

Les tests usagers dans la pratique

Petit déjeuner des webmestres n°34

Les objectifs pour ce matin

- Découvrir les bénéfices du test usager
- Acquérir les bonnes pratiques pour préparer, réaliser et analyser les tests
- Connaître les bonnes postures à adopter pendant un test
- Mettre en œuvre ces enseignements au cours d'ateliers

Au sommaire

#1 : Petit rappel théorique

#2 : Préparer un test usager

#3 : Conduire un test usager

#4 : Analyser un test usager

#5 : Intégrer les résultats dans les processus de conception

Petit rappel théorique

Recherche utilisateur = Connaître vos usagers

Une étape essentielle dans le processus de conception et de développement de produits et services (numériques)

En allant à la rencontre des utilisateurs, pour obtenir des retours d'expérience.



Leurs comportements

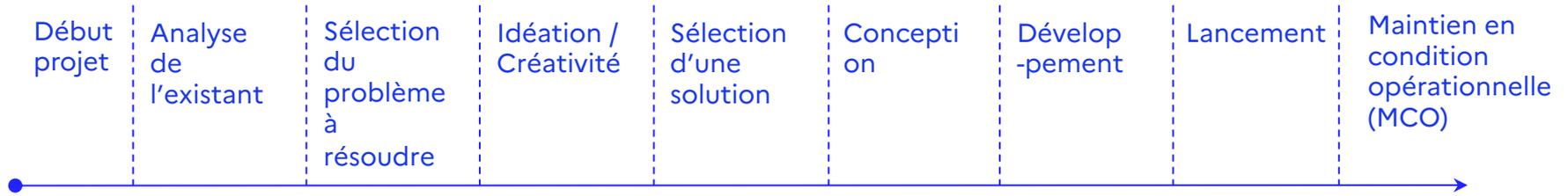


Leurs besoins,
motivations et objectifs

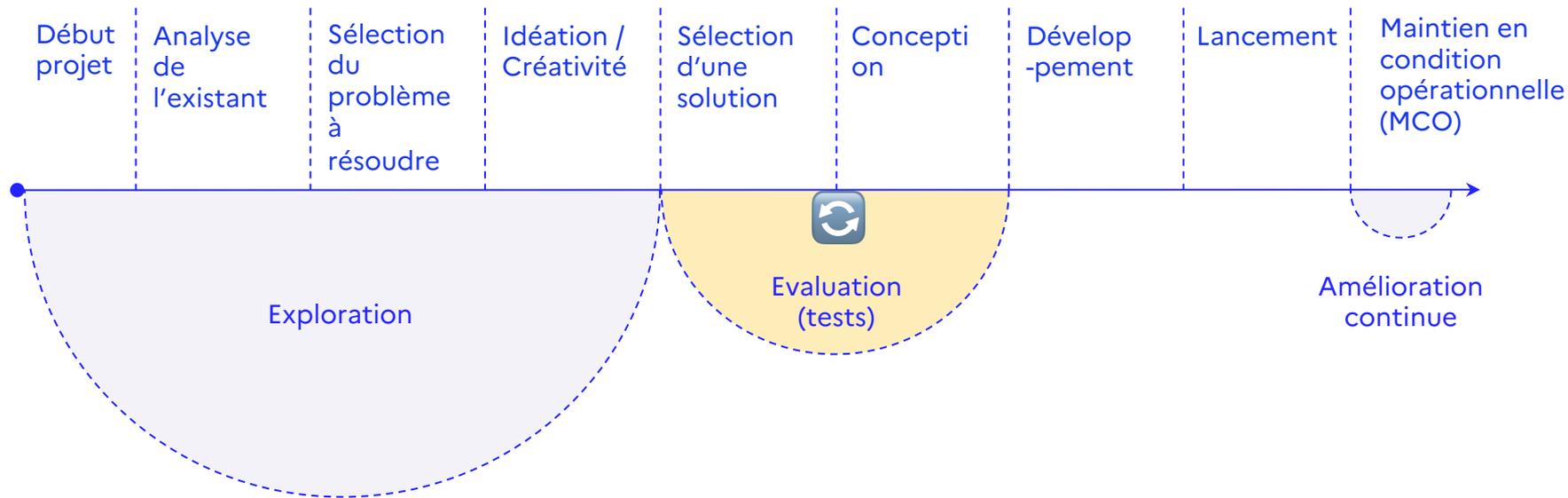


Leurs émotions

La recherche dans le cycle d'un projet



La recherche dans le cycle d'un projet



 Phase de recherche utilisateur

Pourquoi faire des tests ?

- L'utilité de la démarche dans son contexte
- L'utilisabilité
- La compréhension
- La perception

Quand tester ?

- Niveau de confiance
- Niveau de criticité du parcours
- Ressources (roadmap)
- Est-ce que ça nous coûte plus cher de faire des tests ou de défaire le développement ?

Préparer un test usager

Cadrage : le plan de recherche pour des tests

Les objectifs de recherche

Pourquoi avez-vous besoin d'un test ?

Que cherchez-vous à savoir / découvrir ?

Que savez-vous ? Que supposez-vous ?

Les usagers

Identifier les profils à interroger (quels sont les critères importants ?)

Priorisez les profils selon vos objectifs - on ne peut pas interroger tout le monde...

Les méthodes appropriées

A choisir selon :

- Vos objectifs
- Le temps disponible
- Le budget
- L'accès aux usagers

Le recrutement de participants

Par vous-même

Via une agence
spécialisée

Via des panels en
ligne

Recruter par vous-même

- 👉 Sur vos propres bases de données
- 👉 Des usagers en agence
- 👉 Via vos conseillers / agents
- 👉 Il faut s'assurer d'avoir la permission explicite des usagers d'être contactés (RGPD)

Avantages

- Un contact direct avec les usagers
- La possibilité de facilement leur proposer de participer de nouveau

Inconvénients

- Pas de dédommagement possible
- La participation risque de se limiter à une fois (voire deux)
- Le maintien d'une base de données demande des efforts conséquents

Recruter via une agence spécialisée

- 👉 De type OpinionWay, Forum Etudes, Lyon Marketing Services, Tandemz, etc.
- 👉 Selon la spécificité du profil recherché (grand public vs. groupe usager niche), comptez entre 60€ et 100€ par participant + dédommagement usager (entre 30€ et 150€ selon profil)

Avantages

- Un recrutement ciblé de qualité
- L'aspect chronophage du recrutement est géré par le recruteur
- Dédommagement possible

Inconvénients

- Re-contacter les participants directement doit se négocier avec le recruteur
- Recrutement peut prendre du temps selon la complexité des profils à recruter

Recruter via des panels en ligne

- 👉 De type Testapic, Ferpection, Usertesting, etc.
- 👉 En général des forfaits crédits (crédits retirés en fonction de la complexité du ciblage usagers, de la taille de l'étude, etc.)
- 👉 Par exemple : Forfait Testapic (avec licence d'un an) : env 27 000€ (2020)

Avantages

- Recrutement rapide
- Grand public
- Plateforme en ligne disponible pour mener les tests/entretiens
- Utile pour les études quantitatives

Inconvénients

- Difficile de recruter des profils spécifiques (ciblage limité à quelques critères démographiques)
- Accès à de larges panels grand public

Types de tests usagers possibles

Tests modérés

- Synchrones, avec **1 usager** en présentiel ou distanciel
- Avec **1 facilitateur** qui anime l'entretien / test
- Avec **1 preneur de note**

Dure environ une heure (+/- 45 minutes) - sinon on perd l'utilisateur !

Il faut compter environ 1 semaine (plein temps) pour organiser, conduire, analyser et restituer une série de tests usager.

Tests non modérés

- En asynchrone, 1 usager fait le test quand bon lui semble sans facilitateur sur la base d'un script de test

testapic ★ *ferpection* ∞ *lookback*

Dure environ 20 minutes - limité à quelques consignes

Les tests avec des personnes en situation de handicap

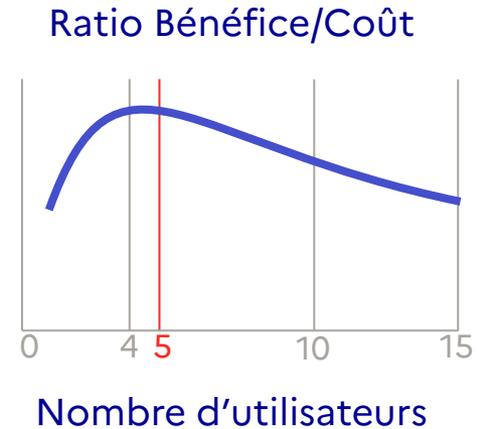
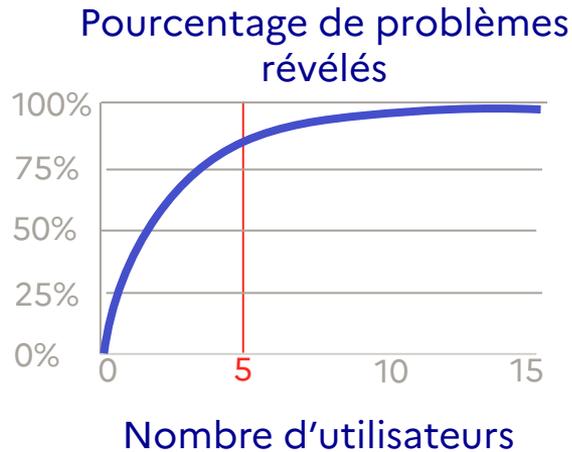
- En suivant le même schéma de recherche (tests d'utilisabilité avec public cible)
 - A minima avec des tests de scénarios d'accessibilité
- ⚠ Les tests d'utilisabilité avec des personas accessibilité requièrent davantage de préparation (Etape 1 : Cadrage et préparation)

Les tests usagers modérés

Avec combien de personnes pouvez-vous lancer des tests utilisateurs modérés ?

Les tests modérés

Tests utilisateurs



Protocole de test

Qu'est-ce qu'un protocole de test ?

- 👉 Un document qui vous aide à établir les scénarios à tester en accord avec vos objectifs
- 👉 Un guide de questions à poser
- 👉 Des tâches / consignes claires à réaliser pour l'utilisateur

Conseil :
Pré-testez votre protocole
!

Réaliser un test usager

La posture



Empathique



Sympathique



Sans jugement



A l'écoute



Attentif



Prêt à relancer

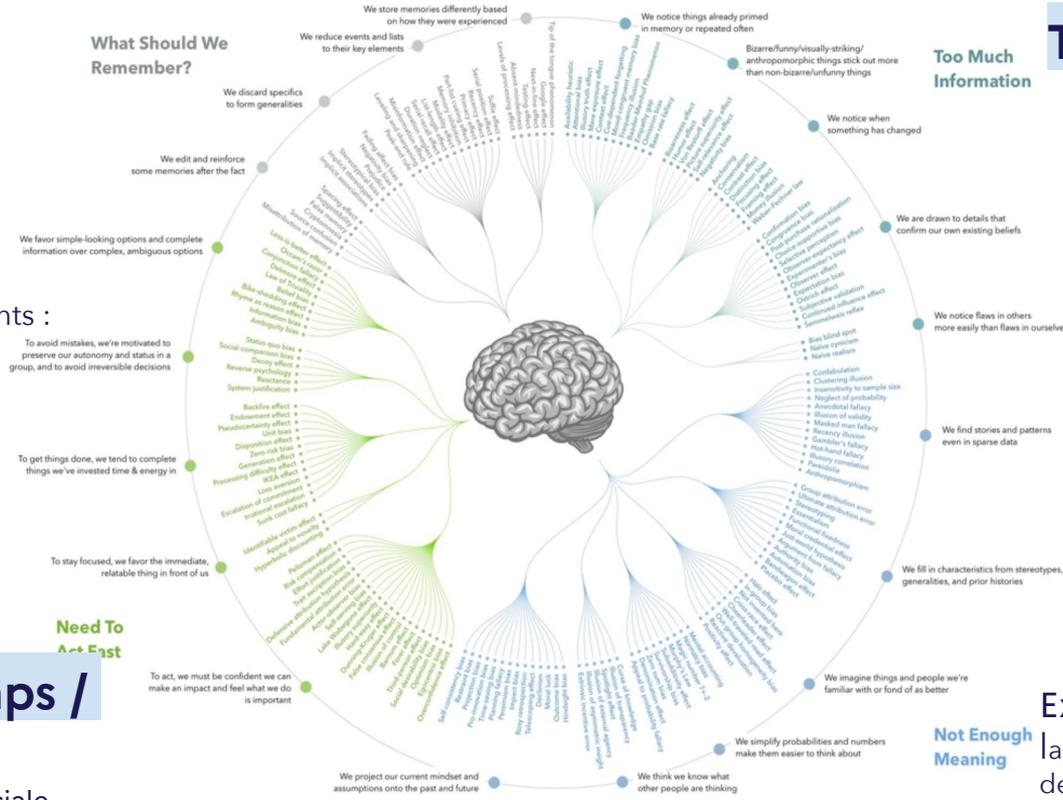
Etre conscient de ses propres biais

Biais de confirmation

Biais de non-
confirmation

Malédiction de la
connaissance

COGNITIVE BIAS CODEX, 2016



Pas assez de mémoire

Ex : "pick-end rule"
« règle pic-fin »
les gens fondaient leur évaluation finale d'une expérience sur deux moments : l'apogée et la fin.

Trop d'information Ex : biais de confirmation

« quand la balance de notre salle de bains nous indique la mauvaise nouvelle, nous descendons et remontons de suite, juste pour être certain que nous n'avons pas mal lu l'écran ou mis trop de pression sur un pied.

Pas assez de temps / ressources

Ex : biais de désirabilité sociale
« Pour bien paraître aux yeux de ces personnes, je vais dire ce qu'elles souhaitent entendre au lieu de ce que je pense vraiment. »

Pas assez de sens

Ex : biais d'autorité
la tendance à surévaluer la valeur de l'opinion d'une personne que l'on considère comme ayant une autorité sur un sujet donné : parents, médecins, scientifiques, et autres spécialistes ou experts

ALGORITHMIC LAYOUT • DESIGN BY JMJ3 - JOHN MANOOGIAN III // CONCEPT • METICULOUS CATEGORIZATION BY BUSTER BENSON // DEEP RESEARCH BY WIKIPEDIANS FAR • WIDE

Animer un test usager

Choisissez un des trois scénarii

<https://enquete.univ-paris1.fr/911612>

<https://enquete.univ-paris1.fr/665966>

<https://enquete.univ-paris1.fr/567578>

Conseil :
Soignez la prise de note !

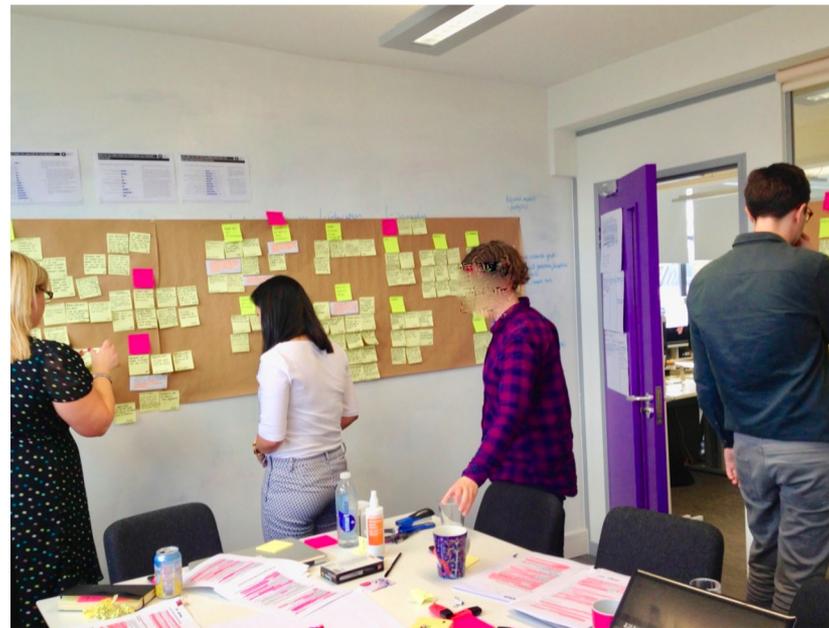
Analyser un test usager

Conseil :
**Faites l'analyse de façon
collaborative !**

Une méthode : l'« affinity mapping »

Pour organiser la donnée et en tirer des enseignements :

- Mise en commun des observations de chaque test selon les objectifs de recherche précédemment fixés
- Des thèmes émergent.
- Priorisation des thèmes émergents.



Observation vs. enseignement

Un enseignement n'est pas...

- ✗ Une observation
- ✗ Un fait
- ✗ Un verbatim ou une requête de l'utilisateur

Un enseignement est...

- ✓ Ancré dans les observations et les résultats de recherche
- ✓ Ancré dans une compréhension poussée de la psychologie de l'utilisateur et son contexte
- ✓ Ancré dans une compréhension poussée du service / produit en question
- ✓ Ancré dans une compréhension poussée des objectifs « business » et des limitations possibles
- ✓ Est actionnable pour le reste de l'équipe produit et des parties prenantes

Après le test :
**Organisez et priorisez
les problèmes rencontrés !**

L'échelle de criticité UX

Critique	Problème d'utilisabilité qui peut pousser certains de vos utilisateurs à ne pas utiliser votre produit/service parce qu'ils ne peuvent pas effectuer la tâche. A réparer immédiatement.
Sérieux	Problème d'utilisabilité qui peut ralentir certains de vos utilisateurs dans leur utilisation de votre produit/service et les pousser à trouver des alternatives. A réparer au plus vite.
Faible	Problème de qualité (orthographe, apparence) qui n'a pas d'impact sur la tâche à compléter. Garder un œil sur ces problèmes car si trop nombreux, peuvent causer de la frustration.
Positif	Aucun problème à noter. Tâche complétée sans entrave.

Les métriques d'utilisabilité (si vous les mesurez pendant les tests)

- Succès de la tâche complétée (task completion)
- Temps passé (durée)
- Satisfaction - NPS (Net Promoter Score), SUS (System Usability Scale) par exemple

Après l'analyse :
La restitution

La restitution est importante mais...

👉 Impliquez l'équipe et les parties prenantes à toutes les étapes des tests !

Cela sera votre meilleur atout pour :

- que chacun s'empare de la voix de l'utilisateur
- une sensibilisation en interne forte
- une meilleure intégration des retours
- que tout le monde soit content 😊

Revenons à la restitution...

Sachez à qui vous vous adressez !

👉 Vous n'allez pas présenter de la même manière (synthétiser ou détailler par exemple) à la Direction ou au reste de votre équipe

Enseignements et verbatims

Illustrez vos enseignements avec des données brutes :

👉 Enregistrements vidéo / audio

👉 Verbatims

👉 Photos ...

Avant tout : représentez la voix de l'utilisateur !

👉 Souvenez-vous qu'une histoire a plus de chance de rester dans l'esprit de votre public qu'une donnée (brute)

👉 Un rapport envoyé par email (sans restitution orale) n'aura que très peu d'impact (et ne sera sûrement pas lu)

Prévoyez un rapport concis

1. Contexte & méthodologie
2. Les principaux enseignements
3. Les résultats détaillés
4. Les recommandations & priorisation
5. Les prochaines étapes

**Intégrer les résultats de tests
usagers dans les processus de
conception**

Modèle de parcours utilisateur (user journey map)

