainsi que sur **l'anonymisation des données récoltées**.

Une fois le cadre bien posé, et la relation établis, nous avons pu tirer de nombreuses informations pertinentes pour la suite de notre travail.



# Observations terrain



**Portes ouvertes/fermés** - Les portes de bureaux sont pour la plupart fermées. Certaines personnes/bureaux la laisse ouverte : apparemment ceux qui semblent le plus collaborer avec le reste du service et qui passent leur journée à échanger les grands bureaux de 4 personnes également.

**Objectifs** - Usage important des tableaux blancs dans les bureaux. Certains en ont un pour les objectifs long terme et un pour les objectifs court terme.

## AU DELÀ DES MOTS

Au delà des interviews, les observations terrain nous ont apporté une grande richesse d'information. Cette methode nous a permis de mieux comprendre la façon de fonctionner des collaborateurs et la manière dont ils s'approprient leur espace au quotidien.

# Préparation de l'atelier 1

## DES ATELIERS POUR CONVAINCRE ET RASSEMBLER

Les ateliers recélaient deux objectifs secondaires : convaincre sur l'efficacité de nouvelles méthodes centrées utilisateurs (évangélisation) ainsi que rassembler les collaborateurs et les managers autour du projet de déménagement en les impliquant le plus tôt possible dans le processus de changement. Conséquence : plus de 20 personnes présentes à chaque atelier, la plupart ayant participé aux entretiens. Nous avons donc organisé l'atelier en sous groupe de 4 avec des phases de convergence.

Nous sommes repartis des grands thèmes pour réaliser la trame de l'atelier en alternants phase de travail individuelles et collectives. Chaque atelier a duré 4h, une durée trop longue après analyse à postériori.

## EXTRAIT DU PROTOCOLE DE L'ATELIER 1

14:00	<b>0. INTRO 20mn</b> <i>Accueil (10' de sécu) et Slideshow de présentation (10')</i>
14:20	<b>0.1 ICEBREAKER 15mn</b> - <b>Cercle</b> (définir des questions) + <b>Name your group 5 mn (changer a chaque atelier?)</b>
14:35	<b>A. DÉFINITION DU CADRE MACRO 25mn</b>  1. <b>Actuellement quels sont les espaces dans lesquels vous travaillez ? Seul, en groupe? prêt/ loin? 5mn</b> <i>Diviser tout en 4 groupes de 4 (un groupe de 5). Dans chaque groupe de 4 encourager de mettre le plus de post-its possible individuellement, sans trop réfléchir.</i>  2. <b>Affinity Mapping (par groupe de 4) 5mn</b> <i>Dans chaque groupe essayez de trouver des regroupements de thèmes, mettre les post-its en groupe et donner un nom au thèmes.</i>  3. <b>Merge 15mn</b> <i>Regarder les regroupement que chaque groupe a trouvé (devrait etre quelquechose comme office, Mob Int. Mob Ext. TT, etc...) et noter sur board commune</i>
15:00	<b>B. CATEGORIE 1: Mon bureau 55mn</b>  <b>Par sujet 15mn x 3</b> 1. <b>Jobs, Pains, Gains (+ - et objectifs) 10mn</b> ⇒ Give insight cards with images + booster questions 2. <b>Vote et classement 5mn</b>

# Animation des ateliers 1 & 2

## RENDRE LES PARTICIPANTS ACTEURS

Lors du 1er ateliers, nous avons divisé le groupe en équipes de 4 et avons attribué 1 designer par groupe afin d'orchestrer les exercices à réaliser et d'assister au mieux les participants. Nous avons également disposé tables & chaises à leur disposition. Le 1er atelier s'est bien déroulé mais nous nous sommes vite rendu compte que **la disposition actuelle rendait les participants passifs**, en plaçant trop les animateurs au centre.

Lors du 2ème atelier, nous avons complètement changé notre stratégie : les consignes étaient données en grand groupe puis les petits groupes se rejoignaient **sans animateur attribué**, les **animateurs étaient volants** et répondaient aux questions sur demande. **Les chaises avaient également été retirées** afin de **favoriser des postures debout et actives**. Les conséquences de ces changements ne se sont pas fait attendre : **des participants beaucoup plus actifs et investis dans l'atelier**.



# Conclusion

Ce projet a permis **la combinaison de nombreuses méthodologies de recherche** : des entretiens utilisateurs en passant par l'observation terrain, et jusqu'à l'organisation d'ateliers utilisateurs XXL. Une très grande quantité d'information a ainsi pu être recueillie afin de mieux cerner l'expérience d'un collaborateur CNP ainsi que ses aspirations pour le futur.

Je n'ai malheureusement pas pu participer au projet jusqu'à la fin, en raison d'un autre projet auquel j'ai été assigné. J'ai pu cependant accéder au livrable final, qui m'a semblé difficile à digérer et assimiler (un powerpoint de 150 slides pesant plus de 700mo). J'aurai personnellement favorisé plusieurs livrables et surtout plusieurs formes de livrables (afin d'alterner entre du contenu visuel et du contenu textuel).