

Préparer une refonte qui sert les usages.

Une refonte peut transformer la perception d'une marque et la facilité d'usage d'un service. Pour la cadrer, reliez les attentes visuelles aux parcours et aux objectifs qui comptent.

01 Partir de trois situations réelles

Qu'est-ce que vos visiteurs cherchent à comprendre ou à faire ? Choisissez quelques parcours : découvrir une offre, comparer, s'inscrire, réserver ou acheter. Ils donnent un fil conducteur au projet.

VOS NOTES

02 Distinguer les constats des hypothèses

Réunissez les retours clients, les observations et les données disponibles. Notez séparément ce que vous savez, ce que vous supposez et ce qu'il faudra tester.

VOS NOTES

03 Repérer ce qui mérite d'être conservé

L'identité, certains contenus et des habitudes d'usage peuvent déjà bien fonctionner. Le cadrage permet de préciser ce qui doit évoluer et ce qui constitue un point d'appui.

VOS NOTES

04 Montrer les parcours avant de multiplier les écrans

Un prototype permet de vérifier l'enchaînement des actions et la compréhension des messages. Il aide aussi les parties prenantes à discuter d'une expérience concrète.

VOS NOTES

05 Préparer la transmission et le suivi

Précisez les contenus, les composants, les états et les responsabilités nécessaires à la mise en œuvre.
Définissez comment l'équipe observera l'utilisation de la nouvelle expérience.

VOS NOTES

VOTRE QUESTION À ÉCLAIRCIR

VOTRE PROCHAIN TEST
