

# L'UX ET L'UX RESEARCH DANS LES ENTREPRISES

BAROMÈTRE 2023

testapic

Now part of **User** Testing

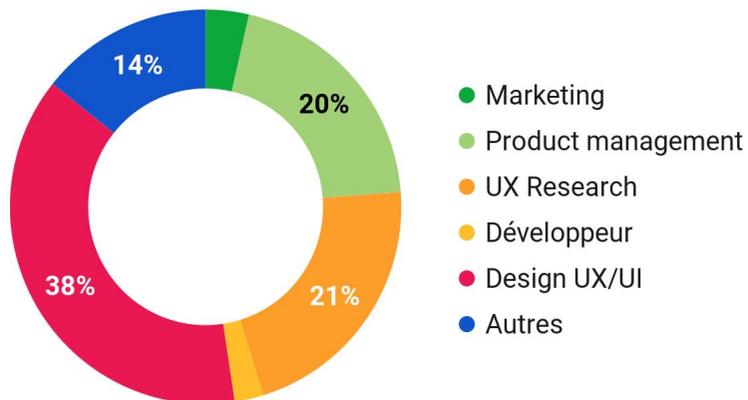
<b>CONTRIBUTEURS</b> .....	<b>3</b>
Qui sont les répondants ?	
<b>POIDS DE L'UX ET DE L'UX RESEARCH</b> .....	<b>5</b>
Points clés	
Valeur et perception	
Influence stratégique	
Évaluation de l'UX	
<b>ÉQUIPES D'UX ET D'UX RESEARCH</b> .....	<b>9</b>
Points clés	
Budget	
Organisation au sein des entreprises	
<b>RECHERCHES EFFECTUÉES</b> .....	<b>15</b>
Points clés	
Demande	
Recherches UX	
Conduite des recherches	
Recrutement des participants	
<b>MÉTHODES ET OUTILS MOBILISÉS</b> .....	<b>21</b>
Points clés	
Usage des méthodologies en 2023	
Stockage des données	
Avenir et usages des outils en 2023	

# LES CONTRIBUTEURS

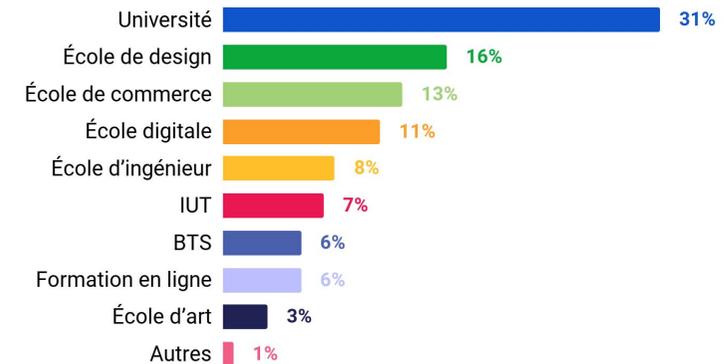
## QUI SONT LES RÉPONDANTS ?

Interrogés pendant les mois de février et mars 2023, **84 professionnels du digital** ont participé à ce baromètre.

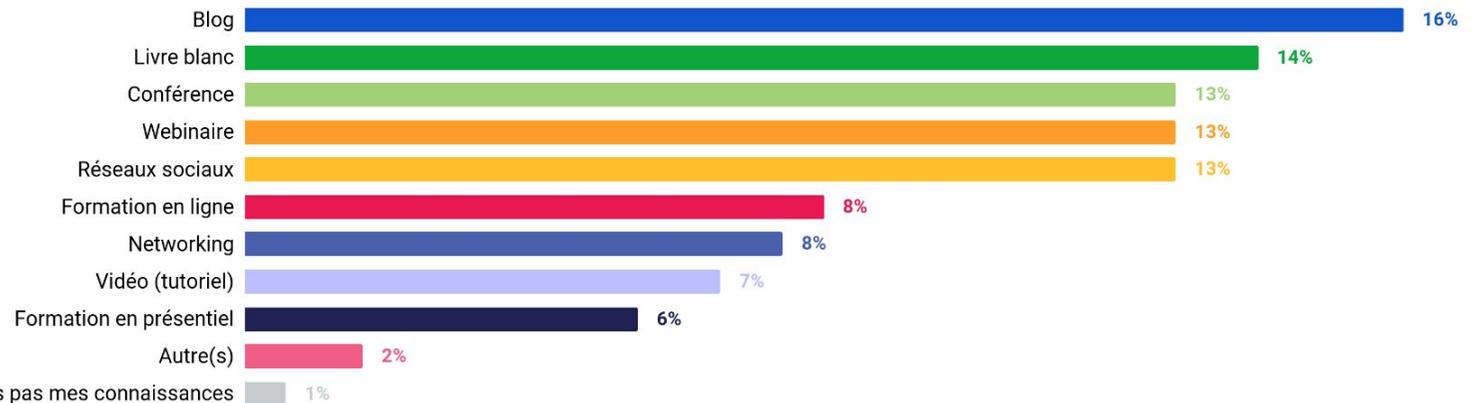
### Activités :



### Formation professionnelle :



### Ressources utilisées pour approfondir les connaissances :

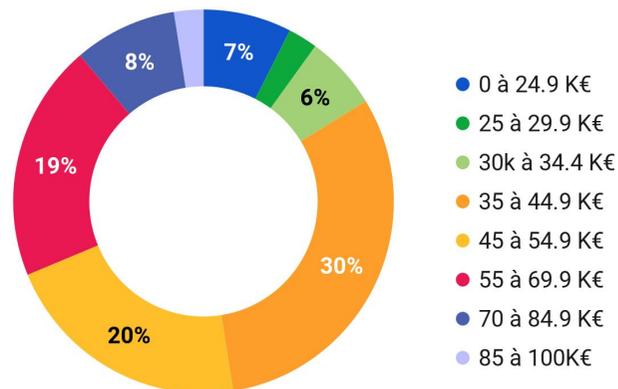


# LES CONTRIBUTEURS

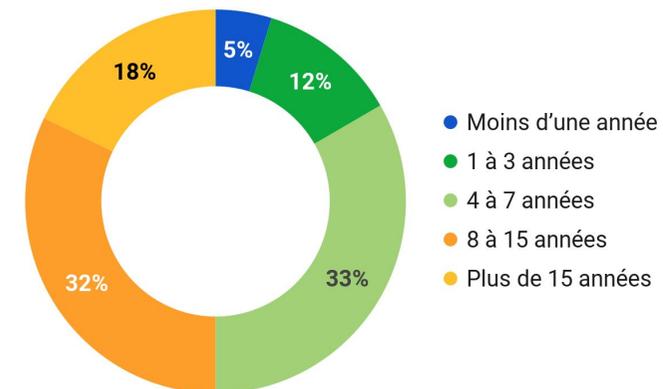
## QUI SONT LES RÉPONDANTS ?

Interrogés pendant les mois de février et mars 2023, **84 professionnels du digital** ont participé à ce baromètre.

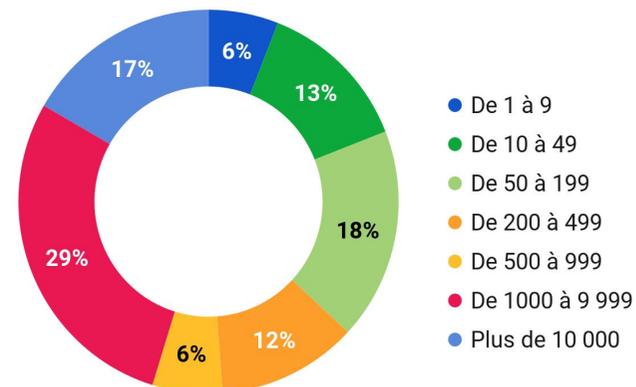
### Rémunération :



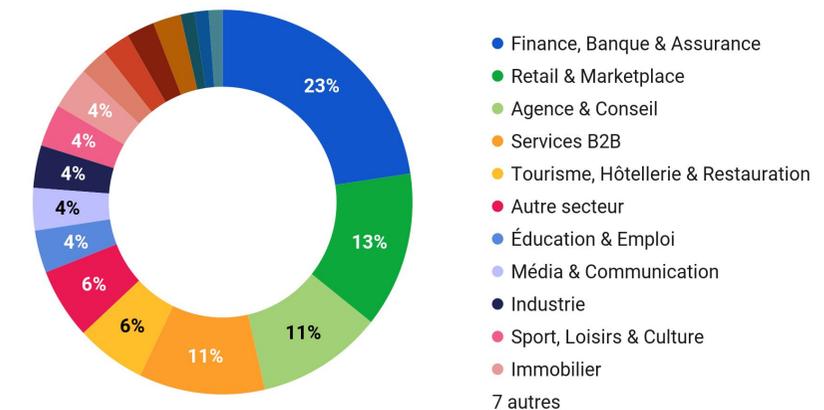
### Nombre d'années d'expérience



### Taille de l'entreprise :



### Secteur d'activité





# POIDS DE L'UX ET DE L'UX RESEARCH

## POINTS CLÉS

---

Par rapport à 2022, l'image et la considération de l'expérience utilisateur (UX) et de l'UX Research se sont améliorées et ont gagné encore quelques points de popularité auprès des décideurs au sein des entreprises. Peu à peu, ces disciplines s'intègrent et s'inscrivent dans les prises de décision des entreprises.

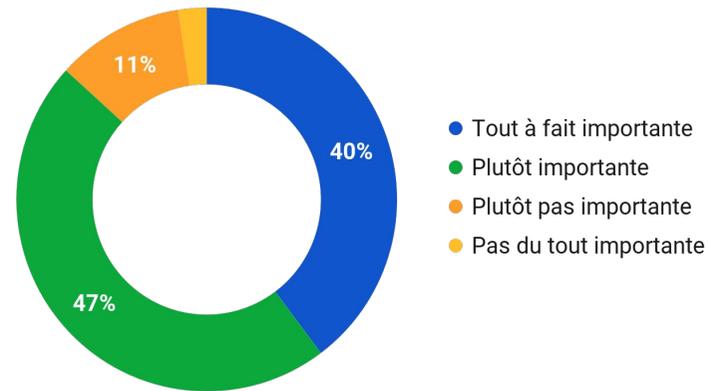
- En effet, selon les professionnels, **73 % des entreprises ont intégré l'UX et l'UX Research à leur stratégie de développement** et 69 % des Directions considèrent l'expérience utilisateur comme un élément de différenciation concurrentielle.
- De plus, pour **87 %** des professionnels interrogés, la **valeur perçue de l'UX dans les entreprises est importante**. Un chiffre en hausse de 5 points en comparaison à 2022.

Cependant, malgré des chiffres très positifs, la réalité semble plus complexe. Des obstacles structurels ou budgétaires restent à surmonter pour certaines organisations.

- En effet, **61 %** des professionnels nous ont indiqué avoir eu, au cours des 12 derniers mois, un **budget inférieur à 50 K € attribué à l'UX et à la recherche UX**. Ce chiffre nous montre que malheureusement, l'UX reste encore une variable d'ajustement pour gagner du temps ou réduire les dépenses.
- Autre chose que nous remarquons via notre enquête et notre expérience sur le terrain : le terme "UX" reste encore galvaudé et peut être vu comme un mot "fourre-tout" où toute une palette de spécialités se mélangent.

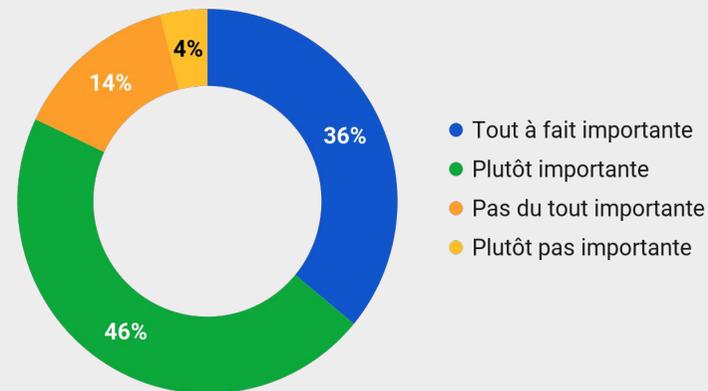
## VALEUR ET PERCEPTION

La valeur perçue de l'UX au sein des entreprises est :



- Tout à fait importante
- Plutôt importante
- Plutôt pas importante
- Pas du tout importante

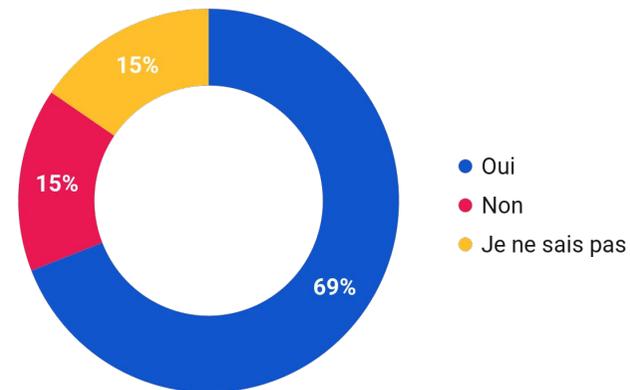
Et par rapport à 2022



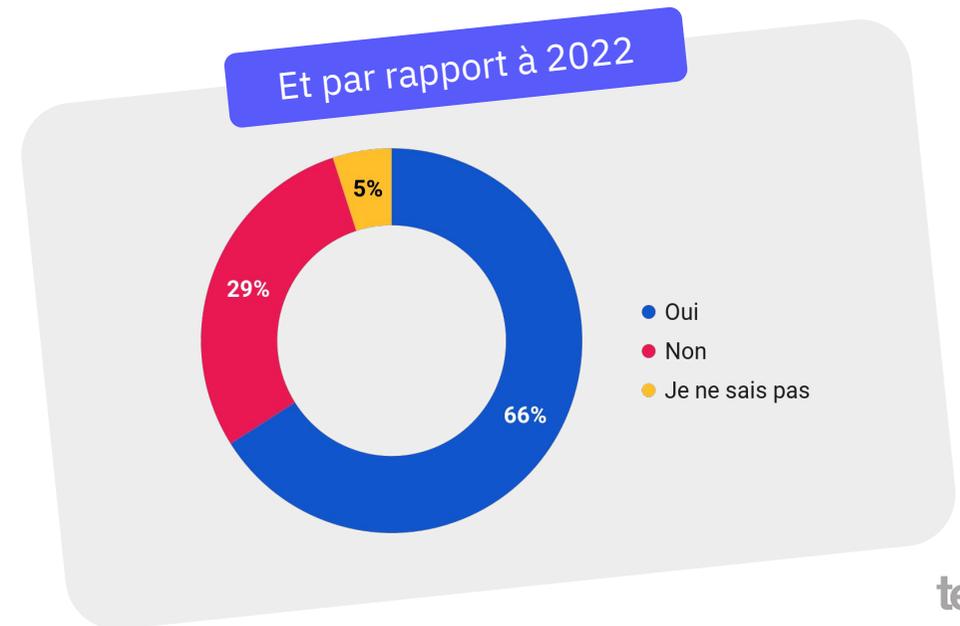
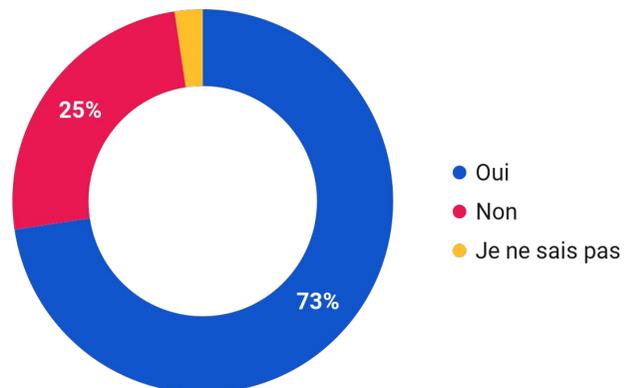
- Tout à fait importante
- Plutôt importante
- Pas du tout importante
- Plutôt pas importante

## INFLUENCE STRATÉGIQUE

CEO / COMEX ont mentionné l'UX comme un élément de différenciation concurrentielle au cours des 12 derniers mois :



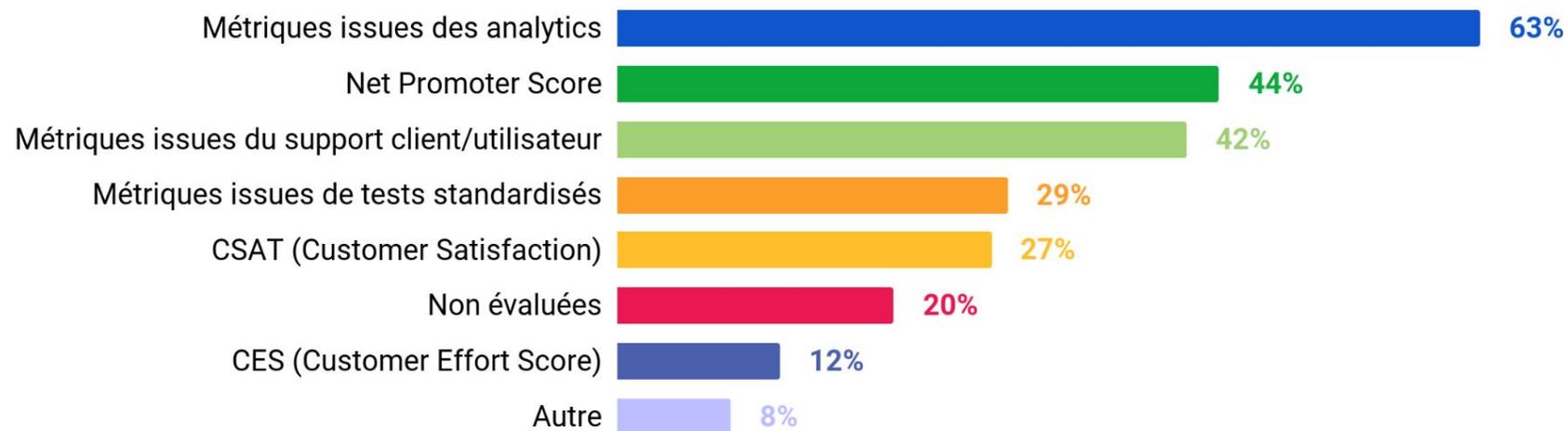
La recherche UX est intégrée à la stratégie de développement des entreprises :



## ÉVALUATION DE L'UX

Comment sont évaluées l'influence de l'UX et de la recherche utilisateur dans votre entreprise ?

---





# ÉQUIPES D'UX & UX RESEARCHER

## POINTS CLÉS

---

Malgré l'importance que l'on accorde à l'UX et l'UX Research, les ressources humaines et budgétaires qui y sont dédiées peuvent être très inégales parmi les entreprises.

Au global, en 2023, **62 % des entreprises** comptent des **personnes ayant des postes de manager-euse dédiés explicitement à l'expérience utilisateur** (tels que "Head of UX" ou "Directeur-ice de l'expérience utilisateur") contre 45 % l'année dernière. C'est une forte progression qui marque une structuration des équipes UX et UX research.

Cependant, lorsque l'on observe plus précisément les chiffres, on remarque que dans la majorité des entreprises interrogées, les équipes dédiées au design UX/UI et à la recherche utilisateur ne sont composées que d'une à cinq personnes.

- Ce phénomène est encore plus fort dans la partie recherche où **32 % des entreprises n'ont toujours pas un seul UX Researcher dans leurs rangs.**

En matière d'organisation, la **création d'une équipe UX transverse à tous les produits** reste la solution privilégiée par la majorité des entreprises (**51 %**). Seuls 9,5 % des sondés indiquent avoir des équipes par produit. La raison est ici économique, une équipe dédiée nécessitant plus d'investissements qu'une équipe transverse.

9. Cependant, selon UserTesting, [ce mode d'organisation diffère fortement de celui à l'international](#), où les équipes dédiées (**26 %**) et les modes hybrides (**34 %**) sont bien plus communs.



# ÉQUIPES D'UX & UX RESEARCHER

## POINTS CLÉS

---

En ce qui concerne les budgets attribués à l'UX, nous avons pu les mesurer pour la première fois lors de notre enquête annuelle :

- **61 %** des professionnels indiquent avoir eu, au cours des 12 derniers mois, un **budget inférieur à 50K €** attribué à l'UX et à la recherche UX. On notera que **11 %** des répondants déclarent **ne pas encore avoir de budget** dédié à ces disciplines dans leur entreprise. Ils étaient 18 % en 2022.
- **26 %** des professionnels possèdent un budget **entre 50 et 250K €**.
- **13 %** des interrogés ont un budget **supérieur à 250K €**.

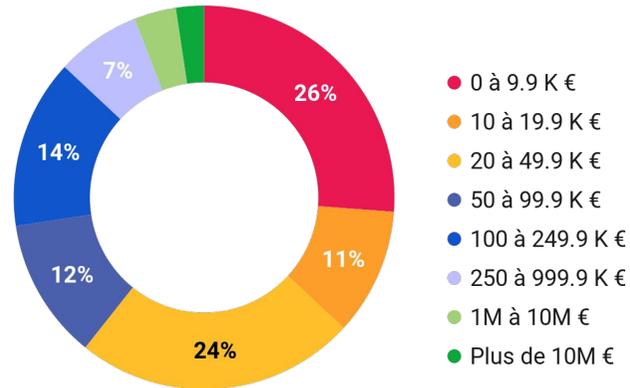
Nous ne pouvons malheureusement pas faire de comparaison pour l'ensemble de ces chiffres avec les années précédentes, cependant, d'expérience, nous pouvons affirmer que ces chiffres sont extrêmement encourageants. D'autant plus qu'ils sont en augmentation et suivent une dynamique positive :

- **Les budgets dédiés à l'UX ont augmenté pour 37 % des professionnels en 2023**, contre 29 % en 2022 (pour rappel, ces budgets avaient augmenté seulement pour 25 % des répondants en 2021). À noter que [ces chiffres sont équivalents à l'international selon un rapport de UserTesting](#).
- **Ces mêmes budgets ont diminué pour uniquement 5 % des professionnels par rapport à l'année précédente**, contre 6 % en 2022 et 7 % en 2021.

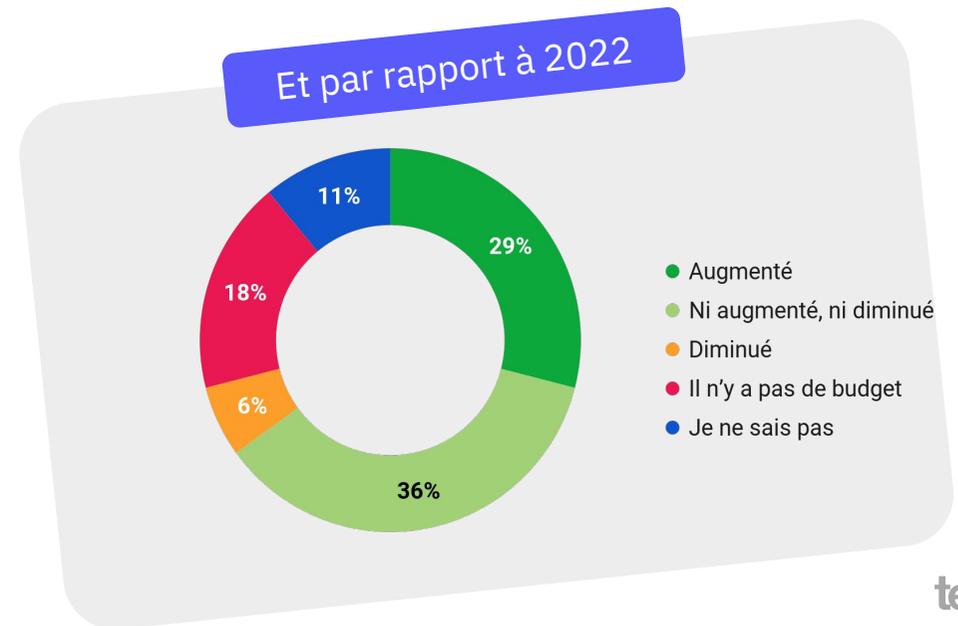
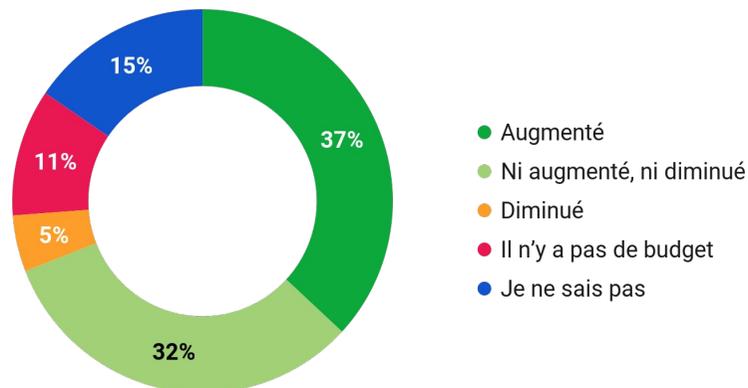
Un chiffre stable qui montre que les organisations font rarement machine arrière après avoir mis en place des budgets UX.

## BUDGET

Quel a été le budget attribué à l'UX et à la recherche UX au cours des 12 derniers mois ?

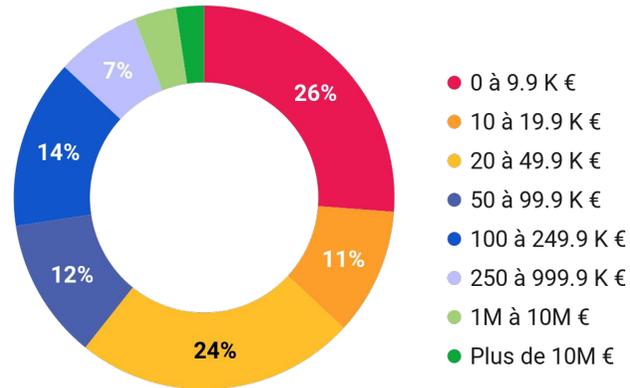


Les budgets attribués à l'UX et à la recherche UX au cours des 12 derniers mois ont :

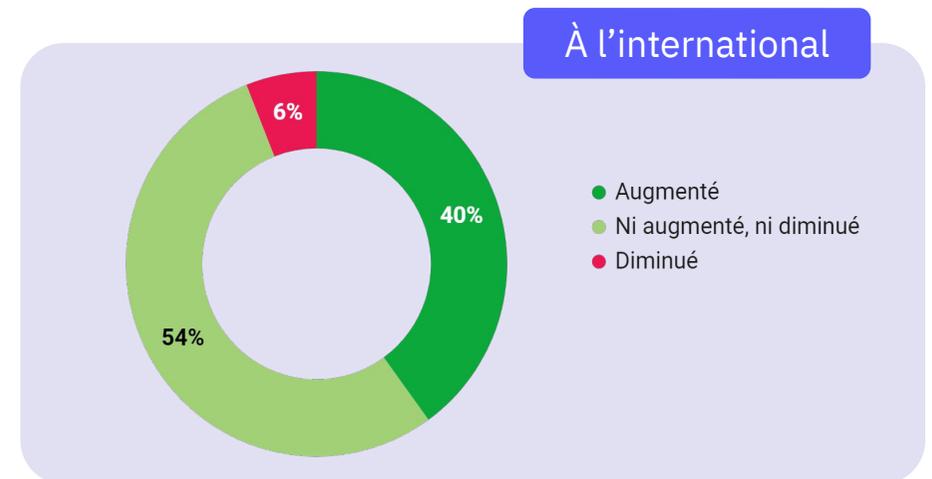
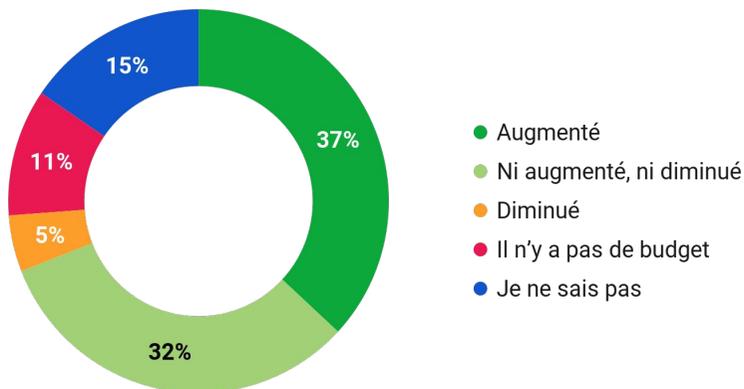


## BUDGET

Quel a été le budget attribué à l'UX et à la recherche UX au cours des 12 derniers mois ?



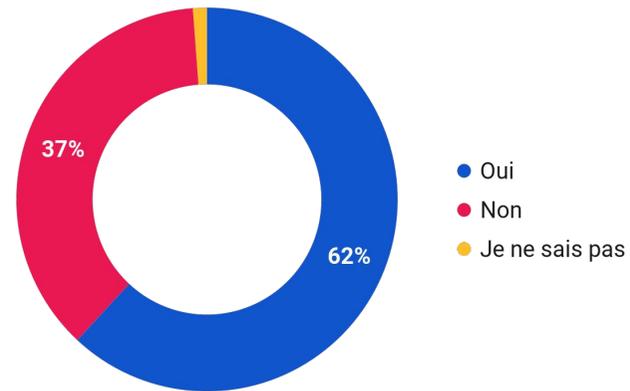
Les budgets attribués à l'UX et à la recherche UX au cours des 12 derniers mois ont :



## ORGANISATION AU SEIN DES ENTREPRISES

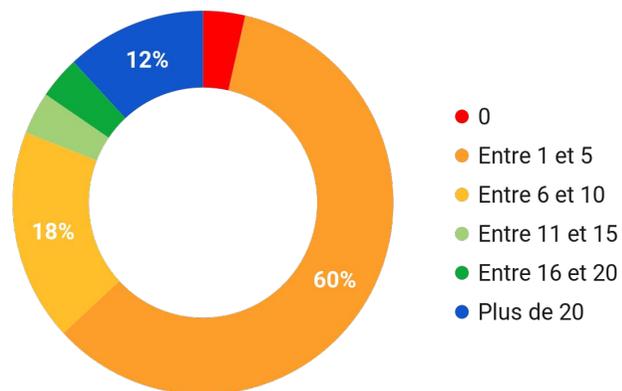
Existe-t-il un directeur ou une directrice UX dans votre entreprise ?

---



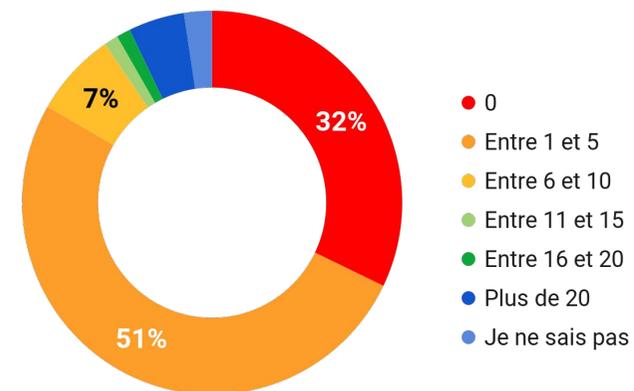
Le nombre d'UX designers par entreprise est de :

---



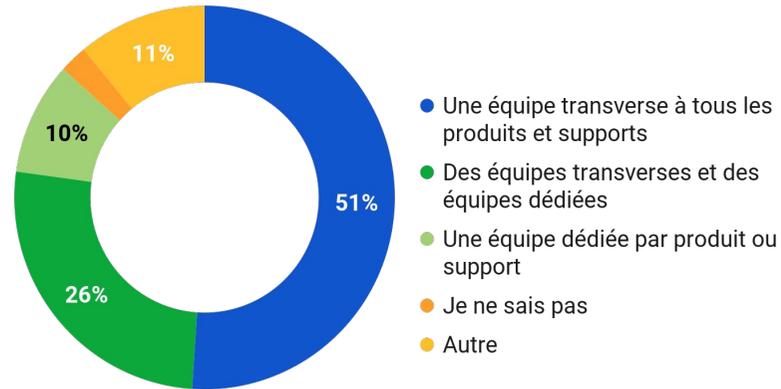
Le nombre d'UX researchers par entreprise est de :

---

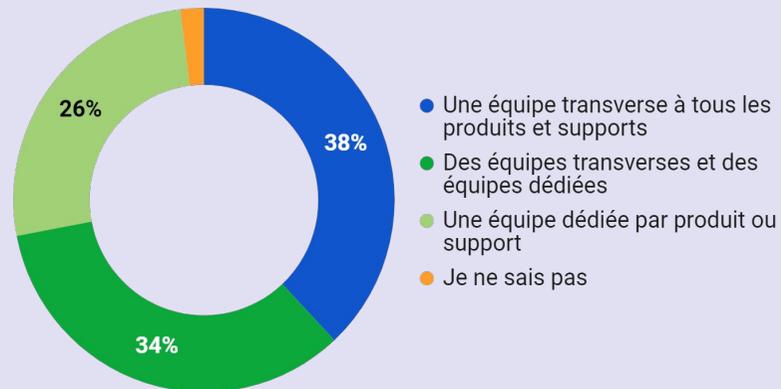


## ORGANISATION AU SEIN DES ENTREPRISES

Les équipes UX sont organisées avec :



À l'international





# RECHERCHES EFFECTUÉES

## POINTS CLÉS

---

Dans les entreprises, **les demandes en recherche utilisateur / UX continuent d'augmenter** pour 58 % des répondants, une croissance maintenue depuis 2020.

Ces demandes sont majoritairement portées par les **pôles Design et UX Research**, mais pas uniquement. La recherche implique également les **pôles Produit et CX**, davantage encore qu'en 2022. Les bénéfices sont multiples et profitent à tous les pôles.

En effet, au-delà des sites internet et des applications, la recherche permet aussi de récolter des insights sur l'image de marque de l'entreprise, son service client, un logiciel ou même des campagnes e-mailing. Ces derniers points expliquent pourquoi, malgré une baisse de leur demande, les équipes marketing restent très friandes de la recherche utilisateur et UX.

Pour **82 %** des professionnels, **ces insights sont obtenus grâce à des utilisateurs faisant partie d'un panel interne** régulièrement interrogé (clients, prospects ou collaborateurs). Les panels externes sont par ailleurs sollicités pour 49 % des sondés, lorsque la cible devient plus importante et/ou plus spécifique.



# RECHERCHES EFFECTUÉES

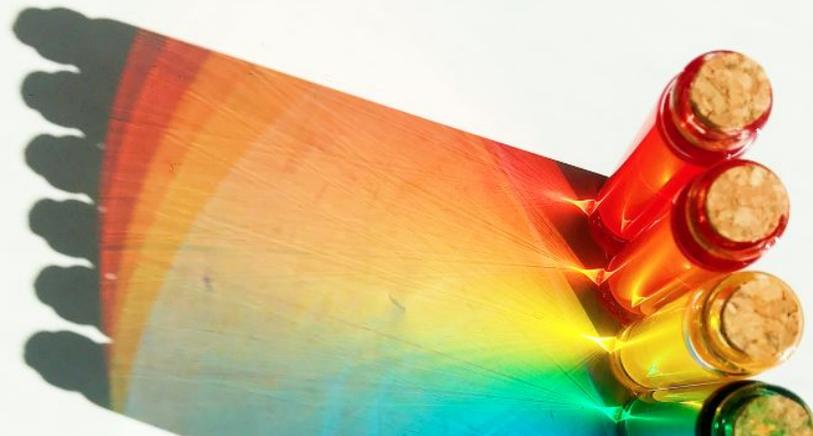
## POINTS CLÉS

---

Au total, **au moins 65 % des produits développés** au cours des 12 derniers mois **ont intégré une phase de recherche UX** durant leur conception. C'est un chiffre très important qui doit cependant être nuancé :

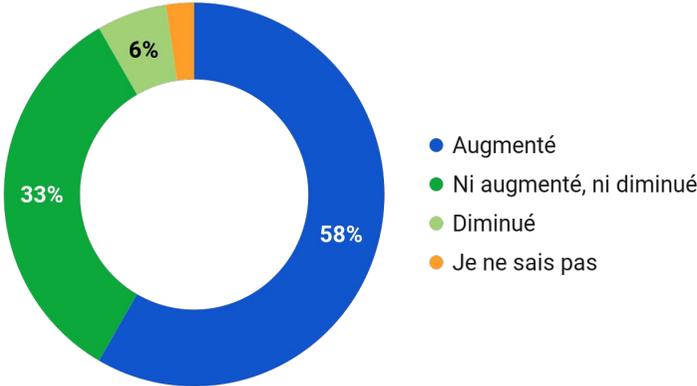
Les résultats des recherches UX peuvent être parfois difficiles à mettre en place : limites techniques, contraintes temporelles, recommandations non alignées sur les positions internes... Beaucoup de contraintes peuvent survenir. Parmi les sondés, **54 % indiquent que moins de la moitié des recommandations faites sont effectivement mises en place.**

Ce chiffre vient confirmer les conclusions faites précédemment, à savoir que la recherche utilisateur reste une variable d'ajustement dans beaucoup trop de contextes, qu'ils soient budgétaires, temporels, politiques ou encore techniques.

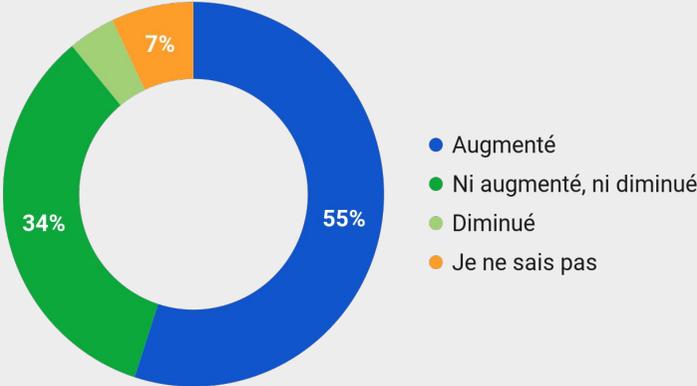


# DEMANDES

Les évolutions des demandes en recherche utilisateur / UX ont au cours des 12 derniers mois :



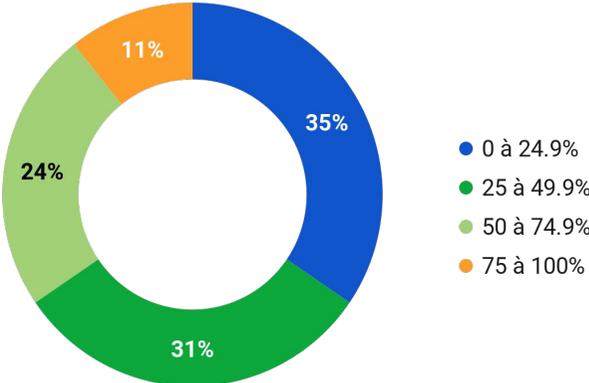
Et par rapport à 2022



# RECHERCHES UX

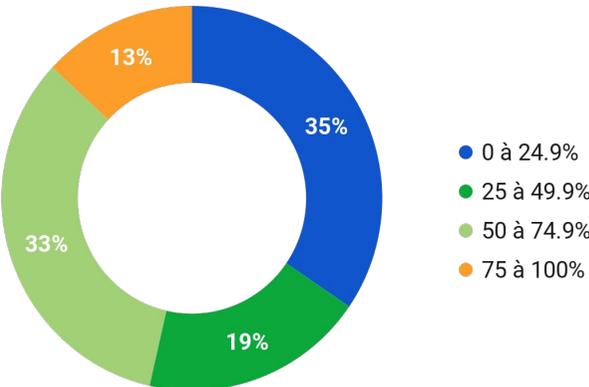
Proportion des développements produit intégrant des recherches UX :

---



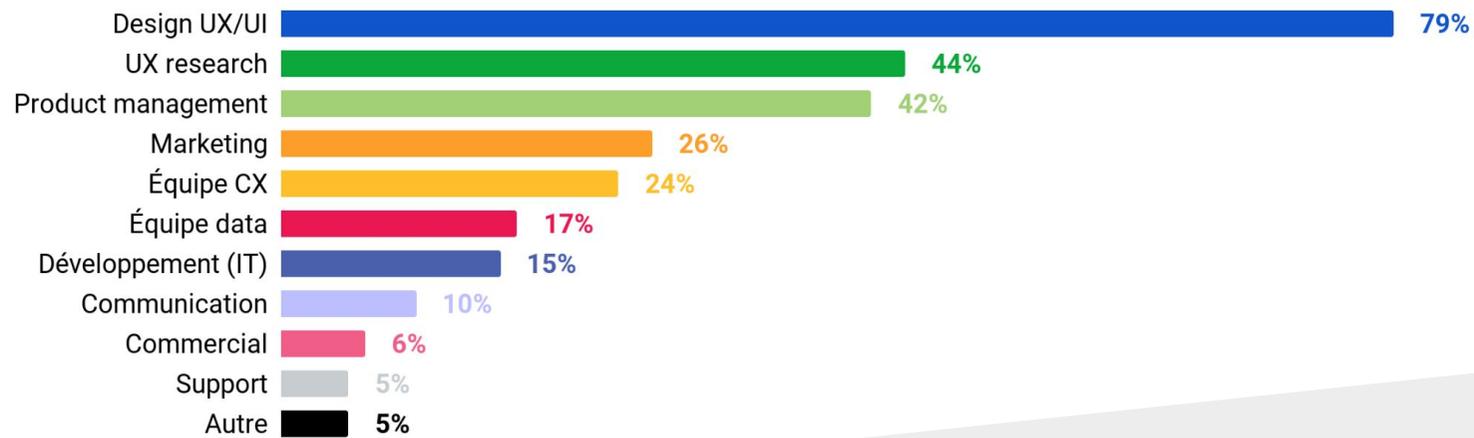
Proportion des recommandations mises en place suite à des recherches UX :

---

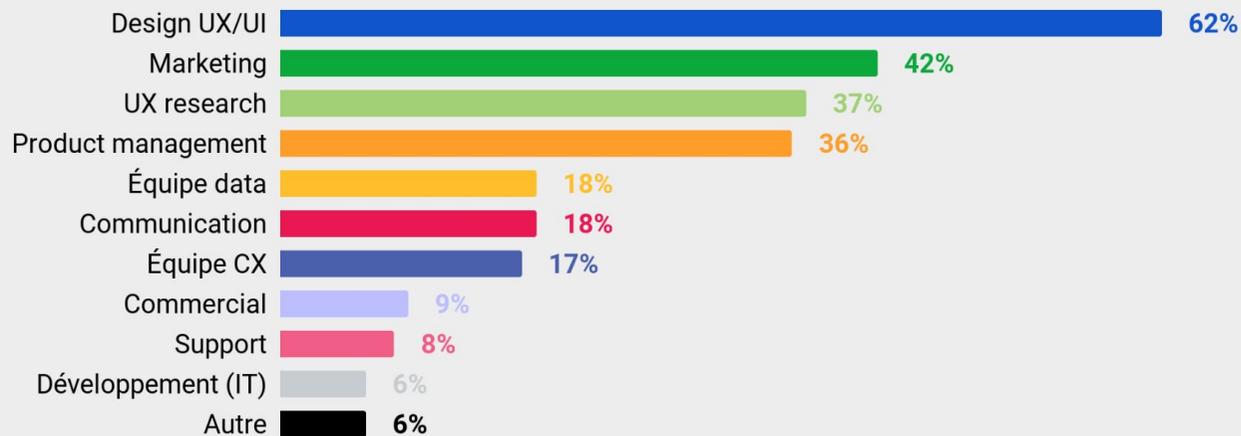


## CONDUITE DES RECHERCHES

Quels services réalisent ou délèguent des projets de recherche portant sur l'expérience utilisateur ?

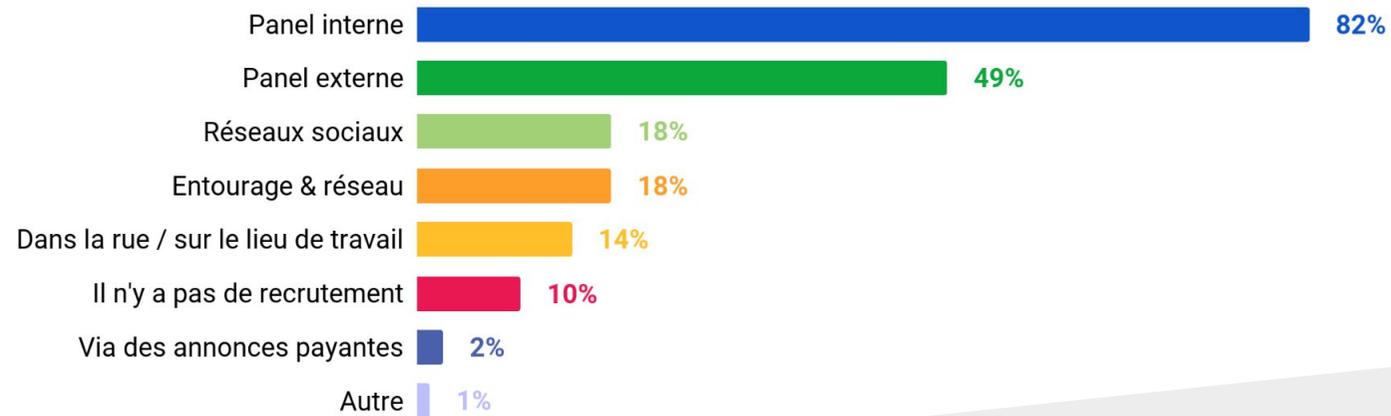


Et par rapport à 2022

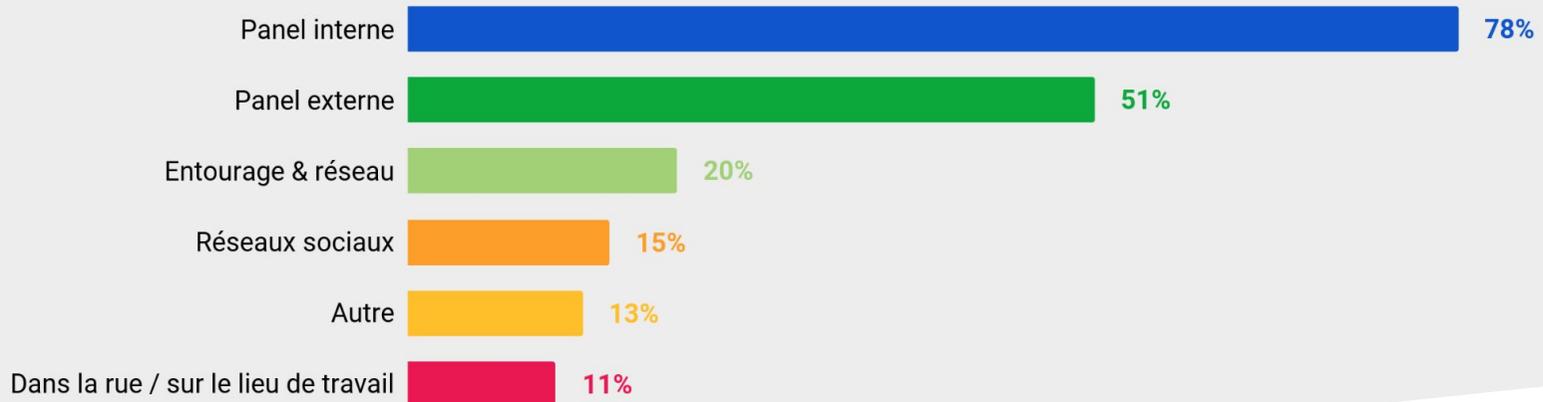


## RECRUTEMENT DES PARTICIPANTS

Les canaux de recrutement des participants pour la recherche utilisateur :



Et par rapport à 2022





# MÉTHODES ET OUTILS MOBILISÉS

## POINTS CLÉS

---

Pour répondre au mieux aux besoins des entreprises et au nombre croissant de demandes, différentes méthodologies sont utilisées :

Ainsi, **l'UX Benchmark, les Analytics et les tests questionnaires et sondages** font partie des méthodes les plus utilisées en UX. Plus généralement, les méthodes utilisées en 2022 ont été les mêmes que les années précédentes, avec de légères fluctuations.

Lorsque l'on demande aux répondants de se projeter sur l'année à venir, on constate que ces derniers souhaitent majoritairement (**67 %**) passer par des **AB Tests**. Ceci s'explique notamment car cette méthode-là est très efficace pour **mesurer l'apport des mesures UX mises en place**. C'est pour cette même raison que les **Analytics** seront aussi fortement utilisés lors des 12 prochains mois (**55 %**).





# MÉTHODES ET OUTILS MOBILISÉS

## POINTS CLÉS

---

Si on se concentre sur les tests utilisateurs, on remarque que les **tests modérés en présentiel**, longtemps en tête de liste (44 % des entreprises les utilisaient comme méthode principale en 2019), ne sont quasiment plus utilisés aujourd'hui. En 2023, ils ne sont plus que **13 %** des professionnels. Face à une demande croissante, **la méthode est considérée aujourd'hui comme trop chronophage.**

Ce sont les tests à distance qui sont majoritairement utilisés aujourd'hui. On peut notamment retrouver :

- Le focus group et/ou interviews à distance, privilégiés par **25 %** des professionnels du digital (contre 3 % en 2022).
- Les études, les enquêtes et les tests non-modérés, restent les méthodes de tests les plus pratiquées, et sont utilisés en majorité par 40 % des interrogés. Une tendance qui reste stable depuis 2021.

Pour organiser et partager les différentes études réalisées au cours de l'année, **39 % des professionnels interrogés indiquent utiliser un dépôt de données (repository)**. C'est presque deux fois moins qu'à l'international où **69 %** des entreprises possèdent un dépôt de données.

En France, les plateformes collaboratives telles que Notion (**27 %**), la suite Google (**21 %**) ou Airtable (**21 %**) sont ainsi les solutions les plus utilisées pour stocker les données UX.

Ces chiffres montrent et confirment par ailleurs la progression de l'utilisation de l'Atomic Research dans l'UX français (**12 %**).



# MÉTHODES ET OUTILS MOBILISÉS

## POINTS CLÉS

---

Pour améliorer l'UX et les différents indicateurs de la performance en ligne, les répondants se tournent majoritairement vers l'outil de conception Figma (**77 %**) mais aussi vers les analytics avec Google Analytics (**49 %**) ou encore les outils de tests utilisateurs tels que Testapic (**42 %**).

On notera cependant la disparition des outils d'AB test tels qu'AB Tasty ou Kameleoon des outils les plus utilisés par l'UX et la recherche UX française.

Enfin, pour l'avenir de l'expérience utilisateur et de la recherche UX, c'est évidemment **l'intelligence artificielle** qui s'impose comme **l'élément clé qui fera la différence dans les prochaines années (68 %)**.

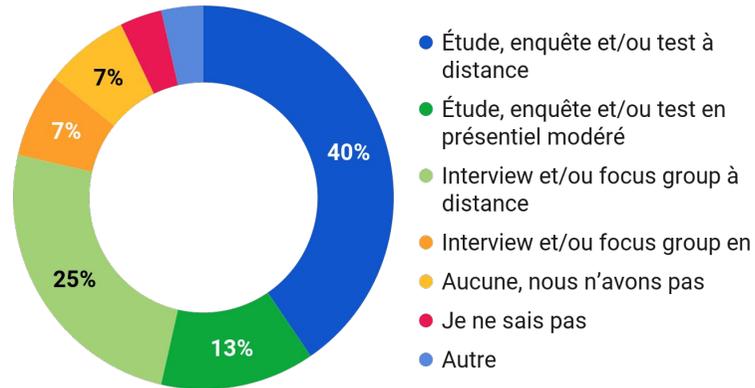
Rien de surprenant ici au vu de la couverture médiatique qu'ont pu avoir les Chat GPT, DALL-E ou encore Open AI, et ce, spécifiquement au moment de notre enquête (février-mars 2023). Cependant, il est aussi facile d'imaginer que ces outils pourront nous permettre, à l'avenir, de réaliser des prouesses en matière de **création de design, de rédaction de contenu, ou encore d'analyse de données utilisateurs**.

On notera dans le même temps que la sobriété numérique (**56 %**) et l'accessibilité (**55 %**) restent des sujets chers aux professionnels interrogés.

## USAGES DES MÉTHODOLOGIES EN 2023

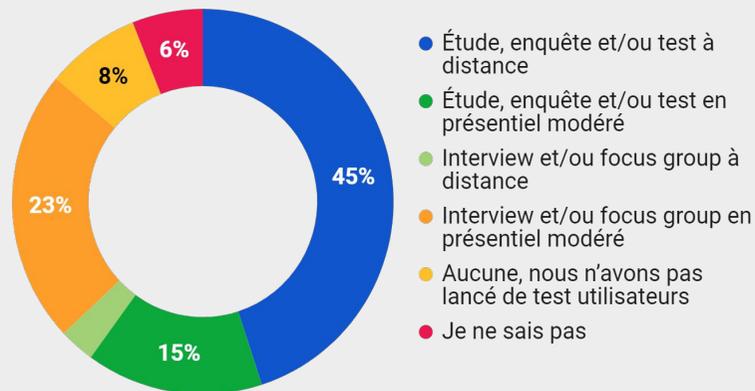
La méthode de tests / interviews utilisateurs la plus utilisée au cours des 12 derniers mois :

---



- Étude, enquête et/ou test à distance
- Étude, enquête et/ou test en présentiel modéré
- Interview et/ou focus group à distance
- Interview et/ou focus group en présentiel modéré
- Aucune, nous n'avons pas
- Je ne sais pas
- Autre

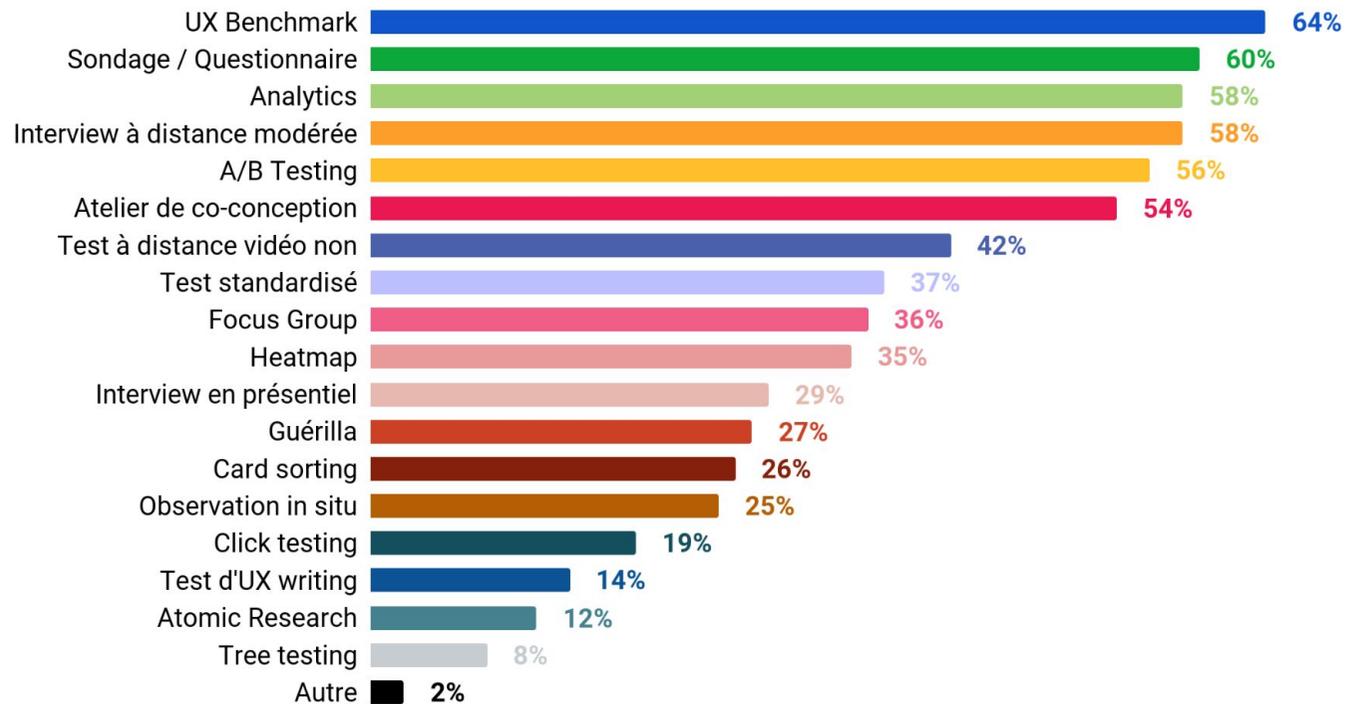
Et par rapport à 2022



- Étude, enquête et/ou test à distance
- Étude, enquête et/ou test en présentiel modéré
- Interview et/ou focus group à distance
- Interview et/ou focus group en présentiel modéré
- Aucune, nous n'avons pas lancé de test utilisateurs
- Je ne sais pas

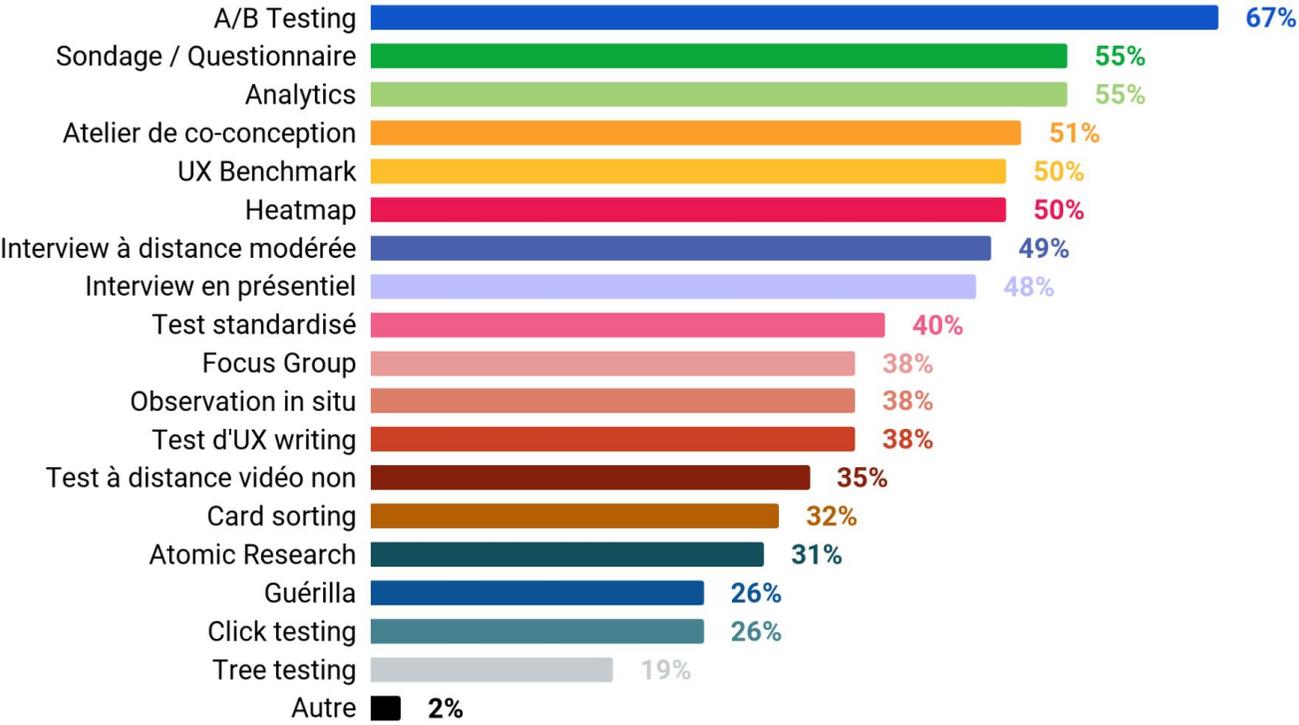
## USAGES DES MÉTHODOLOGIES EN 2023

Les méthodes les plus utilisées au cours des 12 derniers mois par les entreprises sont :



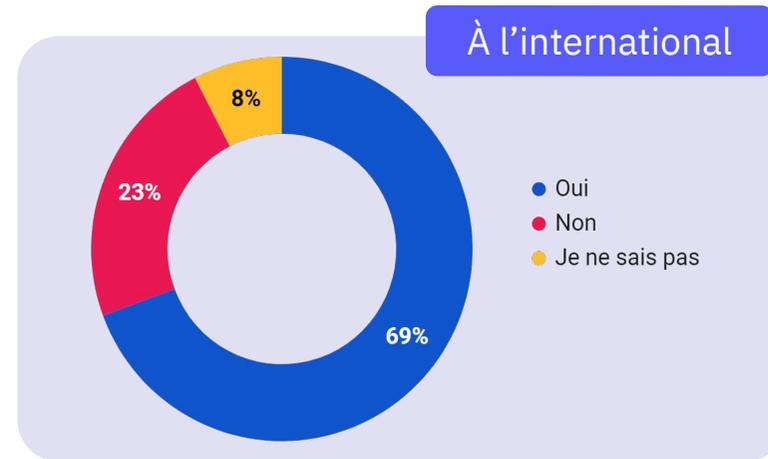
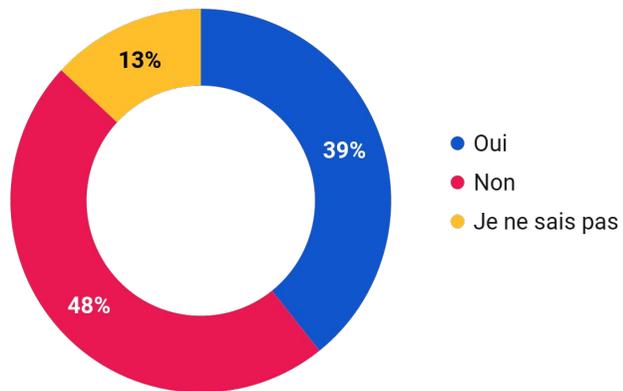
Et pour l'année à suivre

Les professionnels souhaitent utiliser au cours des 12 mois à venir :

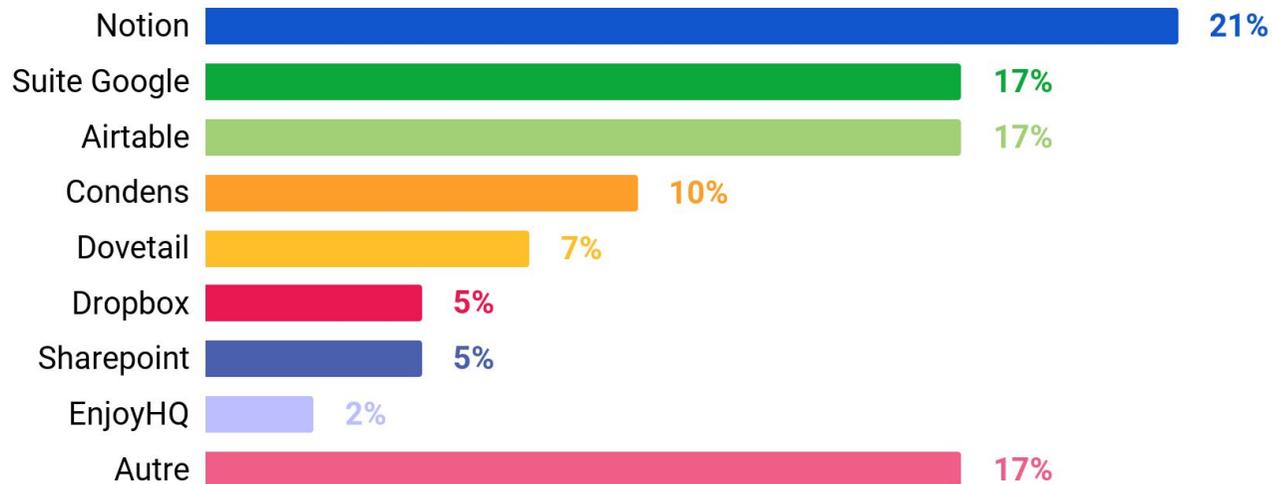


## STOCKAGE DES DONNÉES

Proportion des professionnels utilisant un dépôt de données (repository) :

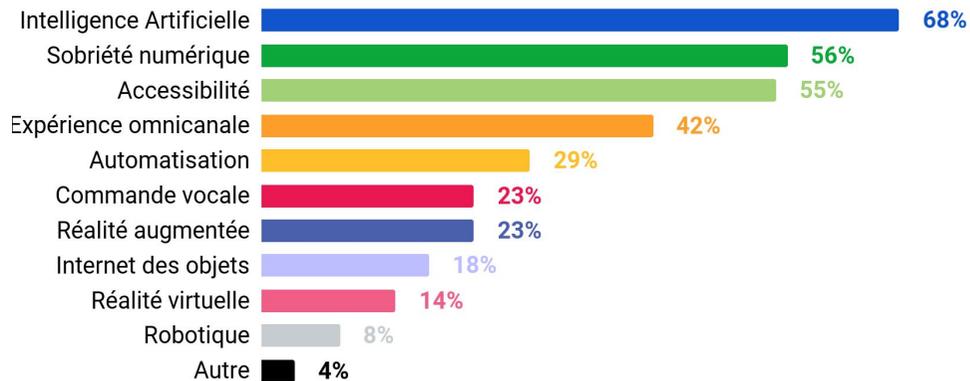


Les outils utilisés pour stocker les données UX (repository) :



## AVENIR ET USAGES DES OUTILS EN 2023

Dans les 5 années à venir, la recherche utilisateur sera impactée par :



Pour améliorer l'UX et les différents indicateurs de leur performance en ligne, les professionnels utilisent :



77 %



42 %



49 %



32 %



42 %



26 %

# MERCI !

Testapic est un des pionniers et le leader en France des tests utilisateurs modérés et non modérés à distance. Notre mission est d'apporter à nos clients la voix des utilisateurs.

Pour cela, nous sollicitons des testeurs parmi un panel de +400 000 personnes, afin qu'ils testent depuis chez eux les interfaces de nos clients. Notre technologie leur permet de verbaliser de manière directe et spontanée les irritants et incompréhensions rencontrés, ainsi que les idées pour améliorer l'expérience utilisateur.

**Vous avez des questions ? Contactez-nous :**

**Directeur commercial :**

Vincent Delon / [vdelon@usertesting.com](mailto:vdelon@usertesting.com)

**Responsable marketing**

Julien Hennig / [jhennig@usertesting.com](mailto:jhennig@usertesting.com)

