



Catalogue de formations

USER EXPERIENCE & DIGITAL MARKETING



Édition : février 2023

Table des matières

UX Cube.....	2
Nos points forts.....	2
Notre équipe.....	3
Ils nous font confiance.....	3
Formations sur mesures.....	4
Coaching.....	4
Certification.....	4
Expérience utilisateur Les fondamentaux.....	5
U010 Découvrir l'UX.....	6
U020 Design thinking, la démarche centrée utilisateur.....	7
U030 De la recherche utilisateur au persona.....	8
U040 User centered design canvas, elevator pitch & unique selling proposition.....	9
U050 Vendre l'UX, le retour sur investissement.....	10
U060 Conversion rate optimisation.....	11
Expérience utilisateur Approfondie.....	12
R010 Recherche utilisateur & entretiens semi-dirigés.....	13
S010 Personas & carte d'empathie.....	14
I010 User story mapping.....	15
D010 Prototype interactif avec Axure.....	16
E010 Audits de sites web et d'applications.....	18
E020 Tests utilisateurs.....	19
E030 Questionnaires standardisés.....	20
E040 Évaluer le design graphique.....	21
E050 Évaluation de sites web.....	22
Digital Marketing.....	22
W010 Création de sites web.....	24
M010 Initiation à l'e-mailing.....	24
M020 Google Analytics.....	25
M030 Réseaux sociaux.....	25
M040 SEA : Google Ads.....	26
M050 SEO : référencement.....	26
Tarifs.....	27

UX Cube

UX Cube est une **agence pluridisciplinaire** spécialisée dans l'expérience utilisateur (UX) et le marketing digital. Ses domaines d'expertise couvrent, entre autres, **l'ergonomie, la stratégie, le digital marketing, le référencement (SEO & SEA), et la communication.**

De la conception du service ou du produit à la gestion des avis client, cette **UX « totale »** couvre l'ensemble des interactions et des points de contact entre utilisateurs et fournisseurs. Grâce à ses méthodes complémentaires et son approche, UX Cube apporte des **solutions adaptées, accessibles à tous et de haute valeur ajoutée.**



L'UX apporte les « réponses et perceptions d'une personne qui résultent de l'usage ou de l'anticipation de l'usage d'un produit, d'un service ou d'un système. »

— Norme ISO 9241

Nos points forts

Des **méthodes éprouvées**, à la pointe des recherches en expérience utilisateur et en sciences cognitives.

De l'expérience en matière de **pédagogie**, Nicolas Goyer est maître de conférences à l'ULB, professeur invité à l'EPHEC ainsi qu'à la haute de la province de Liège et formateur auprès de l'EFP.

Une équipe à votre service, menée par **Nicolas Goyer**, psychologue spécialisé en ergonomie IHM et en expérience utilisateur, **Hafssa Nasser** experte en digital marketing, brand management et communication, titulaire d'un double master de l'ICHEC et **William Meija**, UX designer anciennement chef de projet communication dans le secteur des affaires européennes.

Notre équipe



Véritable UX evangelist, **Nicolas Goyer** est l'instigateur d'UX Cube. Après 16 ans d'expérience et plus d'une centaine de projets, ce designer UX réputé décide de regrouper autour de lui une équipe solide, réduite et hétéroclite d'experts pour « pousser à fond » le concept d'UX. Aujourd'hui intervenant notamment à l'EPHEC, et l'ULB à Bruxelles, Nicolas siège depuis plusieurs années au bureau de Flupa, l'association francophone des professionnels de l'UX.

La fine connaissance des réseaux sociaux et l'expertise poussée en marketing digital et en stratégie de référencement ont fait d'**Hafssa Nasser** une professionnelle reconnue. Travailleuse acharnée, Hafssa apporte à la minutie de ses analyses des recommandations détaillées et ciblées (en SEA, SEO et stratégie digitale) depuis une décennie.



Au cours de ces dix dernières années, **William Mejia** a développé une large connaissance de la communication au sein du secteur européen public et privé, dans des domaines tels que les relations médias et la coordination de larges projets européens. William apporte sa créativité et sa curiosité à la création de contenu et à la construction de stratégie de communication.

Ils nous font confiance



Formations sur mesure

Vous ne trouvez pas votre LA formation qui vous fait défaut dans notre catalogue ? Vous souhaitez combiner plusieurs matières en un programme unifié et cohérent ?

Aucun souci ! UX Cube bénéficie d'une grande expérience en formation, nous pouvons organiser la formation adaptée à vos besoins, du cours le plus pointu en 2 heures au cycle de formations complet sur plusieurs années !

Contactez-nous !

- ◆ formation@uxcube.eu
- ◆ [BE] 0488 366 785
- ◆ [FR] 05 35 54 11 04

Coaching

Vous souhaitez un suivi individuel ou en groupe, en complément de nos formations pour appliquer rapidement nos enseignements à votre pratique ? Vous souhaitez de l'aide pour accélérer la transformation numérique ou la démarche centrée utilisateur dans vos équipes ? Vous souhaitez un accompagnement pour mettre en place un ou plusieurs ateliers, réaliser un Design Sprint ?

Notre équipe s'occupe de tout en tenant compte de vos spécificités et de vos contraintes.

Certification

À l'issue de chacune de nos formations, vous disposez des options suivantes :

- ◆ Certificat imprimé : 20 € HT par personne.
- ◆ Certificat en ligne : 40 € HT par personne.



Expérience utilisateur

Les fondamentaux

U010 Découvrir l'UX

L'expérience utilisateur (UX) constitue les réponses et perceptions d'une personne qui résultent de l'usage d'un produit, d'un service ou de l'interaction avec une marque ou une entreprise.

Aussi appelée expérience client-e/employé-e/apprenant-e, l'UX est une démarche qui place l'utilisateur et l'utilisatrice au cœur des préoccupations et des choix des organisations (entreprises, institutions, associations, etc.) C'est le levier qu'elles utilisent, petites ou grandes, pour se démarquer et se développer.

Objectifs de la formation

Comprendre ce que sont l'expérience utilisateur et la démarche centrée utilisateur

Approche

Ce cours est essentiellement théorique. Il vise à donner une première idée de l'UX et à lutter contre les idées reçues véhiculées au sujet de cette discipline qui n'est ni du design à proprement parler, ni une tâche dans le cycle projet, mais bien une approche de bout en bout.

Au travers d'une série de slides imagées, basées sur les 16 années d'expérience du formateur, vous parcourrez les différents aspects de l'expérience utilisateur.

Contenu du cours

- ◆ Différencier une approche centrée utilisateur du design graphique

- ◆ Identifier les besoins et les limites d'une intervention UX
- ◆ Comprendre les concepts du métier et travailler de manière efficace avec les designers UX

Sujets NON abordés pendant cette formation

- ◆ Critères d'ergonomie
- ◆ Méthode d'évaluations
- ◆ Design

Certains des éléments ci-dessus peuvent faire l'objet d'une formation spécifique.

Durée : 0,5 jour

U020 Design Thinking, la démarche centrée utilisateur

Design centré utilisateur, Design Thinking, démarche ergonomique... autant de noms, tous synonymes... montrent que l'époque de l'entreprise centrée sur elle-même, développant ses produits et services depuis sa tour d'ivoire est révolue.

Aujourd'hui, la clé de la réussite : le développement d'un produit qui passera l'épreuve du temps, la réduction des coûts et l'accélération du time to market, passent par l'implication de l'utilisateur tout au long du projet.

Public cible

- ◆ Designers (UX, UI, produit, service), Product owner, Project manager, personne travaillant en agilité et toutes personnes travaillant dans le domaine de l'innovation et de la R&D
- ◆ Les entrepreneurs qui souhaitent réaliser un MVP (Minimal Valuable Product) ou un PoC (Proof of Concept) rapidement, en minimisant les causes d'échec et en identifiant des opportunités potentiellement disruptives

Prérequis

Connaissance, matériel ou logiciel : aucun

Objectifs de la formation

- ◆ Être capable d'implémenter la démarche Design Thinking dans son équipe ou son entreprise
- ◆ Prendre en compte l'utilisateur dès le démarrage d'un projet

Approche

Ce cours, principalement théorique sera ponctué d'exemples concrets et laissera la place à des moments de réflexions individuelles, discutées ensuite en groupe et corrigées par le formateur.

Contenu du cours

- ◆ Les différentes étapes du Design Thinking
- ◆ Les différentes approches
- ◆ Le double diamant
- ◆ Exemple d'un cas concret
- ◆ Pratique : wallet challenge
- ◆ Exercice : décrire une démarche de Design Thinking pour l'un de vos projets

Connaissances/aptitudes acquises en fin de formation

- ◆ Les différentes étapes d'une démarche centrée utilisateur/Design Thinking.
- ◆ Planification d'un projet selon la méthode Design Thinking.

Sujets NON abordés pendant cette formation

Les différentes méthodes appliquées durant une démarche de Design Thinking ne seront pas abordées en détail, mais peuvent être l'objet de cours spécifiques.

Durée : 1 jour

U030 De la recherche utilisateur au persona

Au cours de cette formation, nous poserons les bases de la recherche utilisateur et irons jusqu'à construire un persona sur base de données réelles. Nous terminerons la session par une méthode de synthèse rapide : la carte d'empathie, une alternative fiable et économique aux personas.

Public cible

- ◆ Indépendants/petites entreprises/porteurs de projet
- ◆ Chargés de communication
- ◆ Webmasters, Chef de projet, Product owner
- ◆ Concepteurs de services, Concepteurs de produits.
- ◆ Professionnels impliqués dans la création de produit ou de service ou dans la communication

Prérequis

Connaissance, matériel ou logiciel : aucun

Objectifs de la formation

- ◆ Comprendre l'intérêt de la phase de recherche utilisateur et ce que l'on peut en attendre
- ◆ Réaliser une recherche utilisateur, de la conception d'un guide d'entretien, recrutement des sujets, etc
- ◆ Comprendre l'intérêt des personas et des cartes d'empathie ainsi que leurs limites
- ◆ Créer des personas de manière fiable et scientifique

Approche

Cette formation débute par une mise à niveau théorique développée de manière participative,

puis prend la forme d'un atelier en petits groupes à l'aide de données issues de projets réels menés par notre équipe d'experts.

Contenu du cours

- ◆ La phase de recherche
- ◆ Le guide d'entretien rédaction et utilisation
- ◆ Le recrutement des utilisateurs
- ◆ La passation : relance, écoute active, etc.
- ◆ Les différents documents de synthèse : personas, carte d'empathie, user journey, experience map
- ◆ Personas : théorie et origine
- ◆ Les différents types de personas
- ◆ Méthode de création en 6 étapes
- ◆ Au-delà des personas : la carte d'empathie
- ◆ Atelier 0,5 jour : création d'un guide et passation de l'entretien
- ◆ Atelier 0,5 jour : construction d'un persona sur la base de données réelles
- ◆ Atelier : construction d'une carte d'empathie

Durée : 3 jours non consécutifs

U040 Faite décoller votre projet : User Centred Design Canvas, Elevator's Pitch & Unique Selling Proposition

Cette formation se présente sous la forme d'un atelier alternant réflexion individuelle, échange entre pairs et feedback du formateur au cours de laquelle vous complétez votre User Centred Design Canvas et rédigerez un pitch percutant !

Public cible

Porteurs de projet individuels (indépendants, startups, TPE, PME) et porteurs de projet internes (employés, Chefs de produit, Product owners, Maitrisés d'ouvrage).

Prérequis

- ◆ Avoir identifié un projet, produit ou service
- ◆ Cette formation étant formulée comme un atelier, il est nécessaire que chaque participant puisse développer une idée dont il maîtrise déjà les contours
- ◆ Matériel ou logiciel : aucun

Objectifs de la formation

- ◆ Identifier vos utilisateurs cibles
- ◆ Identifier le produit ou le service qui répondra à leur besoin
- ◆ Rédiger un pitch percutant et clair.

Approche

Cette formation prend la forme d'un atelier

Contenu du cours

- ◆ User Centred Design Canvas
- ◆ Elevator Pitch

Sujets NON abordés pendant cette formation

Identifier les opportunités de business. Ce cours a vocation à aider les porteurs de projets individuels ou internes à formaliser leur vision et à les aider dans leur communication, il ne s'agit plus à ce stade de recherche d'idées.

Certains des éléments ci-dessus peuvent faire l'objet d'une formation spécifique.

Durée : 0,5 jour

U050 Vendre l'UX, le retour sur investissement

Un site web mal conçu nuit à l'image de marque, fait courir le risque de bad buzz et entraîne un faible retour sur investissement. Différentes méthodes d'évaluations existent. Les conjuguer permet d'obtenir une vision à 360° de ce que vivent les utilisateurs et des performances de votre site web du point de vue utilisateur, commerciale, et technique.

Public cible

- ◆ Designer produit, Designers UI, Designers graphiques, Designers UX, Webmasters, Webdesigners
- ◆ Chefs de produit, Product owners, Maîtrises d'ouvrage
- ◆ Les entrepreneurs qui souhaitent réaliser un état des lieux de leur site web

Prérequis

- ◆ Maîtrise d'un traitement de texte et d'un tableur
- ◆ Bonne culture du web et informatique
- ◆ **Matériel requis** : ordinateur récent, Mac, PC ou Linux

Objectifs et acquis en fin de formation

- ◆ Évaluer un site web grâce aux statistiques web, aux questionnaires standardisés, aux critères d'ergonomie
- ◆ KPI : définir des indicateurs de performance (utilisation du framework HEART, du questionnaire UEQ et de son extension UEQ-KPI)
- ◆ Déterminer la bonne analyse et le bon outil en fonction du contexte et des objectifs

Approche

Cette formation alterne théorie développée de manière participative et exercices pratiques, suivis d'une discussion entre pairs et d'un retour du formateur.

Contenu du cours

- ◆ Objectifs SMART et KPI
- ◆ Le framework HEART
- ◆ Statistiques web (Matomo, Google Analytics)
- ◆ Outils d'audit technique (Lighthouse)
- ◆ Questionnaires standardisés (UMUX, UEQ, SUS...)
- ◆ Tests utilisateur
- ◆ Critères d'ergonomie et checklists
- ◆ Les tests A/B et multivariés

Sujets NON abordés pendant cette formation

Ce cours est une introduction à un vaste panel d'outils d'évaluation pouvant chacun faire l'objet d'un cours dédié. Chaque outil ne pourra pas être étudié en profondeur, mais pourra faire l'objet d'une formation ou d'un coaching spécifique.

Durée : 2 jours

U060 Conversion Rate Optimisation

Très souvent, le travail du taux de conversion se résume à des tests A/B basés uniquement sur des statistiques d'usage (Google Analytics, par exemple). Il est impossible de déterminer la cause des bonnes ou mauvaises performances des prototypes évalués. L'idée elle-même est-elle mauvaise ou a-t-elle été mal mise en œuvre ?

Souvent aussi, les prototypes testés présentent de nombreuses variations. Il est dès lors impossible d'évaluer chaque choix de conception indépendamment les uns des autres, rendant le pilotage du projet plus que hasardeux.

Cette formation abordera la manière la plus appropriée pour améliorer son taux de conversion.

Public cible

- ◆ Responsable marketing
- ◆ Designer d'expérience utilisateur
- ◆ Webmaster
- ◆ Markéteur

Prérequis

- ◆ Une culture web/informatique est un plus
- ◆ Matériel ou logiciel : aucun

Objectifs de la formation

Pouvoir déployer une démarche CRO, démarche d'amélioration du taux de conversion fiable et étayée.

Approche

Nous aborderons tout d'abord les différentes méthodes permettant d'évaluer un site web. Ces méthodes seront sélectionnées avec les participants et certaines d'entre elles seront expérimentées.

Contenu du cours

- ◆ Le principe du CRO
- ◆ Les méthodes d'évaluation de site web et leur retour sur investissement

Sujets NON abordés pendant cette formation

Utilisation des outils de statistiques web (Google Analytics, Matomo, etc.) et de test A/B tels que Google Optimize.

Certains des éléments ci-dessus peuvent faire l'objet d'une formation spécifique.

Durée : 0,5 jour



Expérience utilisateur Approfondie



R010 Recherche utilisateur & entretiens semi-dirigés

Plongez au cœur des étapes qui façonneront le projet. Les entretiens semi-dirigés, méthode clé du recueil de besoins, aussi appelé phase d'empathie ou d'exploration, n'auront plus de secrets pour vous.

Public cible

- ◆ Indépendants/petites entreprises/porteurs de projet
- ◆ Chargés de communication
- ◆ Webmasters, Chefs de projet, Product owners
- ◆ Concepteurs de services, concepteurs de produits

Prérequis

Connaissance, matériel ou logiciel : aucun

Objectifs de la formation

- ◆ Comprendre l'intérêt de la phase de recherche utilisateur et les attentes à avoir
- ◆ Réaliser une recherche utilisateur, de la conception d'un guide d'entretien, recrutement des sujets, etc.

Approche

Cette formation alternera réflexion collective, théorie et exercice ainsi qu'un jeu de rôle où les participants pourront à leur tour adopter la posture du chercheur, de l'observateur et du sujet.

Contenu du cours

- ◆ La phase de recherche
- ◆ Le guide d'entretien rédaction et utilisation
- ◆ Le recrutement des utilisateurs
- ◆ La passation : relance, écoute active, etc.
- ◆ Atelier 0,5 jour : création d'un guide et passation de l'entretien.

Sujets NON abordés pendant cette formation

L'analyse des résultats et leur présentation ne seront pas abordées durant ce cours.

Nous proposons toutefois une formation dédiée à la création de personas et de cartes d'empathie basée sur la recherche utilisateur et un pack comprenant ces deux formations ainsi qu'un atelier pour chacune d'elles.

Durée : 1 jour

S010 Personas & carte d'empathie

Durant cette formation, nous poserons les bases des personas, puis entrerons dans la pratique de terrain avec la construction d'un persona sur base de données réelles. Nous terminerons la session par une méthode de synthèse rapide : la carte d'empathie, une alternative fiable et économique aux personas.

Public cible

- ◆ Indépendants/petites entreprises/porteurs de projet
- ◆ Chargés de communication
- ◆ Webmasters, chefs de projet, Product owners.
- ◆ Concepteurs de services, concepteurs de produits
- ◆ Professionnels impliqués dans la création de produit ou de service ou dans la communication

Prérequis

Connaissance, matériel ou logiciel : aucun

Objectifs de la formation

- ◆ Comprendre l'intérêt des personas et des cartes d'empathie, ainsi que leurs limites
- ◆ Être capable de créer des personas de manière fiable et scientifique
- ◆ Utiliser les données de la phase de recherche utilisateur pour créer personas et carte d'empathie

Approche

Cette formation débute par une mise à niveau théorique développée de manière participative, puis prend la forme d'un atelier en petits groupes à l'aide de données issues de projets réels.

Contenu du cours

- ◆ Les différents documents de synthèse : personas, carte d'empathie, user journey, experience map
- ◆ Personas : théorie et origine
- ◆ Les différents types de personas
- ◆ Méthode de création en 6 étapes
- ◆ Au-delà des personas : la carte d'empathie
- ◆ Atelier 0,5 jour : construction d'un persona sur la base de données réelles
- ◆ Atelier : construction d'une carte d'empathie.

Sujets NON abordés pendant cette formation

La récolte des données ne sera pas abordée durant ce cours. Nous utiliserons des données issues de projets menés par notre équipe d'experts.

- ◆ Si la recherche utilisateur vous intéresse, nous proposons une formation dédiée.
- ◆ Si vous souhaitez réaliser un persona en partant de vos propres données, nous proposons un pack « de la recherche utilisateur au persona » idéal dans ce cas de figure.

Durée : 1 jour

I010 User Story Mapping

De trop nombreux produits, et notamment les applications, nécessitent un temps de développement beaucoup trop long et proposent des fonctions pas ou peu adaptées aux utilisateurs.

La méthode User Story Mapping est une méthode simple et concrète pour réfléchir et discuter des fonctions d'un produit. Cette méthode se prête particulièrement aux exercices de cocréation avec les utilisateurs.

Public cible

- ◆ Designers UI, Designers graphiques, Webmasters, Web designers, Product owners
- ◆ Les entrepreneurs qui souhaitent réaliser un état des lieux de leur site web ou de leur application

Prérequis

Connaissance, matériel ou logiciel : aucun

Objectifs de la formation

Maîtriser la méthode User Story Mapping pour définir les fonctions de votre produit, application ou service, et la manière dont l'utilisateur s'en servira.

Approche

Cette formation prend la forme d'un atelier débutant par une brève introduction théorique à la méthode. Nous pouvons ainsi plonger directement dans la pratique et transmettre concrètement les méthodes d'animation de groupes.

Contenu du cours

- ◆ Théorie autour de la méthode
- ◆ Mise en pratique : appliquer la méthode User Story Mapping à une situation simple et didactique

Durée : 0,5 jour

D010 Prototype interactif avec Axure

Axure est le logiciel phare de la création de maquettes basse fidélités (wireframes) et de prototypage rapide depuis 2006. C'est l'outil par excellence de l'architecture d'information.

Public cible

- ◆ Designers UI, Designers graphiques, Designers UX
- ◆ Professionnels qui réalisent des maquettes ou prototypes InVision ou Marvel et qui souhaitent aller plus loin
- ◆ Entrepreneurs qui souhaitent faire la démonstration de leur produit sans développement

Prérequis

Une connaissance de l'ergonomie, de l'architecture d'information et de règles de conception d'écran/de page web sont un plus.

Matériel : ordinateur récent, Mac ou PC avec droits administrateur pour installer le programme Axure

Logiciel : licence fournie le temps du cours

Objectifs de la formation

Être capable de réaliser un prototype interactif, basse ou haute-fidélité à l'aide du logiciel Axure :

- ◆ Création de maquettes/prototypes interactifs
- ◆ Réaction aux actions de l'utilisateur (ex. menu déroulant, effet de mouse over)
- ◆ Utilisation des variables (ex. : navigation complexe, validation de formulaire)
- ◆ Publication en ligne
- ◆ Annotations et commentaires
- ◆ Utilisation des modèles de document pour la création de spécifications fonctionnelles

Approche

Après une brève rétrospective de l'approche qui mène à la réalisation d'un prototype (cinématique, zoning, maquettage, design), nous passerons à la pratique.

Nous prendrons en main Axure pour la réalisation de maquettes simples que nous animerons par la suite.

Chaque étape du cours est à réaliser en un temps déterminé, de sorte à garantir le rythme de la formation.

Aussi, chaque étape fera l'objet d'une correction, cette correction disponible sous la forme d'un fichier Axure propre pourra être utilisé pour la suite des exercices.

Nous travaillerons sur la base d'un cas fictif, identique pour tous les apprenants de la session.

Contenu du cours

- ◆ Les différentes étapes avant la création d'un prototype interactif
- ◆ Les différences entre un logiciel pour la création de maquettes UX et un logiciel de design graphique

Pratique :

- ◆ Découverte de l'interface d'Axure et de son environnement : Axure Share, bibliothèques à télécharger, application mobile, etc.
- ◆ Installation des bibliothèques utiles
- ◆ Création d'une maquette haute-fidélité avec Axure
- ◆ Création d'un prototype interactif
- ◆ Publication d'un prototype en ligne
- ◆ Utilisation des annonces et commentaires
- ◆ Utilisation des modèles de document : personnalisation et export

Sujets NON abordés pendant cette formation

- ◆ Ergonomie, architecture d'information et design graphique
- ◆ Règles de conception d'écran/de page web
- ◆ Tester le prototype réalisé avec des utilisateurs

Durée : 2 jours

A composite image showing a person's hands. The top part shows a hand holding a silver smartphone, with pink nail polish visible. The bottom part shows a hand with a gold ring resting on a laptop keyboard. The text is centered over a white horizontal band.

Évaluation de sites web, d'applications & d'expériences

E010 Audits de sites web et d'applications

Un site web mal conçu nuit à l'image de marque, fait courir le risque de bad buzz et entraîne un faible retour sur investissement. L'ergonomie web se base sur des critères précis et scientifiques pour développer et concevoir des sites web ou applications performantes. Ces critères ont été éprouvés par trois décennies d'utilisation au niveau international. Mener un audit professionnel permet de détecter les problèmes et construire un plan d'action pour y remédier.

Public cible

- ◆ Designers produit, Designers UI, Designers graphiques, Designers UX, Webmasters, Webdesigners
- ◆ Chefs de produit, Product owners, Maitrisés d'ouvrage
- ◆ Les entrepreneurs qui souhaitent réaliser un état des lieux de leur site web

Prérequis

- ◆ Maîtrise d'un traitement de texte et d'un tableur
- ◆ Bonne culture web et informatique
- ◆ **Matériel requis** : ordinateur récent, Mac, PC ou Linux

Objectifs et acquis en fin de formation

- ◆ Être capable de réaliser un audit clair, structuré et impactant
- ◆ Rédaction d'un rapport d'audit
- ◆ Utilisation de Capan et UX check

Approche

Après une brève définition de la démarche et des principaux critères de qualité d'un audit professionnel, nous réaliserons une série d'exercices utilisant différentes méthodes et différents outils.

Chaque exercice sera suivi d'une démonstration de quelques exemples issues des travaux en classe à commenter par les apprenants, avant d'être corrigés par le formateur.

Contenu du cours

Théorie :

- ◆ Qu'est-ce qu'un audit de site web professionnel, démarche, rédaction des observations ?
- ◆ Les grilles de critères d'évaluation courants
- ◆ Les différents types d'outils d'audit
- ◆ Les critères d'ergonomie

Pratique :

- ◆ Réalisation d'un mini audit sur base d'une checklist simple dans un traitement de texte
- ◆ Réalisation d'un mini audit sur base de critères heuristiques dans un outil dédié (Capan)
- ◆ Réalisation d'un mini audit sur base de critères/d'une checklist choisie par chaque apprenant
- ◆ Pour aller plus loin : Introduction aux benchmarks

Sujets NON abordés pendant cette formation

- ◆ Ergonomie, référencement, ainsi que d'autre critère d'évaluation
- ◆ Création de grilles de critères personnalisées

Certains des éléments ci-dessus peuvent faire l'objet d'une formation spécifique.

Durée : 2 jours

E020 Tests utilisateur

Les tests utilisateur sont la méthode phare d'évaluation de l'expérience utilisateur instantanée, et plus précisément de l'ergonomie. En plaçant l'utilisateur en situation et en l'observant dans des tâches soigneusement sélectionnées, il est possible de détecter les problèmes présents sur un site web ou une application, les problèmes qui nuisent au taux de conversion, qui font exploser les coûts de support et le mécontentement des utilisateurs.

Public cible

- ◆ Designers produit, Designers UI, Designers graphiques, Webmasters, Webdesigners, Product owners
- ◆ Les entrepreneurs qui souhaitent réaliser un état des lieux de leur site web ou de leur application

Prérequis

Connaissances de base en ergonomie et en expérience utilisateur

Objectifs de la formation

Être capable de planifier et de réaliser un test utilisateur non biaisé

Approche

Ce cours mêle théorie et pratique. Chaque apprentissage fait d'abord l'objet d'une réflexion individuelle de la part des étudiants avant d'être discuté en groupe (méthode Working Alone Together WAT) avant d'être corrigé par le formateur.

La démarche est construite collectivement à l'aide de la méthode User Story Mapping. Les apprenants discutent et expérimentent leurs idées à l'aide de post-its.

Contenu du cours

- ◆ Déroulement d'un test utilisateur de la planification au rapport
- ◆ Recrutement des utilisateurs
- ◆ Rédaction des scénarios de test
- ◆ Rédaction de la grille d'observation
- ◆ Questionnaire pré- et post-test
- ◆ Exploitation des résultats/rédaction du rapport
- ◆ Jeu de rôle/mise en pratique

Acquis en fin de formation

- ◆ Planification d'un test utilisateur
- ◆ Recrutement d'utilisateur
- ◆ Conception d'un test utilisateur
- ◆ Passation d'un test utilisateur
- ◆ Analyse des résultats et rédaction d'un rapport

Sujets NON abordés pendant cette formation

- ◆ Critères d'ergonomie
- ◆ Expérience utilisateur
- ◆ Oculométrie et autres mesures physiologiques

Certains des éléments ci-dessus peuvent faire l'objet d'une formation spécifique.

Durée : 1 jour

E030 Questionnaires standardisés

Les questionnaires standardisés constituent la méthode la plus simple, la plus rapide et donc la moins chère d'évaluer l'expérience utilisateur, qu'il s'agisse d'un site web, d'une application, d'un service ou d'un produit.

Public cible

- ◆ Designers produit, Designers UI, Designers graphiques, Designers UX, Webmasters, Webdesigners
- ◆ Chefs de produit, Product owners, Maîtrises d'ouvrage
- ◆ Les entrepreneurs qui souhaitent réaliser un état des lieux de leur site web

Prérequis

- ◆ Maîtrise d'un tableur
- ◆ Des notions de statistiques et une culture du web sont un plus
- ◆ Matériel : ordinateur récent, Mac, PC ou Linux

Objectifs de la formation

- ◆ Être capable d'évaluer l'expérience utilisateur d'un produit numérique à l'aide de questionnaires psychométriques, aussi appelés échelle UX ou questionnaires standardisés
- ◆ Sélectionner le bon questionnaire en fonction du projet
- ◆ Analyser le résultat de questionnaires courants

Approche

Durant cette formation, nous constituerons une caisse à outils de questionnaires pour un grand nombre de situations, avant de l'expérimenter et d'en étudier le calcul des résultats.

Contenu du cours

- ◆ Les différents types de questionnaires
- ◆ L'utilisation pratique d'un questionnaire, passation et calcul
- ◆ Utilisation de Limesurvey pour la diffusion et la passation des questionnaires

Sujets NON abordés pendant cette formation

- ◆ Installation des outils de diffusion et de passation de questionnaires

Durée : 0,5 jour

E040 Évaluer le design graphique

Il est souvent dit que les goûts et les couleurs ne se discutent pas. Il est toutefois possible d'évaluer les qualités graphiques (esthétique, créativité, cohérence) d'un design. C'est ce que nous vous proposons d'aborder au cours de cette formation.

Public cible

- ◆ Designers produit, Designers UI, Designers graphiques, Designers UX, Webmasters, Webdesigners
- ◆ Chefs de produit, Product owners, Maitrisés d'ouvrage
- ◆ Les entrepreneurs qui souhaitent réaliser un état des lieux de leur site web

Prérequis

- ◆ Maîtrise d'un traitement de texte et d'un tableur
- ◆ Matériel : Ordinateur récent, PC, Mac et Linux

Objectifs et acquis en fin de formation

Être capable de rédiger un avis objectif du design d'un site web ou d'une application.

Approche

Cette formation, d'abord théorique, laisse ensuite place à des exercices au cours desquels les participants pourront débiter la mise en pratique des enseignements.

Contenu du cours

- ◆ L'inventaire d'interface graphique
- ◆ Le questionnaire VisAWI

Sujets NON abordés pendant cette formation

Création graphique, théories et méthodes associées.

Durée : 0,5 jour

E050 Évaluation de sites web

Un site web mal conçu nuit à l'image de marque, fait courir le risque de bad buzz et entraîne un faible retour sur investissement. Différentes méthodes d'évaluations coexistent, les conjuguer permet d'obtenir une vision à 360° de ce que vivent les utilisateurs et des performances de votre site web à tout point de vue (utilisateur, commerciale, technique).

Public cible

- ◆ Designers produit, Designers UI, Designers graphiques, Designers UX, Webmasters, Webdesigners
- ◆ Chefs de produit, Product owners, Maîtrises d'ouvrage
- ◆ Les entrepreneurs qui souhaitent réaliser un état des lieux de leur site web

Prérequis

- ◆ Maîtrise d'un traitement de texte et d'un tableur
- ◆ Bonne culture du web et/ou de l'informatique
- ◆ Matériel : ordinateur récent, Mac, PC ou Linux

Objectifs et acquis en fin de formation

- ◆ Évaluer un site web grâce aux statistiques web, aux questionnaires standardisés et, aux critères d'ergonomie
- ◆ KPI : définir des indicateurs de performance (utilisation du framework HEART, du questionnaire UEQ et de son extension UEQ- KPI)
- ◆ Déterminer la bonne analyse et le bon outil en fonction du contexte et des objectifs

Approche

Cette formation alterne théorie développée de manière participative et exercices pratiques suivis d'une discussion entre pairs et d'un retour du formateur.

Contenu du cours

- ◆ Objectifs SMART et KPI
- ◆ Le framework HEART
- ◆ Statistiques web (Matomo, Google Analytics)
- ◆ Outils d'audit technique (Lighthouse)
- ◆ Questionnaires standardisés (UMUX, UEQ, SUS...)
- ◆ Tests utilisateur
- ◆ Critères d'ergonomie et checklists
- ◆ Les tests A/B et multivariés
- ◆ Etc.

Sujets NON abordés pendant cette formation

Ce cours est une introduction à un vaste panel d'outils d'évaluation, chacun d'eux pouvant faire l'objet d'un cours dédié.

Chaque outil ne pourra pas être étudié en profondeur, mais pourra faire l'objet d'une formation ou d'un coaching spécifique.

Durée : 2 jours

Traffic Sources Overview



- Direct Traffic
3,097.00 (40.49%)
- Search Engines
2,910.00 (38.04%)
- Referring Sites
1,642.00 (21.47%)

Map Overlay



Visitors Overview

Digital Marketing



Category	Value
Information Systems	1,234
Operations	567
Information Systems	890
Information Systems	345

W010 Création de sites web

Cette formation aborde les bases de la création de sites web, à l'aide d'un CMS ou d'une plateforme e-commerce libres et gratuites telles que Wordpress, Woo-commerce ou Prestashop.

Public cible

- ◆ Personnes souhaitant créer un site web ou e-commerce rapidement
- ◆ Porteurs de projets
- ◆ Indépendants, etc.

Prérequis

Connaissances : Bonne culture web et maîtrise de l'ordinateur

Matériel : Ordinateur récent, Mac, PC ou Linux

Logiciel :

- ◆ Aucune licence n'est requise, utilisation de logiciel libre uniquement (client de transfert de fichiers « FTP », Wordpress, Prestashop)
- ◆ Disposer d'un client FTP et savoir l'utiliser. Seule l'utilisation de WinSCP sur PC est prévue dans la formation

Objectifs de la formation

Être capable de créer une présence en ligne efficace et fiable pour commencer son activité ou sa communication en ligne.

Contenu du cours

- ◆ Serveurs web, hébergeur et noms de domaine
- ◆ CMS, thèmes graphiques et extensions
- ◆ Notions de qualités web et d'ergonomie

Sujets NON abordés pendant cette formation

- ◆ Le référencement, les statistiques d'utilisation (web analytics)
- ◆ La gestion d'un catalogue e-commerce
- ◆ L'administration du site et la création de contenu

Les éléments ci-dessus peuvent faire l'objet d'une formation spécifique.

Durée : 1 jour

M010 Initiation à l'e-mailing

Public cible

Toute personne souhaitant créer et envoyer des newsletters impactantes

Prérequis

Connaissance, matériel ou logiciel : aucun

Objectifs de la formation

Pouvoir créer et envoyer une newsletter qui contient les bonnes pratiques

Contenu du cours

- ◆ Introduction à l'email marketing
- ◆ Importance et sensibilisation au RGPD
- ◆ Découverte des différents outils d'email marketing
- ◆ Prise de connaissance des bonnes pratiques
- ◆ Création d'une newsletter
- ◆ Envoi d'une newsletter
- ◆ Création d'un formulaire d'inscription
- ◆ Création d'un workflow
- ◆ Analyse d'un rapport d'envoi

Durée : 1 jour

M020 Google Analytics

Public cible

Toute personne souhaitant analyser les performances d'un site web dans le but de l'optimiser grâce aux résultats disponibles l'outil Google Analytics

Prérequis

Connaissance, matériel ou logiciel : aucun

Objectifs de la formation

Savoir implémenter Google Analytics à son site web, naviguer sur la plateforme et interpréter les données qui y figurent

Contenu du cours

- ◆ Introduction à Google Analytics
- ◆ Importance et sensibilisation de l'analyse des indicateurs
- ◆ Définition des indicateurs clés
- ◆ Implémentation de Google Analytics sur un site web
- ◆ Découverte de la plateforme
- ◆ Explication des différents rapports disponibles
- ◆ Brève présentation de Google Tag Manager

Sujets NON abordés pendant cette formation

- ◆ Le référencement naturel
- ◆ Le référencement payant

Les éléments ci-dessus peuvent faire l'objet d'une formation spécifique.

Durée : 1 jour

M030 Réseaux sociaux

Public cible

Toute personne souhaitant découvrir l'univers des réseaux sociaux, leur fonctionnement et leurs particularités

Prérequis

Connaissance, matériel ou logiciel : aucun

Objectifs de la formation

Pouvoir différencier les réseaux sociaux existants et identifier ceux à intégrer à sa stratégie digitale

Contenu du cours

- ◆ Introduction
- ◆ Importance et sensibilisation à l'utilisation des réseaux sociaux
- ◆ Présentation du paysage des réseaux sociaux existants
- ◆ Comprendre les particularités de chaque réseau social (fonctionnalités, formats images, utilisateurs...)
- ◆ Découverte de la publicité sur les réseaux sociaux (Social Ads)

Durée : 1 jour

M040 SEA : Google Ads

Public cible

Toute personne souhaitant créer une campagne Google Ads, gérer son positionnement et son budget

Prérequis

Connaissance, matériel ou logiciel : aucun

Objectifs de la formation

Être capable de différencier et diffuser des annonces Google en respectant son budget

Contenu du cours

- ◆ Introduction au SEA (référencement payant)
- ◆ Importance et sensibilisation au SEA
- ◆ Découverte des grands principes
- ◆ Comparaison des différents formats publicitaires
- ◆ Composants d'une annonce
- ◆ Création d'une campagne en suivant les différentes étapes clés
- ◆ Création de rapports de base dans Google Analytics

Sujets NON abordés pendant cette formation

- ◆ Le référencement naturel

Les éléments ci-dessus peuvent faire l'objet d'une formation spécifique.

Durée : 1 jour

M050 SEO : référencement

Public cible

Toute personne souhaitant apprendre les techniques de base pour mieux positionner un site web

Prérequis

Connaissance, matériel ou logiciel : aucun

Objectifs de la formation

Comprendre les principes fondamentaux du référencement naturel et appliquer les différents concepts au site web que vous gérez

Contenu du cours

- ◆ Introduction au SEO (référencement naturel)
- ◆ Importance et sensibilisation au SEO
- ◆ Techniques d'optimisation pour augmenter la popularité d'un site web
- ◆ Découverte des outils de référencement des moteurs de recherche
- ◆ Recherche de mots clés et expressions utilisés par vos cibles
- ◆ Mise en place d'une stratégie de Backlinks

Sujets NON abordés pendant cette formation

- ◆ Publicité sur les pages de résultats des moteurs de recherche
- ◆ L'utilisation de Google Analytics ou Matomo

Les éléments ci-dessus peuvent faire l'objet d'une formation spécifique.

Durée : 1 jour



Tariffs



Formations catalogue

Code formation	Intitulé de la formation	Durée (jours)	Tarif par personne
U010	Découvrir l'UX	0,5	590 €
U020	Design Thinking, la démarche centrée utilisateur	1	790 €
U030	De la recherche utilisateur au persona	3	1990 €
U040	User Centered Design Canvas, Elevator Pitch & Unique Selling Proposition	0,5	590 €
U050	Vendre l'UX, le retour sur investissement	0,25	490 €
U060	Conversion Rate Optimisation	0,5	590 €
R010	Recherche utilisateur & entretiens semi-dirigés	1	790 €
S010	Personas & carte d'empathie	1	790 €
I010	User story mapping	0,5	590 €
D010	Prototype interactif avec Axure	2	1490 €
E010	Audits de sites web et d'applications	2	1490 €
E020	Tests utilisateur	2	1490 €
E030	Questionnaires standardisés	1	790 €
E040	Évaluer le design graphique	0,5	590 €
E050	Évaluation de sites web	2	1490 €
W010	Création de sites web	1	790 €
M010	Initiation à l'e-mailing	1	790 €
M020	Google Analytics	1	790 €
M030	Réseaux sociaux	1	790 €
M040	SEA	1	790 €
M050	SEO	1	790 €

Formations sur mesure

Le tarif des formations sur mesure inclut la préparation du cours.

Durée (en jours)	Tarif par personne*
0,25	650 €
0,5	950 €
1	1250 €
2	2290 €
3	2990 €
4	3690 €
5	4190 €

Coaching

Tarifs : 450 € HT/demi-journée.

* Prix H.-T.

Tarifs dégressifs à partir de 3 participants.