

MISE EN APPLICATION DU COURS UX/UI

USER EXPERIENCE / USER INTERFACE

PRÉSENTATION

EXERCICE :

Repenser le menu et l'organisation des informations de la page d'accueil www.creapole.fr

OBJECTIFS :

- PERSONNEL : MISE EN APPLICATION DE LA THÉORIE
- EXERCICE : RENDRE L'INTERFACE CLAIRE ET INTUITIVE et SIMPLIFIER LA NAVIGATION

CONTENU DE L'EXERCICE :

1. RÉALISER UN BENCHMARK DE LA CONCURRENCE (En sélectionner 3 min. et 5 max.)
2. AUDIT de l'existant : SWOT (Forces/Faiblesses/Opportunités/Menaces)
3. REPENSER L'ARCHITECTURE DE L'INFORMATION DE LA PAGE D'ACCUEIL : TRI DE CARTES
4. CRÉER 2 PERSONNAS (3 max.) ET DÉFINIR POUR CHACUN UN PARCOURS UTILISATEUR TYPE
5. RÉALISER UN ZONING PUIS UN WIREFRAME DE LA PAGE D'ACCUEIL EN VOUS BASANT SUR VOS RECOMMANDATIONS. (Rappel : Les wireframes sont en niveau de gris !)
6. CRÉER UNE MAQUETTE DE LA PAGE D'ACCUEIL
7. CRÉER UNE MAQUETTE DÉTAILLÉE DU MENU QUE VOUS PROPOSEZ (En couleur !)

LIVRABLES A FOURNIR :

- Benchmark (1)
- Grille d'analyse de CREAPOLE (SWOT) (2)
- Tri de cartes / Personnas + Parcours utilisateur (3 + 4)
- Zoning + wireframes (5)
- Maquette détaillée de la page d'accueil (6)
- Maquette détaillée du menu (Plusieurs fichiers recommandés) (7)

1. BENCHMARK CONCURRENTIEL

HISTOIRE, DÉFINITION

Créé au début des années 1980 par Xerox.

C'est une méthode qui vise à trouver, parmi les acteurs d'un secteur, les meilleures pratiques pour une activité donnée.

C'est une analyse détaillée qui servira de référence dans le projet.

Son objectif est de mettre en avant les «best practices» des concurrents afin d'en tirer le meilleur en fonction d'un problème défini précisément au départ.

EXEMPLE DE BENCHMARK

1. Recherche des mots-clés utilisés par CRÉAPOLE afin de définir son positionnement

- Balise TITLE :

«CREAPOLE - École supérieure des Arts appliqués - École de Design»

- Balise META DESCRIPTION :

«Bienvenue sur le site de CREAPOLE, l'école supérieure des arts appliqués : design, mode, design produit, design transport, communication visuelle, architecture intérieure, animation 2D 3D et jeu vidéo.»

2. Recherche avec les mots-clés utilisés par CRÉAPOLE afin d'identifier la concurrence

- Requête «école arts appliqués» :

www.supdecreation.com

www.creapole.fr

www.lisaa.com

3. Tableau de synthèse pour CREAPOLE

www.creapole.fr

Domaine d'activité	Type de site	Type d'information	Ergonomie/Navigaton	Profiling visiteurs	Cible(s)	Ton éditorial	Design graphique
- École de création	- Institutionnel	- Informatif	- Navigation confuse - Présence de 2 menus (header + colonne droite), anti-ergonomique, désoriente l'utilisateur - Utilisation du noir comme fond principal : mal utilisé et manque totalement de lisibilité.	- Oui (Formulaire pour recevoir le guide d'orientation)	- Étudiants - Professionnels (VAE CREAPOLE)	- Informationnel - Professionnel	- Dépassé - Confus - Semble être resté figé dans le temps (2000).
Collaboratif	Langues	Fonctionnalités	Interactivité	Technologies utilisées	Réseaux sociaux	Rubriquage	
- Oui : les entreprises peuvent déposer une offre de stage.	- Français - Anglais	- Vidéos - Lien vers le blog CREAPOLE - Déposer une candidature - Chat - Recevoir le guide d'orientation	- Non	- HTML4 en majorité - HTML5 en minorité - Javascript - JQUERY - HTTP (non sécurisé)	- Facebook : 2730 «likes», 34 avis.	- Le premier (header) comporte 7 rubriques + un lien sur le logo CREAPOLE - Le second comporte 9 rubriques et 30 sous-rubriques	

4. Tableau de synthèse pour CONCURRENT 1

SUPDECREATION - www.supdecreation.com

Domaine d'activité	Type de site	Type d'information	Ergonomie/Navigaton	Profiling visiteurs	Cible(s)	Ton éditorial	Design graphique
- École supérieure de création	- Institutionnel	- Informatif	- Navigation claire : présence d'un menu principal clair et d'un menu secondaire dans le header pour la partie «informations» - Utilisation du blanc en fond principal : clarté des informations. L'utilisateur est très bien orienté.	- Candidature - Demande de documentations - Contacts	- Étudiants	- Informationnel - Professionnel	- Actuel - Responsive - Clair et efficace
Collaboratif	Langues	Fonctionnalités	Interactivité	Technologies utilisées	Réseaux sociaux	Rubriquage	
- Non	- Français	- Déposer sa candidature - Recevoir des documentations - Vidéos - Chat	- Non	- Preloader - HTML5/CSS3 - PHP - WORDPRESS - BOOTSTRAP - JAVASCRIPT - JQUERY	- Facebook : 8785 «likes» - Twitter : 956 abonnés / 702 «tweets» - Instagram : 2199 abonnés / 472 publications - Youtube : 29 abonnés	- Le premier («hamurger») comporte 7 rubriques et 29 sous-rubriques, mais bien répartis (pas plus de 7 sous-rubriques par rubrique) - Le second comporte 3 rubriques (informations)	

5. Benchmark pour CONCURRENT 1

SUPDECREATION - www.supdecreation.com

- ABSENCE de MOTEUR DE RECHERCHE
- RESPONSIVE
- MOBILE FRIENDLY
- Site dynamique (Basé sur WORDPRESS)

LES PLUS

Le menu principal est clair, attractif, bien hiérarchisé.

Les liens sont facilement identifiables (Menu principal «hamburger» + Intitulés clairs).

Les interactions sont visibles : effet contrasté au survol de la souris + Intitulés en GRAS + Taille de police lisible

Mise en application de la loi de Fitts :

La loi de Fitts (que l'on doit au psychologue Américain Paul Fitts) lie mouvement et difficulté de résolution d'une tâche. Elle mesure et prédit comment les actions ou les mouvements physiques demandés à un individu peuvent affecter sa capacité à résoudre une tâche ou, l'impression de difficulté qu'il pourra attribuer à celle-ci.

Dans le cas de SUPDECREATION, la colonne qui contient le lien est entièrement cliquable, et non pas uniquement l'intitulé, ce qui facilite l'accès.
(Pertinent et recommandé pour les interfaces tactiles, en augmentant la surface d'interaction, la cible donc le lien est plus facilement atteignable).

Mise en application de la loi de Hyck :

Il s'agit d'une modélisation de relation que l'on peut observer entre une offre de propositions et la rapidité de la décision. Dit autrement cela signifie que plus il y a de propositions plus le choix de l'une d'entre-elles est long. Il est donc préférable de ne pas dépasser sept options.

Dans le cas de SUPDECREATION, le menu principal comporte 7 rubriques, lesquelles ne contiennent pas plus de 7 sous-rubriques.

LES MOINS

Peu de points négatifs à signaler : absence de moteur de recherche.

6. Préconisations pour CREAPOLE

UTILISATION DES POLICES

L'ensemble des tailles de polices du menu doit être augmenté afin d'en accroître la visibilité et l'accessibilité.

Les liens donnant accès aux formations doivent être facilement identifiables.

L'utilisation d'une taille de police importante est recommandée. Le menu sera ainsi plus lisible et accessible sur les interfaces tactiles.

INTERACTIONS

Les interactions doivent être visibles : l'effet au survol de la souris doit être contrasté (couleur de la police et/ou couleur du fond de la cellule).

L'application de la loi de Fitts ainsi que la loi de Hyck sont recommandées :

- La colonne qui contiendra l'intitulé du lien devra être entièrement cliquable, ce qui facilitera l'accès : cela augmentera la surface d'interaction et permettra d'atteindre plus facilement la cible, notamment sur les interfaces tactiles. (Loi de Fitts)

- Le menu principal ne devra pas comporter plus de 7 rubriques, lesquelles ne devront pas contenir plus de 7 sous-rubriques. (Loi de Hyck)

SEO (Optionnel)

Ajouter des attributs «title» sur chaque titre et sur chaque intitulé de formation dans les balises «<a>».

C'est une stratégie efficace, qui améliore le SEO et qui est facile à mettre en place, et donc recommandée.

2. SWOT

DÉFINITION

C'est un outil très précis d'analyse répondant à un double usage : analyse interne et externe d'un projet.
C'est l'acronyme dérivé de l'anglais pour :

Strengths : Forces

Weaknesses : Faiblesses

Opportunities : Opportunités

Threats : Menaces

DORANCO E-LEARNING

EXEMPLE DE SWOT

CREAPOLE - École supérieure des Arts appliqués - École de Design

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> - Un corps enseignant composé à 100% de professionnels du Design et de la Création, régulièrement primés et lauréats de concours nationaux et internationaux. - Un diplôme Bac + 5 de Designer Industriel reconnu par l'État en Niveau I - La plus grande communauté française de designers Bac +5 - 13 mois de stages en France et/ou à l'international trouvés par CREAPOLE - 100% de taux de placement en stages de 3e, 4e et 5e année 	<ul style="list-style-type: none"> - Site obsolète et peu attractif - Information mal organisée - Absence de mentions légales - Non responsive (Mauvaise expérience utilisateur sur appareils mobiles) - Non «Mobile Friendly» - Site non sécurisée (HTPP) - Absence de moteur de recherche (Option facultative si peu de contenus)
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> - Notoriété - Fort potentiel d'améliorations (ergonomiques, graphique, etc.) - Mise en avant de leurs réalisations : en effet, de nombreuses créations de renommées ont été faites par des «Creapoliens», comme plus de 20 modèles d'automobiles, motos et bateaux et notamment l'intérieur de la Mercedes Classe S Coupé, l'extérieur de la Renault Megane 4, l'extérieur de la Citroën DS Divine ou encore l'intérieur de la Peugeot 3008. 	<ul style="list-style-type: none"> - Forte concurrence - Site en HTTP : Google compte, à terme, bannir les sites non sécurisés de son index (https://www.codeur.com/blog/google-https-site-web/) - Site non «Mobile friendly» : Comme pour les sites non sécurisés, Google favorise les sites «Mobile friendly» (https://www.webrankinfo.com/dossiers/referencement-mobile/compatibilite-mobile-critere-seo)

3. TRI DE CARTES ou «*CARD SORTING*»

DÉFINITION

Le tri de cartes sert à organiser et regrouper des cartes représentatives d'un ensemble de contenus.

Il est bénéfique pour architecturer l'information. Cela révèle naturellement la façon dont les utilisateurs regroupent instinctivement les choses et permet de comprendre leur logique. Cela permet de prendre des décisions sur les systèmes de navigation, les relations hiérarchiques et sémantiques entre les différents contenus.

Le tri de cartes se fonde sur le fait que nous avons tous en tête des catégories présumées pour organiser, trier et classer des objets.

TRI DE CARTES pour CREAPOLE (Homepage www.creapole.fr)

1. Énumérer

Quels types de contenus sont présents ?

- Textes : oui
- Vidéos : oui
- Sons : non
- Images : oui
- Modules interactifs : non
- Documents à télécharger : oui

2. Catégoriser

Regrouper les contenus par type

- Menu : textes (Intitulés de rubriques + liens)
- Blocs de contenus : textes (Titres et paragraphes) + images (Statiques et animées) + vidéos (Youtube + Vimeo) + documents à télécharger (.pdf)

3. Structurer

Le but est de réorganiser et clarifier les intitulés. En effet, il existe des doublons avec par exemple des intitulés différents : «Recevoir le guide d'informations» et «Demander une documentation» pointent sur le même document (.pdf). **Application de la loi de Hyck** : 7 rubriques principales, lesquelles n'ont pas plus de 7 sous-rubriques respectives.

AVANT	APRÈS
<p>ACCUEIL Déposez votre candidature dès à présent</p> <p>INSCRIPTION - Laissez-vous guider ! - Obtenir la fiche d'inscription - Recevoir le guide d'orientation</p> <p>FORMATIONS - Prépa / 1re année Spécialisée - Prépa / 1re année Générale - Prépa / 1re année Numérique - Prépa / 1re année Internationale - Stylisme Mode et Modélisme - Communication Visuelle et Multimédia - Design Produit et Innovation - Design Transport et Mobilité - Architecture Intérieure et Décoration - Cinéma d'Animation et Jeu vidéo - Art Design et Luxe - Formation Permanente - Cours du soir - Ateliers d'orientation et d'initiation à la création et au dessin - Ateliers d'orientation et d'initiation à l'Animation et au Game Design - Creapole Langue</p> <p>CERTIFICATIONS - Creapole V.A.E.</p> <p>UN MÉTIER GARANTI - Le service placement - Nos partenaires - Que sont-ils devenus ? - CREAPOLE PROS</p> <p>INTERNATIONAL - Le monde votre champ d'action</p> <p>LE CAMPUS - Un environnement dédié à la création - La vie étudiante</p> <p>NEWS - Les événements - Le Blog</p> <p>STAGE - Déposer une offre de stage</p>	<p>(1) PRÉPAS - 1ère année Spécialisée - 1ère année Générale - 1ère année Numérique - 1ère année Internationale</p> <p>(2) CURSUS - Stylisme Mode et Modélisme - Communication Visuelle et Multimédia - Design Produit et Innovation - Design automobile et Mobilité - Architecture Intérieure et Décoration - Cinéma d'Animation et Jeu vidéo - Art Design et Luxe - Creapole langue</p> <p>(3) INSCRIPTION - Déposez votre candidature - Laissez-vous guider ! - Fiche d'inscription - Guide d'orientation</p> <p>(4) CAMPUS - Un environnement dédié à la création - La vie étudiante - Le service placement - Nos partenaires - Que sont-ils devenus ?</p> <p>(5) ENTREPRISES - Déposer une offre de stage - Creapole V.A.E. - Formation permanente - Creapole pros</p> <p>(6) NEWS - Les événements - Le Blog - Le monde votre champ d'action - Cours du soir - Atelier d'initiation : création et dessin - Atelier d'initiation : animation game design</p> <p>(7) CONTACTS</p>

4. PERSONAS

HISTOIRE, DÉFINITION

C'est une technique ancienne utilisée dès 1993 chez Apple et popularisée par Alan Cooper en 1998 grâce à son ouvrage : «*The Inmates Are Running the Asylum*».
Ce sont des personnages auxquels on donne une identité qui illustrent les profils types des utilisateurs. Ils se présentent sous forme de fiches de données inventées :
Nom, prénom, âge, situation familiale et professionnelle, photo, motivations, objectifs, valeurs, habitudes, besoins, ...

Les personas aident à se concentrer sur de vraies personnes et non à se référer à l'utilisateur comme à une abstraction.

Toutes les informations présentées doivent avoir un intérêt direct pour le design.

FICHE PERSONA 1

Sylvie - 17 ans- Étudiante post-bac

«Sylvie souhaite poursuivre ses études et désire s'orienter vers les métiers de la mode. Elle tient à trouver une école sérieuse dotée d'une très bonne réputation.»

Ses objectifs

Trouver une école avec cursus «Stylisme mode et/ou Modelisme». Elle est déterminée à devenir créatrice de mode et souhaite à terme créer sa propre marque.

Son portrait

Sylvie est passionnée de mode, elle possède un blog sur le sujet et, parmi ses occupations, dessine beaucoup de modèles. Ses créations ont un retour très positif sur les réseaux sociaux.

Ses hobbies

Sylvie est active sur les réseaux sociaux, en particulier Instagram qu'elle relie à son blog personnel. Elle dessine des modèles de vêtements, qu'elle poste ensuite sur ses réseaux. Elle pratique aussi la couture (Elle modifie de vieux vêtements afin de leur donner une seconde vie). Enfin, elle pratique fréquemment la photographie afin de mettre ses créations en valeur.

Technophile ?

Sylvie se sent à l'aise avec les technologies. Elle possède l'ensemble SMARTPHONE-TABLETTE-LAPTOP. De part son aptérence pour la photographie, elle possède également un appareil photo Hybride.



Pratique des réseaux sociaux

Instagram - Facebook - Twitter

PARCOURS UTILISATEUR DE SYLVIE

L'objectif de Sylvie est de trouver une école avec cursus «Stylisme mode et/ou Modelisme». Elle est déterminée à devenir créatrice de mode et souhaite à terme créer sa propre marque.



**«JE VEUX
QU'ON
ME GUIDE»**

- 1. Recherche Google**
- 2. Page d'accueil Creapole > Recherche du cursus par le biais du menu**
- 3. Fiche Cursus «Stylisme Mode et Modelisme»**
- 4. Prise de contact (Appel Téléphonique)**

Objectif atteint

FICHE PERSONA 2

Alexandre - 18 ans- Étudiant post-bac

«Alexandre souhaite poursuivre ses études et désire s'orienter vers les métiers du jeu vidéo. Il cherche une école au sein de laquelle l'enseignement est reconnu pour ses enseignants, ses partenariats et sa notoriété.»

Ses objectifs

Trouver une école avec cursus «Jeux vidéos». Il souhaite suivre un cursus complet qui lui offrira plus de débouchés, et donc de possibilités de trouver un emploi à la sortie de l'école.

Son portrait

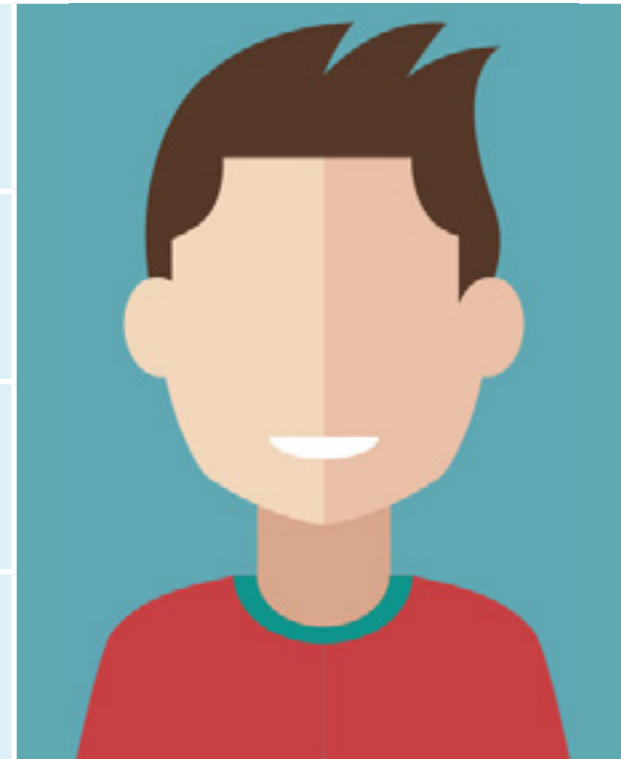
Alexandre est passionné de jeux vidéos et de 3D. Il est passionné mais donne toujours priorité à ses études grâce à un très bon encadrement familial : en effet, c'est aussi parce que son père évolué dans le monde du jeu vidéo qu'il souhaite suivre cette voie qui le passionne depuis son enfance.

Ses hobbies

Jeux vidéos : Joue en réseau et est très actif sur TWITCH.
Modélisation 3D (avec l'aide de son père)
Sport : pratique le BMX.

Technophile ?

Alexandre est à l'aise avec les technologies. Il possède l'ensemble SMARTPHONE-TABLETTE-DESKTOP.
Il utilise également des logiciels comme MAYA 3D, photoshop, ...



Pratique des réseaux sociaux

Twitch - Instagram - Facebook - Twitter

PARCOURS UTILISATEUR D'ALEXANDRE

L'objectif d'Alexandre est de trouver une école avec cursus «Jeux vidéos». Il souhaite suivre un cursus complet qui lui offrira plus de débouchés.



**«JE SAIS
CE QUE
JE VEUX»**

- 1. Recherche Google**
- 2. Page d'accueil Creapole > Recherche du cursus par le biais du menu**
- 3. Fiche Cursus «Cinéma d'animation et Jeu Vidéo»**
- 4. Prise de contact (Demande de documentation)**

Objectif atteint

5. ZONING ET WIREFRAMES

1. Zoning page d'accueil www.creapole.fr

Lister les contenus et les réorganiser (Théorie de la GESTALT)

1. Header + Navigation

- Menu / Contact
- Register (UK)

2. Contenu niveau 1

- CREAPOLE : L'ÉCOLE DE CRÉATION ET MANAGEMENT (1 bloc)
- LES ARTS APPLIQUÉS ONT LEUR CAMPUS (1 bloc)
- CREAPOLE PROPOSE TROIS CYCLES DE FORMATION (1 bloc)
- LE PLACEMENT : LE RÉSULTAT LOGIQUE DE NOTRE ENSEIGNEMENT (1 bloc)

3. Call to action

- Journées portes ouvertes (1 bloc)
- Journée d'orientation (23/02) (1 bloc)

4. Push niveau 2

- Actualités Creapole (Défilement) (1 bloc)
- «Leaders of learning» (1 bloc)
- «Statistiques» Creapole (Défilement) (1 bloc)
- Article Figaro (1 bloc)
- Vidéos (1 bloc)
- Push Creapole (Cursus, devenir des étudiants, ...)

5. Footer

- Accès au Blog «Creapole»
- Plan d'accès
- Contacts
- Mentions légales
- Réseaux sociaux

5 - 6 - 7 : Voir documents annexes.

Liste des documents :

- 01-Exercice-UX-Zoning-Creapole.png
- 02-Exercice-UX-Wireframe-Creapole.png
- 03-Exercice-UX-Mockup-Creapole.png
- 04-Exercice-UX-Menu1-Creapole.png
- 05-Exercice-UX-Menu2-Creapole.png
- 06-Exercice-UX-Menu3-Creapole.png
- 07-Exercice-UX-Menu4-Creapole.png
- 08-Exercice-UX-Menu5-Creapole.png
- 09-Exercice-UX-Menu6-Creapole.png