

# testapic

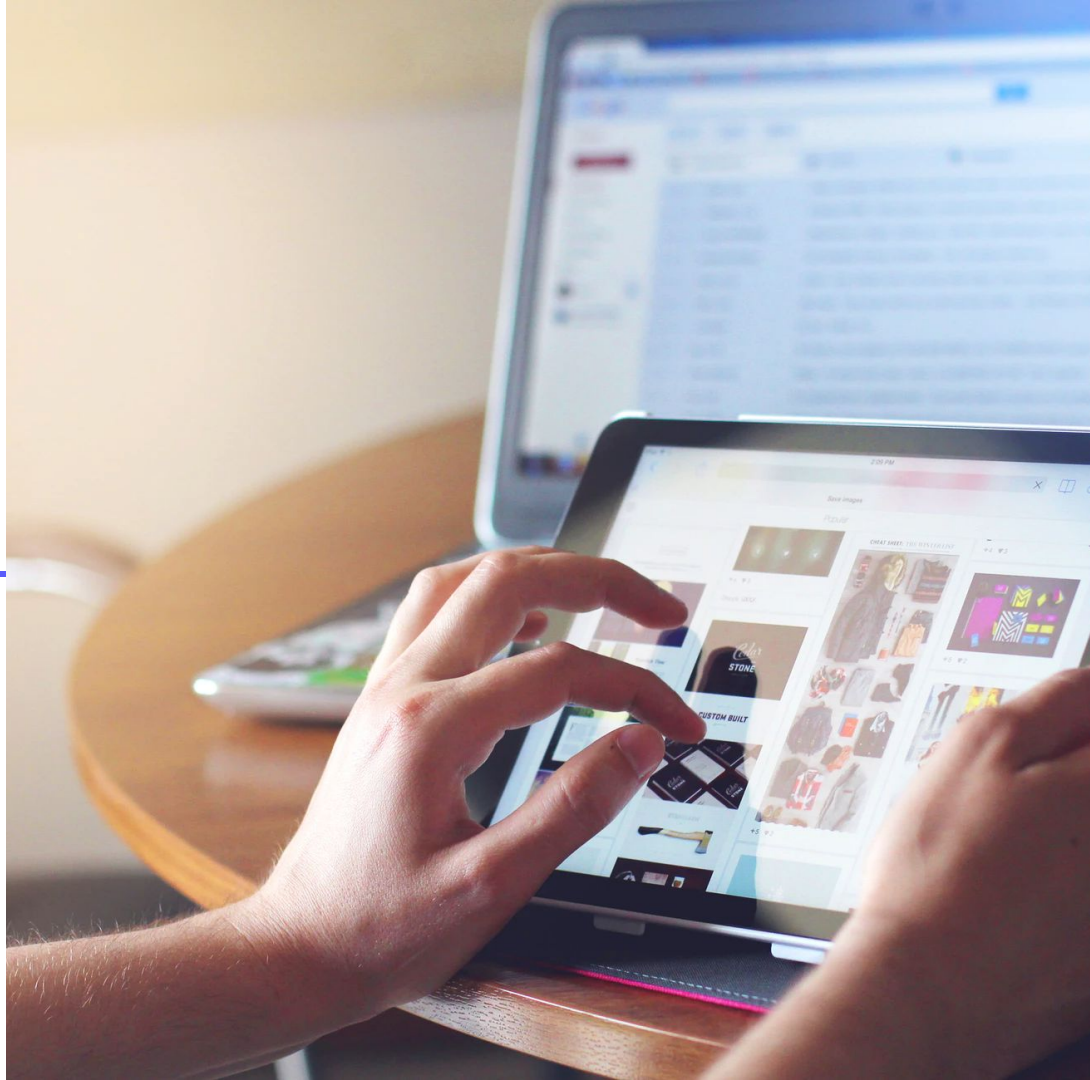
Now part of **User** Testing

## Comment évangéliser l'UX au sein de son entreprise ?

---



Sarah Bertrand - Responsable UX  
**Exaprint**





**Lea**  
Manager  
Commercial

## QUELQUES CHIFFRES

**1998**

Création de l'entreprise

**4000**

Clients actifs

**400**

Collaborateurs en France, Espagne et Tunisie

**80M €**

Chiffres d'affaires en 2022





**“Fournir des services et des supports de communication à nos clients, pour les mettre en valeur et contribuer à leur développement à travers une plateforme idéale”**

### **CULTURE CLIENT**

La satisfaction client est au cœur de nos projets et de nos initiatives

### **COLLABORATEURS**

Capacité à s’engager, coopérer et à être créatif

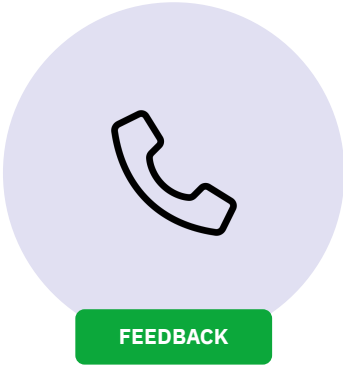
### **SAVOIR FAIRE**

Maîtrise de l’ensemble des maillons de la chaîne de la commande

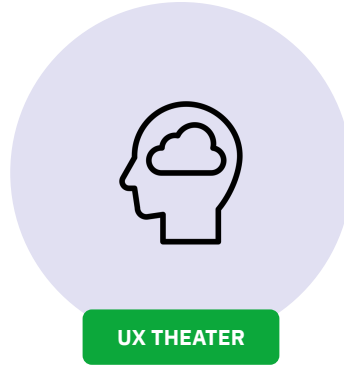
### **ORIENTATION RÉSULTATS**

Concentration sur la création de valeur

# L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR AVANT 2020 CHEZ EXAPRINT



“Un client m’a  
remonté...”



“Je pense que...”  
“J’ai vu...”  
“J’ai entendu...”



“On vote ?”

# L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR DEPUIS 2021 CHEZ EXAPRINT



## EXPERTISE

équipe interne

- 1 développeur
- 1 CRO
- 2 UX designers
- 1 UI designer
- 1 UX researcher
- 1 UX writer



## RECHERCHE

Testapic

- Analyser et benchmarker
- Etudes
  - Quanti (sondage / questionnaires)
  - Quali (entretiens / focus groups)
- Clients + prospects



## TESTS

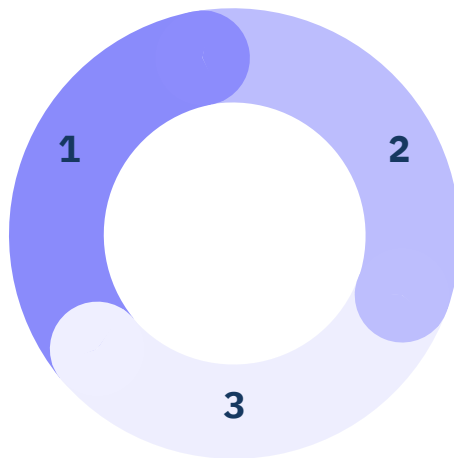
ABtasty

- Tracker
- ABtester
- Estimer l'impact

# COMMENT AVONS-NOUS RÉUSSI À CONVAINCRE LA DIRECTION ?

## Démonstration de l'expertise

Nous parlons tous la même langue, mais pas le même langage, l'UX est un langage



## Limite des ateliers de conception

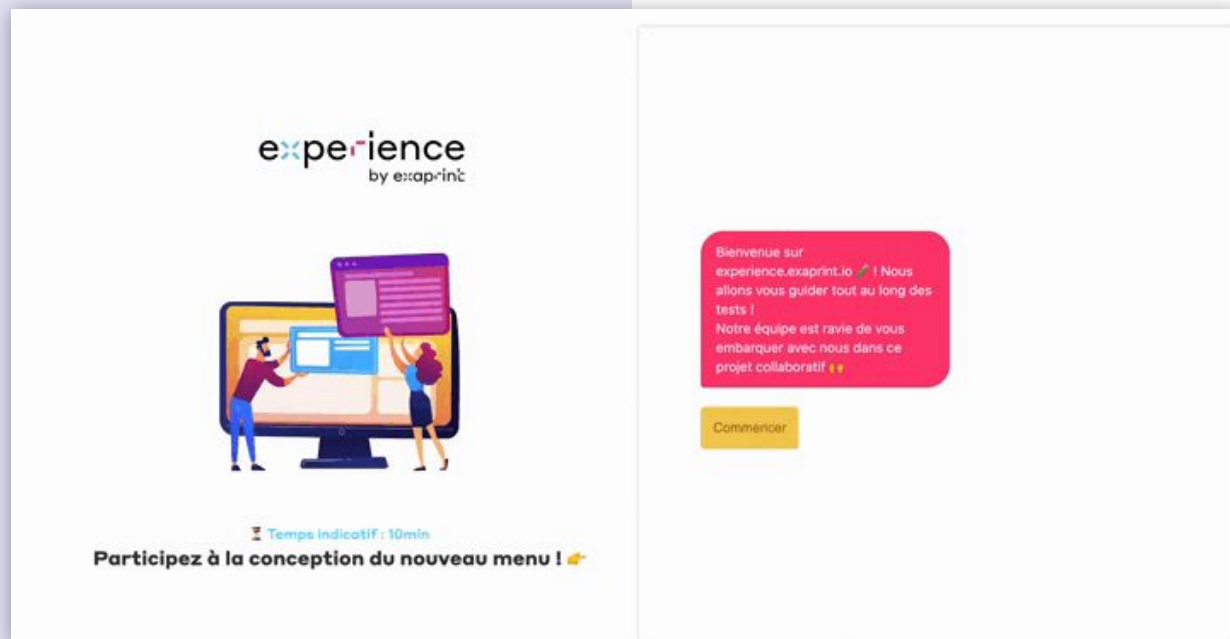
Décisions basées sur le ressenti, ateliers chronophages et répétitifs, non data driven

## Proof of concept

Démontrer la valeur & l'adhésion des clients via un projet ayant été orienté "customer focus"

# POC : 1ER TEST UTILISATEUR EN INTERNE

*0 budget - Collaboration interne - Tests externes*



**Step 1 :** Typeform

**Step 2 :** Base client

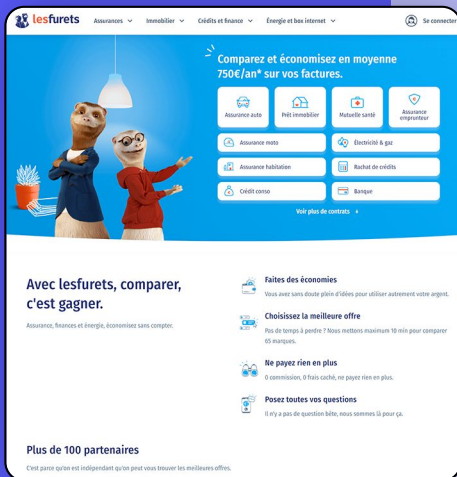
**Step 3 :** Développement interne



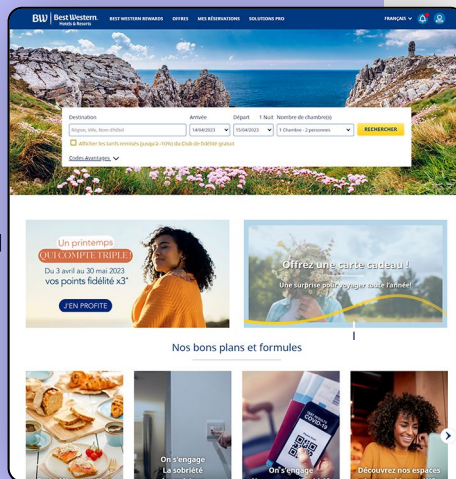
**MAIS AVANT TOUT.... DES CHIFFRES, DES CHIFFRES ET...  
DES CHIFFRES !**

**50%**

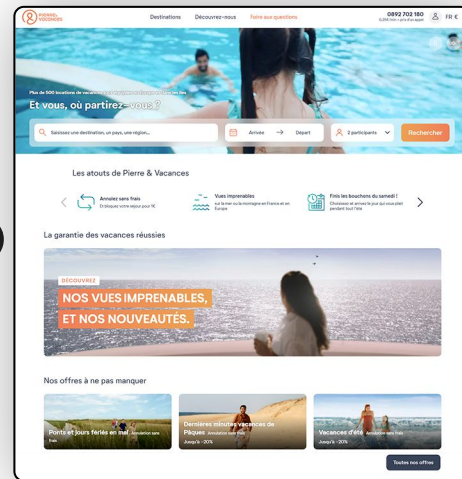
1



44



13



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

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

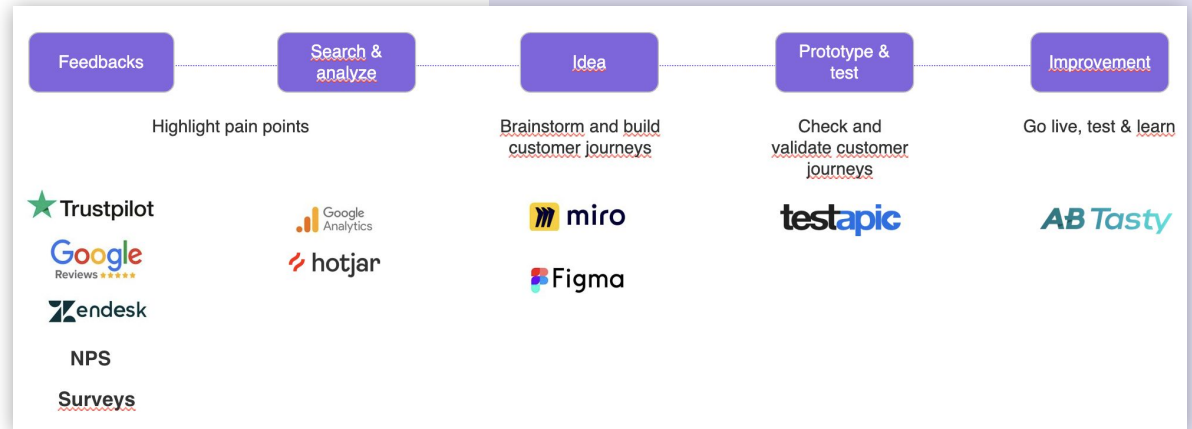
+13% de taux de conversion  
supplémentaires grâce à la  
refonte de leur fiche  
produit.

“La pire méthode, c’est de ne pas en avoir. La meilleure méthode, c’est celle où tout le monde est aligné”

*Uris Dacosta*

### Comment organiser l’équipe ?

- Design thinking ?
- Double diamond ?
- Design sprint ?
- Atomic research ?





“La pire méthode, c’est de ne pas en avoir. La meilleure méthode, c’est celle où tout le monde est aligné”

*Uris Dacosta*

PROJETS LIVRÉS

## Fiche produit : amélioration de la visibilité de nos fiches d'aide

27 OCTOBRE 2020 sarah.bertrand

**Objectif :** rendre les conseils de préparation gabarits et informations produit plus visible sur nos fiches produit

**Résultats attendus ?**

- Améliorer l'accompagnement de nos inscrits et clients
- Contribuer à la réduction du blocage PAO des commandes en incitant à l'utilisation des gabarits et à la lecture des conseils de préparation

\*Pour information 🗨️, le taux de blocage de nos commandes en septembre était aux environs de 11%

Mise en ligne : 14/10/2020

**VOTRE TAMPON ENCREUR EN PLASTIQUE PERSONNALISÉ**  
Avec recharge encre ou plaque

Éléments  
Type  
Type de gabarit  
Plus de prescriptions

Designs du tampon | Téléchargez les gabarits et conseils de préparation !

| Modèle | Modèle | Modèle | Modèle | Modèle | Modèle |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Modèle | Modèle | Modèle | Modèle | Modèle | Modèle |

Produit in Private Beta | Laisser un Commentaire | Partager

## Comment restituer la connaissance ?

- Blog ?
- Jobs to be done ?
- SAMI ?
- Atomic research ?

# “La pire méthode, c’est de ne pas en avoir. La meilleure méthode, c’est celle où tout le monde est aligné”

*Uris Dacosta*

1

Trouver sa place au sein d’une organisation déjà en place

roadmap

RACI



2

S’organiser avec les différents métiers

processus



3

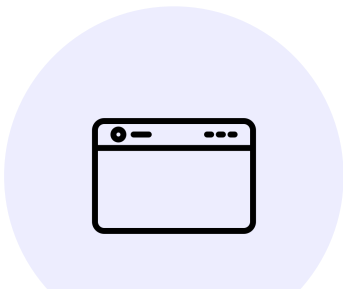
Fédérer et informer les collaborateurs

customer museum



# POC TESTAPIC :

## État des lieux du ressenti des nouveaux utilisateurs



HOME PAGE

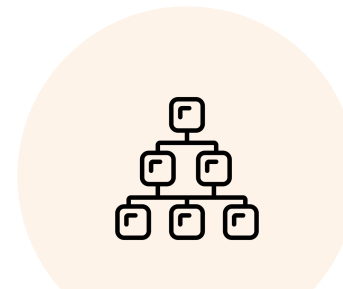
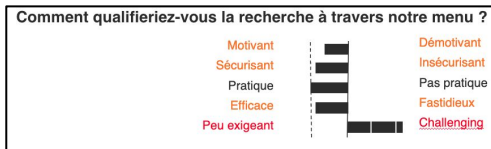
5 SECONDS TEST

"Fouilli" - "Cheap" - "Old school" -  
"Coloré" - "Doit vendre des produits,  
mais je ne sais pas lesquels" ...



MENU

ATTRAKDIFF



PAGES CATÉGORIES

TEST D'UTILISABILITÉ

- Absence de descriptif et de prix d'appel.
- Visuels non qualitatifs, parfois peu parlant, voire trompeurs



# DES TESTS VALIDÉS PAR UN ÉTAT DES LIEUX DE L'UTILISABILITÉ D'EXAPRINT



## MERCHANDISING

Tri de carte

Tree testing



## MENU

Test non modéré

Questionnaire

Entretien modéré



## HOMEPAGE, PAGES CATÉGORIE

Questionnaire

Entretien modéré

# Questions / Réponses

# DES QUESTIONS ?



**Vincent Delon**  
Directeur Commercial

[vdelon@usertesting.com](mailto:vdelon@usertesting.com)



**Julien Hennig**  
Manager Marketing

[jhennig@usertesting.com](mailto:jhennig@usertesting.com)