

testapic

Now part of **User** Testing

Comment améliorer votre taux de conversion grâce à l'UX ?



Yoan Salagnac - Senior Product UX Researcher - **Testapic**



Julien Hennig - Marketing Manager Southern EMEA - **Testapic**





SOMMAIRE

- Qui sommes-nous ?
- Qu'est-ce que l'UX ?
- Comment améliorer votre taux de conversion grâce à l'UX ?
- Qu'est-ce qu'un test utilisateurs ?
- 4 Exemples concrets
- Comment mettre en place un test utilisateurs ?

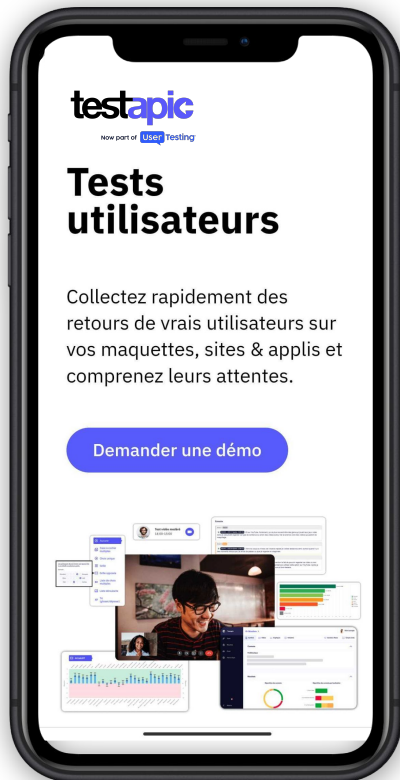
Testez selon vos besoins

Collectez des données quantitatives et qualitatives.



Pour toutes vos interfaces

Testez vos applications, sites web, prototypes ou maquettes.



Ciblez vos clients et prospects

Accédez à un panel de plus de 400k testeurs.



Accompagné selon vos besoins

Nous mettrons les bons profils en face de vos besoins UX.

“L’expérience utilisateur c’est.....”

...l'expérience globale ressentie par votre client / prospect (utilisateur) lorsqu'il utilise un service, un produit ou une interface digitale.

*Cela nécessite de concevoir des expériences qui **répondent à leurs besoins** et qui les **incitent à interagir de manière positive** avec votre produit, service ou système numérique.*

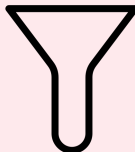
*En mettant l'accent sur l'ergonomie, la convivialité et la satisfaction des utilisateurs, vous pouvez **favoriser leur engagement et leur fidélité**.*

COMMENT AMÉLIORER VOTRE TAUX DE CONVERSION GRÂCE À L'UX ?



TEMPS DE CHARGEMENT

- [PageSpeed Insights](#)
- Format image nouvelle génération (WebP).
- Réduire le nombre de contenus vidéo.
- Décaler le chargement de vos contenus.



FILTRES DE RECHERCHE

- Utilisez des filtres compréhensibles de tous (prix, taille, couleur, famille de produit...).
- Évitez les noms de collection et le jargon.



MOTEUR DE RECHERCHE

- Prise en compte des fautes.
- Barre de recherche : remplissage automatique
- Compréhension du langage naturel.



CLARIFIEZ ET AÉREZ VOS INTERFACES

SHOW MORE ▾

- Avis (10220) 4.7 ★★★★★ ▾
- Description ▾
- Détails ▾
- Trouve ton style ▾

27 Coloris disponibles

Cloud White / Cloud White / Cloud White

Tailles

36 1/2	36	36 3/4	37 1/2	38
38 3/4	39 3/4	40	40 3/4	41 1/2
42	42 3/4	43 1/2	44	44 3/4
45 1/2	46	46 3/4	47 1/2	48
48 3/4	49 1/2			

Guide des tailles

Taille normalement. Nous te recommandons de choisir ta taille habituelle.

AJOUTER AU PANIER →

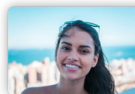
Payez en 4X sans frais pour les achats éligibles avec [PayPal](#). [En savoir plus](#)

Livraison gratuite pour les membres de [AdiClub](#)

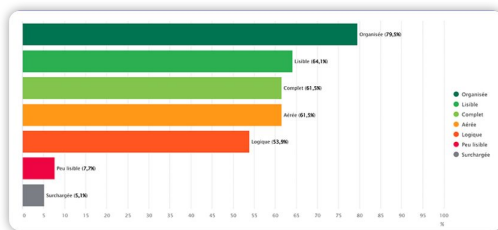
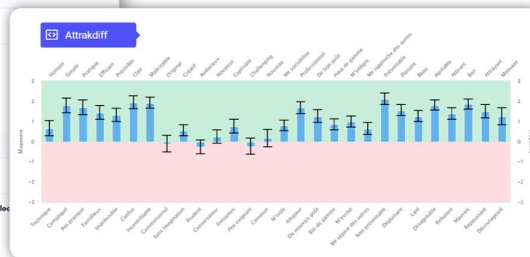
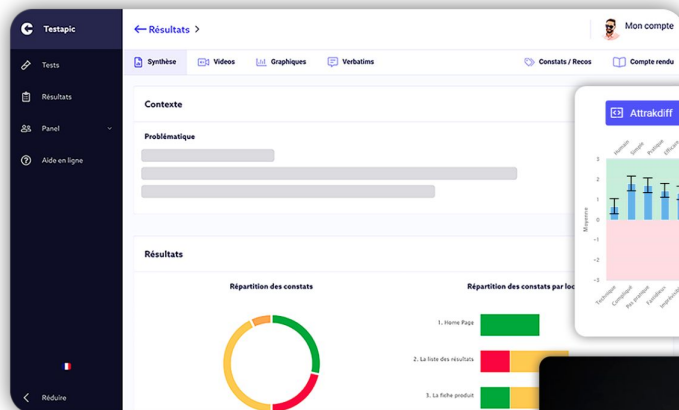
Les **informations nécessaires** sont accessibles directement (taille et couleur).

Les **informations secondaires** sont accessibles via des onglets déroulants (description, détails, avis, produits associés...)

COMPRENEZ VOS AUDIENCES



"Je trouve ça dommage d'imposer la création d'un compte client. Pour un achat occasionnel, je ne prendrais pas la peine de le faire et irais voir sur d'autres sites"



- Aucune
- Case à cocher multiples
- Choix unique
- Grille
- Grille opposée
- Liste de choix multiples
- Liste déroulante
- Tri (glisser/déposer)

“Le test utilisateur c’est.....”

... Une méthode de recherche qui consiste à **observer et à évaluer** comment vos audiences interagissent avec un produit, un service ou une interface.

Cela permet d'obtenir des **insights** concrets sur le comportement, les préférences et la perception de vos audiences sur votre interface.

Le but ? **Identifier les points forts** et les **points faibles** de votre expérience utilisateur, et recueillir des *feedbacks* afin d'orienter vos décisions de conception et de stratégie marketing.

QU'EST-CE QUE VOUS PERMET DE FAIRE UN TEST UTILISATEURS ?



Qualitatif

Collectez des données quali sous forme de vidéos ou de verbatims via des tests vidéo modérés ou non modérés ou encore de focus group.

📌 📺 📹 ⋮ 📞



Quantitatif

Collectez des données quanti sous forme de graphiques ou de statistiques à l'aide de sondages ou encore de questionnaires.



Pour toutes les interfaces

Testez n'importe quel type d'interface : maquette, application, site web, box tv, jeu vidéo...

LE TEST QUALITATIF

“Les informations sur la disponibilité ne sont pas assez claires, on ne se rend compte qu'un produit a été retiré de la commande.”

Le test quali est axé sur la compréhension des **comportements**, des **opinions** et des expériences de vos audiences.

Il se concentre sur la récolte d'éléments tels que les **perceptions**, les **motivations** et les **réactions émotionnelles** des participants ainsi que sur la récolte **d'éléments observables**.



“Je trouve ça dommage d'imposer la création d'un compte client. Pour un achat occasionnel, je ne prendrais pas la peine de le faire et irais voir sur d'autres sites”

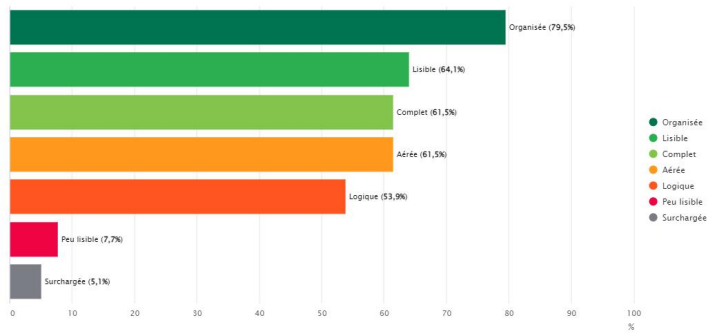
LE TEST VIDÉO



LES TESTS QUANTITATIF

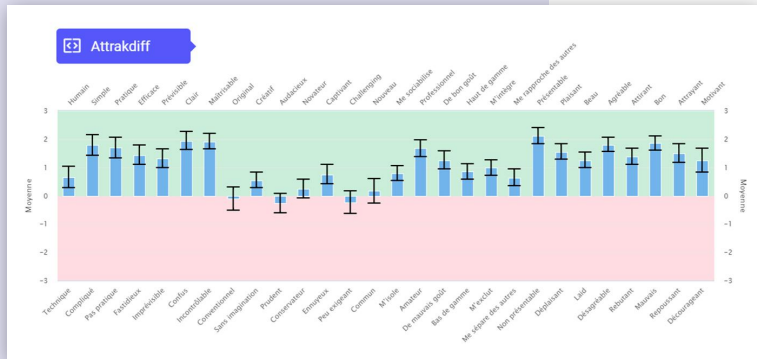
13/19 Sur cette page, vous diriez que l'organisation du contenu et des informations « produit » et « filtre » vous paraît :

Expliquez pourquoi en commentaire



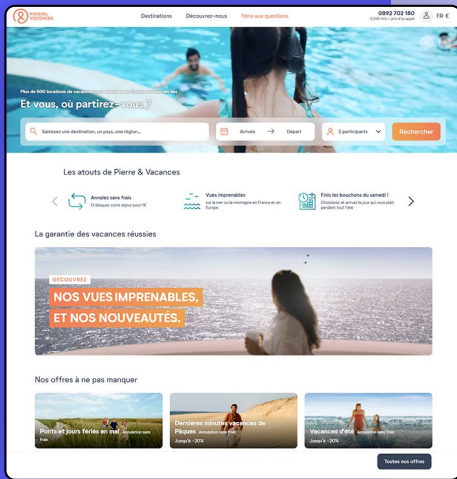
Un test utilisateur quantitatif est une méthode de recherche qui se concentre sur la collecte de données issues d'un échantillon cible pour évaluer **l'efficacité et la performance** d'une expérience utilisateur, obtenir des **données statistiques** sur les **préférences** et **perceptions** des utilisateurs.

Ce type de test est généralement réalisé avec un **échantillon plus important** de participants, ce qui permet une **analyse statistique** des données recueillies.



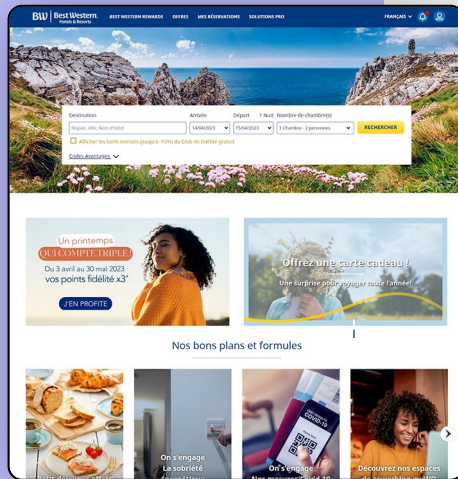
4 EXEMPLES CONCRETS

13



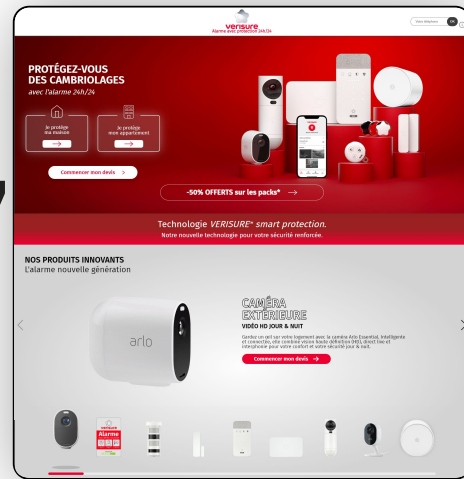
+13% de taux de conversion supplémentaires grâce à la refonte de leur fiche produit.

44



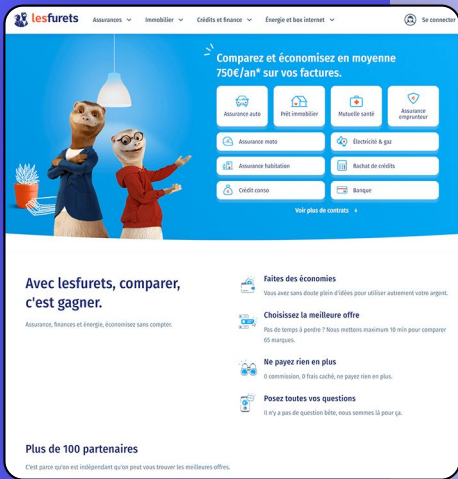
+44,5% de taux de conversion sur mobile et un taux de rebond divisé par 2, suite à une refonte du site.

97



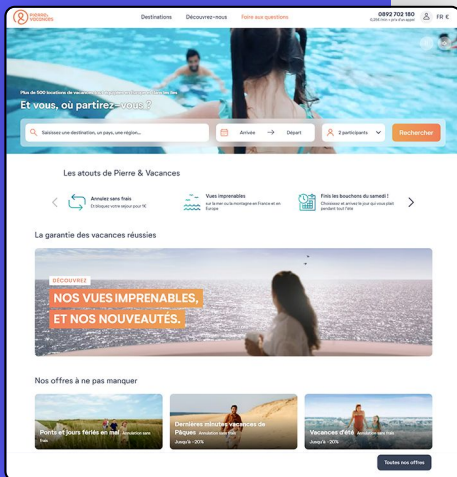
+97% de taux de prise de RDV supplémentaires sur des campagnes SEA, suite à la modification des CTA.

1



+1 Million d'euros de CA
en un an suite à une
refonte UI.

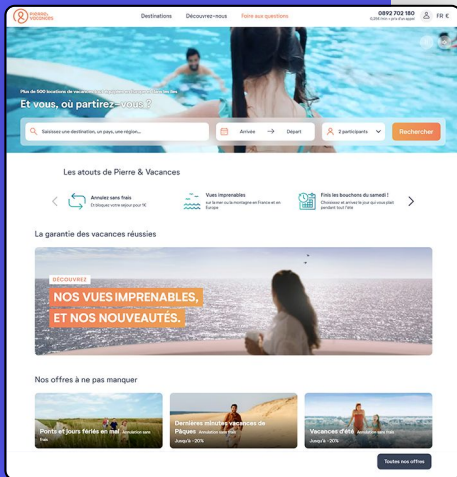
13



+13% de taux de conversion supplémentaires grâce à la refonte de leur fiche produit.

- Le Groupe **Pierre & Vacances-Center Parcs** faisait face à un **taux de rebond important** sur leur page produit.
- **Test** de leurs pages produit actuelles.
- **Comparaison** de 4 versions différentes de **maquettes**.

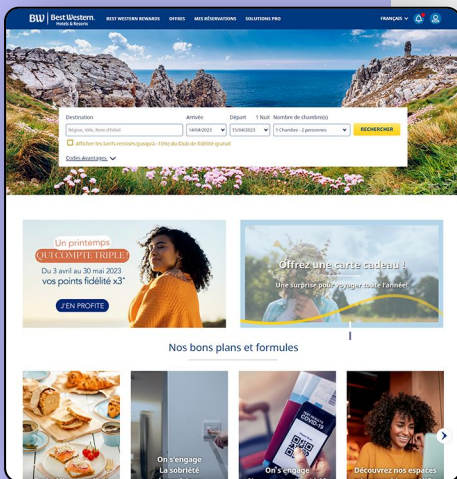
Refonte page produit



+13%
de taux de conversion



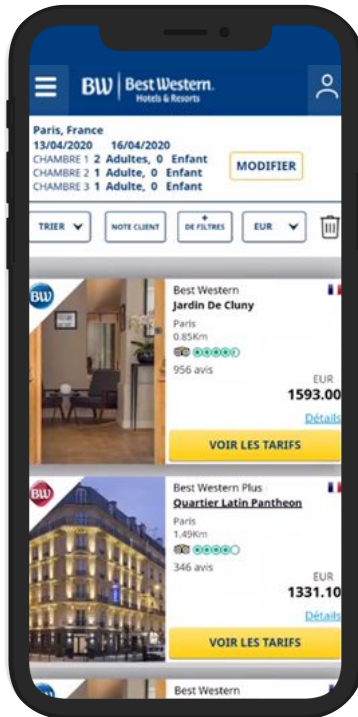
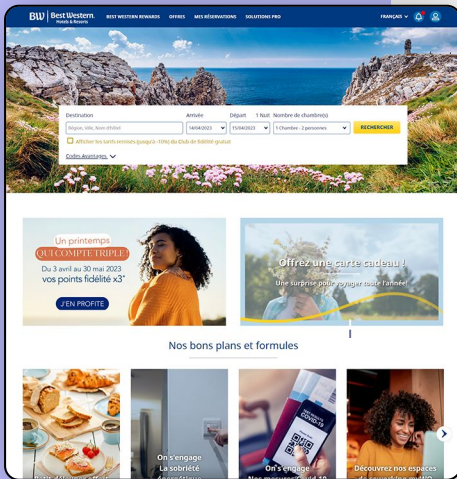
44



- Dans une logique d'amélioration du taux de conversion, les équipes **Best Western** ont souhaité lancer une **refonte de leur site web**.
- **Audit UX complet** de leur site web afin de préparer leur refonte.
- **Test avancé** de leur **moteur de recherche** et de leur **espace de réservation**.

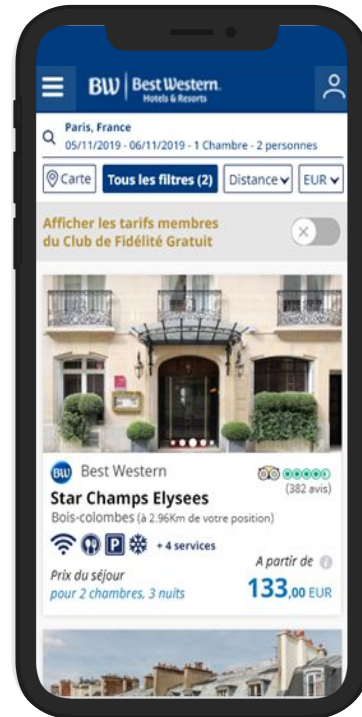
+44,5% de taux de conversion sur mobile et un taux de rebond divisé par 2, suite à une refonte du site.

Refonte site web

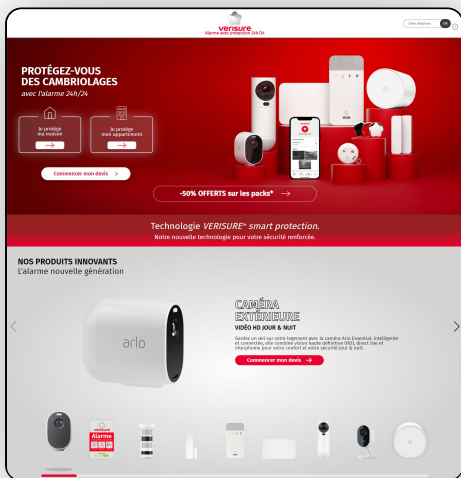


+44,5%

de taux de conversion

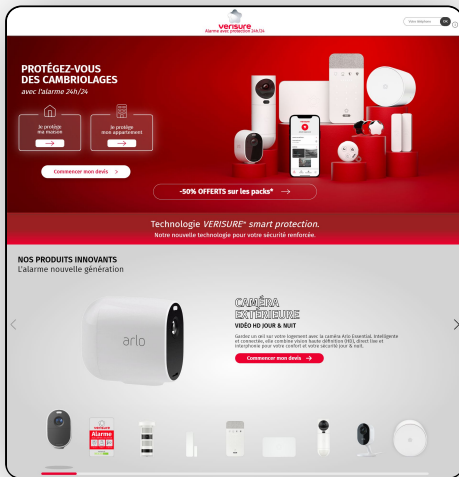


97



- **Verisure** faisait face à un **taux de conversion** en baisse sur leur landing page principale.
- **Test de CTA.** 6 nouveaux libellés ont alors été testés.

+97% de taux de prise de RDV supplémentaires sur des campagnes SEA, suite à la modification des CTA.



Refonte landing page

Calculez le prix de votre alarme
en moins d'une minute

CALCULER EN LIGNE 

+97 %
de taux
de conversion

Votre demande de devis en moins d'une minute

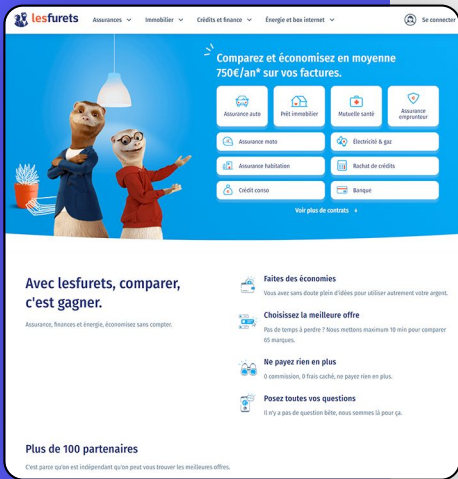
Votre numéro

OK



COMMENCER MON DEVIS 

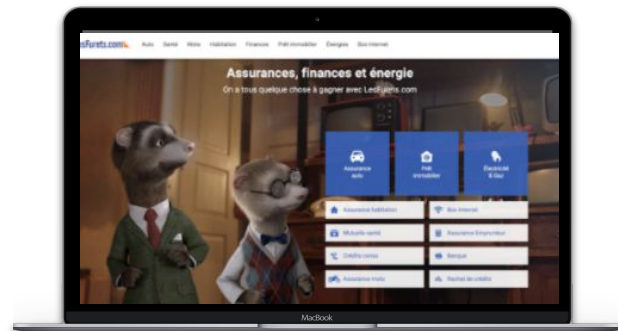
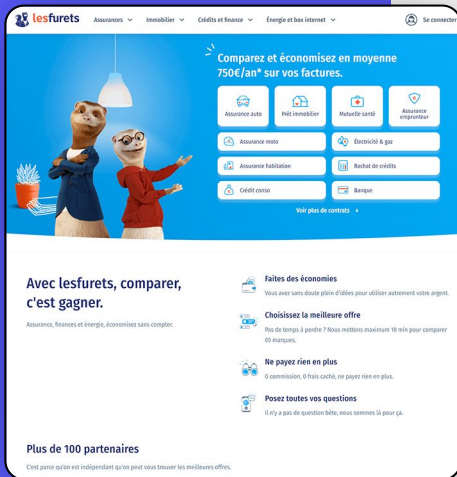
1



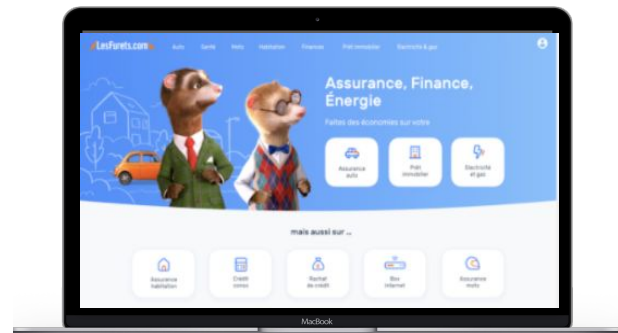
- Suite à plusieurs **retours négatifs** concernant le **design de leur site, les furets** ont décidé de tester leur site web.
- **Test et comparaison** de plusieurs éléments de leur site (**page d'accueil, landing page, formulaire**) avec 3 designs différents.
- **Comparaison** de leur **logo** actuel et de 2 nouvelles versions.

+1 Million d'euros de CA
en un an suite à une
refonte UI.

Refonte UI



+ 1M
de chiffre
d'affaires
additionnel



COMMENT METTRE EN PLACE UN TEST UTILISATEURS ?

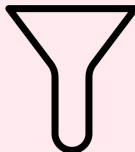
COMMENT METTRE EN PLACE UN TEST UTILISATEURS ?



DÉFINISSEZ VOS OBJECTIFS

1

- Que souhaitez-vous améliorer sur votre interface ?
- Avoir des objectifs clairs vous aidera à structurer vos tests et à mesurer les résultats.



IDENTIFIEZ VOTRE CIBLE

2

- Quels sont ses caractéristiques.
- En ciblant les audiences pertinentes, vous obtiendrez des insights plus précis et adaptés à votre interface.



SÉLECTIONNEZ LES TÂCHES

3

- Sélectionner la méthodologie adaptée
- Identifiez les tâches clés que vous souhaitez que votre cible accomplisse sur votre interface.

COMMENT METTRE EN PLACE UN TEST UTILISATEURS ?



4

RECRUTEZ VOS PARTICIPANTS

- Assurez-vous que les participants soient représentatifs de votre audience pour obtenir des insights pertinents.
- Vous pouvez les recruter en utilisant des panels, les réseaux sociaux ou même en interagissant avec vos clients existants.



5

CONCEVEZ LE SCÉNARIO DE TEST

- Créez un scénario réaliste et clair pour chaque tâche à tester.
- Expliquez aux participants ce que vous attendez d'eux et donnez-leur des instructions précises. Veillez par ailleurs à ne pas influencer leurs actions ou leurs réponses .

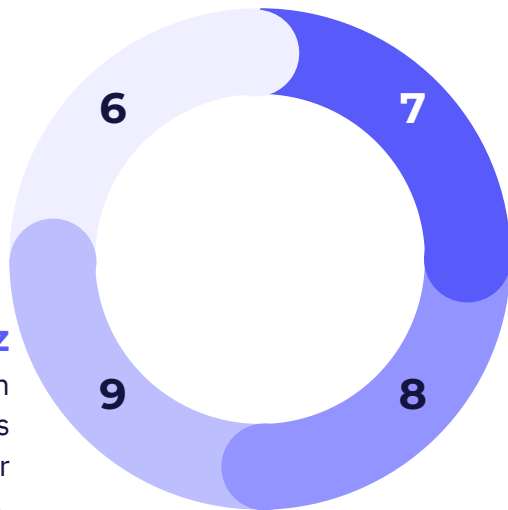
COMMENT METTRE EN PLACE UN TEST UTILISATEURS ?

Testez

Testez vos interfaces à n'importe quel moment de votre étape de conception.

Réitérez

Les tests utilisateurs ne sont pas un événement ponctuel. Il est essentiel de les répéter régulièrement pour optimiser continuellement vos interfaces.



Analysez

Identifiez les points forts et les points faibles de l'UX de votre interface. Ces insights vous aideront à comprendre où des améliorations peuvent être apportées.

Améliorez

Utilisez les résultats de vos tests pour mettre en place des améliorations concrètes sur votre site.

QUELLE MÉTHODE UTILISER ?



QUESTIONNAIRE

QUALI + QUANTI

Les utilisateurs répondent pendant leur navigation à des questions ouvertes / fermées.

Objectif : Recueillir des verbatims écrits et statistiques de perception sur un élément précis d'une page.

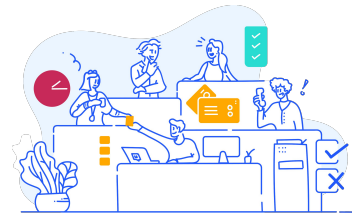


TEST VIDÉO NON MODÉRÉ

QUALI

L'écran et les commentaires vocaux des utilisateurs sont enregistrés pendant leur navigation en autonomie (réaction sans filtre à haute voix).

Objectif : Recueillir la navigation spontanée de l'utilisateur sur des tâches et visualiser comment il réalise un parcours donné.



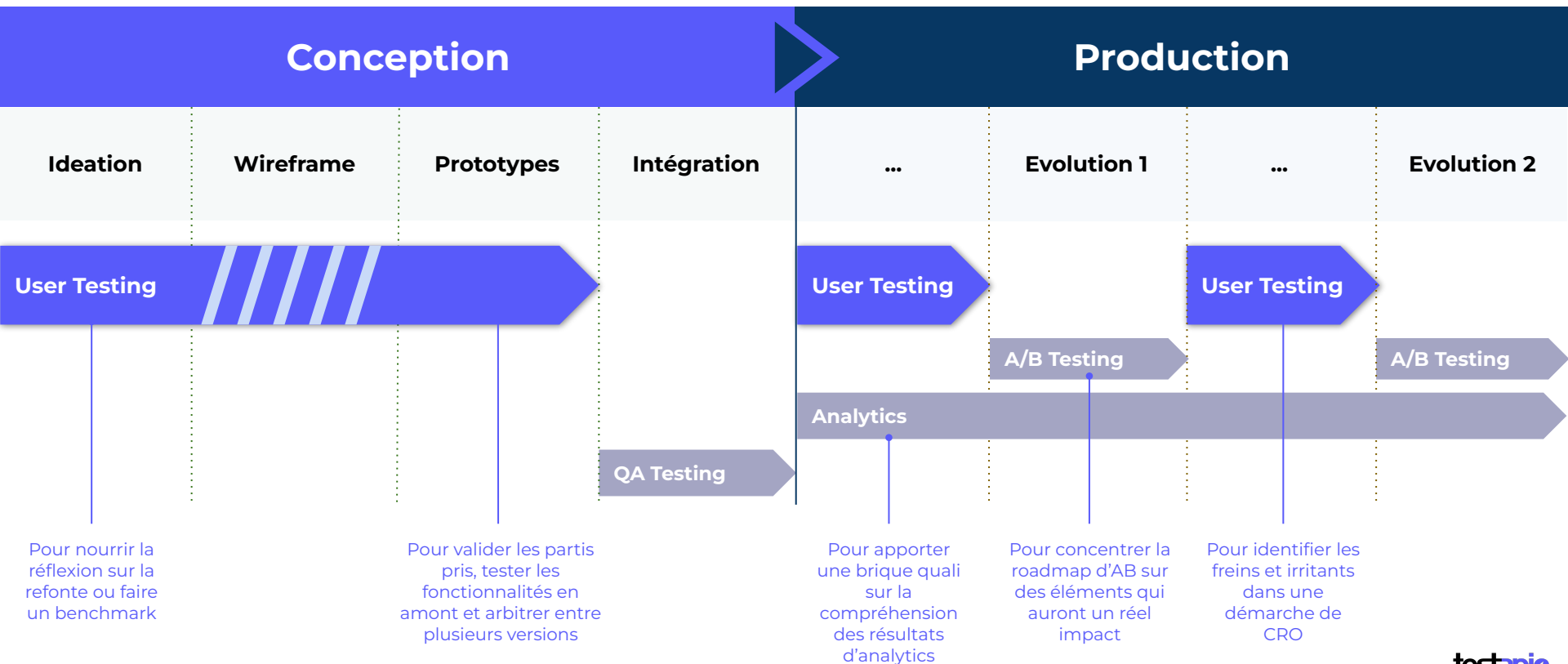
TEST VIDÉO MODÉRÉ

QUALI

Le modérateur échange (45 min) avec un testeur pour explorer ses besoins et réagir en direct sur son utilisation d'une interface

Objectif : Éprouver une idée, mieux comprendre les habitudes, guider un test via un partage d'écran pour rebondir sur une réaction du testeur.

QUAND MENER DES TESTS UTILISATEURS ?



RÉCAPITULATIF

1

Mettre en place les bonnes pratiques UX basiques pour améliorer vos performances digitales.

UX

BONNES PRATIQUES



2

Les analytics ne suffisent pas. Il vous faut comprendre vos clients / prospects / utilisateurs. **Faites un POC.**

DÉMARCHE CENTRÉ CLIENT



3

Mettre en place des tests utilisateurs à grande échelle.

INTERFACE CENTRÉ CLIENT



POUR ALLER PLUS LOIN



Test utilisateurs

Un livre blanc pour comprendre de A à Z ce que sont les tests utilisateurs et les types de méthodologies utilisées en fonction de vos besoins.



5 Arguments pour investir dans les TUD

Un livre blanc pour convaincre sa direction ou ses équipes d'investir dans les tests utilisateurs. Vous y trouverez des exemples de ROI et tous les avantages des tests utilisateurs.



Étude de cas

Retrouvez toutes nos études de cas sur notre site et accédez à une grande variété d'exemples de tests utilisateurs chiffrés.

MERCI !

DES QUESTIONS ?



Yoan Salagnac
Senior Product UX Researcher

ysalagnac@usertesting.com



Julien Hennig
Manager Marketing

jhennig@usertesting.com