

# Comprendre la démarche utilisateur UI/UX



---

# Comprendre la démarche utilisateur UI/UX

---

1. **Ce qui nous fait bloquer en Design UI/UX**
2. **Qu'est-ce qu'une charte graphique ?**
3. **Qu'est-ce que l'UX Design ?**
4. **L'UX et les émotions**
5. **Qu'est-ce qu'un Persona ?**
  - a. Exemple de Persona
  - b. Comment créer un persona efficace ?
6. **Différences entre UX et UI**
  - L'UI ne fait pas tout
  - UI et UX dans le web : un duo indispensable
  - Les 5 fondamentaux de l'UI
7. **Qu'est-ce qu'un User Flow ?**
  - a. Exemple de user flow
  - b. Comment créer un user flow efficace ?
  - c. Installer Balsamiq Mockup
8. **Exercice : analyser l'UI et l'UX d'un site ou d'une application**
9. **Exercice : Créez votre propre persona**
10. **Exercice user flow**
11. **Ressources**

## **Vous avez l'impression que :**

1. Votre site ou votre application est compliquée à utiliser
2. L'interface n'est pas attrayante ou confuse
3. On n'écoute pas votre avis sur le design
4. Vous passez trop de temps sur la partie interface et vous n'êtes pas sûr de vos choix graphiques
5. Votre client ne sait pas trop ce qu'il veut

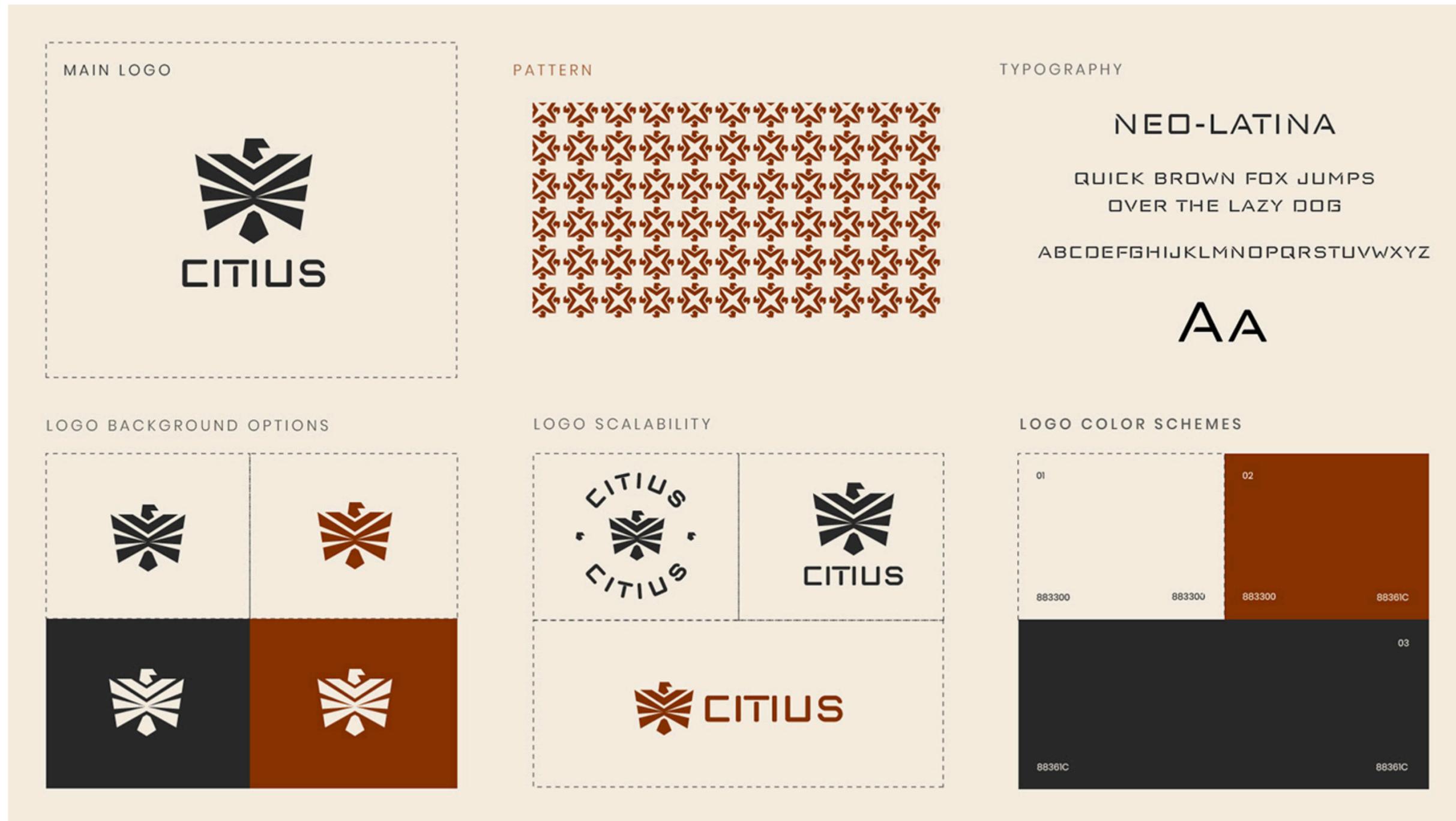


## Ce qui bloque

1. Manque de cohérence
2. Avoir une application simple à utiliser
3. Navigation intuitive
4. Différences de point de vue
5. Choix des couleurs/contrastes
6. Difficultés techniques
7. Mettre en page des éléments
8. Prendre en compte ses utilisateurs
9. Manque d'expérience
10. Manque de spécifications,
11. etc...



# Qu'est-ce qu'une charte graphique ?



---

## Qu'est-ce qu'une charte graphique ?

---

C'est un document qui **définit les règles visuelles** d'une marque, d'un site web ou d'une application. Elle sert à garantir une cohérence graphique dans toutes les créations (logo, couleurs, typographie, mise en page...).



### ☛ Que contient une charte graphique ?

1. **Le logo** : Ses versions (couleurs, noir et blanc, icône...).
2. **Les couleurs** : Palette principale et couleurs secondaires avec leurs codes (hex, RGB, CMYK).
3. **Les typographies** : Polices utilisées pour les titres et les textes.
4. **Les espacements et mises en page** : Marges, alignements, structure des blocs.
5. **Le style des images et icônes** : Illustrations, pictogrammes, photos adaptées à l'identité de la marque.

### ☛ Exemples de charte graphique :

[https://www.afecdax.ovh/ressources/charte-graphique/Mane\\_communication\\_guidelines\\_2020.pdf](https://www.afecdax.ovh/ressources/charte-graphique/Mane_communication_guidelines_2020.pdf)

---

**Qu'est-ce que l'UX ?**

---



---

# Qu'est ce que l'UX Design ?

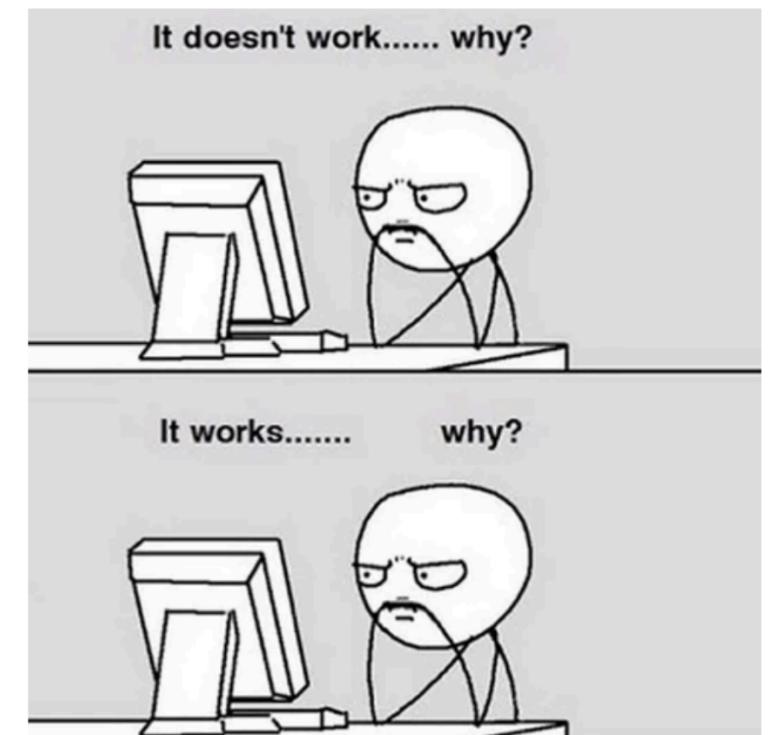
---

L'**UX Design** (User Experience Design en anglais), signifie "conception de l'expérience utilisateur". En pratique, on parle presque toujours d'**UX**, même en France.

L'UX regroupe **un ensemble de normes**, méthodes et bonnes pratiques pour concevoir des interfaces (sites web, applications, logiciels...).

Mais au-delà de l'aspect visuel ou fonctionnel, il s'agit surtout de

**l'expérience vécue par l'utilisateur** lorsqu'il interagit avec un produit.



---

# L'UX prend en compte les besoins des utilisateurs

---

## ☞ Comprendre l'utilisateur pour concevoir une bonne expérience

L'objectif d'un UX Designer est de concevoir un produit simple, fluide et agréable à utiliser.

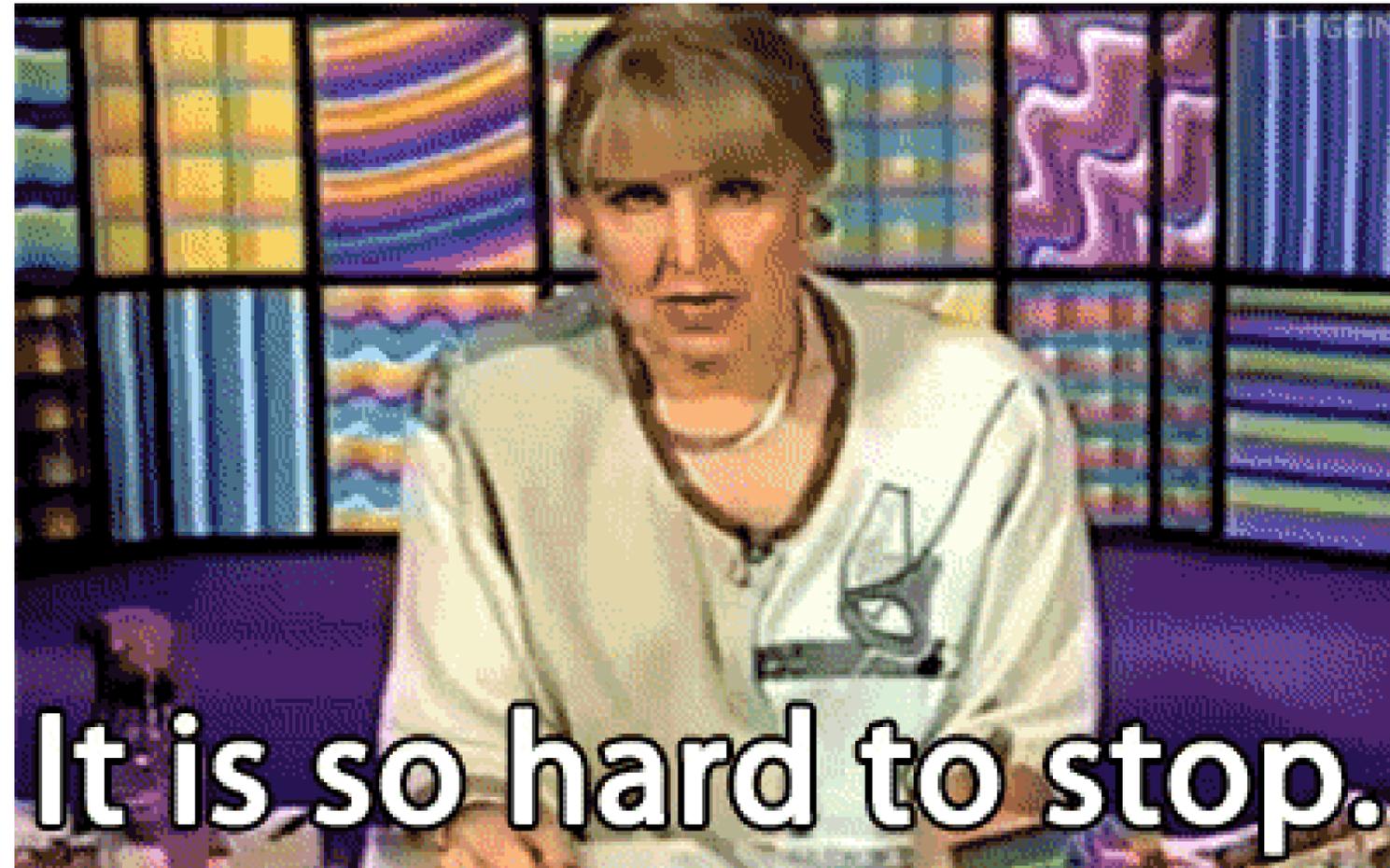
## ☞ Cela signifie qu'il doit :

- **Rendre l'interface facile** à comprendre et intuitive.
- Savoir **comment et dans quel contexte les utilisateurs vont interagir** avec le produit.
- S'assurer que l'**expérience soit agréable** et efficace.
- **Comprendre ce que l'utilisateur ne veut pas.**
- L'objectif final est de **rendre l'utilisateur "heureux"** pour qu'il continue d'utiliser le produit.

---

## L'UX est lié à l'émotion

---



- ☛ Si le produit vous plait, vous allez vouloir continuer à l'utiliser, parfois à tel point que vous ne pourrez pas vous en passer.

---

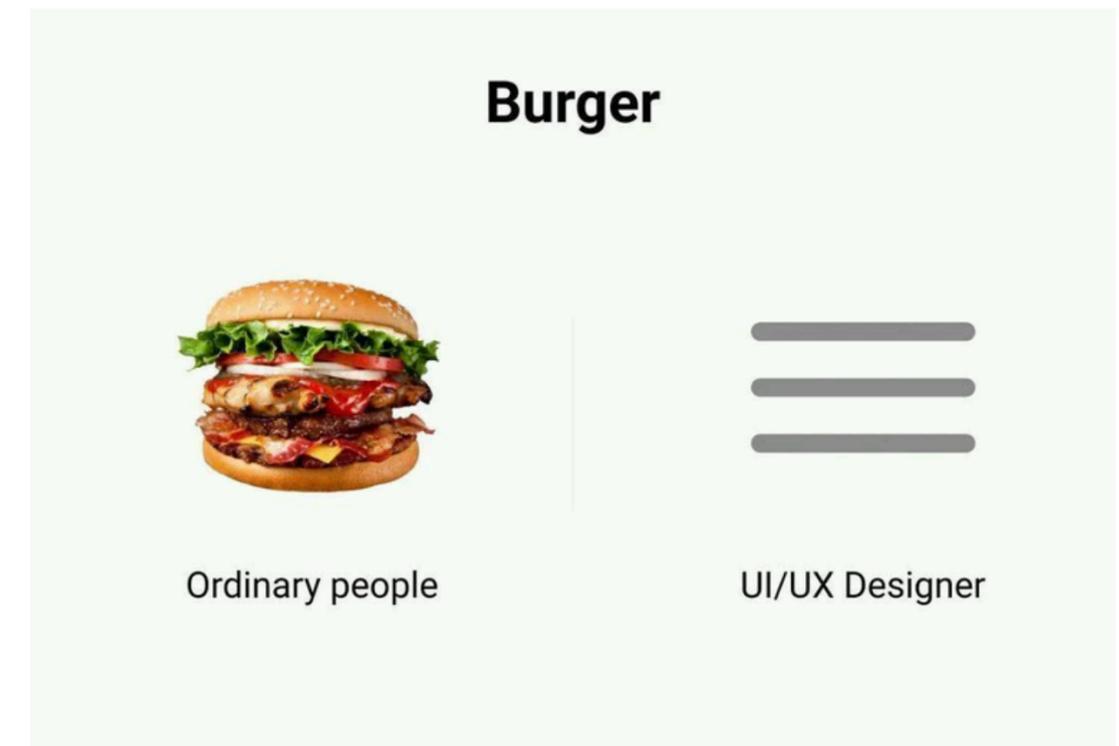
# L'UX et les émotions : pourquoi on s'attache à certains produits ?

---

Quand on utilise un produit (un site, une application, un objet du quotidien), on ne réfléchit pas seulement avec notre tête : nos **émotions** jouent un rôle important

☞ Si un produit nous plaît, s'il est facile à utiliser et nous apporte une satisfaction immédiate, **on va vouloir continuer à l'utiliser.**

☞ C'est pour cela que certaines innovations deviennent incontournables : elles offrent **une expérience** si agréable qu'on ne peut plus s'en passer.

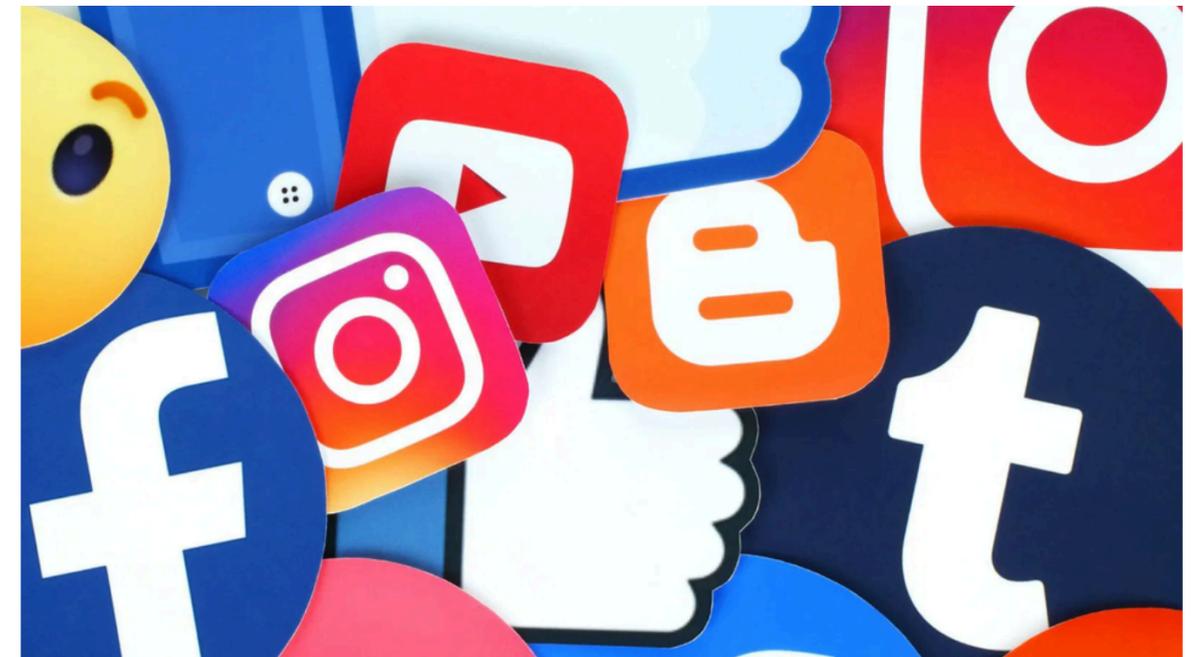


# Pourquoi passe-t-on autant de temps sur Instagram, TikTok, Facebook ?

---

👉 Parce que l'UX est pensée pour nous donner envie de rester !

- **Inifinite scroll** : On peut faire défiler les contenus sans fin, impossible de s'arrêter !
- **Notifications** : Elles attirent notre attention et nous donnent envie de cliquer.
- **Likes & commentaires** : Ils créent une sensation de plaisir et d'interaction.



---

## Différences entre UX et UI

---

A quoi bon faire un magnifique chemin si personne ne l'utilise ? Le design est ici inutile car il n'a pas provoqué une bonne expérience. Le besoin des riverains n'a pas été pris en compte lorsque le chemin a été créé.



---

## Différences entre UX et UI

---

On mélange souvent **UX** et **UI** (User Interface), et c'est normal : ces deux domaines sont complémentaires et les UX Designers et UI Designers travaillent ensemble pour concevoir des produits numériques réussis.

- **L'UX (Expérience Utilisateur)** concerne l'expérience globale : c'est tout ce qui permet à un produit d'être agréable, intuitif et efficace.
- **L'UI (Interface Utilisateur)** concerne la partie visible : c'est le design, les couleurs, les boutons, les icônes... bref, tout ce que l'on voit et avec quoi on interagit.

☞ **L'UI, c'est ce qu'on regarde. L'UX, c'est ce qu'on ressent.**



---

# Différences entre UX et UI

---



## Contenu

Ce que vous proposez à votre utilisateur

*Sauce ketchup*

## Tâche

Ce que l'utilisateur veut faire

*Mettre du ketchup dans son plat*

## Interface Utilisateur (UI)

Ce qui va être utilisé pour accéder au contenu

*Conteneur / forme de la bouteille*

## L'ergonomie

La capacité d'un objet à être facilement utilisé par un utilisateur pour compléter sa tâche.

*Facilité d'utilisation de la bouteille pour mettre rapidement du ketchup dans son plat.*



---

## Différences entre UX et UI



**Expérience utilisateur**  
Ce que l'utilisateur va vivre.

### **Design Thinking**

Cadre qui favorise l'innovation qui se base sur la co-créativité et les retours des utilisateurs finaux.

*C'est le processus qui a permis à Heinz de créer les bouteilles "têtes en bas" au début des années 2000.*

A user interface is like a joke. If you have to explain it, it's not that good.

---

# Concevoir en prenant en compte les utilisateurs

---

Un **persona** est une représentation détaillée de votre client idéal basé sur des données et des hypothèses. Il vous aide à comprendre qui est votre utilisateur, ce qu'il attend et comment il va utiliser votre produit.

## 👉 Pourquoi créer un persona ?

- Pour concevoir un site ou une application vraiment adaptée à ses utilisateurs.
- Pour mieux anticiper leurs besoins et leurs frustrations.
- Pour éviter de concevoir un produit pour tout le monde... et au final pour personne !
- Le persona ne décrit pas le client : il explique pourquoi il agit de cette manière, quelles sont ses besoins/motivations.



---

# Comment créer un persona efficace ?

---

Un persona doit contenir des informations **précises mais simples** :

- **Identité** : Prénom, âge, métier, situation familiale.
- **Comportements numériques** : Utilise-t-il plutôt un ordinateur ou un smartphone ? Quels sites ou applis utilise-t-il souvent ?
- **Besoins et attentes** : Que vient-il chercher sur votre site ? Quelles actions veut-il faire ?
- **Freins et frustrations** : Qu'est-ce qui pourrait l'empêcher d'atteindre son objectif ?
- **Habitudes d'achats**, interactions avec la marque, ses valeurs, etc...
- **Regroupement d'informations** en collectant des données (Analytics, etc...)
- **Maximum 1 à 2 persona** pour PME. 3 à 4 persona pour les plus grandes.
- Attention, un persona n'est pas une cible (groupe de personnes qu'on souhaite atteindre avec son produit et/ou service).



---

## Exemple de Persona pour une marque de sport :

---

- 🧑 **Nom** : Eric, 43 ans qui vit à Lyon
- 📁 **Métier** : Responsable commercial
- 📱 **Utilisation du digital** : Utilise son smartphone pour tout (réseaux sociaux, e-commerce, travail).
- 🎯 **Besoins** : Souhaite rester en forme en pratiquant des activités sportives avec sa famille
- ❌ **Frustrations** : Déteste les sites compliqués, n'a pas envie de remplir trop de formulaires.



👉 Grâce à ce **persona**, on sait qu'Eric est à la recherche de produits sportifs qui s'adaptent à son emploi du temps chargé, vous pourriez créer une gamme de produits / services conçus pour les parents actifs.

---

# La carte d'empathie

---

Pour aller encore plus loin dans le persona, on peut créer une **carte d'empathie** :

- C'est un outil visuel pour comprendre les perspectives et les émotions d'un persona en se mettant à sa place.
- Elle est divisée en plusieurs sections.

Par exemple, en comprenant qu'Eric est à la recherche de produits sportifs qui s'adaptent à son emploi du temps chargé, vous pouvez créer une gamme de produits / services conçus pour les parents actifs.

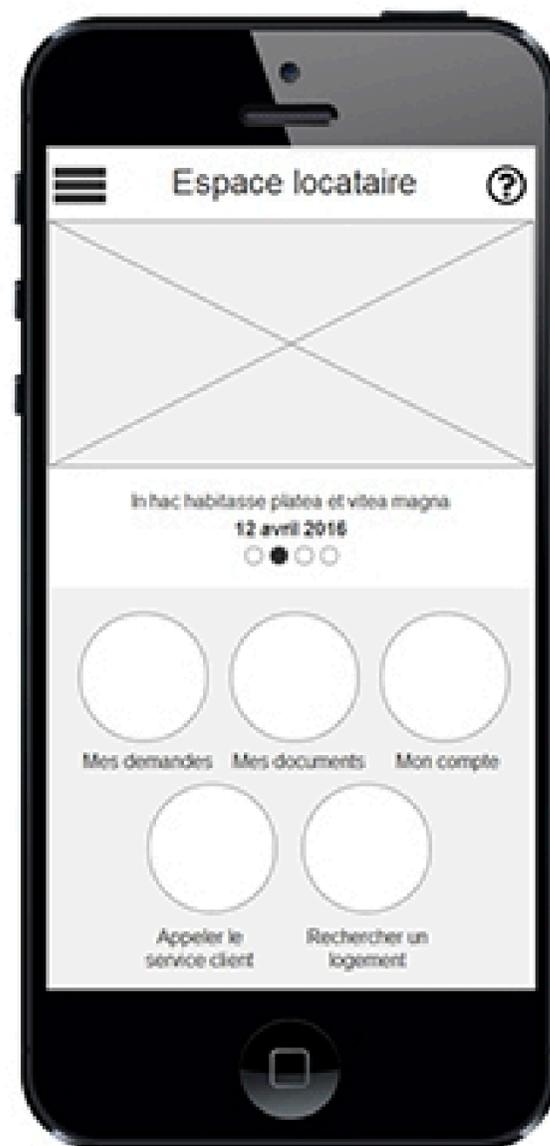


---

## UI et UX dans le web : un duo indispensable

---

UX



UI

---

# L'UI et L'UX dans le web : un duo indispensable

---



## 👉 Le rôle du Designer UX :

- Il se demande **s'il faut vraiment ce bouton** ou s'il existe une meilleure solution.
- Il réfléchit à **l'organisation du site** pour que l'utilisateur trouve vite ce qu'il cherche.
- Il crée des **wireframes** pour tester différentes solutions avant de passer au design.
- Il **diminue au maximum les interrogations** des utilisateurs lors de leur navigation.



## 👉 Le rôle du Designer UI :

- Il choisit **les couleurs et les formes** des boutons.
- Il définit les **typographies et la mise en page**.
- Il s'assure que l'interface soit agréable à regarder et facile à utiliser.

---

# Les 5 fondamentaux de l'UI

---

## 1/5) Couleurs & Contrastes

- Les couleurs doivent être choisies les unes par rapport aux autres.
- Attention au contraste
- La couleur peut porter une signification (rouge = erreur)
- Respect de la charte graphique

The screenshot shows a mobile interface for a GLS delivery confirmation. The header is a dark brown bar with the text "Your delivery" in white and the GLS logo in yellow and blue. Below the header is a light green box containing the text: "In case of absence, GLS offers you a signature-free delivery for your parcel n ° Z51VLP2K coming from GLS SPAIN." Below this is a red box with a white checkbox and the text: "In case of absence, I authorize the delivery person to drop off my package at or near my home (terrace, garden, etc.), without signature at the following location:". Below the red box is a red input field with the placeholder text "Please enter a specific description". Below the input field is a yellow button with the text "I confirm my choice →". At the bottom of the form is a small yellow box with the text "CAUTION: Once your choice is validated, you will no longer be able to modify it!".

# Les 5 fondamentaux de l'UI

## 2/5) Espaces & alignements

- Apparaît comme cassé
- Complexe à lire
- A l'air peu fiable

The image shows a screenshot of a GLS delivery confirmation form with various annotations indicating spacing and alignment problems. The form is titled "Your delivery" and features the GLS logo. The text on the form includes: "In case of absence, GLS offers you a signature-free delivery for your parcel n ° Z51VLP2K coming from GLS SPAIN.", a checkbox for authorizing signature-free delivery, a text input field for a specific description, a caution message, and a confirmation button.

Annotations on the right side of the form indicate the following dimensions:

- 30px (top margin)
- 30px (padding between title and logo)
- 30px (padding between logo and text)
- 20px (padding between text blocks)
- 20px (padding between text and checkbox)
- 20px (padding between checkbox and text)
- 20px (padding between text and input field)
- 20px (padding between input field and caution)
- 20px (padding between caution and button)
- 30px (padding between button and bottom margin)

---

# Les 5 fondamentaux de l'UI

---

## 3/5) Hiérarchie visuelle

- Tous les textes de la même taille : aucune information n'apparaît comme plus importante.
- L'utilisateur est obligé de tout lire pour bien comprendre
- Certaines informations peuvent être manquées ou ignorées.

Your delivery 

In case of absence, GLS offers you a signature-free delivery for your parcel n ° Z51VLP2K coming from GLS SPAIN.

In case of absence, I authorize the delivery person to drop off my package at or near my home (terrace, garden, etc.), without signature at the following location:

Please enter a specific description

CAUTION: Once your choice is validated, you will no longer be able to modify it!

I confirm my choice →

---

## Les 5 fondamentaux de l'UI

---

### 4/5) Complexité / Simplicité

- Trop d'effets peuvent donner un aspect daté.
- Les utilisateurs ne savent pas où donner de l'attention.
- Peut amener les utilisateurs à abandonner.
- Complexe à comprendre le contexte.



**Your delivery** 

**In case of absence, GLS offers you a signature-free delivery for your parcel n° Z51VLP2K coming from GLS SPAIN.**

In case of absence, **I authorize the delivery person to drop off my package at or near my home (terrace, garden, etc.), without signature at the following location:**

Please enter a specific description

*CAUTION: Once your choice is validated, you will no longer be able to modify it!*

**I confirm my choice →**

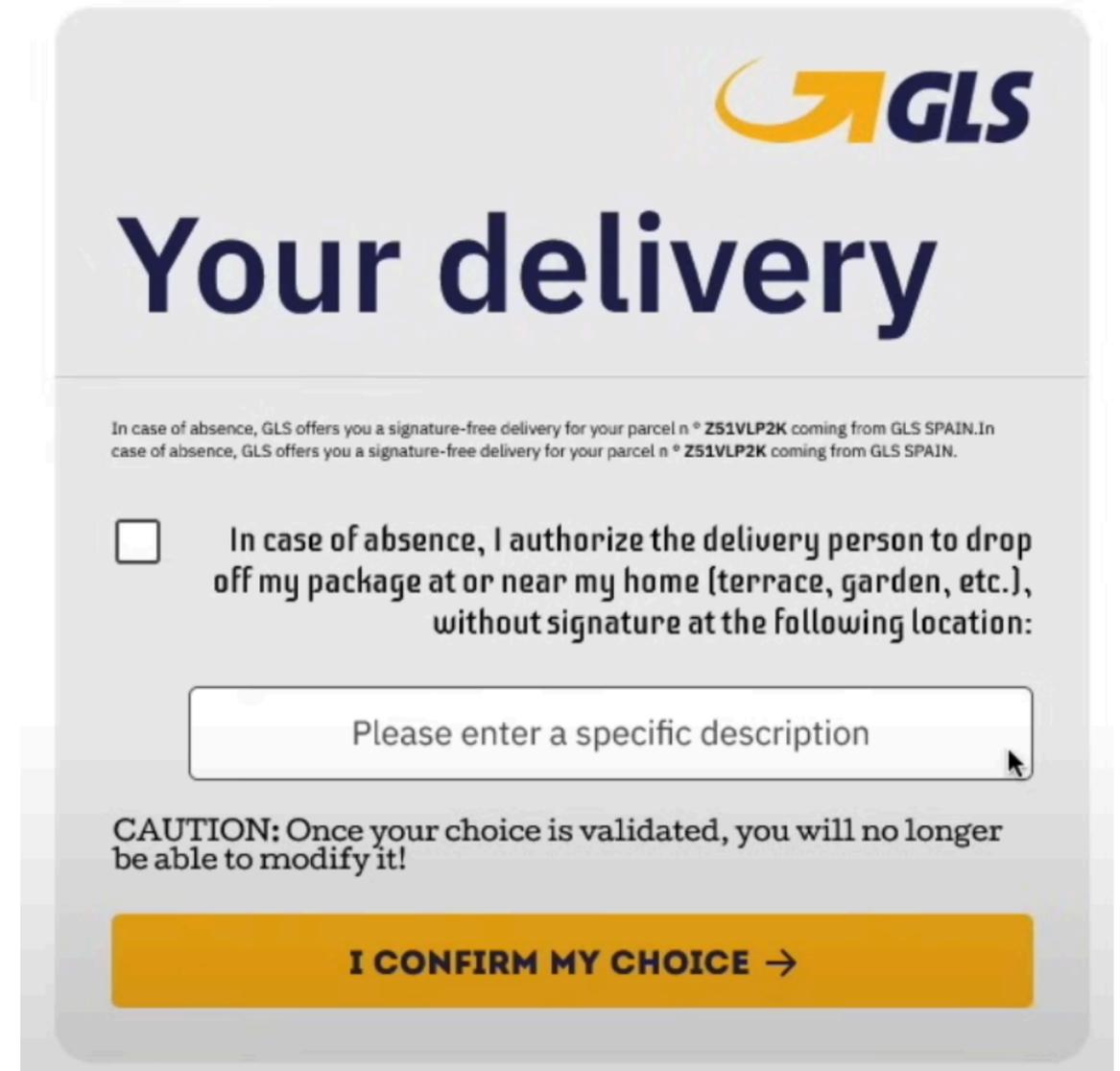
---

# Les 5 fondamentaux de l'UI

---

## 5/5) Style de texte

- Définir une taille minimale de texte pour les corps de texte qui soit lisible (16px par exemple).
- Pas plus de 2 polices différentes, une seule c'est mieux.
- Garder les styles de textes cohérents.



The image shows a screenshot of a GLS delivery notification form. At the top right is the GLS logo. Below it, the heading "Your delivery" is displayed in a large, bold, dark blue font. A small line of text provides details about a signature-free delivery for parcel n° Z51VLP2K. Below this is a checkbox with the text: "In case of absence, I authorize the delivery person to drop off my package at or near my home (terrace, garden, etc.), without signature at the following location:". Underneath the checkbox is a text input field with the placeholder text "Please enter a specific description". At the bottom, a "CAUTION" message states: "Once your choice is validated, you will no longer be able to modify it!". A prominent orange button at the very bottom contains the text "I CONFIRM MY CHOICE →".

---

## Qu'est-ce qu'un User Flow ?

---

Un **user flow**, c'est **le chemin que va suivre un utilisateur sur un site ou une appli** pour atteindre son objectif. Il permet d'optimiser l'expérience et d'éviter les blocages.

### 👉 Pourquoi créer un user flow ?

- Pour s'assurer que le **parcours est fluide et logique**.
- Pour **éviter que l'utilisateur se perde ou abandonne** avant d'atteindre son objectif.
- Pour voir **où placer les bons boutons**, les bonnes pages et les bons messages.
- Le User Flow est créé par le **Designer UX** mais il fait intervenir toute l'équipe lors de son élaboration.

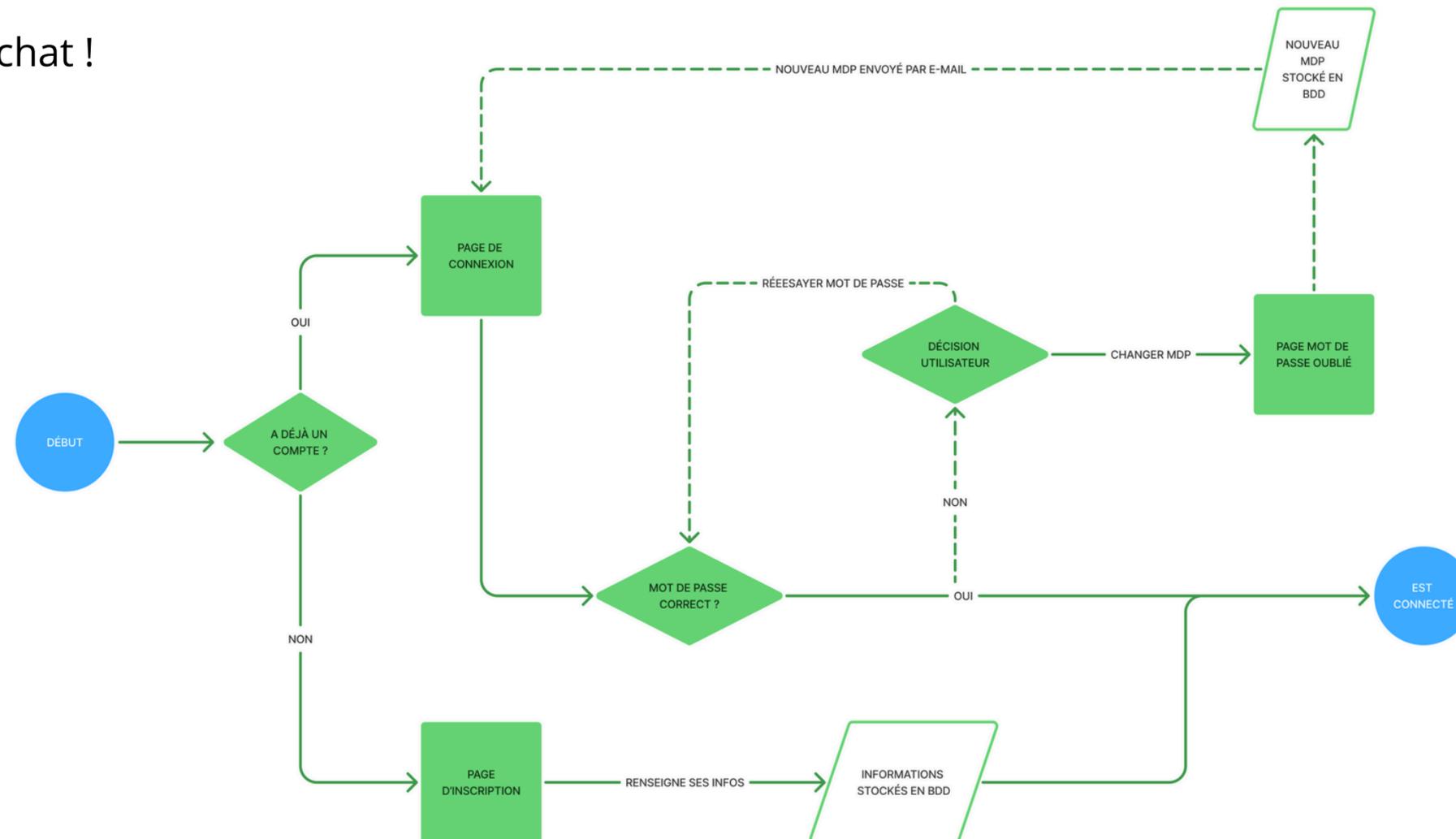


# Exemple de user flow

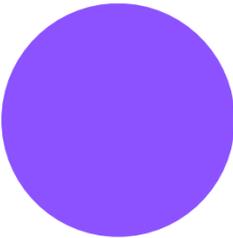
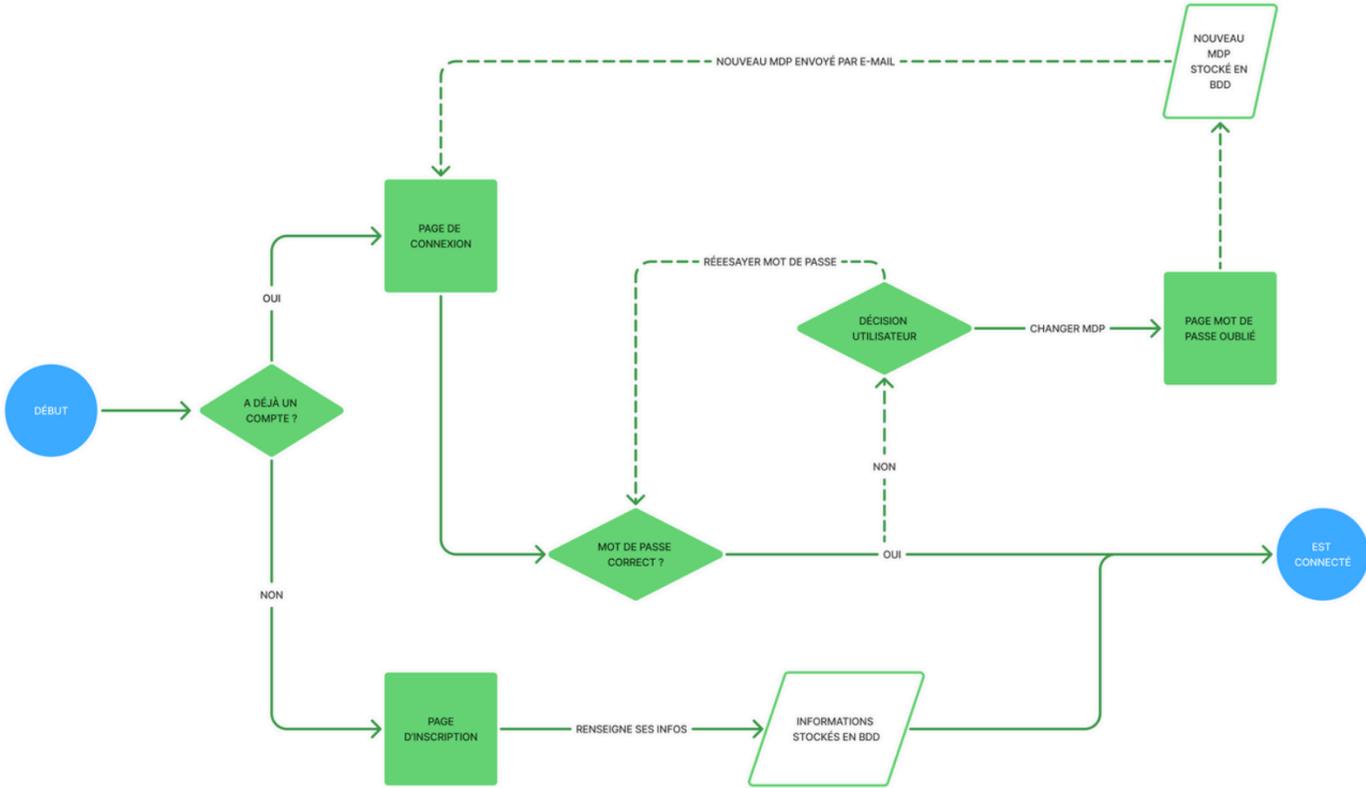
**Persona** : Sophie veut se connecter sur Amazon.fr et accéder à son compte.

👉 Si ce parcours est trop long ou compliqué (trop d'étapes, trop de formulaires),

Sophie risque d'abandonner son achat !



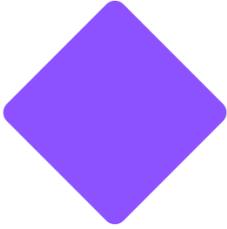
# Comment on crée un userflow ?



**Le début et la fin**



**Les étapes**



**Les décisions**



**Les flux cachés**



**Les directions**  
(avec mots entre flèches)



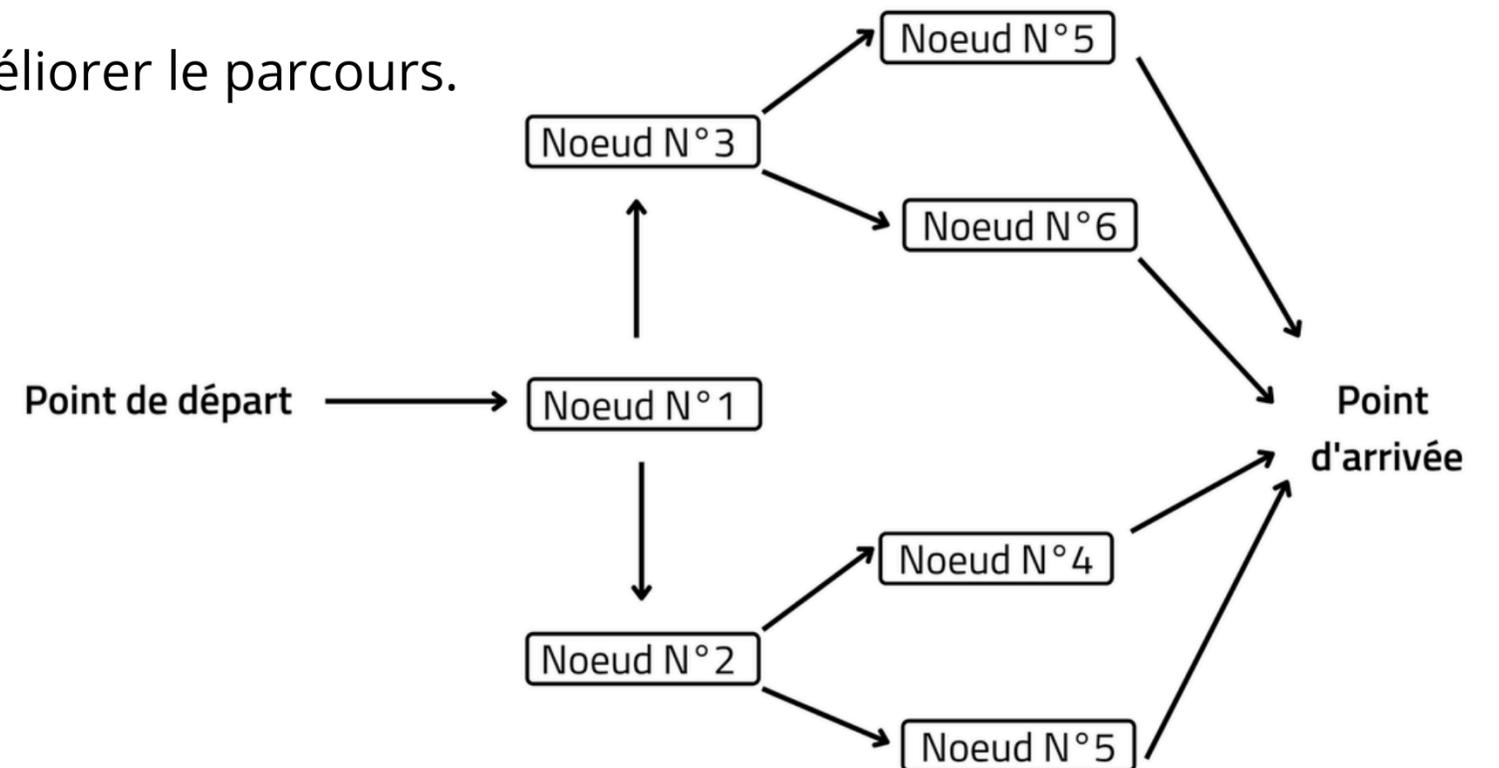
**Les directions de flux cachés**

---

# Les bonnes pratiques pour créer un user flow efficace

---

1. **Définir l'objectif de l'utilisateur** (ex. : acheter un produit, s'inscrire, réserver une place...).
2. **Lister les étapes principales** par lesquelles il doit passer.
3. **Optimiser le chemin** pour qu'il soit le plus simple et rapide possible.
4. **Tester** : si l'utilisateur est bloqué ou hésite trop, il faut améliorer le parcours.
5. Garder un **user flow simple et minimaliste**
6. Utiliser **3 à 4 couleurs maximum**
7. Utiliser des **noms courts** (de 3 à 4 mots)
8. Ne faites **pas croiser les flèches**
9. Garder le **même style de user flow** d'un projet à l'autre



---

# Outils pour créer son user flow

---



Fonctionne sans installation directement dans le navigateur  
<https://www.figma.com/jam>



**Version papier possible**  
ou tout autre logiciel de votre choix

---

# Exercice 1 : votre projet fil rouge Jeudi + Vendredi

---

1. Créer un **persona** pour votre projet (Diapos 20/21).
2. Trouver un **objectif pour un utilisateur** de votre site et le représenter sous forme d'un **User Flow**. Exemple : Choisir une pizza → Login / Inscription / Password → Ajouter au panier → Payer → Confirmation de paiement / erreur de paiement.
3. Choisir une palette de **3 à 5 couleurs** composant la charte graphique de votre projet.
  - a. Aide : <https://colorhunt.co/> et <https://color.adobe.com/>
4. Identifier **une à deux typographies** pour votre projet.
  - a. Fonts System ou [Google Fonts](#)
5. Créer une "**planche**" comportant ces éléments graphiques (Figma, Canva ...)
  - a. ([Voir un exemple](#))
6. Noter des **sites inspirants** pour votre projet grâce à [dribbble.com](https://dribbble.com) ou [behance.net](https://behance.net) ou à d'autres sites notés lors de votre veille par exemple.
7. **Bonus : identifier un style graphique.** Créer une moodboard, faire des recherches iconographiques, types de bordures (carrées, rondes), textures, logo, photos, etc...
  - a. Uploader sur votre dossier FTP dans un sous-dossier "sources".



---

## Exercice 2 : analyser l'UI et l'UX d'un site ou d'une application

---

1. **Choisissez un site web ou une application (sauf un réseau social).**
2. **Analysez l'interface (UI) :**
  - Les couleurs, les boutons, les icônes, les animations... sont-ils bien pensés ?
  - L'aspect visuel est-il attractif et agréable à regarder ?
3. **Analysez l'expérience (UX) :**
  - Est-ce facile de trouver une information / de réaliser une action ?
  - Y a-t-il des éléments frustrants ou qui pourraient être améliorés ?
4. **Identifiez les besoins utilisateurs qui n'ont pas été bien pris en compte.**
5. **Notez toutes vos observations et justifiez-les. Proposez des améliorations.**



---

## Exercice 3 : créer un user flow au choix

---

### Exercice 1 : Simplifier un User Flow existant

- Trouver un site ou une application où un parcours utilisateur est trop long (ex : inscription compliquée, processus d'achat avec trop d'étapes).
- Analyser le flow existant et noter les points de friction.
- Proposer un User Flow amélioré (avec moins d'étapes et une meilleure fluidité).

✓ **Livrable** : Comparaison "Avant/Après" avec une justification des changements.

### Exercice 2 : Créer le user flow de votre choix

- Utiliser votre projet fil rouge pour imaginer un user flow.

✓ **Livrable** : Un schéma du User Flow (papier ou digital).

### Exercice 3 : Créer le user flow d'un site de réservation de billets

- Imaginer le parcours utilisateur principal pour réserver un billet en ligne.
- Identifier les décisions possibles.
- Créer un schéma du User Flow.

✓ **Livrable** : Un schéma du User Flow (papier ou digital).



---

# Ressources

---

## **Learn UX for free :**

<https://www.hackdesign.org/lessons/>

## **Playbook :**

<https://askplaybook.com/>

## **UX Research Tools Map :**

<https://www.userinterviews.com/>

## **Exemple de charte :**

[https://www.afecdax.ovh/ressources/charte-graphique/Mane\\_communication\\_guidelines\\_2020.pdf](https://www.afecdax.ovh/ressources/charte-graphique/Mane_communication_guidelines_2020.pdf)

## **Vidéo UX :**

<https://www.afecdax.ovh/ressources/videos/ux/ux-en-60-secondes.mp4>

## **Qu'est-ce qu'un user flow ?**

<https://www.youtube.com/watch?v=rcGxFng0NKU>

## **Exemple user flow :**

<https://www.figma.com/board/fmM58T8Sbhfie9oMcdF4Ur/USER-FLOW-ACCOUNT?node-id=0-1&p=f>

## **Design Thinking par Lorene Castor**

<https://openclassrooms.com/en/courses/7231661-initiez-vous-au-design-thinking?archived-source=3013836>

## **UX Best practices :**

<https://uxmyths.com/>

## **Humane by Design :**

<https://humanebydesign.com/>

## **Guide to User Research (UXR) :**

<http://guidetouxr.com/>

## **UX Project Checklist :**

<https://www.ux-checklist.com/>