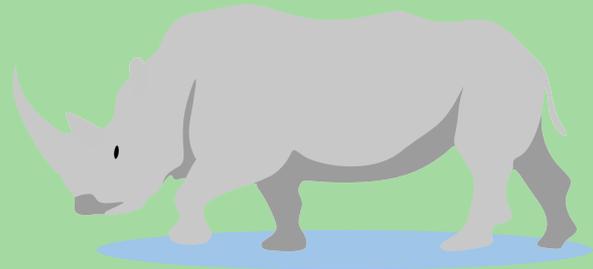




≡ Dossier globale ≡

Challenge UX Design
Hôtels de Beauval



Sommaire

01

Synthèse de la phase de recherche

02

Phase d'idéation

03

Prototype

04

Le protocole test utilisateur

05

Les résultats des tests utilisateurs

06

Le pitch





01.

Synthèse De la phase De Recherche



1. L'utilisateur Google Analytics



Marie a 32 ans, elle habite en Ile-de-France, elle est en couple et a deux enfants. En ce dimanche, elle souhaite organiser un weekend en famille au Zoo de Beauval. Pour leur première visite du zoo, elle souhaite profiter pleinement de ce weekend et préfère réserver deux jours. Elle réserve donc à partir de son smartphone sur le site zoobeauval.com/ et choisi des billets 2 jours. Pour plus de praticité et une immersion totale, Marie se rend ensuite sur le site leshotelsdebeauval.com/ sur lequel elle réserve une nuit d'hôtel pour 2 adultes et 2 enfants.

1. Typologie d'utilisateurs



Utilisateur 1/3

Personne connaissant déjà le zoo, aimant découvrir les nouvelles actualités et organiser son voyage à l'avance

Utilisateur 2

Personne organisée aimant planifier à l'avance ses activités au zoo.
Personne s'informant directement sur le site via mobile durant la visite

Utilisateur 4

Personne venant visiter le zoo de manière ponctuelle et occasionnelle.
Pas d'organisation faite en amont, juste une prise de connaissance du zoo dans son ensemble avant la venue

Utilisateur 5

Habitué du zoo de Beauval, personne ayant un zoopass (accès illimité annuel)
Connaissant très bien le zoo, personne n'ayant pas besoin de prévoir la visite, juste de connaître les actualités

Points communs des utilisateurs

Option d'achat 1 : sur le site ZDB
Utilisateur d'ordinateur à 70%
Utilisateur sur mobile à 50%
Plus de 2h de route
Visite en famille

1. Synthèse : profil utilisateur



Le type d'utilisateur 4 du Zoo de Beauval correspond plus au profil de Marie. En effet, il représente des personnes se rendant au zoo occasionnellement sans organisation spécifique, se laissant porter par les activités de la journée. Ce profil d'utilisateur correspond donc au coeur de cible des hôtels de Beauval qui orienteront principalement leur communication sur ce type de profil.

01. Opportunités de conception



L'utilisateur n'est pas séduit par le site



Expérience d'achat diminue au fil du parcours



L'utilisateur manque d'une vue d'ensemble



01. Opportunités de conception



Choix entre hôtel et AirBnB



Importance des avis clients



Tunnel d'achat (vs AirBnB)





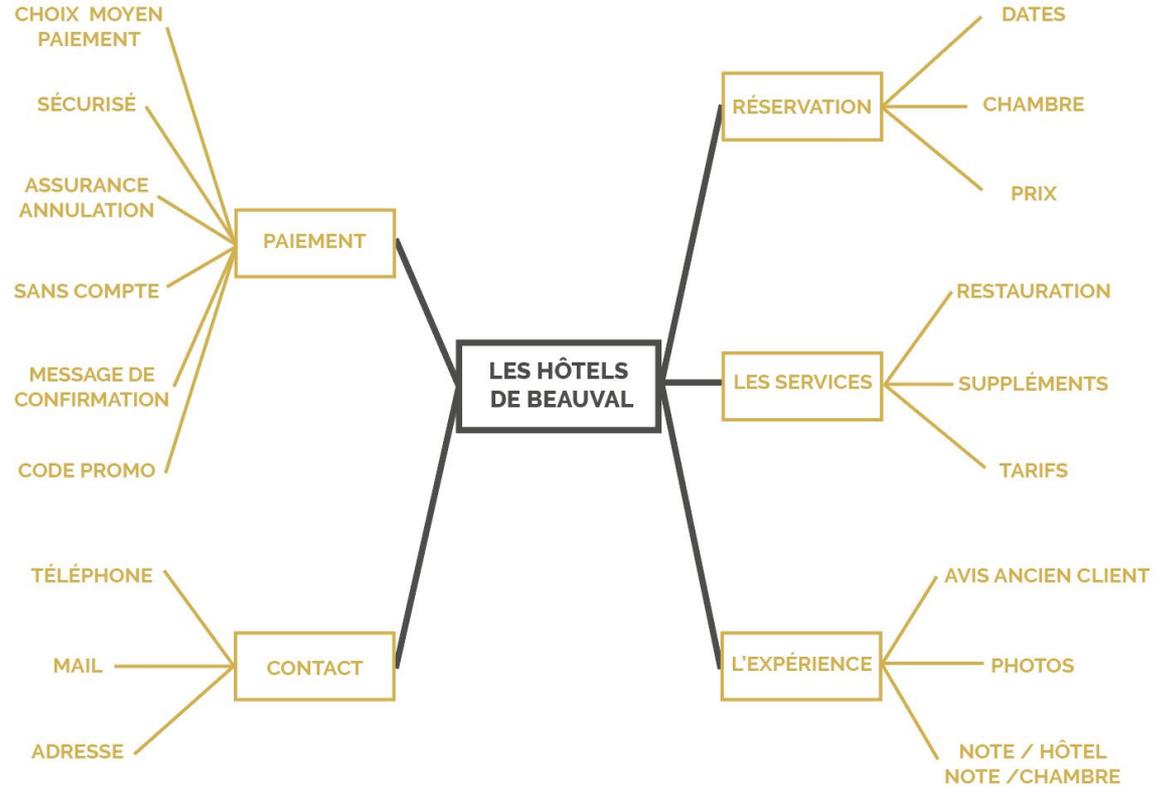
02.

La phase D'idéation



Phase 1 : Brainstorming de groupe

Qu'est ce que vous attendez d'un site d'hôtellerie ?



Phase 2 : Brainstorming individuel

En fonction du site leshotelsdebeauval.com/, notez les solutions à apporter à ses problèmes :

- Comment mettre en avant la réservation en ligne ?
- Comment prendre en compte les différents types d'utilisateur ?
- Comment accentuer la réassurance du site ?
- Comment mieux différencier les chambres et les hôtels ?
- Comment simplifier le tunnel de commande ?



Phase 3 : Brainstorming de groupe

Chacun partage ses idées, les regrouper par similitude et échanger sur les idées de chacun. Choix, combinaison et/ou développement des meilleures solutions.

Solutions apportées :

- **Comment mettre en avant la réservation en ligne ?**

Ajouter un bouton Réserver dans le header à la droite du menu.

Ajouter une barre de recherche de réservation dans la homepage, les pages hôtels et les pages chambres.

- **Comment prendre en compte les différents types d'utilisateur ?**

Ajouter un lien à la fin de la réservation des chambres vers le site du Zoo “Vous n’avez pas encore réservé votre billet”



Phase 3 : Brainstorming de groupe (suite)

Solutions apportées :

- **Comment accentuer la réassurance du site ?**

Afficher les avis des clients par hôtel via les avis Google sur la HomePage + avis spécifique aux hôtels sur les pages de l'hôtel en question.

Mettre des éléments de réassurance lors du paiement : barre d'avancement, étapes présentes pour aider l'utilisateur à se retrouver.

- **Comment mieux différencier les chambres et les hôtels ?**

Afficher seulement les hôtels sur le menu avec les services de chacun affichés au survol.

Sur la page réservation, les chambres seront affichées par hôtel. Les chambres seront affichées avec le picto et la couleur correspondant à leur hôtel.



Phase 3 : Brainstorming de groupe (suite)

Solutions apportées :

- **Comment simplifier le tunnel de commande ?**

Réaliser un tunnel d'achat propre au site (ne plus utiliser de prestataire) avec des éléments de réassurance : barre d'avancement, étapes présentes pour aider l'utilisateur à se retrouver.





03.

Le prototype



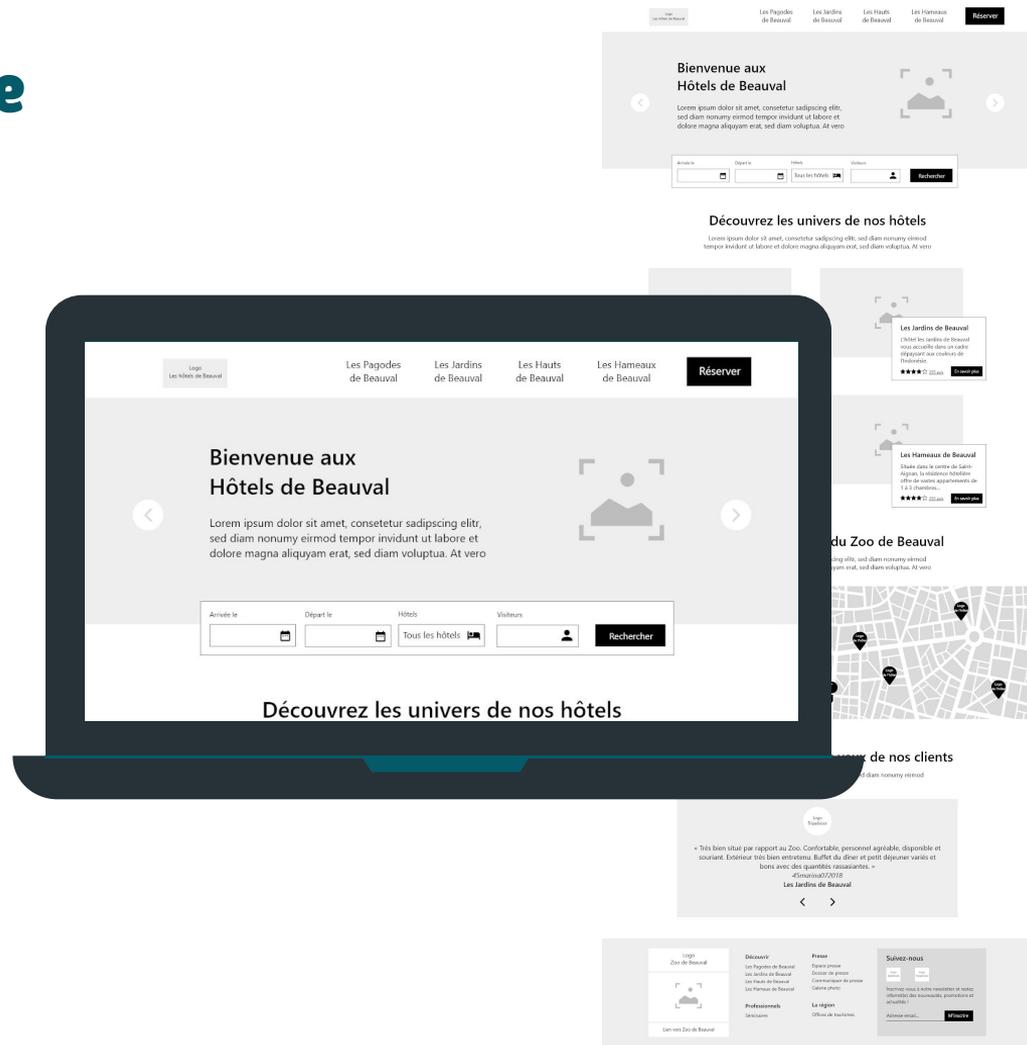
Wireframe & Prototype

Lien vers les wireframes :

<https://xd.adobe.com/view/a45fb3e3-1261-4950-ab93-51916da93ee8-f10c/grid>

Lien vers le prototype :

<https://xd.adobe.com/view/a45fb3e3-1261-4950-ab93-51916da93ee8-f10c/>





04.

Le protocole Test utilisateurs



La demande

La demande effectuée par Les Hôtels de Beauval à destination de l'agence CrabUX consiste en la réalisation de tests utilisateurs dans le cadre de la refonte de leur site web. Dans une démarche de conception centrée utilisateur, 4 sessions de test sont déployées. Chaque session se déroule sur la maquette du futur site internet et a pour objectif d'évaluer l'expérience utilisateur et l'ergonomie de l'interface.

Les participants



Les participants sont recrutés selon le profil de Marie modélisé par le persona. Nous avons choisi de centrer les tests en fonction du profil idéal des hôtels de Beauval, donc à son coeur de cible. Au total 4 utilisateurs seront recrutés par l'Agence CrabUX pour tester les maquettes du site leshotelsdebeauval.com :

- 4 correspondants au profil Clients de Marie

9 juillet 2020

16:00 - 16:30	Testeur 1	Validé
16:00 - 16:30	Testeur 2	Validé
16:30 - 17:00	Testeur 3	Validé

10 juillet 2020

9:30 - 10:00	Testeur 4	Validé
--------------	-----------	--------



Le déroulé

Les tests utilisateurs se déroulent sur 30min à l'agence CrabUX ou à distance. Dans le cadre des tests à distance, les usagers sont connectés avec leur propre matériel à notre interface de test.

Le protocole expérimental consiste :

- en la présentation du déroulement du test en suivant la consigne préétablie,
- en la signature d'un formulaire de confidentialité et de consentement,
- en la réalisation des scénarios d'usage sur maquette XD en employant la méthode du "penser à voix haute" sur Desktop avec intégration de questions d'entretien,
- en un entretien final,
- en la complétion d'un questionnaire d'utilisabilité,
- en le remerciement,
- en la remise du dédommagement.



Les objectifs

Les tests d'utilisateurs nous permettent de recueillir des informations permettant de valider ou d'infirmer des choix de conceptions.

Les tests utilisateurs permettent d'évaluer :

- l'utilisabilité du parcours de recherche d'une chambre, du parcours de réservation, du parcours de paiement d'une chambre.
- la compréhension et la perception des parcours, des services, de la description des hôtels.



Les documents supports de test

Les participants disposent d'un livret comprenant les scénarios et les tâches à effectuer.

- Consignes
- Scénarios
- Clause de consentement
- Clause de confidentialité



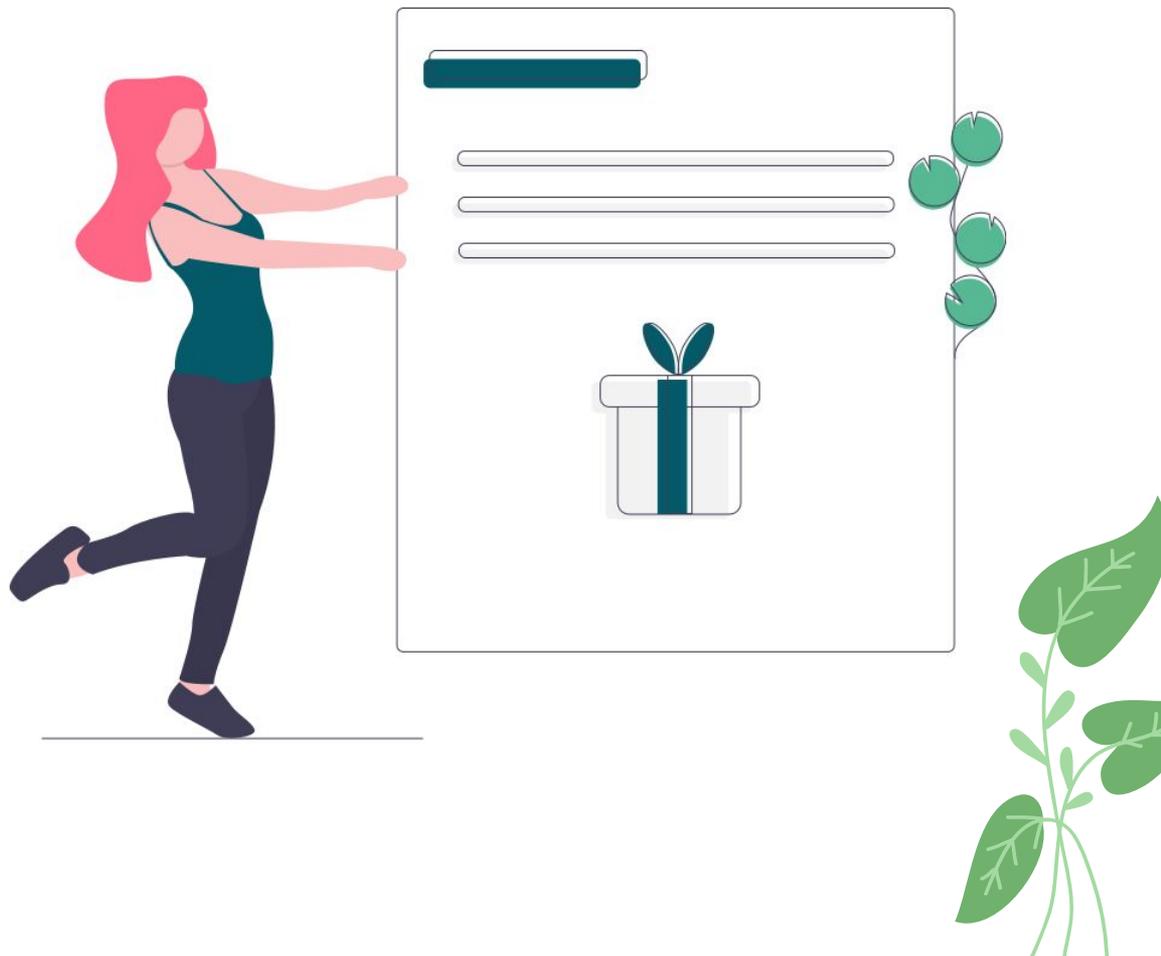
Le matériel support de test

- Logiciel de captation présent sur l'application sur BlackBoard, avec captation de l'écran et des expressions faciales du testeur (si webcam mis sous tension)
- Un ordinateur portable type PC ou Mac
- Livret contenant les scénarios
- Guide d'entretien
- Consignes
- Formulaire de confidentialité de consentement



Le dédommagement

Les participants sont dédommagés
avec 20% de réduction sur un
hébergement aux hôtels de
Beauval.



Les mesures

Des captations vidéos du participant en interaction avec l'interface et de l'écran ainsi que des captations audios seront effectuées. Ces captations serviront à l'analyse. Dans un respect de confidentialité et d'anonymisation des données, nous vous livrerons les captations écrans et audios sans le visuel des participants.

Les réussites, les hésitations et les échecs aux scénarios ainsi que les verbatims et les comportements usagers seront codés dans une matrice de test puis seront analysés et restitués dans le livrable final.

Nous définissons les réussites, les hésitations et les échecs au scénario comme suit :

- L'action est considérée comme une réussite lorsque l'individu a atteint son but par le chemin minimal.
- L'action est considérée comme une hésitation lorsque l'individu a atteint son but par un chemin plus long où lorsqu'il n'est pas certain que le but soit atteint.
- L'action est considérée comme un échec lorsque l'individu n'a pas atteint son but.



Le livrable

Le livrable présente les éléments de l'interface qui ont été testés, appuyés par les résultats ainsi que les verbatims des participants. Y sont également rapportés des préconisations en vue d'améliorations.

La consigne

Si vous ne pouvez pas effectuer la tâche demandée dans son intégralité, indiquez-nous ce que vous feriez et ce que vous vous attendiez à avoir comme contenu ou éléments en réalisant telle ou telle action.

Merci de ne pas revenir en arrière sur les scénarios.

Ce qui nous intéresse c'est votre ressenti, n'hésitez pas à penser à voix haute.



Scénario 1

Vous souhaitez réserver et payer une nuit du 14 au 15 novembre pour deux adultes et un enfant dans un appartement comprenant 2 chambres aux Hameaux de Beauval. Vous souhaitez également profiter du Zoopass.

Réservez l'appartement correspondant

Parcours réservation et paiement hôtel + zoopass.

Parcours minimal : l'utilisateur remplit les critères dans la barre de recherche de la page d'accueil et clique sur "Rechercher". Il choisit l'appartement correspondant aux différents critères. Il sélectionne les Zoopass et clique sur "Réserver cet appartement" et passe au tunnel de commande.



Scénario 2

Vous souhaitez pouvoir profiter d'un spa pendant votre séjour, sélectionnez une chambre vous assurant de pouvoir profiter de ce service.

Renseignez vous sur les tarifs des chambres incluant ce service.

Parcours services d'un hôtel.

Parcours minimal : l'utilisateur survol les noms de chaque hôtel sur le menu et trouve le sous-menu comportant le service spa il clique alors sur l'hôtel Les jardins de Beauval.





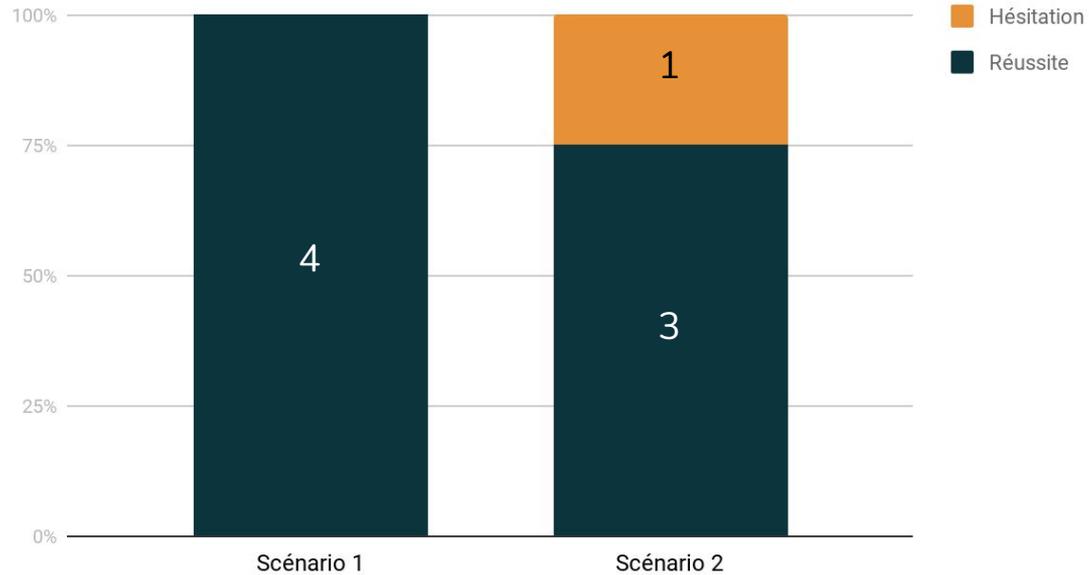
05.

Les résultats des Tests utilisateurs



Synthèse des scénarios

Résultats aux scénarios des tests utilisateurs



Verbatims – Scénario 1 – Points positifs

“ Je n'ai pas de doute, je sais que ma réservation est terminée”

“ On peut bien voir les autres hôtels proposés correspondant à ma recherche”

“ Je retrouve bien toutes les informations qu'il me faut”

“ C'est très bien, je peux prendre mes billets pour le parc en même temps”



Verbatims – Scénario 1 – Points négatifs

“

Je ne comprends pas pourquoi les coordonnées et le paiement sont séparés”

“

Le ZooPass, je le prends parce que vous me l'annoncez dans le scénario, pour autant si vous considérez que j'étais quelqu'un qui ne connaissait pas du tout ça ne m'aurait pas parlé que c'était une sorte d'abonnement annuel“

“

J'aurais aimé avoir des informations sur la bagagerie, parce que même si mon séjour est terminé à l'hôtel, j'aimerais peut-être laissé des bagages si on continue à se balader”



Verbatims – Scénario 2 – Points positifs

“
Le menu est clair, je sais rapidement quelles prestations sont dans quel hôtel”

4
“
C’était clair dès le début, on voit bien direct les options des hôtels dans le menu”

“
Quand j'arrive sur la page "Les Jardins de Beauval", je vois directement qu'il y a un spa dans la barre menu dans la page”



Synthèse des scénarios

Bilan scénario 1 :

- **Points positifs :**
 - Toutes les informations de la réservation sont bien détaillés
 - L'option de réservation des billets Zoopass en même temps que la chambre
- **Points d'amélioration :**
 - Revoir la barre du tunnel d'achat (couleurs-liens)
 - Revoir l'agencement des informations de réservation pour une meilleure lisibilité
 - Améliorer la description des billets Zoopass

Parcours minimal : l'utilisateur remplit les critères dans la barre de recherche de la page d'accueil et clique sur "Rechercher". Il choisit l'appartement correspondant aux différents critères. Il sélectionne les Zoopass et clique sur "Réserver cet appartement" et passe au tunnel de commande.



Synthèse des scénarios

Bilan scénario 2 :

- **Points positifs :**
 - Le menu est clair et permet de trouver les services proposés par chaque hôtel
- **Points d'amélioration :**
 - Trop d'informations au niveau du menu, menu peut-être trop lourd

Parcours minimal : l'utilisateur survole les noms de chaque hôtel sur le menu et trouve le sous-menu comportant le service spa il clique alors sur l'hôtel Les jardins de Beauval.





06.

Le pitch



Notre mot d'ordre



**La recherche et la création
centrée utilisateur**

Besoin utilisateur n° 1

La qualité de l'expérience d'achat diminue au fil du parcours

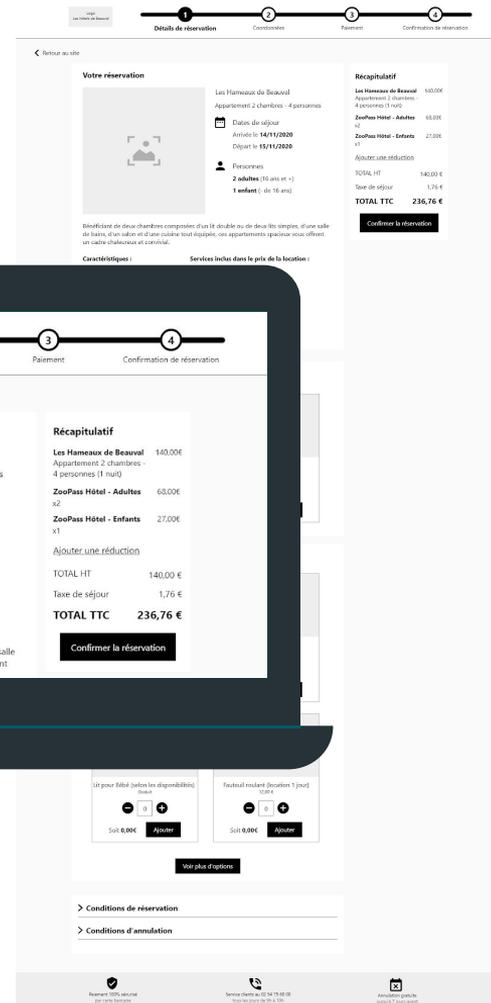
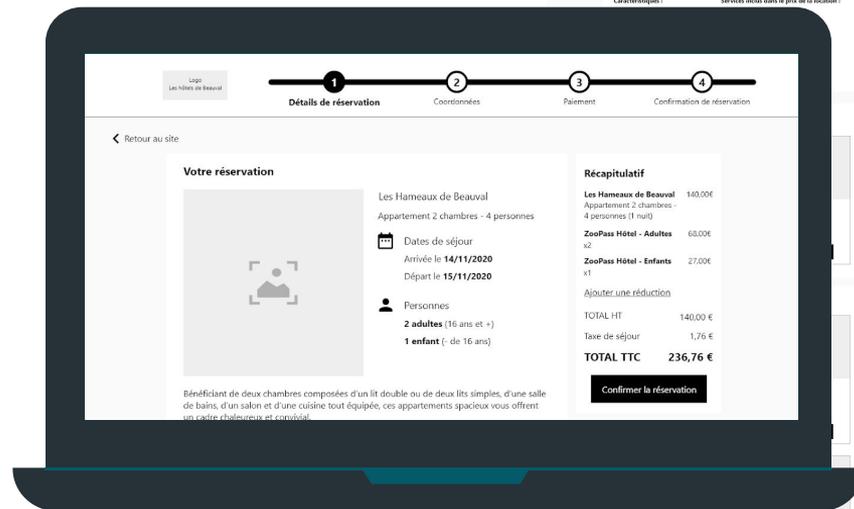


Réaliser un tunnel d'achat propre au site (ne plus utiliser de prestataire) avec des éléments de réassurance : barre d'avancement, étapes présentes pour aider l'utilisateur à se retrouver.

Wireframe n°1

100%

de taux de réussite lors du passage dans le tunnel d'achat



Test utilisateur – Wireframe n°1



Verbatim positif

“ Je n’ai pas de doute, je sais que ma réservation est terminée”

“ Je trouve bien toutes les informations qu’il me faut”

Verbatim négatif

“ Je pensais que l’on pouvait retourner en arrière en cliquant sur la barre en haut”

Besoin utilisateur n° 2

L'utilisateur manque d'une vue d'ensemble

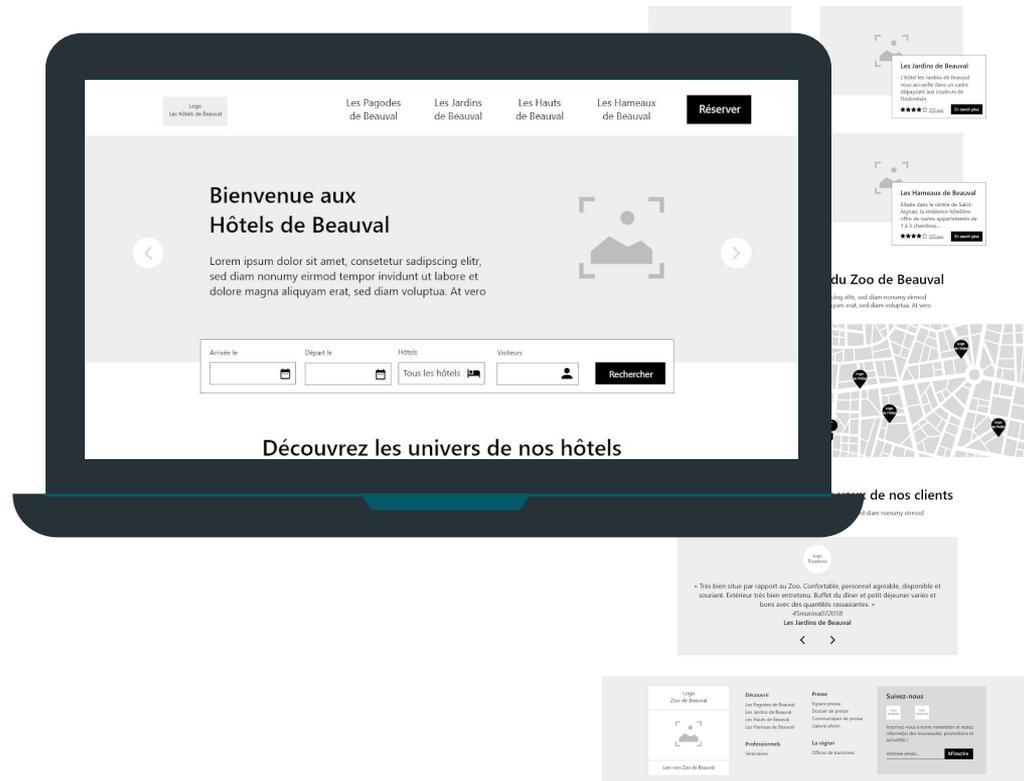


Faire un menu clair qui permet d'avoir une vue d'ensemble
Mettre en avant les avis clients

Wireframe n°1

75%

de taux de réussite lors de la navigation



Test utilisateur – Wireframe n°1



Verbatim positif

“ Le menu est clair, je sais rapidement quelles prestations sont dans quel hôtel”

“ C’était clair dès le début, on voit bien direct les options des hôtels dans le menu”

Verbatim négatif

“ Il y a beaucoup de choix au niveau du menu, je ne sais pas quel hôtel choisir, j'aurais presque envie d'avoir une page récapitulatif des services proposés dans chaque hôtel pour avoir une vue d'ensemble”



Et après ?

D'autres axes d'amélioration ont été remontés lors des tests utilisateurs



Verbatims supplémentaires



“ Le ZooPass, je le prends parce que vous me l'annoncez dans le scénario, pour autant si vous considérez que j'étais quelqu'un qui ne connaissait pas du tout ça ne m'aurait pas parlé que c'était une sorte d'abonnement annuel

“ J'aurais aimé avoir des informations sur la bagagerie, parce que même si mon séjour est terminé à l'hôtel, j'aimerais peut-être laissé des bagages si on continue à se balader”

Les solutions de l'agence CrabUX



- Création d'un design pour différencier les différents tickets d'entrée
- Travail en collaboration avec notre rédacteur Web
- Ajout d'un espace permettant aux clients de choisir l'option bagagerie et d'en savoir d'avantage dessus





Merci

Avez-vous des
questions ?

