

22 janvier 2009

4UID

Sur 4UID

4UID est l'agence de Fransiska Groenland, user interface designer. Elle conçoit des interfaces utilisateur pour des produits et applications mobile pour grand public. Elle envoie périodiquement un newsletter à ses clients, collègues et clients potentiels.

À ce début de 2009, le newsletter parle des challenges dans le domaine des nouveaux produits et applications qui s'introduisent dans les foyers, chez nos clients, les utilisateurs.

NEWSLETTER #2



Il y a du pain sur la planche

Où pourquoi on tartine de l'expérience utilisateur sur tout...

Par Fransiska Groenland

À la différence de téléphones portables à la mode, les appareils électroménagers ne sont pas regardés, testés, critiqués ou adorés par des experts dans la matière et tous leur « fan-club » en ligne. Il n'existent pas de magazines dédiés à l'utilisation d'appareils électroménagers, comme pour les « gadgets » électroniques. Ils ne sont pas attendus pendant des mois et une fois sortis sur le marché, regardés sous tous les coutures, avec des critiques directes vers le constructeur. Par contre, tout comme les téléphones portables, les appareils électroménagers commencent à devenir très demandés en terme d'interaction avec l'utilisateur. De plus en plus de fonctions sont introduites, grâce au changement de pilotage mécanique vers un pilotage électronique avec tous les écrans, boutons qui viennent avec.

Les utilisateurs (on aime bien garder en tête Paul et Virginie, mes utilisateurs préférés, voici leur photo) vont devoir faire face à des produits qui, à force de vouloir servir mieux, avec plus de fonctionnalités, demandent plus d'attention, car leur utilisation n'est plus évidente.



Il y a beaucoup de travail à faire dans ce domaine « domestique » pendant que dans le domaine « mobile » le travail est déjà bien entamé. Le « mobile user experience » est un thème récurrent dans ce domaine, mais on peut le transposer dans toutes les domaines où il y a de l'interaction entre un utilisateur et un appareil. Voici une petite explication et un exemple pratique vécu...

L'expérience utilisateur est par définition l'impression de la personne qui utilise un produit. Un peu floue donc difficile à cerner... Mais elle joue un rôle important dans la démarche de fidélisation des utilisateurs. Et c'est justement pour ça que ça vaut le coup de s'y intéresser.

L'expérience utilisateur englobe tous les aspects de l'interaction entre l'utilisateur et le produit, la marque ou l'entreprise : de l'achat à l'utilisation et même après, le stockage et débarras-

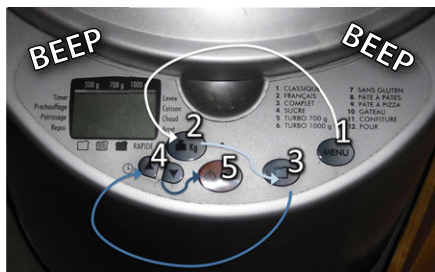
sage. Les plus grands « vecteurs d'expérience » sont :

- L'utilité du produit, qui satisfait l'utilisateur, quand il atteint son but.
- La facilité et le confort d'utilisation (c'est là où le design de l'interface homme-machine joue son plus grand rôle),
- La confiance dans la marque et
- La qualité de service (achat, installation, dépannage, etc).

Prenons maintenant comme (contre-)exemple mon expérience utilisateur personnelle avec un appareil domestique : la machine à pain. L'utilité est incontestable : avoir du pain frais sans avoir à courir à la boulangerie à sept heures du matin. Mais la facilité et le confort d'utilisation ne sont pas au rendez-vous :

On voit un IHM avec un semblant d'ordre visuel. Mais quand on utilise le produit on se rend compte qu'il y a pourtant tout un autre ordre, et si on le suit pas, on doit recommencer. Exécuter cette procédure demande beaucoup d'effort cognitif, car l'appareil ne donne aucune coup de main (« use cues »). Et même après une

22 janvier 2009



LA PROCEDURE POUR "METTRE EN ROUTE" UN PAIN



AMELIORATION: PROCEDURE DE GAUCHE A DROITE PLUS RAPIDE, MOINS D'ERREURS

année d'utilisation au rythme de deux fois par semaine, mettre le pain en route demande une grande concentration pour ne pas faire d'erreur.

L'expérience devient même une punition car à chaque appui sur un bouton, l'appareil émet un bip très fort. Très, très fort, car c'est le même bip qui est émis à la fin de cuisson pour réveiller l'utilisateur dans sa chambre depuis la cuisine ! On voit facilement les réflexions du fabricant sur les coûts : ajouter un bip spéciale « feedback sur appui bouton » était visiblement pas dans le budget. Ou peut-être il ne s'est même pas posé la question, un bip est un bip... Dommage, car cela rend la programmation, la seule vraie interaction avec l'appareil, très désagréable. Surtout dans le contexte d'utilisation typique : tard le soir, tout le monde est déjà endormi, avant de se coucher on se rappelle : il faut mettre le pain ! Il n'y a pas un bruit et tout d'un coup BEEEP BEEEP BEEP...

La facilité et le confort d'utilisation de ma machine à pain sont tels que la marque ne peut s'attendre à un achat renouvelé, une fois l'appareil aura rendu l'âme. Et même les autres produits de la même marque, je les regarderai d'un mauvais œil.

Les autres vecteurs de l'expérience, comme la marque et le service, sont dans cette exemple sans importance, vu que la marque m'était inconnue et le produit m'était offert, et je n'ai pas eu besoin de service après vente. Donc la facilité d'utilisation représente pour ce produit le seul et unique facteur qui influence un possible futur achat où un avis positif de bouche à oreille, pour inciter un proche à acheter le produit. Ça devrait faire réfléchir le fabricant sur le produit du point de vu expérience utilisateur...

On voit déjà deux possibilités pour améliorer l'expérience utilisateur de cet appareil, avec plus ou moins de coût:

- Revoir le lay-out des boutons avec en tête l'ordre de la procédure d'utilisation pour rendre la programmation plus facile avec moins de réflexion et sans fautes.
- Ajouter un petit son agréable de feedback d'appui bouton.

Dans l'exemple, c'est l'expérience personnelle qui a conduit à ces conclusions. Dans le cadre d'une mission chez un client, c'est par des entretiens avec des utilisateurs et des observations dans le contexte d'utilisation que l'on réussit à analyser l'utilisation et à trouver quels sont les leviers de l'expérience utilisateur, comment les utiliser au mieux pour améliorer le produit, augmenter la confiance dans la marque et donc le succès commercial.

Ceci est un des services de 4UID : une réflexion méthodique et analytique, sur l'utilisation des applications et produits électroniques pour grand public.

Parmi les services de 4UID : le design de l'interaction, du concept à l'implémentation, non seulement pour produits électronique pour grand public ou professionnels, mais aussi pour applications internet et mobiles.

N'hésitez pas à contacter 4UID pour une présentation de ses services, qui peuvent être utile pour le développement produit de votre entreprise.

téléphone portable: +33 6 318 55 999
e-mail: info@4uid.fr
site web: <http://www.4uid.fr>