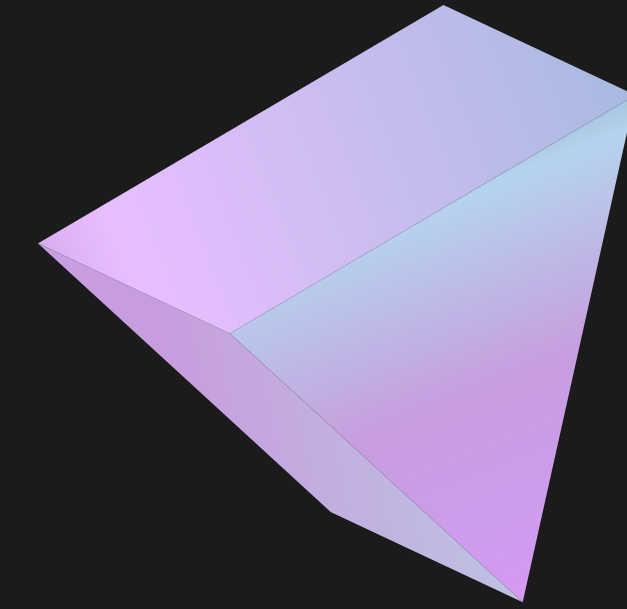
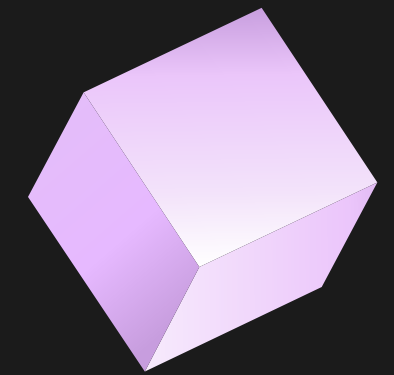


CUT!



Design de l'application Cut! de A à Z —
(UX / UI)

Casian Ciorba



CONTEXTE



PROBLÈME



PROCESSUS



SOLUTION



CONCEPTION



SOMMAIRE



01

CONCEPT

Brief et objectifs
pages 4-7

02

ÉTUDE DOCUMENTAIRE

Quelques informations
pages 8-9

03

BENCHMARK

Les bonnes pratiques
pages 10-39

04

HYPOTHÈSES

Quelles sont elles?
pages 40-41

05

QUESTIONNAIRE

Que souhaite l'utilisateur?
pages 42-51

06

ATELIERS IDÉATION

Créons avec l'utilisateur
pages 52-61

07

CIBLES ET PERSONAS

Qui est notre utilisateur?
pages 62-69

08

STORYBOARD & USER FLOW

Comprendre l'utilisateur
pages 70-75

09

INSPIRATIONS & CHARTE

La début de l'UI
pages 76-83

10

WIREFRAME & PROTOTYPE

Strucuture de l'application
pages 84-87

11

TESTS ET ITÉRATION

Le retour des utilisateurs
pages 88-93

12

DESIGN SYSTEM

Lignes directives
pages 94-133

13

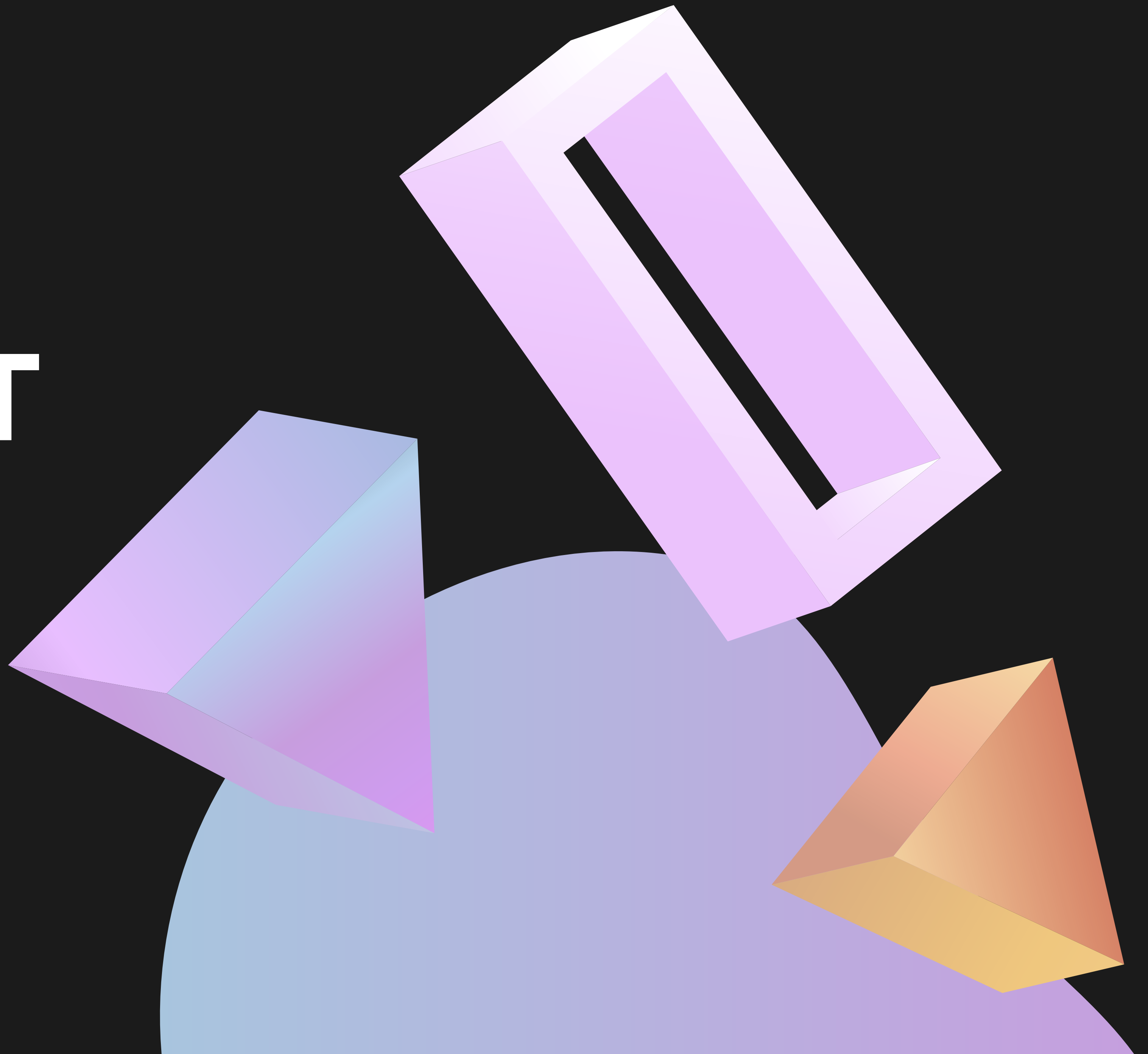
MAQUETTE

Ajout de l'UI
pages 134-143

01

CONCEPT

Brief et objectifs



CONCEPT

Brief

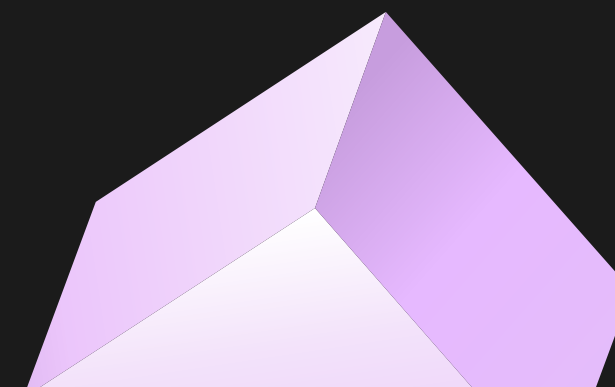
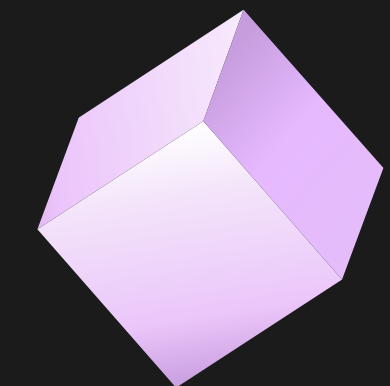
Avant les recherches:

Malgré le grand nombre d'applications de freelance et d'opportunités il n'y a pas d'application qui propose des sidejobs en tant que nouvelles expériences, qui permettent une transparence totale entre les employeurs et les employées et avec un médiateur + support en cas de besoin.

En faisant une brève étude documentaire on peut se rendre compte que c'est un marché auquel il y a de la demande. Beaucoup de personnes sont à la recherche des nouvelles expériences bien encadrées.

Après les recherches:

Il faut se focaliser sur le côté lien entre les personnes, échanges d'expérience et mettre l'accent sur le fait que c'est une application où tout le monde a les mêmes chances de participer.



CONCEPT

Le concept final

Il s'agit d'une application qui permet a tout type de personne de pouvoir vivre des nouvelles experiences dans le monde de l'audiovisuel.

En retout, les utilisateur ont acces aux retours d'experience des differents acteurs du monde de l'audiovisuel (comme par exemple: prendre un verre ensemble avec l'équipe)

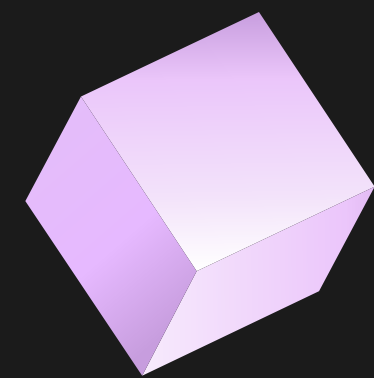
C'est une plateforme de mise en relation entre les profesionnels de l'audiovisuel et particuliers qui souhaitent vivre des nouvelles experiences.



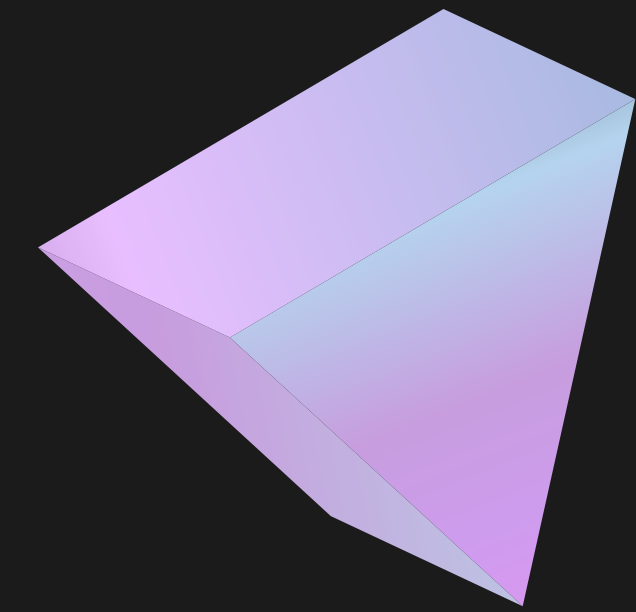
“

Une solution brillante au mauvais
problème peut être pire que pas de
solution du tout : résoudre le
problème correct.

”



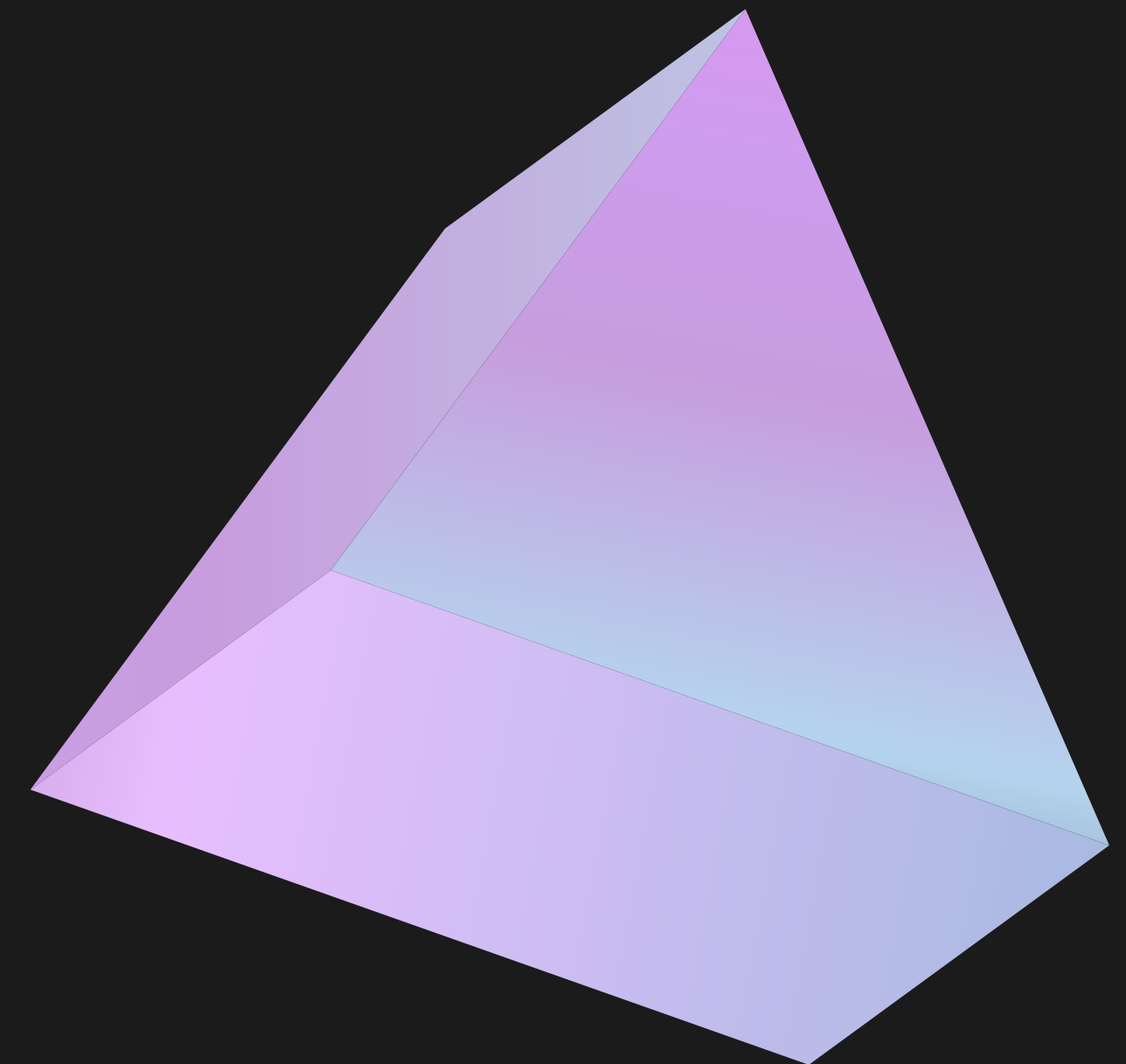
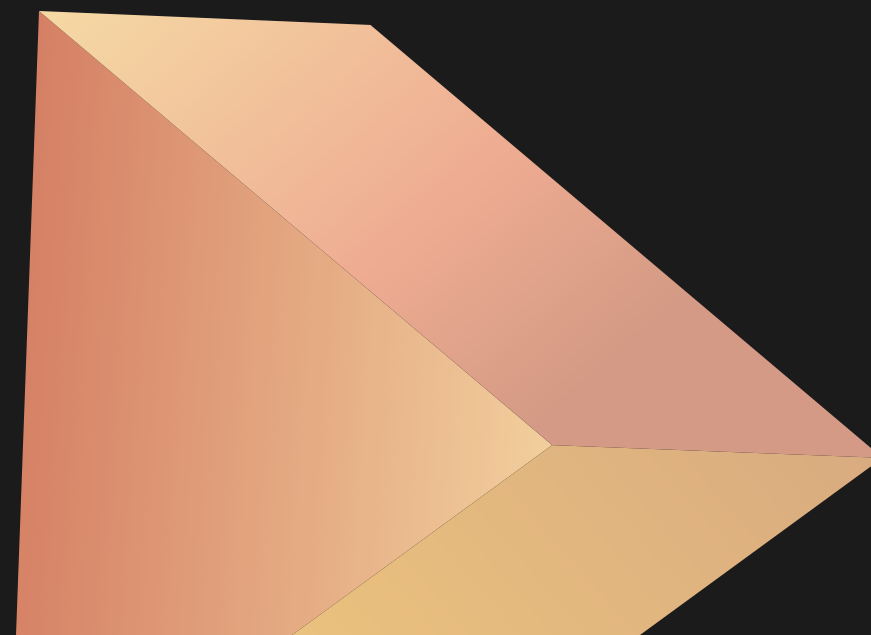
Donald A. Norman



02

ÉTUDE DOCUMENTAIRE

Quelques informations



Un milieu avec beaucoup d'acteurs

ASOS

Les models photos utilisées par ASOS sont des personnes lambda, de plus en plus de marques font appel à des gens sans expérience pour illustrer leurs produits

Source:

- Brand Success tome 2 page 138

Start-up

La France compte plus de 1 million de start-ups. Avec des budgets variant mais plutôt bas comparé aux grandes entreprises

Sources:

- Business France
- Insee

Conditions

Agences pub: non-respect des heures et conditions écrites dans le contrat, paiements qui ont du mal à arriver, conditions de travail difficiles

Sources:

- Entre glamour et souffrance
Kévin Flamme

Confiance

Beaucoup d'arnaques dans le domaine ainsi que des moyens de rémunération peu convenables sont peu contrôlés

Sources:

- finances-et-patrimoine.fr

03

BENCHMARK

Les bonnes pratiques



BENCHMARK

Les meilleurs du marché

KICKSTARTER

Kickstarter existe pour aider à donner vie à des projets créatifs. Une maison pour le cinéma, la musique, l'art, le théâtre, les jeux, les bandes dessinées, le design, la photographie, et plus encore.

backstage★

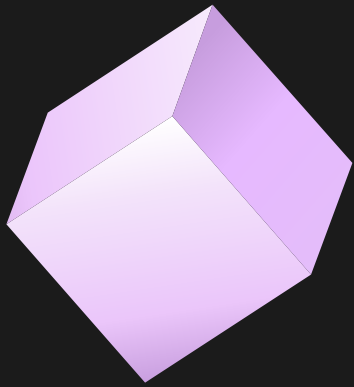
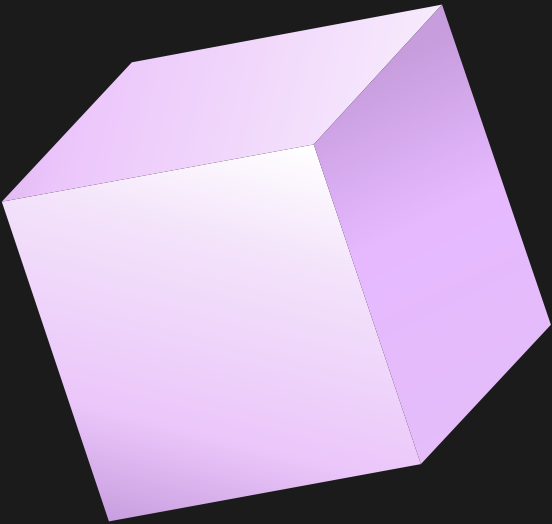
Backstage est la ressource pour les acteurs, les models et les shakers des arts de la scène; informations sur les castings, inspiration, opportunités, etc.

casting

Casting.fr
Postulez aux castings rémunérés et professionnels ouverts aux debutants comme aux confirmés-Casting, audition, offres d'emploi artistiques pour figurants

UPWORK

Publiez un emploi aujourd'hui pour accéder au vivier de talents de professionnels et d'agences de qualité d'Upwork. Rejoignez Upwork et publiez un emploi en quelques minutes. Beaucoup embauchent en 1 jour. Développez votre équipe rapidement. Travaillez avec des talents de confiance. Travaillez ensemble instantanément.



BENCHMARK

Kickstarter

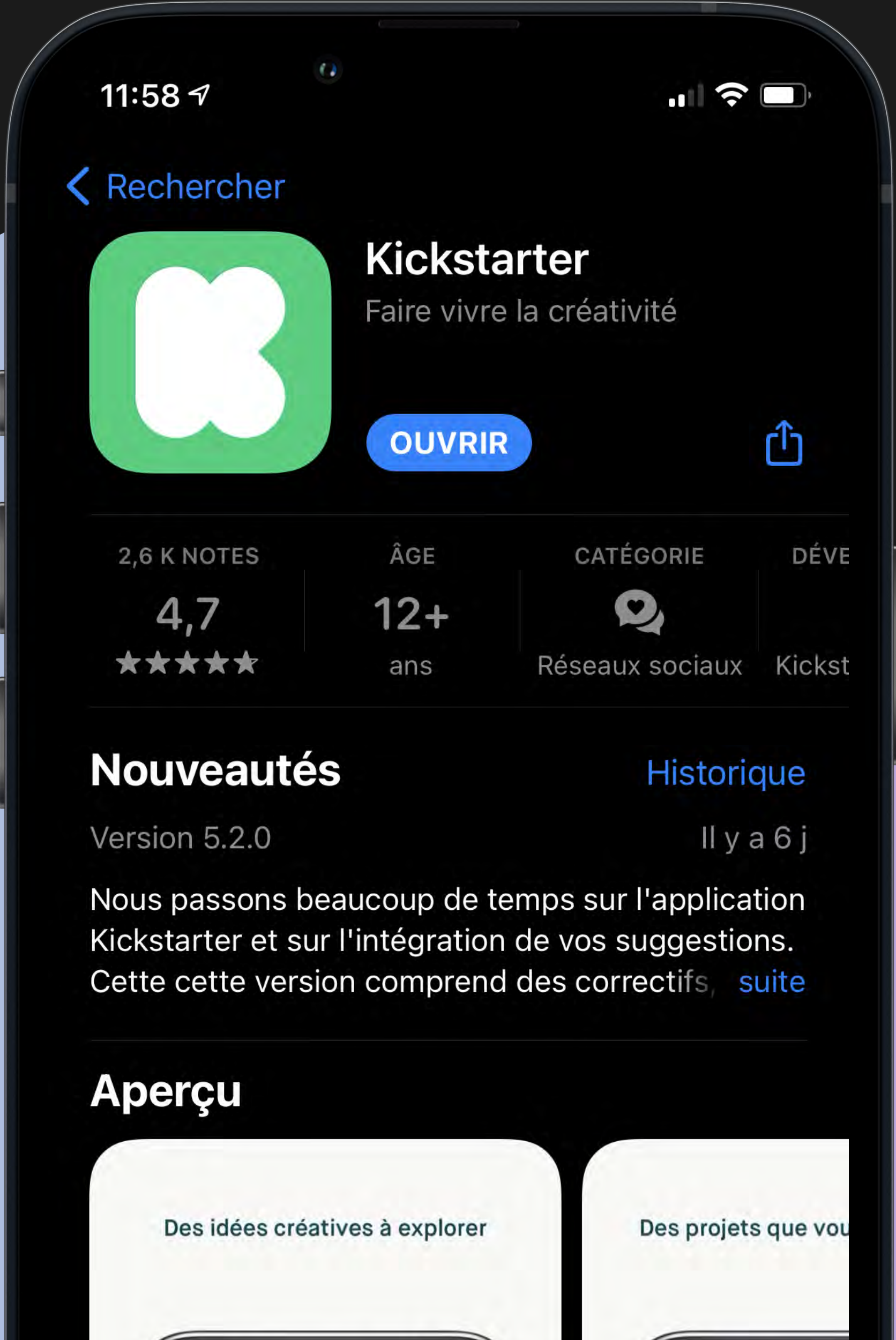
KICKSTARTER

Kickstarter existe pour aider à donner vie à des projets créatifs. Une maison pour le cinéma, la musique, l'art, le théâtre, les jeux, les bandes dessinées, le design, la photographie, et plus encore.

Avis

4.7/5 Appstore (2 550 avis)

1.2/5 Trustpilot (556 avis)



BENCHMARK

Kickstarter

Organisation header

Les annonces étant très diverses cette organisation leur permet:

- Une navigation rapide et compréhensible entre les différentes catégories et options
- Facile à prendre en main, les utilisateurs ont l'habitude d'utiliser ce système de navigation (Loi de la familiarité)

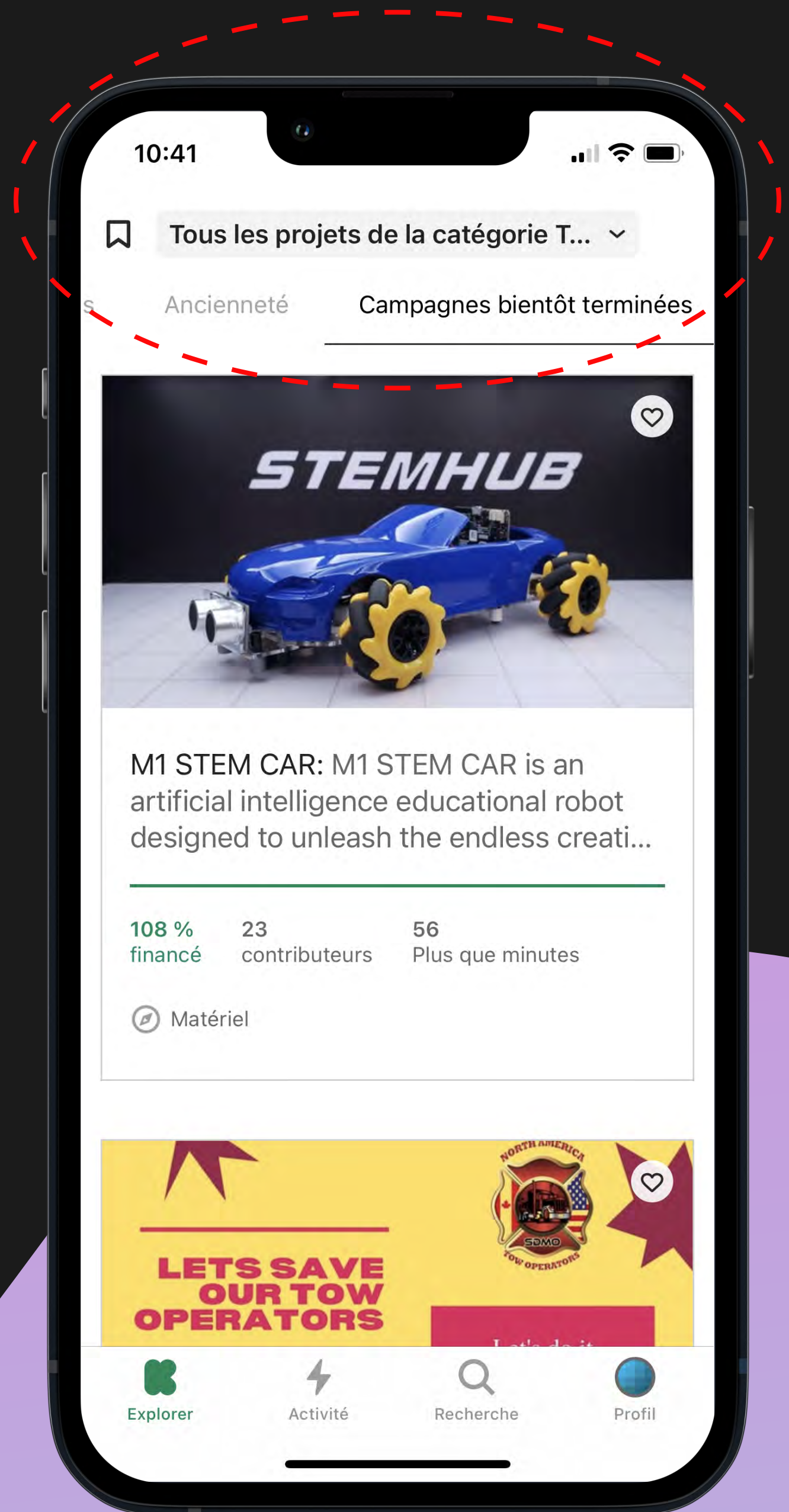
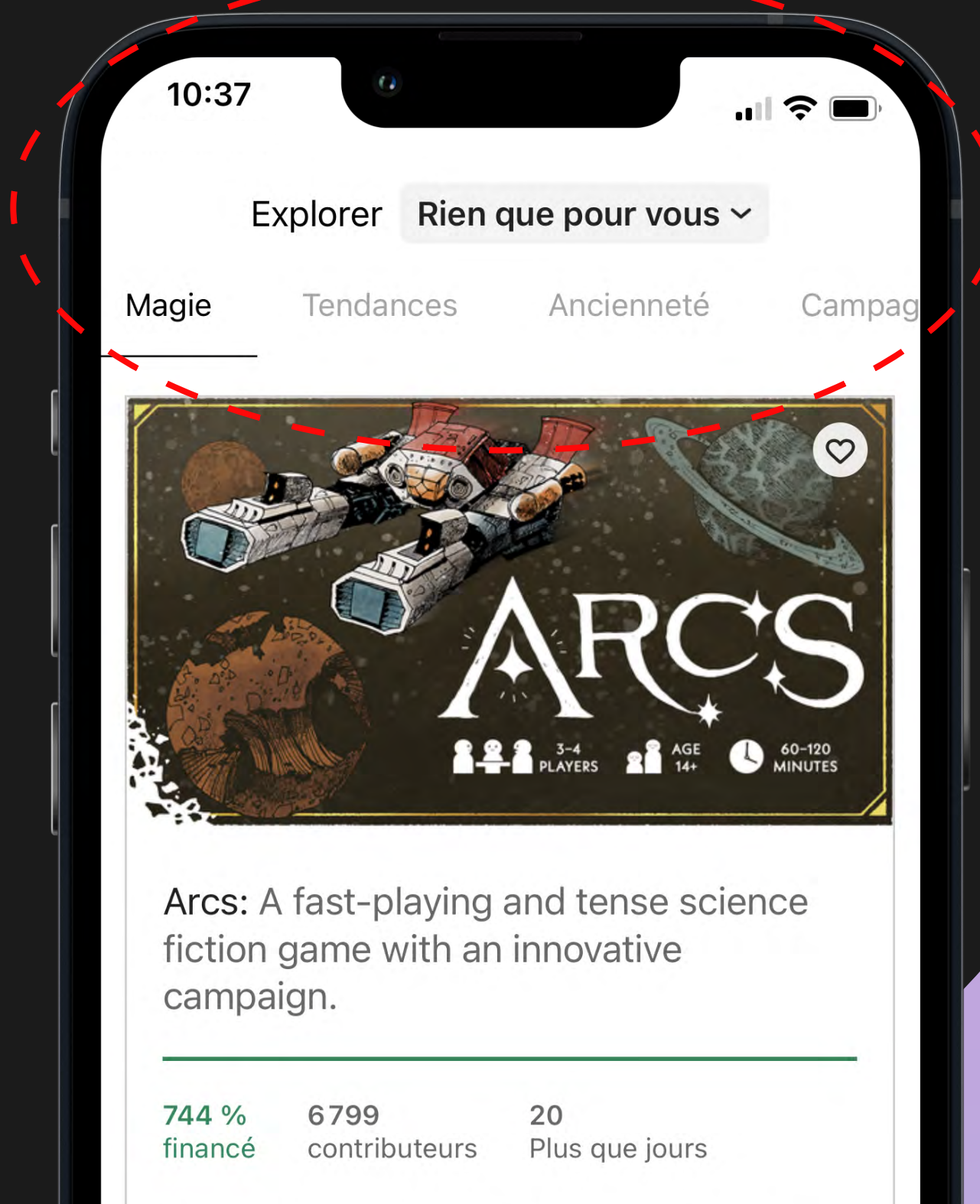
Les plus et les moins:

Les plus:

- Informations groupées visuellement, la hiérarchie des informations est travaillée

Les moins:

- Absence d'un CTA mis en avant / element guidant l'utilisateur a cliquer sur les projets



BENCHMARK

Kickstarter

Onglets prédefinis et personnalisés

Fonctionnalité intéressante car:

- Prédéfinis pour tous les annonces avec les informations essentielles/obligatoires
- Personnalisées pour les annonces nécessitant des catégories en plus pour transmettre d'autres informations importantes par rapport au projet

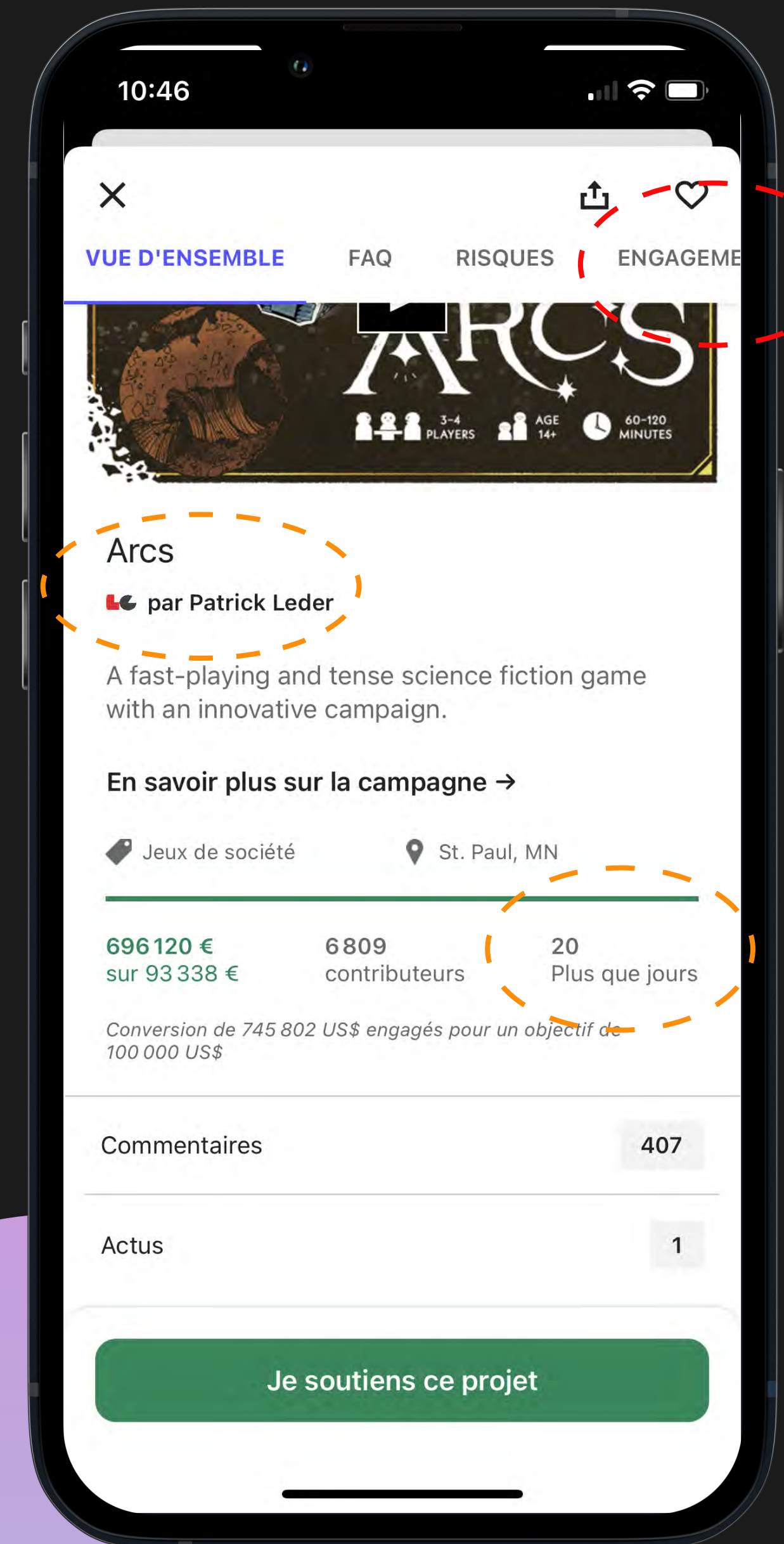
Les plus et les moins:

Les plus:

- Ajout au favoris
- Bouton de partage rapide
- Commentaires et Actus

Les moins:

- "par auteur", n'est pas designé pour indiquer au lecteur comme cliquable
- "Plus que jours" > Problèmes d'UX Writing



BENCHMARK

Kickstarter

Système de récompense

Intéressant pour notre concept, avoir des récompenses diverses autres que de l'argent va faire appel à de la créativité de la part des annonceurs et ça va rajouter une couche au concept d'expérience hors du commun
(exemple: boire un verre avec les autres acteurs pro/staff)

Autres fonctionnalités

Messagerie:

- Importante pour échanger avec les annonceurs

Wishlist / likes:

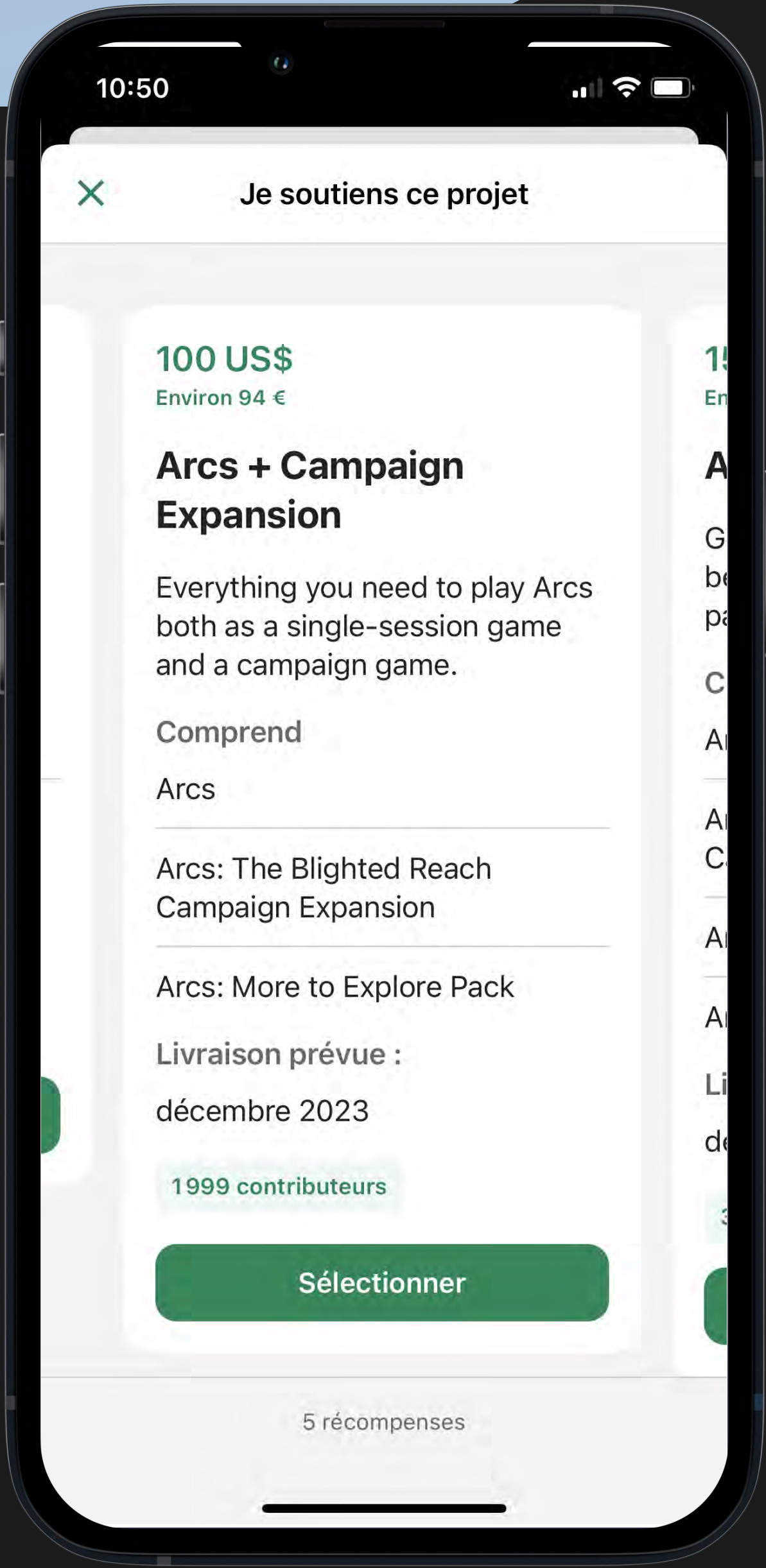
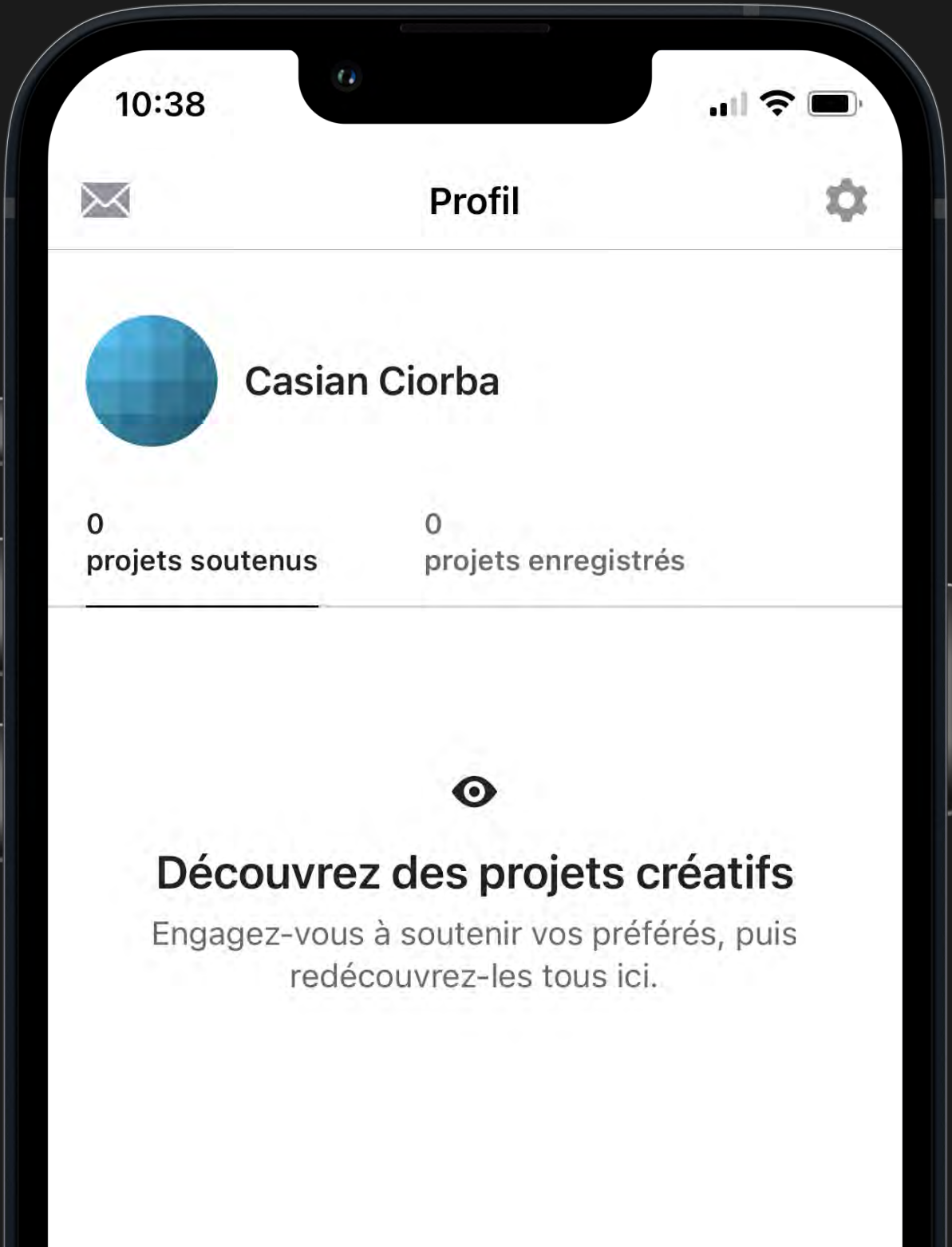
- Pouvoir mettre de côté des annonces/profils intéressants apporte un côté personnel à l'application

Historique:

- Liste des projets soutenus -> notre application: liste de missions effectuées

Paramètres:

- Important pour notre application, comparé à Kickstarter nous devons développer quelque chose de plus complexe et plus mis en avant



BENCHMARK

Kickstarter

ARCHITECTURE D'INFORMATION



ORGANISATION VISUELLE



COHÉRENCE



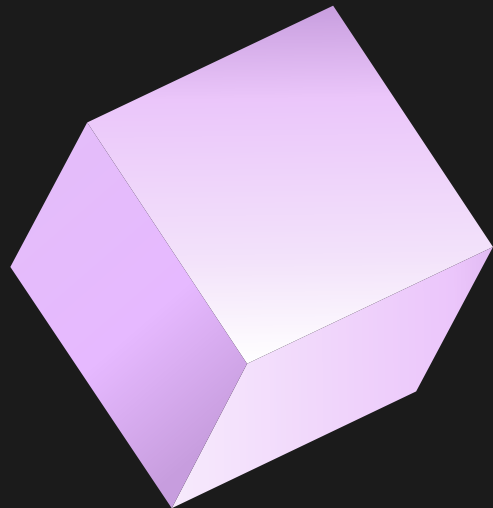
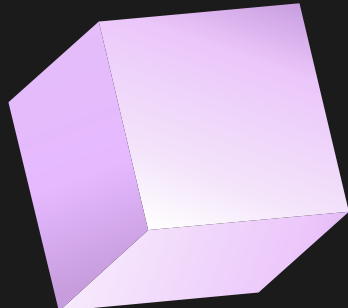
CONVENTION



INFORMATION



COMPRÉHENSION



Règles d'ergonomie

ASSISTANCE



ERREUR



RAPIDITÉ



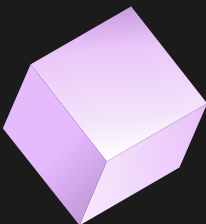
LIBERTÉ



ACCESSIBILITÉ



SATISFACTION



BENCHMARK

Lois UX

THÉORIE DE LA GESTALT



LOI DE FITTS



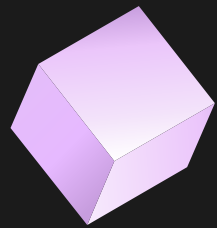
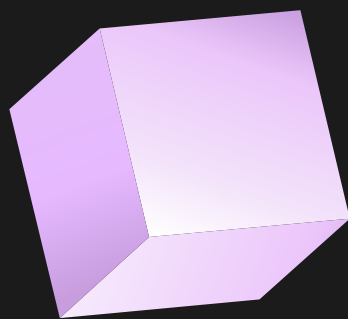
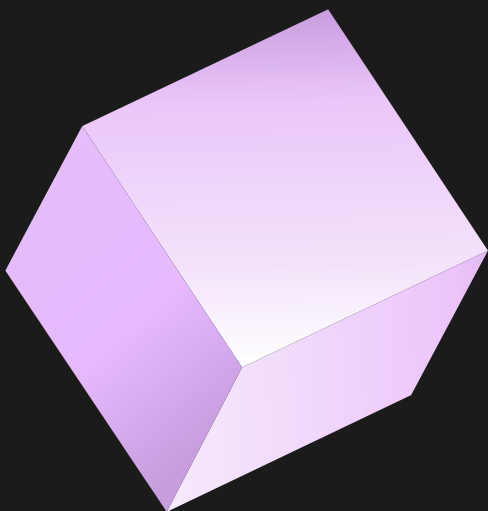
LOI DE HICK-HYMAN



AFFORDANCE



DISSONANCE COGNITIVE



Kickstarter

LES +

- Facile à prendre en main
- UI moderne
- Fonctionnalités intéressantes

LES –

- Problèmes d’UX Writing
- Difficile de trouver de l’assistance
- Paramètres peu intuitifs

CONCLUSION

L’étude de l’application Kickstarter va beaucoup nous aider lors de la conception de notre application surtout pour la partie de l’organisation, publication et recherche des missions.

BENCHMARK

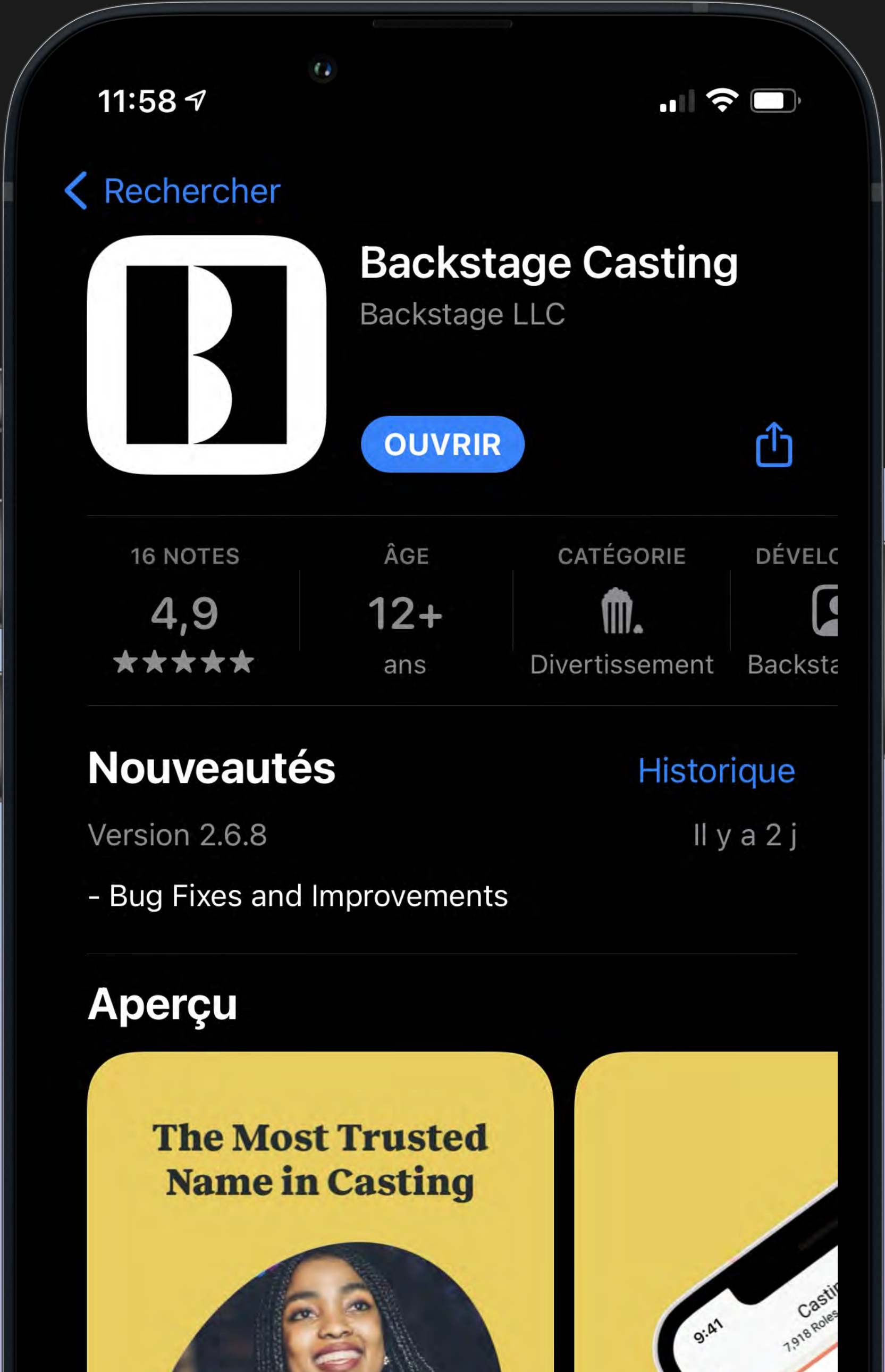
Backstage



Backstage est la ressource pour les acteurs, les models et les shakers des arts de la scène; informations sur les castings, inspiration, opportunités, etc.

Avis

- 4.6/5 Appstore (16 avis)
- 2.5/5 Trustpilot (18 avis)
- 2.9/5 Sitejabber (228 avis)



BENCHMARK

Backstage

Organisation header

Ciblé autour des métiers du cinéma:

- Catégories prédéfinies (Acteurs, Voiceovers Artistes, etc.)
- Options de recherche rapides personnalisables

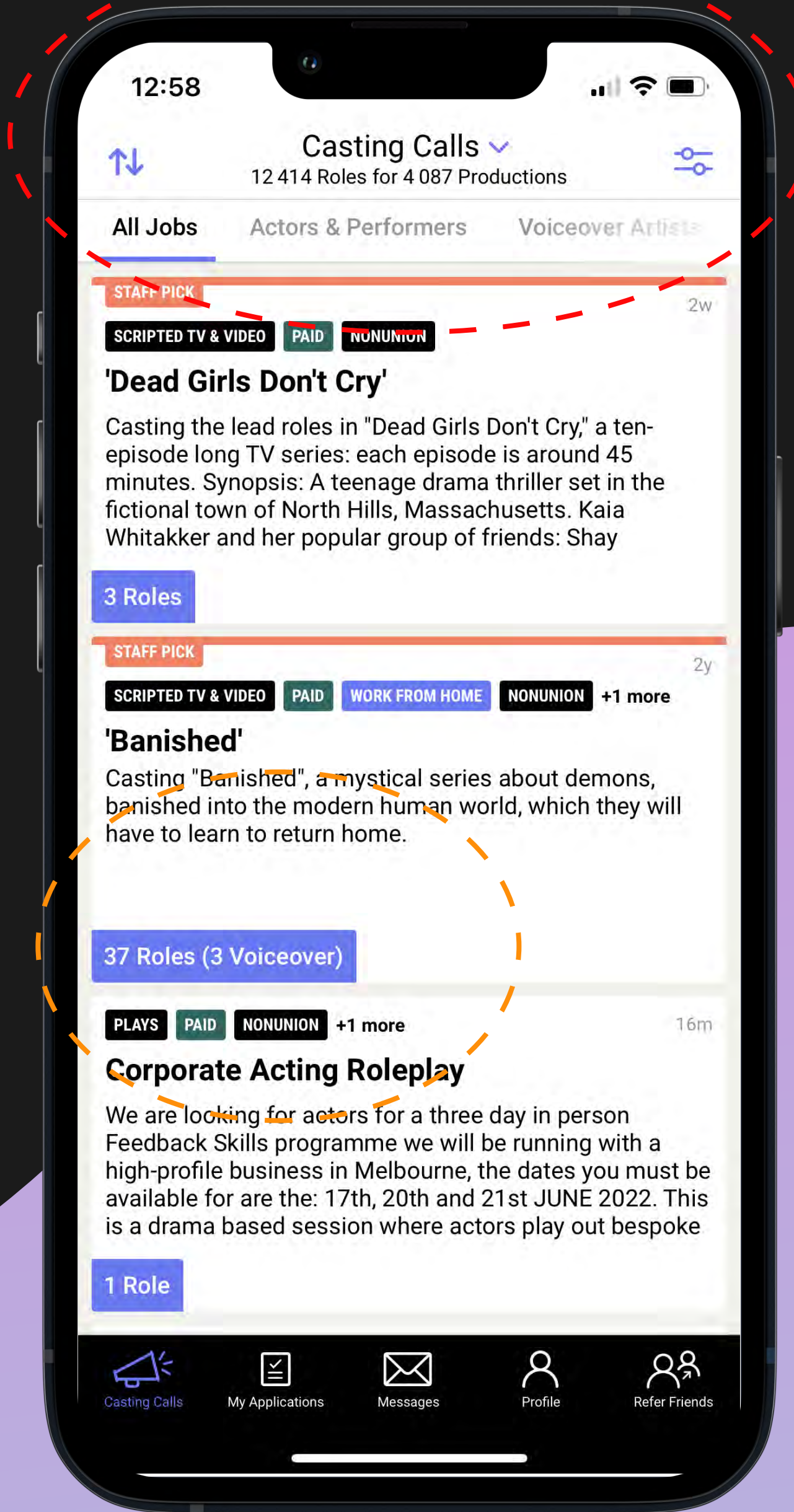
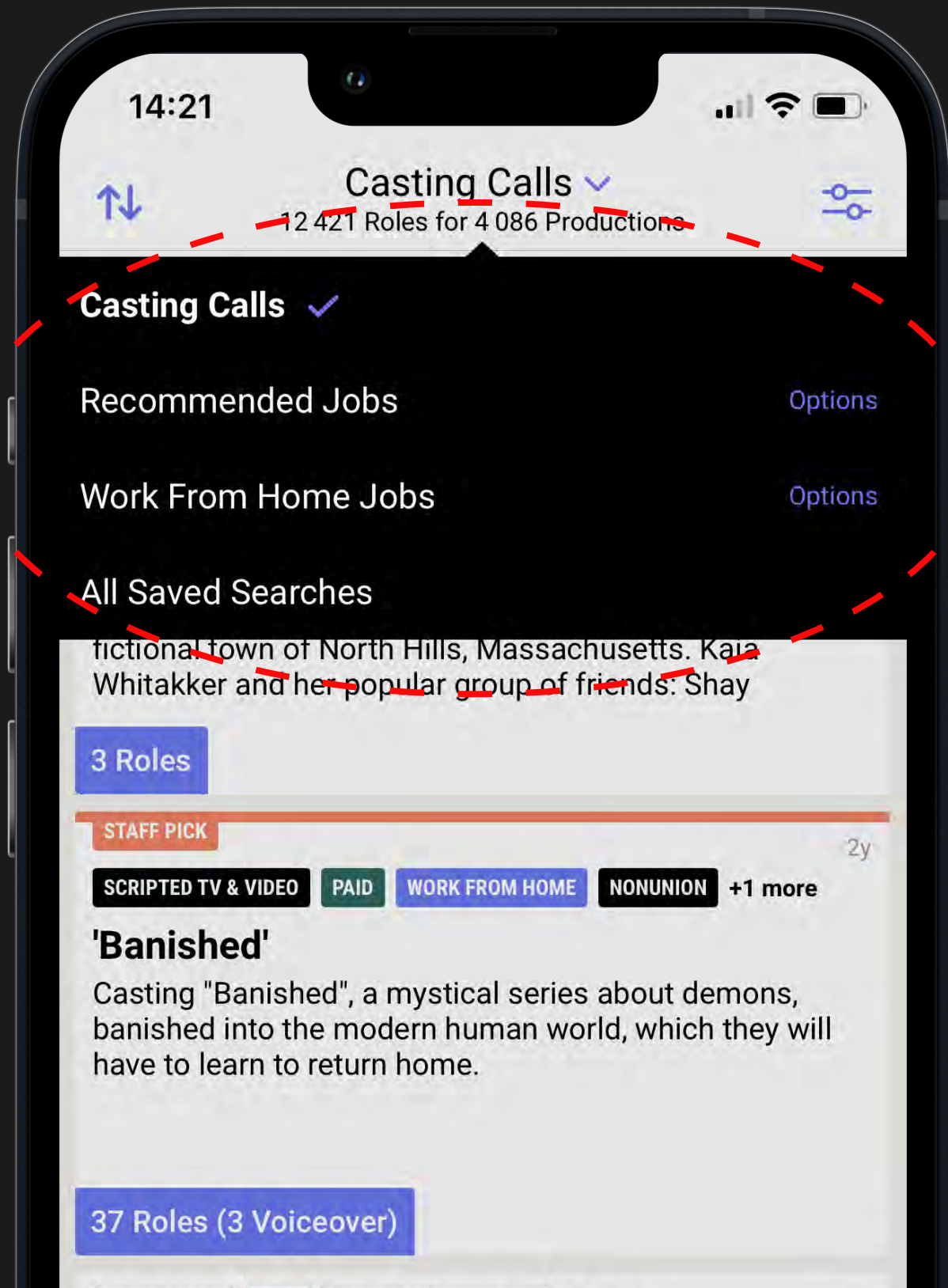
Les plus et les moins:

Les plus:

- Interface familière, facile à chercher ce dont on cherche
- Description complète des missions
- Vignettes informatives ("PAID", "PLAYS", etc.)

Les moins:

- Problème de hiérarchie: espacements entre certains éléments pas optimisés qui font penser que l'élément ne fait pas partie du même groupe (loi de proximité)



BENCHMARK

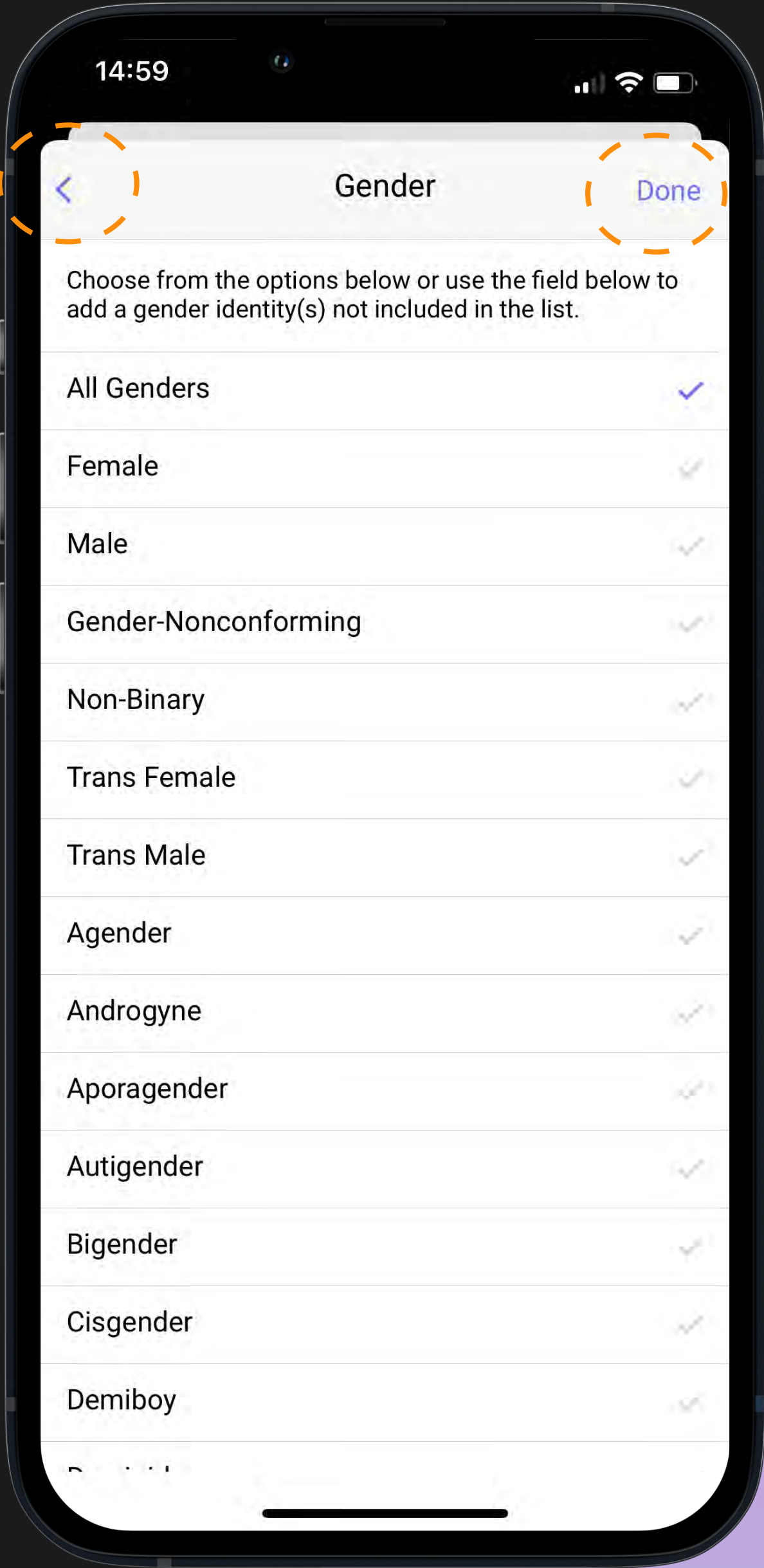
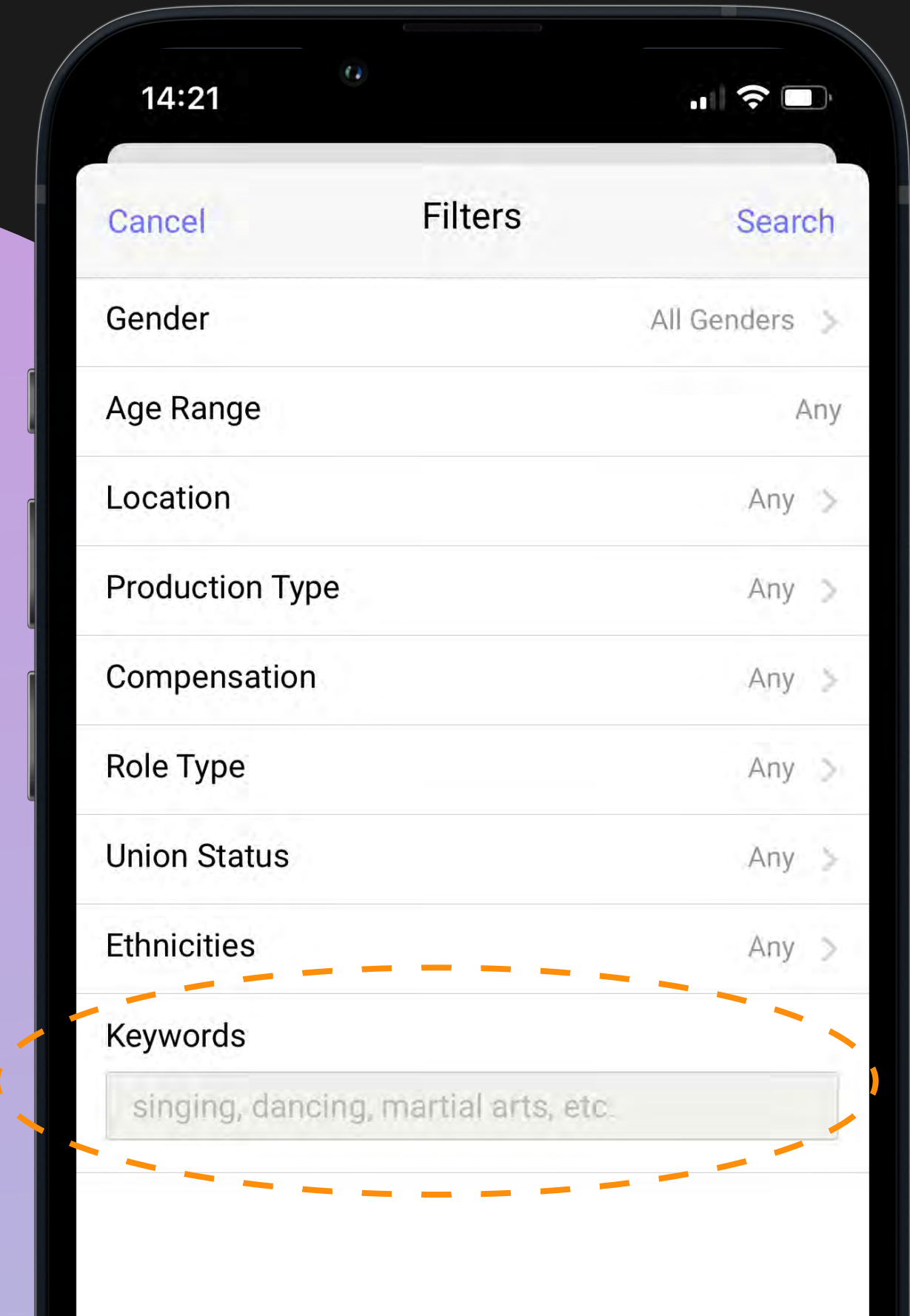
Backstage

Grandes variétés de filtres:

- Fonctionnalité intéressante car:
- Permet à l'utilisateur de cibler précisément les missions qui l'intéressent

Autres fonctionnalités inspirées:

- Sauvegarde de la recherche:
- Avoir la possibilité de sauvegarder plusieurs combinaisons de filtres différents
 - Confort et gain de temps au retour dans l'application
- Les moins:
- La recherche par mots-clés pourrait être mise en avant car c'est une option rapide aux filtres qui est très utilisée par les internautes (exemple: Leboncoin)
 - Boutons aux coins haut des mobiles sont plus difficilement atteignables par les doigts des utilisateurs (étude heathmap mobile)



BENCHMARK

Backstage

Liste de rôles/postes pour un même projet

Intéressant à avoir cette option pour les projets conséquents qui demandent plusieurs postes (généralement le cas pour les castings d'acteurs secondaires)

Autres remarques:

Description:

- Détails sur l'essentiel des missions > Efficace

Wishlist / likes:

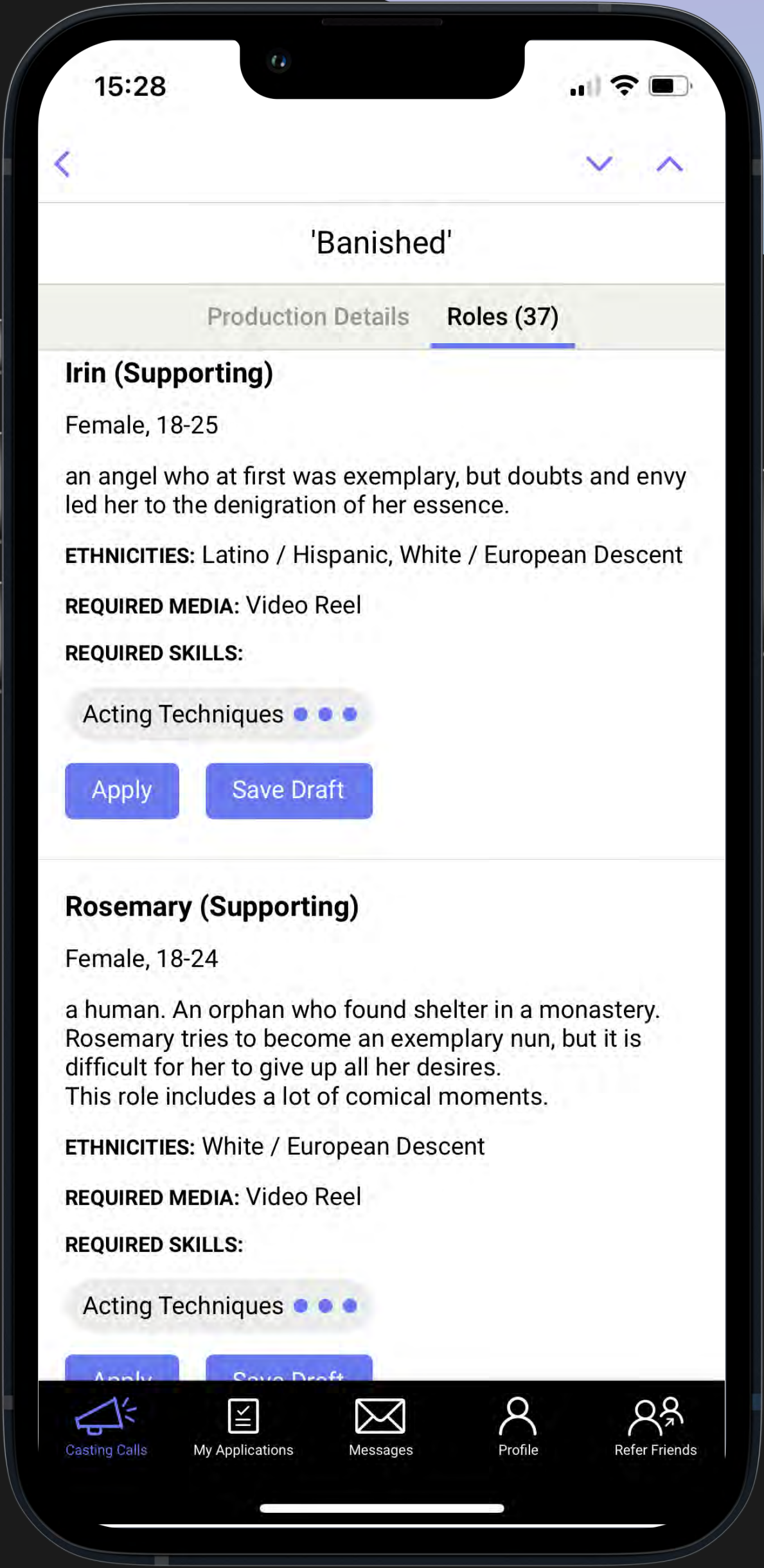
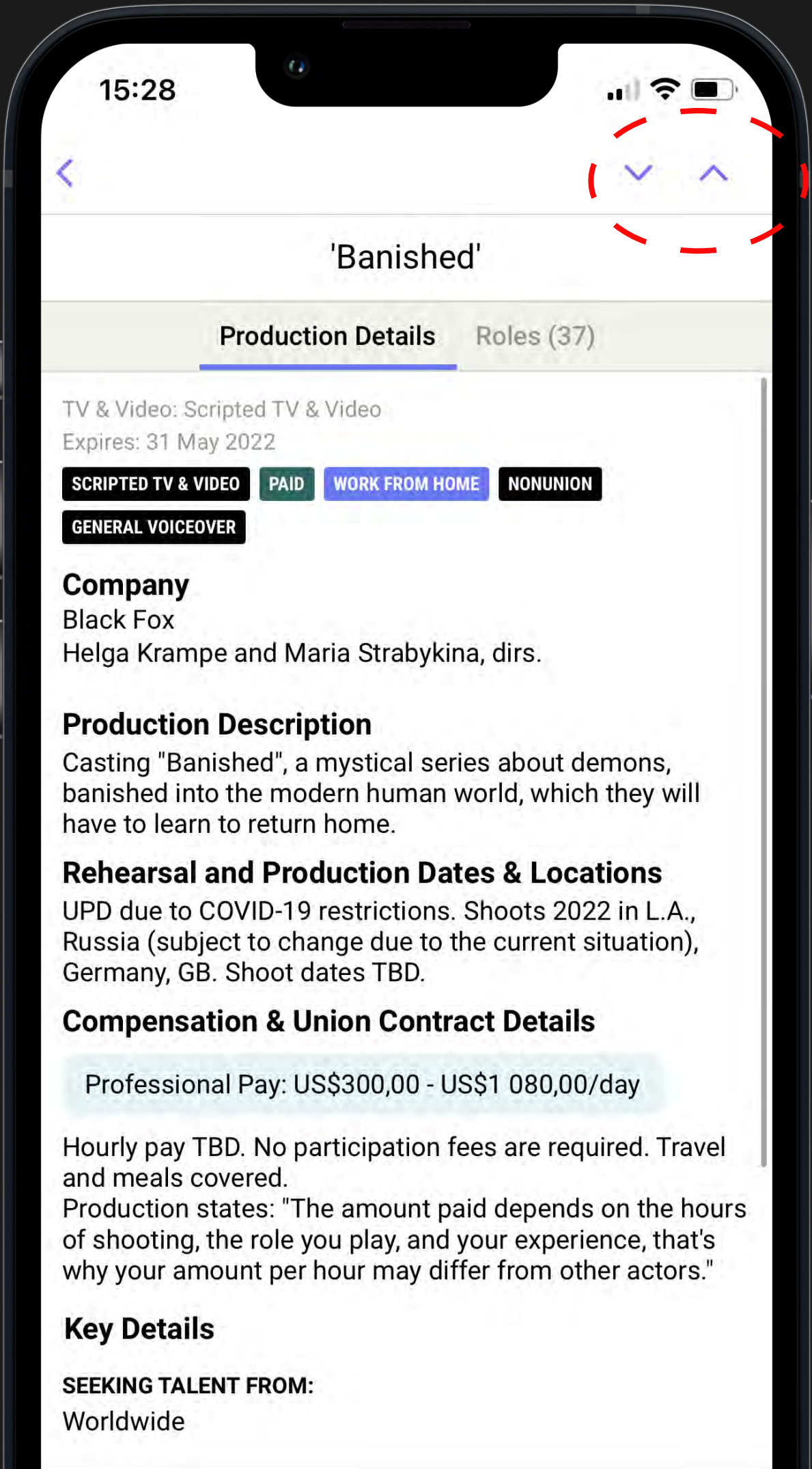
- Pouvoir mettre de côté des annonces/profils intéressants apporte un côté personnel à l'application

Limite des fonctionnalités:

- Pas d'option d'ajout au favori ou de partager mises en avant
- Impression d'une application "en construction"

Flèches "précédent / suivant" :

- Pas intuitives, on ne sait pas exactement à quoi elles servent avant qu'ont appuie dessus



BENCHMARK

Backstage

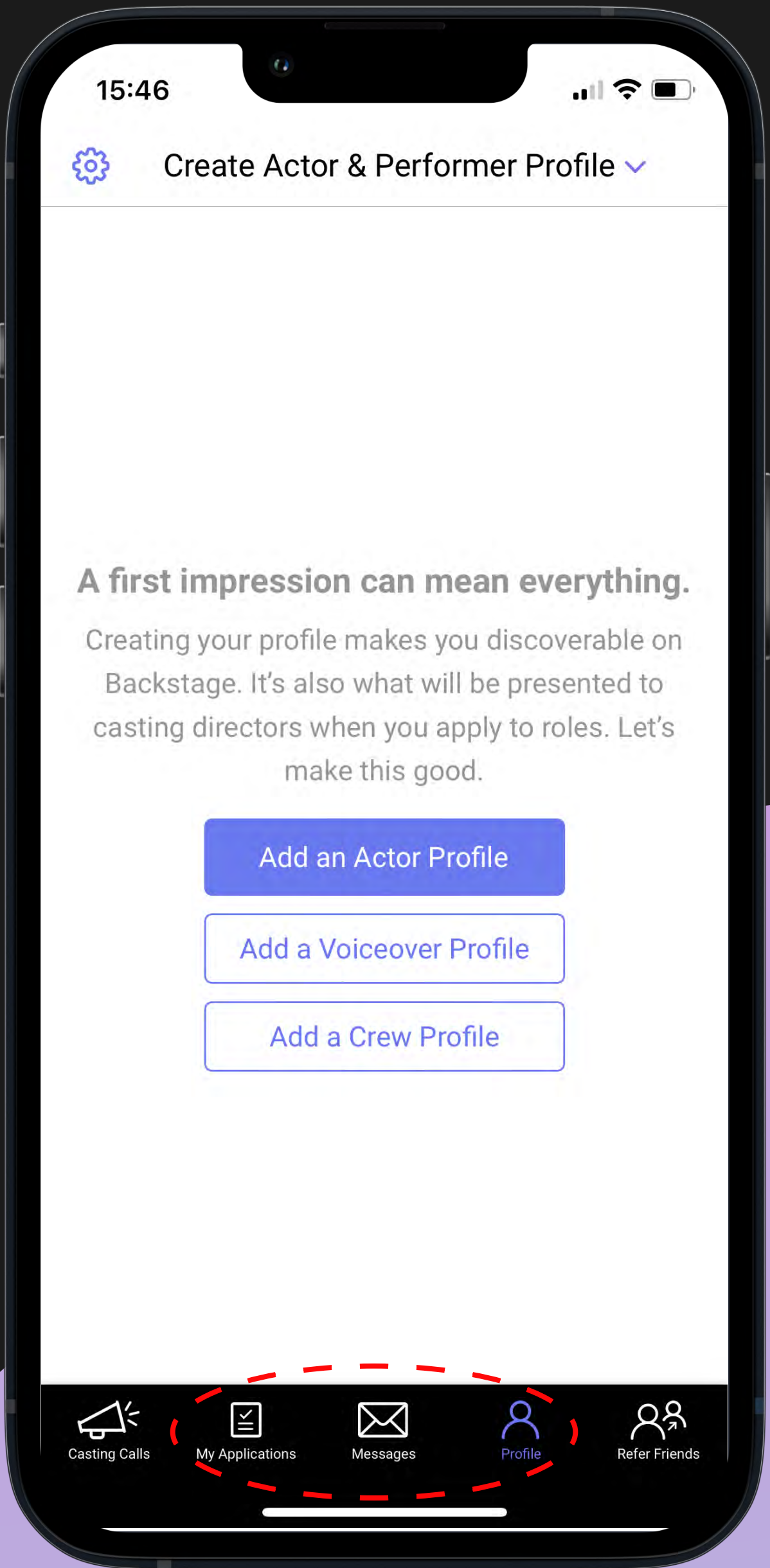
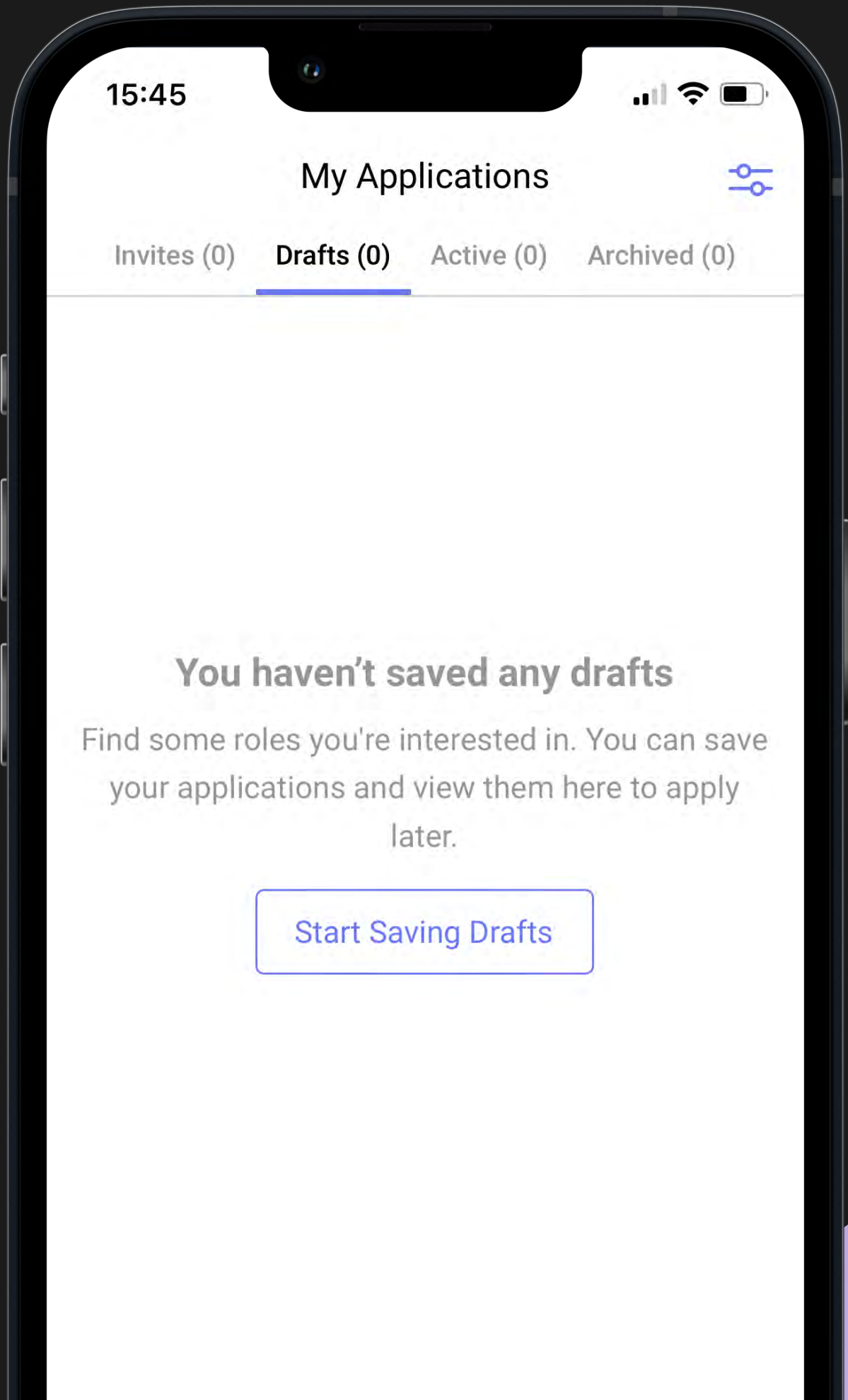
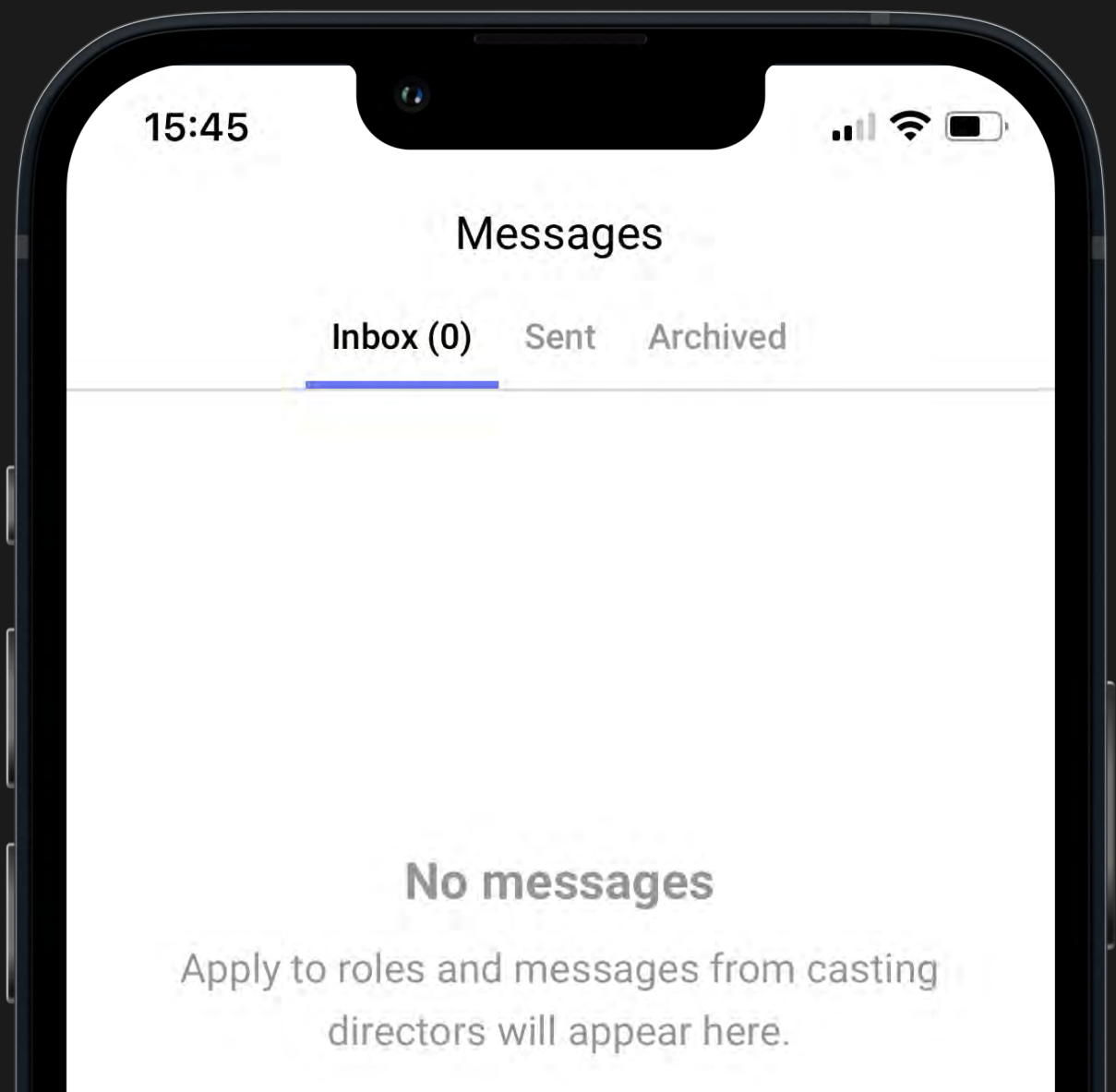
Les plus et les moins:

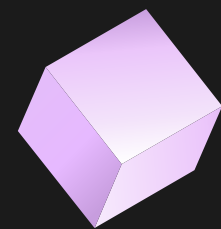
Les plus:

- Messagerie in-app
- Page d'applications complète et organisée
- Page de personnalisation du profil/détails
- UX Writing expliquant les pages pour les nouveaux

Les moins:

- Problèmes d'architecture de l'information: les réglages sont cachés dans la page profile, pas intuitif pour les utilisateurs





BENCHMARK

Backstage

ARCHITECTURE D'INFORMATION



ORGANISATION VISUELLE



COHÉRENCE



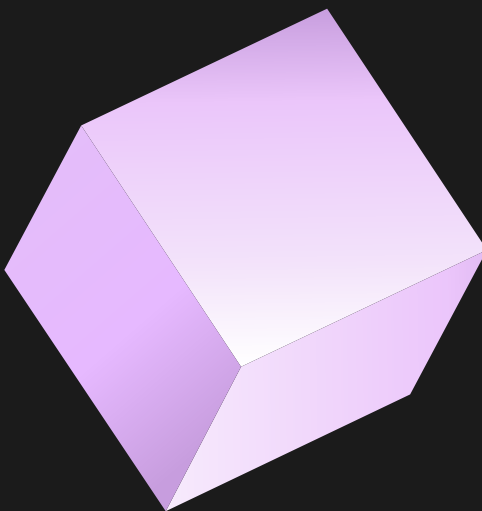
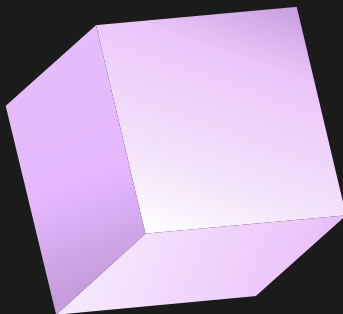
CONVENTION



INFORMATION



COMPRÉHENSION



Règles d'ergonomie

ASSISTANCE



ERREUR



RAPIDITÉ



LIBERTÉ



ACCESSIBILITÉ



SATISFACTION



BENCHMARK

Lois UX

THÉORIE DE LA GESTALT



LOI DE FITTS



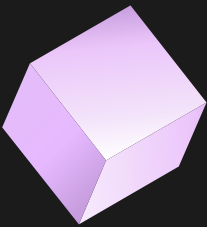
LOI DE HICK-HYMAN



AFFORDANCE



DISSONANCE COGNITIVE



Backstage

LES +

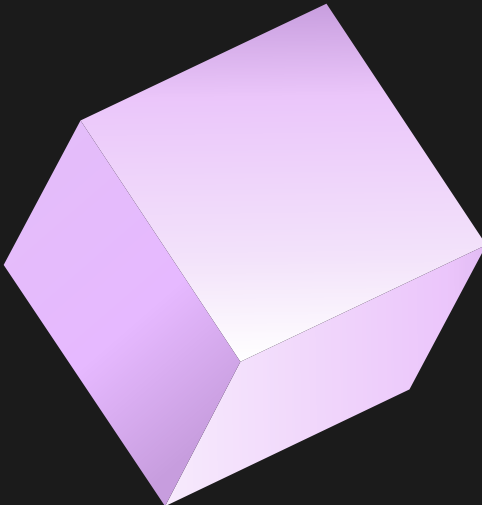
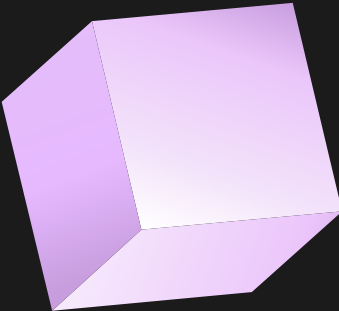
Fonctionnalités utiles
Navigation rapide grâce au menu qui est bien réfléchi
Filtres et options très vastes (plus facile pour les annonceurs et les utilisateurs à se retrouver)

LES –

UI pas mis à jour
Difficile de trouver de l'assistance
Paramètres peu intuitifs

CONCLUSION

L'étude de l'application Backstage va beaucoup nous aider lors de la conception la partie personnalisation du profil et filtres de recherche des missions.



BENCHMARK

casting.fr

casting

Casting.fr
Postulez aux castings rémunérés et professionnels ouverts aux
debutants comme aux confirmés-Casting, audition, offres
d'emploi artistiques pour figurants

Avis
2.6/5 Appstore (72 avis)
2.8/5 Trustpilot (12 avis)



BENCHMARK

casting.fr

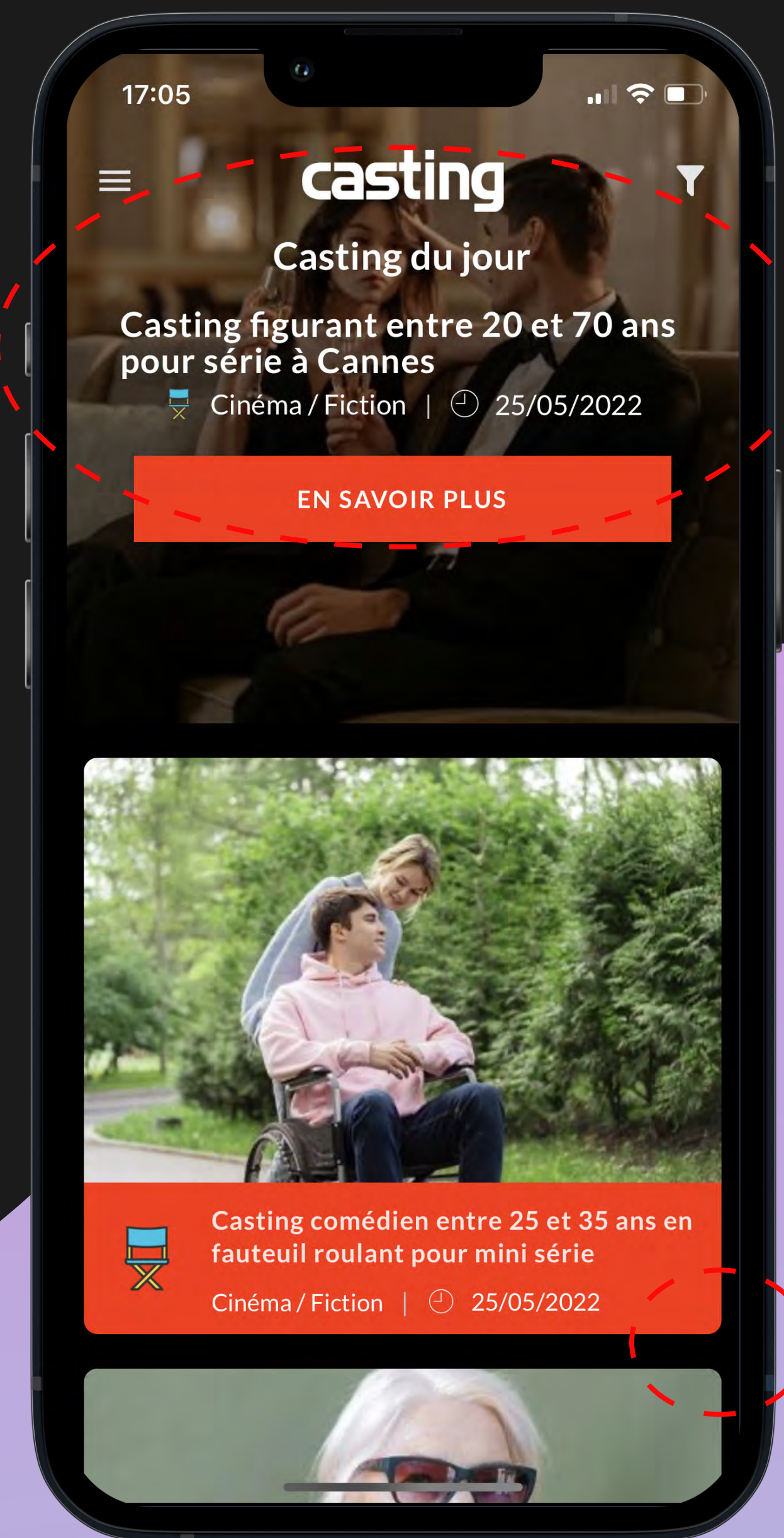
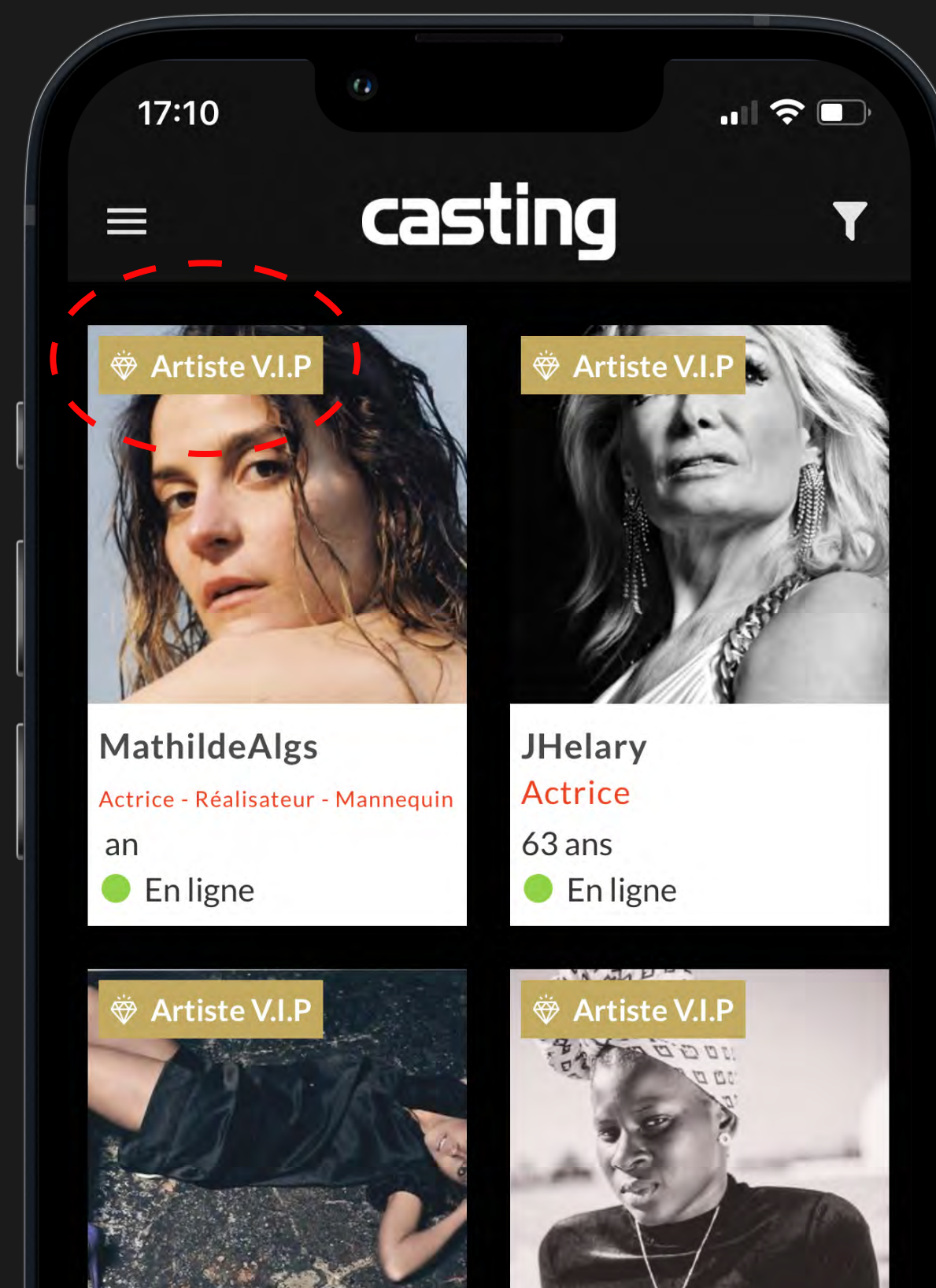
Les plus et les moins:

Les plus:

- Infinite scroll rangé de manière chronologique, facile à prendre en main
- CTA bien mis en avant
- Filtres

Les moins:

- Texte sur image, une peu difficile à lire sur l'image en question; beaucoup plus difficile si on a une annonce avec une image plus claire
- Charte graphique non respectée
- Arrondis différents, couleurs de fond différentes; en changeant de page on ne retrouve plus la même identité graphique



BENCHMARK

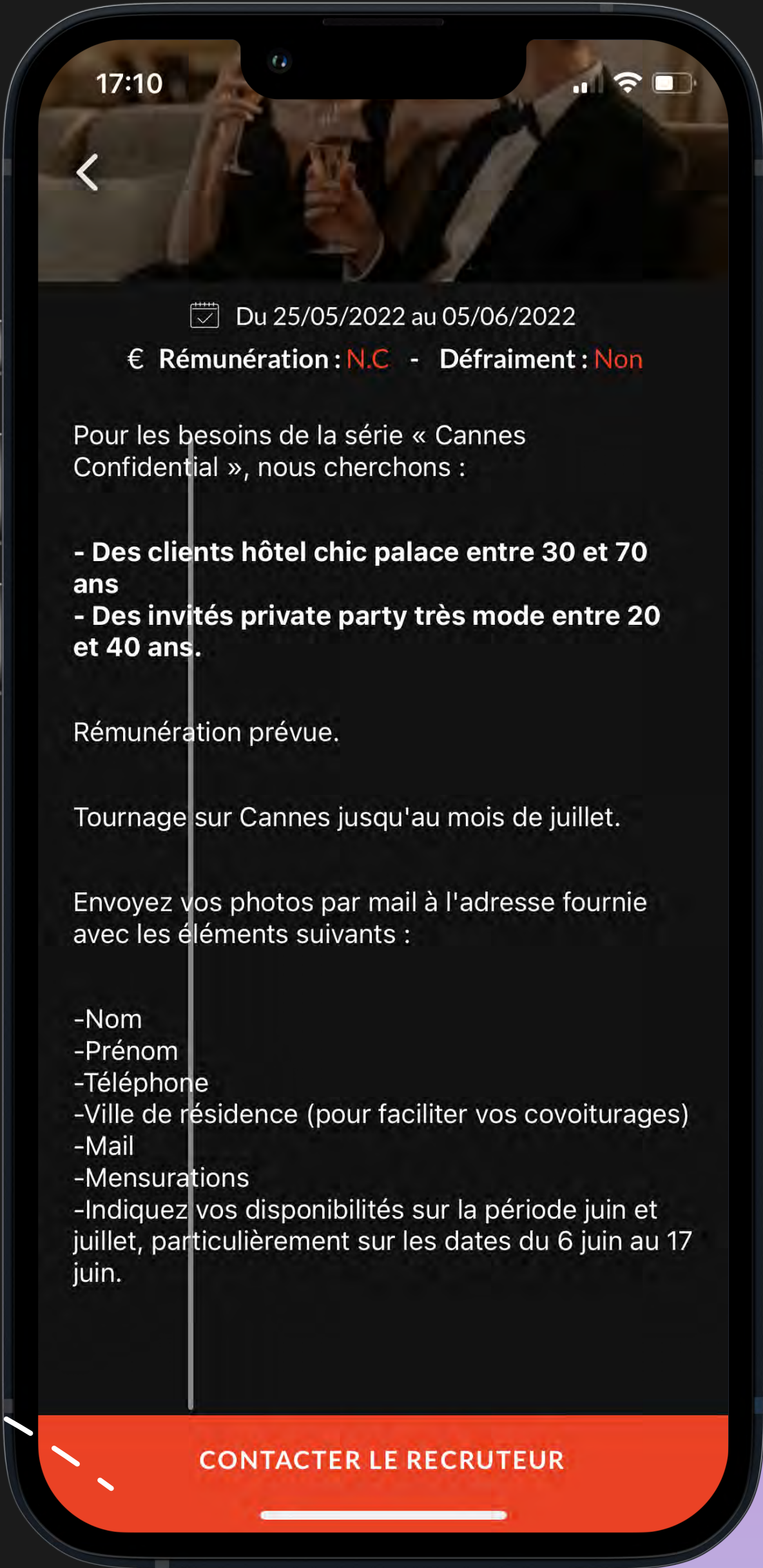
casting.fr



Les plus et les moins:

- Les plus:
- CTA: taille et couleur qui ressortent
 - UX Writing de l'abonnement travaillé

- Les moins:
- Barre de scroll gênant la lecture
 - Description peu détaillée
 - Aucune information sur le recruteur
 - Une expérience utilisateur très cheap, on nous pousse vers l'achat de l'abonnement le plus tôt possible sans nous donner des informations de qualité

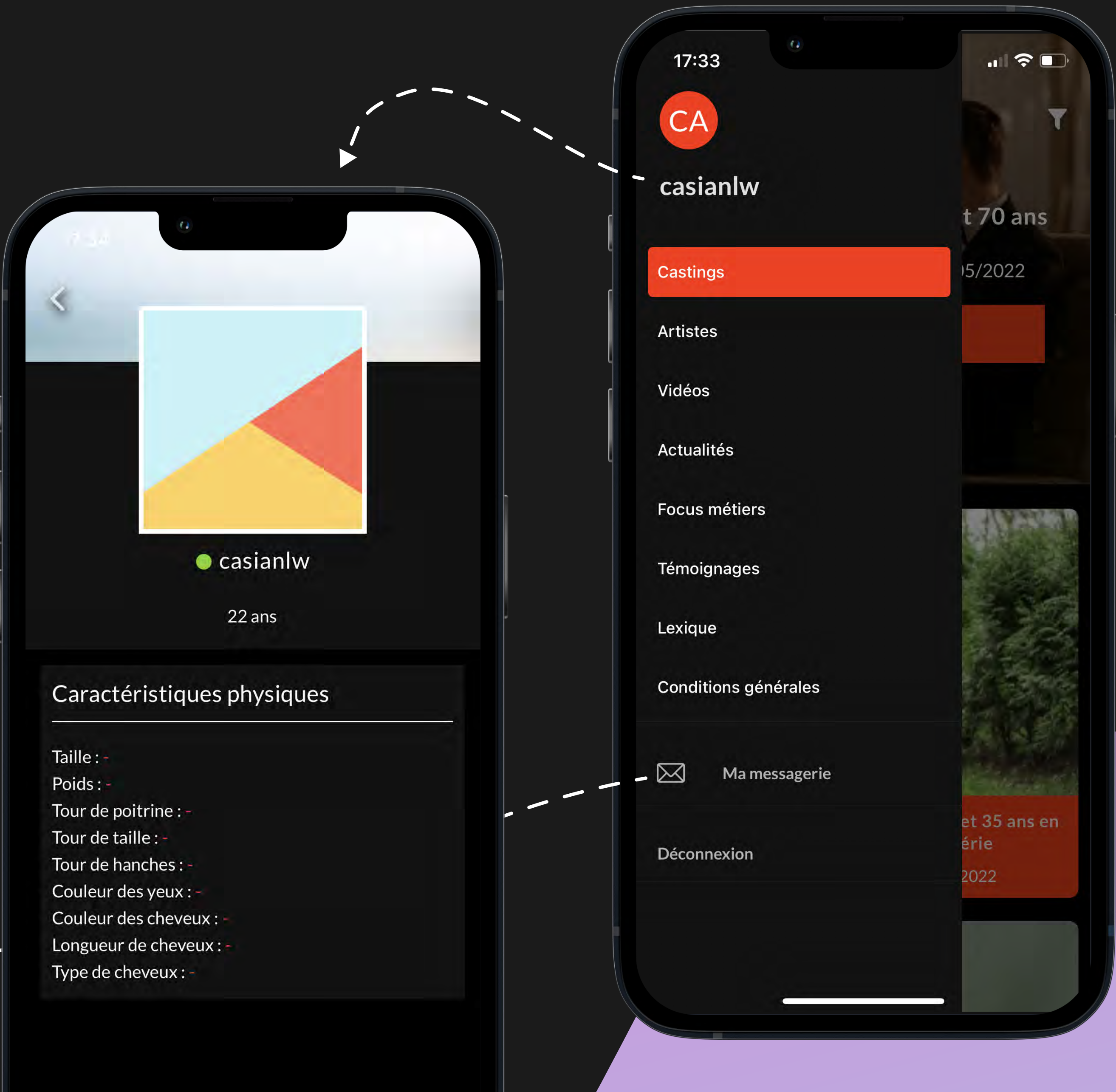


BENCHMARK

casting.fr

Les plus et les moins:

- Les plus:
- Dark mode lisible
- Les moins:
- Messagerie peu développée, pas de liberté pour l'utilisateur
 - Profil: le modifier est un réel challenge
 - Pas de "Préférences" / "Réglages", aucun moyen pour personnaliser l'application, modifier son profil
 - Aucune assistance



BENCHMARK

casting.fr

ARCHITECTURE D'INFORMATION



ORGANISATION VISUELLE



COHÉRENCE



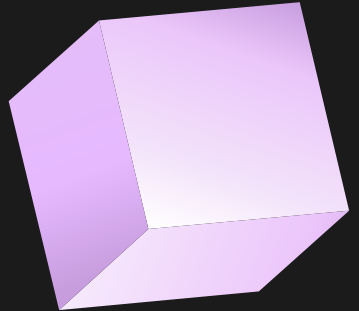
CONVENTION



INFORMATION



COMPRÉHENSION



Règles d'ergonomie

ASSISTANCE



ERREUR



RAPIDITÉ



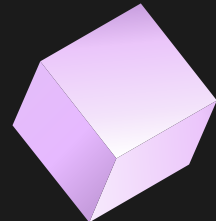
LIBERTÉ



ACCESSIBILITÉ



SATISFACTION



BENCHMARK

Lois UX

THÉORIE DE LA GESTALT



LOI DE FITTS



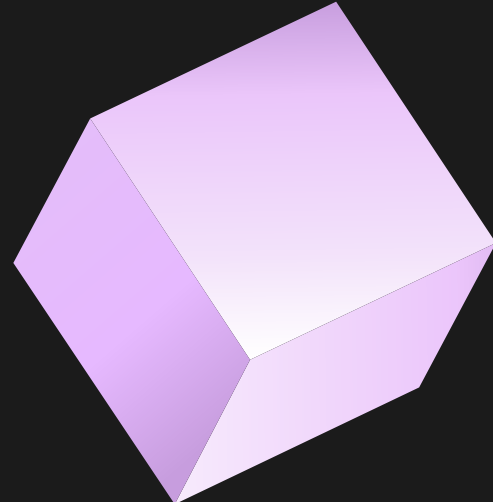
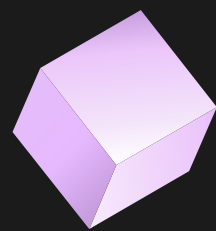
LOI DE HICK-HYMAN



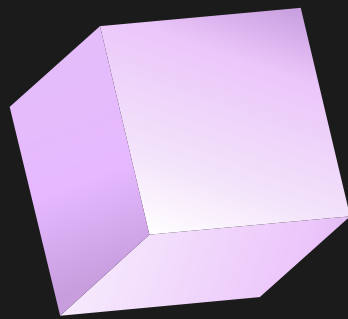
AFFORDANCE



DISSONANCE COGNITIVE



casting.fr



LES +

CTAs et UX writing de l’application

LES –

Pas de réglages

Problèmes de lisibilité

Non respect de l’identité graphique

CONCLUSION

L’étude de l’application casting.fr nous apprend beaucoup sur les erreurs à éviter.
L’application donne par envie, les annonces ne semblent pas de qualité et n’inspirent pas confiance
L’utilisateur est poussé à acheter l’abonnement sans être sûrs de sa valeur, on ressent un manque de communication entre les clients+annonceurs et l’application.

BENCHMARK

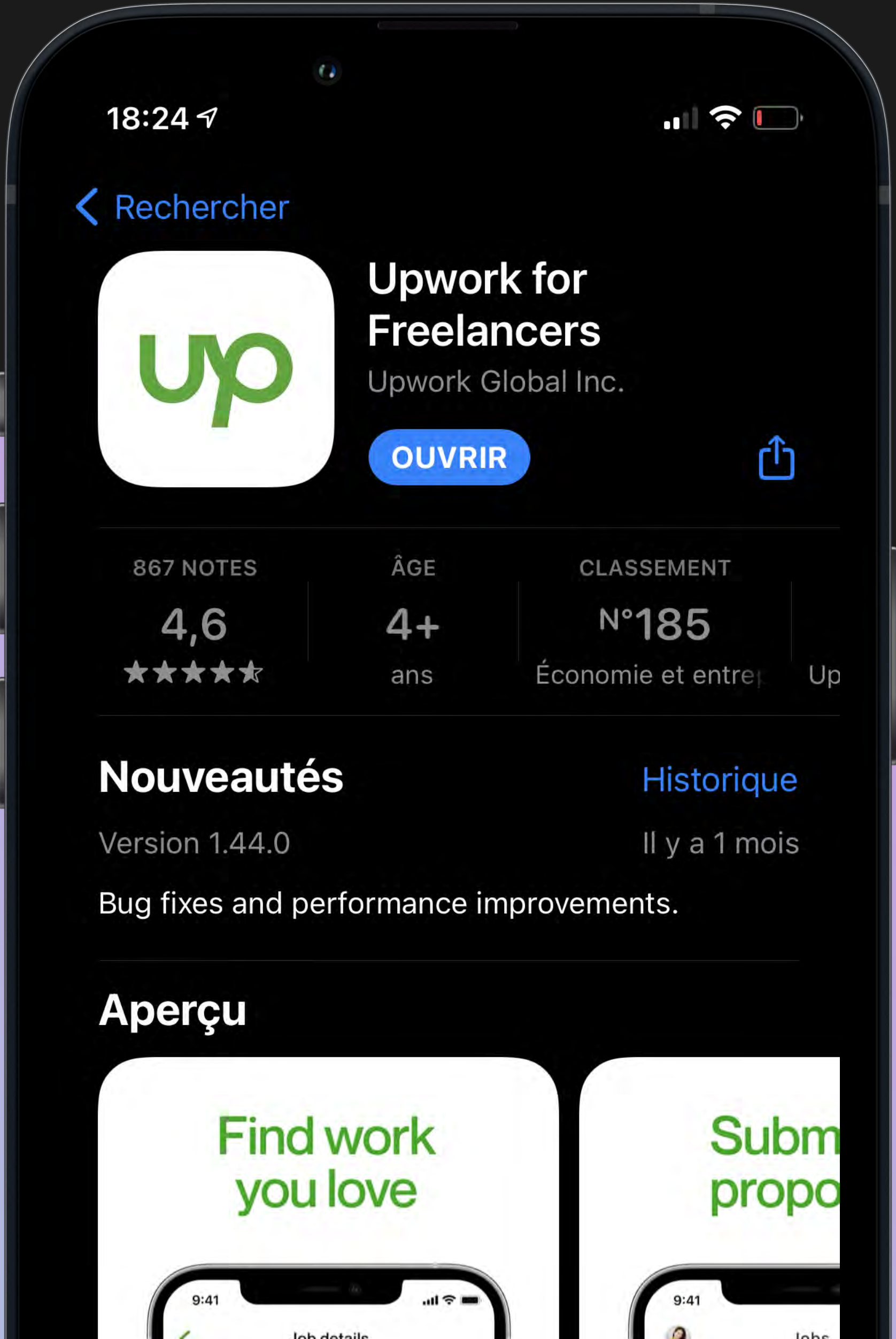
Upwork

Upwork

Publiez un emploi aujourd'hui pour accéder au vivier de talents de professionnels et d'agences de qualité d'Upwork. Rejoignez Upwork et publiez un emploi en quelques minutes. Beaucoup embauchent en 1 jour. Développez votre équipe rapidement. Travaillez avec des talents de confiance. Travaillez ensemble instantanément.

Avis

4.6/5 Appstore (852 avis)
4.4/5 Trustpilot (8 036 avis)



BENCHMARK

Upwork

Connexion

Partie très importante à benchmarker car c'est la première interaction entre l'utilisateur et l'application.

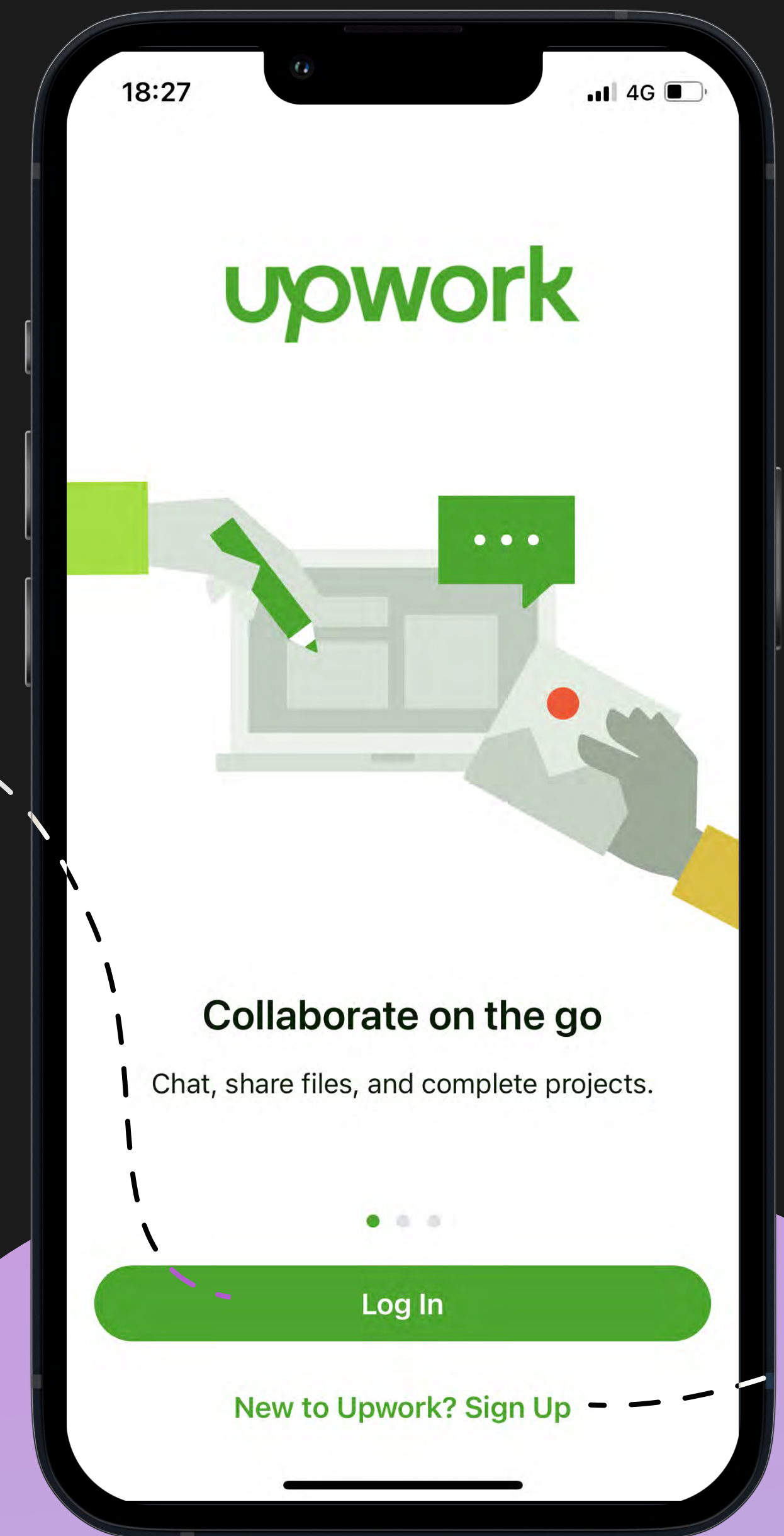
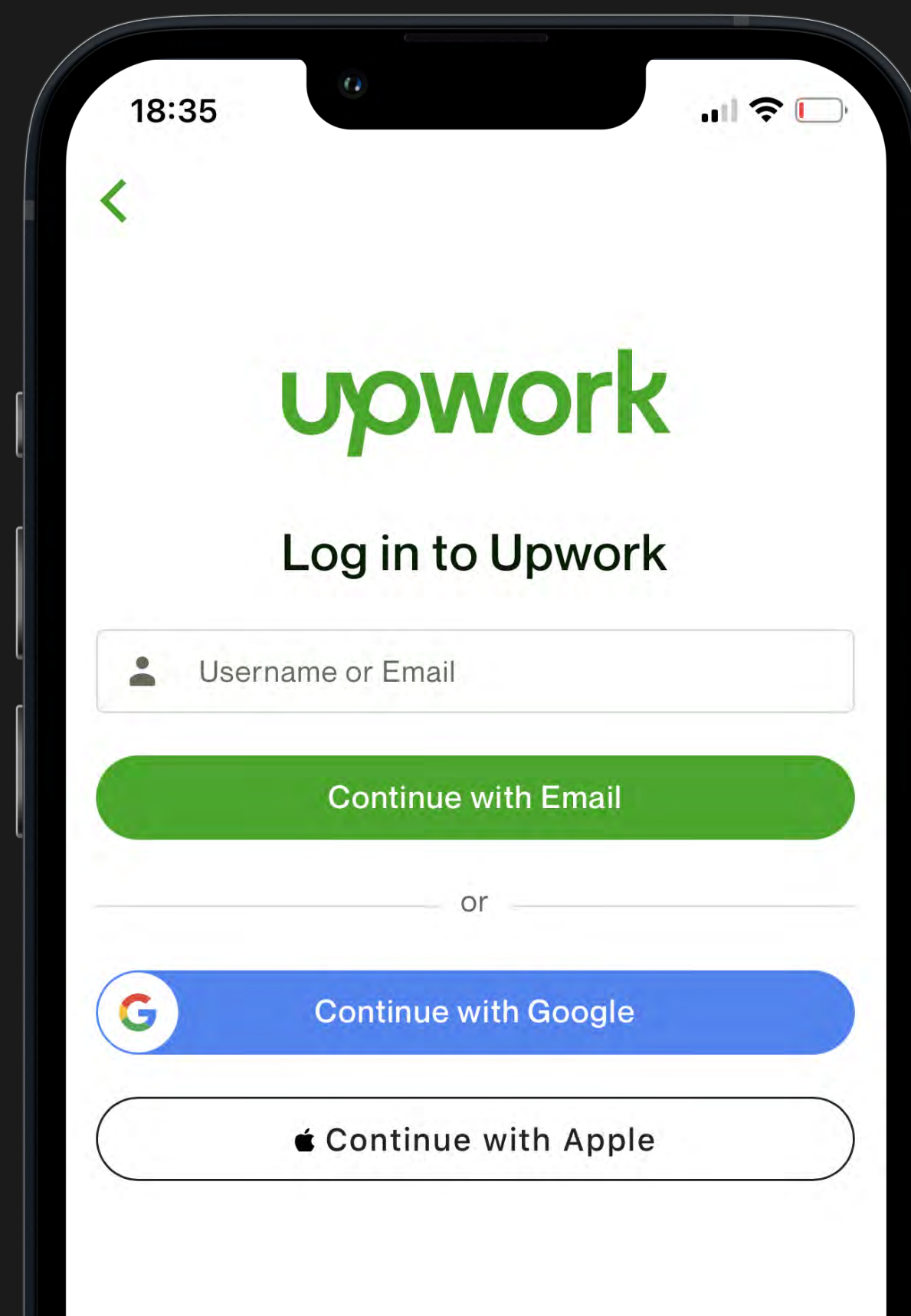
Les plus et les moins:

Les plus:

- Illustrations: augmentent la conversion / animent l'app
- UX writing: texte optimisé / explications en quelques mots
- Connexion avec Google / Apple: rapide

Le moins:

- Devoir faire trois actions à partir du "log in" pour accéder à l'inscription: ajouter un bouton "sign up" sur la page "log in" (gestion de l'erreur)



BENCHMARK

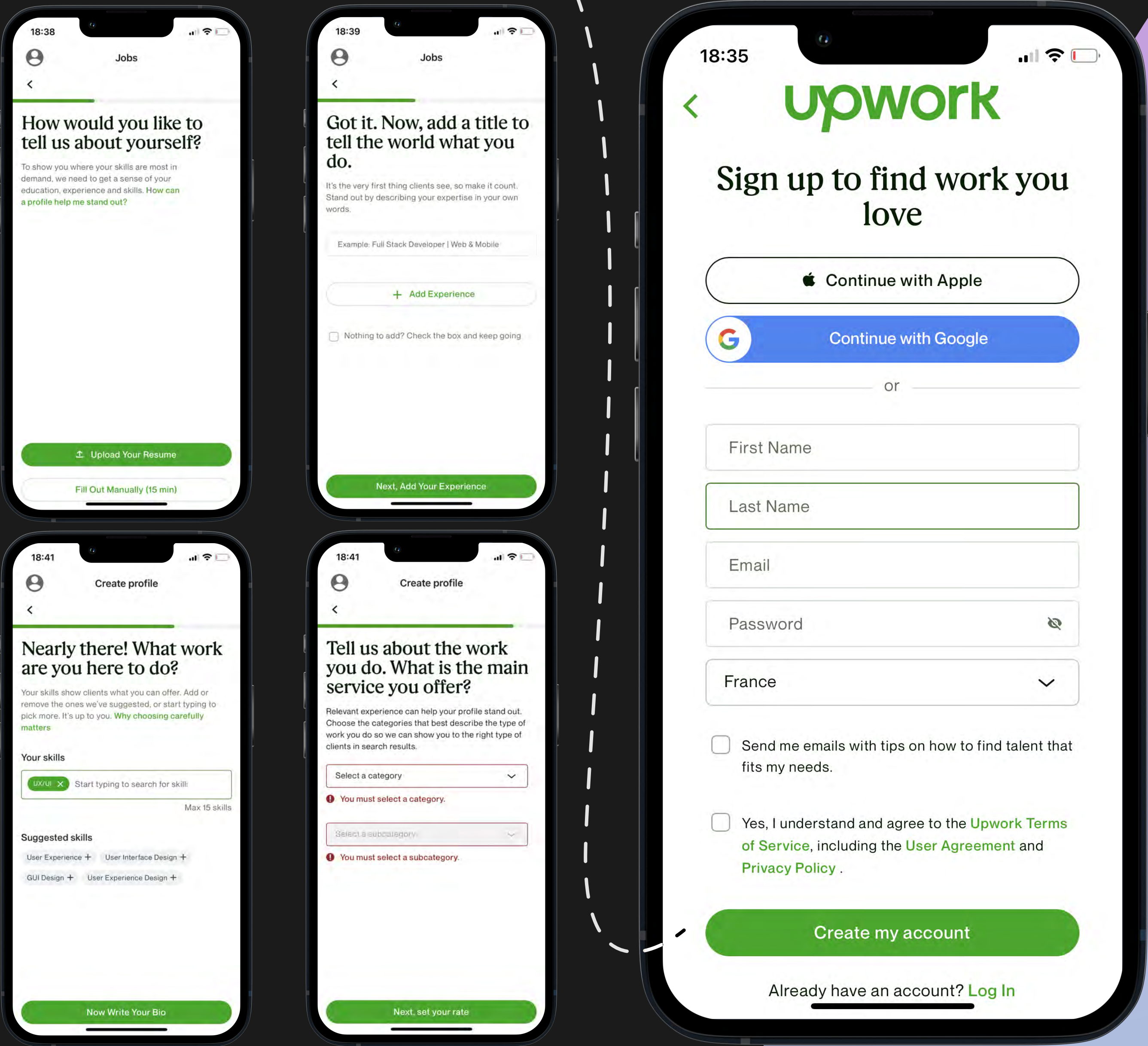
Upwork

Inscription

Une attention particulière pour cette étape car comme dans le cas d'Upwork, notre application a besoin des informations de l'inscription pour afficher ensuite les meilleurs choix correspondant à l'utilisateur.

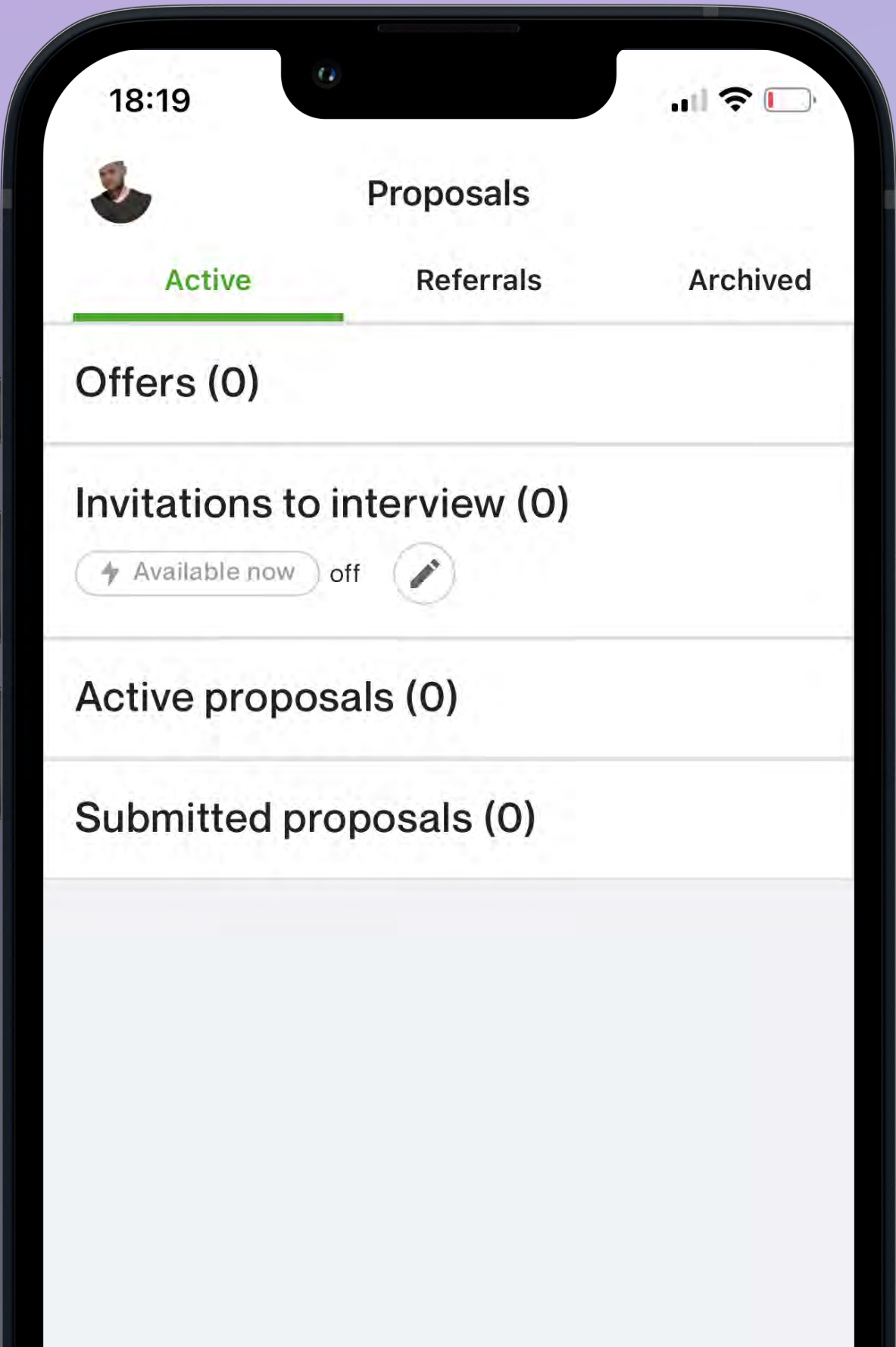
Les plus et les moins:

- Les plus:
- Possibilité de sauter une étape avec Google/Apple
 - Barre d'avancement qui indique à l'utilisateur où il en est dans son inscription
 - Pouvoir revenir en arrière en cas de changement d'avis
 - Beaucoup d'options dans les pages (dropdown, sélections multiples, suggestions, etc.)
 - UX Writing: vocabulaire familier "got it", des descriptions qui donnent envie de compléter au mieux l'inscription
 - CTAs avec texte indicatif sur l'étape actuelle ou la prochaine étape "Next, Add Your Experience", "Now Write Your Bio"
 - Très bon accompagnement: highlight des cases actives en vert, en rouge+explication pour les erreurs
- Le moins:
- Avoir la possibilité de sauter certaines étapes moins importantes ("skip") et de les compléter plus tard via les réglages



BENCHMARK

Upwork

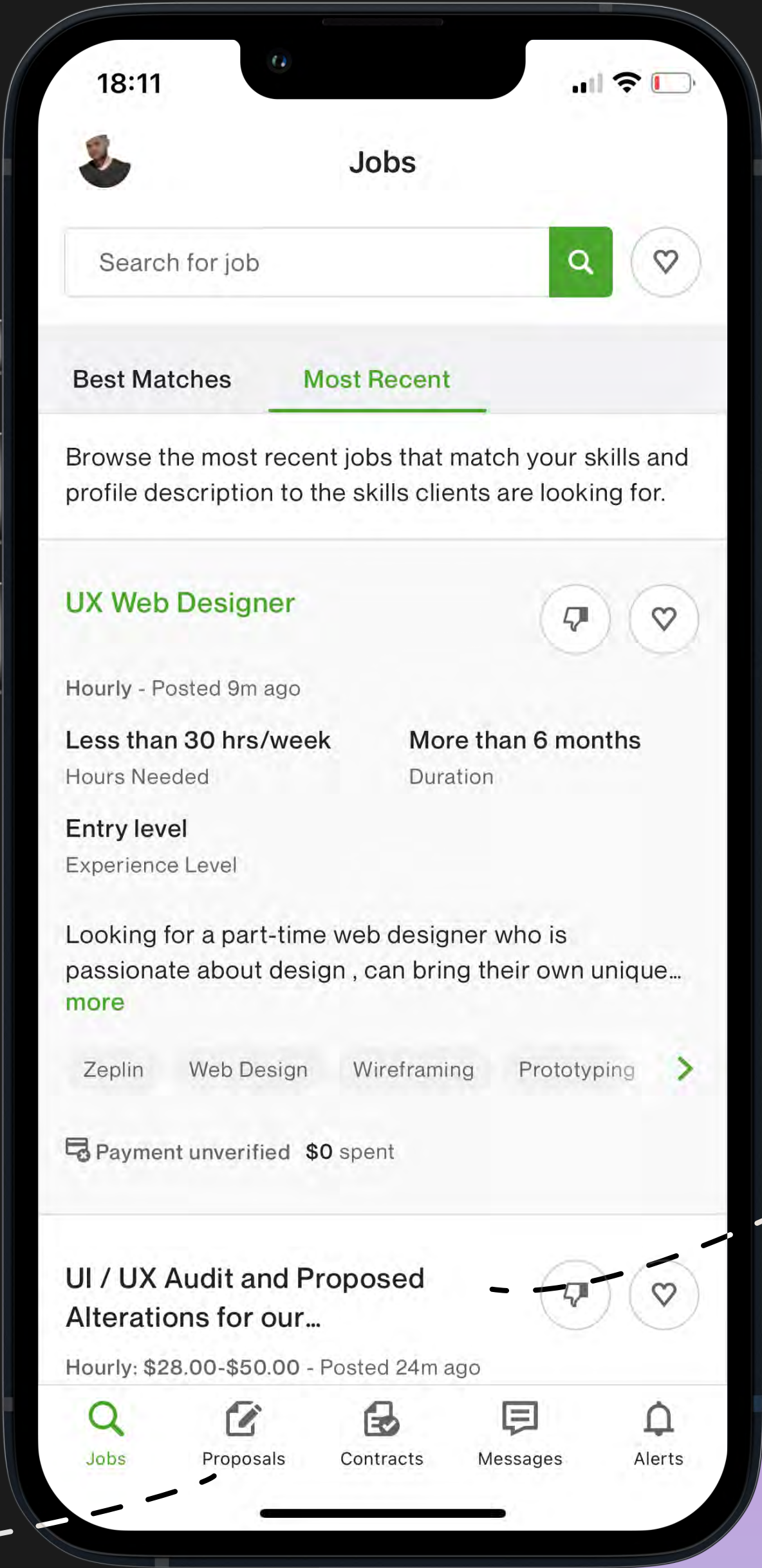


Proposals:

- Les plus:
- Navigation facile entre les projets en cours et finis
 - Page utile et complète

Jobs:

- Les plus:
- "Best Matches", option rapide possible grâce aux informations transmises lors de l'inscription
 - Favoris
 - Hiérarchie de l'information des annonces
 - Descriptions qui résument bien les missions
- Le moins:
- Très "robotique", on perd le côté "fun" du langage familier et des illustrations découvert lors de l'inscription/connexion



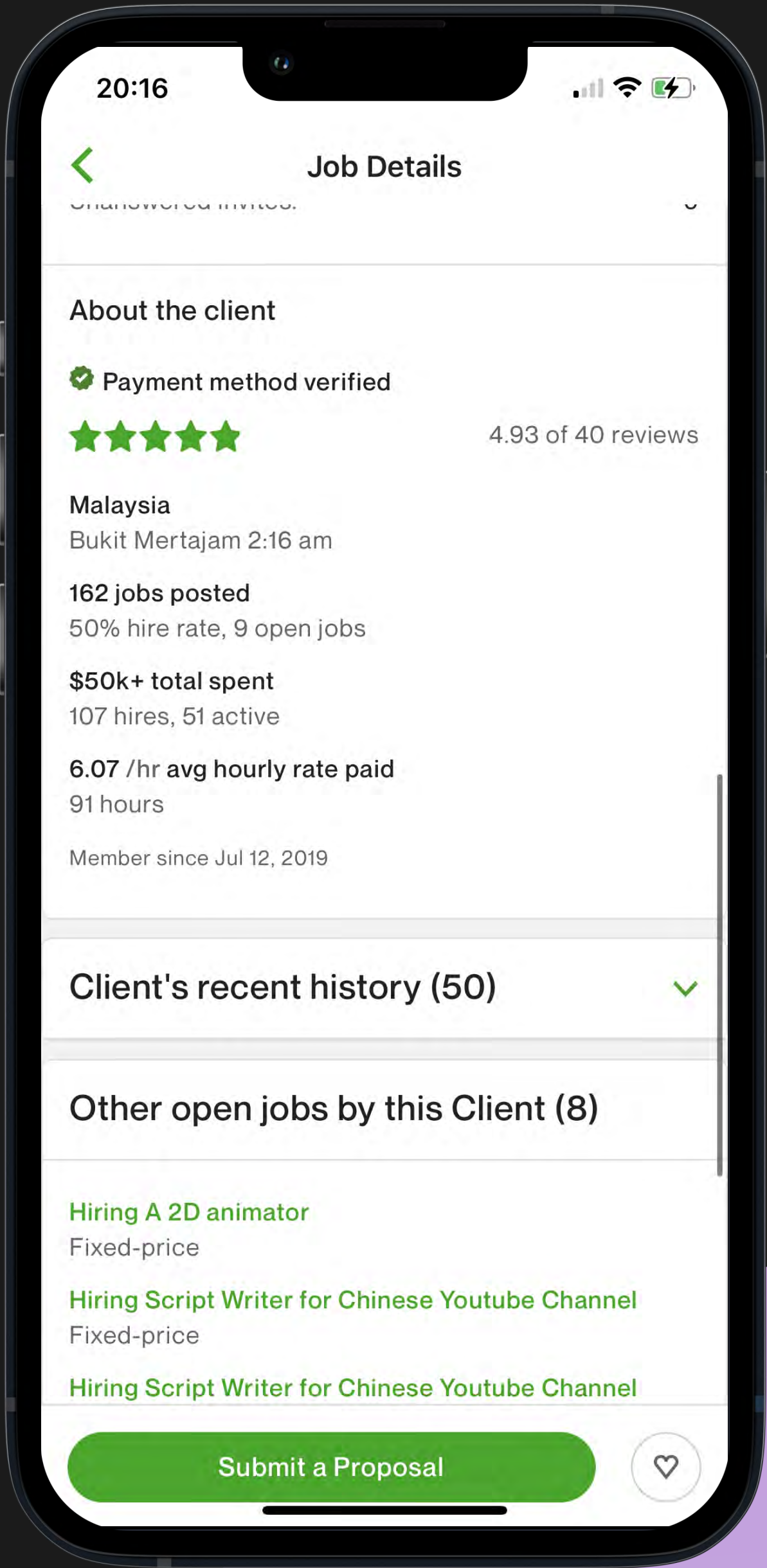
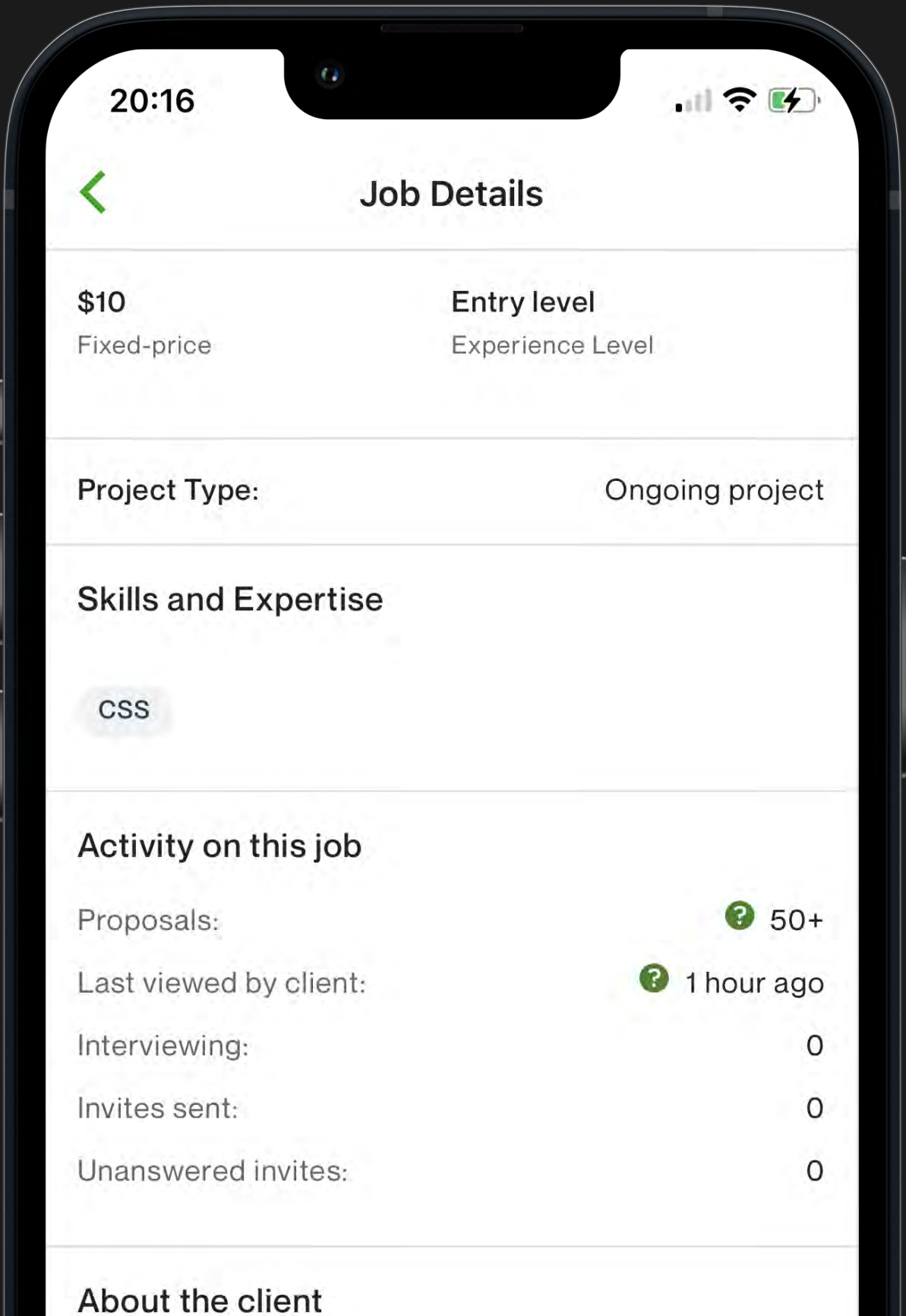
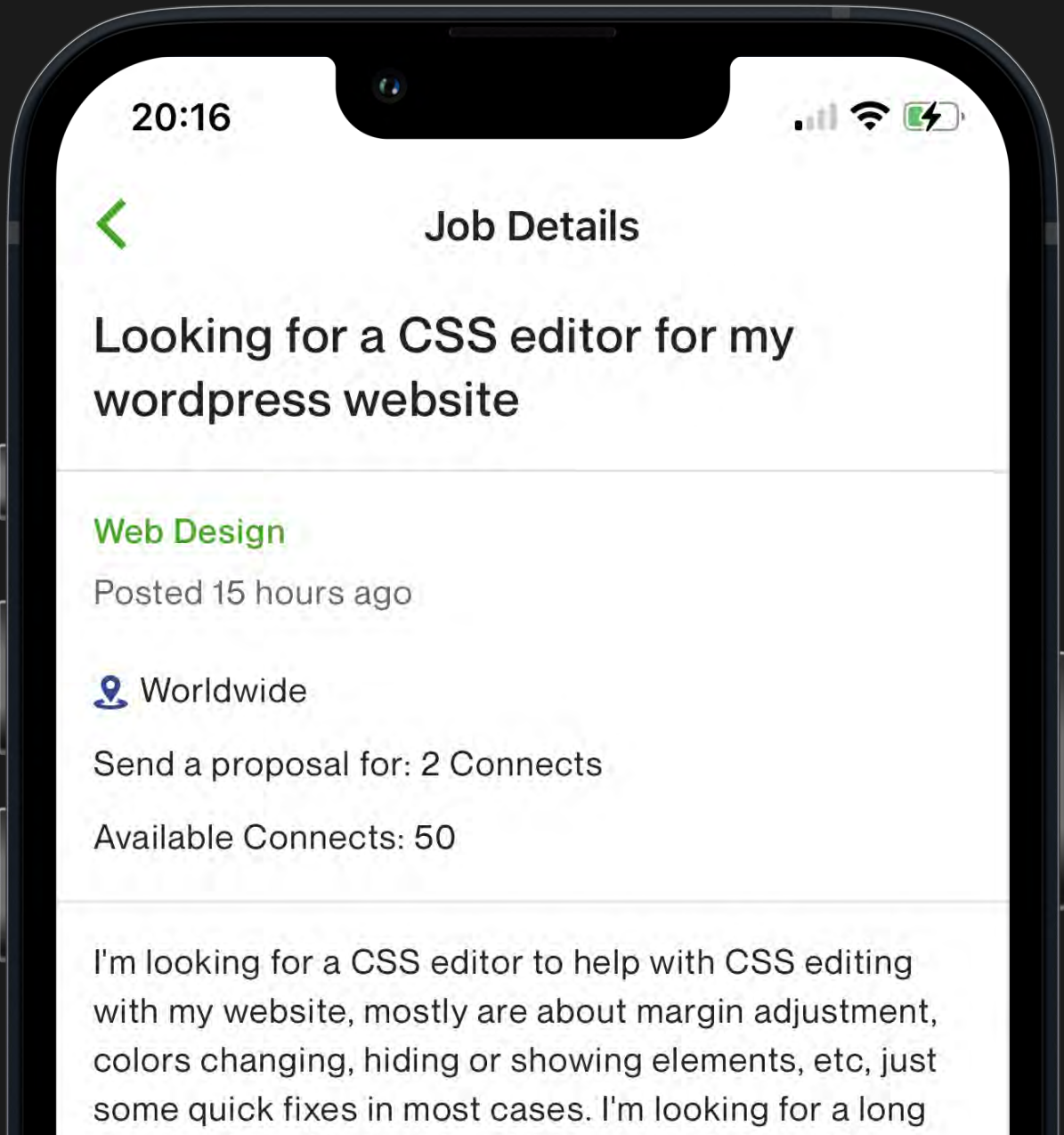
BENCHMARK

Upwork

Job Details

Les plus:

- Descriptions détaillées, toutes les informations nécessaires
- Partie "About client" Incroyable: nous avons accès à son historique, des avis et plein d'autres informations
- Le modele atome>molecule>organisme bien utilisé
- CTA position fixed, accessible tout au long du scroll



BENCHMARK

Upwork

Messages / Contracts / Alerts

Messages:

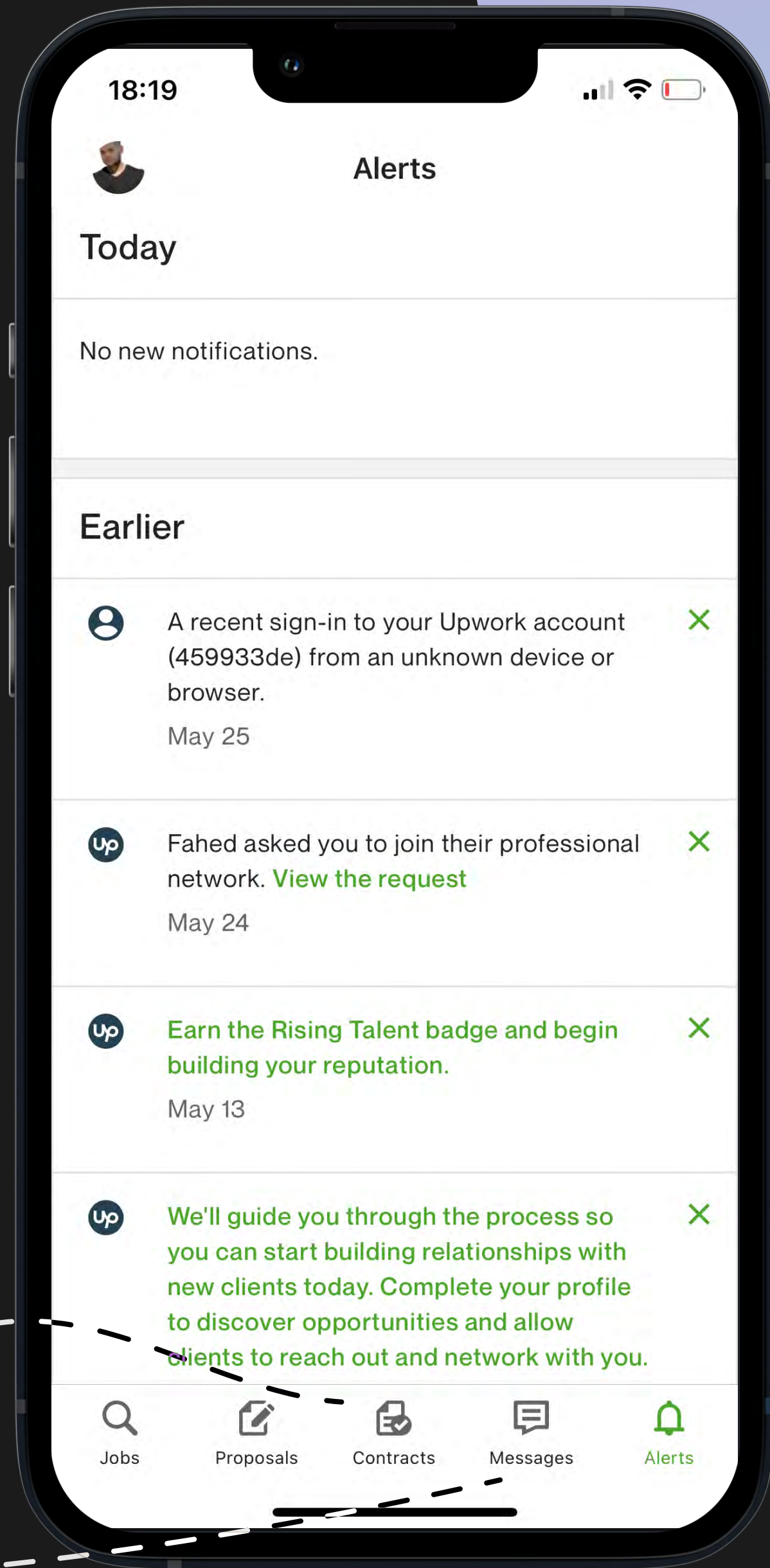
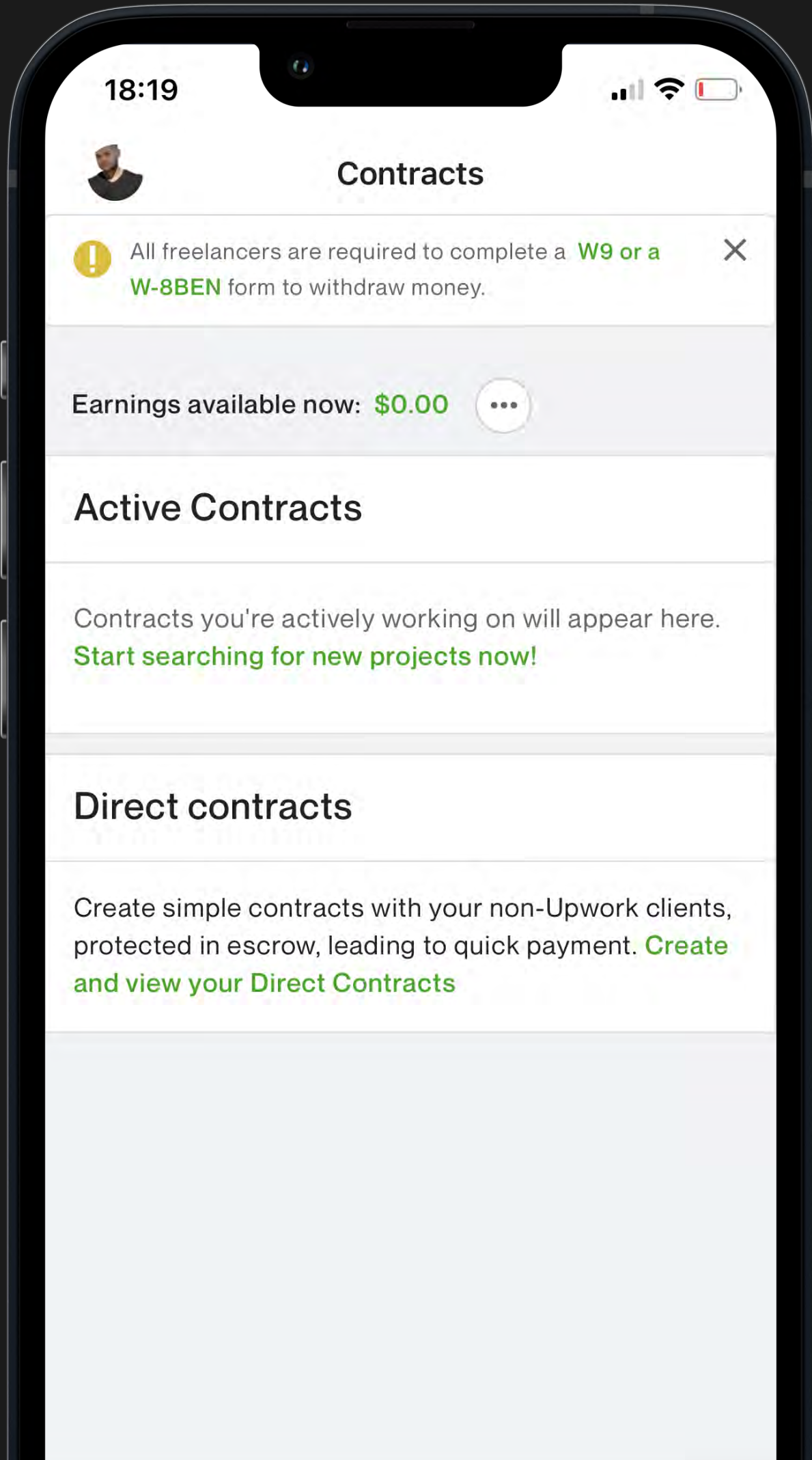
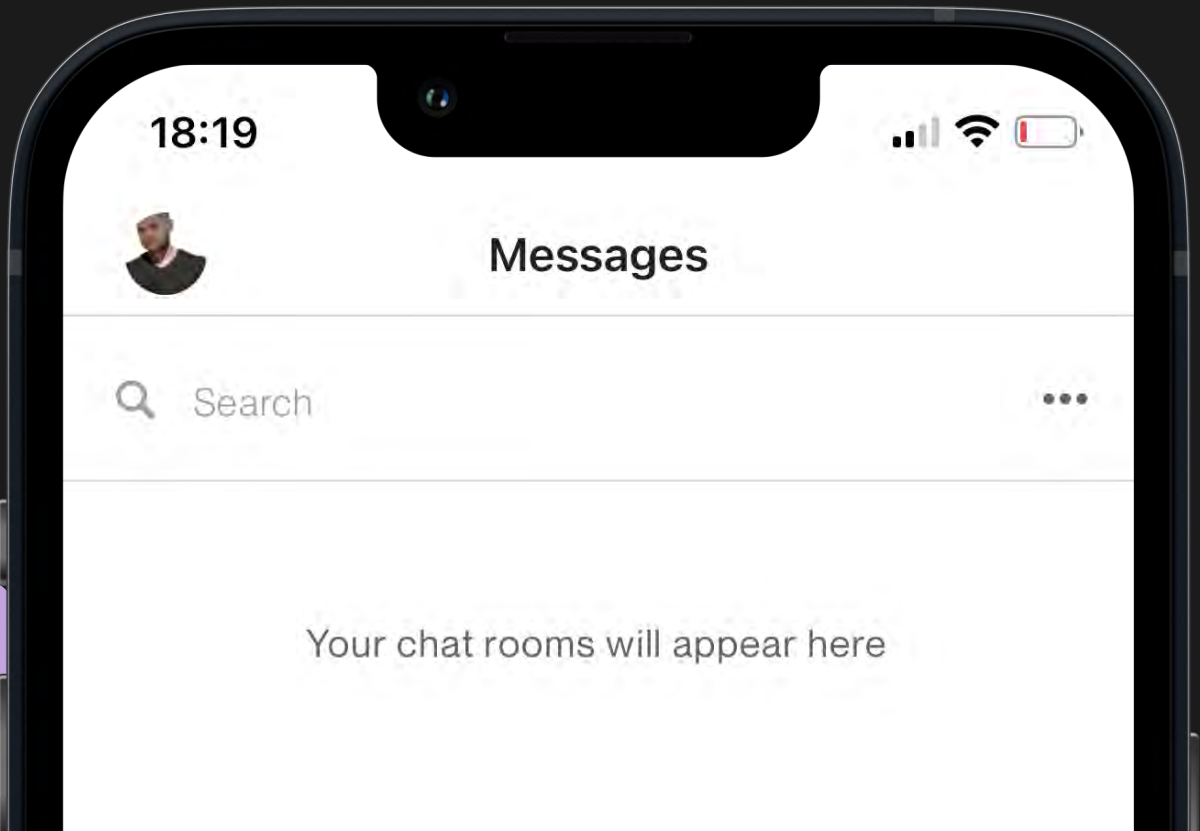
- Simple et efficace

Contracts:

- Page pas intuitive / confusion avec la page "Proposals"
- Manque d'informations
- Pas d'historique

Alerts:

- Centre de notifications: bonne idée à combiner avec les notifications push, envoi mail et SMS
- Networking : Notifications des entreprises/personnes suivies
- Pas d'informations sur qu'est-ce qu'on va recevoir comme notifications, qui peut nous envoyer des notifications et comment cette page fonctionne



BENCHMARK

Upwork

ARCHITECTURE D'INFORMATION



ORGANISATION VISUELLE



COHÉRENCE



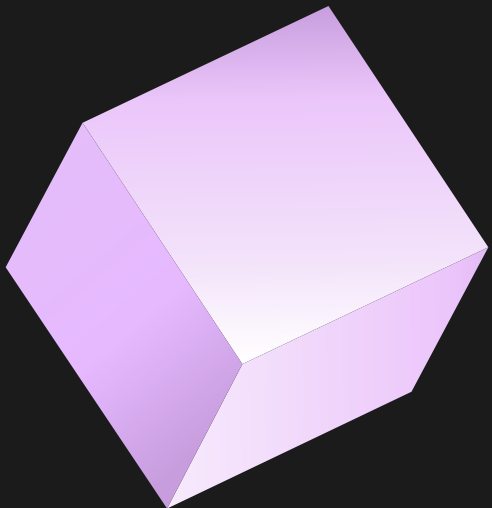
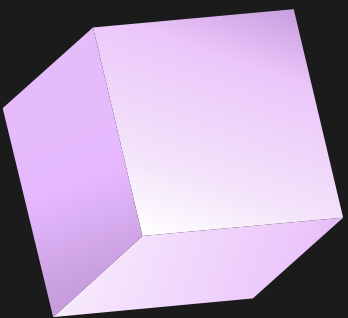
CONVENTION



INFORMATION



COMPRÉHENSION



Règles d'ergonomie

ASSISTANCE



ERREUR



RAPIDITÉ



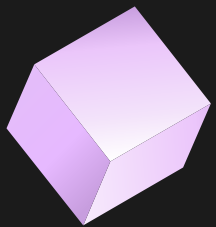
LIBERTÉ



ACCESSIBILITÉ



SATISFACTION



BENCHMARK

Lois UX

THÉORIE DE LA GESTALT



LOI DE FITTS



LOI DE HICK-HYMAN



AFFORDANCE



DISSONANCE COGNITIVE



Upwork

LES +

- Toute la partie connexion et inscription
- Assistance à l’erreur
- UX Writing et illustrations
- Centre de notifications

LES –

- Perte de l’image “fun” après l’inscription
- Pas de possibilité de sauter des étapes après l’inscription

CONCLUSION

L’étude de l’application Upwork va nous permettre à désigner des pages de connexion et inscription très efficaces.
Le côté explicatif des employeurs est très intéressant; détails, paiement confirmé, avis, historique, autres missions etc.

BENCHMARK

Conclusion benchmark 4 Apps

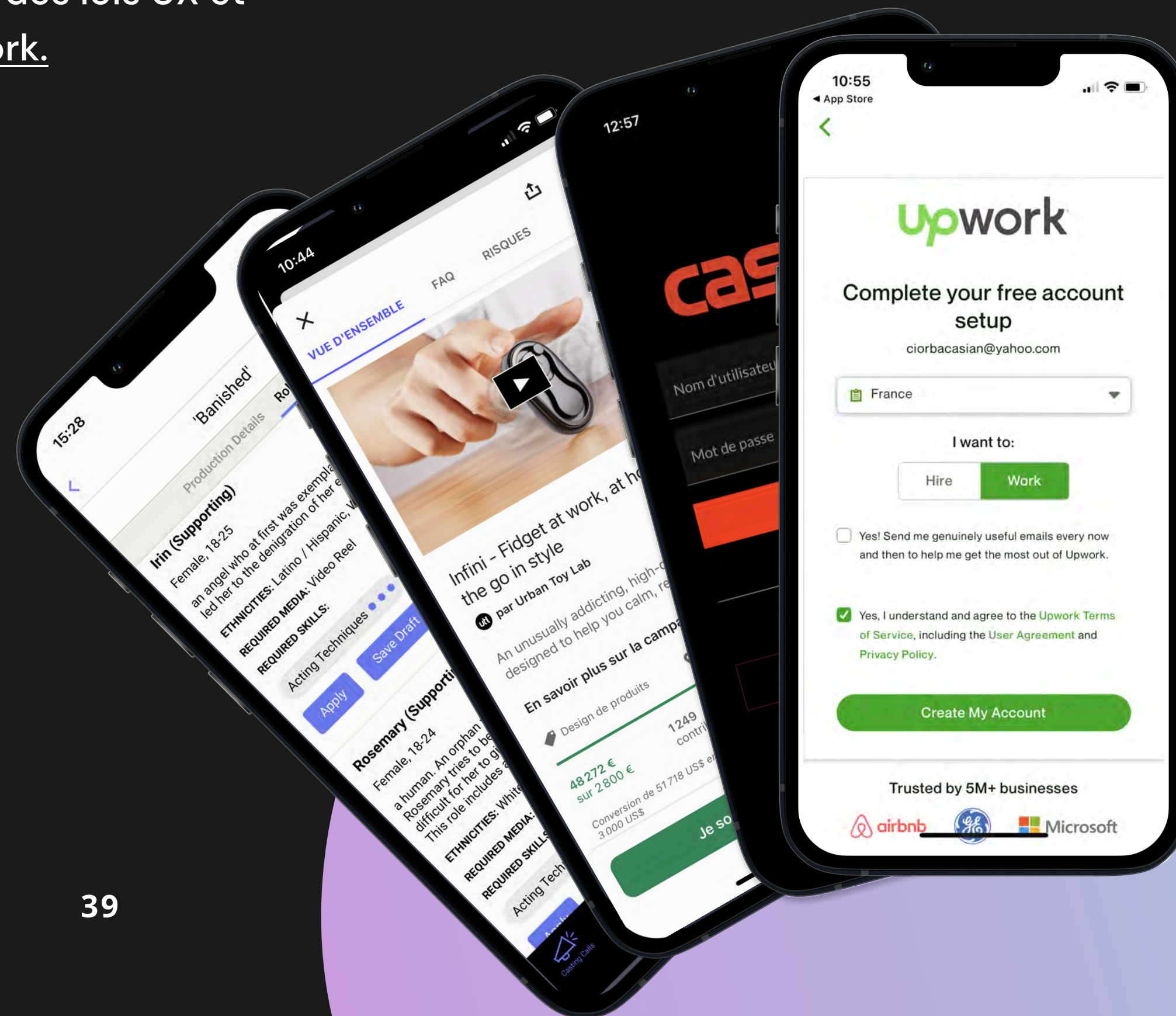
Suite au benchmark de ces 4 applications nous observons que les avis et la satisfaction des utilisateurs sont directement liés avec le respect des lois UX et des règles ergonomiques; les meilleures étant Kickstarter et Upwork.

Fonctionnalités retenues:

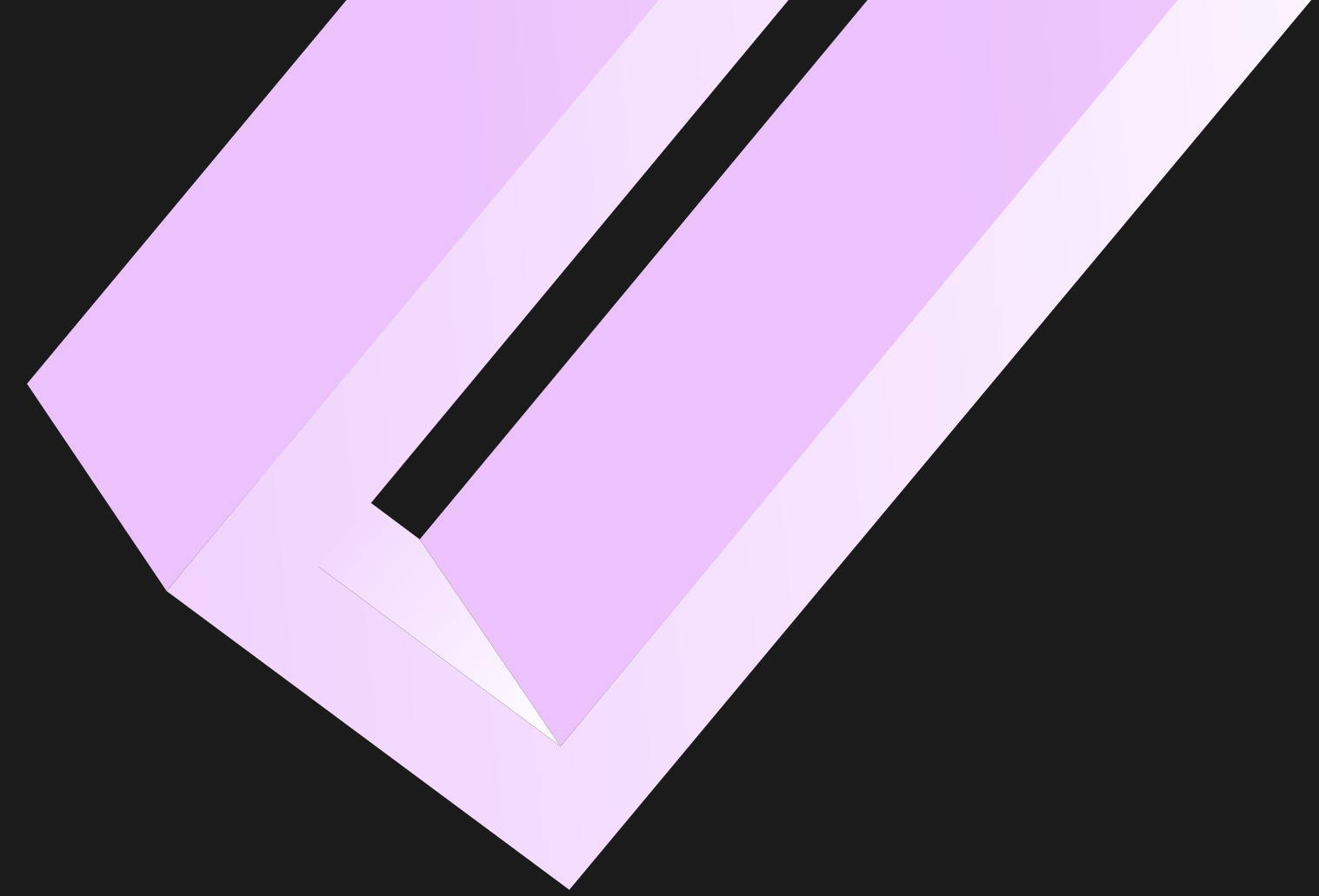
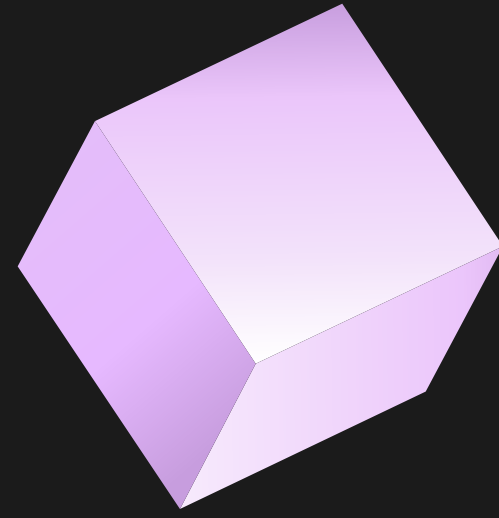
- Recherche mission avec système de tri et filtres
- Messagerie
- Page pour gérer les contrats /missions
- Pages d'inscription et connexion
- Organisation menu
- Architecture des pages des missions et accueil
- Centre de notifications
- Paramètres
- Profils des annonceurs avec détails
- Personnalisation du profil
- UX writing avec ton of voice et illustrations

Faire attention à:

- Définir et respecter la charte graphique
- Respecter les lois UX et les règles d'ergonomie
- Pas perdre l'utilisateur lors de l'inscription



04



HYPOTHÈSES

Quelles sont-elles?



Quel problème résoudre?

Il faut réfléchir aux gens qui veulent vivre des nouvelles expériences et apprendre des choses sur le milieu en question

Il ne faut pas oublier que la majorité des employeurs vont être des petites entreprises / entrepreneurs

Comment motiver les personnes à s'inscrire et participer aux missions?

Les accompagner tout au long de leur démarche, assurer une assistance pour les rassurer et gagner leur confiance

Comment augmenter la confiance et le lien entre les annonceurs et les postulants?

En utilisant notre application comme intermédiaire entre les employeurs et les employés, gérer le système de payment ainsi que des avis et profils ouverts pour les deux parts.



05

QUESTIONNAIRE

Que pense l'utilisateur ?

QUESTIONNAIRE

Étude sur 104 personnes

Google Form

Permet créer et analyser des enquêtes directement dans votre mobile ou votre navigateur Web, sans logiciel spécial requis. Vous obtenez des résultats instantanés au fur et à mesure qu'ils arrivent. Et vous pouvez résumer les résultats de l'enquête en un coup d'œil avec des tableaux et des graphiques.

Les questions

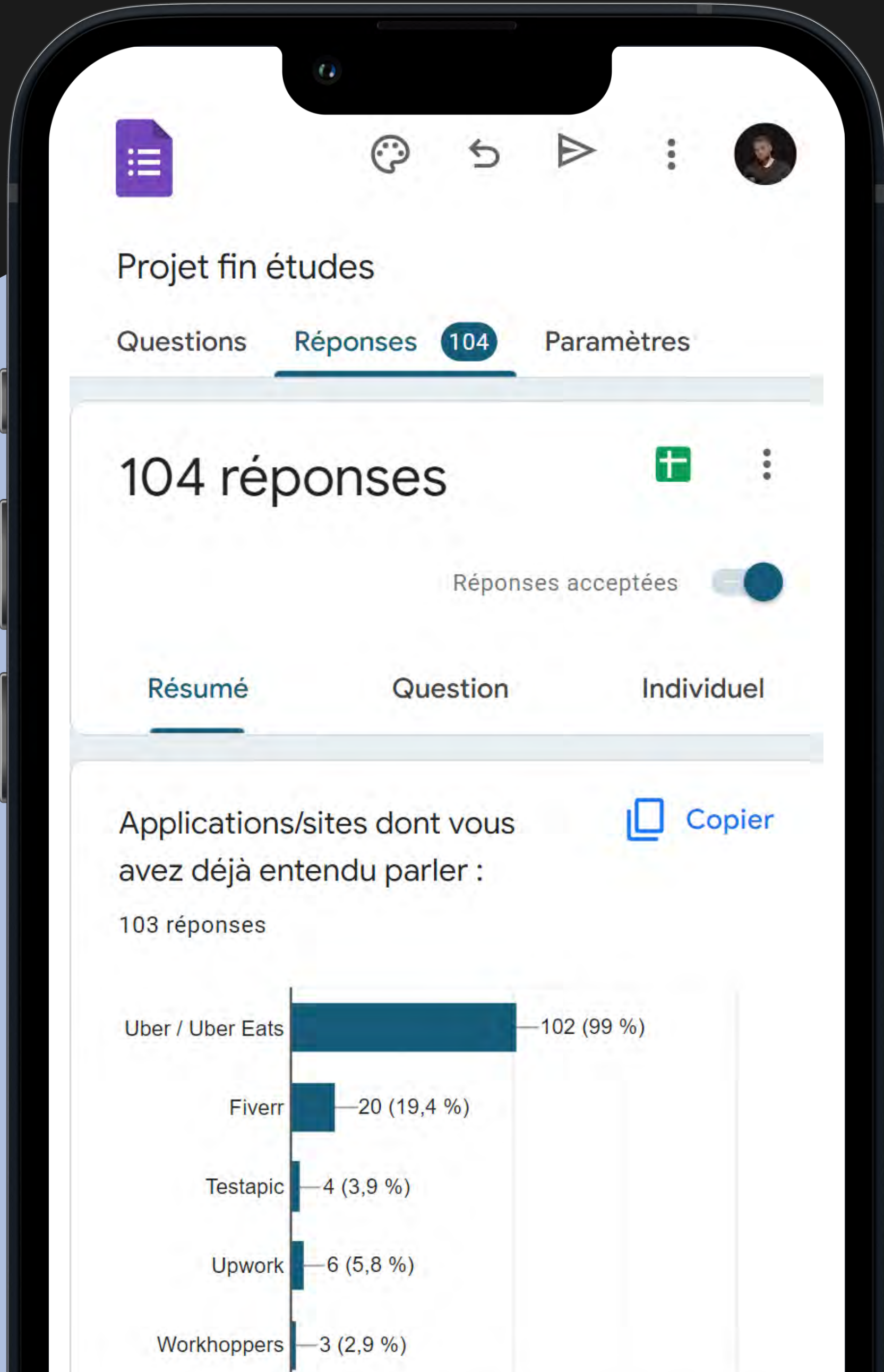
10 questions ont été choisies pour nous aider dans plusieurs cas:

- Confirmer et affiner le concept
- Hiérarchiser les idées
- Mieux comprendre les utilisateurs
- Durée: 3 minutes ~ pour pas perdre les participants

Les participants

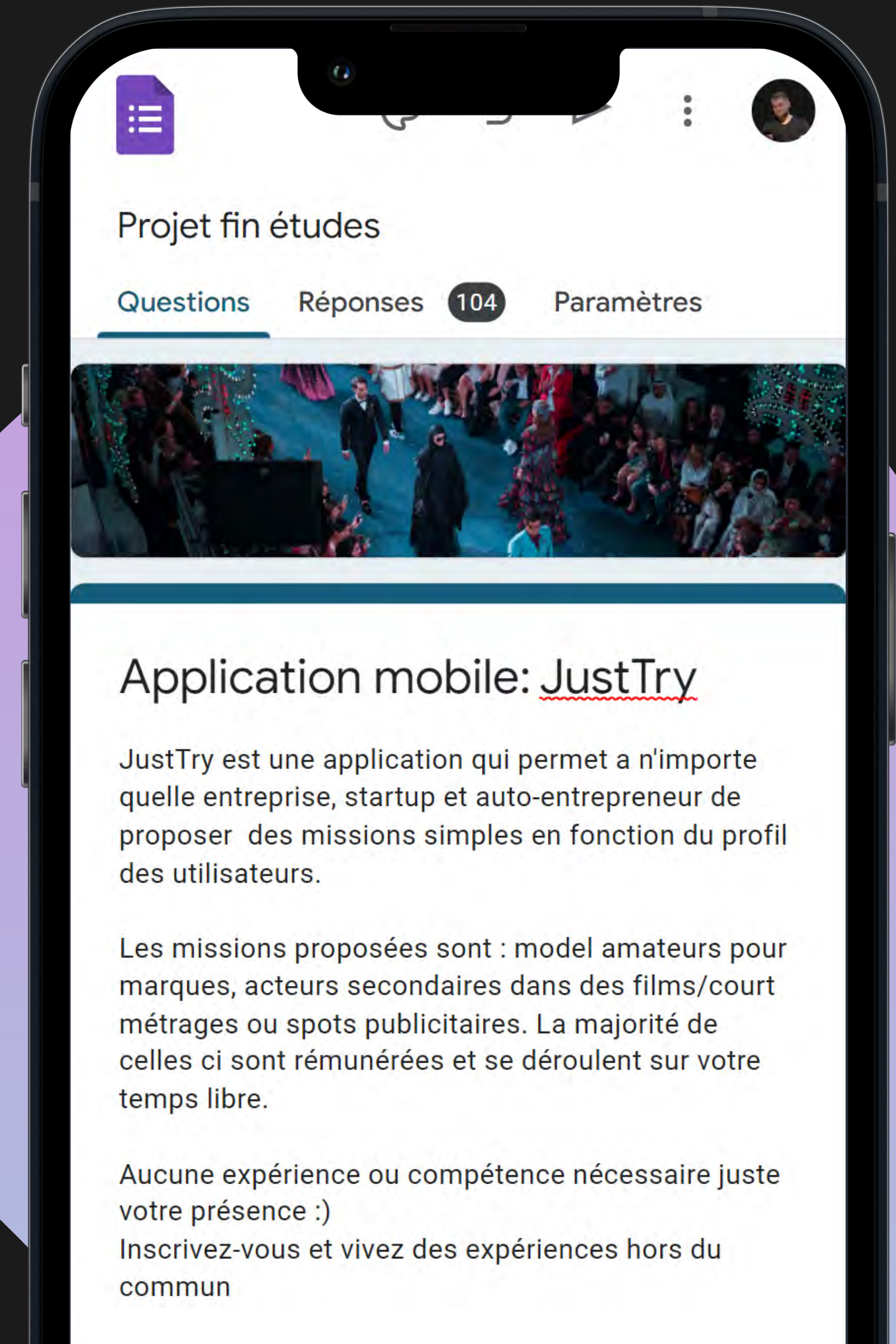
Partagé principalement sur les réseaux sociaux classiques (Facebook / Instagram / Snapchat); le but était de trouver des personnes sans profil ciblé et sans tranche d'âge car notre application s'adresse à la masse.

*LinkedIn évité car cela pourrait fausser les résultats puisque les utilisateurs sont sujets de certains biais qui peuvent influencer les réponses à certaines questions.



Description

C'est important de bien mettre en contexte les participants pour avoir des réponses cohérentes et ne pas perdre des participants sur la route



QUESTIONNAIRE

Questions

Question n°1:

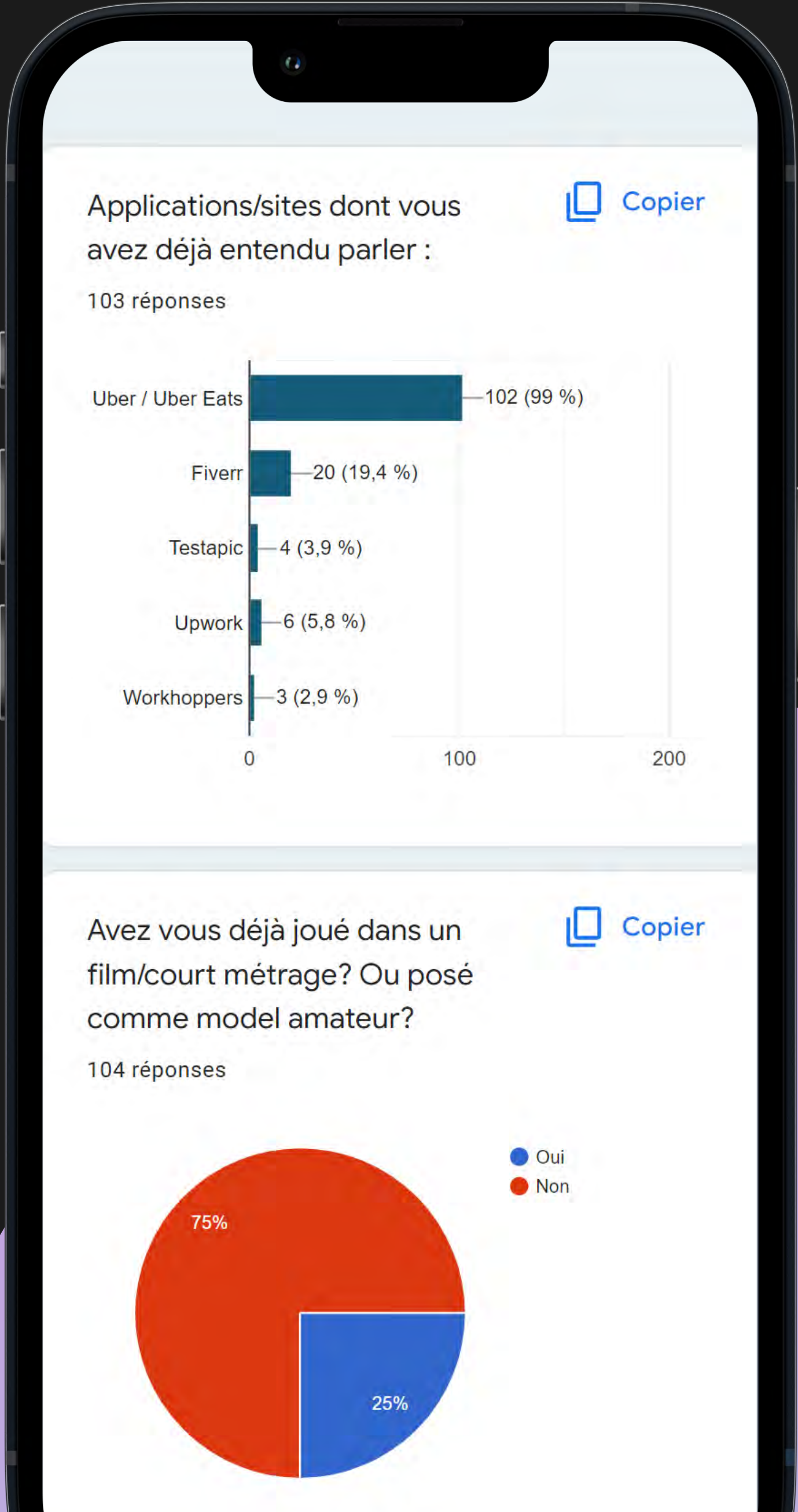
Question choisie pour:

- Tester le connaissances du grand public sur nos concurrents
- Découvrir ce qu'ils ont l'habitude de voir pour concevoir un design plus familier

Question n°2:

Question choisie pour:

- Mettre à l'épreuve le concept
- Mieux comprendre les utilisateurs (aide pour définir une cible plus claire)



Questions

Question n°3 & n°4:

Question choisie pour:

- Mettre à l'épreuve le concept
- Les statistiques nous montrent que plus de la moitié des personnes sont prêtes à effectuer des missions (rémunérées ou pas), on peut donc confirmer la demande dans le domaine
- Mieux comprendre les utilisateurs (aide pour définir une cible plus claire)



Questions

Question n°5:

Question choisie pour:

- Mieux cibler les personnes et confirmer la demande
- Quelques services proposées par les concurrents, voir s'il y en a un qui fonctionne mieux qu'un autre

Question n°6:

Question choisie pour:

- Rechercher les attentes des utilisateurs pour adapter les missions
- Information intéressante pour les employeurs qui vont utiliser notre plateforme



QUESTIONNAIRE

Questions

Question n°7:

- Question choisie pour:
- Information intéressante pour les employeurs qui vont utiliser notre plateforme
 - Confirmation du système de paiement comme Uber

Question n°8:

- Question choisie pour:
- Rechercher les attentes des utilisateurs pour adapter les missions
 - Mieux comprendre les utilisateurs (aide pour définir une cible plus claire)



QUESTIONNAIRE

Questions

Question n°9:

Question choisie pour:

- Comprendre qu'est-ce qu'est plus important pour l'utilisateur, nous observons ici que l'idéal serait d'avoir les deux mais il y a de la demande pour tous les types d'offres

Question n°10:

Question choisie pour:

- Confirmer le besoin d'avoir un certain contrôle sur ses données et ses missions
- Fonctionnalités confirmées a intégrer dans le design et l'UX Writting



QUESTIONNAIRE

Conclusion questionnaire

Le concept est confirmé par le questionnaire; on observe un intérêt des personnes via leurs réponses directes et aussi indirectement car 98% des participants sont arrivés jusqu'au bout ce qui signifie que le sujet les intéressait

Quelques fonctionnalités ressorties du questionnaire:

Avoir le contrôle sur leur compte:

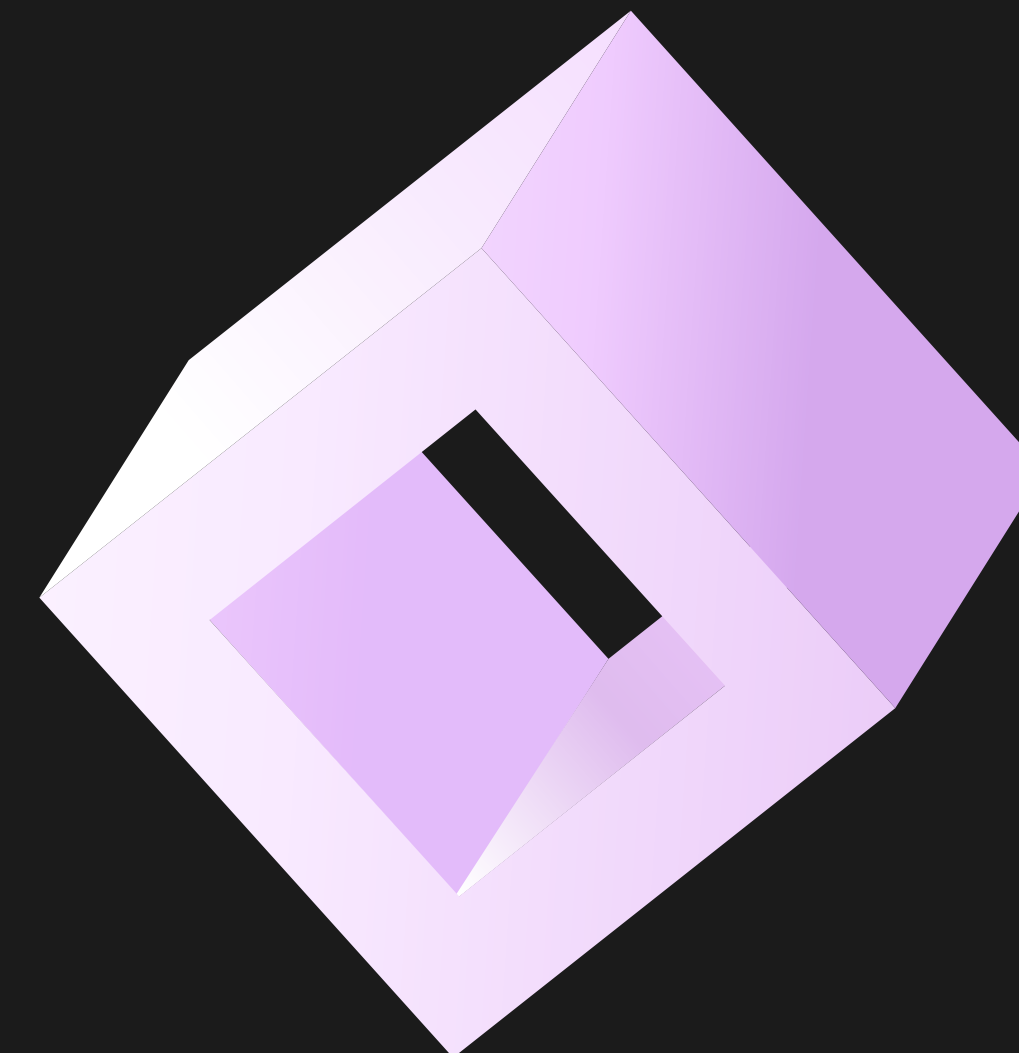
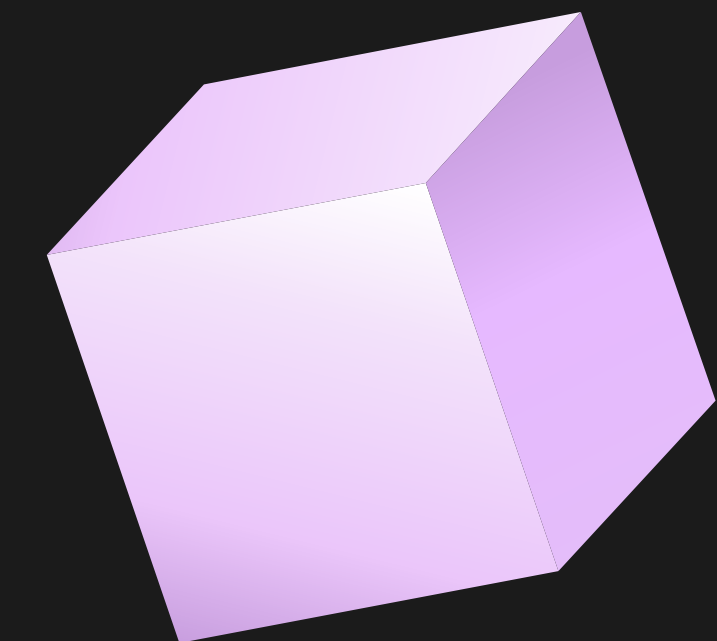
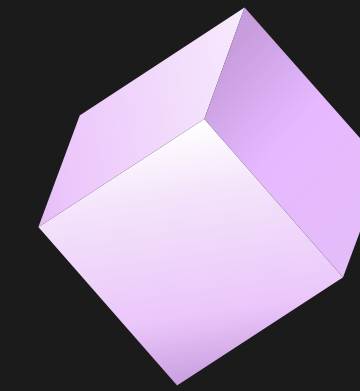
Avoir un contrat/des informations détaillées sur les missions et pouvoir accepter/refuser/demarcher les conditions.
Respect de leur vie privée, transparence sur ce qui est transpis ou non via l'application.

Confiance et rôle de l'app

L'application comme médiateur des missions:

- Assistance
- Vérification des profils

Toute l'étude jusqu'à présent nous a permis de concevoir un MVP >



“

Les détails ne sont pas des détails, ils
font la conception d'un produit

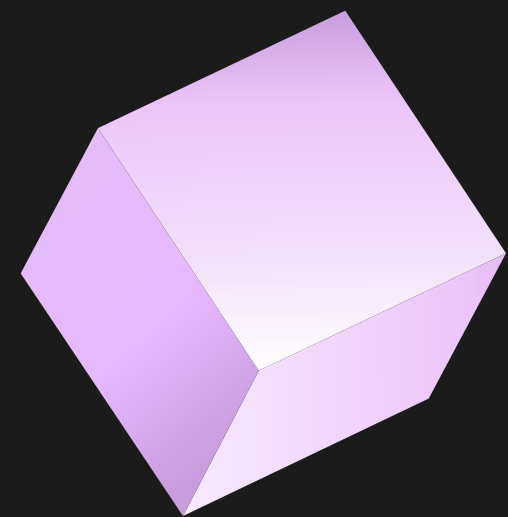
”

Bill Bernbach

06

ATELIÉRS D'IDEATION

Créons avec l'utilisateur



Organisaton

PRESENTION SUJET



15 MIN

ICEBREAKER



30 MIN

BRAINSTORMING



45 MIN

PAUSE



15 MIN

PARCOURIR LES IDÉES ET VOTE



1H

+

15 MIN MARGE D'ERREUR

Important de guider les participants et d'encourager tout le monde à communiquer

PARTICIPANTS:

Gabriel, 25 ans - Designer 3D
Christian, 22 ans - Alternant Commerce
Samuel, 20 ans - Étudiant
Daniel, 24 ans - Étudiant ingénierie

OUTILS:

Gomettes, post-its et feutres identiques
ainsi qu'un pc par personne pour l'icebreaker

TEMPS: 3H

La totalité de l'atelier dure 2h45, j'ai choisi de garder 15 minutes pour les imprévus et puis si tout se passe comme prévu ça va faire plaisir aux participants de quitter plus tôt

Présentation du sujet

C'est important de bien mettre en contexte les participants pour éviter le hors sujet pendant l'atelier et avoir des résultats exploitables à la fin (15 min)

Icebreaker / skkrible.io

Mise en place

Avec un ordinateur, facile à créer une équipe pour jouer ensemble/ jeu facile à jouer même si on n'est pas à l'aise avec la technologie grâce au site bien réfléchi

Pourquoi cet atelier?

Les participants de l'atelier ne se connaissent pas, il est important de créer une ambiance friendly et mettre les personnes à l'aise entre elles

Le jeu

Le dessinateur a 80 secondes pour choisir un mot parmi les trois sélectionnés puis essayer de le faire deviner aux autres joueurs uniquement en faisant des croquis avec son souris. Les autres vont devoir deviner et vont gagner des points en fonction de leur rapidité

Durée

30 minutes, sachant que la mise en place du jeu demande 5 minutes (sortir les pc, démarrer le site et organiser les personnes dans la même partie)



ATÉLIER D'IDÉATION

Brainstorming

Mise en place

Distribuer des posts-its et feutres identiques à tous les participants et leur demander d'écrire leurs idées qu'ils aimeraient voir ou qui pourraient les aider dans l'application

Pourquoi cet atelier?

Nous avons déjà une idée des fonctionnalités qui seront présentes dans l'application mais avec cet atelier nous confirmerons nos suppositions et trouverons les idées manquantes grace au point de vue extérieur des participants

Durée

45 min, le temps passe vite lors d'un brainstorming; il faut faire attention d'encourager et guider les personnesles personnes 'n'ayant aucune idée'

Pause

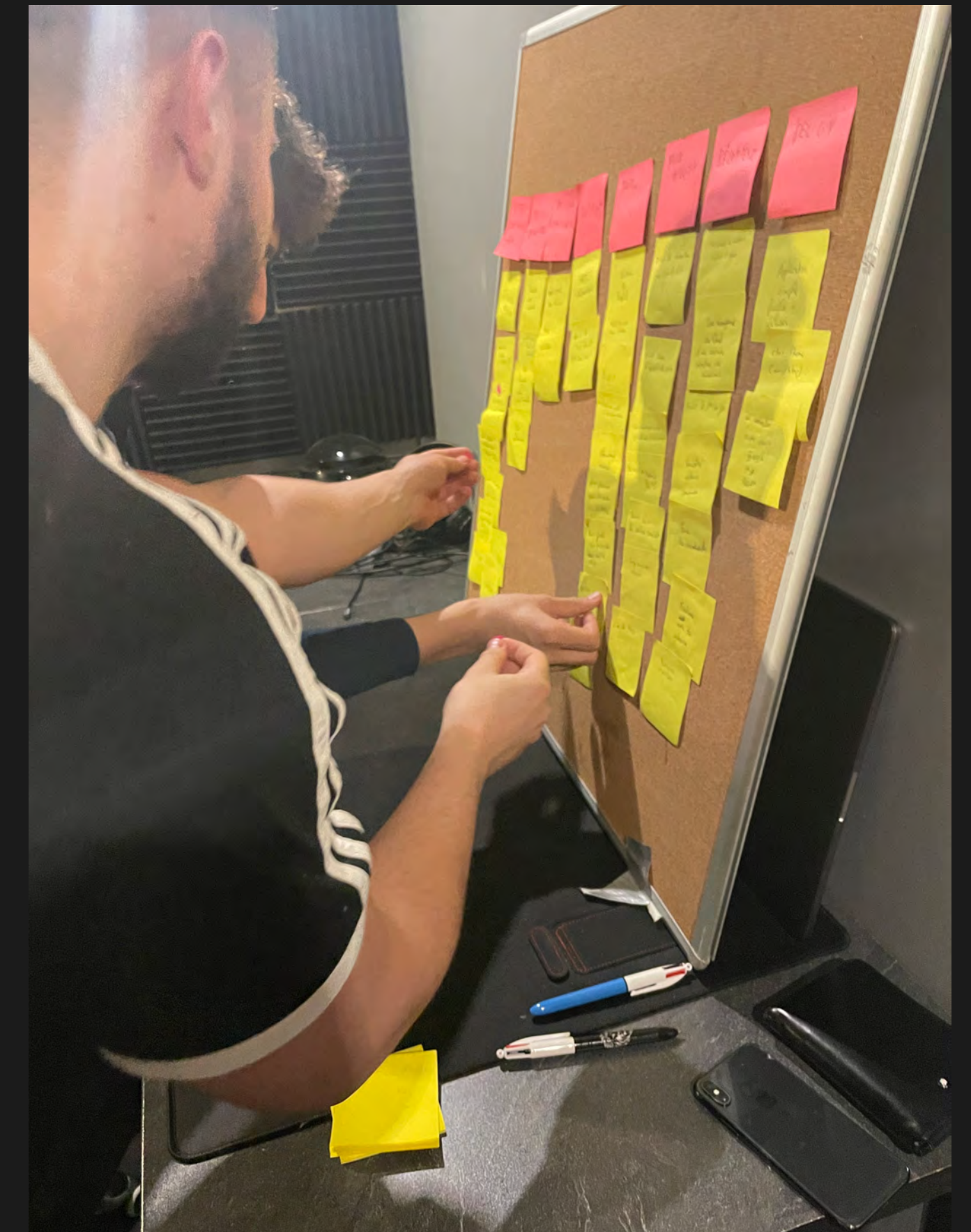
Le brainstorming est un atelier qui demande beaucoup de concentration, c'est pour cela qu'une pause de 15 min est nécessaire pour assurer la concentration des participants lors de l'atelier final



Brainstorming

Difficultés rencontrées:

- Donner la confiance à tout le monde pour générer le plus d'idées que possible, les participants avaient la tendance à ne pas écrire certaines idées en se disant qu'elles ne sont pas "professionnelles".
- Pression entre les participants car un sur les trois avait écrit beaucoup plus de post-its que les deux autres et avait tendance à prendre de dessous; j'ai dû m'assurer que chacun est écouté tour à tour.



Parcourir les idées du brainstorming et vote

Un par un, lire à voix haute les idées en les expliquant aux autres

Durant la lecture nous allons éliminer ensemble les doublons et regrouper les idées qui se ressemblent

Mise en place

Distribuer 3 gommettes à chaque participant (chaque vote sera représentée par une gommette)

Les participants sont invités à placer une ou plusieurs gommettes sur les idées qui séduisent le plus.

Attention

Faire attention d'écouter l'avis de tout le monde avant de passer au vote

Il est important de demander aux participants de voter en même temps pour que les votes ne soient pas influencés par le groupe

Pourquoi cet atelier?

Le brainstorming a permis de mettre en avant certaines fonctionnalités mais aussi d'en dégager d'autres. Il était important de les classer afin de sortir une première version de l'application qui plaise à l'utilisateur.

Durée

Temps total : 1H

45 min pour organiser les idées, 10 min pour laisser les participants réfléchir à leurs votes et 5 min pour voter

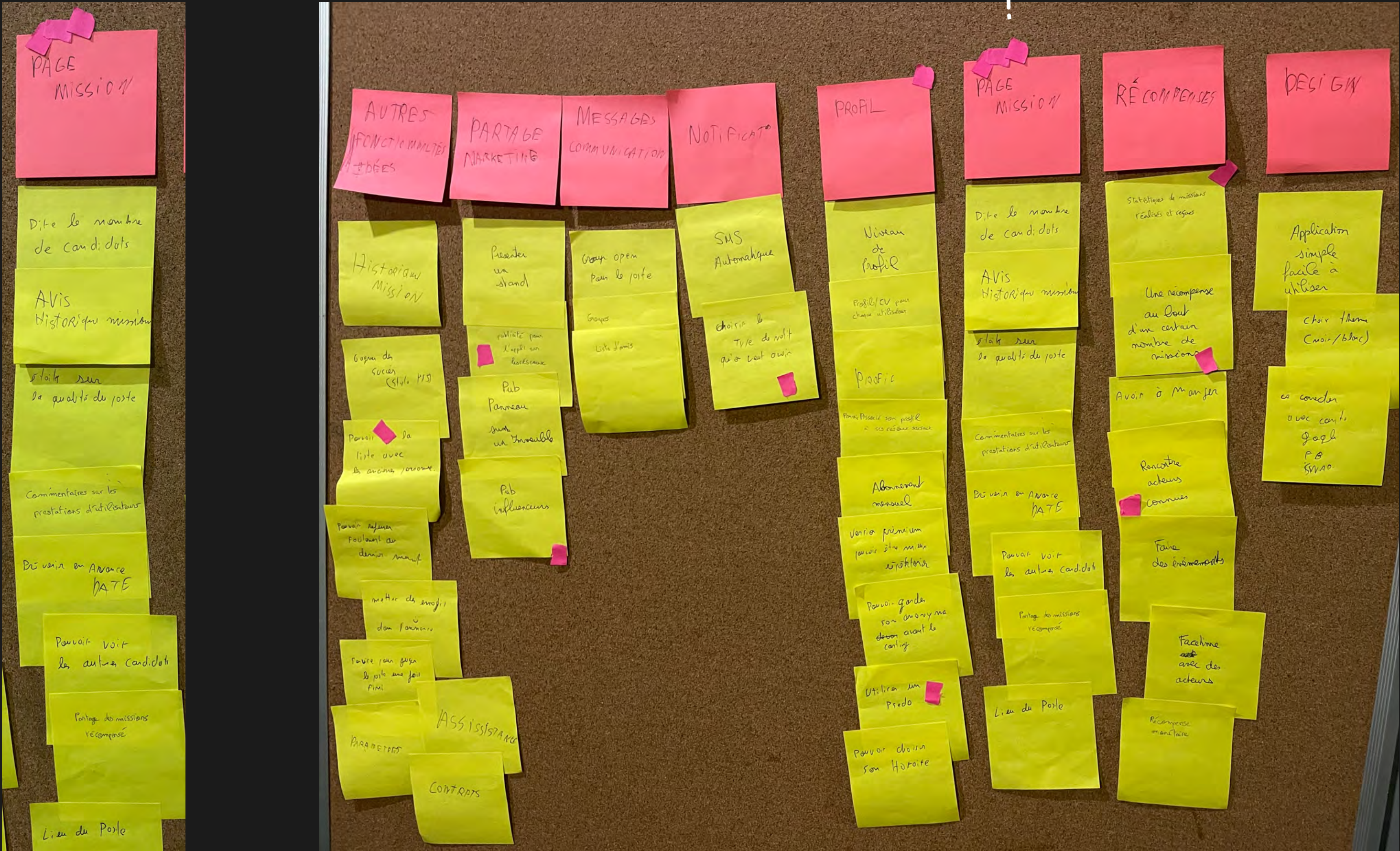
Résultats tri et vote

Observations

- Chaque participant tenait beaucoup à leurs idées, après avoir enlevé les doubles et trié les cartes par catégorie j'ai choisi de leur donner 4 gommettes au lieu de 3 pour leur faciliter la tâche

Résultat vote = Page mission

- Les votes ont été partagés entre des posts-its spécifiques et des catégories mais finalement c'est la catégorie qui comporte tous les détails de l'une mission qui a été votée comme la plus importante



IDÉATION

MVP (Minimum viable product)

Un produit minimum viable est une version d'un produit avec juste assez de fonctionnalités pour être utilisable par les premiers clients qui peuvent ensuite fournir des commentaires pour le développement futur du produit. L'accent mis sur la publication d'un MVP signifie que les développeurs évitent potentiellement un travail long et inutile.

D'après les informations recoltées via l'atelier, les interviews et le questionnaire:

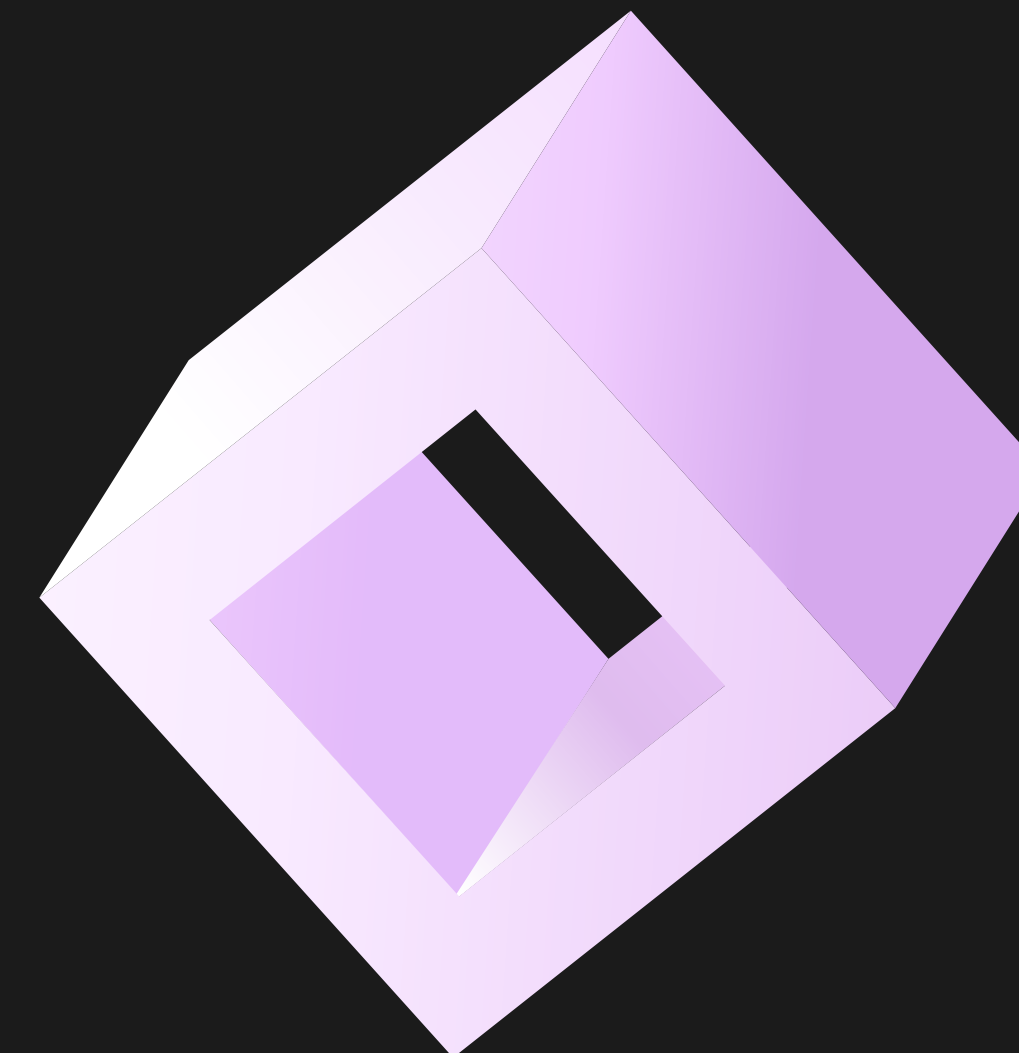
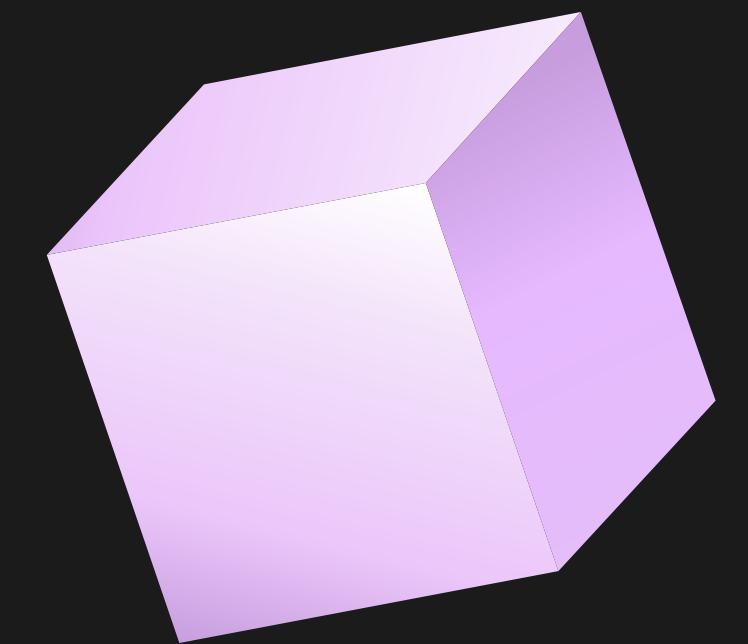
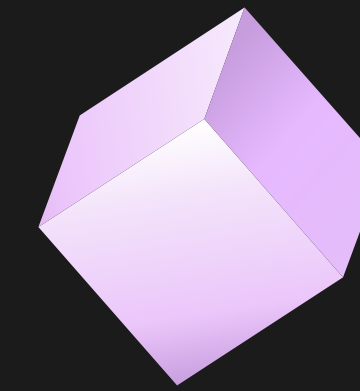
Se concentrer sur une partie:

Même si on observe une audience pour les missions rémunérées et non rémunérées, il vaudrait mieux d'abord se concentrer qu'une des deux. La partie que participants préfèrent est la partie où on met l'accent sur l'expérience. Le fait d'avoir une multitude de missions différents faits vite sembler à un marché "leboncoin" et cela perd les utilisateurs. Nous sommes parti d'un concept au départ qui propose une multitude de missions (questionnaires, tests produits, acteur, mannequinat, etc.) a seulement des expériences uniques de mannequinat et acteurs et puis grâce aux échanges avec les utilisateurs nous avons choisi de se concentrer sur le côté expériences uniques.

Fonctionnalités / solutions:

Mettre en lien les productions et les figurants:

- Profils triées
- Inscription
- Informations profil
- Page mission

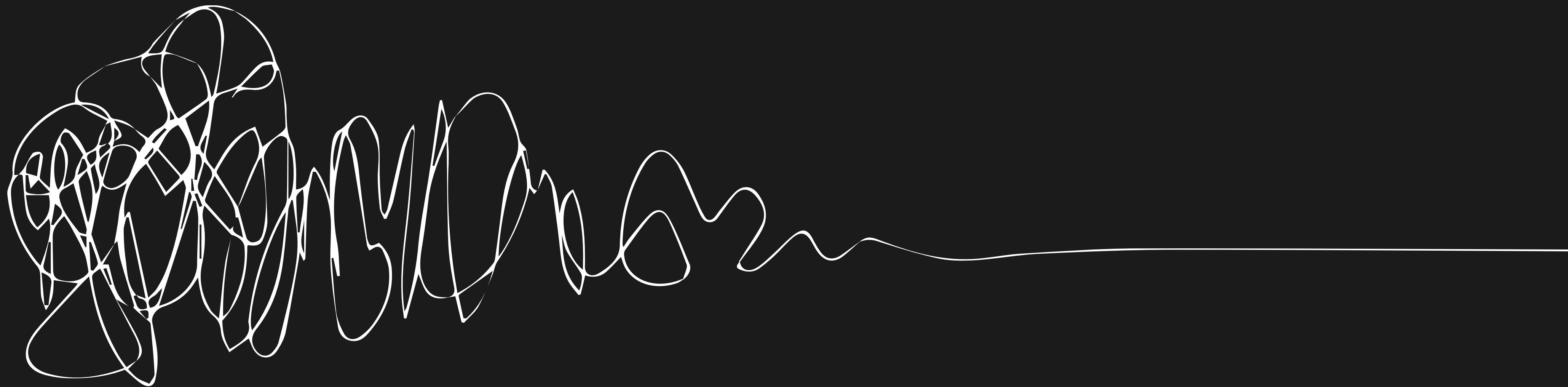


IDÉATION

Optimisation du projet

Concept au début

Concept à après les recherches



Pourquoi?

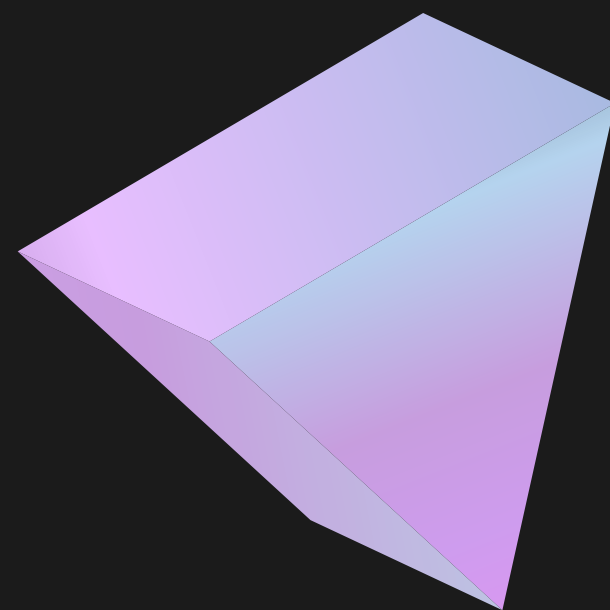
Les différentes recherches ont permis de corriger des erreurs de concept qui était pas clair.
Cela nous évite de travailler sur des idées qui ne fonctionnent pas et donc devoir revenir dessous plus tard.
L'appli visait une audience trop large au départ, restreindre les services la rend plus abordable et compréhensible.

“

Il faut prêter attention à ce que
l'utilisateur fait et non ce qu'il dit

”

Jakob Nielsen



07



CIBLES ET PERSONAS

Qui est notre utilisateur ?



Cibles

COEUR DE CIBLE

Personnes qui utilisent déjà une plateforme similaire et qui s'intéressent à nous via les réseaux (fiver, etc.)

- Pas de contrainte d'âge
- Habitué aux sidejobs
- Familiers aux applications de freelancing

CIBLE PRINCIPALE

Personnes qui ont entendu parler du concept et qui sont potentiellement prêtes à essayer l'application

- Pas de contrainte d'âge
- Curieux de vivre des nouvelles expériences
- S'ennuyent dans leurs temps libre

CIBLE SECONDAIRE

Startups, créateurs de contenus, réalisateurs, personnes qui se sont lancées dans l'entrepreneuriat et veulent embaucher des personnes amateurs

- Pas de contrainte d'âge
- Youtubeurs
- Réalisateurs de films/court-métrages
- Jeunes marques effectuant des shootings ou publicités avec un low budget

CIBLES ET PERSONAS

Fanny Dissez / Cible principale

Biographie

Fanny grandit à la rochelle, quitte la ville pour finir ses études mais y retourne une fois cela fait. Elle vient d'une famille avec 3 frères donc elle a toujours été d'un caractère plus aventurier

Vie profesionnelle

Finit ses études de psychologie a Nantes et actuellement travaille dans un cabinet à La Rochelle

Objectifs

Elle aimerait construire un book et apprendre plus sur le métier de son côté mais ne sait pas commen s'y prendre.

Envis

Pouvoir shooter avec un photographe et échanger sur le milieu.
Effectuer des shoots marrants qui lui permettront aussi de se faire un book

Technologie

Elle est doté d'un ordinateur portable Macbook Air ainsi que d'un phone 13 pro qu'elle apprécie surtout pour la qualité de l'appareil photo.

Activitées et passions

Elle aime le sport et prendre soin de son corps, fait souvent du jogging; En plus de ça elle s'intéresse beaucoup à la mode et aime se prendre en photo pour alimenter ses réseaux sociaux

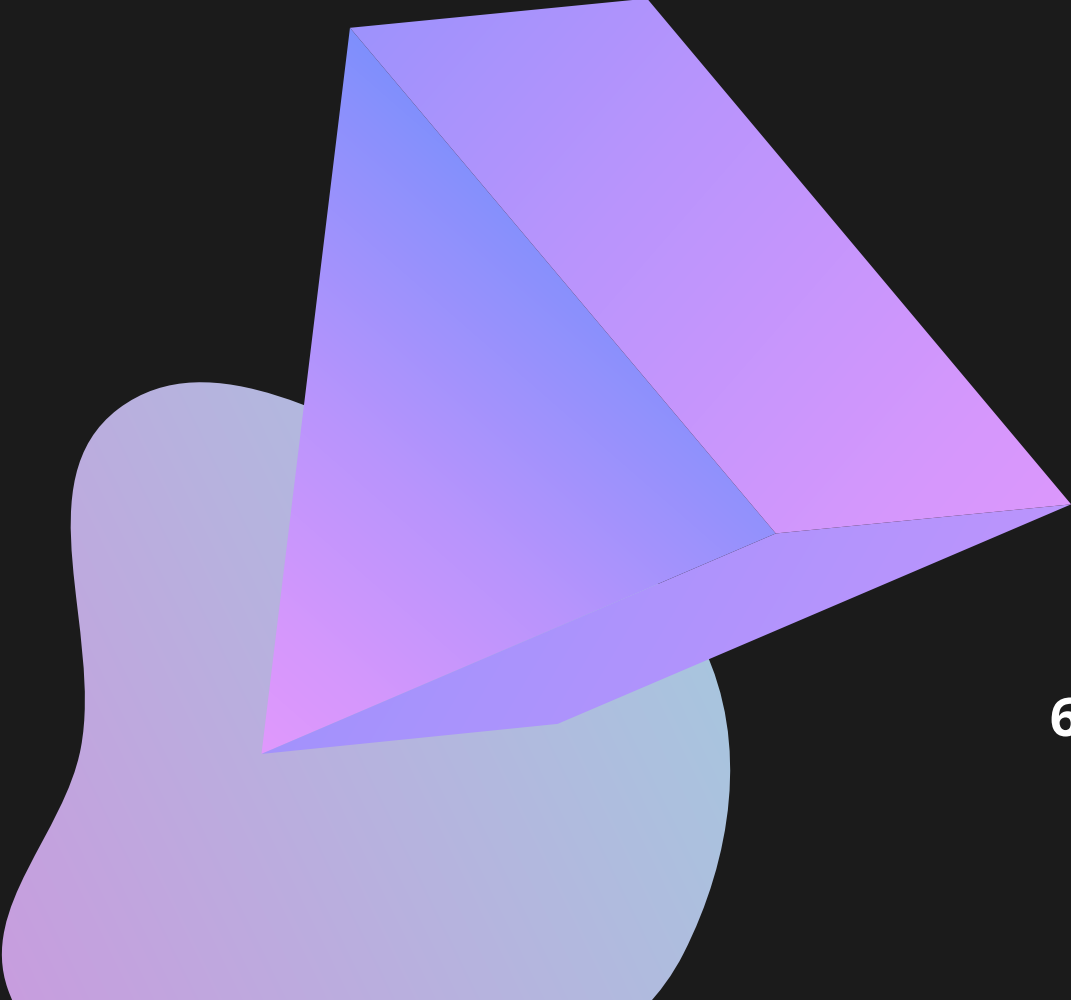
Frustration

Elle aimerait se lancer dans le manequinat/acting mais seulement dans son temps libre. Elle n'est pas du tout en accord avec les conditions des agences.



Age: **24 ans**
Situation: **Célibataire**
Domicile: **La Rochelle**

Séductrice
Minutieuse
Aventuriere



CIBLES ET PERSONAS

Mathilde Dasal / Cible principale

Biographie

Mathilde vit à Clermont Ferrand jusqu’a l’âge de 21 ans puis elle s’installe en Seine Seine et Marne avec son mari ou ils bâtissent une famille avec 3 enfants.

Vie profesionnelle

Travaille dans le domaine ferroviaire comme agente de station depuis 40 ans, elle est responsable de plusieurs stations en gérant des agents moins expérimentés.

Objectifs

Vivre des nouvelles expériences
S’occuper

Envis

Elle a envie de tester de plus de chose que possible, changer tout le temps de missions tout en s’amusant

Technologie

Elle est doté d’un téléphone Samsung d’occasion et d’une tablette qu’elle utilise chez elle dans son temps libre pour lire ou regarder des vidéos.

Activités et passions

Elle fait de la natation et s’intéresse beaucoup à ses enfants et petits-enfants; elle les récupère parfois pour faire des activités ensemble comme du jardinage ou jouer des jeux de société.

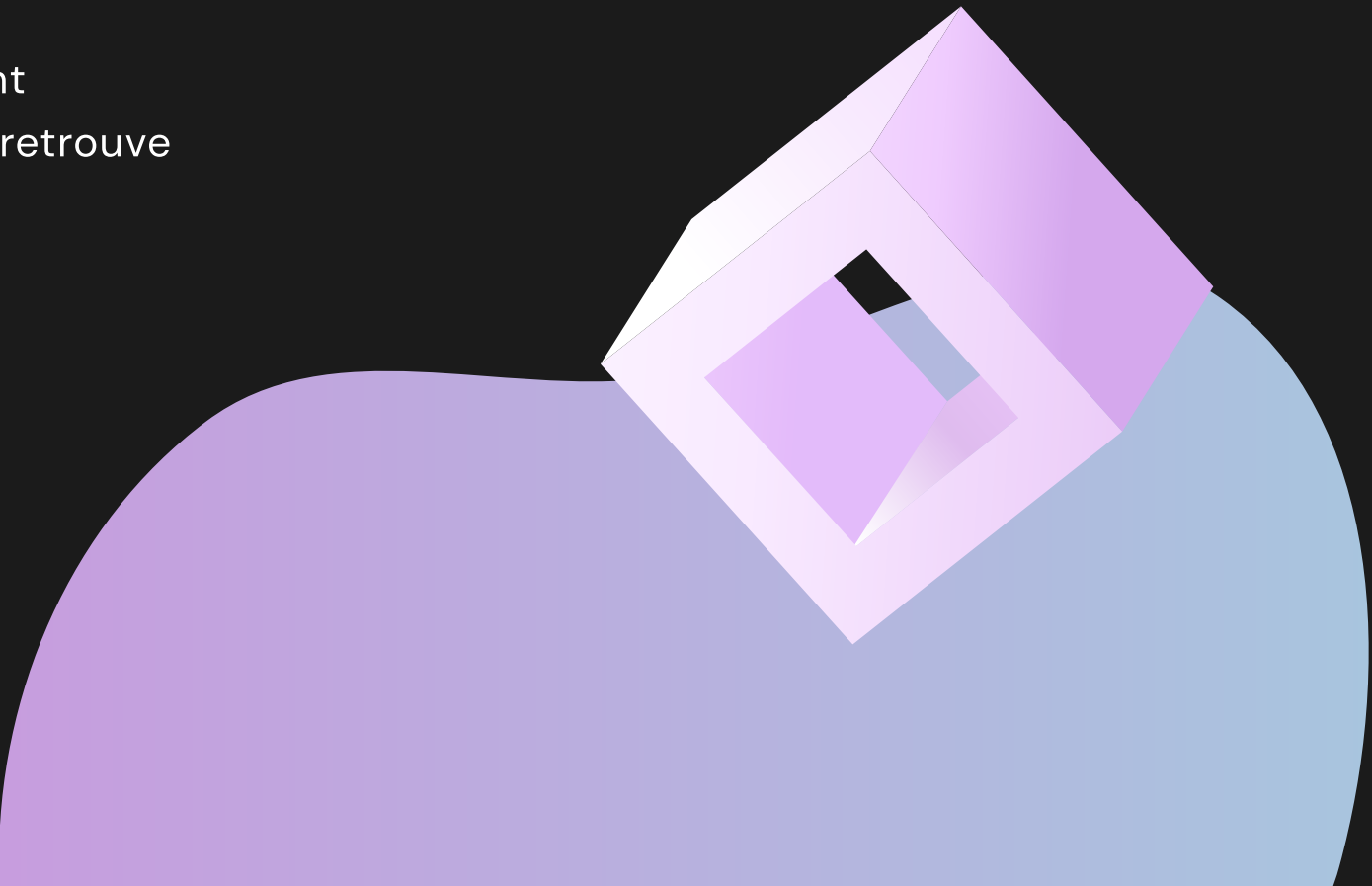
Frustration

Son travail lui permet d’avoir une plage horaire souvent différente des personnes qui l’entourent donc elle se retrouve souvent seule.
Elle aimerait pouvoir s’occuper et vivre des nouvelles expériences pendant ce temps-là.



Age: **56 ans**
Situation: **Veuve**
Domicile: **Seine et Marne**

Prudente
Productive
Ouverte d’esprit



CIBLES ET PERSONAS

Pierre Delahaye / Coeur de cible

Biographie

Pierre grandit dans un petit village à coté de Nice, il déménage sur Paris à l'âge de 18 ans pour ses études ou il reste jusqu'à présent. Il voyage beaucoup et adore essayer des nouvelles choses pour pimenter sa vie.

Vie professionnelle

Il fait des études dans le graphisme mais finit par devenir motion designer, il est habitué aux plateformes de freelance et aux missions grâce à son métier.

Objectifs

Devenir Youtubeur
Être plus sur de lui par rapport au métier et apprendre plus sur le travail de production derrière les vidéos.

Envis

Participer a une vidéo, être témoin de l'organisation et pouvoir poser des questions aux personnes autour.

Technologie

Grâce à son métier de motion designer il est toujours à jour niveau tech. Il possède une tablette graphique ainsi qu'un Macbook Pro et un Iphone de dernière génération.

Activités et passions

Son métier le passionne, il lit des livres et regarde des articles/ vidéo en ligne par rapport à cela; ça lui prend beaucoup de temps sur ses autres activités. Aime faire des vlogs et vidéos de paysages quand il part en vacances.

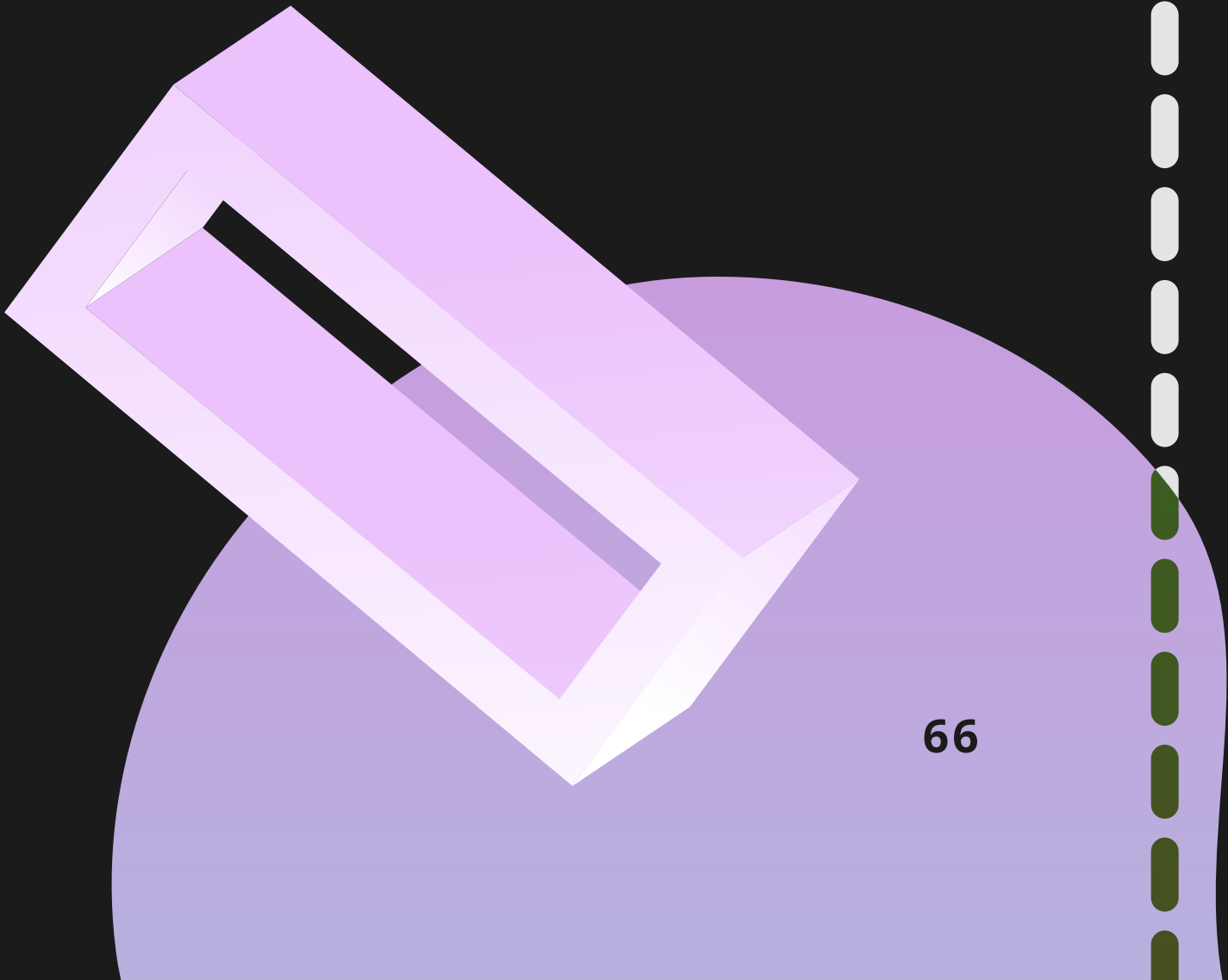
Frustration

Il n'arrive pas à être en lien avec un Youtubeur.
Il n'arrive pas à trouver un moyen pour faire une expérience dans le domaine.



Age: **29 ans**
Situation: **Célibataire**
Domicile: **Paris**

Curieux
Créatif
Drôle
Ambitieux



CIBLES ET PERSONAS

User journey Pierre

1 / Passioné par le Youtube

Il poste des vidéos de temps en temps mais cela ne reste qu'un hobby, il se renseigne sur les forums mais a du mal à trouver des gens qui connaissent bien le milieu.

2 / Contacte les Youtubeurs

Il contacte directement les gros Youtubeurs mais n'arrive pas à avoir de réponse et puis même quand il a des réponses ce n'est pas suffisant pour combler sa curiosité

3 / Participe aux festivals/conventions

Participe a des rassemblements, arrivé à croiser des Youtubeurs mais ceux-là n'ont pas le temps de parler du métier puisqu'ils sont très sollicités (photos/ autographes/ programme à faire)

Probleme

N'arrive pas à joindre des Youtubeurs pour apprendre plus sur le métier.



User journey Pierre / Solution

1 / Regarde une vidéo Youtube sponsorisée par l'app "Cut!"

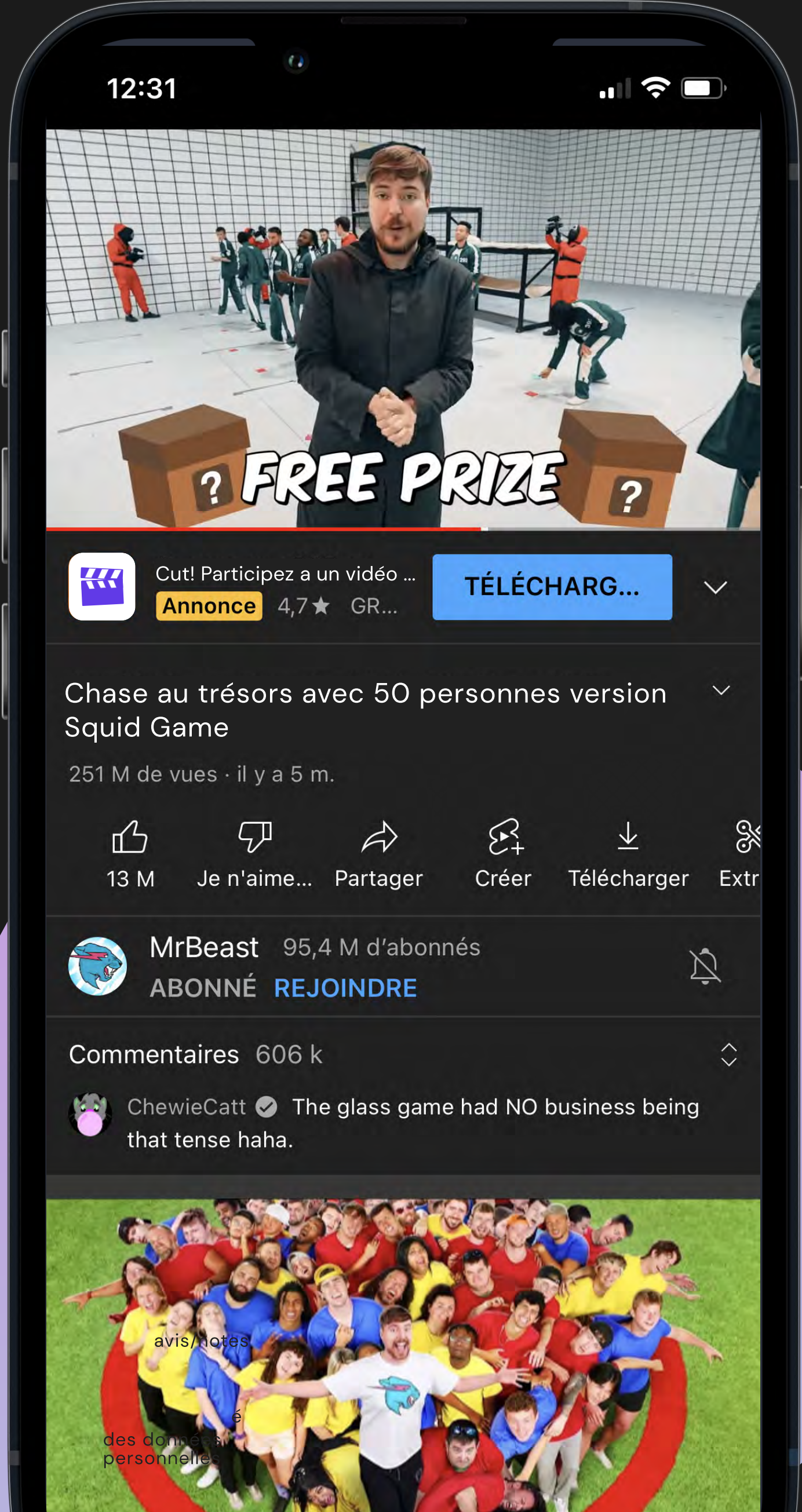
Un Youtubeur qu'il suit se fait sponsoriser par l'app "Cut!" et créer donc une vidéo chase aux trésors avec 50 participants trouvés via l'application, a la fin de l'expérience les participants ont le droit à un pique-nique avec le Youtubeur et son équipe.

2 / Télécharge l'application "Cut!"

Télécharge l'application sur Appstore pour la tester, il espère pouvoir jouer dans une vidéo un jour.

3 / S'inscrit

Il remplit soigneusement la phase d'inscription avec le plus d'informations possible car il veut augmenter ses chances de pouvoir jouer dans une vidéo et être donc en lien direct avec un créateur de contenu.



CIBLES ET PERSONAS

User journey Pierre / Solution

4 / Regarde les différentes annonces

Fait le tour des annonces en lisant les descriptions et les contrats car il veut s'assurer des limites imposées par l'annonceur

5 / S'inscrit pour une vidéo

Son profil correspond aux critères d'une annonce avec un Youtube qui propose de boire un verre après les tournages, cela tombe bien car il est disponible le samedi où la vidéo va être tournée. Il reçoit sa convocation via la messagerie de l'application

6 / Effectue la mission

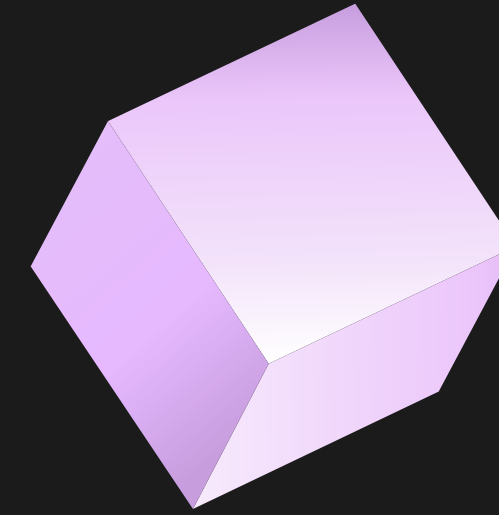
Se présente sur place avec sa convocation, effectue la mission et s'amuse énormément

7 / Récompense : boit un verre avec le youtubeur

Il peut poser beaucoup de questions au after d'après tournage et en apprend énormément sur le métier



08



STORYBOARD & USER FLOW

Comprendre l'utilisateur



Storyboard



Jobs to be done

La méthode des jobs to be done (JTBD) est une approche qui permet de mieux comprendre les motivations profondes de vos clients. Complémentaire à la constitution de personas, elle se concentre sur les raisons pour lesquelles un client “achète” un produit ou service (le Pourquoi). Dans le cadre de l’approche JTBD, les segments d’utilisateurs constitués ne dépendent pas de données démographiques ou psychologiques

Les différentes dimensions

Dimension fonctionnelle

Quelle tâche souhaite réaliser mon client grâce à mon produit ou service?

L'utilisateur veut effectuer des missions dans le domaine qui l'intéresse, s'amuser tout en enrichissant ses connaissances sur le domaine en question via le partage d'expérience de l'équipe travaillant dans le domaine.

Dimension émotionnelle

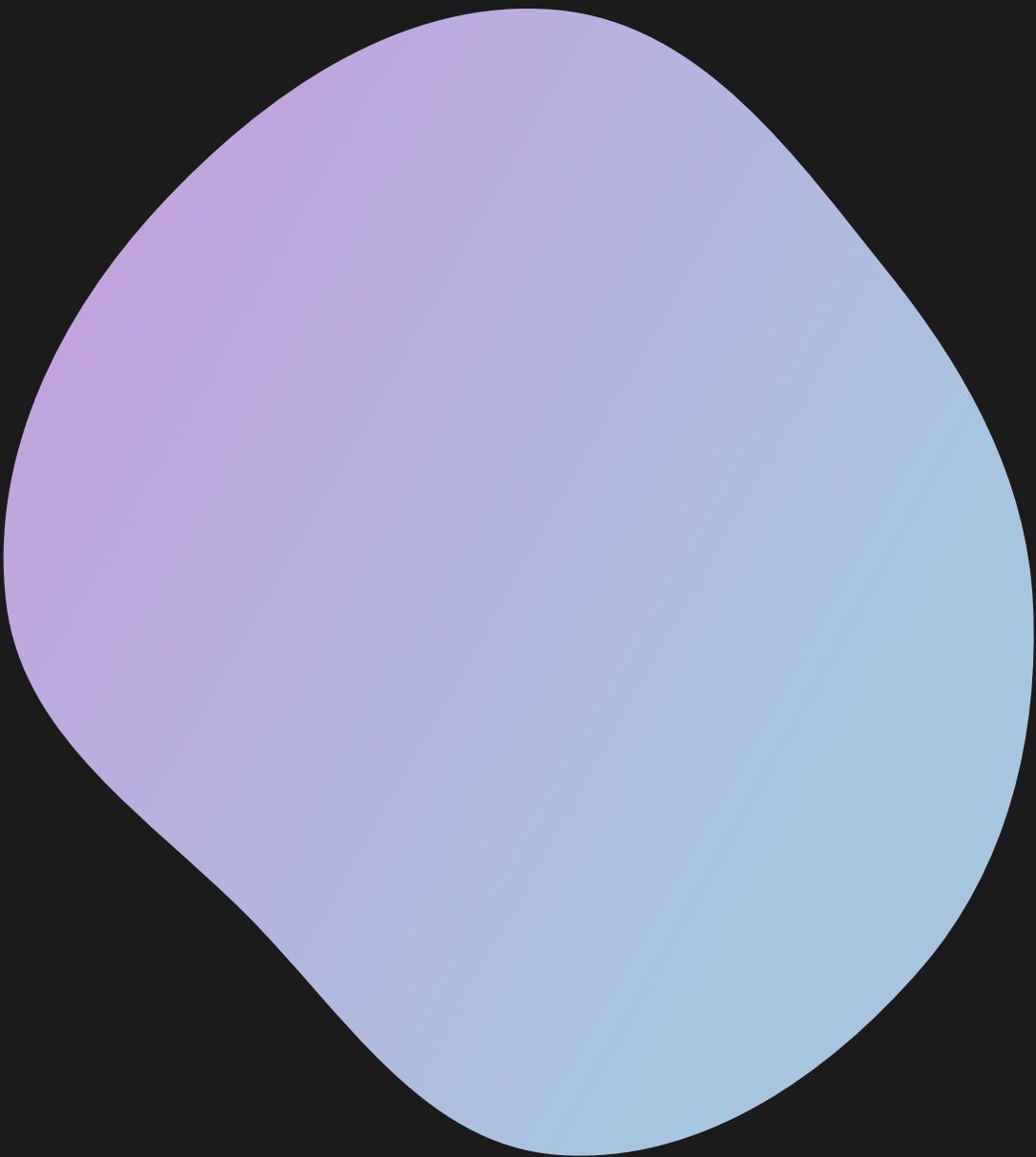
Quelles sont les émotions de votre client lors de la réalisation de sa tâche?

L'utilisateur veut pouvoir trouver facilement les missions qui lui correspondent, que celles-ci soient détaillées et accessibles. Il s'agit d'une nouvelle expérience pour lui donc il aimerait être accompagné le plus que possible. Il veut être sûr que son expérience se passe bien.

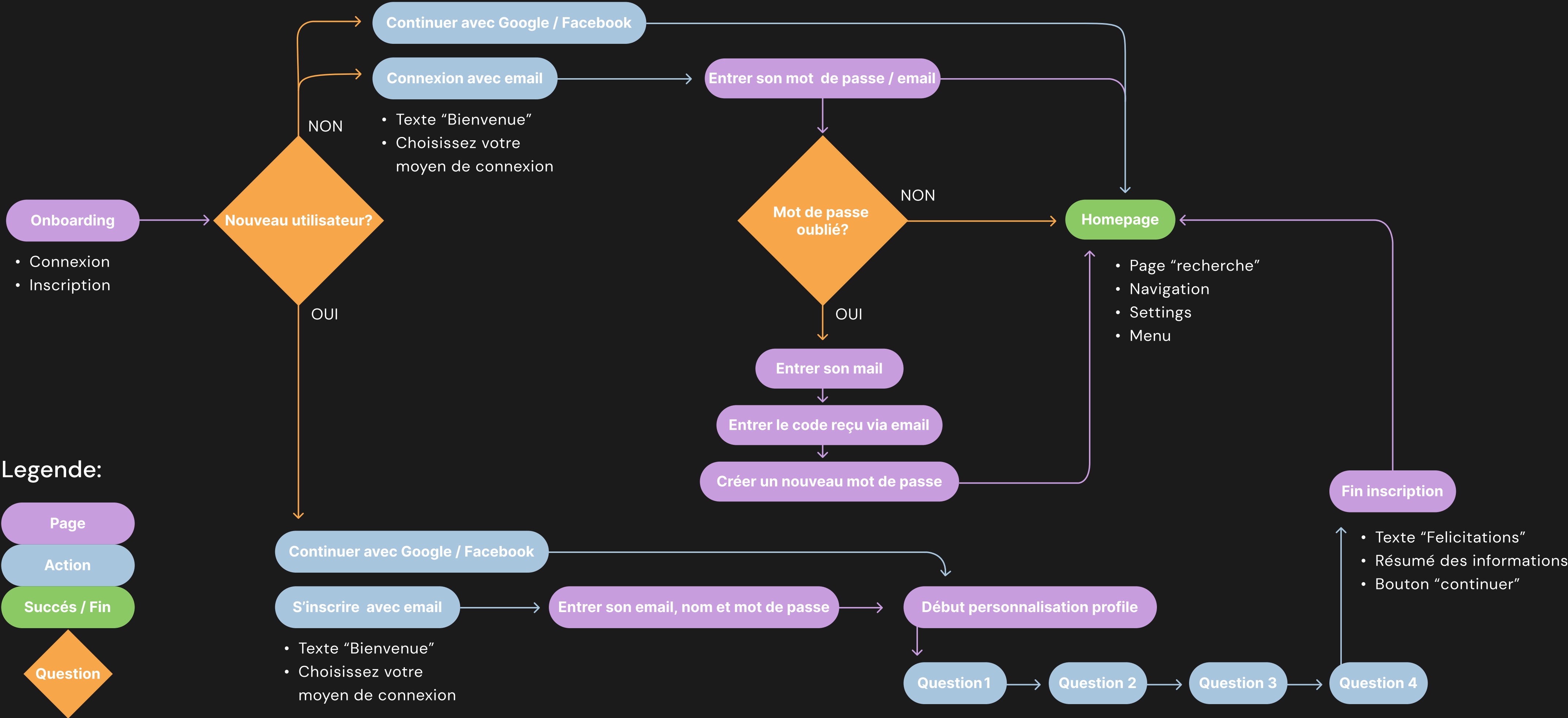
Dimension sociale

Quels sont les effets que produira l'action sur son entourage?

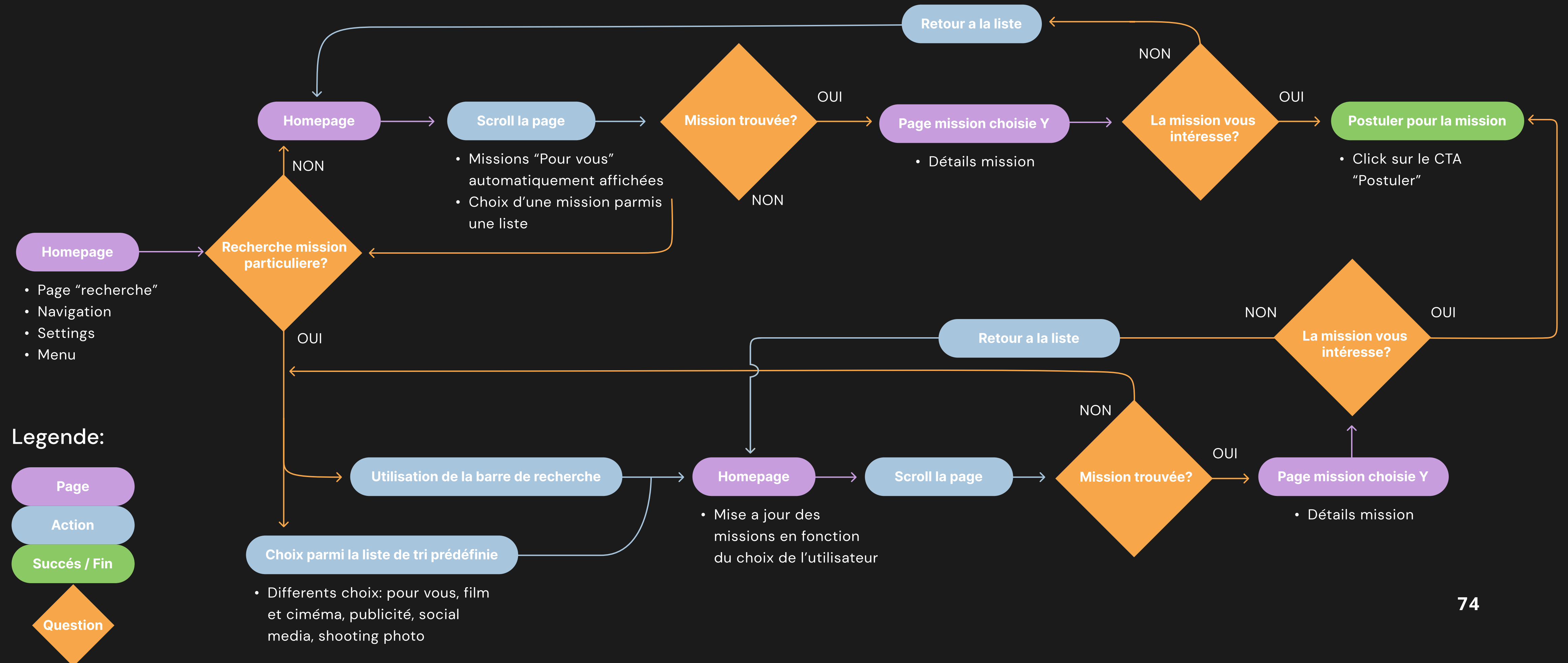
L'utilisateur sera vu comme quelqu'un d'intéressant, qui ose se lancer vers des nouvelles aventures et qui a des anecdotes à raconter.



User flow : Onboarding



User flow : Recherche et postuler pour une mission

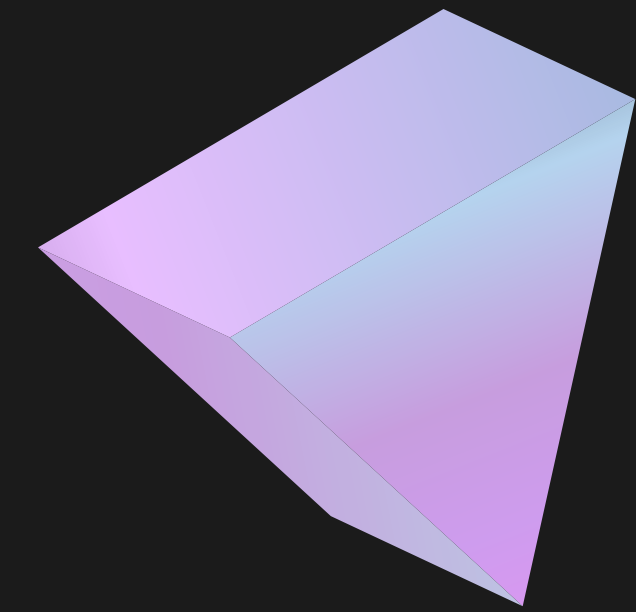
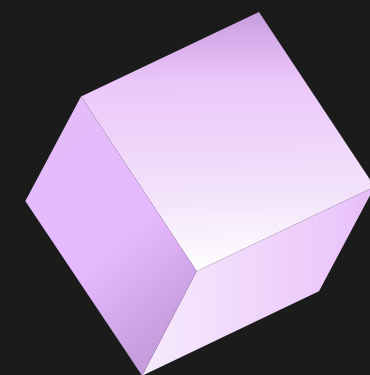


“

L'essence d'un projet, c'est
l'harmonie parfaite entre l'esthétique, —
l'utile et le juste.

”

Frank Lloyd Wright



09

INSIRATIONS & CHARTE GRAPHIQUE

Création d'un univers graphique

INSPIRATIONS

Inspirations benchmark

Les cas étudiées dans le benchmark vont nous servir d'inspiration, surtout au niveau de l'organisation interne de l'application:

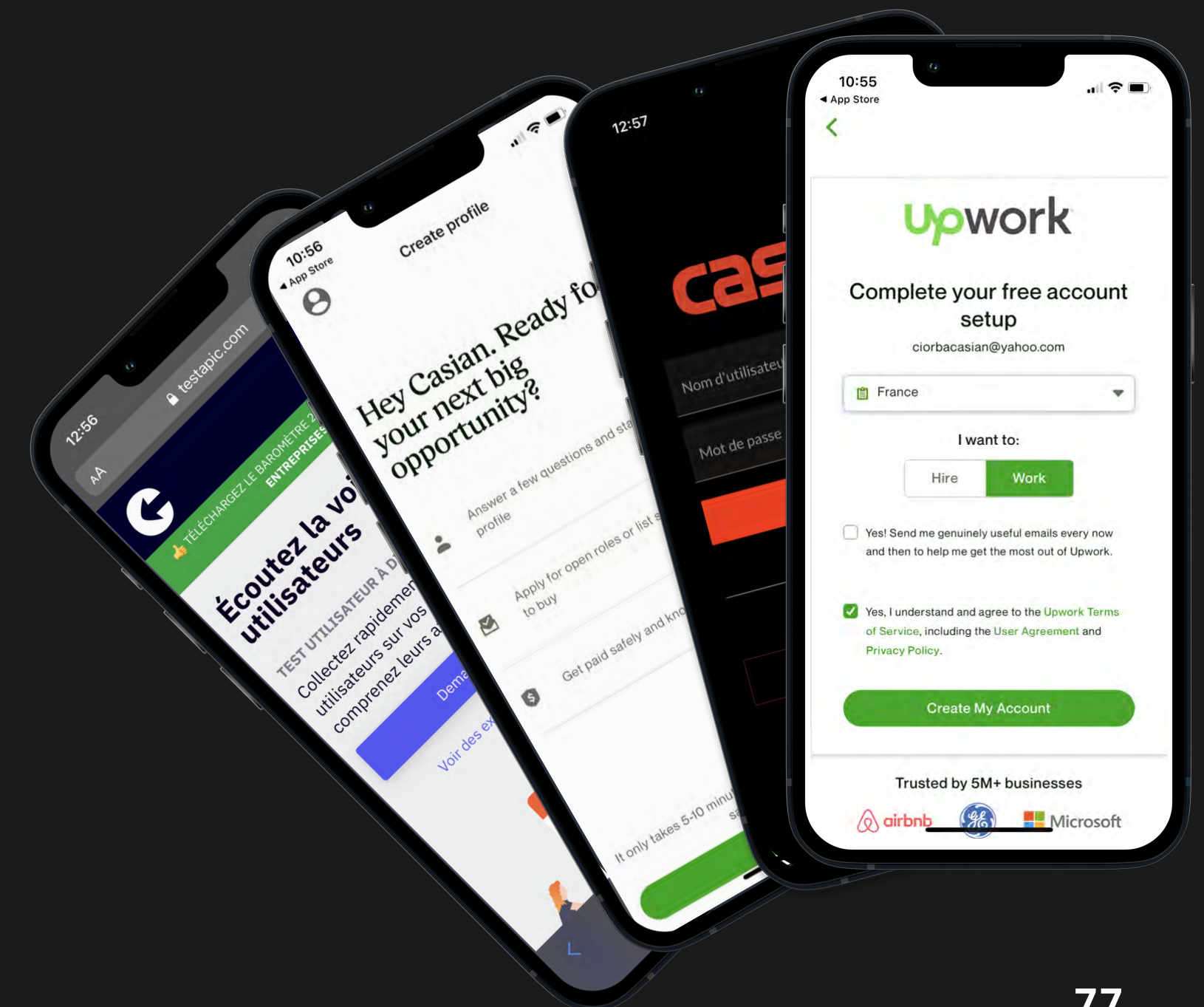
- Filtres
- Catégories
- Inscription
- Organisation
- etc.

KICKSTARTER

casting

backstage★

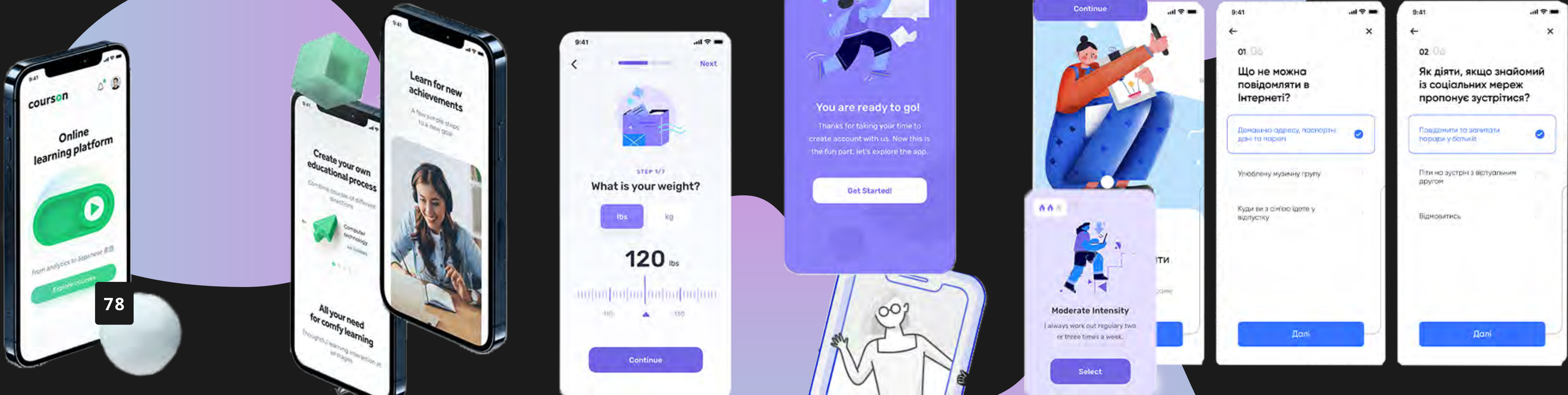
upwork



INSPIRATIONS

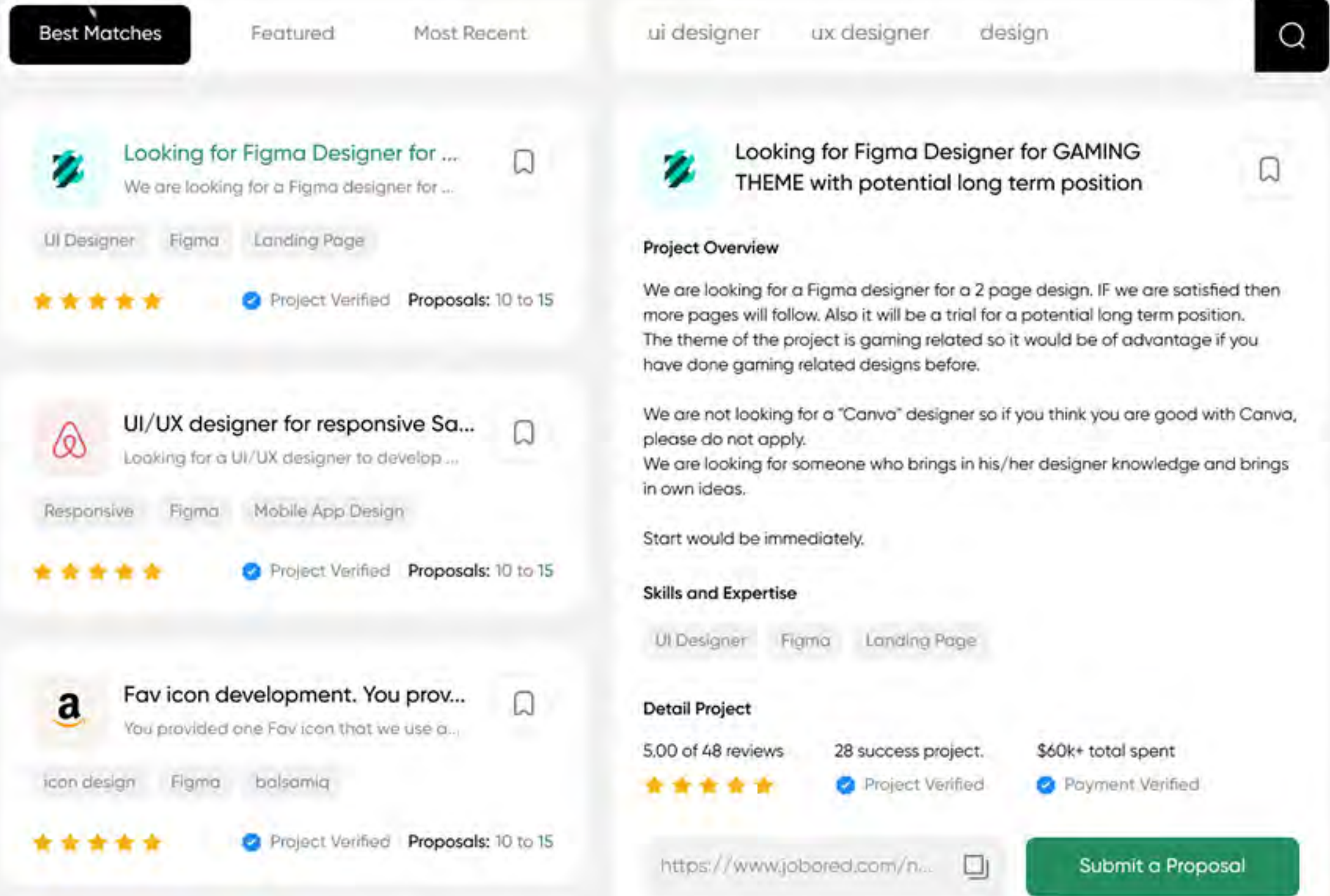
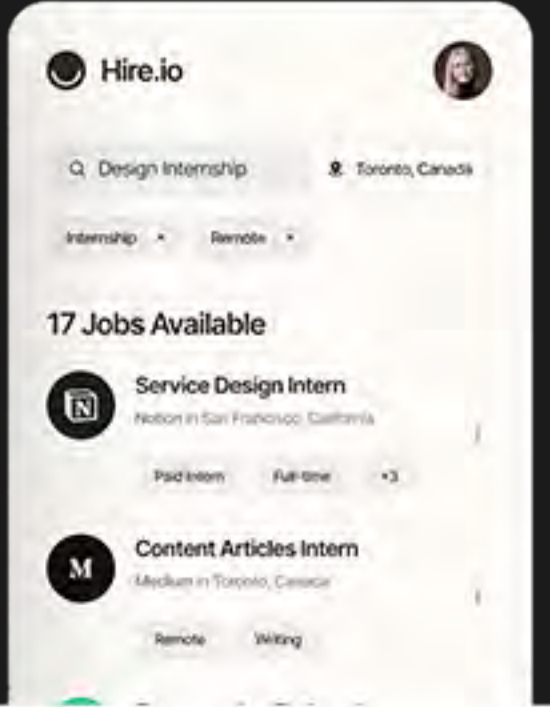
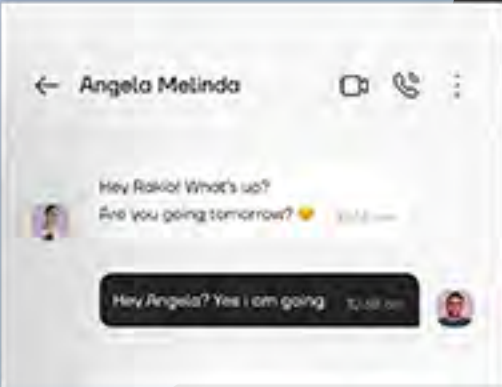
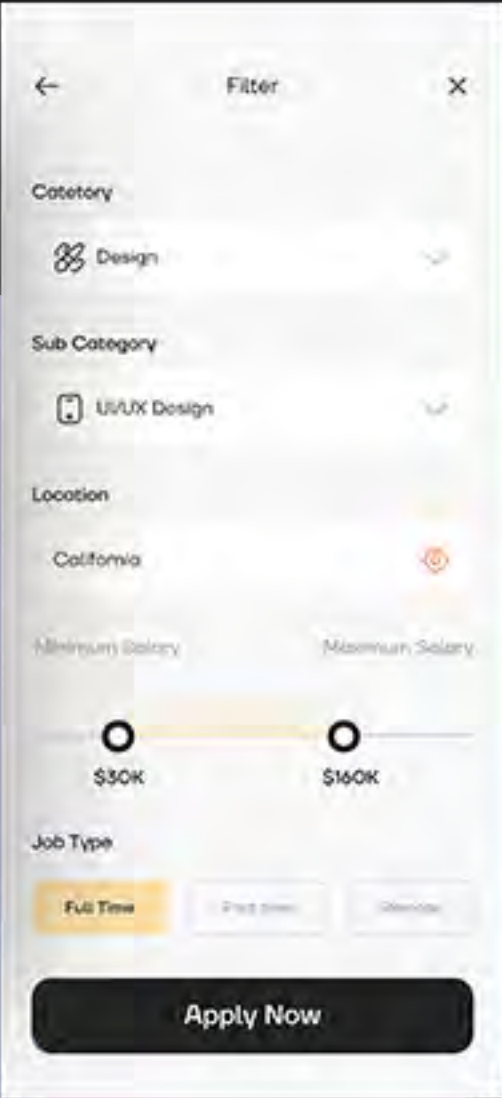
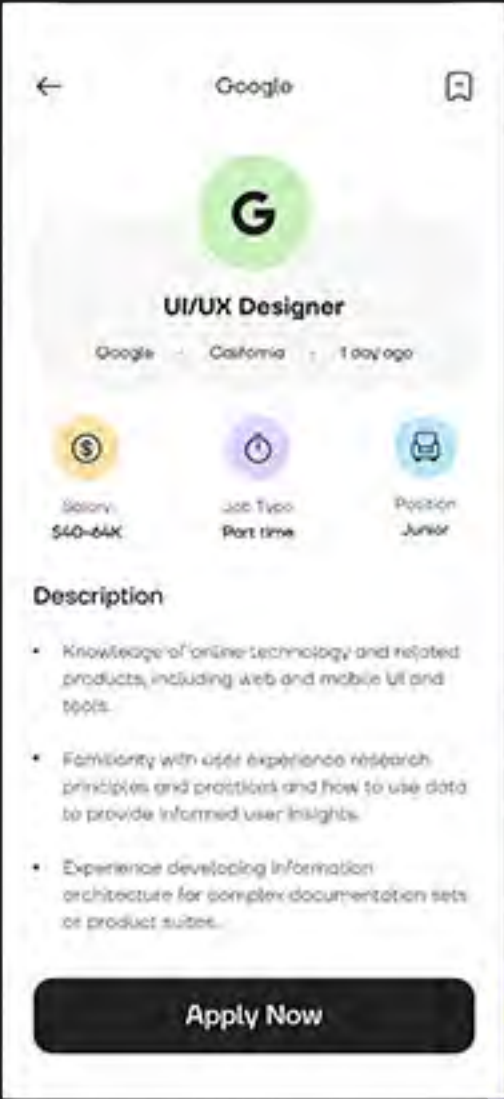
Moodboard

Quelques images récupérées sur différents sites comme Behance, Awwwards ou Dribbble; elles nous permettront a créer notre univers graphique.



INSPIRATIONS

Moodboard



CHARTRE GRAPHIQUE

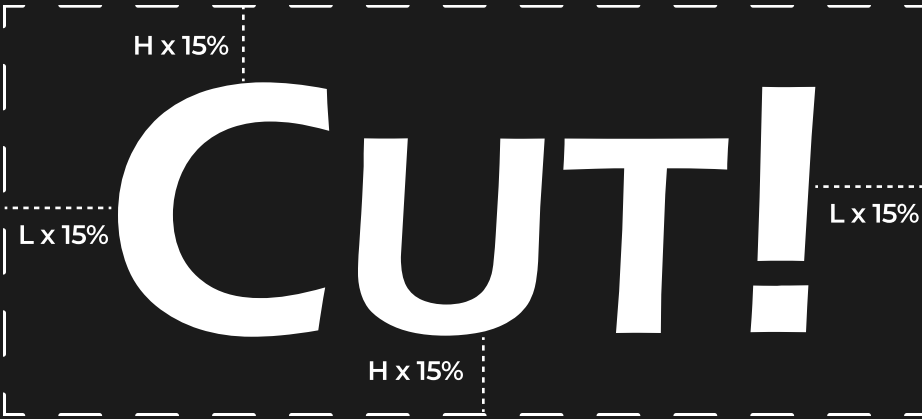
Logo

Cut!

- Fait reference au fameux “action” en debut de tournage
- Facile a retenir, comprehensible dans une multitude de langues

Distances de sécurité

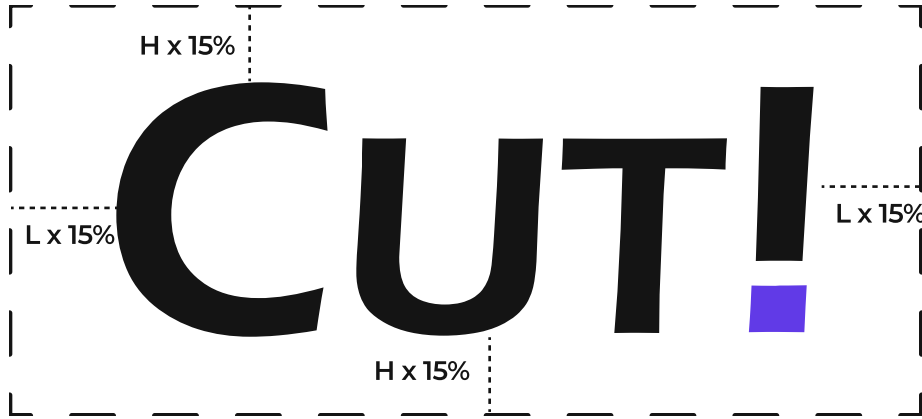
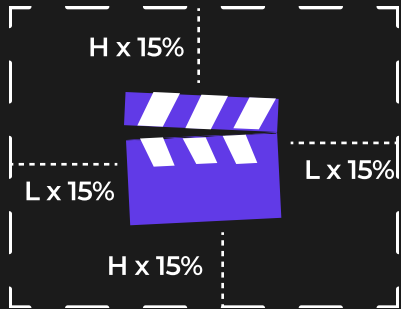
- Distance de sécurité horizontale = Largeur du logo * 15%
- Distance de sécurité verticale = Hauteur du logo * 15%



Typographie – Eras Demi ITC

- Très lisible, sans serif
- Pointué donc en accord avec le mot “cut!”

Respecter les proportions ⚠



Typographie

Neue Montreal

A, B, C, D, E, F, G, H, I, J,
k, l, m, n, o, p, q, r, s, t,
u, v, w, x, y, z.
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Compatibilité

Conçue pour obtenir un format optimal et idéal pour le web et mobile, permet de garder une certaine uniformité de l'application.
L'espacement entre les lettres est moins grand comparé aux polices classiques ce qui nous permet d'avoir des mots plus imposants sur une écran mobile qui est relativement petit.

Lisibilité

Neue Montreal est de type néo-grotesque, sans serif; Elle est facile à utiliser, à lire et laisse plus de place à l'impact visuel qui l'entoure.
Elle va nous permettre de bien hiérarchiser les informations présentes dans l'application.
Nous allons utiliser cette typographie principalement pour les textes courants.



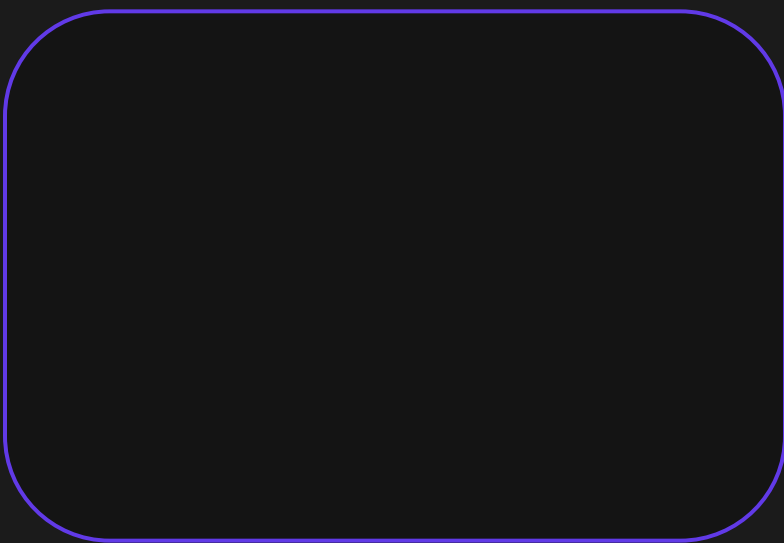
Couleurs principales



Blue Magenta

Hexa: #613AE7
RGB: 97, 58, 231
CMJN: 58 75 0 9 (%)

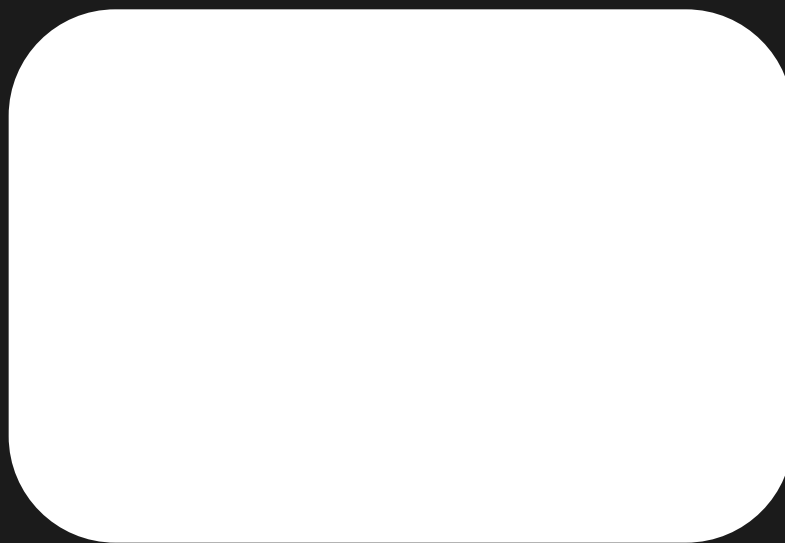
Blue Magenta est la couleur par excellence des rêveurs, des personnes spirituelles plutôt que matérielles. Elle a des vertus apaisantes sur les esprits ; Influence le développement spirituel. Met l'accent sur le côté magique des expériences exceptionnelles.



Noir

Hexa: #141414
RGB: 20, 20, 20
CMJN: 0 0 0 92 (%)

Le Noir suggère la discipline, le pouvoir, mais aussi la sophistication, le succès... et un brin de conservatisme. Met en valeur le Blue Magenta.



Blanc

Hexa: #FFFFFF
RGB: 255, 255, 255
CMJN: 0 0 0 0 (%)

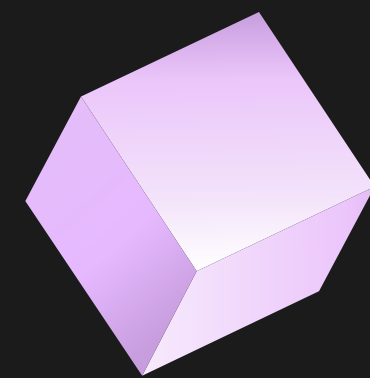
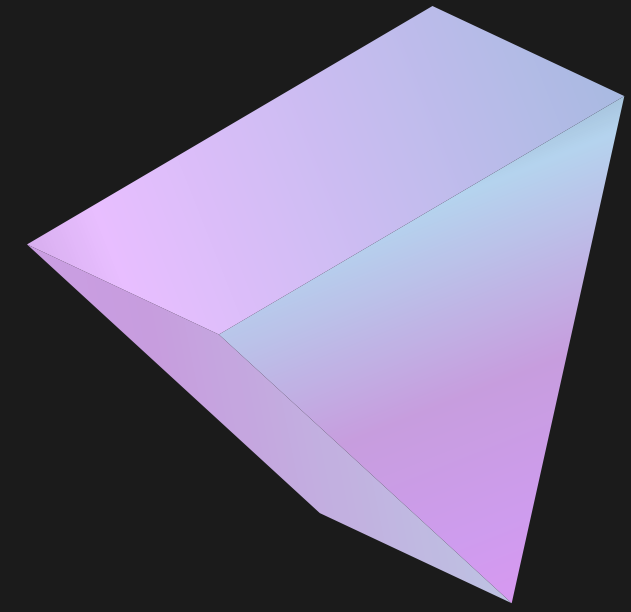
Le Blanc représente la pureté et l'innocence, et c'est la couleur de choix pour créer un design minimaliste. C'est une couleur simple, sobre et moderne. C'est également la couleur la plus neutre de toutes et elle peut être très utile comme couleur de base pour mettre d'autres couleurs en valeur.

“

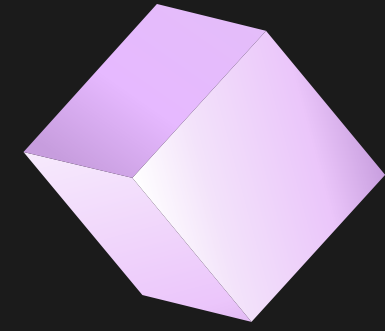
Une marque c'est juste une image, et
les images finissent toujours par
rejoindre la réalité à un moment ou à
un autre.

”

Elon Musk

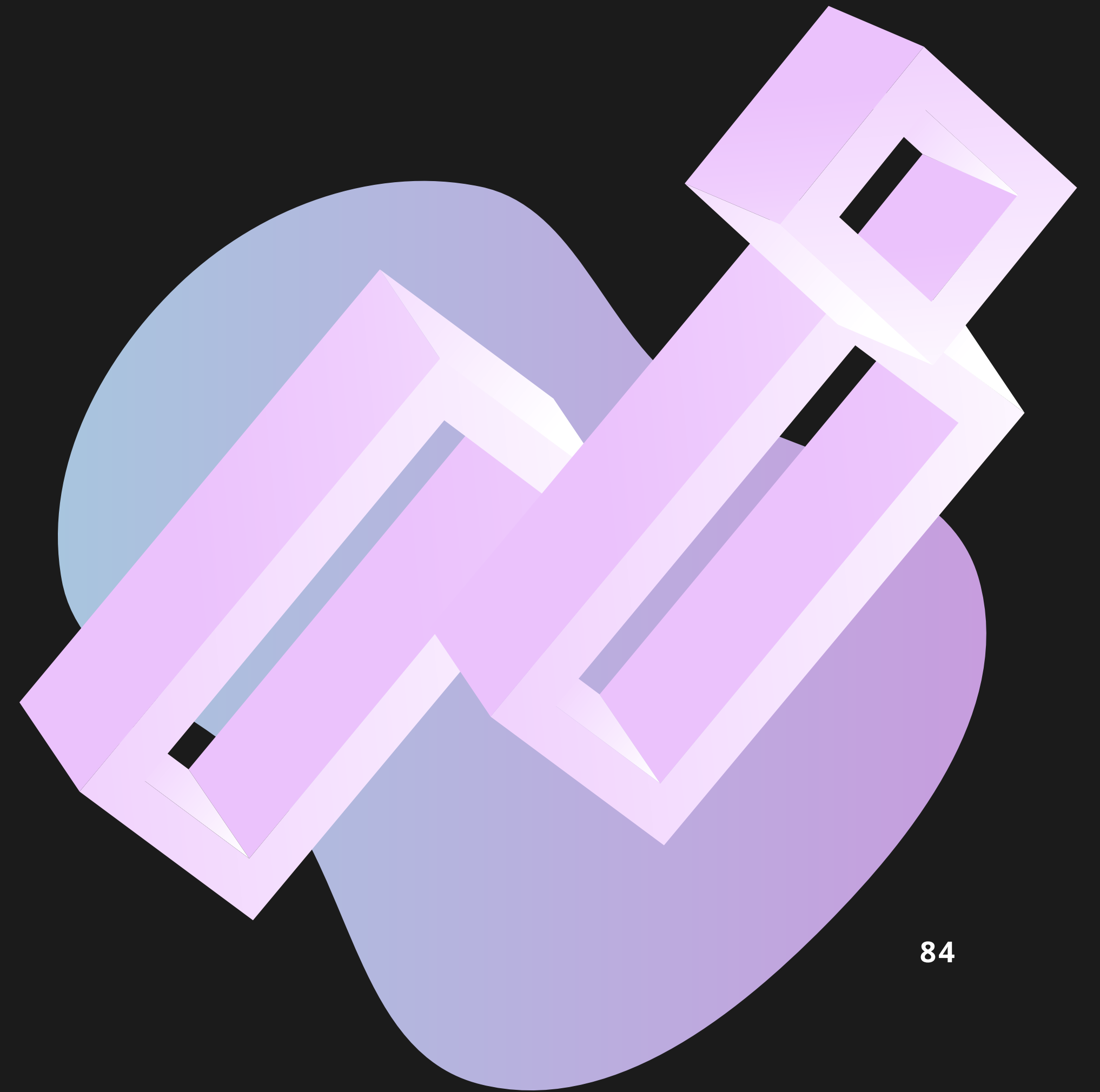


10



WIREFRAME

La structure de l'application



Wireframe

Un wireframe est un guide visuel qui représente le cadre squelettique d'une interface. Le flux de travail de conception de l'expérience utilisateur comprend généralement des croquis sur papier, des wireframes de basse fidélité de base, moyenne et de haute fidélité, des wireframes interactifs ou des prototypes.

Wireframe moyenne fidélité

C'est quoi?

Un wireframe de moyenne fidélité (WMD) est un pas en avant par rapport à son homologue de basse fidélité. Les WMD auront plus de détails, y compris un espacement précis, des titres et des boutons.

Pourquoi ce choix?

Notre WMD est suffisamment détaillé pour réaliser directement les tests avec et effectuer l'itération avant de passer à la conception finale



WIREFRAME

Wireframe

Tous les wireframes sont disponibles sur le document figma accessible avec les liens ci-dessous:

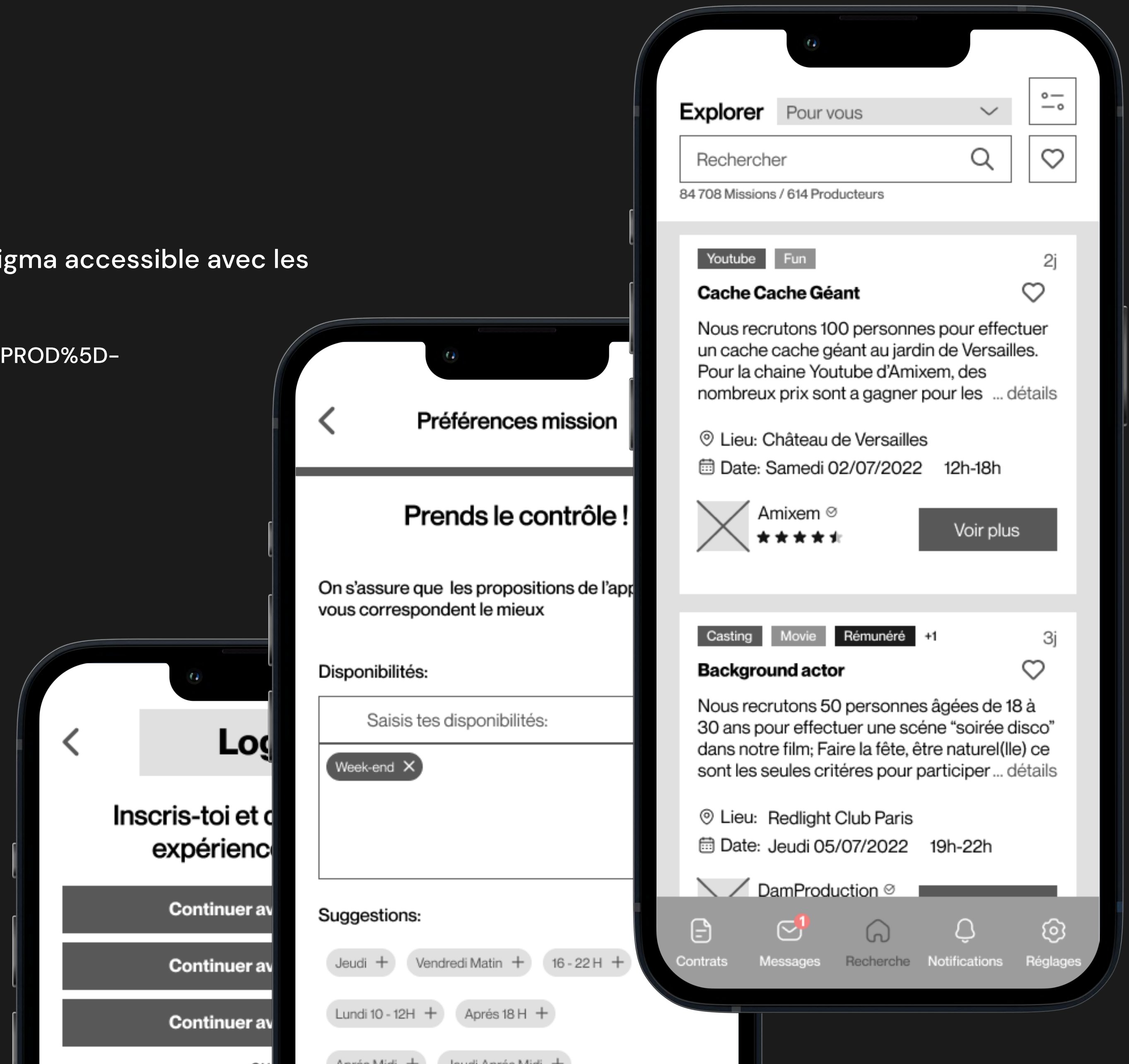
<https://www.figma.com/file/zsh7Oswzkha7WiOA5PNBP0/Cut!-%5BPROD%5D-Prototype---Casian-Ciorba?node-id=2%3A5>



Figma



QR Code



Accéder au prototype

Avec les liens précédents, suivre les étapes suivantes pour accéder au prototype:

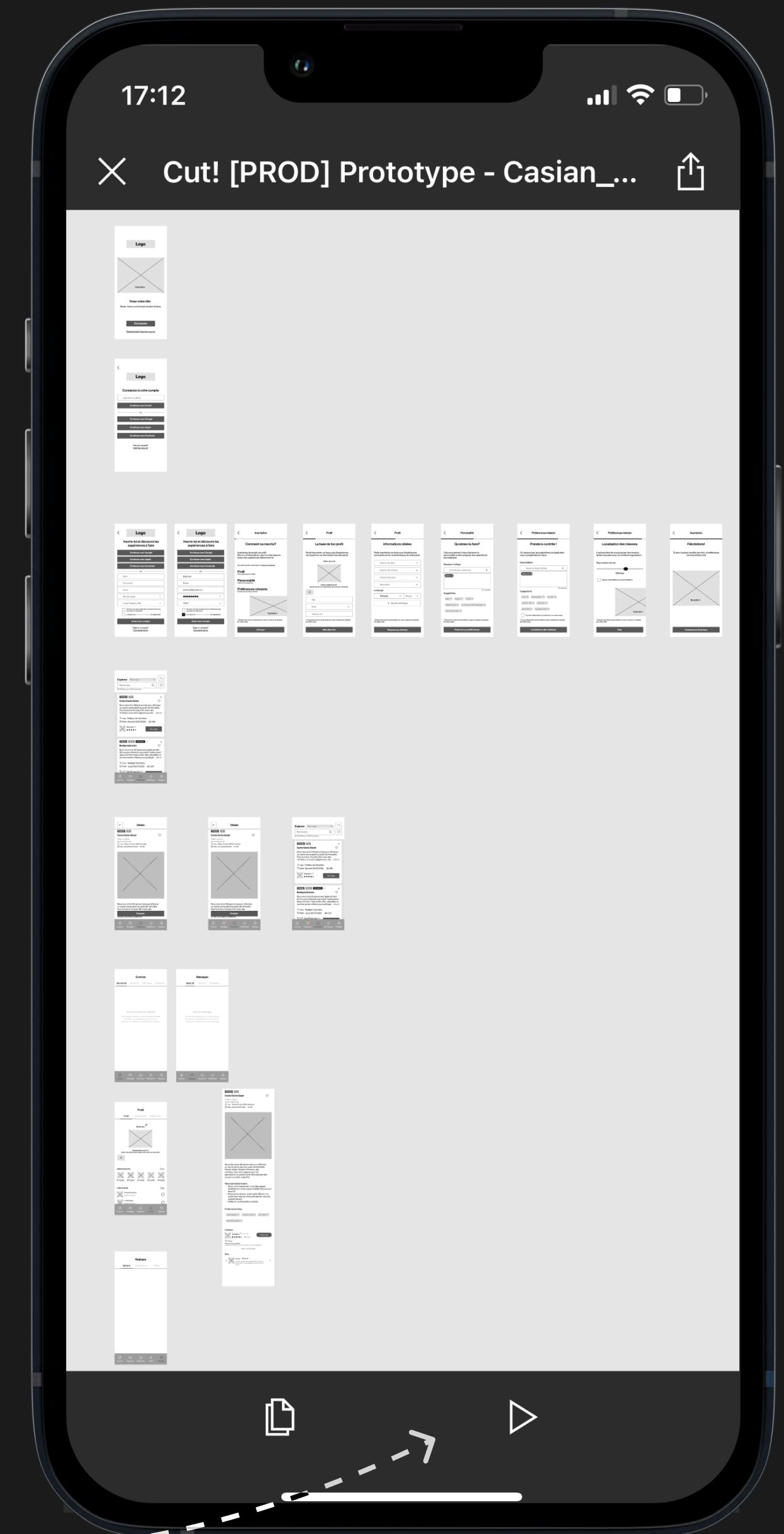
- Télécharger l'application "Figma" via AppStore ou GooglePlay (ou sur votre ordinateur)
- Ouvrir le dossier grâce au lien ou en scannant le Qr code
- Appuyez sur le bouton play pour démarrer la simulation du prototype



Figma



QR Code



11

TESTS & ITÉRATION

Le retour des utilisateurs

Protocole des tests



PARTICIPANTS:

Adrien, 24 ans (sur place)
Patricia, 19 ans (sur place)
Christian, 22 ans (en visio)
Denisa, 28 ans (en visio)

OUTILS:

Wireframe moyenne fidelité

OBJECTIF:

Rechercher les points de blockage des utilisateurs et récolter des données afin d'améliorer l'application

Phase 1: Inscription

Adrien

- Arrive à finir l'inscription
- 15 maximum pour les hobbies semble peu
- Les exemples ont aidé à expliquer le contenu
- Rajouter une touche d'interactivité entre les pages, peut-être des animations

Patricia

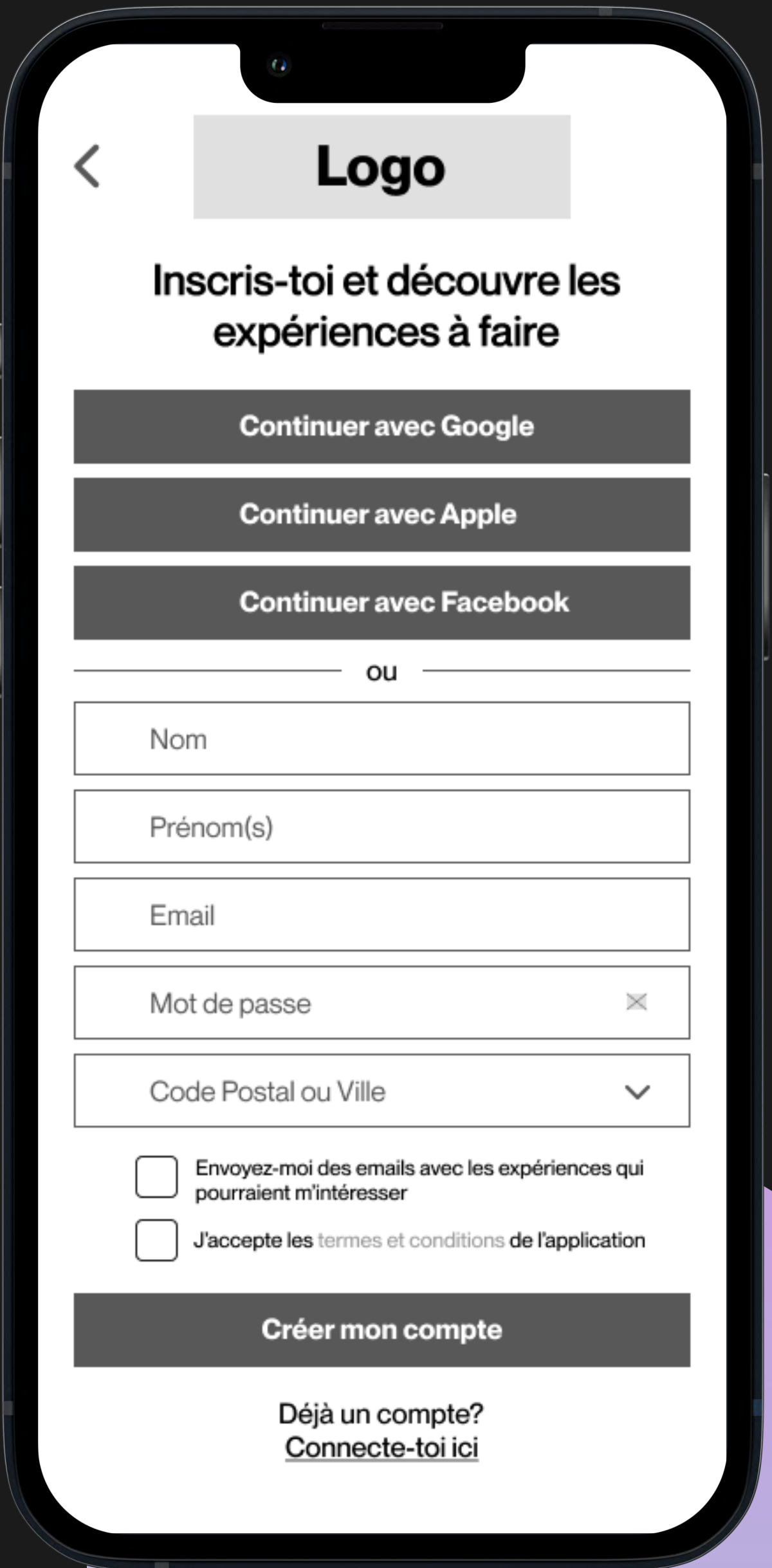
- Arrive au bout de l'inscription
- Le fait de pouvoir sauter des étapes est très cool
- Pas assez colorée
- Le fait de pouvoir revenir en arrière sur nos choix est rassurant

Christian

- Arrive au bout de l'inscription
- Trouve la demarche rapide sinon il aurait arrêté à la moitié
- Il saute la majorité des parties pour voir au plus vite les missions

Denisa

- Arrive au bout de l'inscription
- Pas de textes/informations inutiles, faciles à comprendre
- Cheminement agréable, en 3 parties et tout facultatif
- Aime particulièrement la partie "disponibilité", très importante pour elle



TESTS & ITÉRATION

Phase 2: Comprendre une mission et postuler

Adrien

- Arrive jusqu'à la fin de l'expérience
- Traditions assez violentes
- Le fait penser à l'application "indeed", il se sent à l'aise avec la navigation
- Typo trop petite a quelques reprises

Patricia

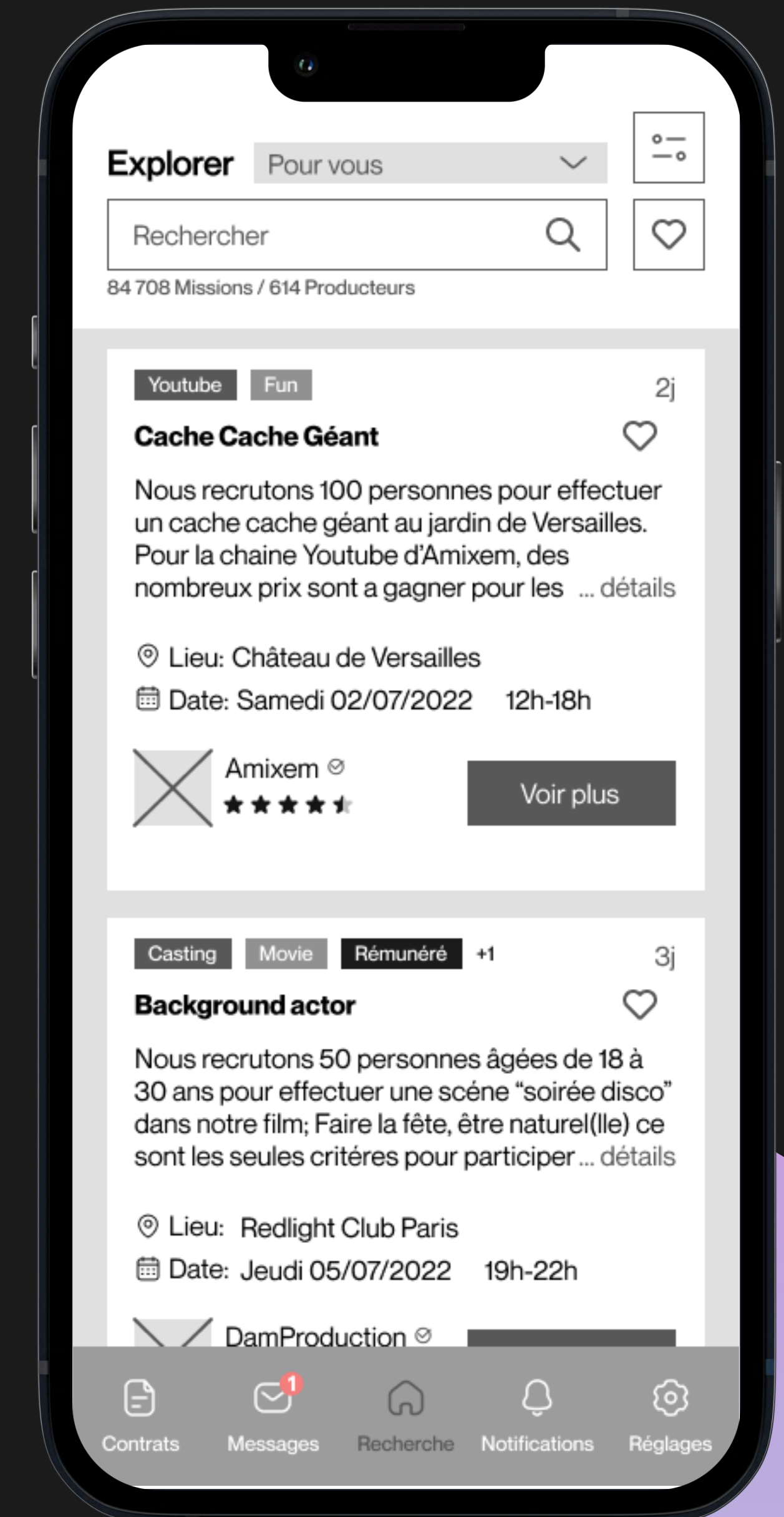
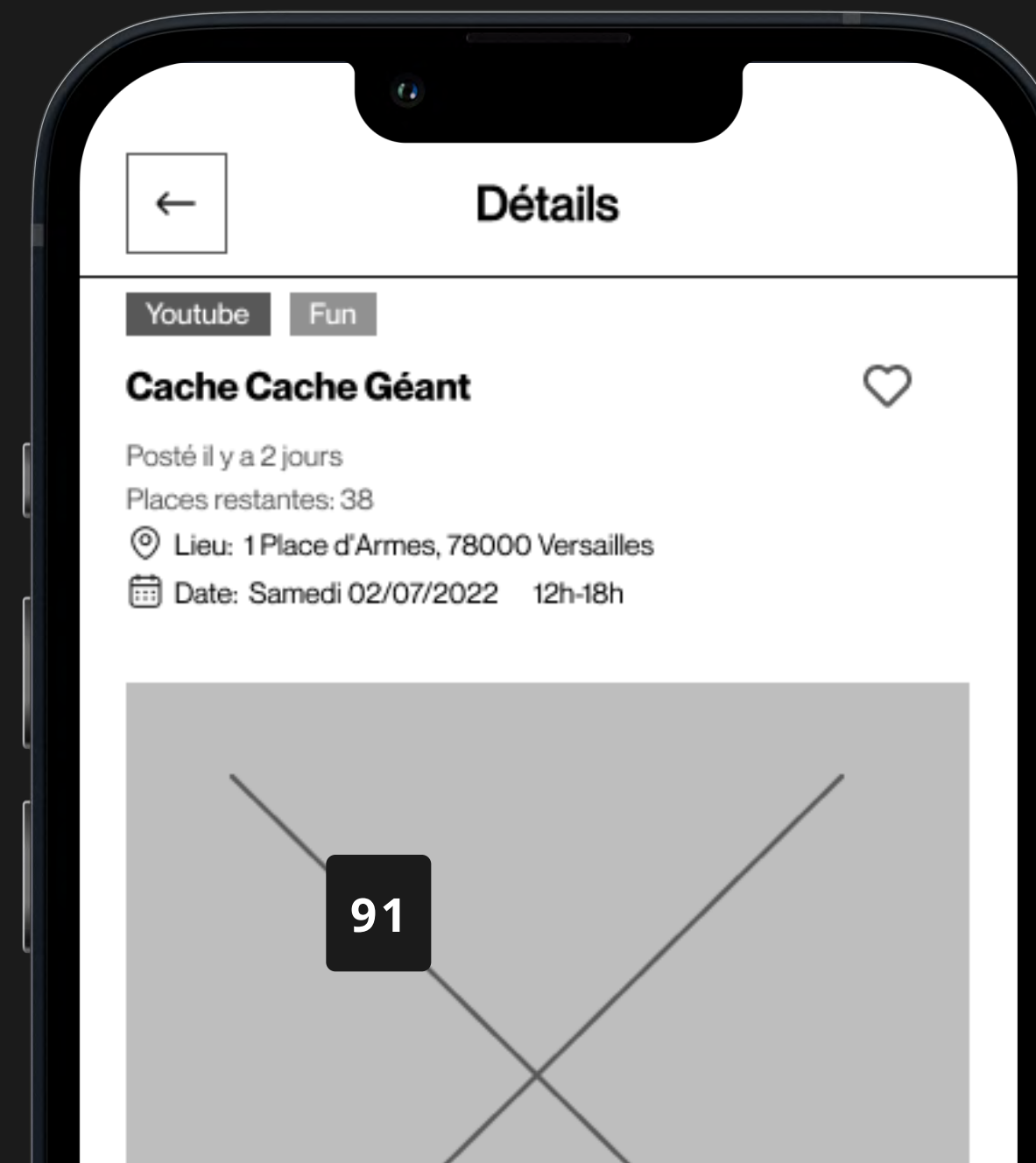
- Arrive jusqu'à la fin de l'expérience
- Facile à se retrouver, efficace à arriver à la mission
- Lors du click sur "postuler", ajouter quelque chose de plus impactant, une bannière ou notification serait intéressante

Christian

- Arrive à postuler pour la mission
- Trouve les tags intéressants pour se retrouver entre les missions, plus intuitifs que les descriptions
- Plus d'indications après avoir click sur "Postuler"
- Pouvoir s'abonner à "Amixem" pour recevoir des motifs quand celui-ci poste une annonce

Denisa

- Arrive jusqu'au bout et postule pour la mission
- Ajout d'une catégorie "caractéristiques du profil recherché" ou s'il n'y a pas de caractéristiques part
- Ajout titre 'profil annonceur' car on est confus entre avis et profil du haut



Conclusion tests

Suite aux retours de nos 4 participants nous avons pu constituer une liste avec les éléments à retravailler:

À retravailler:

- Rajouter une touche d'interactivité entre les pages, peut-être des animations
- Typographie trop petite àa quelques reprises
- Lors du click sur "postuler", ajouter quelque chose de plus impactant, une bannière ou notification serait intéressante
- Pouvoir s'abonner à "Amixem" pour recevoir des motifs quand celui-ci poste une annonce
- Ajout d'une catégorie "caractéristiques du profil recherché" ou indiquer s'il n'y a pas de cacaractéristiques
- Ajout titre 'profil annonceur' car on est confus entre avis et profil du haut (page de la mission)

PARTICIPANTS:

Adrien, 24 ans (sur place)
Patricia, 19 ans (sur place)
Christian, 22 ans (en visio)
Denisa, 28 ans (en visio)



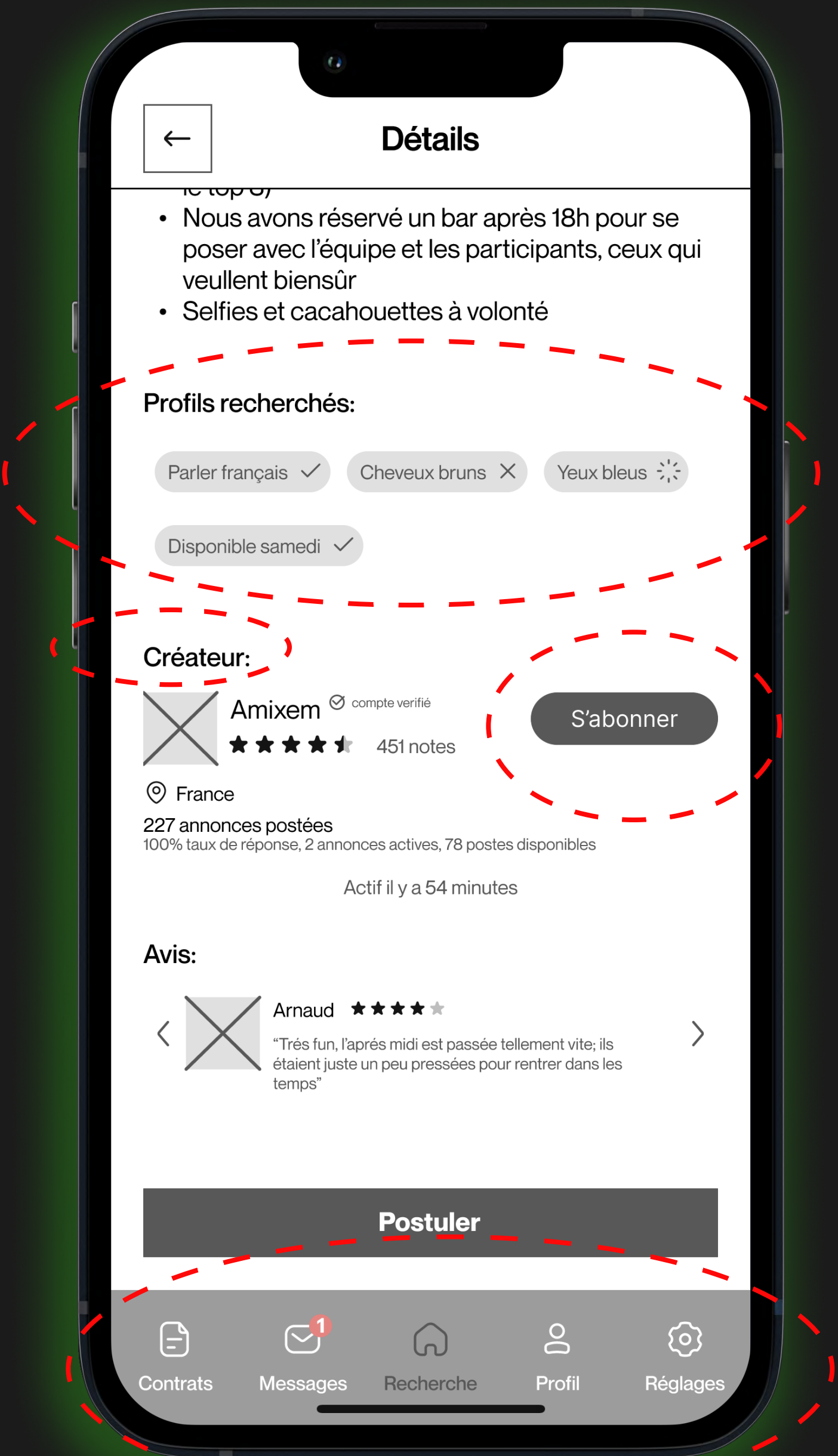
TESTS & ITÉRATION

Itération

Éléments retravaillés directement à partir du wireframe originel

Nous allons utiliser le wireframe issu de cette itération pour concevoir la maquette finale avec tous les éléments UI intégrés.

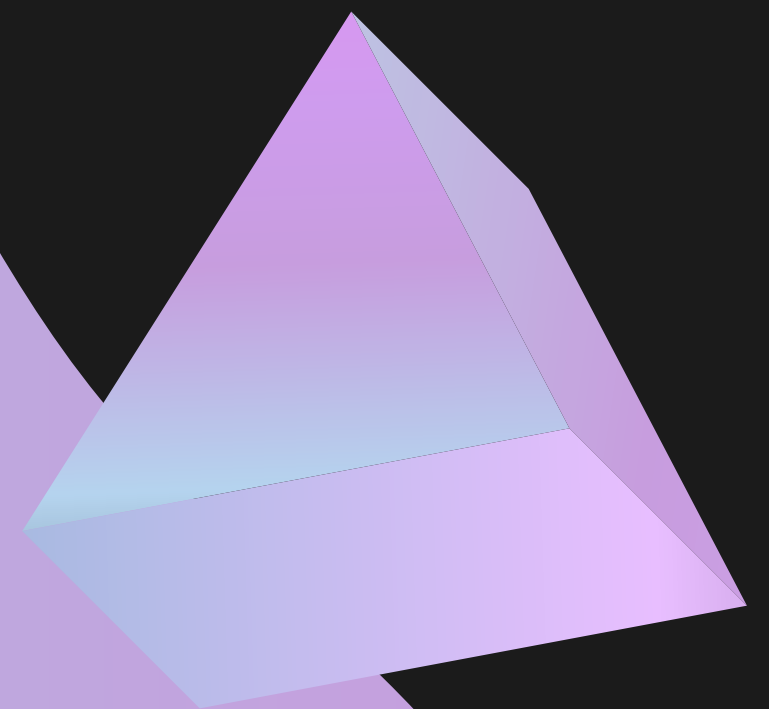
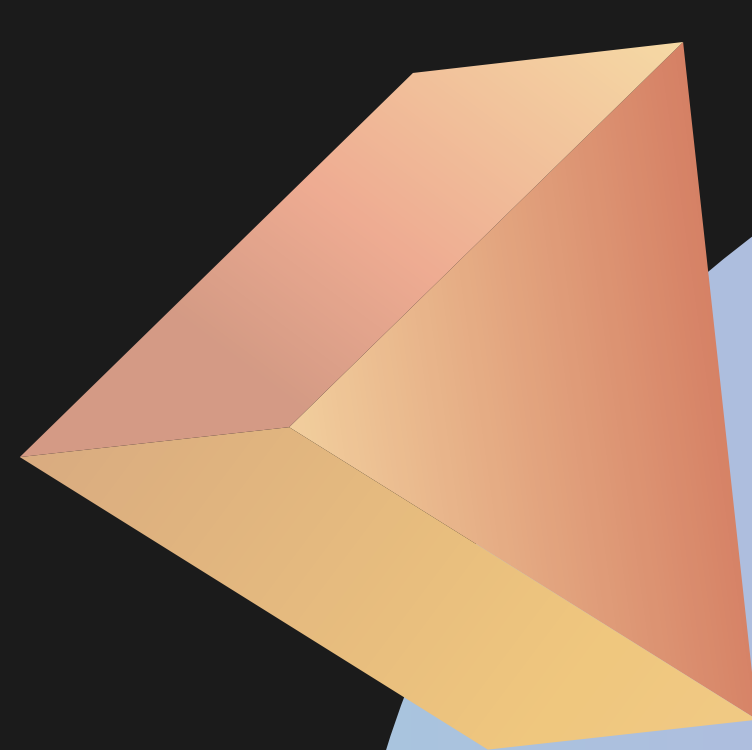
*En parallèle avec la création du design system

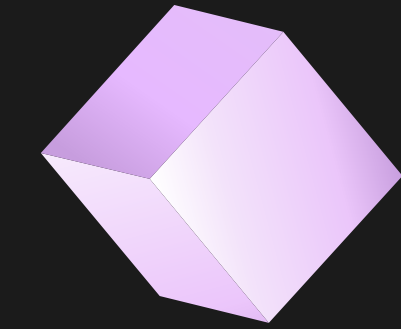


12

DESIGN SYSTEM

Lignes directives





Design system : Uncut!

Que représente un Design System ?

- L'identité de la marque
- Un outil de collaboration
- Une bibliothèque

Design system complet disponible avec le Qr code ou le lien ci-dessous:

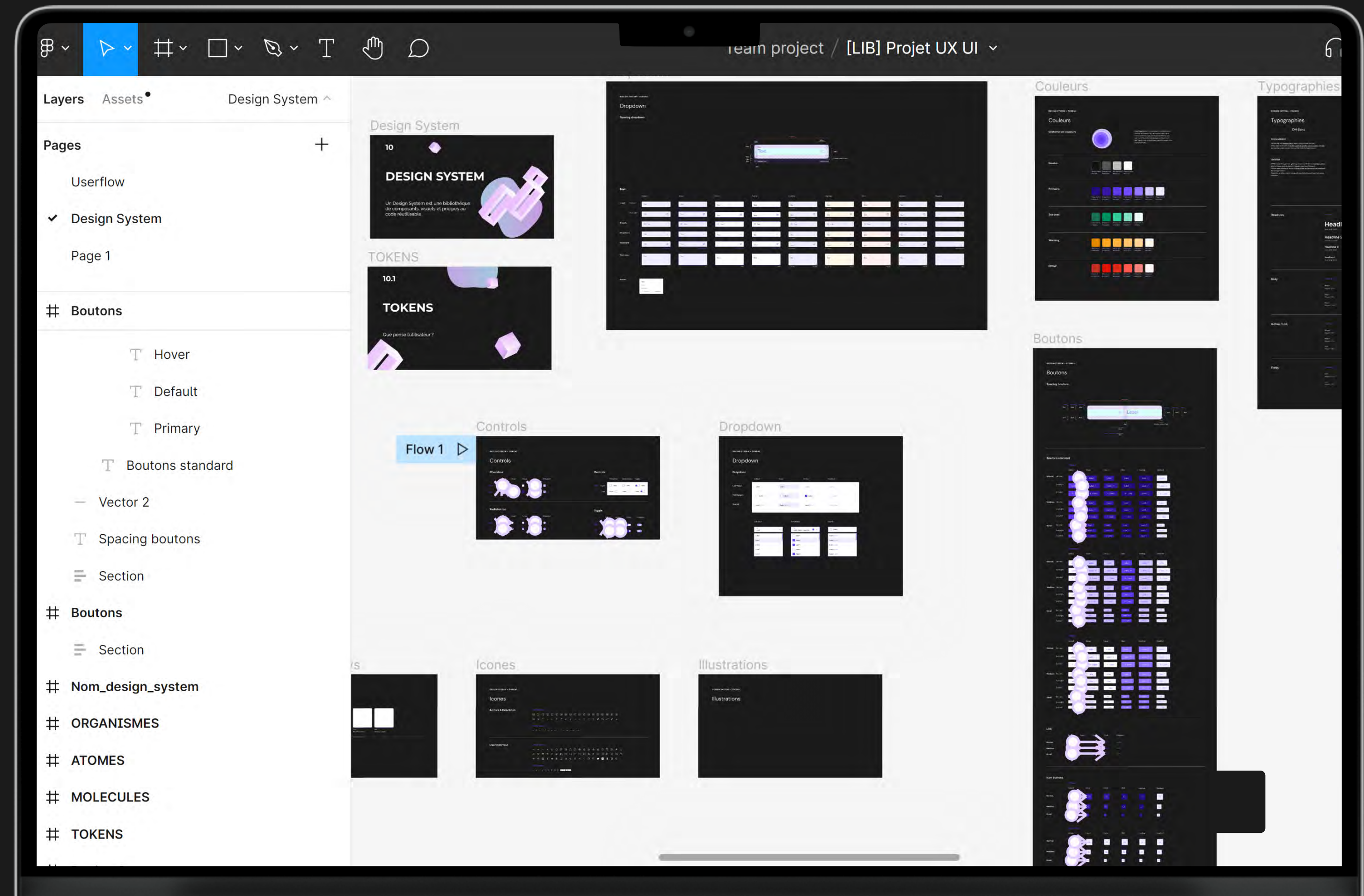


Figma

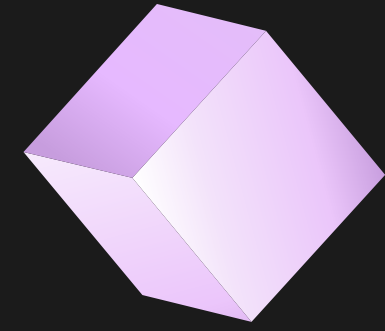


QR Code

<https://www.figma.com/file/h3Bpf6Y1TIW6a4teyEy9ts/Cut!-%5BLIB%5D-Design-System---Casian-Ciorba?node-id=13%3A599>



Uncut!



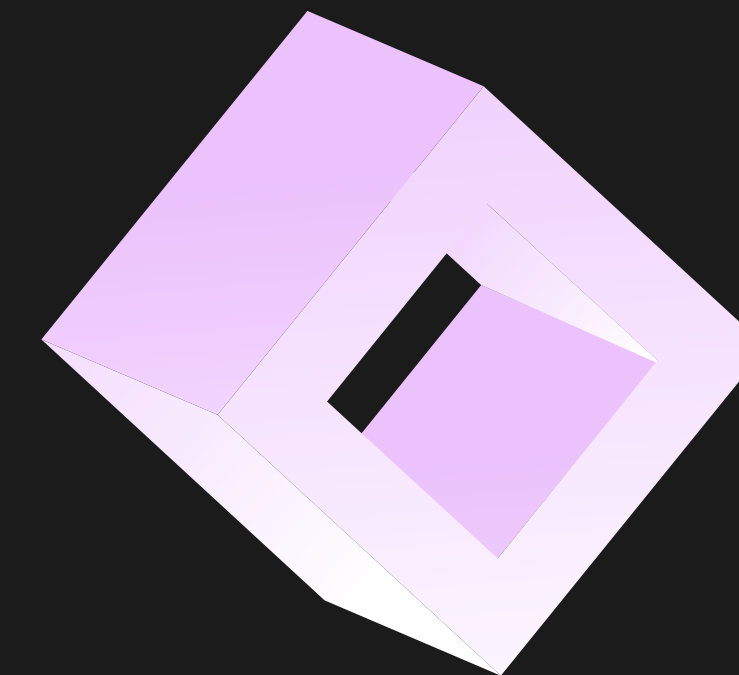
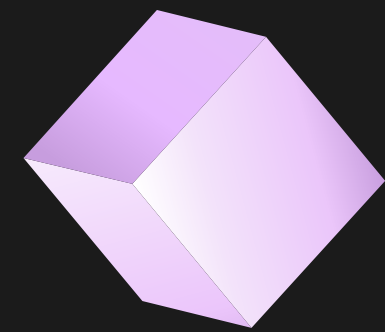
Design system —

Un Design System est une bibliothèque de composants, visuels et principes au code réutilisable.

Possible de le voir grâce aux liens précédents et donc aller directement à la partie ["maquette finale"](#). (page 134)



1



DESIGN TOKEN

Le Design Token sont toutes les valeurs nécessaires pour construire et maintenir un système de conception – espacement, couleur, typographie, styles d'objet, animation, etc. – représentés sous forme de données.

Typographies

Neue Montreal

Compatibilité

Disponible sur [Google Fonts](#), cette typo est libre de droit.
Conçue pour obtenir un [format optimal](#) et [idéal pour le web et mobile](#),
permet de garder une certaine uniformité de l'application.

Lisibilité

DM Sans est de type néo-grotesque, sans serif; Elle est [facile à utiliser](#),
à [lire](#) et laisse plus de place à l'impact visuel qui l'entoure.
Elle va nous permettre de bien [hiérarchiser les informations](#) présentes
dans l'application.
Nous allons utiliser cette typographie [principalement pour les textes](#)
[courants](#).

A, B, C, D, E, F, G, H, I, J,
k, l, m, n, o, p, q, *r, s, t,*
u, v, w, x, y, z.
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Styles de texte

Headlines

Desktop

Headline 1

Bold, 64/76

Headline 2

Bold, 36/44

Headline 3

Medium, 28/36

Headline 4

Regular, 20/28

Mobile

Headline 1

Bold, 28/36

Headline 2

Medium, 20/28

Headline 3

Medium, 18/24

Headline 4

Regular, 16/20

Body

Desktop

Mobile

Body 1
Regular, 18/28

Body 1
Regular, 16/24

Body 2
Regular, 16/24

Body 2
Regular, 14/20

Body 3
Regular, 14/20

Body 3
Regular, 12/16

Button / Link

Desktop

Mobile

Normal
Regular, 18/24

Normal
Regular, 18/24

Medium
Regular, 16/20

Medium
Regular, 16/20

Small
Regular, 14/16

Small
Regular, 14/16

Fields

Desktop

Mobile

Text 1
Regular, 16/24

Text 1
Regular, 16/24

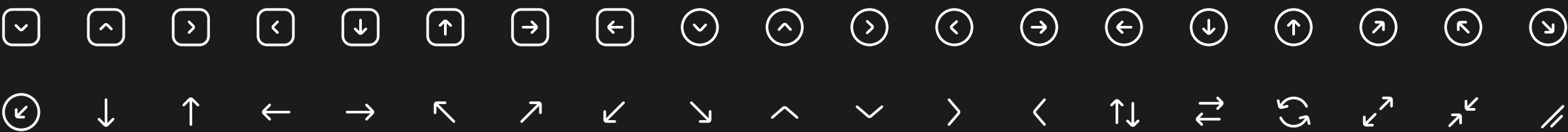
Text 2
Regular, 12/16

Text 2
Regular, 12/16

Icones

Arrows & Directions

24x24 pixels

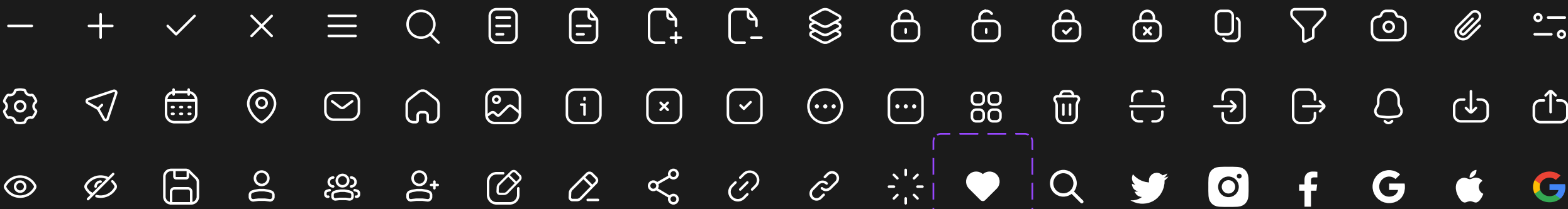


16x16 pixels



User Interface

24x24 pixels

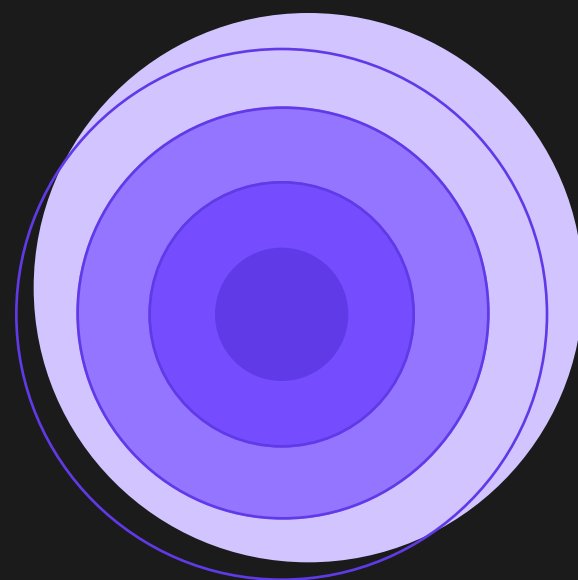


16x16 pixels



Couleurs

Systeme de couleurs



Blue Magenta est la couleur par excellence des rêveurs, des personnes spirituelles plutôt que matérielles. Elle a des vertus apaisantes sur les esprits ; Influence le développement spirituel. Met l'accent sur le côté magique des expériences exceptionnelles.

Primaires

Magenta/+2, #260C81	Magenta/+1, #3718A3	Magenta/O, #613AE7	Magenta/-1, #754DFF	Magenta/-2, #9475FF	Magenta/-3, #D2C5FF	Magenta/-4, #F1EDFF

Neutres

Neutre/Black, #141414	Neutre/Gris1, #585858	Neutre/Gris0, #BEBEBE	Neutre/White, #FFFFFF

Couleurs actions

Success



Success/+2,
#1B6E53



Success/+1,
#009262



Success/O,
#32C997



Success/-1,
#84DFC1



Success/-2,
#F1FBF8

Warning



Warning/+2,
#E48900



Warning/+1,
#FFA826



Warning/O,
#FFB240



Warning/-1,
#FFC670



Warning/-2,
#FFD596



Warning/-3,
#FFF8EC

Erreur



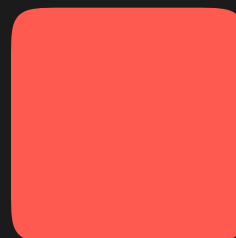
Erreur/+2,
#C33025



Erreur/+1,
#E01507



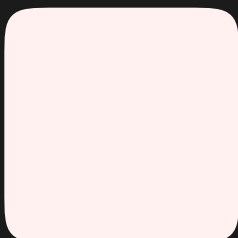
Erreur/O,
#E02B1D



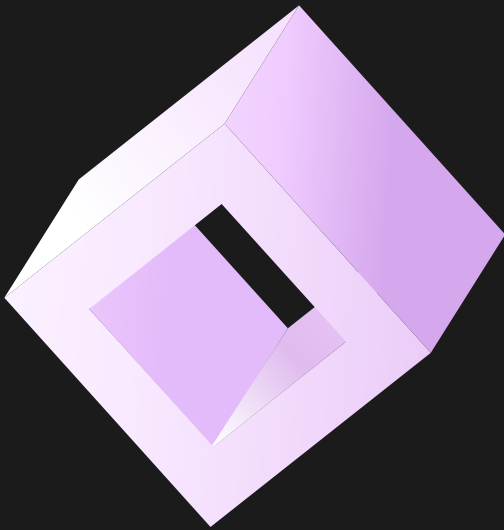
Erreur/-1,
#FF5A4F



Erreur/-2,
#F0857D

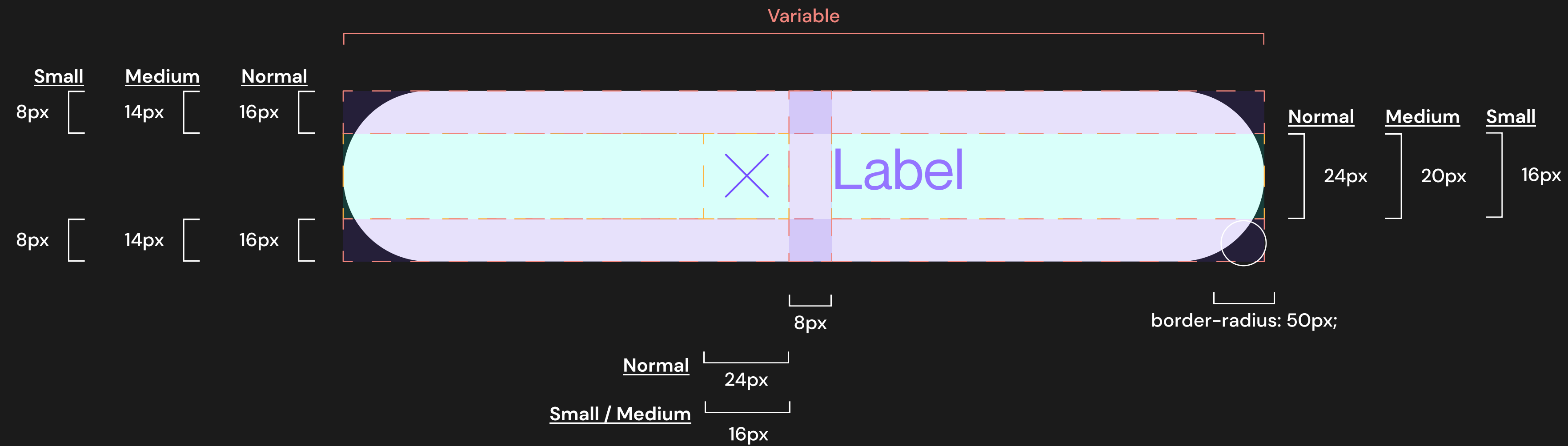


Erreur/-3,
#FFF1F0



Boutons

Spacing boutons



Boutons standard : Primary

		Default	Hover	Focus	Click	Loading	Disabled
<u>Normal</u>	No icon	Label	Label	Label	Label	Label 	Label
	Icon right	Label →	Label →	Label →	Label →	Label 	Label ←
	Icon left	+ Label	+ Label	+ Label	+ Label	Label 	+ Label
<u>Medium</u>	No icon	Label	Label	Label	Label	Label 	Label
	Icon right	Label →	Label →	Label →	Label →	Label 	Label →
	Icon left	+ Label	+ Label	+ Label	+ Label	Label 	+ Label
<u>Small</u>	No icon	Label	Label	Label	Label	Label 	Label
	Icon right	Label →	Label →	Label →	Label →	Label 	Label →
	Icon left	+ Label	+ Label	+ Label	+ Label	Label 	+ Label

Boutons standard : Secondary

		Default	Hover	Focus	Click	Loading	Disabled
<u>Normal</u>	No icon						
	Icon right						
	Icon left						
<u>Medium</u>	No icon						
	Icon right						
	Icon left						
<u>Small</u>	No icon						
	Icon right						
	Icon left						

Boutons standard : Tertiary

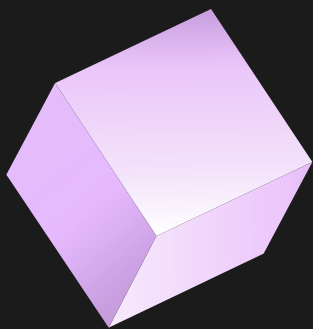
		Default	Hover	Focus	Click	Loading	Disabled
<u>Normal</u>	No icon	Label	Label	Label	Label	Label ⌄	Label
	Icon right	Label →	Label →	Label →	Label →	Label ⌄	Label →
	Icon left	+ Label	+ Label	+ Label	+ Label	Label ⌄	+ Label
<u>Medium</u>	No icon	Label	Label	Label	Label	Label ⌄	Label
	Icon right	Label →	Label →	Label →	Label →	Label ⌄	Label →
	Icon left	+ Label	+ Label	+ Label	+ Label	Label ⌄	+ Label
<u>Small</u>	No icon	Label	Label	Label	Label	Label ⌄	Label
	Icon right	Label →	Label →	Label →	Label →	Label ⌄	Label →
	Icon left	+ Label	+ Label	+ Label	+ Label	Label ⌄	+ Label



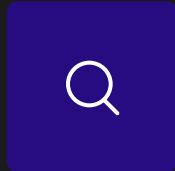
Liens

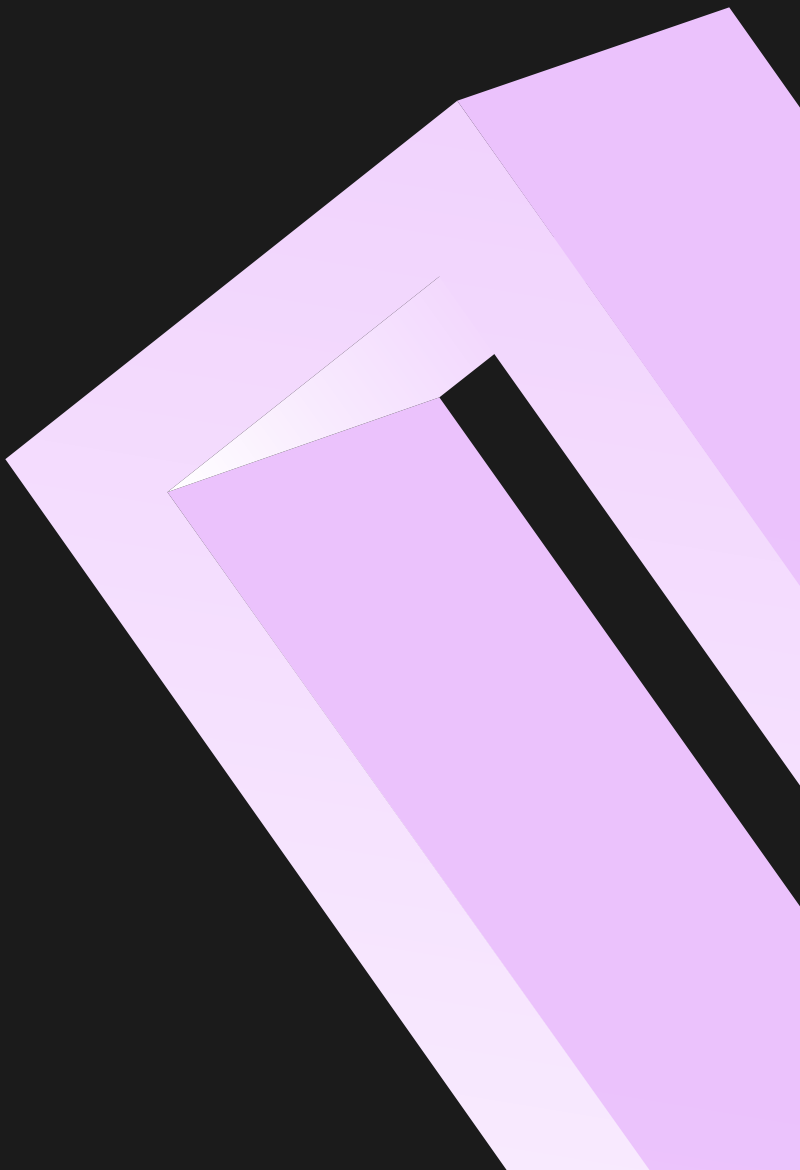
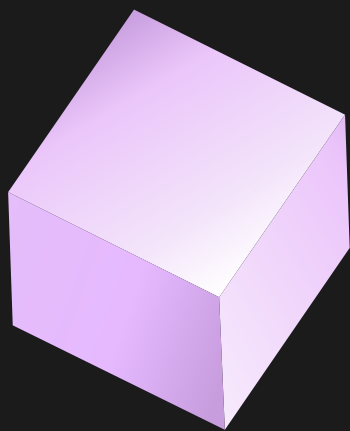
Link

	Default	Hover	Focus	Click	Disabled
Normal	Label	Label	Label	Label	Label
Medium	Label	Label	Label	Label	Label
Small	Label	Label	Label	Label	Label



Boutons Icones: Primary

	Primary						
	Default	Hover	Focus	Click	Loading	Disabled	
<u>Normal</u>							
<u>Medium</u>							
<u>Small</u>							

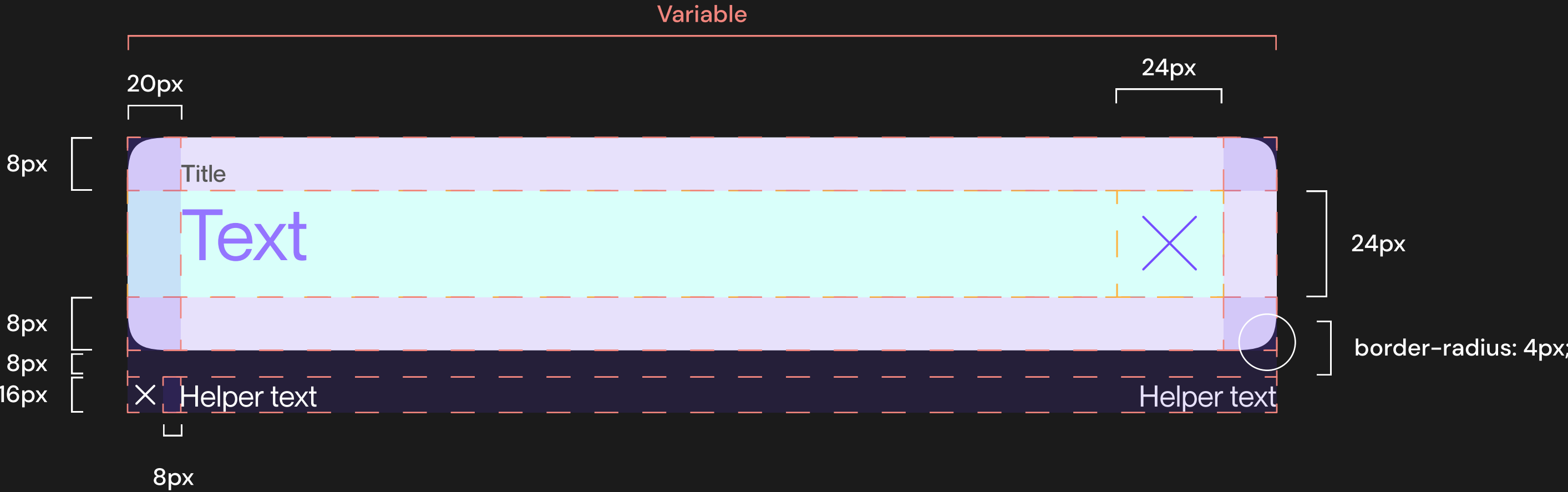


Boutons Icones: Secondary

	Secondary					
	Default	Hover	Focus	Click	Loading	Disabled
<u>Normal</u>						
<u>Medium</u>						
<u>Small</u>						

Fields

Spacing fields



Main fields

		Default	Hover	Focus	Typing
Input	No icon	Title	Title	Title Text	Title Text
	Icon right	Title 📅	Title 📅	Title Text 📅	Title Text 📅
Search		🔍 Title	🔍 Title	🔍 Text	🔍 Text
Dropdown		Title ▼	Title ▼	Title Text ▲	Title Text ▲
Password		Title 👁 Remind password	Title 👁 Remind password	Title 👁 Remind password	Title 👁 Remind password
Text area		Title 0/200	Title 0/200	Title Text 0/200	Title Text 0/200

Loading

Warning

Error

Success

Disabled

Title
Text

 Loading

Title
Text

 Warning

Title
Text

 Error

Title
Text

 Success

Title

Title
Text

 Loading

Title
Text

 Warning

Title
Text

 Error

Title
Text

 Success

Title



 Title

 Title

 Title

 Title

 Title

Title
Text

 Loading

Title
Text

 Warning

Title
Text

 Error

Title
Text

 Success

Title



Title
.....

 Loading

Remind password

Title
.....

 Warning

Title
.....

 Error

Title
.....

 Success

Title



Remind password

Title
Text

 Loading

256/200

Title
Text

 Warning

256/200

Title
Text

 Error

400/200

Title
Text

 Success

400/200

Title



0/200

Controls

Checkbox

	Default	Hover	Focus	Error	Disabled
<u>Off</u>	☐	☐	☐	☐	☐
<u>On</u>	☒	☒	☒	☒	☒

Radiobutton

	Default	Hover	Focus	Error	Disabled
<u>Off</u>	☐	☐	☐	☐	☐
<u>On</u>	☒	☒	☒	☒	☒

Controls

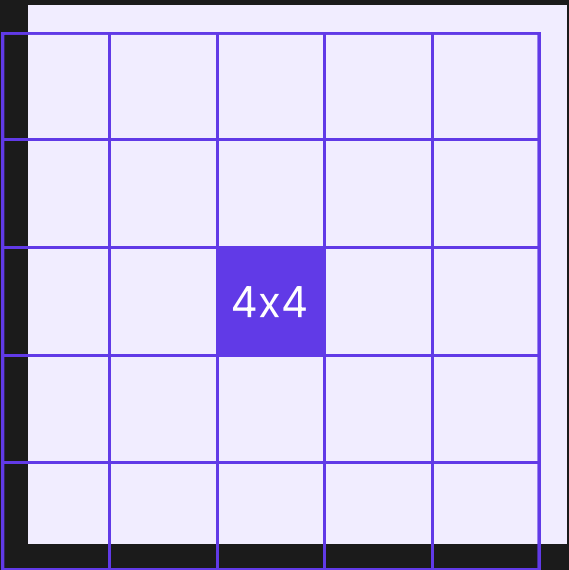
		Checkbox	Radiobutton	Toggle
<u>Text</u>	Right	☐ Label	☐ Label	☒ Label
	Left	Label ☐	Label ☐	Label ☒

Toggle

	Default	Hover	Focus	Disabled
<u>Off</u>	☐	☐	☐	☐
<u>On</u>	☒	☒	☒	☒

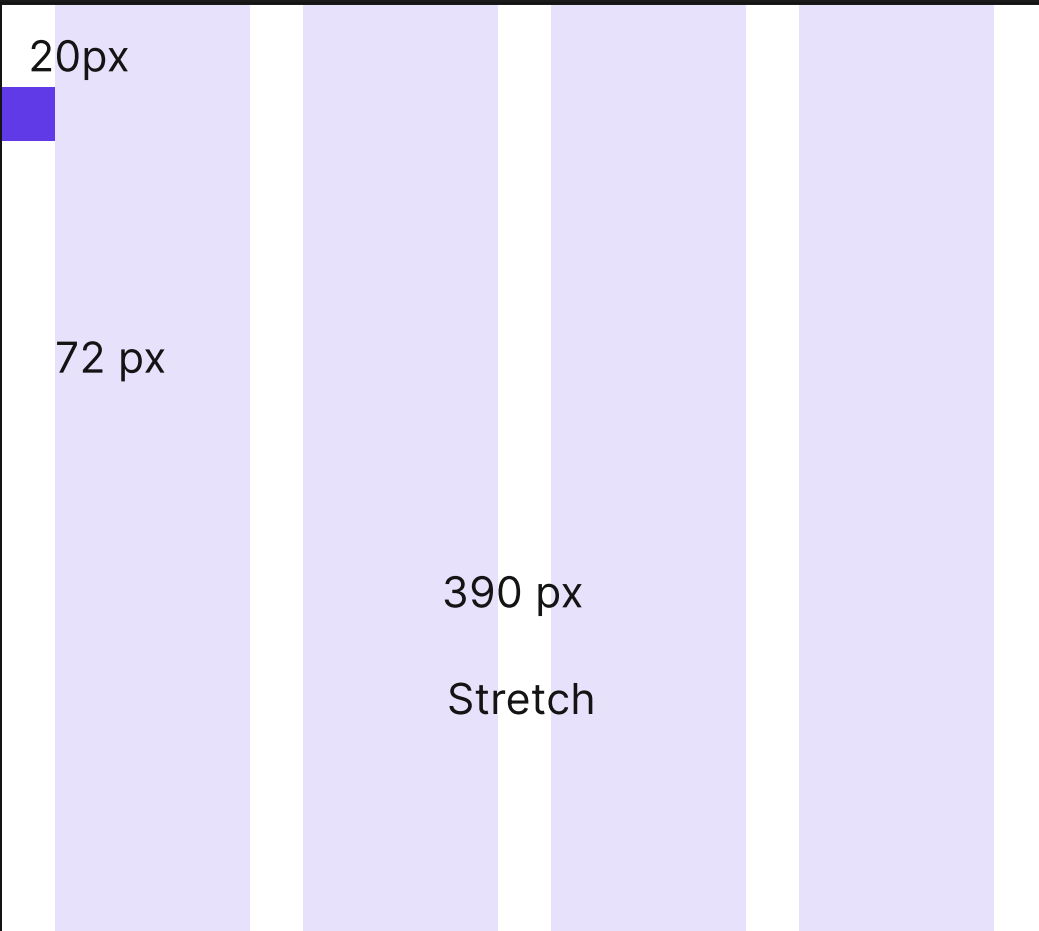
Grille

Spacing system



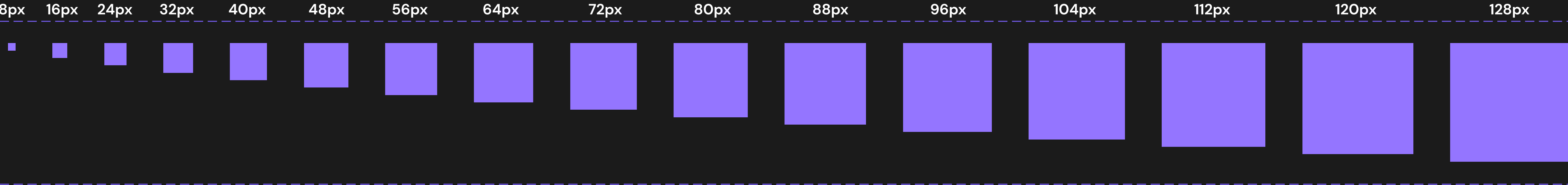
La grille modulaire est de 4×4 px, flexible et capable de couvrir de nombreux besoins.

Grille mobile



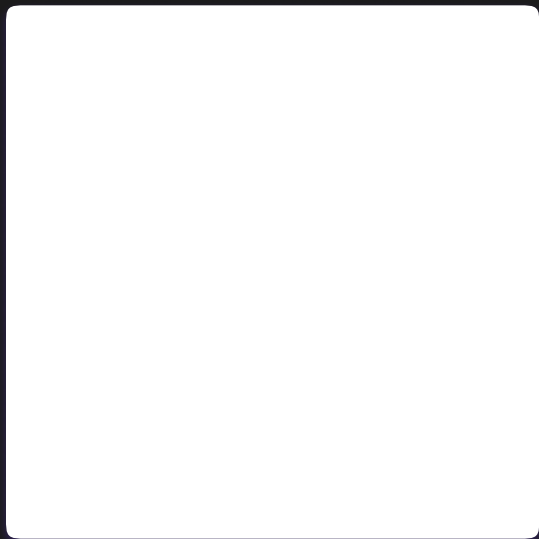
Indentation

Espaces

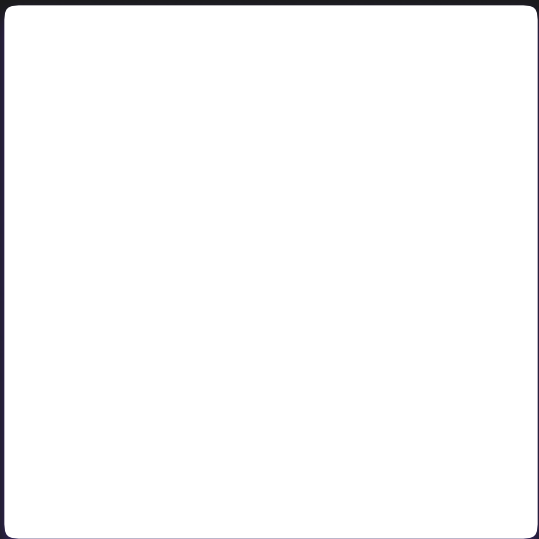


Borders et shadows

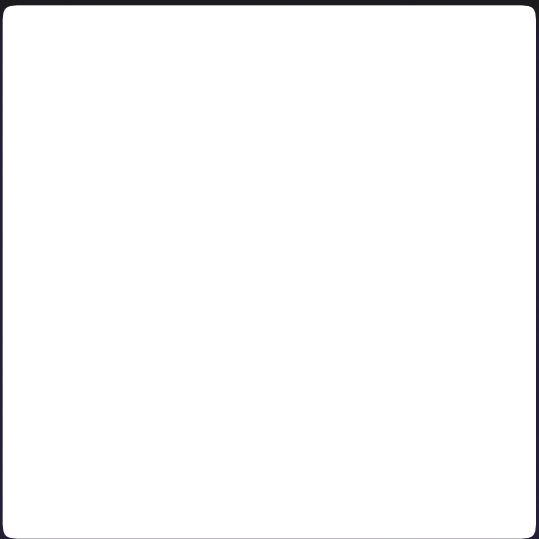
Shadows



2px,
#613AE7 (30%)
Blur: 4
Y: 2



4px,
#613AE7 (40%)
Blur: 8
Y: 4



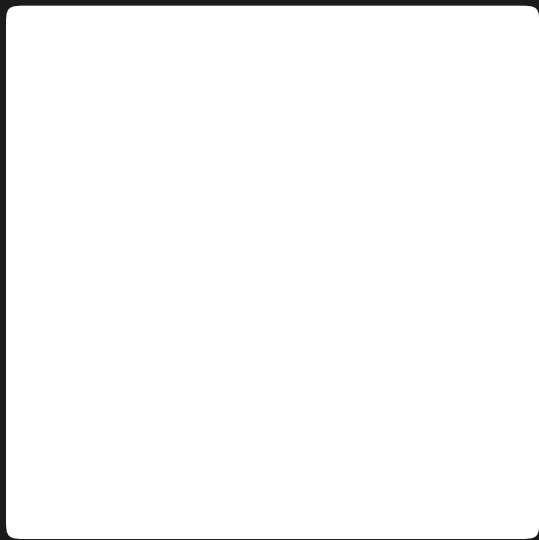
6px,
#613AE7 (30%)
Blur: 12
Y: 6



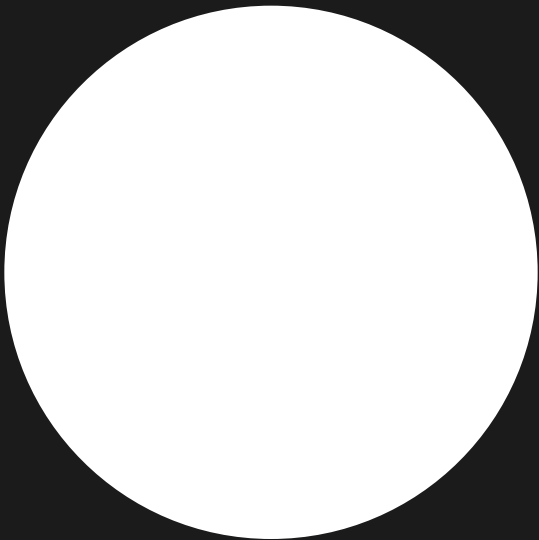
8px,
#613AE7 (40%)
Blur: 16
Y: 8

X : 0
Spread: 0

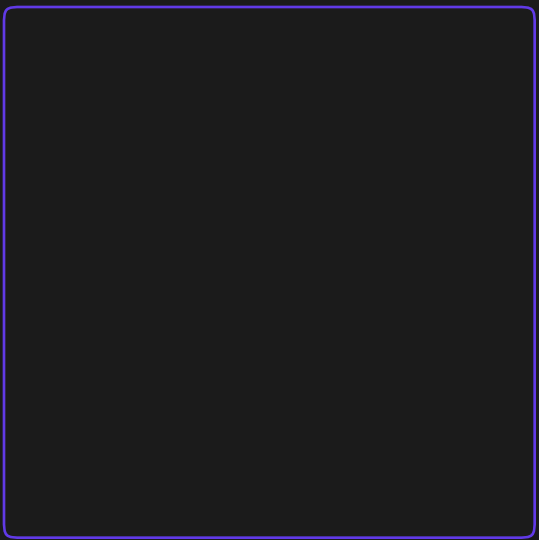
Borders



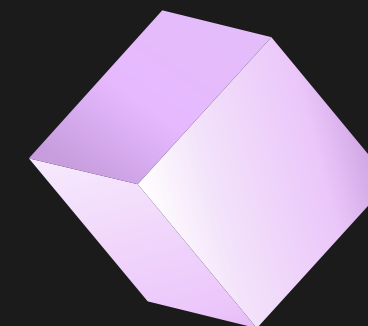
border-radius:4px;
pas de borders



border-radius:100px;
pas de borders

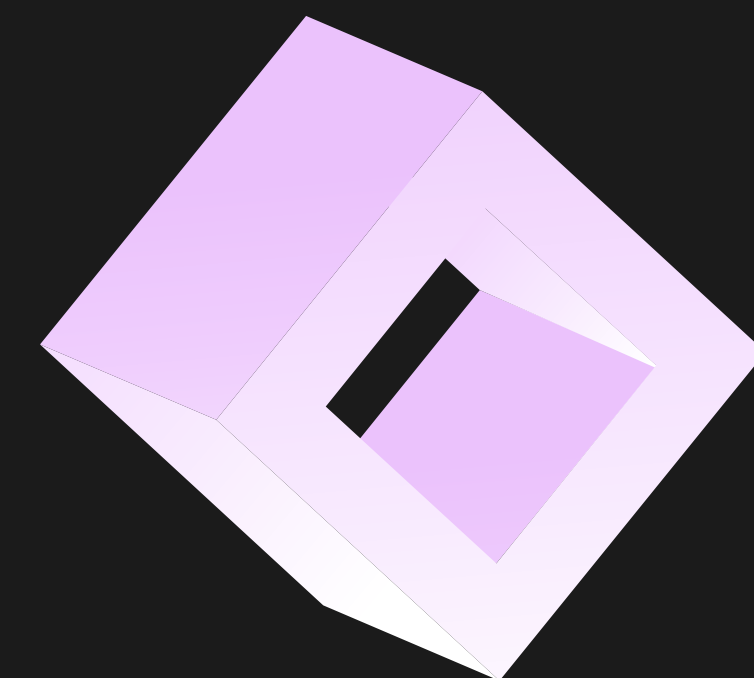


border de 1 px



DESIGN LANGUAGE

Le Design Language est un outil de communication qui aide les concepteurs à créer des conceptions visuellement harmonieuses, cohérentes et à donner à leurs produits un aspect et une sensation uniques mais cohérents.



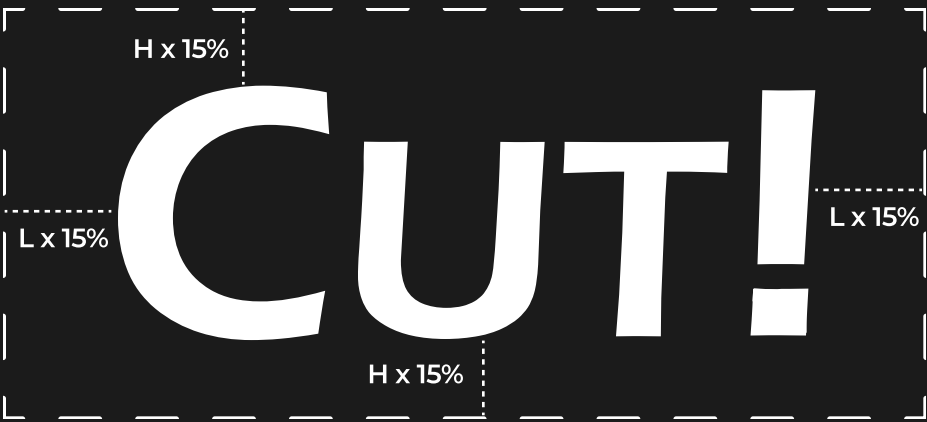
Logo

Cut!

- Fait reference au fameux “action” en debut de tournage
- Facile a retenir, comprehensible dans une multitude de langues

Distances de sécurité

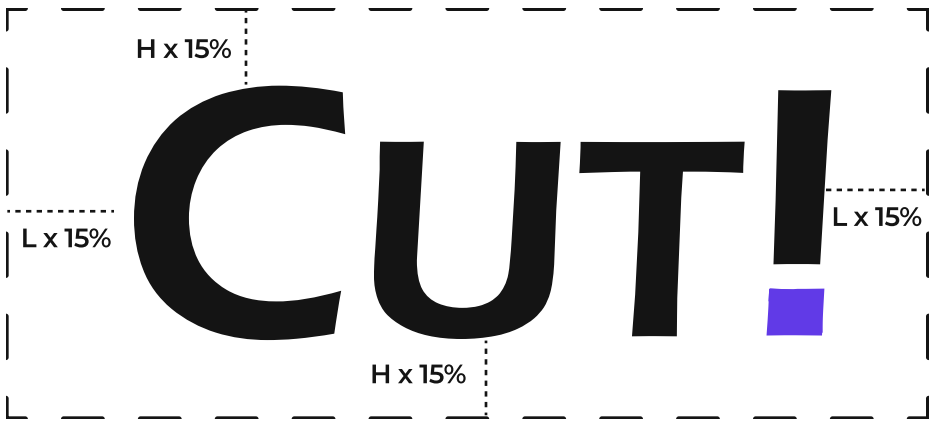
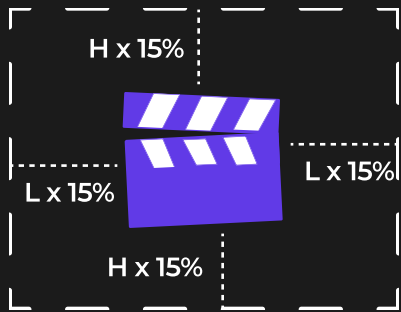
- Distance de sécurité horizontale = Largeur du logo * 15%
- Distance de sécurité verticale = Hauteur du logo * 15%

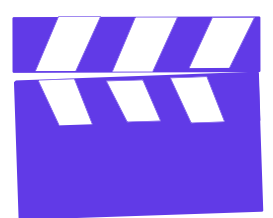


Typographie – Eras Demi ITC

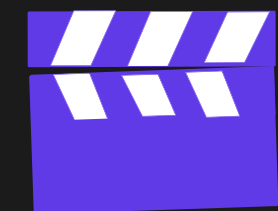
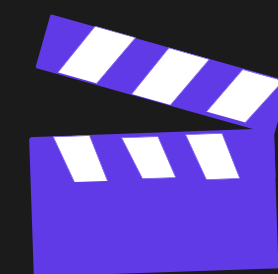
- Très lisible, sans serif
- Pointué donc en accord avec le mot “cut!”

Respecter les proportions ⚠





CUT!



CUT!



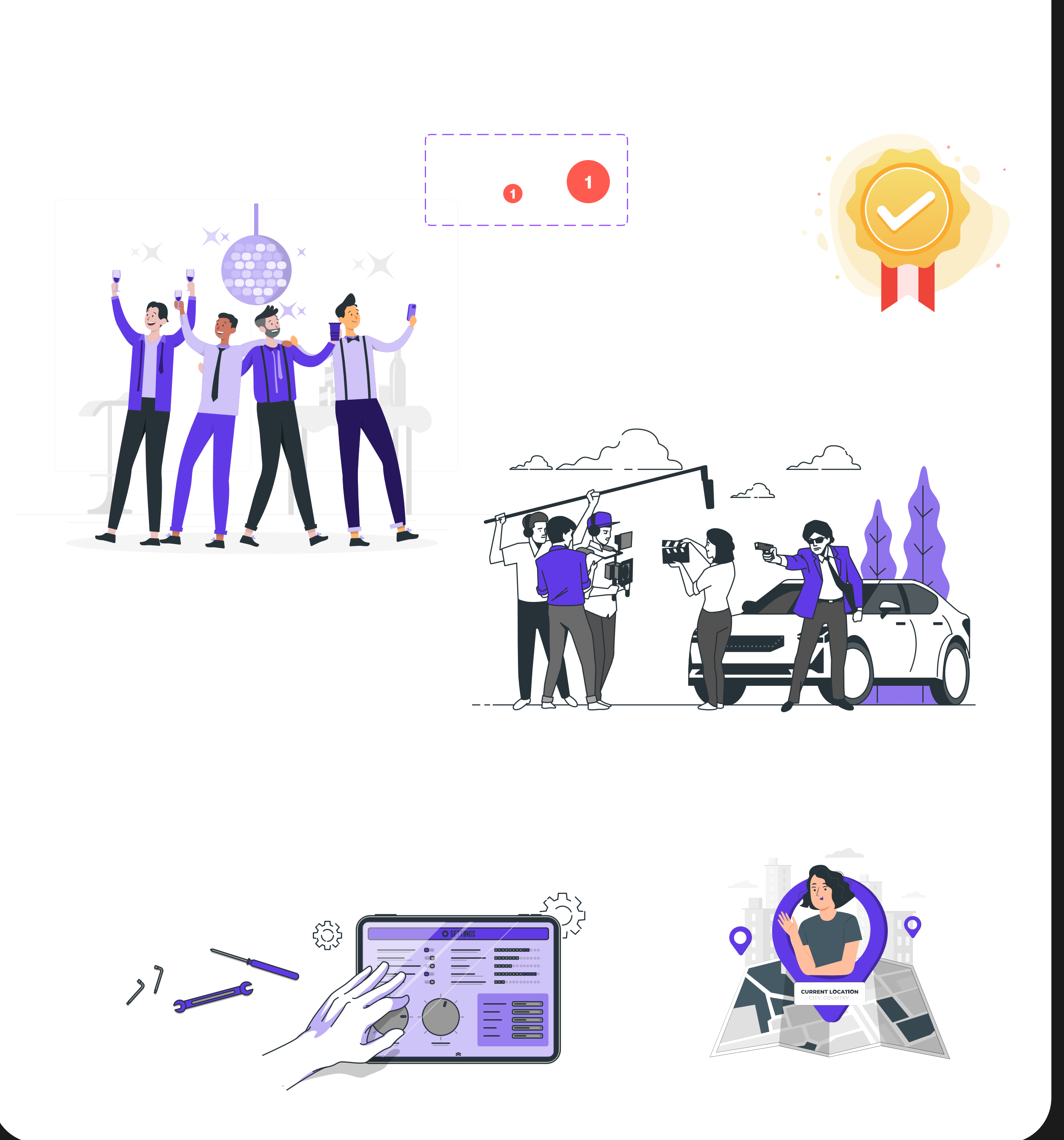
Illustrations

Storyset by Freepick

Une grande variété d'illustrations, avec une même palette de couleurs et faciles à employer à grâce au site Freepick.
Donne une cote plus familière et humaine à l'application.

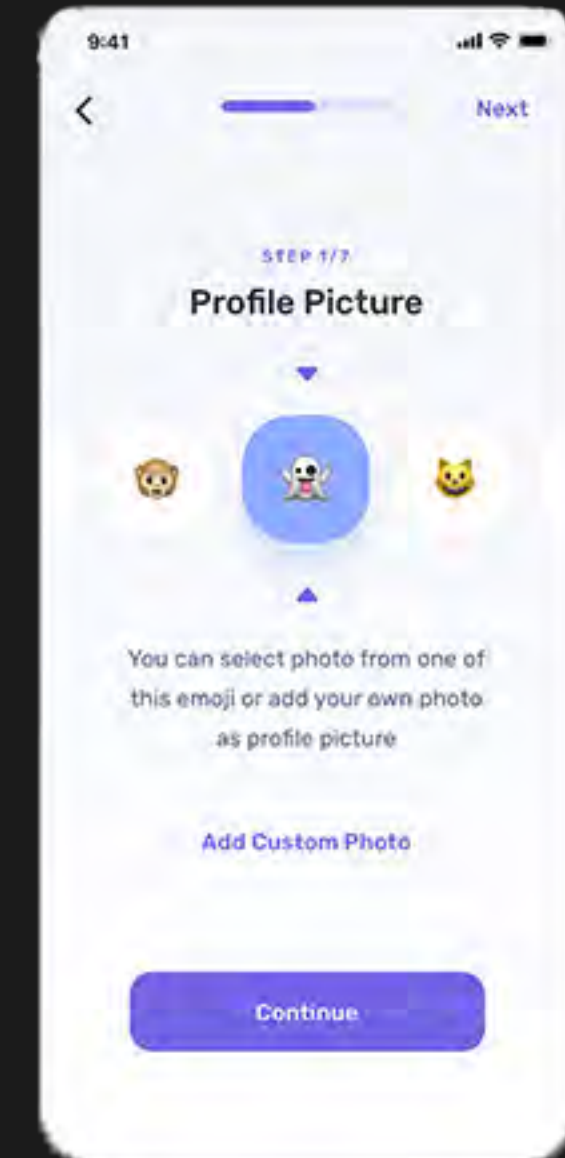
LottieFiles – Animations

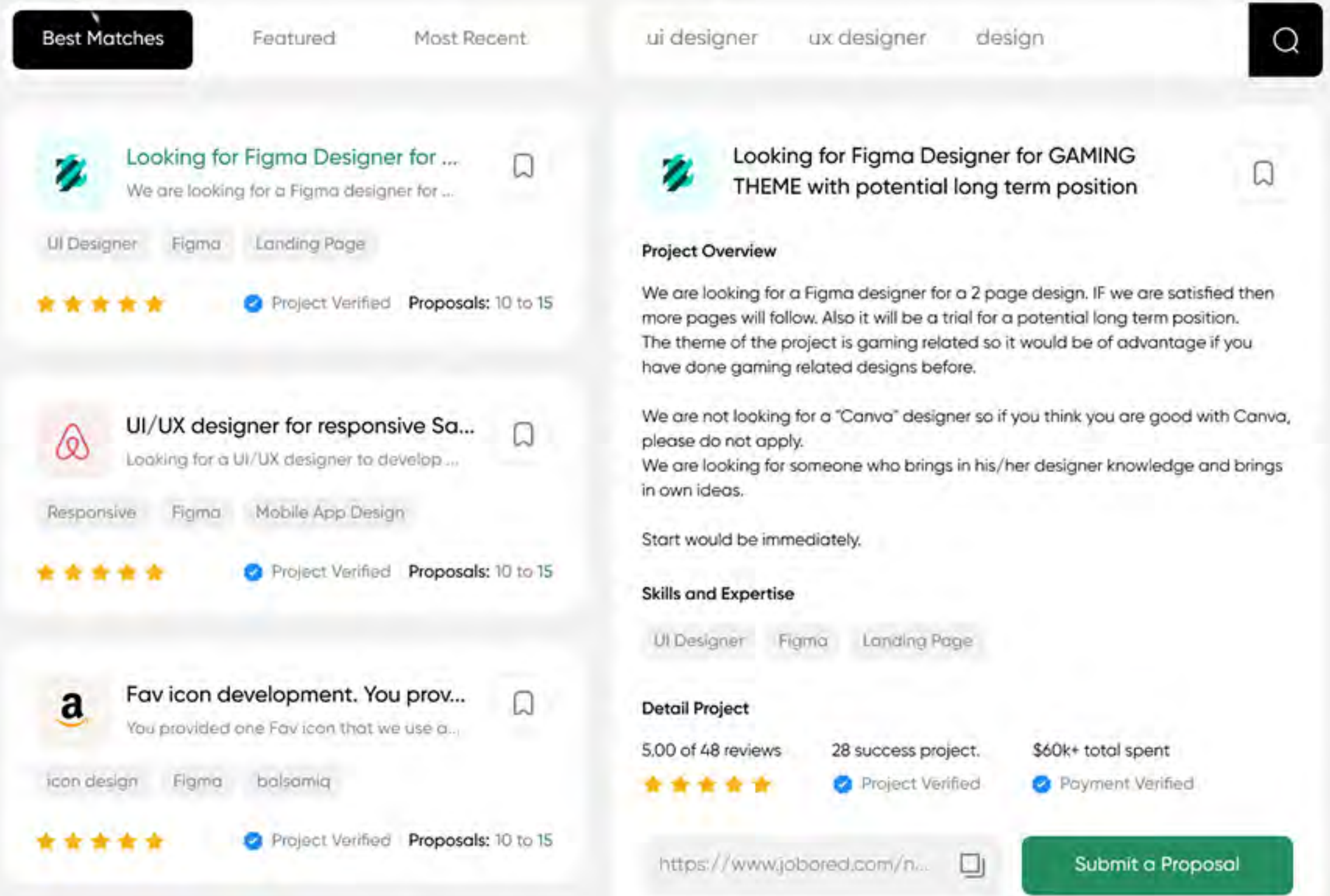
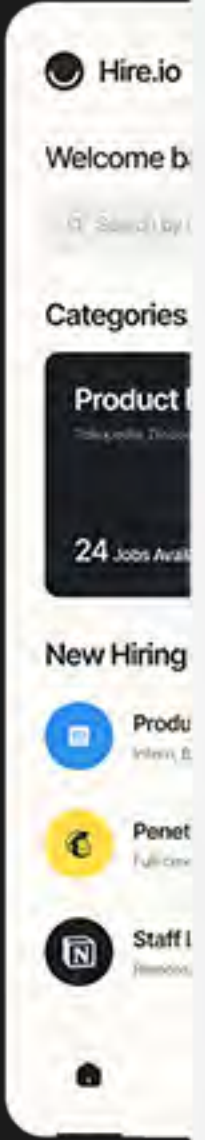
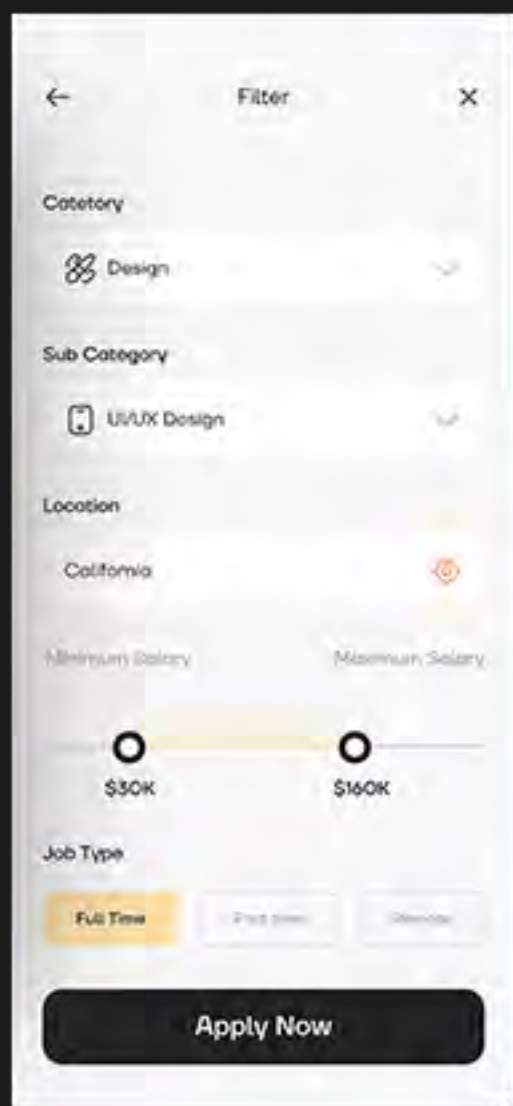
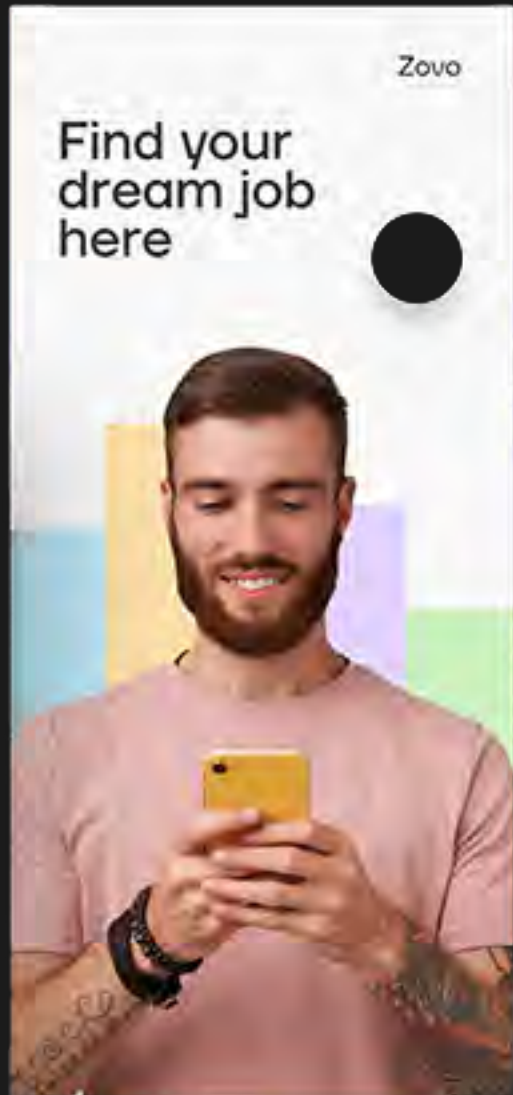
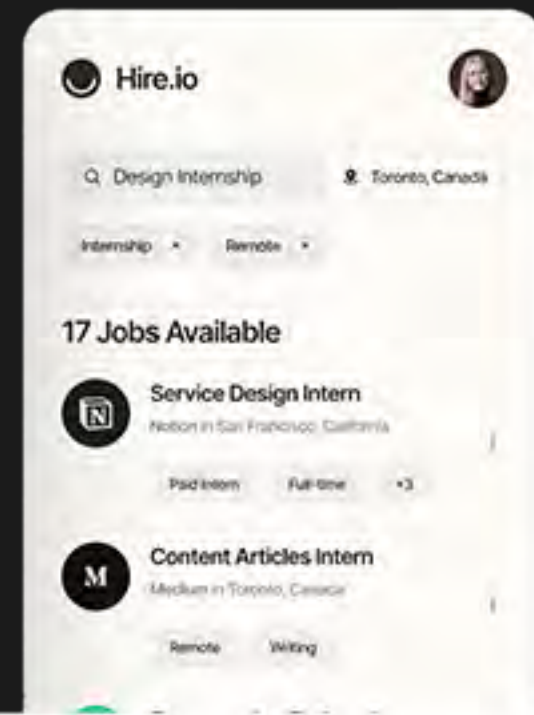
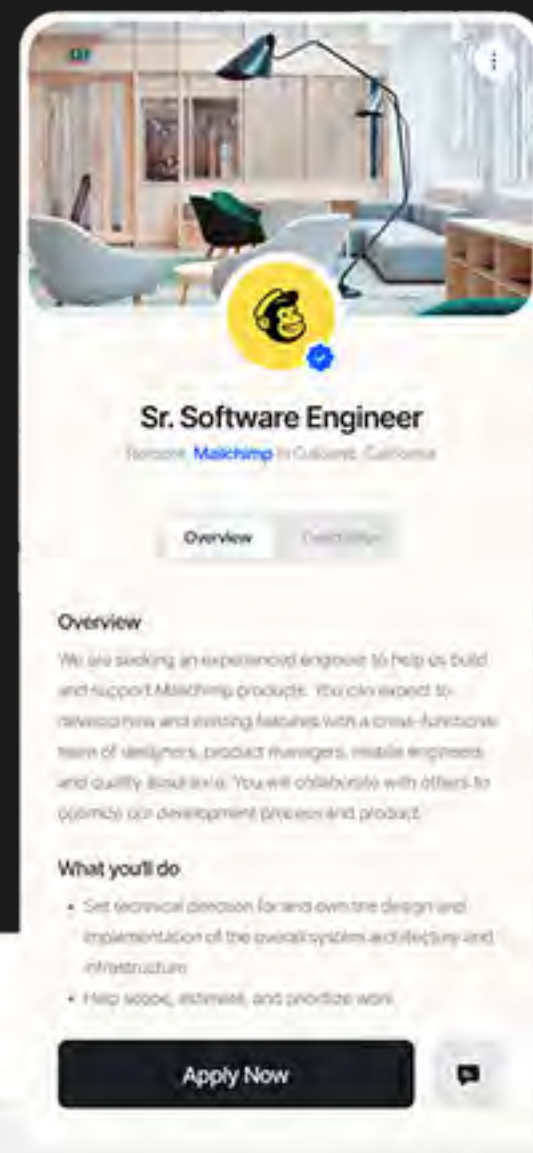
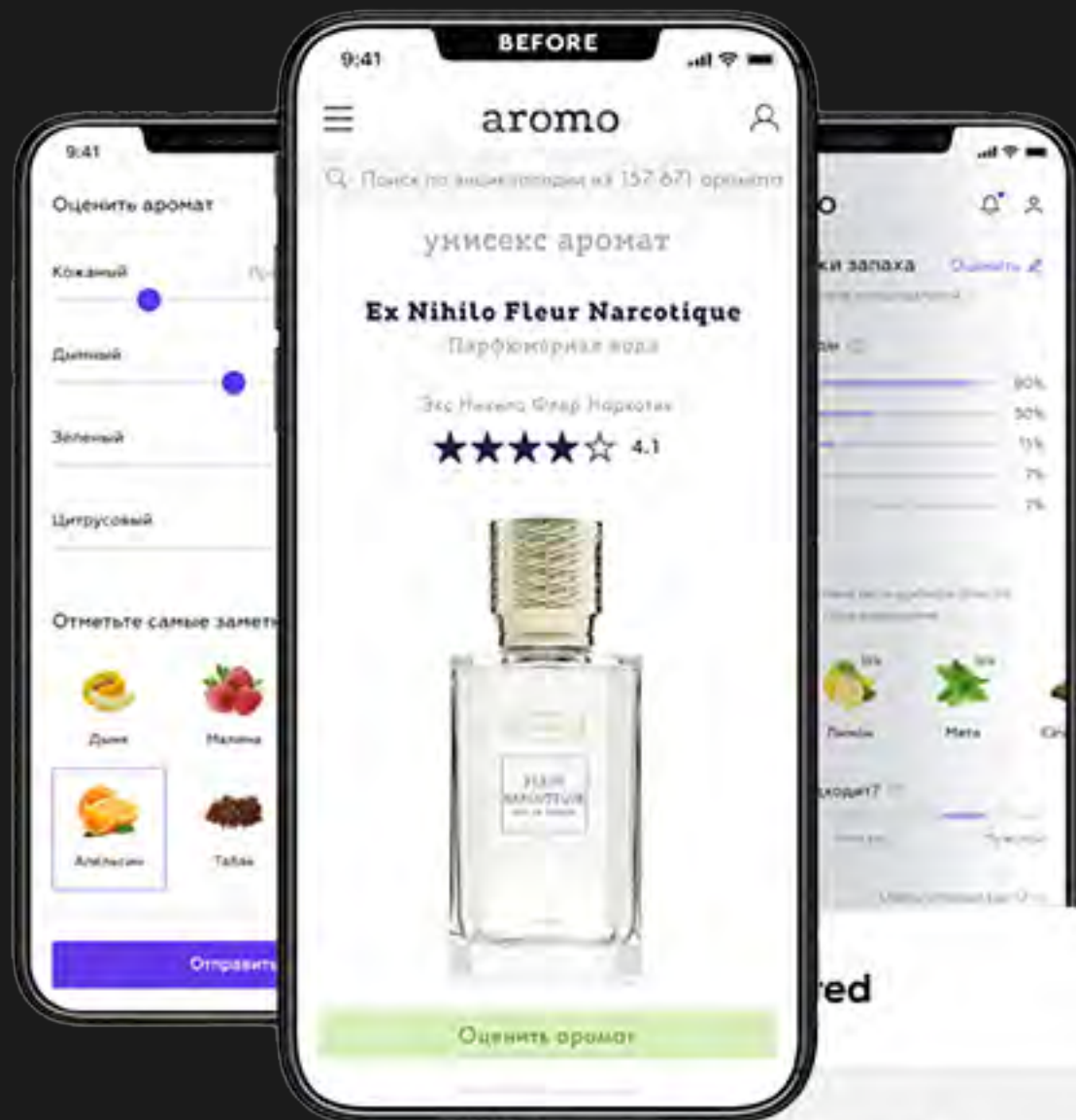
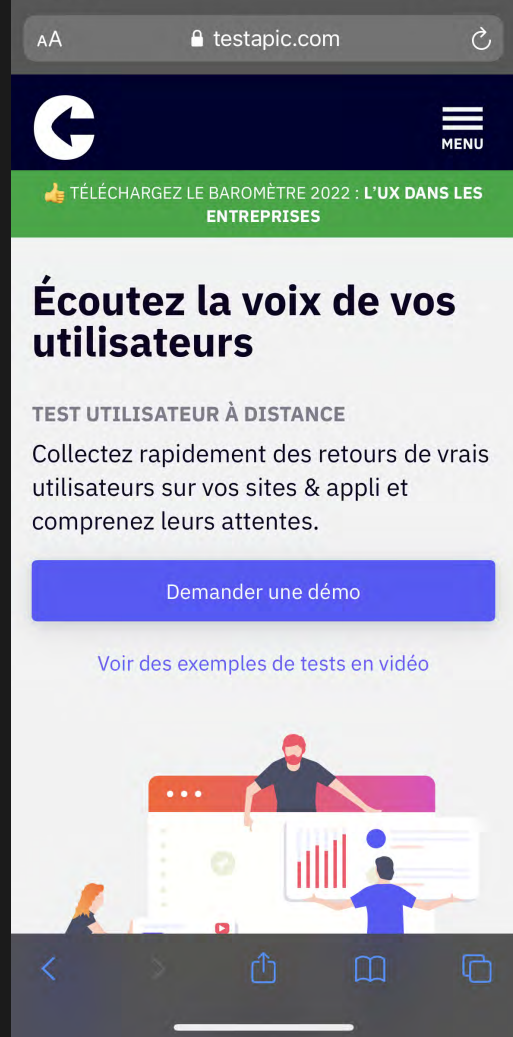
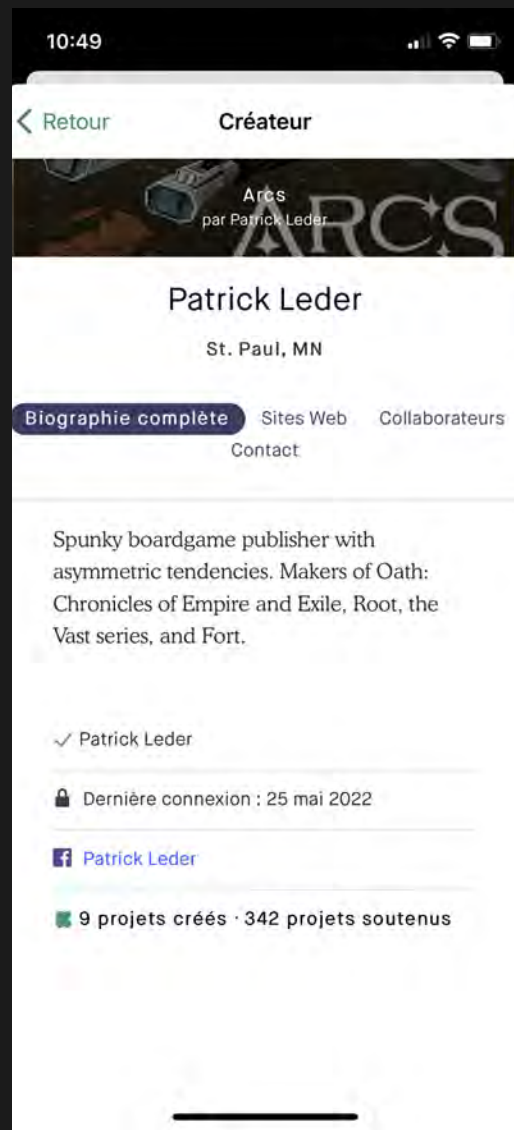
Grâce au site LottieFiles qui nous donne accès à énormément d'animations ou même d'en importer depuis Aftereffects.
Donne une certaine vivacité à l'application, les animations attirent l'attention des utilisateurs.
De plus, celles-ci ont une très bonne qualité visuelle.



Moodboard

122





Ton of voice

Language

- Écrire comme on parle, rester proche de la communauté
- Ne pas parler comme un robot ou de façon très formelle (le tutoiement est le mieux adapté, language familier)

Attention à:

- Être clair, rendre du contenu compliqué en contenu simple, utile et utilisable
- Être précis sur les actions utilisateurs, par exemple lors des CTAs
- Rester dans un langage positif, éviter la négativité

Vivez votre rôle !

Partage de bons souvenirs !

Familier

Qu’aimes tu faire?

Tu vas t’amuser !

Magique

Prends le contrôle !

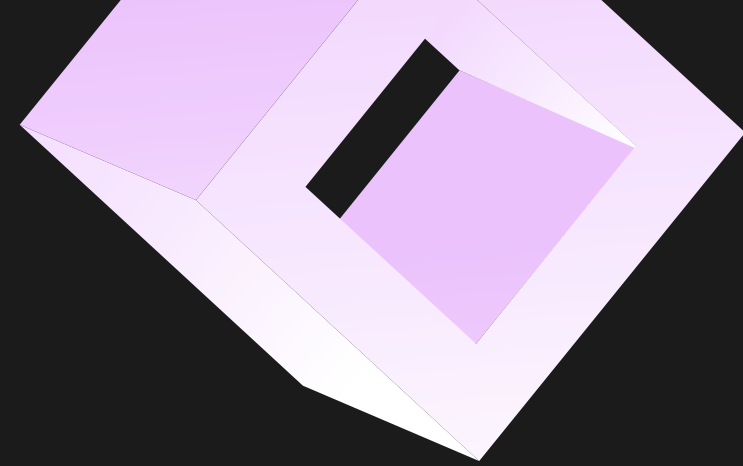
Let’s go !

Rêve

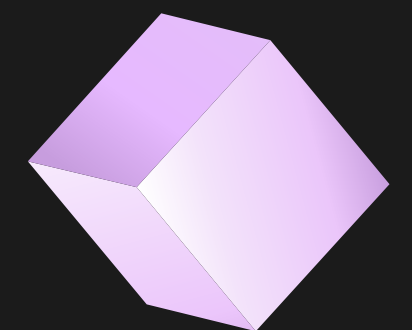
Sociable

Prémère fois? Inscris-toi ici

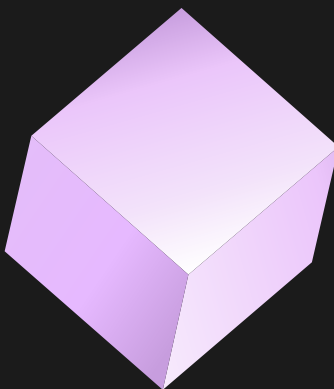
3



CORE COMPONENTS



Les composants sont les principaux blocs de construction des interfaces utilisateur. La création d'une bibliothèque de composants réutilisables améliore votre flux de travail de développement de produits en réduisant la dette de conception et de technologie et en accélérant le processus.



Dropdown

Dropdown

	Default	Hover	Active	Disabled
<u>List Value</u>	Label	Label	Label	Label
<u>MultiSelect</u>	☐ Label	☐ Label	☒ Label	☐ Label
<u>Search</u>	Label Label	Label Label	Label Label	Label Label
	List Value	MultiSelect		Search

Dropdown

Components:

List Value

Title

Label

^

Label

Label

Label

Label

Label

Title

▼

MultiSelect

Title

Label, Label, Label, La...

4

^

☐ Label

☒ Label

☒ Label

☐ Label

☒ Label

Title

▼

Search

🔍

Label|

Label

Label

Label

Label

Label

Label

🔍

Title

Custom

Pour vous

^

Film et cinéma

Shooting photo

Publicité

Social Media

Pour vous

Pour vous

▼

127

Search sections

Séries ✕

Natation ✕

Encore 23 maximum

Séries ✕

Encore 24 maximum

Natation ✕

Encore 24 maximum

Encore 25 maximum

Comment utiliser:

Ces sections peuvent être déclinées en fonction du besoin tant que les contraintes suivantes seront respectées:

- Garder une logique compréhensible par l'utilisateur (UX Writing)
- Garder les couleurs en question pour une meilleure lisibilité ainsi que les différents états (hover, active, disabled, etc.)

Label +

Label ✨

Label ✕

Label ✓

Label ✕

Label ✨

Profil non complet

Passions / hobbies:

Commencer à chercher: +

Séries ✕

Natation ✕

Encore 23 maximum

Suggestions:

Karting +

Moto +

TikTok +

Digital Painting +

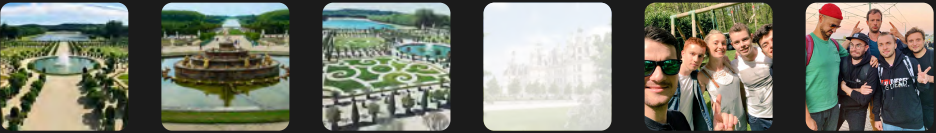
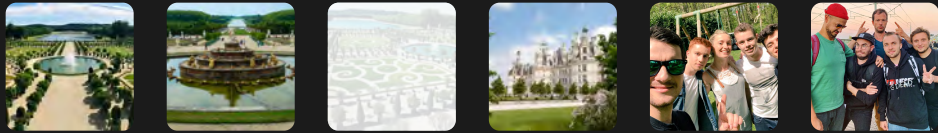
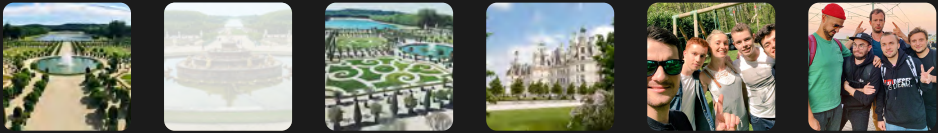
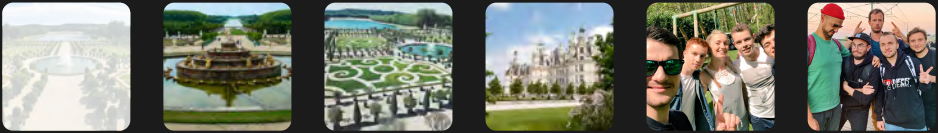
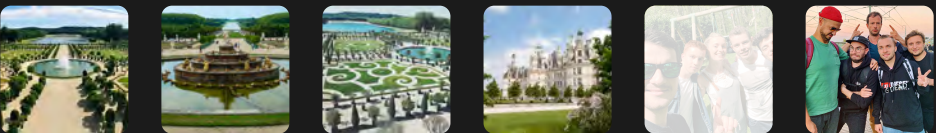
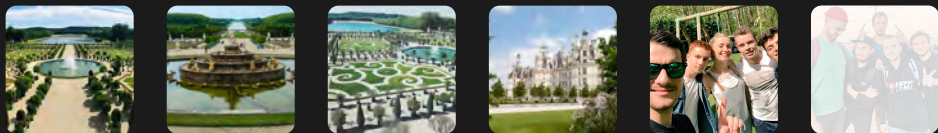
Confectionner Des Coquillages +

Tout ce que tu veux +

Ajouter une langue



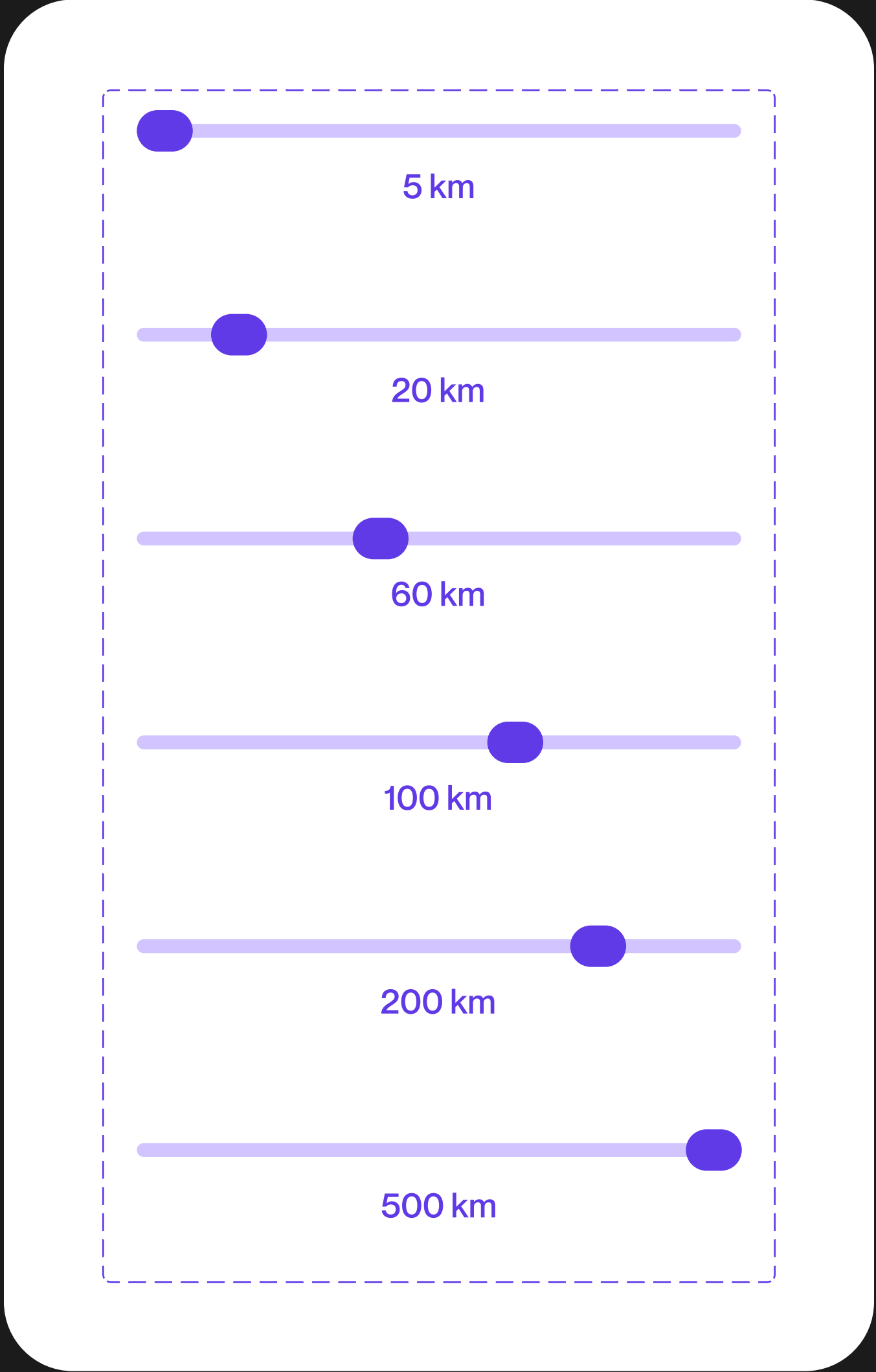
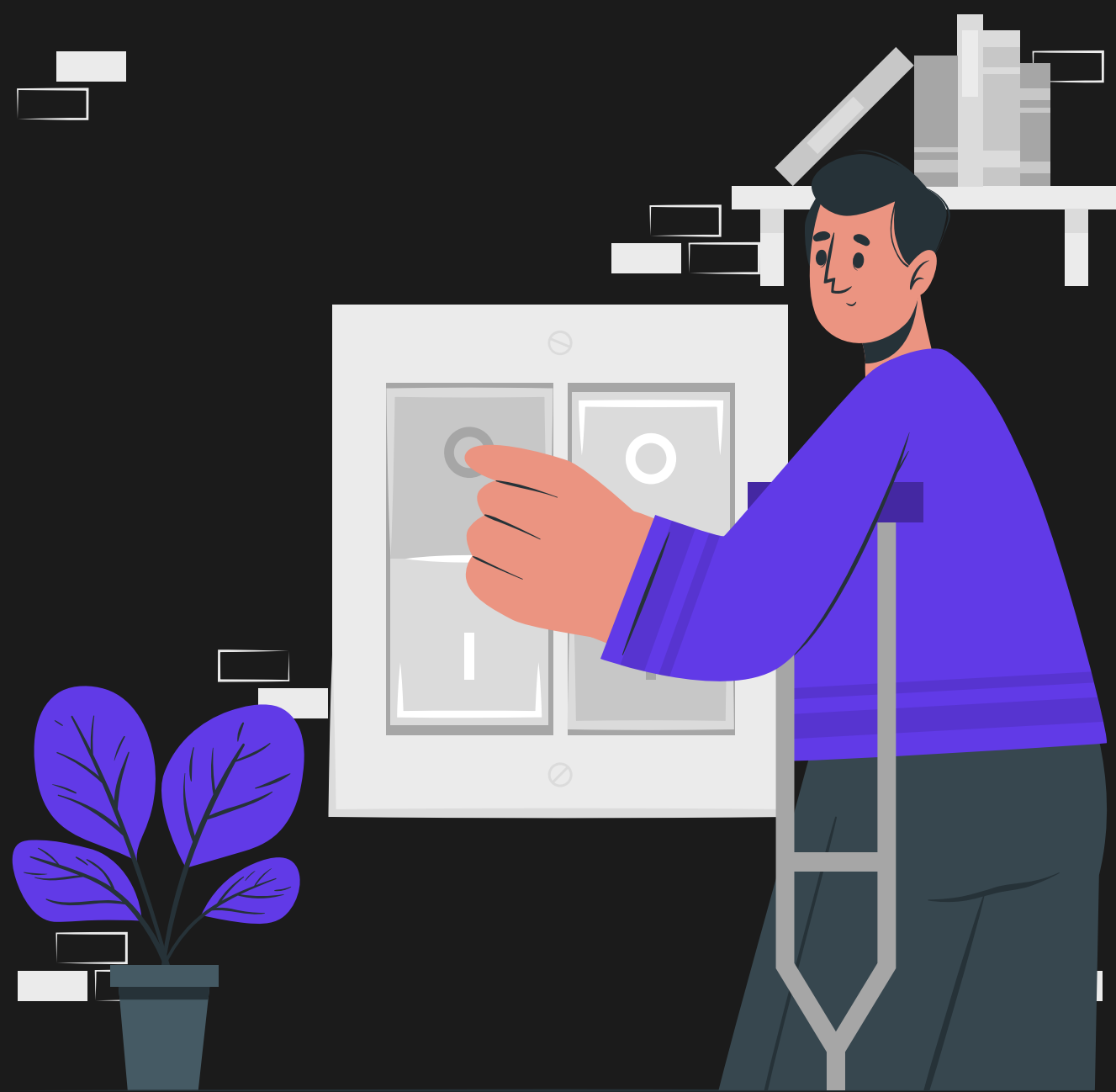
Systeme d'images d'une mission



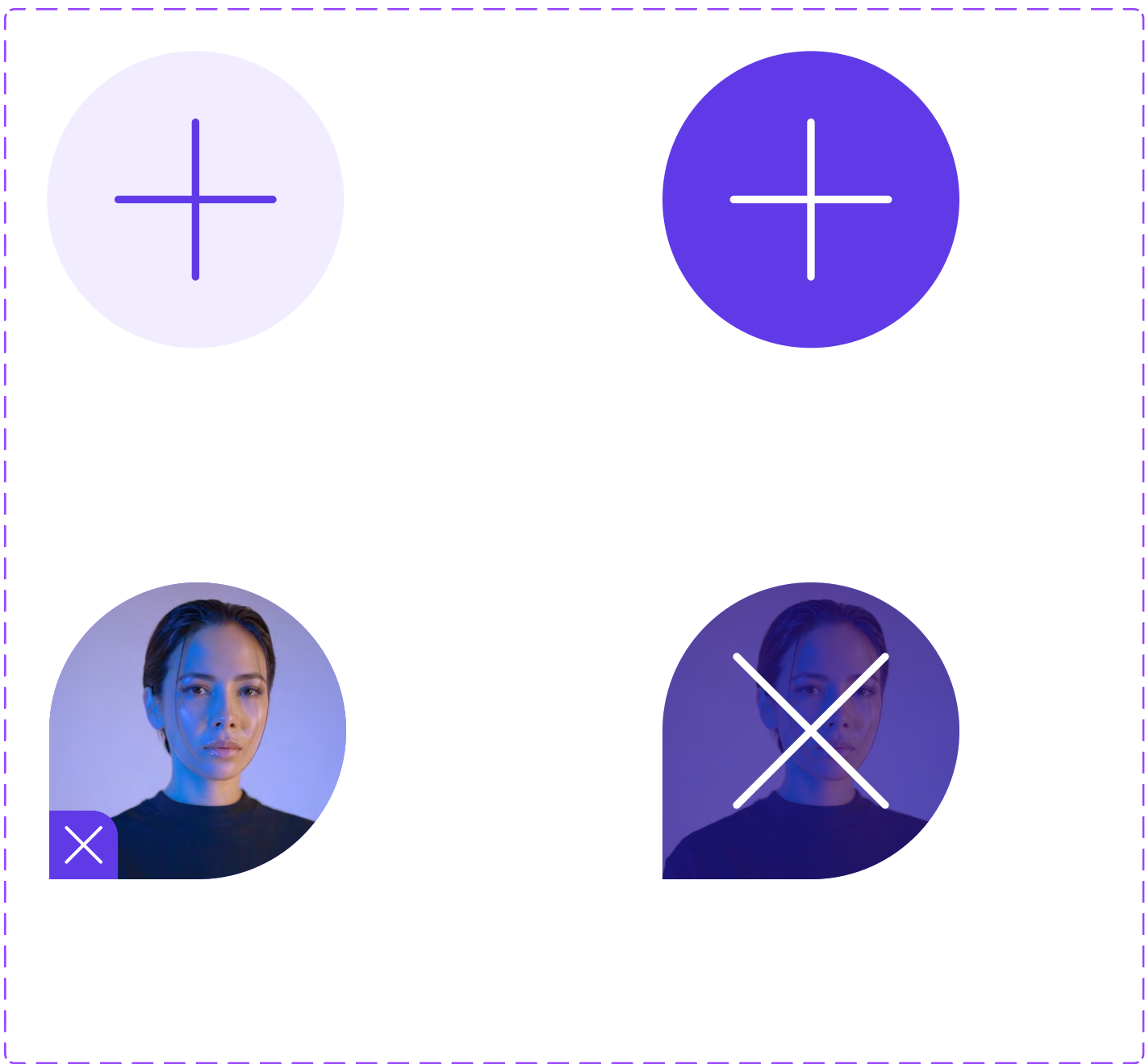
Swipper

Guide d'utilisation:

À décliner selon la nécessité;
Ne pas modifier les couleurs, formes et typographies.



Images profil

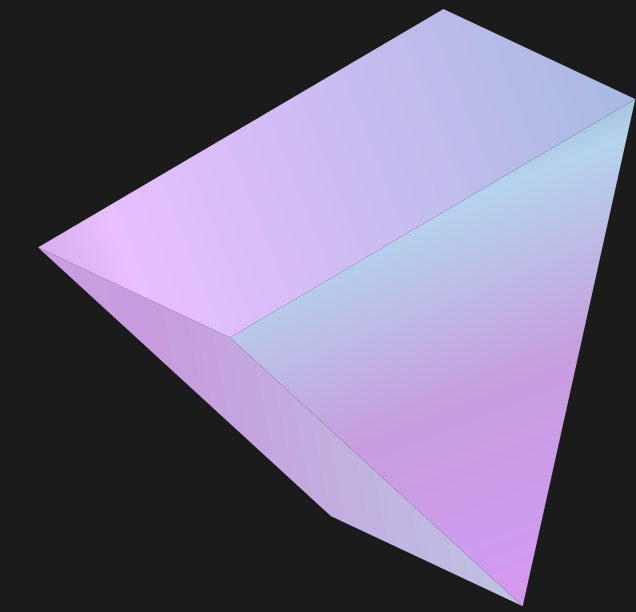
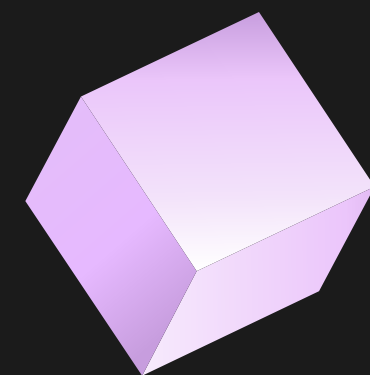


“

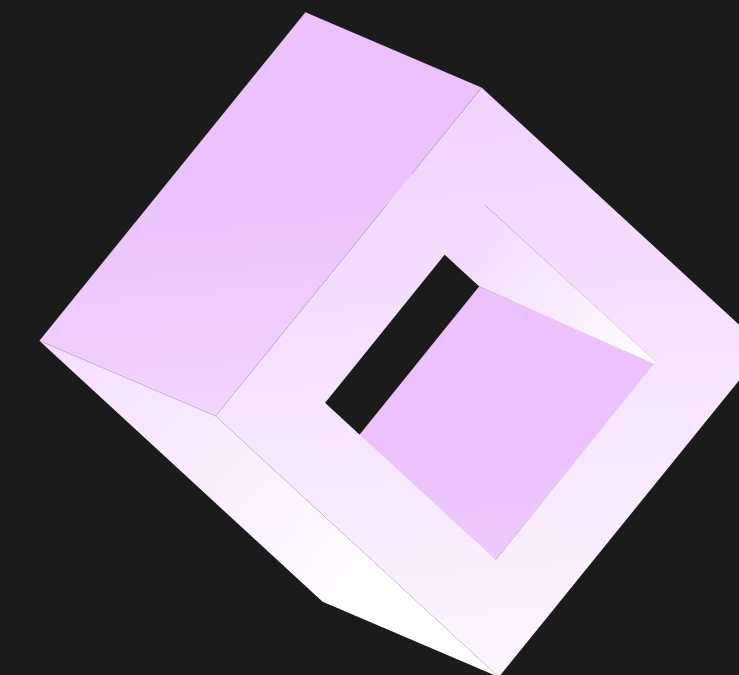
Voici la vérité simple : vous ne pouvez pas innover sur des produits sans d'abord innover la façon dont vous les construisez.

”

Alex Schleifer

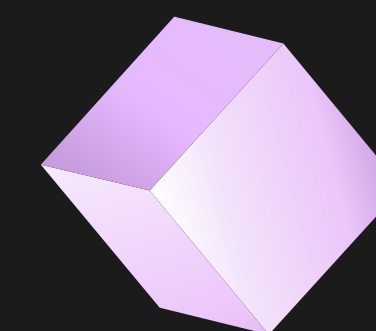
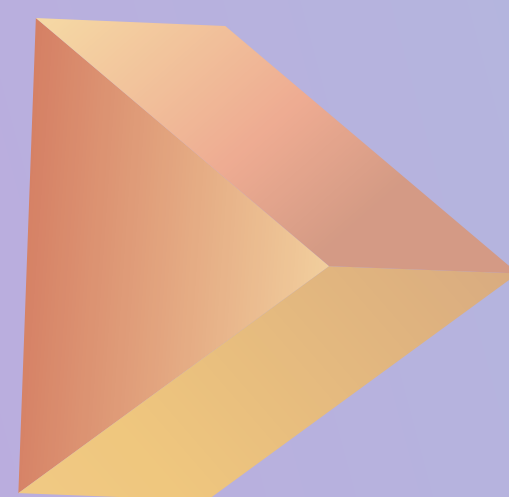


13



MAQUETTE FINALE

Ajout de l'UI



MAQUETTE FINALE

Maquette finale

Contrairement au wireframe qui montre la structure de base de l'application, la maquette va plus loin. C'est lors de cette étape du maquettage qu'on va visualiser les premières versions du design graphique. Le seul point commun entre le wireframe et la maquette, c'est que les deux sont statiques.

Design et prototype complet disponible avec le Qr code ou le lien ci-dessous:



Figma



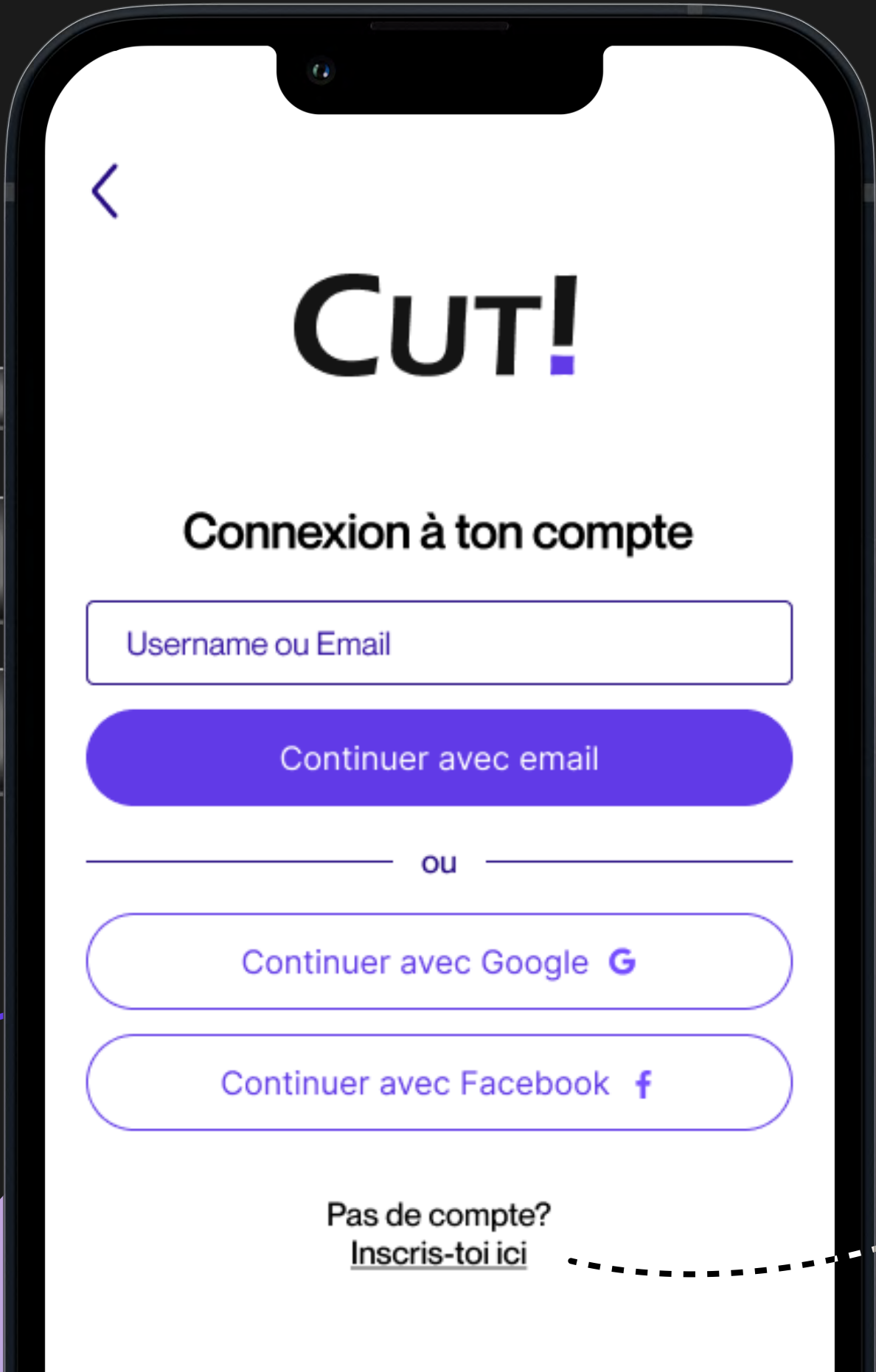
QR Code

<https://www.figma.com/file/zsh7Oswzkha7WiOA5PNBPO/Cut!-%5BPROD%5D-Prototype---Casian-Ciorba?node-id=388%3A2408>

135



Onboarding



<

Profil

La base de ton profil

Partie importante car beaucoup d'expériences sont basés sur les informations de cette partie

Photo de profil

Autres photos de toi
(accès interdit sauf autorisation de ta part sur demande)

+

Âge

Sexe

Taille en cm

*Chaque information est facultative, tu peux continuer en laissant les cases vides

Aller plus loin

<

Profil

Informations ciblées

Partie importante car beaucoup d'expériences sont basés sur les caractéristiques de cette partie

Couleur de peau

Couleur de cheveux

Couleur des yeux

Nationalité

Language

×

 Français Niveau

+ Ajouter une langue

*Chaque information est facultative, tu peux continuer en laissant les cases vides

Passons aux hobbies

<

Personnalité

Qu'aimes-tu faire?

Cela nous permet à mieux discerner ta personnalité et donc proposer des expériences plus adaptées

Passions / hobbies:

Commencer à chercher:

Séries X Natation X

Encore 23 maximum

Suggestions:

Karting + Moto + TikTok +

Digital Painting + Confectionner Des Coquillages +

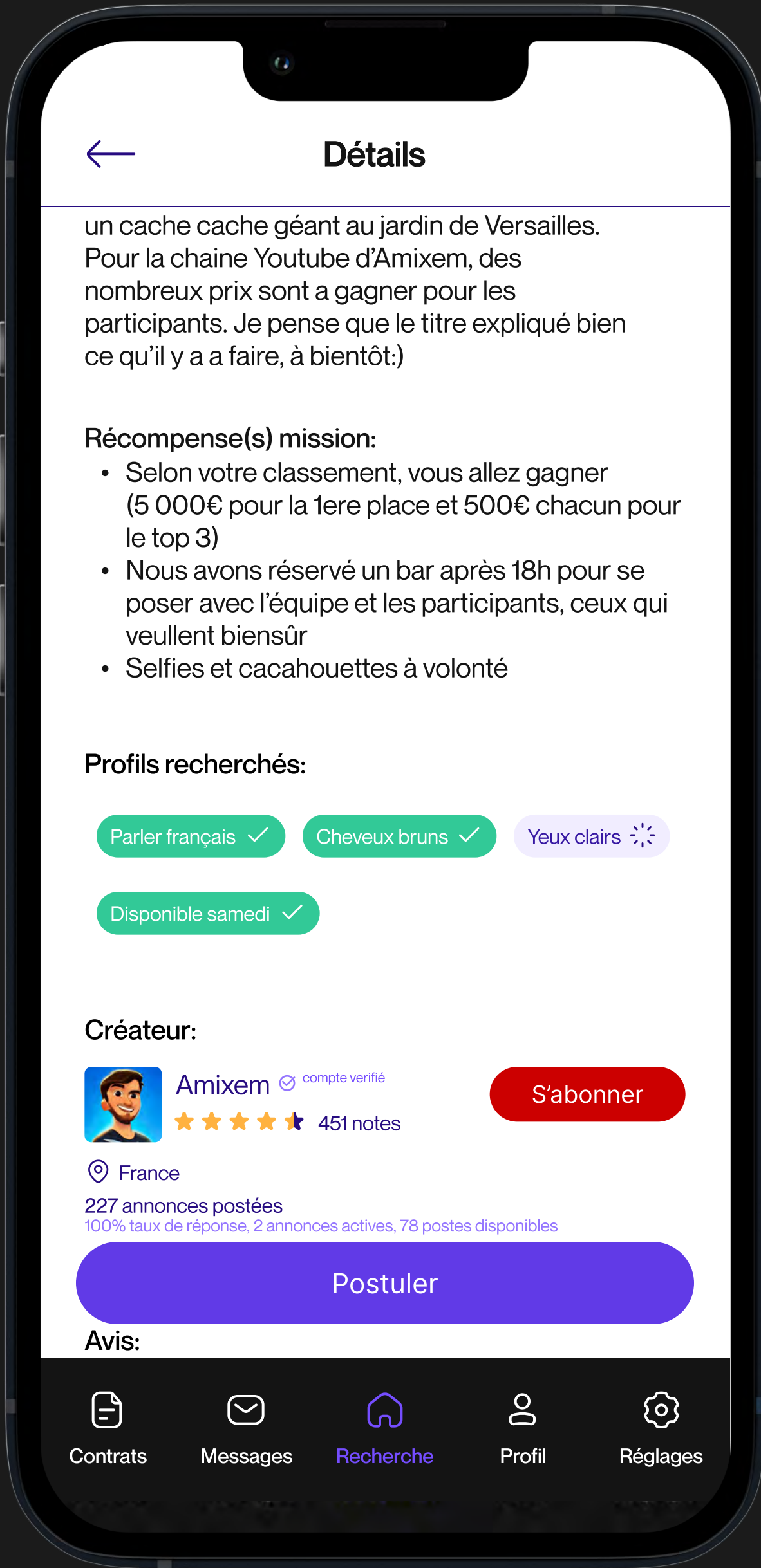
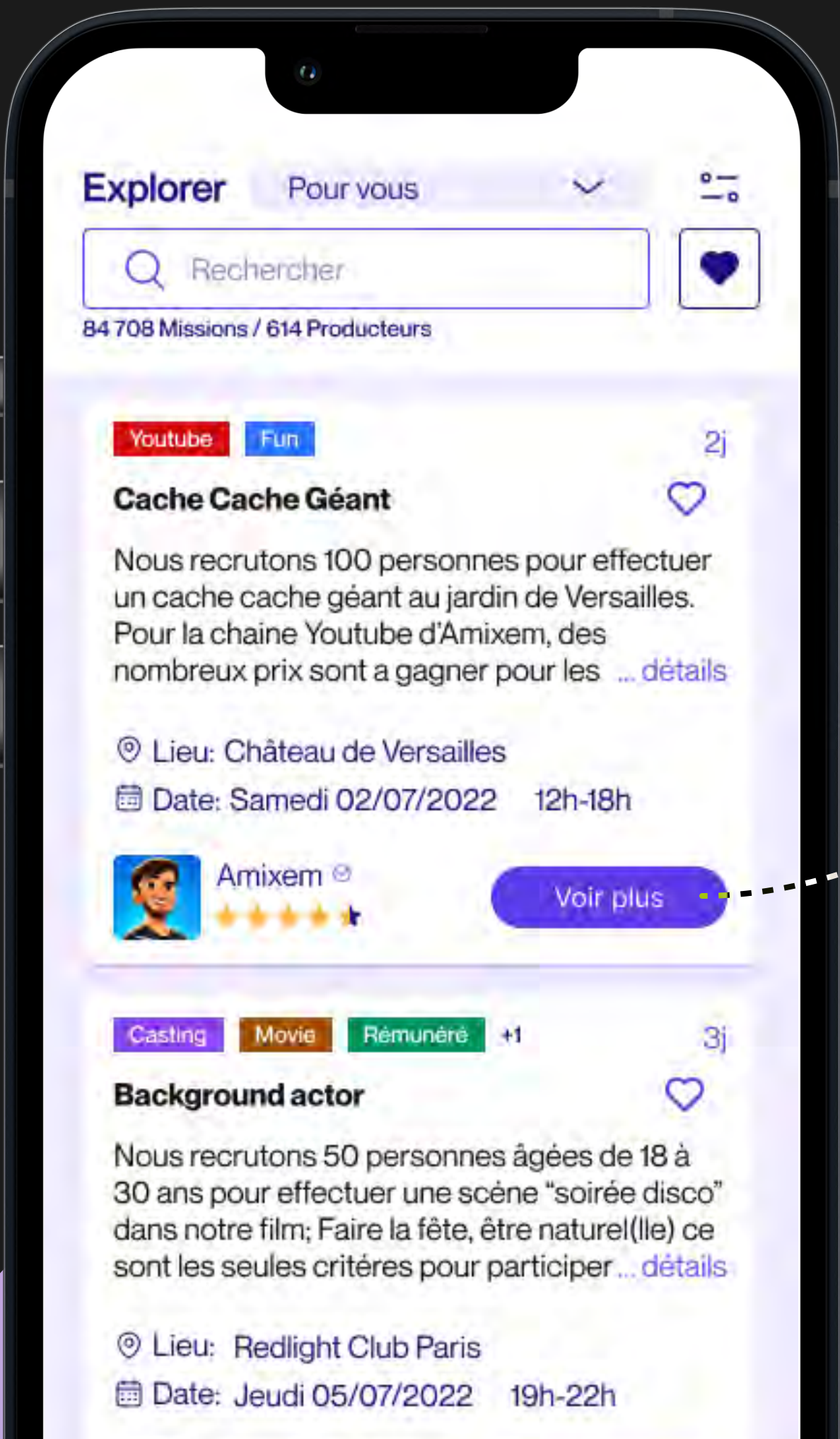
Tout ce que tu veux +

*Chaque information est facultative, tu peux continuer en laissant les cases vides

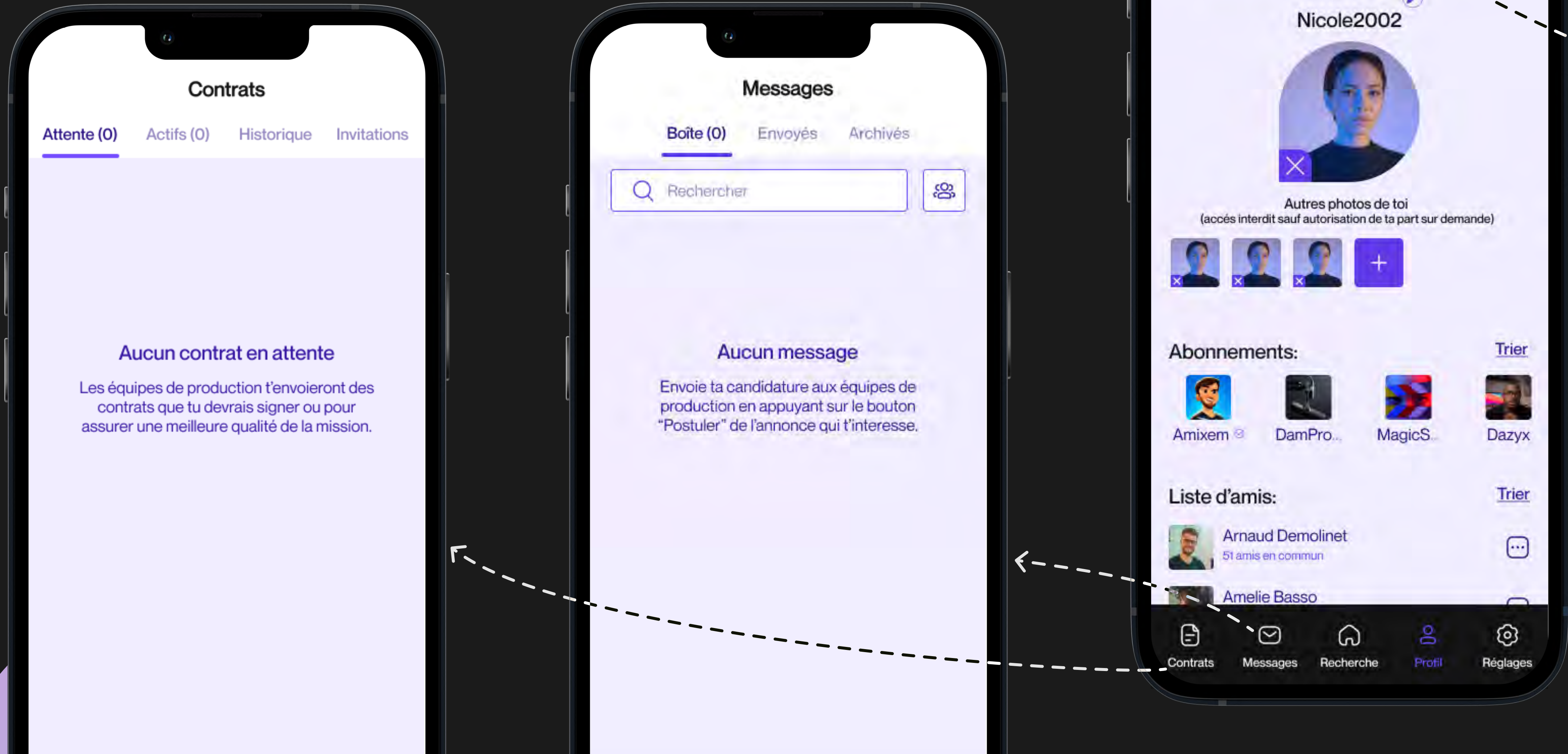
Passons aux préférences



Homepage + Annonce

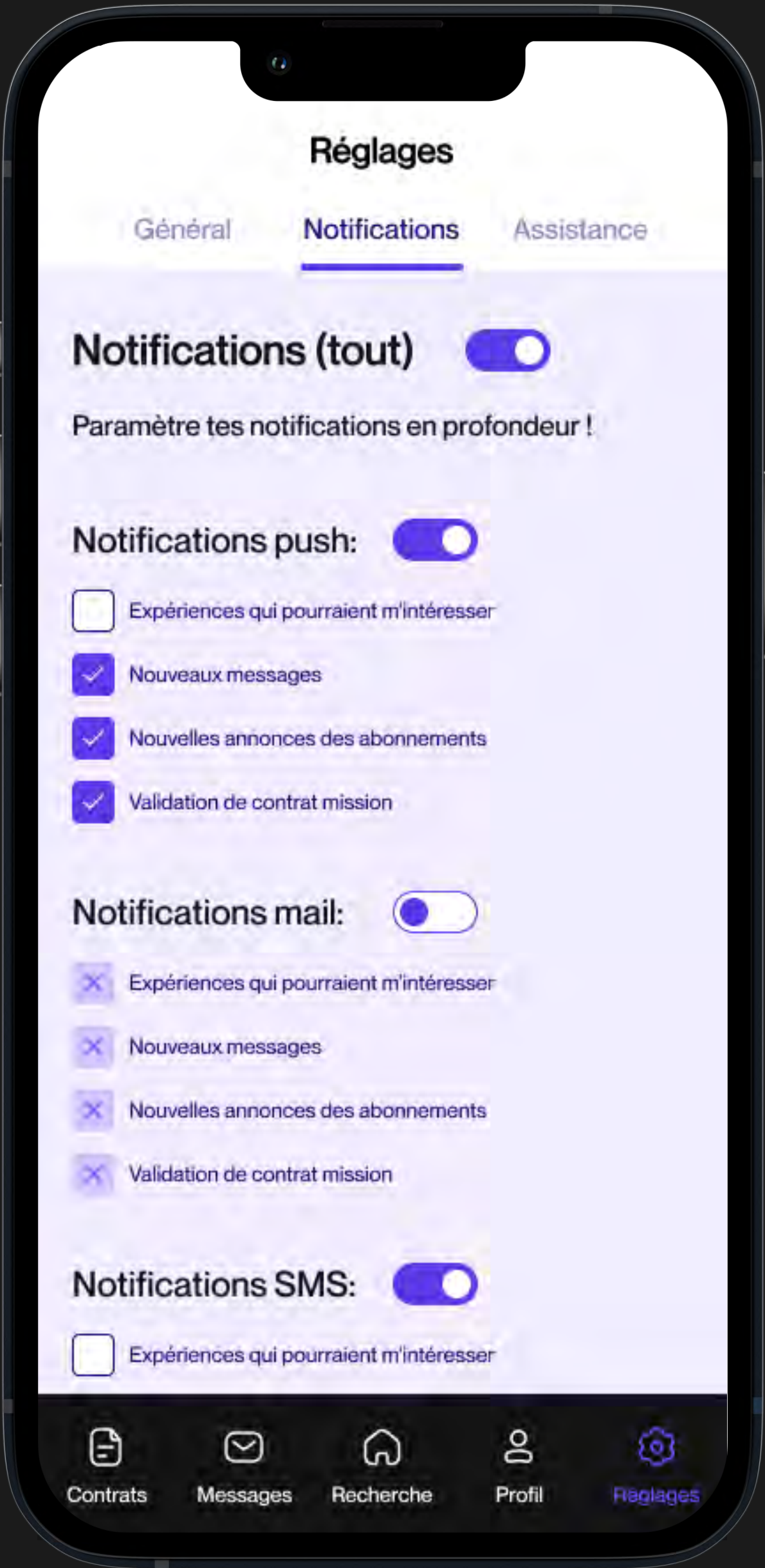


Contrats + Messages + Profil



Informations

Réglages



Prêt pour développement !

Partage des fichiers avec l'équipe de développeurs

Au cours d'un projet, les designers et les développeurs sont amenés à travailler ensemble. Leur relation est clé pour son bon déroulement.

Pour une meilleure productivité:

Impliquer tout le monde:

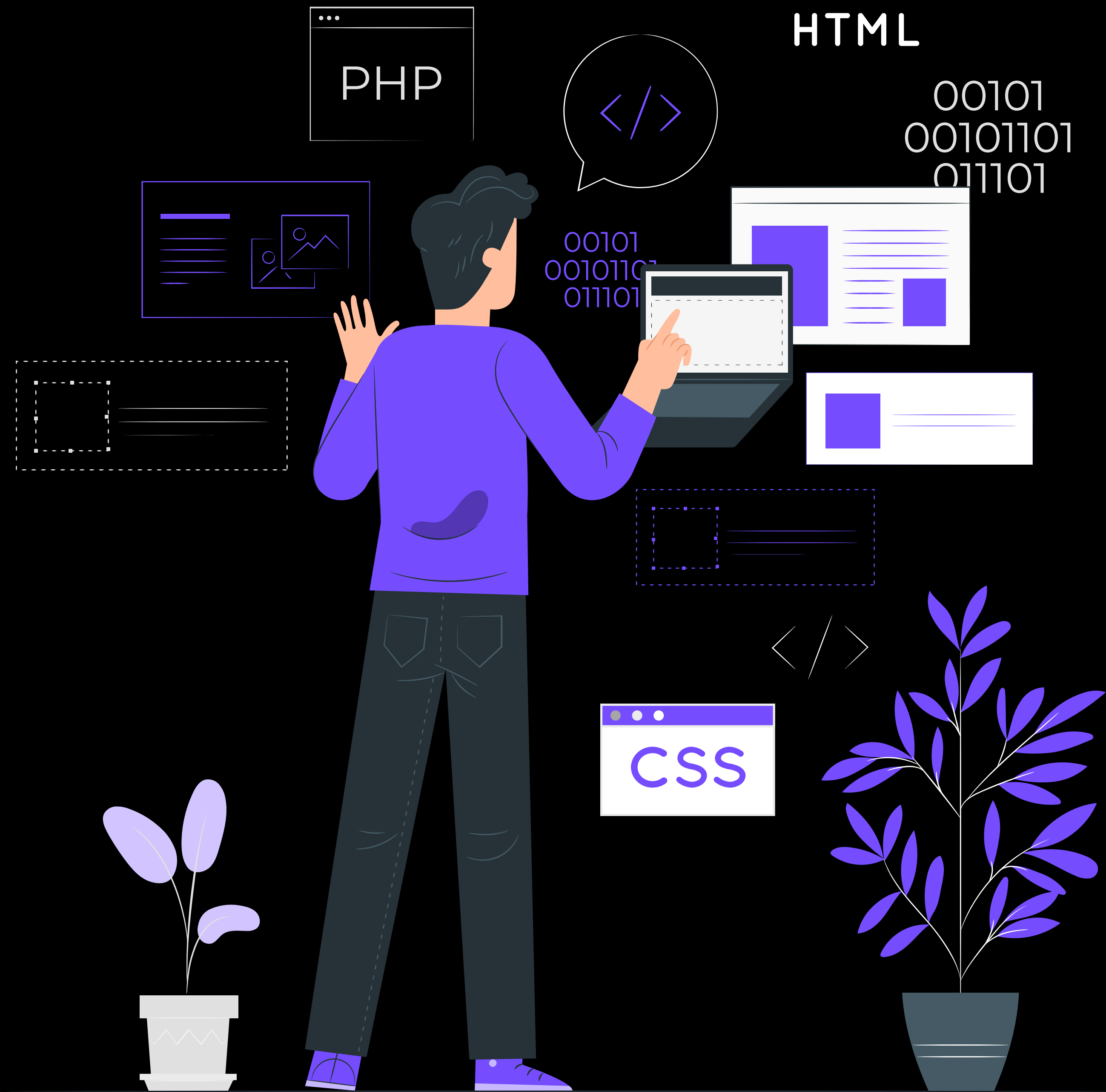
- Écouter l'avis de chaque personne travaillant sur le projet (designer/développeur) avant, pendant et après l'intégration

Comprendre les développeurs:

- Anticiper les contraintes techniques que peuvent rencontrer les développeurs, cela m'aide à adapter le design et à proposer des solutions réalisables

Montrer l'ensemble des fichiers:

- Le développeur aura peut-être du mal à s'imaginer le projet de la même manière qu'un designer, il est donc important de lui montrer l'ensemble de fichiers (prototype, moodboard, etc.)
- Insister sur l'importance du respect du Design System



“

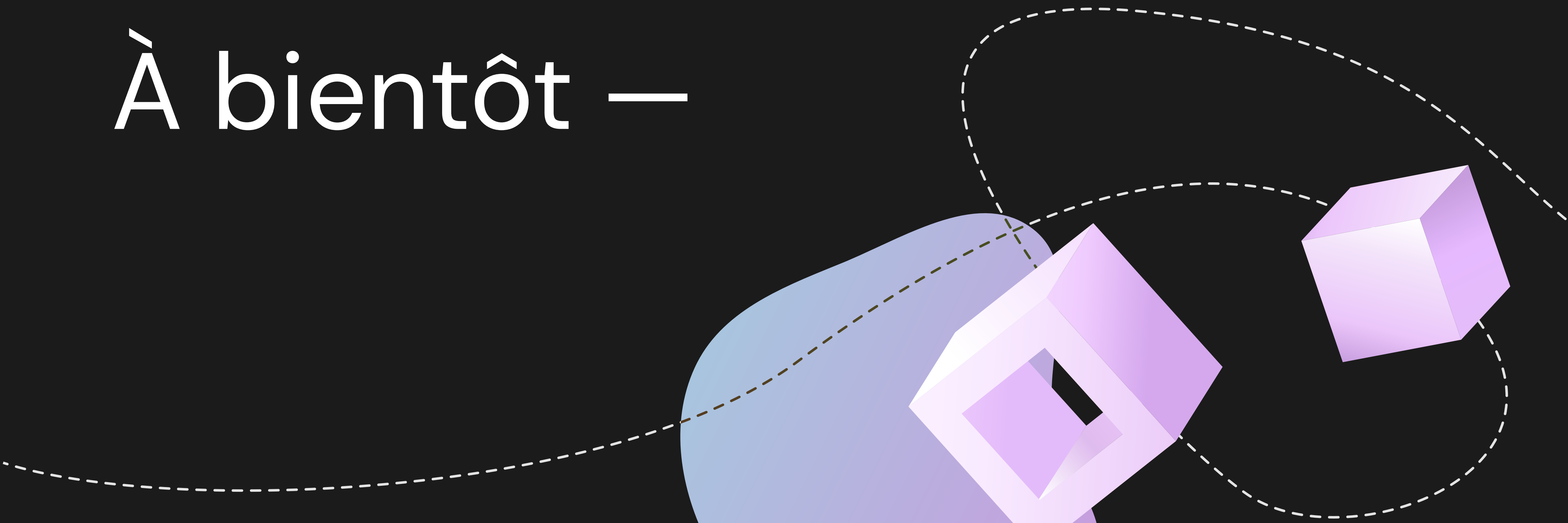
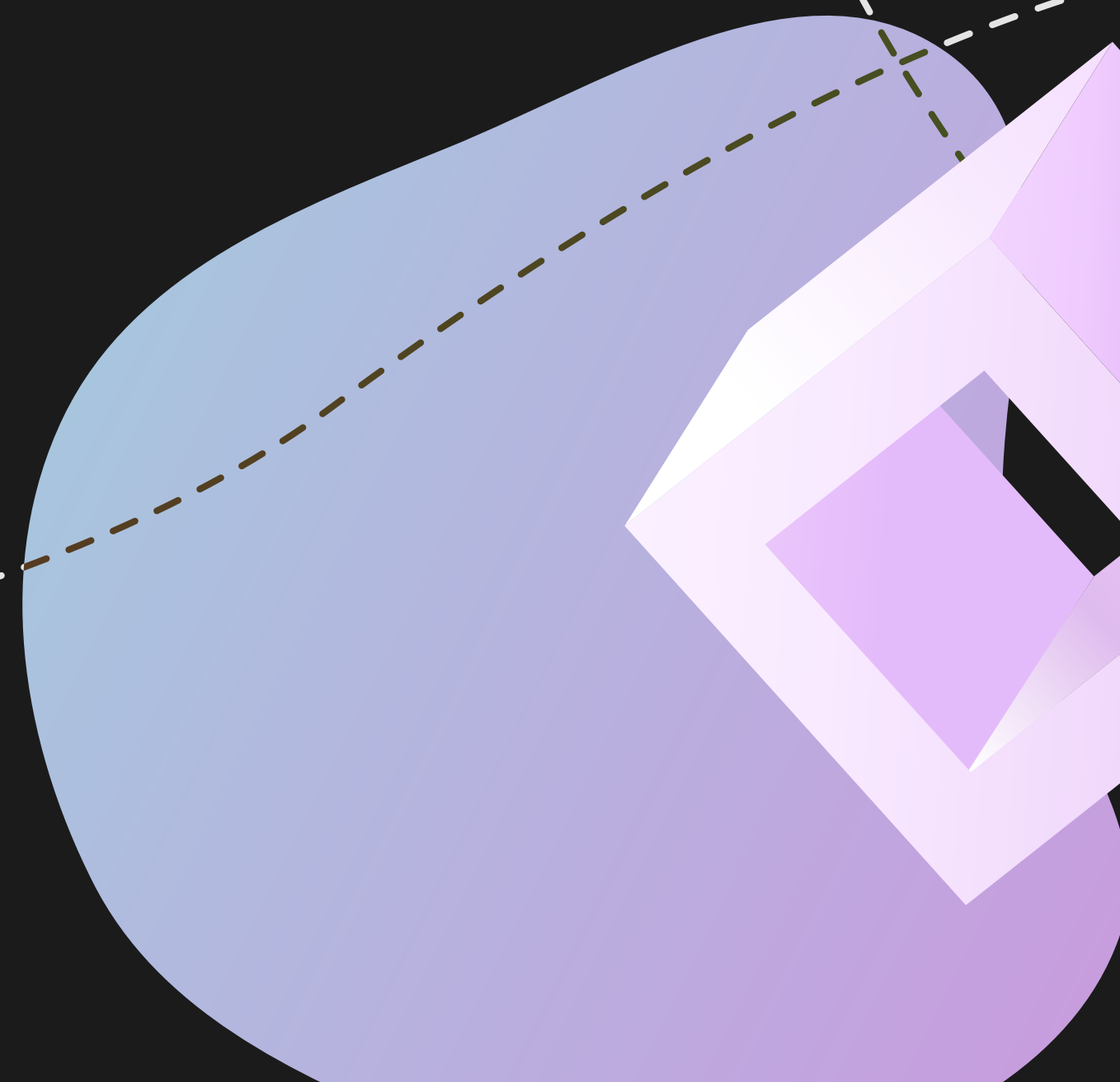
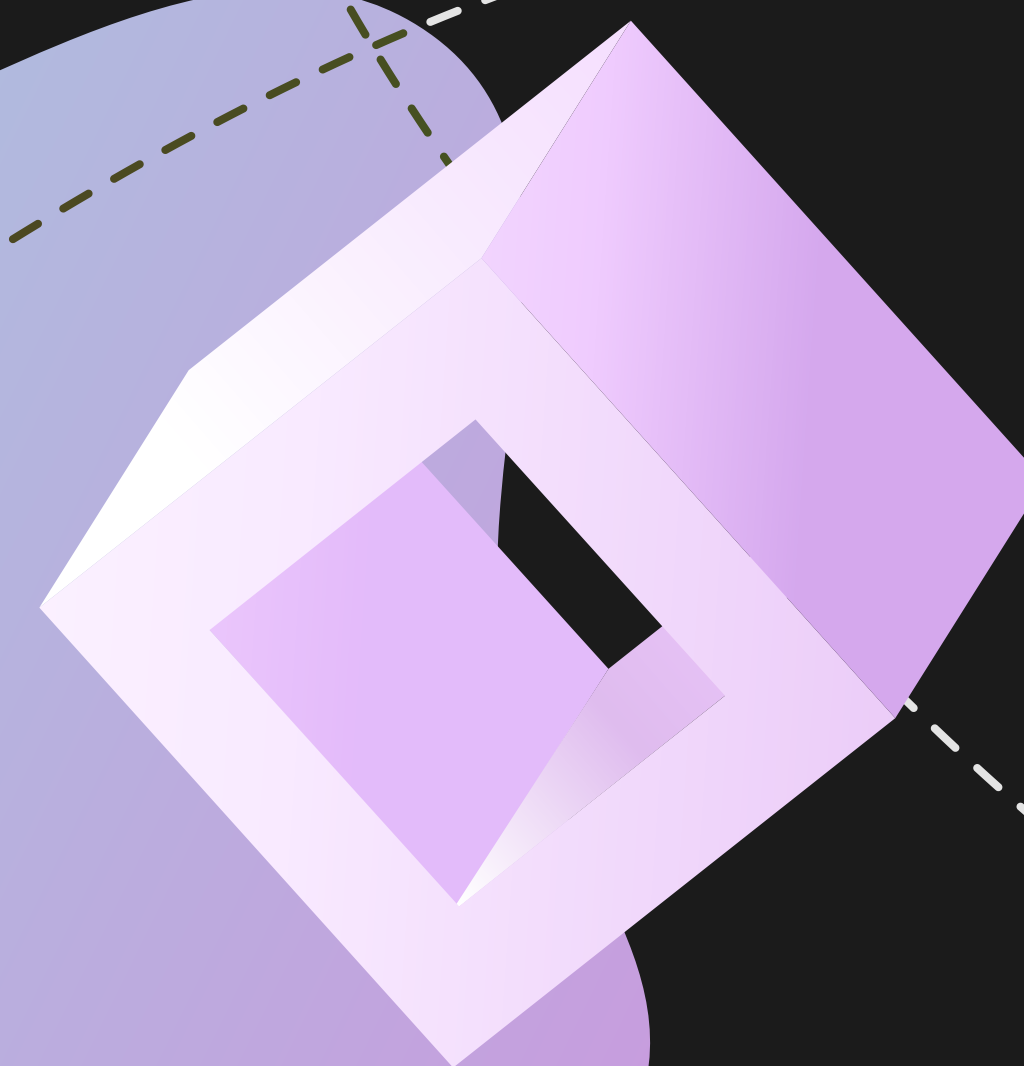
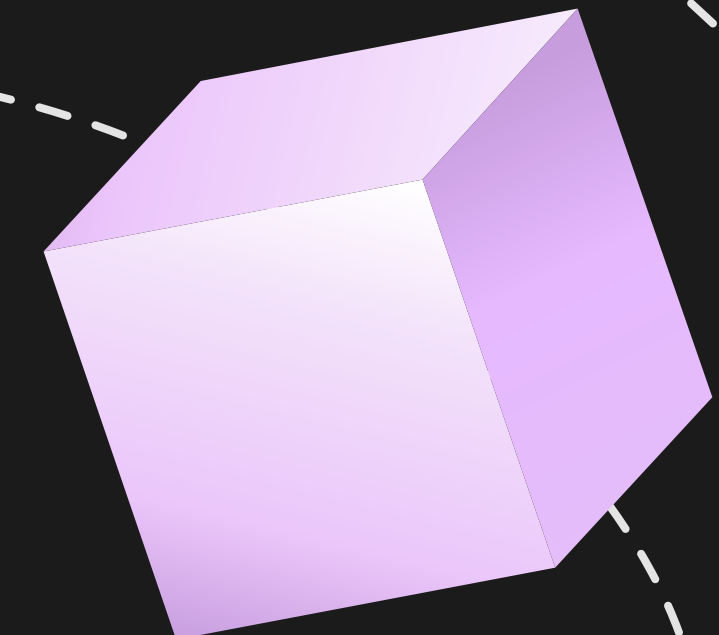
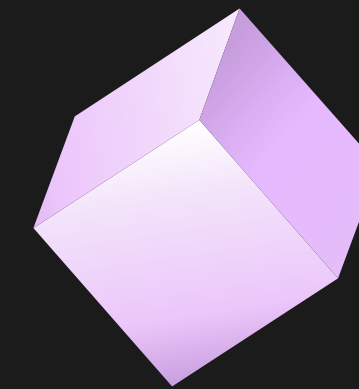
Si vous pouvez vraiment définir le
problème, vous avez également déjà
trouvé la solution.

”

Chip Kidd

CUT!

À bientôt —



Restons en contact 🤗

