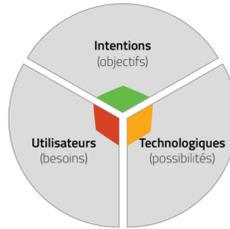


1 Recherche

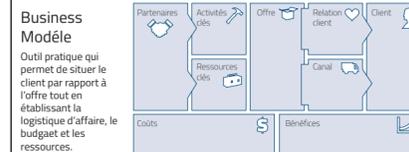
Identifier le point de convergence entre les intentions (vendre, fidéliser, informer,...), celles des utilisateurs et les possibilités technologiques.



Intentions	Utilisateurs	Technologies
Etablir un Business modèle	Réaliser des enquêtes	Veille technologique
Analyser la concurrence	Consulter les données démographiques	Analyser les outils et les tendances.

Qui fait quoi	
UX Design	Analyse les tendances technologiques en lien avec les intentions
Marketing	Définit les intentions et objectifs, réalise les enquêtes utilisateur
Développement	Effectue la veille technologique

Ressources



Business Modèle
Outil pratique qui permet de situer le client par rapport à l'offre tout en établissant la logistique d'affaire, le budget et les ressources.

www.businessmodelgeneration.com

2 Analyse utilisateur

Identifier le profil type des utilisateurs ciblés : buts, personnalité, comportements. Définir un utilisateur type (archétype) aussi appelé persona.



1. Recherche	2. Analyse	3. Modélisation
Effectuer les entretiens et des focus group	Grouper les comportements types	Créer le profil type (fiche et données, description, photo caractéristiques et récit)
S'informer sur les habitudes techno. des groupes ciblés.	Etablir des données statistiques	

Qui fait quoi	
UX Design	Définit les paramètres à détecter en lien avec l'accessibilité, l'utilité du produit.
Marketing	Mène l'analyse, définit le profil type ciblé.

Ressources

- 1 Profil
 - 2 Personnalité
 - 3 Références et influences
 - 4 Citation
 - 5 Connaissances informatiques
 - 6 Expérience, but
 - 7 Supports utilisés
- www.weloveusers.com

3 Stratégie de communication

Définir la stratégie dans laquelle l'outil s'inscrit sur le plan de la communication et du marketing. Situer la forme du message (langage) à utiliser.



Supports	Workflow	SEO
Préciser la communication par chaque support et définir les interactions entre eux.	Définir la stratégie de création et de mise à jour des contenus dans le workflow.	Définir les mots-clés pour un positionnement optimal sur le marché.

Qui fait quoi	
UX Design	Définit les critères de conversions
Marketing	Définit les intentions et objectifs de la communication
	Définit les mots-clés (SEO)

Ressources

adwords.google.fr/KeywordPlanner

4 Scénarisation

Figurer les scénarios d'accès aux contenus. Etablir les storyboards fonctionnels qui décrivent les opérations clés et la réussite des conversions.



Contenu	Fonctionnel
Définir comment l'utilisateur accède et transmet du contenu.	Scénariser les étapes que doit effectuer un utilisateur pour mener une action jusqu'à son terme. Identifier les obstacles pouvant bloquer l'utilisateur.

Qui fait quoi	
UX Design	Définit pour chaque étape les contenus, outils et actions menés par l'utilisateur
Marketing	Indique les informations à diffuser et collecter de l'utilisateur
Développement	Complète l'analyse technique selon les indications des scénarios.

Ressources

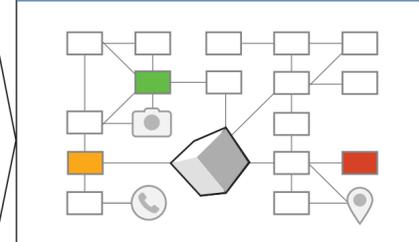
Aventure de l'utilisateur (Visitor journey)
Simule le parcours de l'utilisateur, les cycles de ses décisions et les points d'impact au fil de la progression. Indique également la position stratégique des supports.

INTENTION → ENGAGE → UTILISE → PARTAGE → SORTIE

- Engage une démarche
- Contact par e-mail
- Infos par tél.
- Consulte les références
- Inscription
- Localisation
- Formulaire inscription
- Réseaux sociaux
- Téléchargement
- Bouche-à-oreille
- Recherche

5 Architecture du contenu

Structurer et organiser le contenu. Figurer les niveaux de navigations et les interactions avec les outils du support.



Structure	Contexte d'utilisation
Etablir la hiérarchie du contenu. Répercuter la stratégie SEO dans l'organisation des pages.	Figurer les "call-to-action" en fonction du contexte d'utilisation. Etablir une stratégie quant au contexte d'utilisation des ressources des supports.

Qui fait quoi	
UX Design	Etablit une structure « user friendly ».
Marketing	Définit une structure et contenus SEO friendly.
Développement	Description des fonctionnalités d'utilisabilité pour les modes de navigation envisagés.

Ressources

Mobile first
Considérer en priorité les conditions particulières de consultation des contenus sur mobile.

Attente de l'utilisateur
Contenu équivalent entre la version desktop et mobile. Il doit être clair, focalisé et utile.

Connexion
Connexion par toujours disponible et peu performante.

Contexte d'utilisation
Partout (maison, bureau, transports, boutiques, devant la télé...).

Quand
Dès que possible : en se levant, lors des déplacements, au retour du travail et avant de se coucher.

6 Ergonomie

Définir la composition de l'interface et l'emplacement des outils de la navigation. Réaliser un prototype graphique (wireframes) selon les indications techniques.



Contenu	Fonctionnel
Etablir la hiérarchie graphique des contenus en établissant leur forme et disposition dans la composition.	Simuler les outils de navigation et d'interaction proposés à l'utilisateur. Transposer les fonctionnalités des scénarios et les spécifications techniques.

Qui fait quoi	
UX Design	Figure la disposition des outils
Marketing	Recommande la hiérarchie des contenus
UI Design	Compose le prototype (sketchs puis wireframes)
Développement	Complète l'analyse technique sur la base des fonctionnalités décrites dans le prototype

Ressources

Grille
Le prototype graphique définit la composition des interfaces et permet d'établir la grille qui fixe les règles de composition. La grille s'établit sur mesure (en fonction de la composition). La grille est la même pour les différents supports. Les interfaces seront posées sur un nombre différent de colonnes.

7 Design

Rendre agréable et attrayant les interfaces de l'outil. Produire le contenu graphique.



1. Inspiration	2. Composition	3. Règles
Créer un moodboard. Utiliser les chartes graphiques existantes.	Création des éléments graphiques. Renforcer la hiérarchie des contenus.	Formaliser les règles graphiques dans une charte réservée à l'outil.

Qui fait quoi	
UI Design	Habile les wireframes. Etablit des règles graphiques de mise en page et de composition. Renforce les niveaux de lecture. Elabore les outils graphiques et icônes. Définit la charte graphique de l'outil.

Ressources

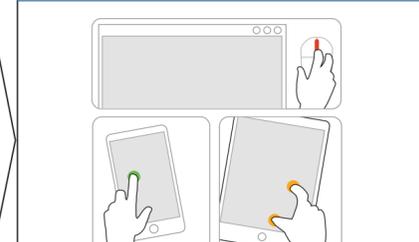
Material design
Avec le Material Design, Google a établi des principes qui permettent de régir le design d'interfaces d'outils Web et mobiles :

- Métaphore du matériel**
Les composants de l'interface disposent des caractéristiques physiques des objets matériels afin de paraître réels par l'effet de la lumière, leur déplacement et leur interaction.
- Gras, graphique et intentionnel**
Traitement graphique rend évident la hiérarchie du contenu et les interactions possibles. Priorité aux aplats de couleurs, à l'espace et à la typographies à grande échelle.
- L'animation a un rôle significatif**
L'utilisateur est à l'origine des mouvements d'objets qui s'animent sans rupture, dans la continuité de l'expérience bien qu'il se transforme et s'organise.

www.google.com/design/spec/material-design

8 Prototype

Mise en contexte d'utilisation des interfaces et des fonctionnalités clés. Permet de constater l'agissement du contenu sur les différents supports.



Design	Utilisation
Améliorer le positionnement des contenus sur les différents supports. Définir les points de rupture du "responsive design".	Considérer l'aisance du fonctionnement des outils en fonction du support. Optimiser les opérations des scénarios.

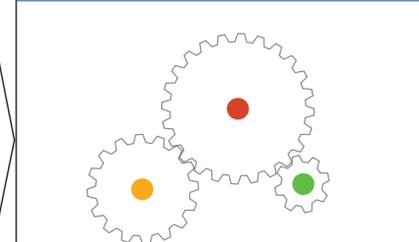
Qui fait quoi	
UX Design	Mène les essais sur les supports et auprès d'utilisateurs et formule les recommandations.
Développement	Développe les prototypes de simulation proposant les fonctionnalités clés.
UI Design	Apporte des solutions de composition pour améliorant l'accessibilité et l'utilisabilité.

Ressources

Points de rupture
Considérer l'agissement des contenus, outils et fonctionnalités sur toutes les tailles d'écran. Etablir des points de rupture pour chaque transformation stratégique de l'interface.

9 Développement

Intégration des interfaces et développement des fonctionnalités.



Fonctionnalités	SEO
Développements en référence à l'analyse, aux spécifications techniques et à la charte graphique.	Utilisation des techniques de référencement naturel optimal.

Qui fait quoi	
Développement	Mise en place des fonctionnalités. Intégration des interfaces de l'outil.

Ressources

CMS et Framework
L'utilisation d'un CMS existant permet d'envisager un gain de temps important qui s'avère toute relative selon l'ampleur des besoins spécifiques d'un projet.

Processus : Télécharger, installer et configurer → Installer et administrer des thèmes et modules → Créer un thème graphique → Développer de nouvelles fonctionnalités → Améliorer les performances.

10 Tests

Mise en condition réelle d'utilisation de l'outil. Définir un protocole (marche à suivre) de tests. Etablir un système itératif de correction et d'amélioration des outils.



Développement	UX
Corriger les bugs fonctionnels et techniques. Simuler de hautes fréquences d'utilisation. Simuler les attaques potentiels.	Vérifier que l'utilisation de l'outil répond aux exigences d'accessibilité, de trouvabilité et de performance.

Qui fait quoi	
UX Design	Mène les tests fonctionnels et utilisateurs.
Développement	Effectue les corrections de bugs. Mène les tests de sécurité et de performance
UI Design	Apporte des améliorations dans l'aménagement des contenus.

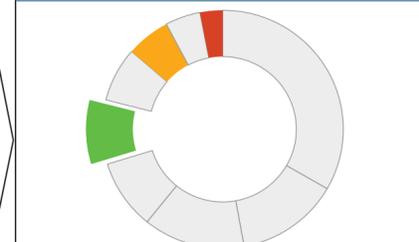
Ressources

Est-ce réellement un bug ?
Evaluer le temps et le risque qu'impliquent la résolution des bugs. Ceci permet de reconsidérer la planification et éventuellement transformer un problème en opportunité.

Cycle : Définition des fonctions → Tests → Audit amélioration vs risques → Développement → Définition des fonctions.

11 Analyses & statistiques

Poursuivre une fois l'outil en production l'optimisation de l'outil afin de répondre encore mieux aux besoins des utilisateurs tout en assurant sa pérennité.



Contenu	Utilisateur
Mener des tests A/B qui ciblent des améliorations potentielles. Observer les tendances statistiques de fréquentation.	Aménager des espaces d'échange, de sondage et de feedbacks notamment sur les réseaux sociaux. Observer l'efficacité des scénarios de conversion.

Qui fait quoi	
UX Design	Entretient les outils de veille et formule des recommandations en fonction des analyses.
Marketing	Définit les objectifs quant aux conversions ponctuelles et définitives attendus.
Développement	Assure la maintenance et intègre les recommandations.

Ressources

Google PageSpeed Insights
Etablit un diagnostic tout en donnant des indications sur la manière de résoudre les problèmes identifiés. Ces analyses s'établissent sur : La performance, L'expérience utilisateur, Les différents supports.

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights>