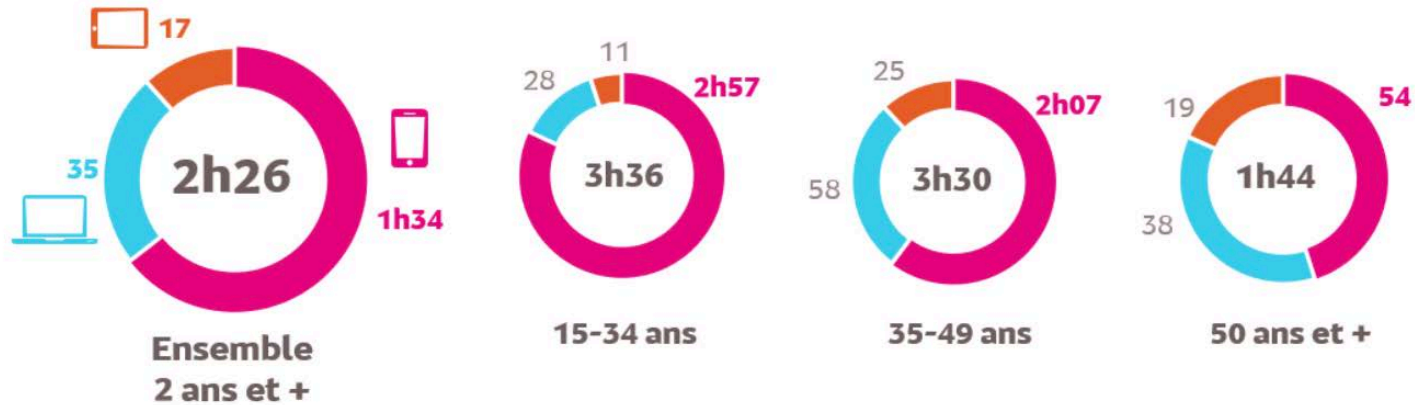


CHAP 6 / L'UX et le mobile

- Chiffres clés
- Systèmes d'exploitation et interfaces
- Manipulation et habitudes
- Stratégie mobile dédiée ou unifiée ?
- Continuité de l'expérience et perception du temps
- L'importance de l'expérience utilisateur

M Temps par jour par Français sur internet (en minutes)

Audience Internet Global, juin 2020 - copyright Médiamétrie//NetRatings



Synthèse des résultats de juin 2020



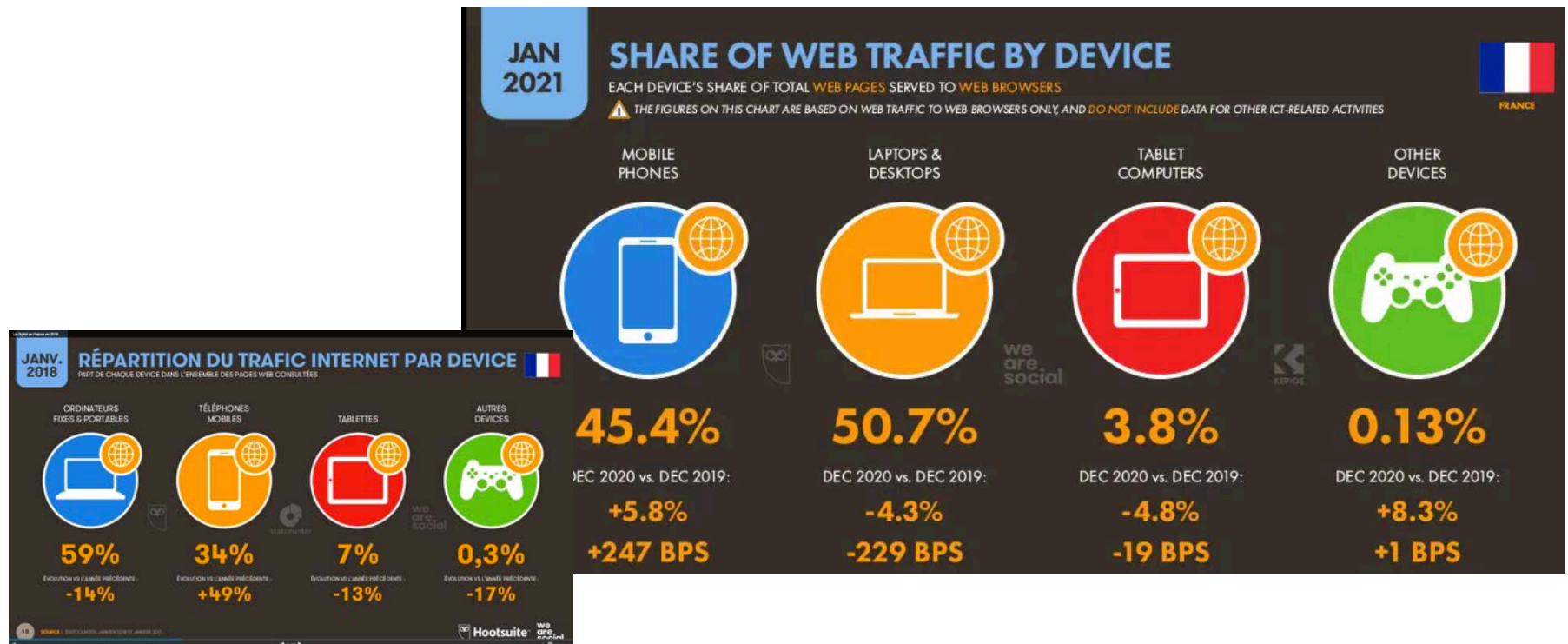
53,1 millions d'individus se sont connectés au moins une fois à Internet au cours du mois de juin, soit **84,7 %** de la population française de 2 ans et plus.



Chaque jour, **45,4 millions d'individus** se sont connectés à internet, soit **72,4%** de la population française

<https://comarketing-news.fr/les-francais-passent-toujours-plus-de-temps-sur-le-web-et-sur-leur-mobile/>

État des lieux (Extrait de l'usage d'Internet, des réseaux sociaux et du mobile en France)



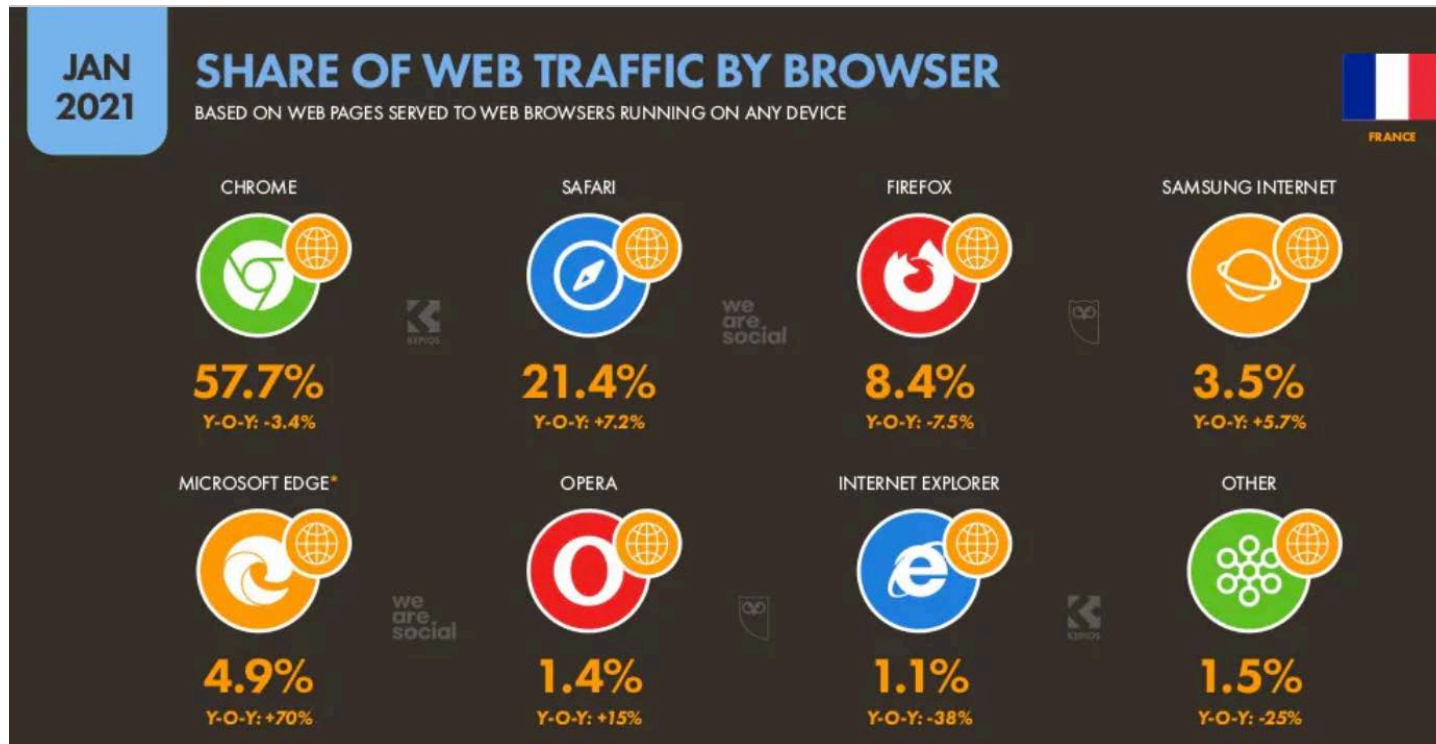
<https://wearesocial.com/fr/blog/2021/01/digital-2021-france/>

État des lieux (Extrait de l'usage d'Internet, des réseaux sociaux et du mobile en France)



<https://wearesocial.com/fr/blog/2021/01/digital-2021-france/>

État des lieux (Extrait de l'usage d'Internet, des réseaux sociaux et du mobile en France)

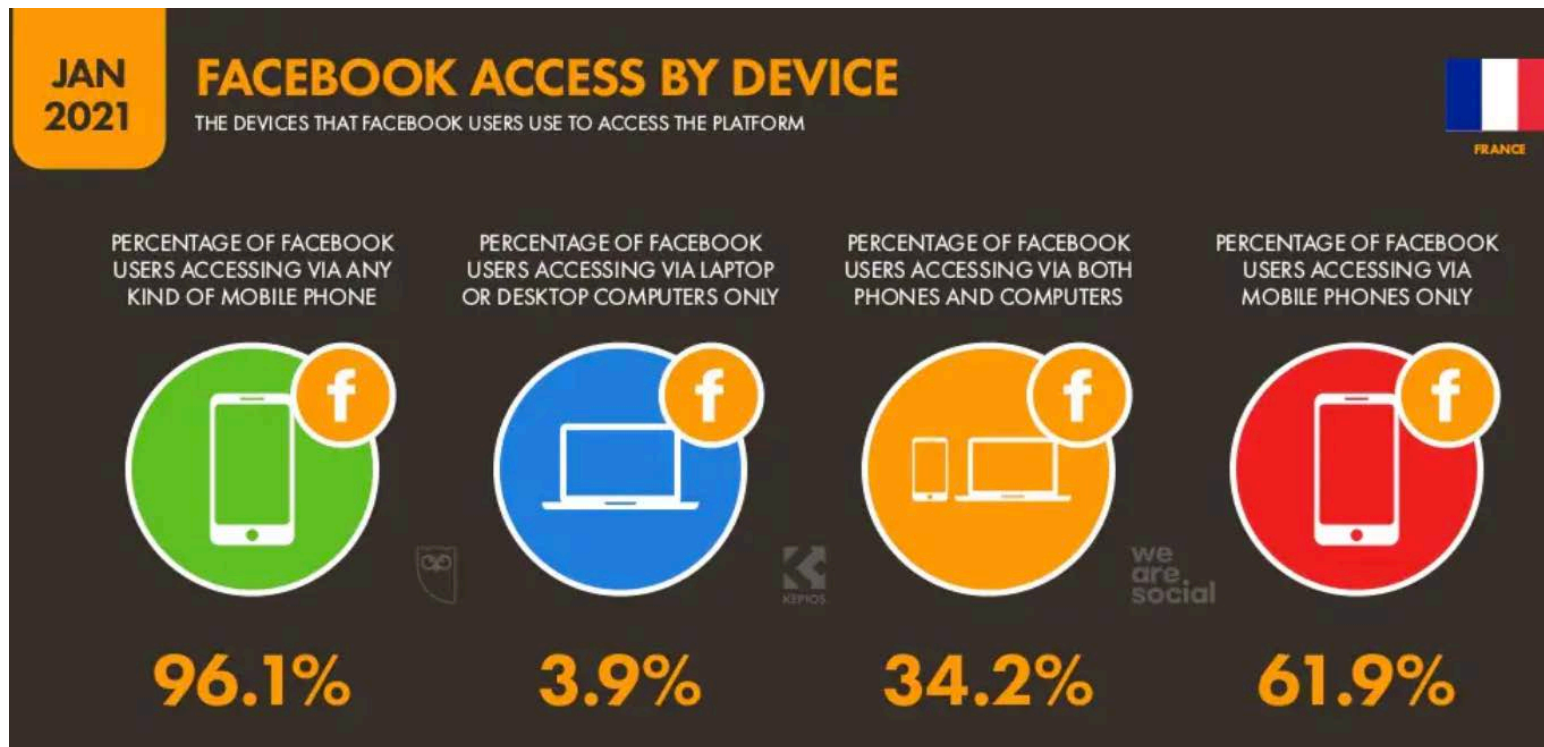


<https://wearesocial.com/fr/blog/2021/01/digital-2021-france/>

CHAP 6 / L'UX et le mobile

Les chiffres clés

État des lieux (Extrait de l'usage d'Internet, des réseaux sociaux et du mobile en France)

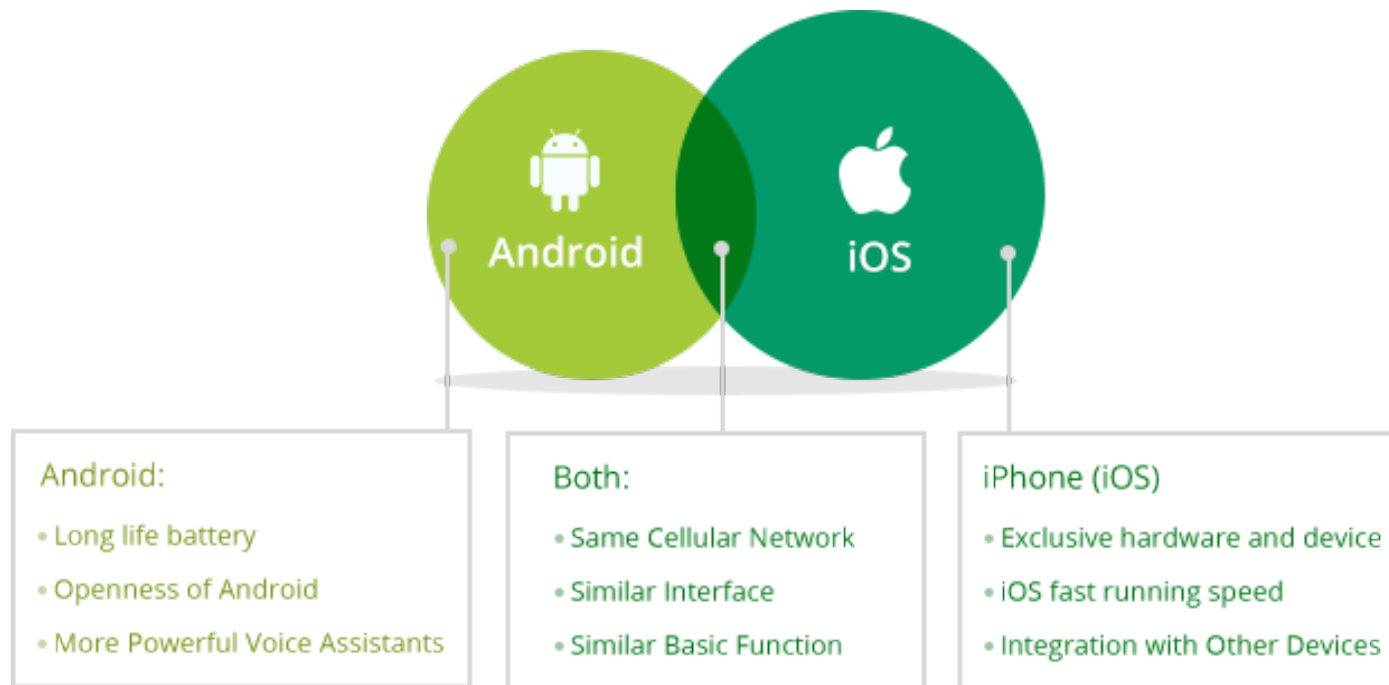


<https://wearesocial.com/fr/blog/2021/01/digital-2021-france/>



Systemes d'exploitation et interfaces

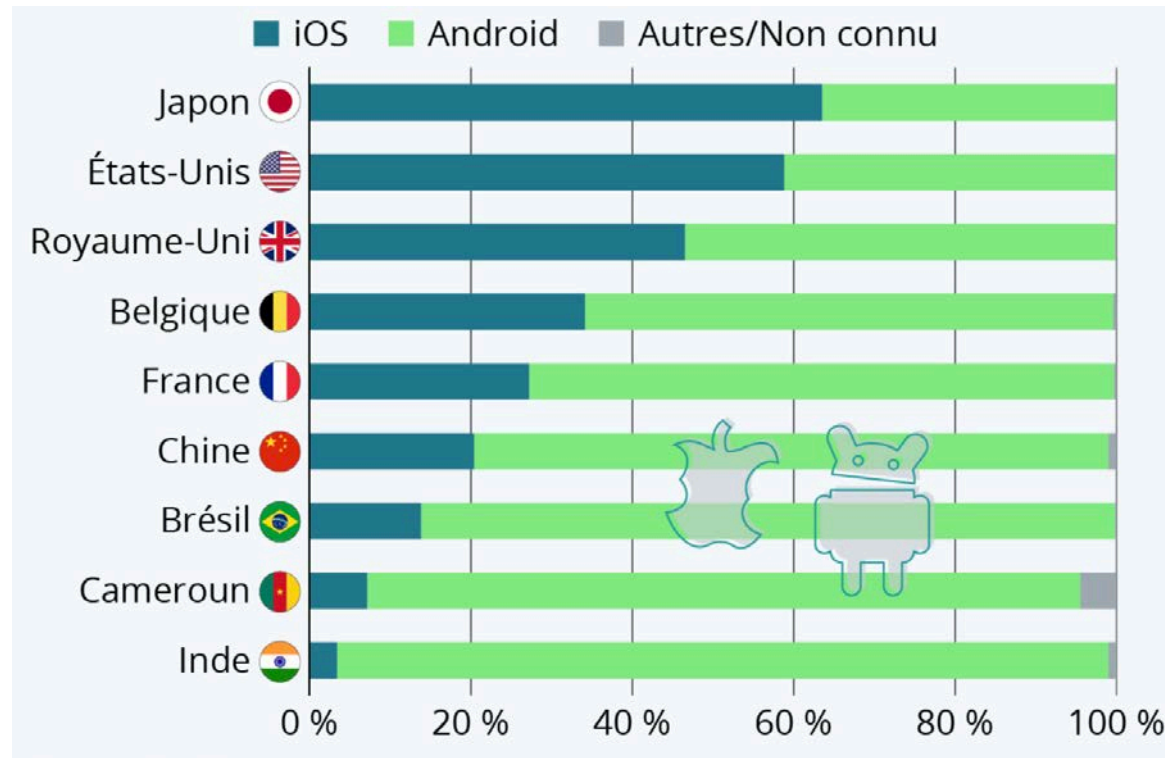
2 mots sur les systemes d'exploitation



Lire : <https://www.cnetfrance.fr/news/android-p-vs-ios-12-le-match-39869325.htm>

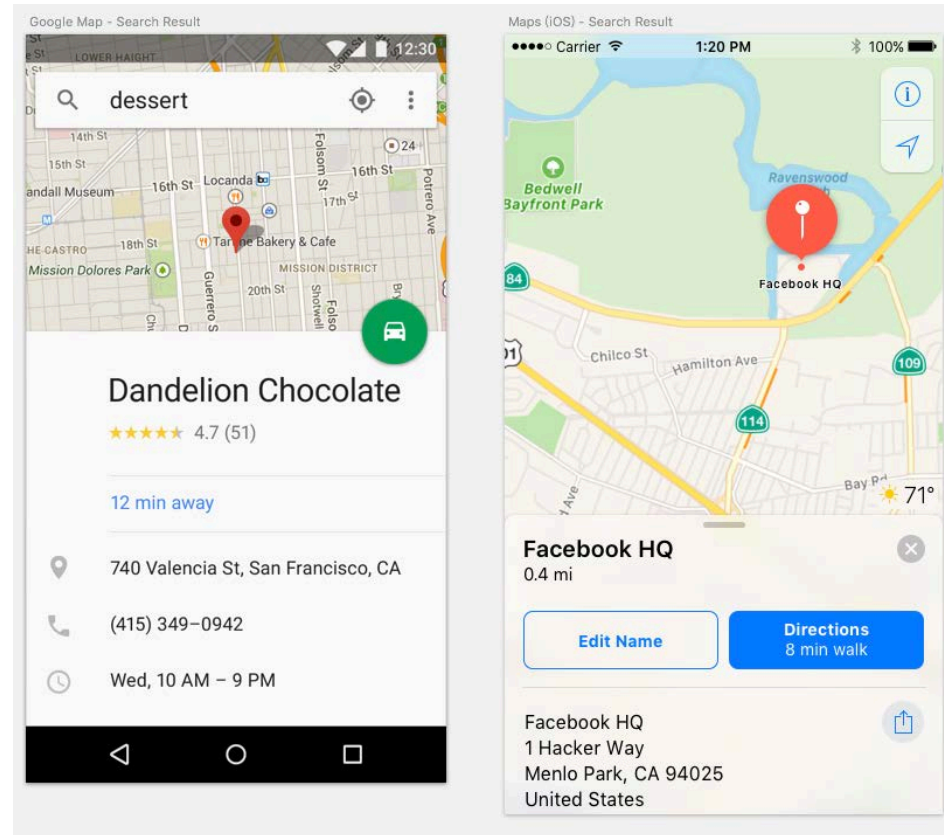
Systemes d'exploitation et interfaces

2 mots sur les systemes d'exploitation



<https://fr.statista.com/infographie/22732/parts-de-marche-os-mobiles-systemes-exploitation-ios-android-par-pays/>

...du côté interface Android VS IOS



Lire (dans Chrome pour la traduction française ! ;-)) : <https://medium.com/@chunchuanlin/android-vs-ios-compare-20-ui-components-patterns-part-1-ad33c2418b45>

Single-line item

Single-line item

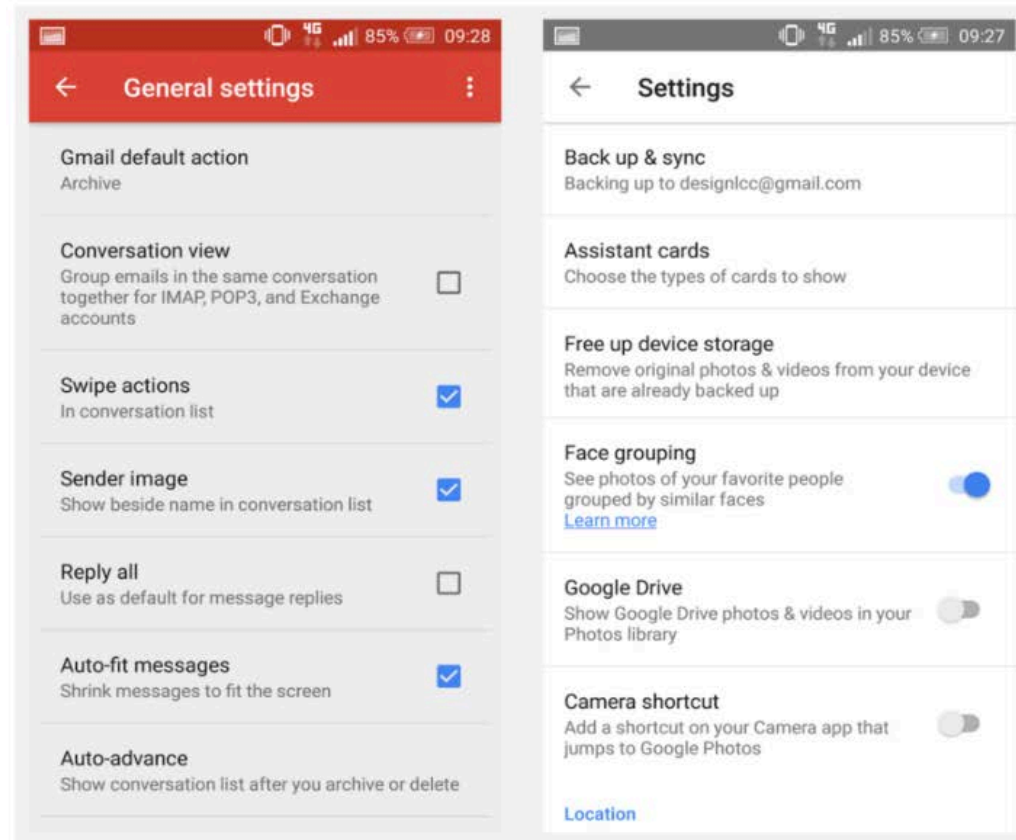
Label

Label

CHAP 6 / L'UX et le mobile

Systemes d'exploitation et interfaces

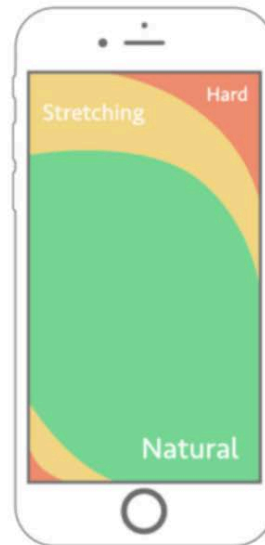
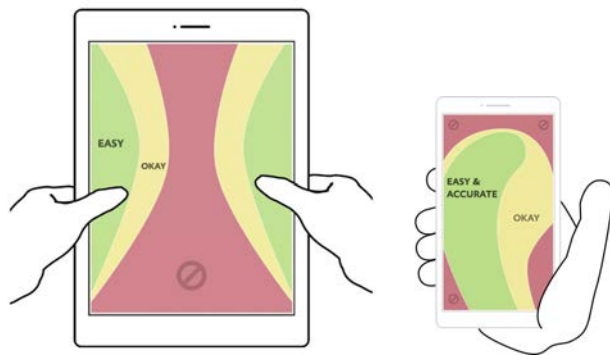
...du côté interface
Android VS IOS



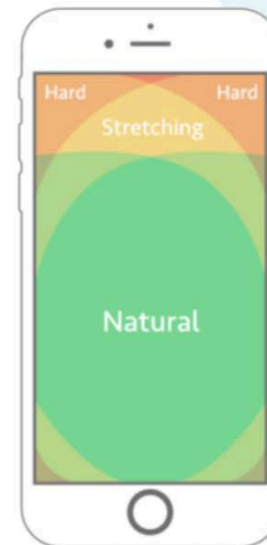
Paramètres Android activés et désactivés: Gmail utilise des cases à cocher mais Photos utilise des boutons

Lire (dans Chrome pour la traduction française ! ;-)) : <https://medium.com/@chunchuanlin/android-vs-ios-compare-20-ui-components-patterns-part-1-ad33c2418b45>

Une manipulation spécifique



Left Hand



Combined



Right Hand

Une manipulation spécifique

NAVIGATION GESTURES



PINCH OPEN



PINCH CLOSE



TWO FINGER DRAG

STANDARD GESTURES



TAP



DOUBLE TAP



TAP & HOLD



TAP & DRAG



TAP & HOLD + DRAG



TAP & DRAG
+ TAP & HOLD



TAP & DRAG
+ 2 FINGERS TAP
& HOLD

CUSTOMIZABLE GESTURES



TWO FINGER TAP



THREE FINGER TAP



FOUR FINGER TAP

Manipulation et habitudes utilisateurs

Une manipulation spécifique

Tap



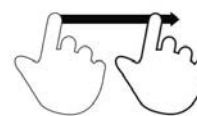
Briefly touch surface with fingertip

Double tap



Rapidly touch surface twice with fingertip

Drag



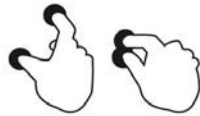
Move fingertip over surface without losing contact

Flick



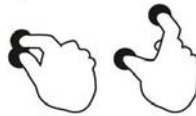
Quickly brush surface with fingertip

Pinch



Touch surface with two fingers and bring them closer together

Spread



Touch surface with two fingers and move them apart

Press



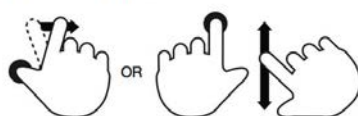
Touch surface for extended period of time

Press and tap



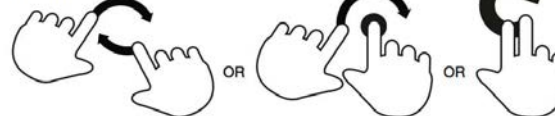
Press surface with one finger and briefly touch surface with second finger

Press and drag



Press surface with one finger and move second finger over surface without losing contact

Rotate



Touch surface with two fingers and move them in a clockwise or counterclockwise direction

CHAP 6 / L'UX et le mobile

Quelle stratégie pour un projet mobile ?



> Stratégie mobile dédiée

APP

Mobile first

> Stratégie plate-forme unifiée

PWA

AMP

RWD

Quelle stratégie pour un projet mobile ?

> Stratégie mobile dédiée

APP > Application native

Une application native désigne un petit logiciel utilisé sur mobile ou tablette. Ces applications se téléchargent et s'installent sur le smartphone à l'inverse d'une application web mobile qui, quant à elle, n'est autre qu'un site web adapté pour le mobile.

Mobile first (Mobile only)

Le **mobile first** n'est pas juste proposer une version responsive ou une application :

- La construction d'un site mobile en premier lieu qui peut être étendu en mode desktop.
- La création de tableaux de bord spécifiques aux mobiles
- L'investissement dans des outils techniques dédiés aux mobiles
- Faire des tests d'ergonomie et d'AB testing dédiés aux mobiles
- Analyser les parcours clients en mode mobile (inclure des « personas mobiles » depuis une connexion 3G, sur des petits écrans, en marchant par exemple).

<http://blog.lunaweb.fr/mobile-only-on-en-est-ou/>

<http://glossaire.infowebmaster.fr/application-native/>

<http://mobibot.io/blog/420/devenir-mobile-first-doit-etre-votre-objectif-en-2018.html#>

Quelle stratégie pour un projet mobile ?

Bonnes Pratiques

CONTENU

- Engageant
- Concis & précis
- Ne pas avoir à scroller


FORMULAIRE



- Libellé au dessus du champ à compléter
- Avec le **HTML5**, le libellé est en plus à l'intérieur du champ
- Préremplissage
- On aide l'internaute !

CALL TO ACTION

Placer le bouton "Call To Action" au bon endroit



MISE EN PAGE

- Réduire le nombre d'options de navigation
- Utiliser du **CSS3** plutôt que des images pour les effets
- Police min. **16 px**

Le **mobile first** est une façon de concevoir et de piloter son site en mettant le mobile au centre des choix.



<http://mobibot.io/blog/420/devenir-mobile-first-doit-etre-votre-objectif-en-2018.html#>

> Stratégie plate-forme unifiée

PWA

Cela revient à développer un site qui va fonctionner comme une application sur un téléphone :

- Possibilité de l'installer depuis le browser sans passer par un store de type google play ou Appstore
- Possibilité de naviguer sur le site même hors ligne
- Système de cache pour accélérer la navigation

AMP (anglais > "Accelerated Mobile Pages")

Ce nouveau type de page web optimisé pour nos smartphones est l'aboutissement d'un projet en technologie open source mené – entre autres – par Google, qui souhaite faciliter et fluidifier la navigation web sur mobile.

une technologie open source

<https://www.codeur.com/blog/vitesse-pages-mobile-amp/>

AMP ou PWA : <https://www.search-foresight.com/smx-paris-amp-pwa-nouveaux-paradigmes-search-mobile-pwamp/>

CHAP 6 / L'UX et le mobile

Quelle stratégie pour un projet mobile ?

> Stratégie plate-forme unifiée

RWD > site web adaptatif (anglais > responsive web design) est un site web dont la conception vise à offrir une consultation confortable sur des écrans de tailles différentes. L'utilisateur peut ainsi consulter le même site web (via ordinateur, smartphone, tablettes, télévision...) avec le même confort visuel et sans avoir recours au défilement horizontal ou au zoom avant/arrière (sur les appareils tactiles notamment).



RWD ou APP : <http://mobibot.io/blog/668/responsive-design-application-mobile.html>
APP ou PWA > Lire : <https://fr.goodbarber.com/blog/faut-il-choisir-une-pwa-ou-une-app-native-a874/>
et https://fr.slideshare.net/agencedagobert/le-responsive-design-par-dagobert?next_slideshow=1
<https://www.info-e-commerce.fr/9808/le-futur-du-web-est-aux-progressive-web-apps>



Quelle stratégie pour un projet mobile ?

RWD



LE RESPONSIVE DESIGN, COMMENT ÇA MARCHE ?

En responsive design, la page en tant que telle reste la même. Ce qui évoluent, ce sont les feuilles de style (CSS) qui gèrent la mise en page.

Pour cela, on utilise les media-queries (norme CSS3).

Les média-queries permettent de spécifier des règles d'affichage **propre à chaque périphérique** de consultation :

écran, imprimante, projecteur... Mais aussi **propre à chaque résolution d'écran**.

```
873 @media only screen and (min-width: 836px) {  
874  
875     #header .container,  
876     #footer .container,  
877     .container.reduced {  
878         padding:0;  
879     }  
880 }
```

Quelle stratégie pour un projet mobile ?

RWD



L'ART DE LA RUPTURE

Techniquement, le Responsive Design se base sur des breakpoints, points de rupture en français qui correspondent aux résolutions d'écran.

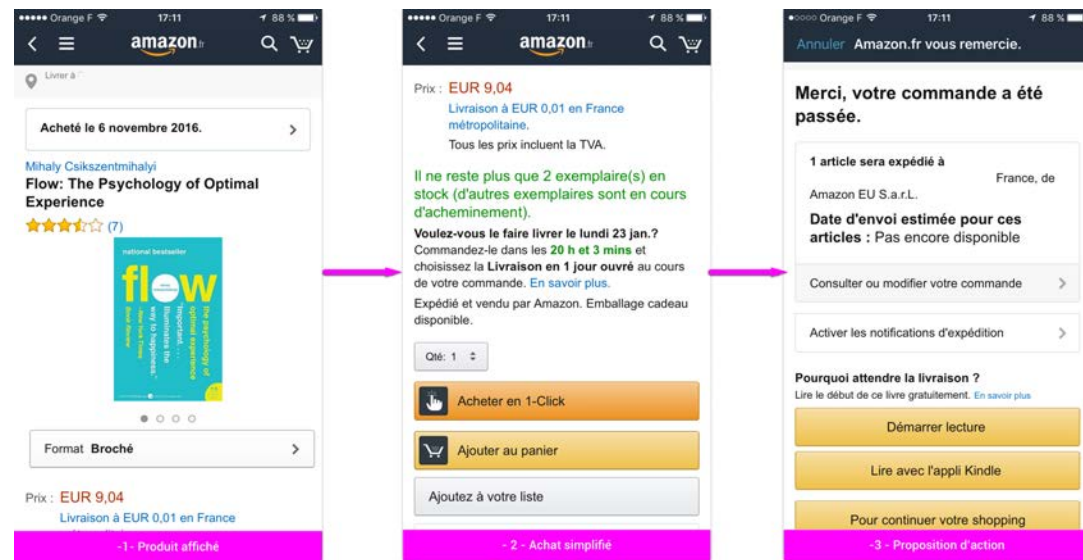


Continuité de l'expérience dans l'UX

L'UX Flow est l'état d'engagement maximal d'un utilisateur dans une activité. Il se trouve dans un état total de concentration, d'engagement et de satisfaction.

Parcours d'achat « 1 clic » sur Amazon

Avec le bouton « Acheter en 1-click » et sa navigation fluide, Amazon maîtrise le flow. Ainsi, en tant que client, à peine a-t-on terminé une commande que nous souhaitons déjà en faire une seconde !



<http://www.ux-republic.com/perception-temps-experience-utilisateur/>

iOS 8 : Apple tente de renouveler l'expérience mobile : https://www.itespresso.fr/ios-8-apple-tente-renouveler-experience-mobile-75978.html?inf_by=5c4ae306671db84f2d8b4a1b

Perception du temps dans l'UX

Gérer le temps :

- Vérifier le Flow de ses parcours,
- Prendre le temps d'une discussion,
- Attendre est aussi une expérience,
- Illustrer le temps (penser par exemple ici aux micro interactions...).

Tenir compte des spécificités du mobile :

- > Minimiser des efforts de frappe (attention formulaire ! : peu d'actions et peu de champs),
- > Intégrer des valeurs par défaut intelligente (auto détection de location, pré saisie de données : mail, de nom...)
- > Favoriser les sélections sans saisie (mode select au lieu de search (évite un grand nombre d'erreur de saisie)
- > Proposer des étiquettes de formulaire apparente (à favoriser hors du champ)
- > Veiller à une validation en temps réel (champ par champ - sans attendre la fin d'un formulaire)

<http://www.ux-republic.com/perception-temps-experience-utilisateur/>

- « Expérience utilisateur sur mobile » voir la vidéo de K. Jouanno : <https://www.youtube.com/watch?v=5yqRsZDbzHY>

Les applications mobiles dédiées

Étude de cas dans le domaine de la banque en ligne

« **Expérience utilisateur et banque mobile** », une étude menée par Word Appeal
> panorama UX d'interfaces d'applications mobiles bancaires existantes sur le marché français.

Contexte d'utilisation :

- 48% des français utilisent les services bancaires sur leur smartphone,
- Les français consultent leur appli mobile banque 11,3 fois / mois,
- Les banques sur mobile font partie des 3 applis les plus utilisées le matin au réveil,

UX

- > **levier de création de valeur** avec 39% des clients pourraient changer de banque en raison d'une expérience client déficiente (étude [Deloitte](#)),
- > **agit sur l'attractivité et la performance** du service lui-même.

Les défis du mobile :

- **Atteindre** une satisfaction optimale,
- **Assurer** la disponibilité et la performance,
- **Garantir** la sécurité et la confidentialité,
- **Adopter** des conventions,
- **Faciliter** l'interaction tactile.

Étude complète : <https://fr.slideshare.net/Pelhammedia/exprience-utilisateur-et-banque-mobile>
Lire aussi l'article : <http://blog.lunaweb.fr/ux-et-banque-mobile/>

L'importance de l'expérience utilisateur

Extrait « Expérience utilisateur et banque mobile », une étude menée par Word Appeal

CRÉDIT AGRICOLE



DIAGNOSTIC UX

Le parti pris de l'application « Ma Banque » de Crédit Agricole (« simplicité et modernité, tout en offrant un maximum de services ») est en phase avec les attentes des clients. Elle est en effet très complète fonctionnellement : scan et envoi de documents, multi-comptes, gestion de budget, notifications personnalisées, etc. A noter, il est possible d'ouvrir un compte directement depuis l'application. Deux frustrations récurrentes parmi les clients, l'absence d'Apple Pay sur iOS et une demande forte de performance. Les cinématiques d'écrans sont particulièrement bien scénarisées, soutenues par des animations porteuses de sens.



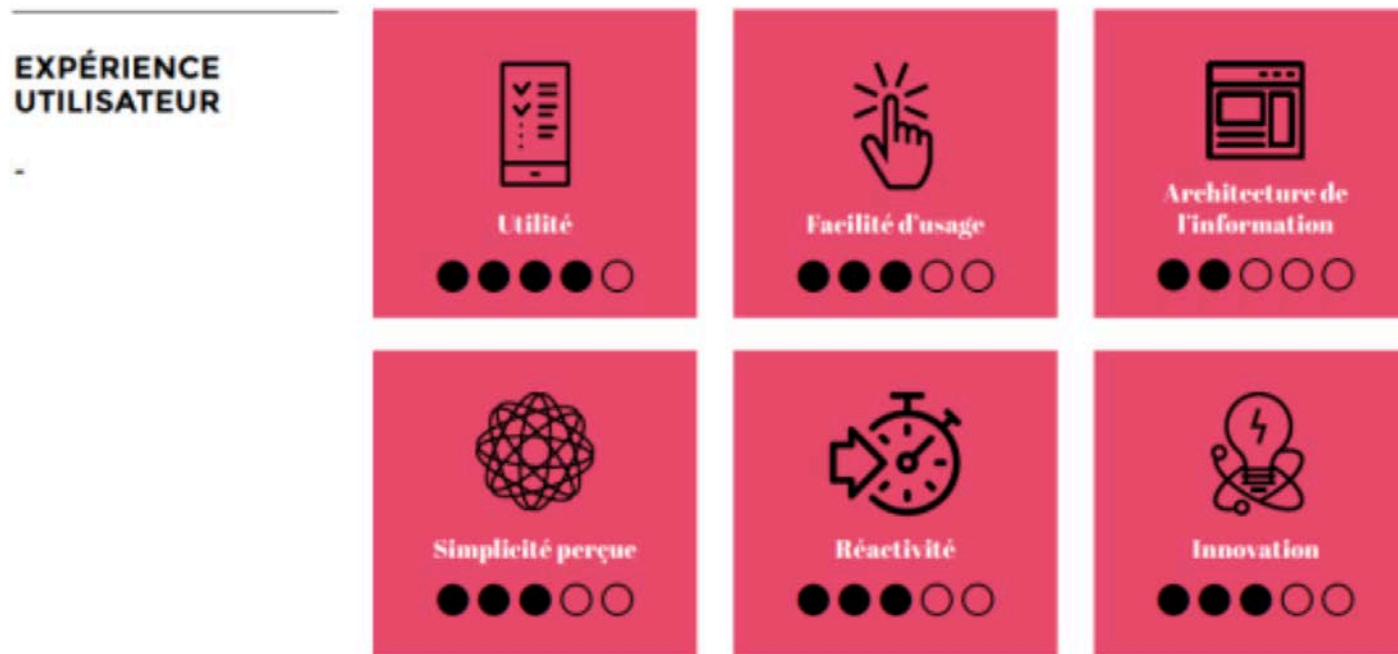
« L'expérience utilisateur de l'application Crédit Agricole répond aux besoins de clients exigeants en termes de simplicité et d'autonomie. Ils sont aussi demandeurs de personnalisation et de performance. »

— Benoit Drouillat, Directeur UX, WordAppeal

Étude complète : <https://fr.slideshare.net/Pelhammedia/exprience-utilisateur-et-banque-mobile>
Lire aussi l'article : <http://blog.lunaweb.fr/ux-et-banque-mobile/>

L'importance de l'expérience utilisateur

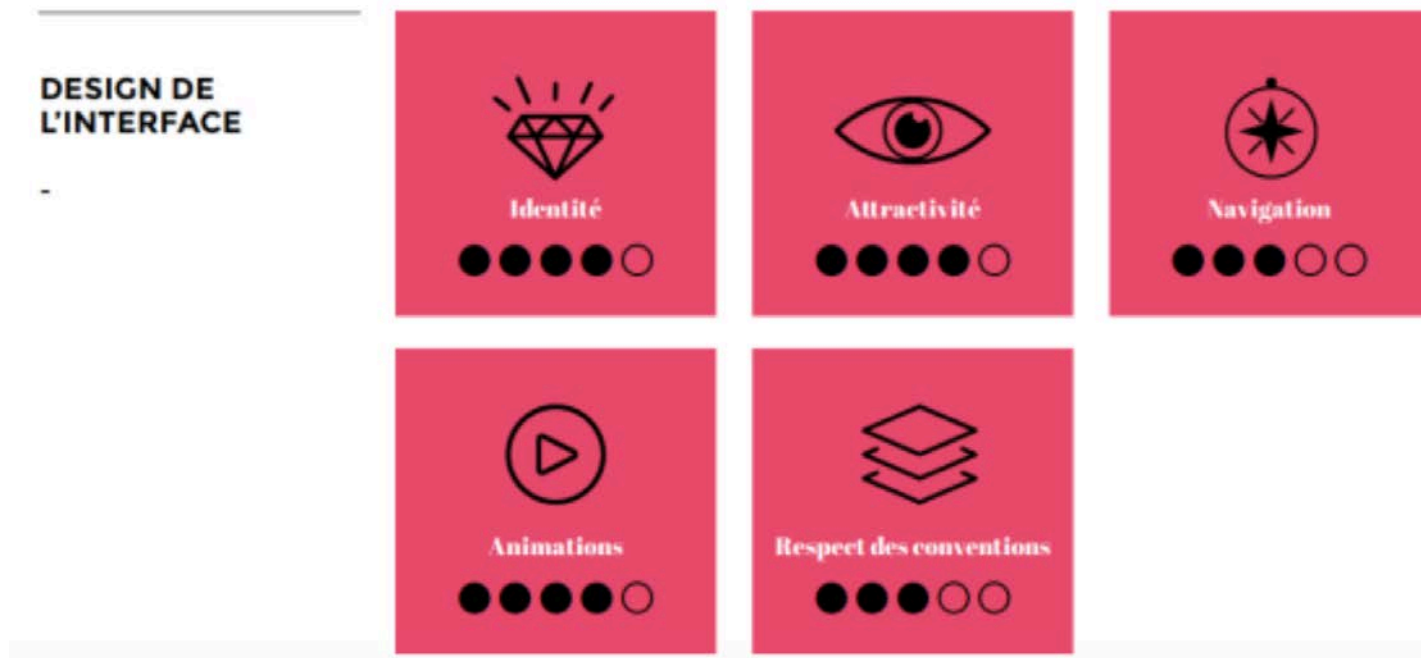
Extrait « Expérience utilisateur et banque mobile », une étude menée par Word Appeal



Étude complète : <https://fr.slideshare.net/Pelhammedia/exprience-utilisateur-et-banque-mobile>
 Lire aussi l'article : <http://blog.lunaweb.fr/ux-et-banque-mobile/>

L'importance de l'expérience utilisateur

Extrait « Expérience utilisateur et banque mobile », une étude menée par Word Appeal



Étude complète : <https://fr.slideshare.net/Pelhammedia/exprience-utilisateur-et-banque-mobile>
Lire aussi l'article : <http://blog.lunaweb.fr/ux-et-banque-mobile/>

L'importance de l'expérience utilisateur

Extrait « Expérience utilisateur et banque mobile », une étude menée par Word Appeal

Opportunités et spécificités du mobile

sur lesquelles le secteur s'appuie pour enrichir et renouveler l'expérience utilisateur bancaire :

- **Interactions tactiles** (notamment *3D Touch*),
- **Reconnaissance biométrique vocale** (améliorer la sécurité) **et photo** (déposer un chèque / bordereau numérique),
- **Géolocalisation** : pour les dépenses (opération effectuée chez un commerçant pour le retrouver), pour la sécurité (exclure des opérations sur certaines zones)

+ pour la banque > exploitation des données à des fins marketing...

- **SMS, agents conversationnels** (textuel mais aussi vidéo),
- **Sans contact,**
- **Offres, services et fonctionnalités personnalisés,** accessibles en raccourcis...

L'attractivité de l'interface

(création de valeur d'usage à partir de l'interface) :

- **Le design d'information > data design** (mettre en scène l'interface pour **transcrire les données complexes** dans une forme graphique qui apporte de la **clarté**).
- **Les métaphores vers un design émotionnel** (susciter un ressenti positif auprès des clients) : **faciliter** la lecture et les actions, **rôle signalétique** des icônes au premier plan.
- **Les animations** qui apportent des **bénéfices concrets**, en améliorant la perception de la manipulation directe, **aident l'utilisateur** à voir le résultat des actions menées, contextualisent l'information, permettent la cohésion dans l'enchaînement des écrans.

+ manipuler avec fun des données sensibles... son argent... ;-)

Étude complète : <https://fr.slideshare.net/Pelhammedia/exprience-utilisateur-et-banque-mobile>
Lire aussi l'article : <http://blog.lunaweb.fr/ux-et-banque-mobile/>

Avant de partir ;-)

À voir pour le fun

...

<https://www.youtube.com/watch?v=rIYin9jJCw>



(à bientôt ! ;-)

**la couleur
du zebre**
agence de communication

Agence de communication
3 place des Orphelins 67000 Strasbourg |
Tel 03 69 96 41 69 |

www.lacouleurduzebre.com

Contact :
Aneth Thaumiaud
aneth@lacouleurduzebre.com