

EN

M IPSUM

Detailed display

EN

page

99

1 - 3 of 3

< < > >

TOTAL : 5 LINES

Extract to Excel

M IPSUM

tion

Detailed display

Details

page

99

1 - 3 of 3

< < > >

TOTAL : 5 LINES

Extract to Excel

tion

GHA

ULD Type

Agent

ULD Owner

Baggage

Allocation

Cargo

Available

In Flight To

Actual gap

Damaged

Noact gap

Missing

Details

Lost

OG

2047

PMC 637

AF 11

2000150

224297

94586

115

257

OG

GHA

PAGAgent

AFBaggage

335Cargo

520In Flight To

500Damaged

Missing

Lost

OG

2047

PMC 637

AF 11

10 150

5 297

-1086

-105

257

OG

PAG

AF

335

520

500

2

OG

PMC

AF

10

5

-10

-10

## UX/UI Design - Refonte

# CONTEXTE / D.A

## H1 - Montserrat

## H2 - Montserrat

TXT - Montserrat

Application métier dédiée à la gestion des palettes chez Air France-KLM et ses partenaires. Créée en 2011, les besoins opérationnels ont fortement évolué ainsi que les attentes des utilisateurs aussi. Aujourd’hui cet outil occupe une place importante dans le traitement du cargo, notamment avec l’arrivée des trackeurs sur les palettes qui exigent une fiabilité irréprochable.

Or l’application actuelle, vieillissante et ergonomiquement dépassée, ne répond plus aux standards nécessaires ni aux exigences du terrain.

**Logiciels :** Figma





# PROCESS DESIGN



# PROCESS DESIGN



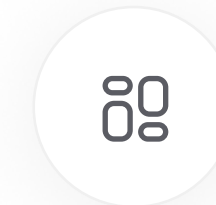
## Recherche et analyse

Collecter des informations sur les utilisateurs et les différents usages des produits actuels, leurs comportements et leurs parcours



## Définition

Définir la vision produit, les fonctionnalités, la manière dont le produit sera utilisé, l'architecture de l'information, le périmètre fonctionnel et les priorités.



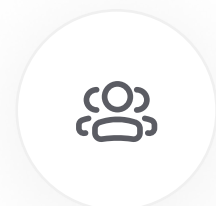
## Wireframes

Concevoir des wireframes pour définir la structure de l'application et les parcours utilisateurs.



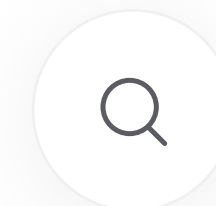
## UI Design

Construire l'interface à partir du design system et intégrer des données réalistes pour faciliter la projection.



## Tests utilisateurs

Valider les hypothèses en testant la solution avec des utilisateurs, puis itérer via du prototypage.



## Synthèse

Analyser les retours utilisateurs afin d'alimenter de nouvelles itérations et d'appliquer les enseignements recueillis.

# INTERVIEWS UTILISATEURS

## Prénom 1 et Prénom 2

Gestionnaire contenu(s) pharma AF (Tech) (logisticien)

VCU.D AirFrance

### Tâches principales

Insérer/destructurer pharmacie de vente les besoins de :

1. Localisation et location des livraisons
2. Régulariser le stock des articles
3. Suivre leur statut
4. Traçage d'UE.D
5. Changer les statuts des articles et clients

### Pain points & objections

1. Complexité
2. Pages identifiées, type de pages
3. ...ajouter d'autres pages
4. Menu

### Suggestions d'amélioration

1. Simplifier les pages
2. Manque d'informations
3. Facilité d'UE.D

### Besoins principaux

5. Actualisation
6. Facilité d'UE.D
7. Lisibilité simplifiée
8. Élimination non utilisée
9. Manque d'informations

# Prénom

Dictionnaire de stock AF (Tech-logisticien)

VOLUX AirFrance

## Tâches principales

- Gestion de la vie des palettes :
  - Envoyer des palettes chez le fournisseur
  - Récupérer des palettes du fournisseur
  - Acheter des palettes neuves
  - Revenir des palettes du parc.

## Pain points & objections

- Choix du répertoire fournisseurs
- Fournisseur des palettes
- Destruction des palettes
- Achat des palettes
- Utilisation

## Suggestions d'amélioration

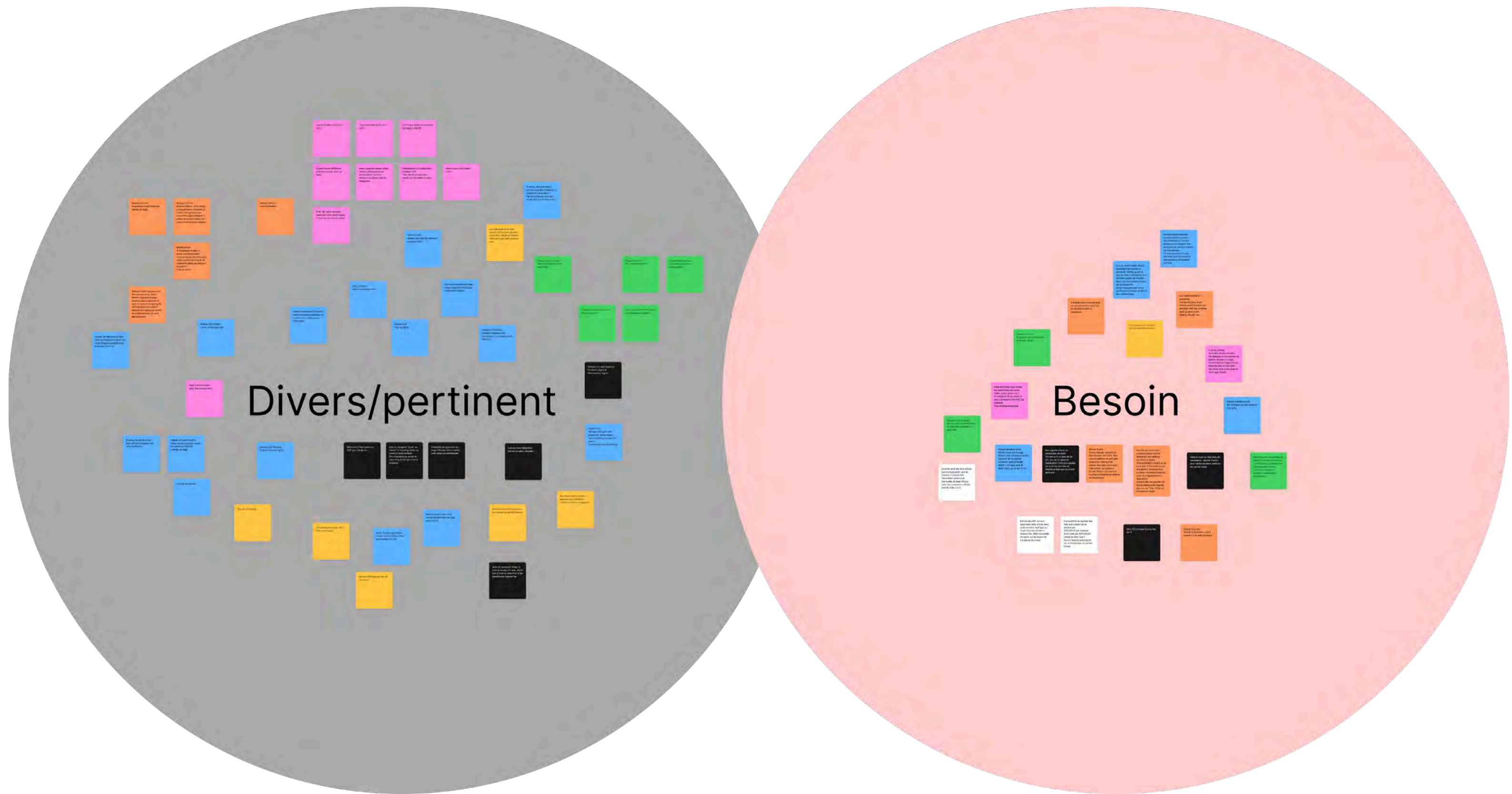
- Dossier de maintenance
- Généraliser les palettes
- Fournir

## Besoins principaux

[illegible][illegible]



# INTERVIEWS UTILISATEURS



# RETOURS UTILISATEURS

01

“L’application fait vraiment vieille... Je dois ouvrir trois pages différentes pour trouver une info, puis revenir en arrière à chaque fois. On perd du temps et on n’est jamais sûr que les données soient à jour...”



**Utilisateur**

Technicien

02

“L’interface manque de hiérarchie visuelle et de cohérence. Les parcours sont fragmentés, les actions importantes sont presque cachées et l’utilisateur est obligé de multiplier les clics pour de simples vérifications. On sent que l’ergonomie date de plusieurs années.”

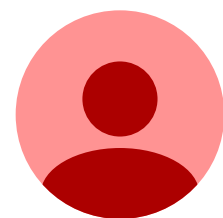


**Personne 1**

UX/UI Designer

03

“Les retours montrent un outil dépassé, peu fiable et générant trop d’allers-retours pour accéder aux informations critiques. La structure actuelle du parcours utilisateur n’est plus adaptée. Cela augmente la charge cognitive et pénalise clairement l’efficacité opérationnelle.”



**Personne 2**

Buisness Analyst

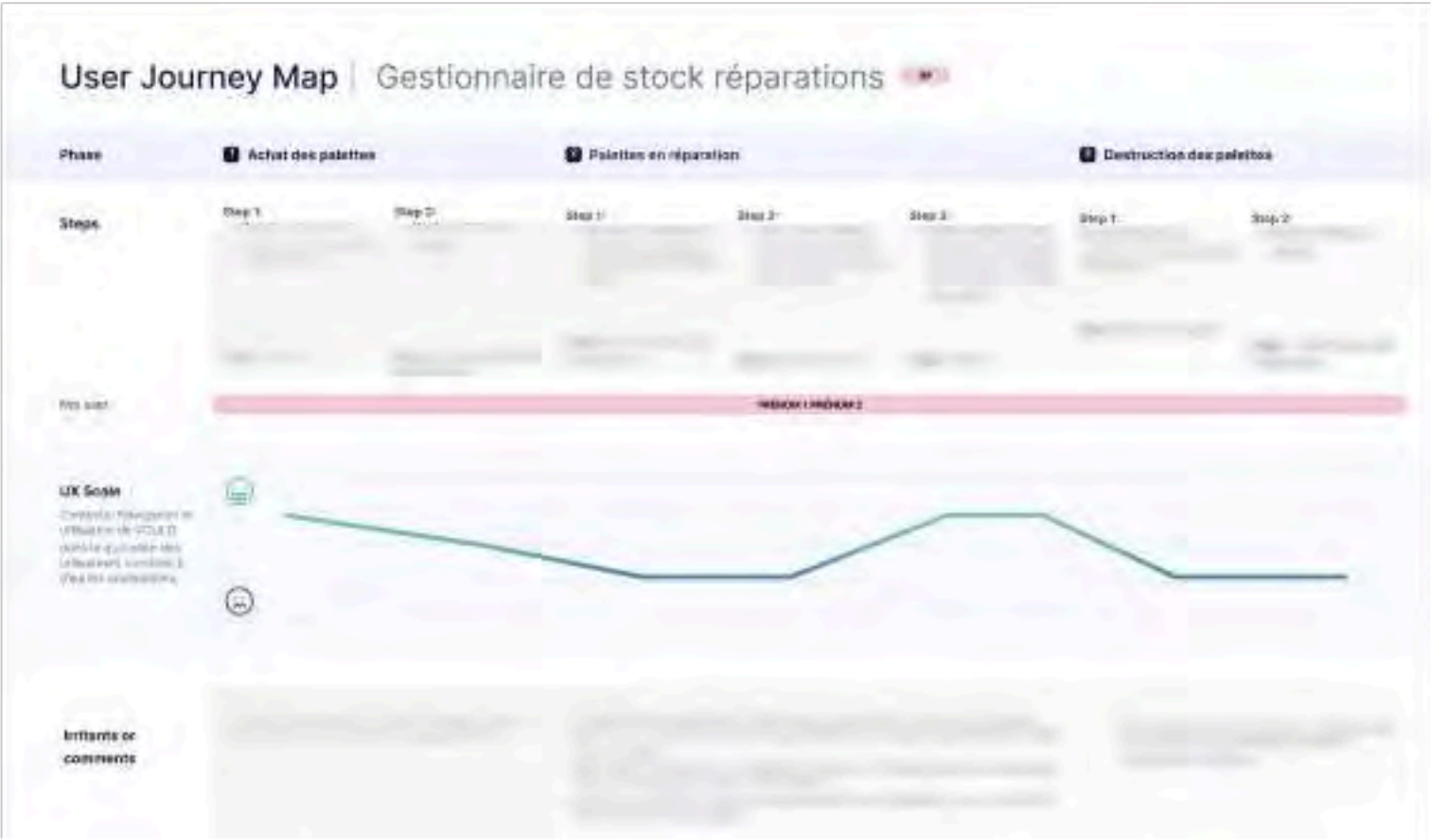


# PERSONAS



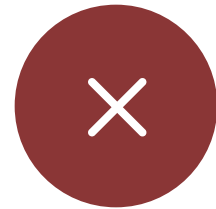


# User Journey Map

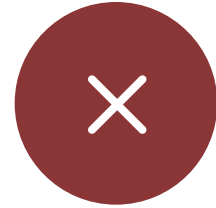


# IDENTIFICATION DES POINTS DE FRICTION

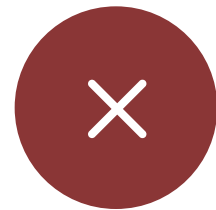
## Problèmes



Multiplication de pages aux usages similaires, menus inutilisés, familles d'ULD obsolètes, absence de hiérarchie visuelle et trop de texte/chiffres.



Numéros d'ULD manquants, historique impossible à suivre, réparateurs non identifiés, données non mises à jour, pas de statut clair pour les éléments en réparation ou en destruction



Saisie qui se réinitialise en cas d'erreur, validation blocante sur les achats, impossibilité de choisir le bon réparateur, Stock Owner à resélectionner à chaque fois, communication eULD dégradée. Trop de frictions dans des processus quotidiens critiques.

## Solutions



Fusionner les pages redondantes, nettoyer les familles/types d'ULD, rendre la navigation fluide, hiérarchiser visuellement les contenus et transformer la page d'accueil en hub utile.

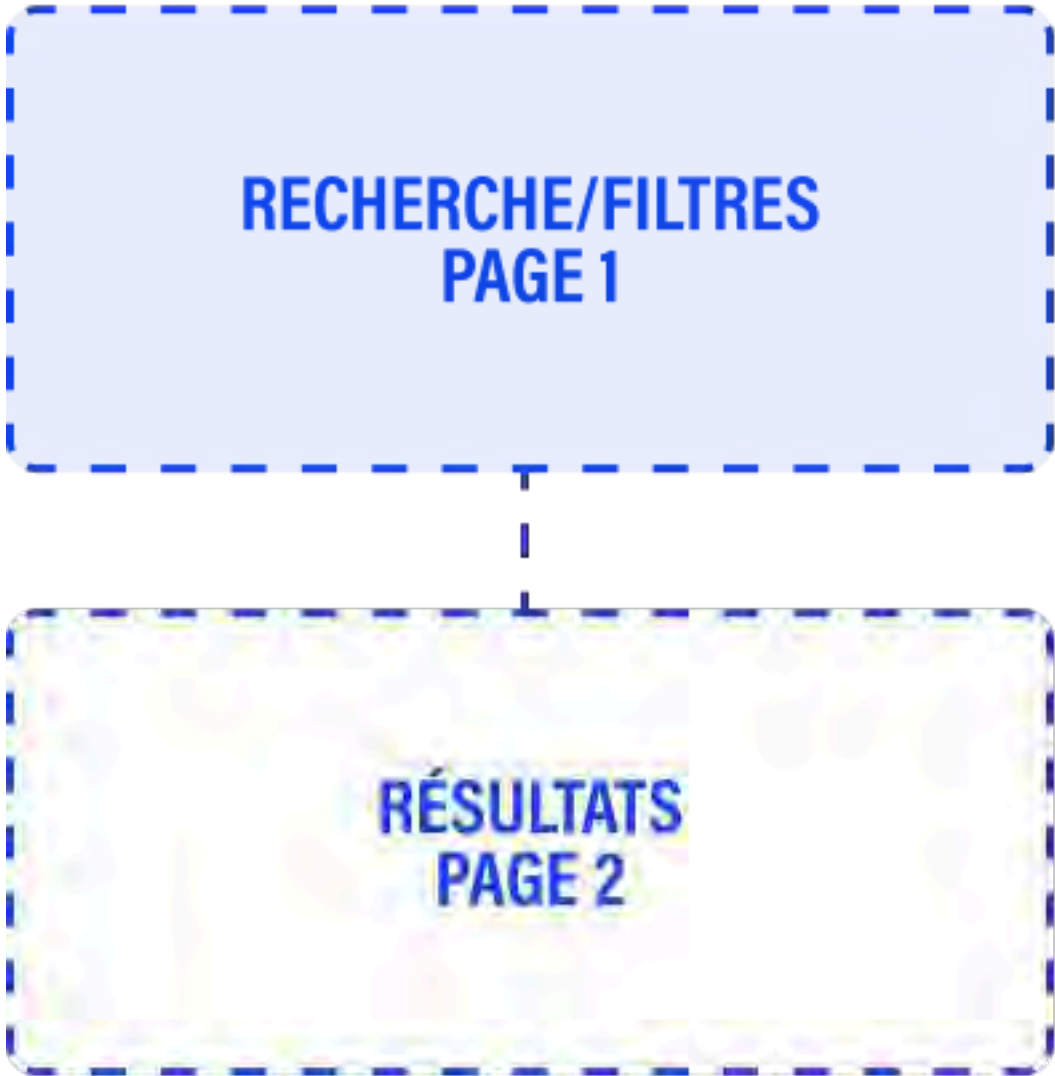


Créer une fiche ULD 360° avec cycle de vie, historique détaillé, réparations, affectations, numéros, statuts, fournisseurs... Ajouter les informations manquantes dans les pages critiques et assurer une cohérence globale des données.



Autosave pour éviter la perte de saisie, validation individuelle des ULD, mémorisation du Stock Owner, choix intelligent du réparateur, réintégration des fabricants, statuts dédiés pour les destructions, amélioration de l'eULD.

# VERSION ACTUELLE (WIREFRAME)



Search

Location

Age

Person

Topic

Transfer

Print

Refresh

Previous

Your profile

Quit

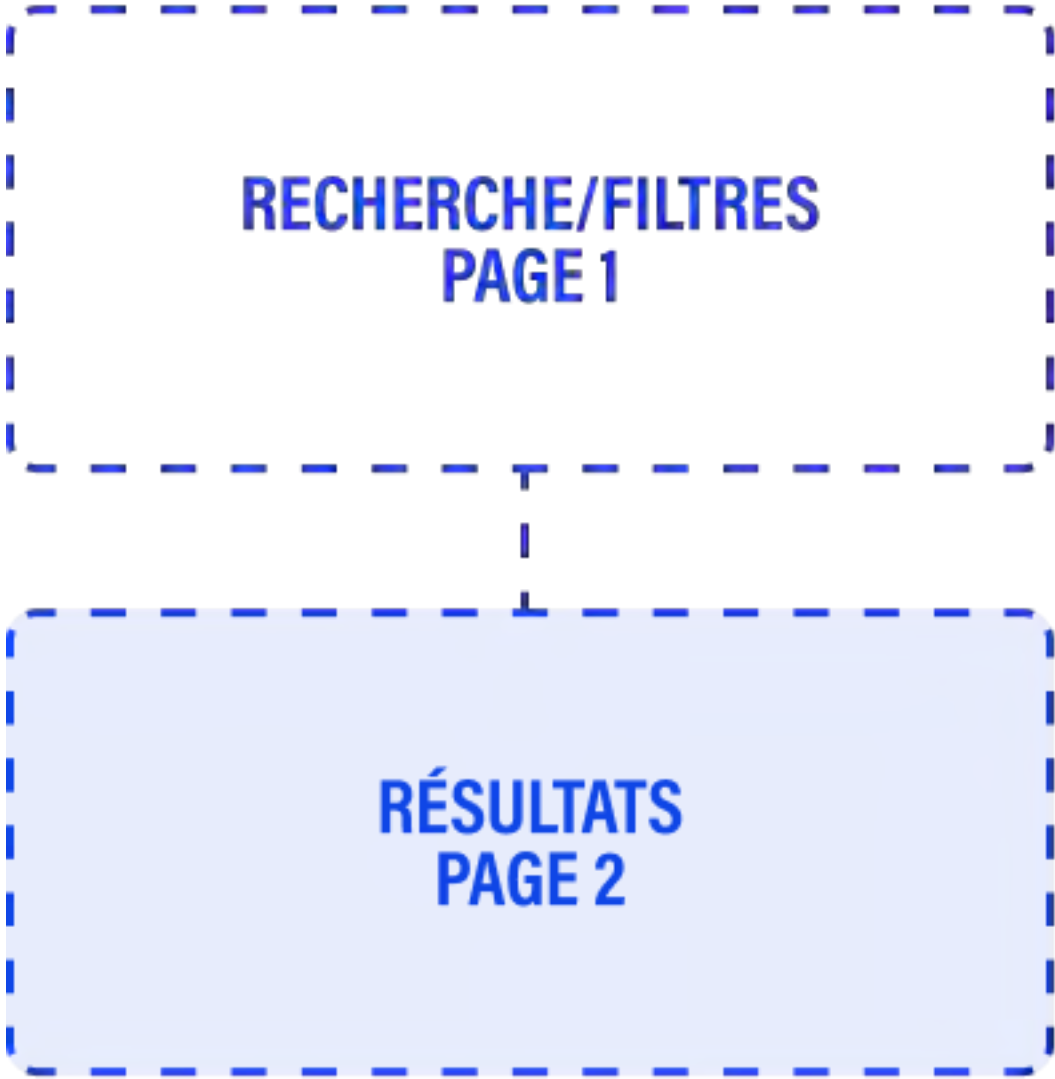
Submit

Count

Clear



# VERSION ACTUELLE (WIREFRAME)



# PROPOSITION 1

(WIREFRAME HF)

RECHERCHE/FILTRES  
RÉSULTATS

AIRFRANCEKLM  
GROUP

EN

LOREM IPSUM

Informations ULD

Lieu

Owner

Reinitialiser

Rechercher

RESULTS

Items per page

1 - 1 of 1

TOTAL: 5 LINES

Extract to Excel

Lorem	Lorem	Lorem	Lorem	Lorem	Lorem	Lorem	Details
TXT	TXT	AP	2000	2242	843	0	+
Lorem	Lorem	Lorem	Lorem	Lorem	Lorem	Lorem	Lost
2047	637	11	150	297	366	115	257





# TEST UTILISATEURS - A/B

01

“Lors de la consultation avoir le menu en haut est bien mieux mais m’oblige à scroller constamment pour voir les résultats, je perds le fil de ce que je fais.”



**Personne 1**

UX/UI Designer

02

“Avec les filtres à gauche me donnent l’impression de garder le contrôle sans devoir retourner à la page précédente , un gros gain de temps”

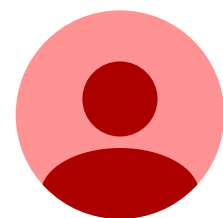


**Personne 1**

UX/UI Designer

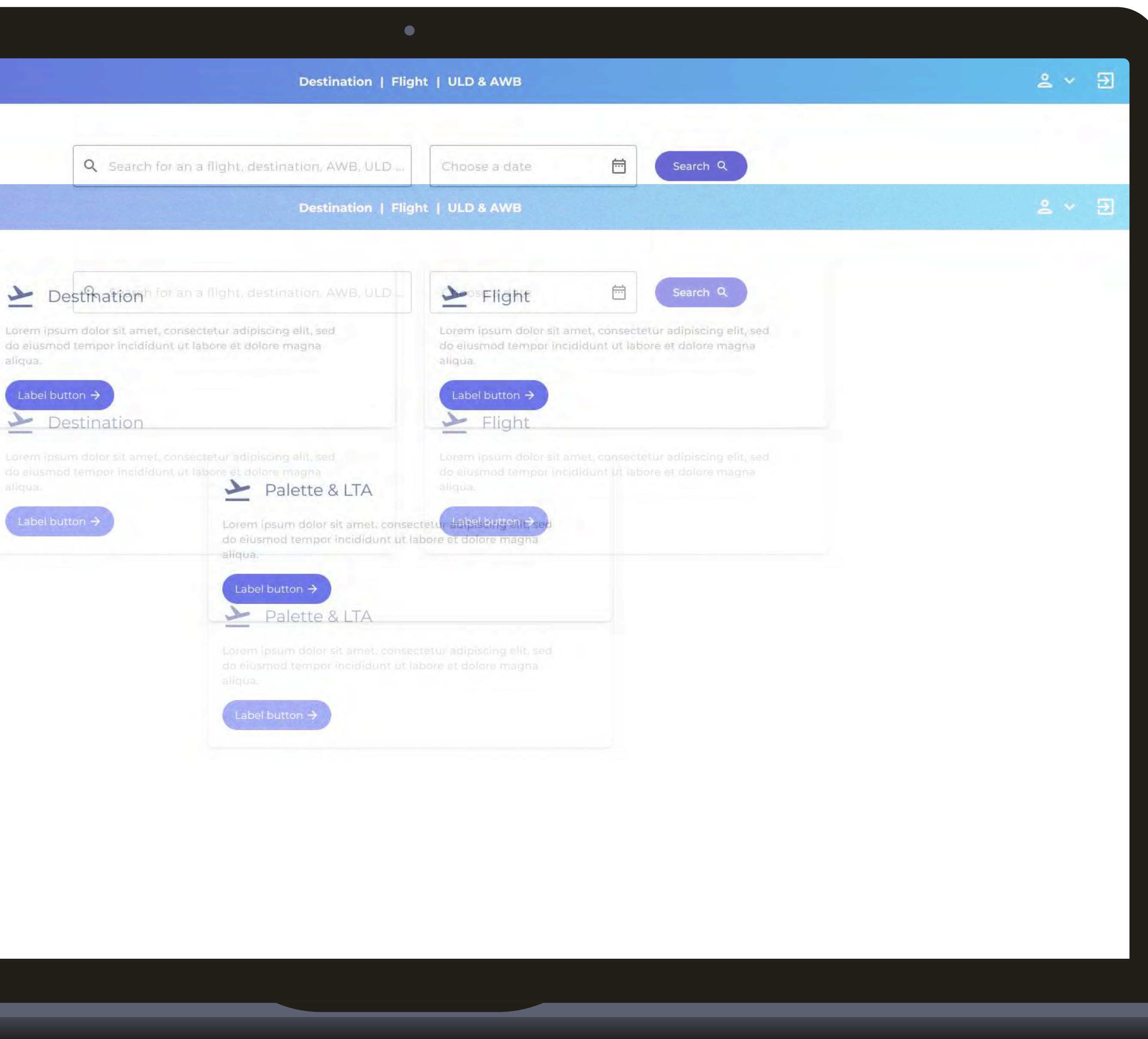
03

“Le positionnement du menu à gauche permet de réduire les interruptions dans le flux de travail, l'utilisateur conserve les filtres visibles et diminue les actions parasites.”



**Personne 2**

Business Analyst



**AIRFRANCE**

**UX/UI - Product Design**

# CONTEXTE / D.A

## H1 - Montserrat

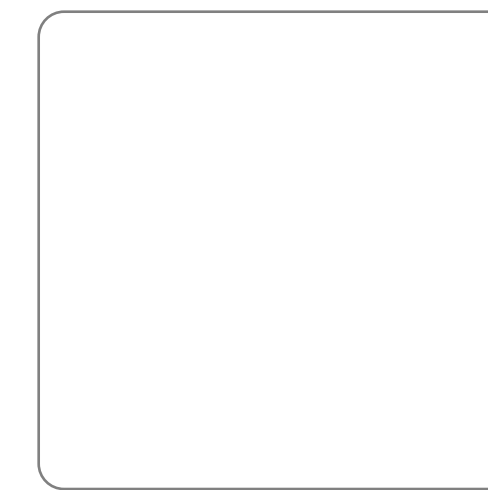
## H2 - Montserrat

TXT - Montserrat

Application dédiée aux préparateurs de fret aérien, centralisant en une seule interface les fonctionnalités de quatre outils. Moins de manipulations, moins d'erreurs et une exécution plus rapide. Une expérience unifiée, les charges cognitives réduites et les performances opérationnelles renforcées. Pour des raisons de **confidentialité**, tout le process ne pourra être présenté.

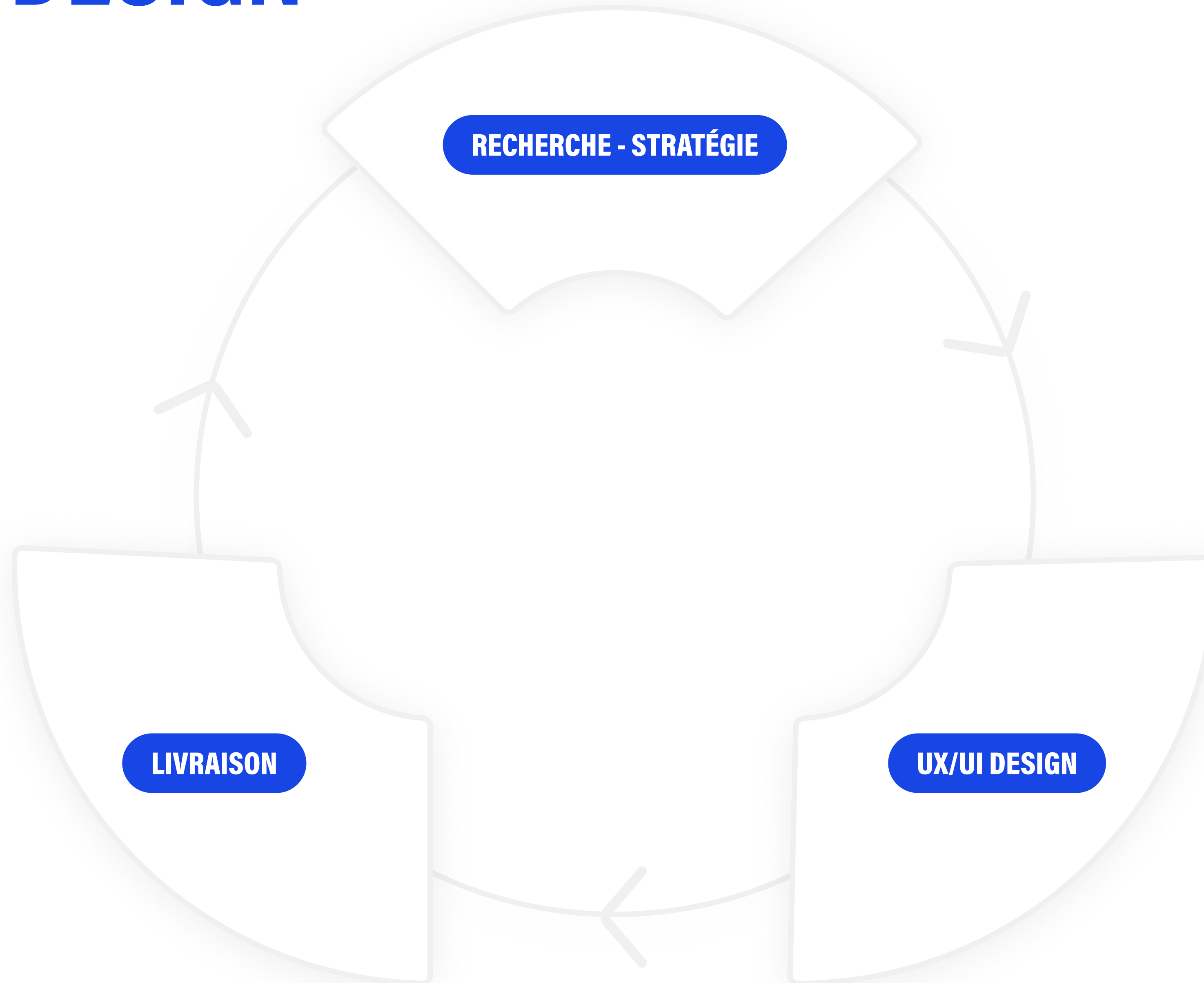
**Logiciels :** Figma/Miro

**Temps :** 3 mois

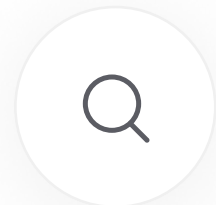




# PROCESS DESIGN



# PROCESS DESIGN



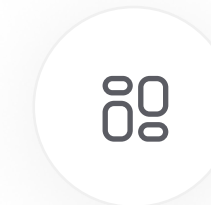
## Recherche et analyse

Immersion avec les utilisateurs (shadowing), Cartographie des processus métiers existants, Interviews utilisateurs, liste des points faibles et points forts des différentes applications utilisées.



## Définition

Création des personas, User Journey Maps, spécifications fonctionnelles et non fonctionnelles sous forme d'user story, listing des KPIs,.



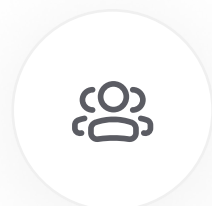
## Wireframes

Atelier d'idéation avec le product manager et 2 utilisateurs, esquisses sous forme de wireframe basse fidélité, User Flow.



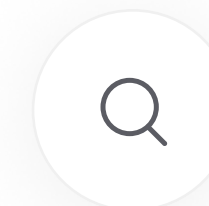
## UI Design

Maquette haute fidélité fidèle au design system, prototypage pour préparer les tests utilisateurs.



## Tests utilisateurs

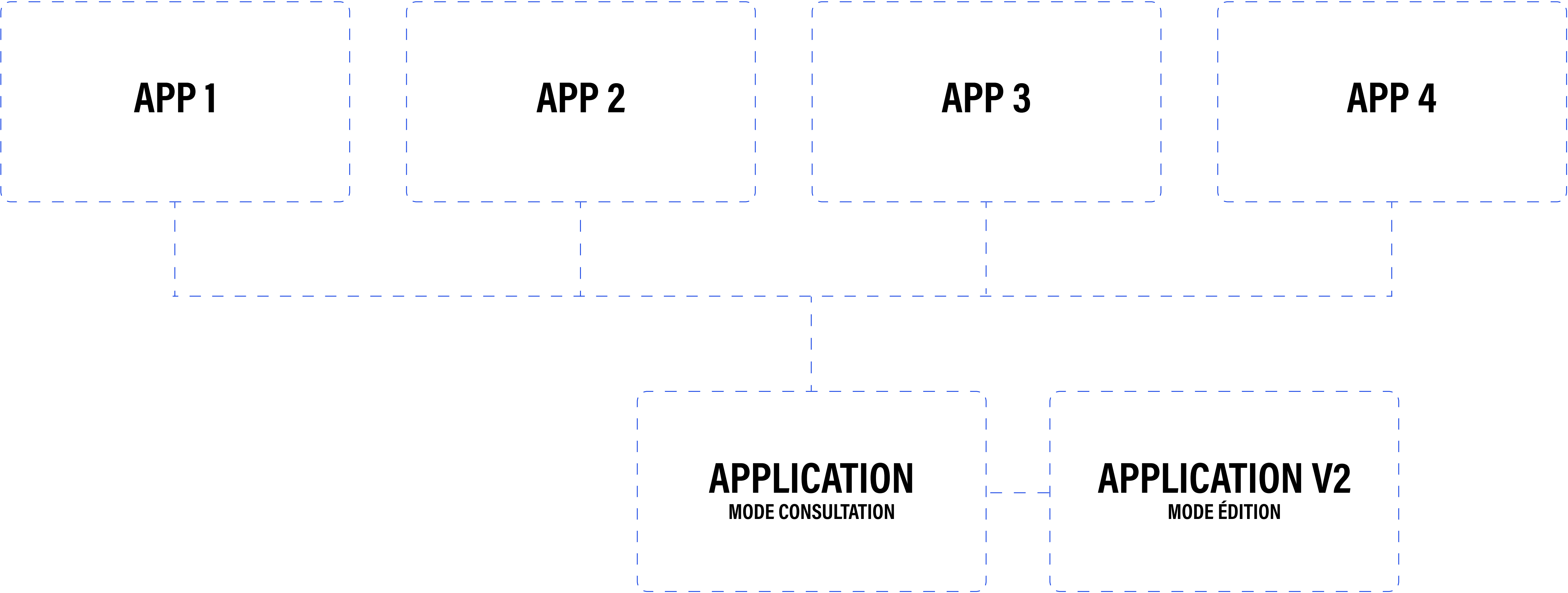
Utilisation des maquettes préparées au préalable pour faire des tests utilisateurs Gorilla et A/B Testing.



## Synthèse

Analyser les retours utilisateurs afin d'alimenter de nouvelles itérations et d'appliquer les enseignements recueillis.

# OBJECTIF





# RETOURS UTILISATEURS

01

“Travailler sur trois écrans et changer sans cesse de contexte avec une succession de clics pour la moindre action, fait perdre un temps colossal et fragilise la concentration.”



**Personne 1**

UX/UI Designer

02

“Une fois entré en profondeur dans un écran, le retour en arrière est laborieux. Retrouver l'information précédente impose de repasser par plusieurs pages et de reconstituer le contexte.”

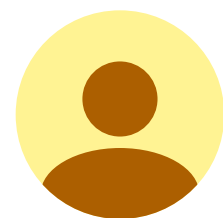


**Personne 1**

UX/UI Designer

03

“Les informations clés ne sont pas accessibles (comme les horaires d'autres vols, responsables affectés au vol). Ils ont parfois recours à une application hors périmètre et échanges à voix haute pour savoir qui fait quoi.”

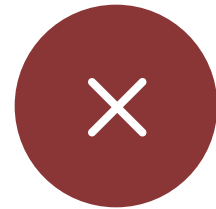


**Personne 2**

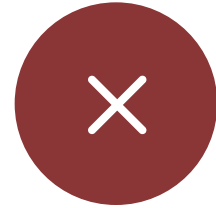
Product Manager

# IDENTIFICATION DES POINTS DE FRICTION

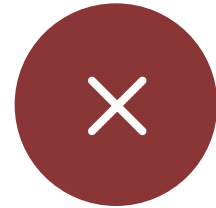
## Problèmes



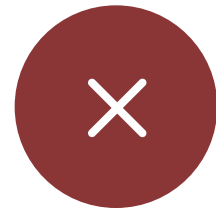
Multiplication des écrans et des clics pour des actions simples, entraînant pertes de temps et changements de contexte constants.



Retour en arrière laborieux et perte de contexte après avoir creusé un écran, obligeant à refaire le chemin pour retrouver l'information.



Informations clés et responsabilités dispersées comme les horaires d'autres vols, qui est affecté à quel vol forçant l'usage d'applis hors périmètre et des demandes à voix haute.



Beaucoup d'applications rendant le parcours utilisateur et la navigation très complexe

## Solutions



Concevoir un écran unifié et modulable avec des volets par exemple, réunissant infos et actions critiques avec parcours proposant 1 ou 2 clics ainsi que raccourcis clavier.



Mettre en place une navigation persistante avec des onglets conservant l'état, un fil d'Ariane, historique local et des aperçus (quick-view) pour consulter sans quitter la page.

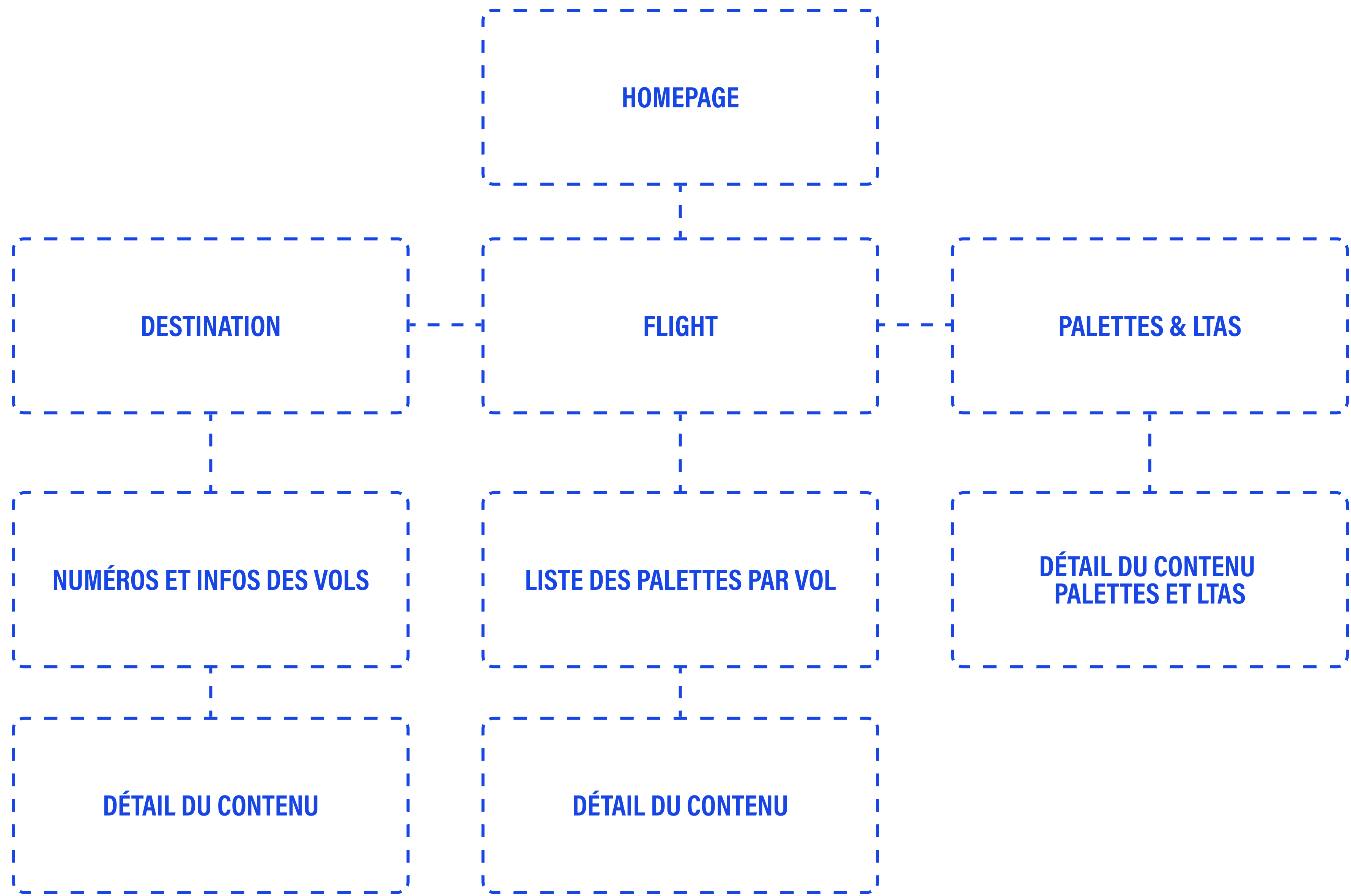


Intégrer les sources externes pertinentes et afficher la présence/affectation en temps réel avec recherche unifiée et alertes contextuelles.



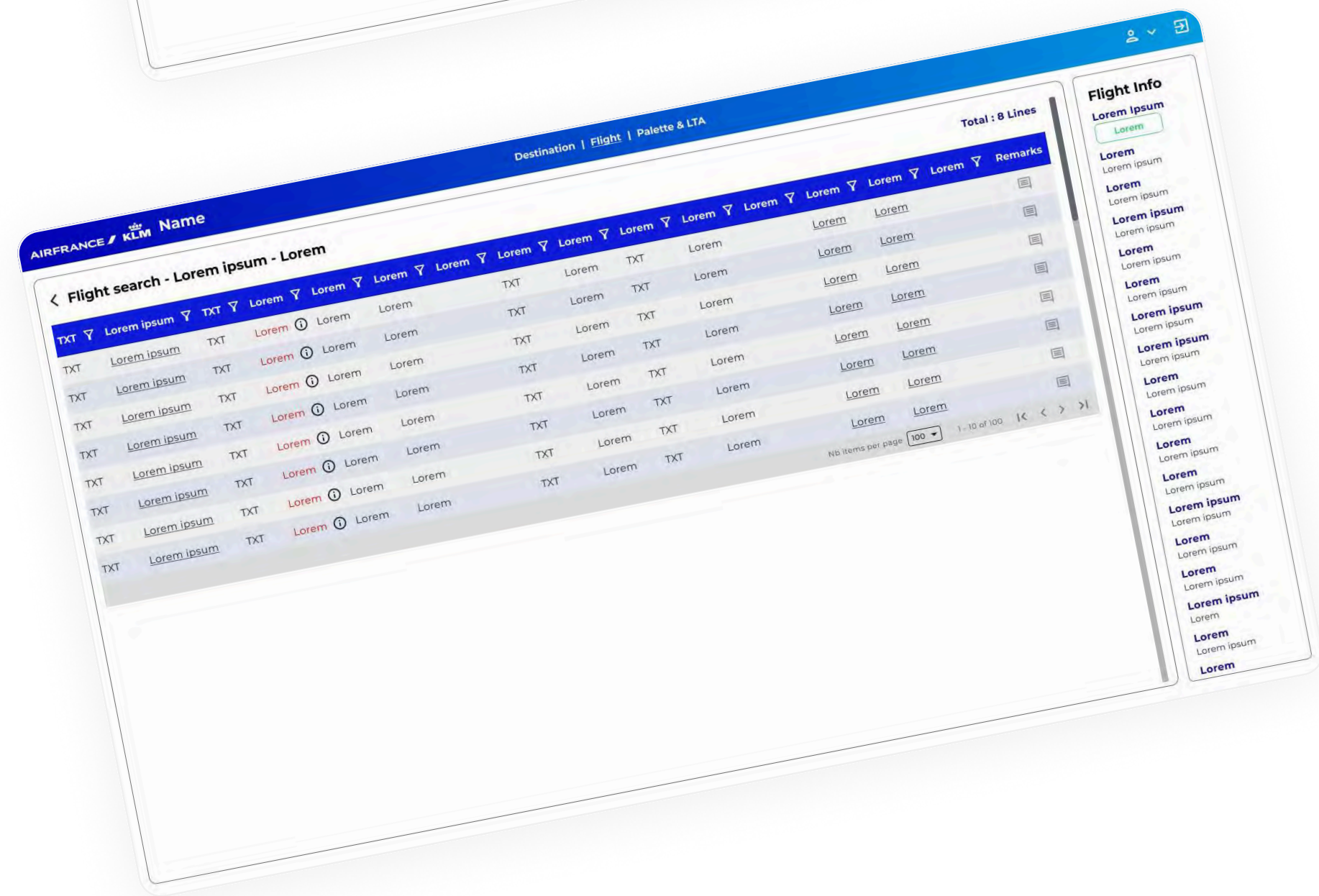
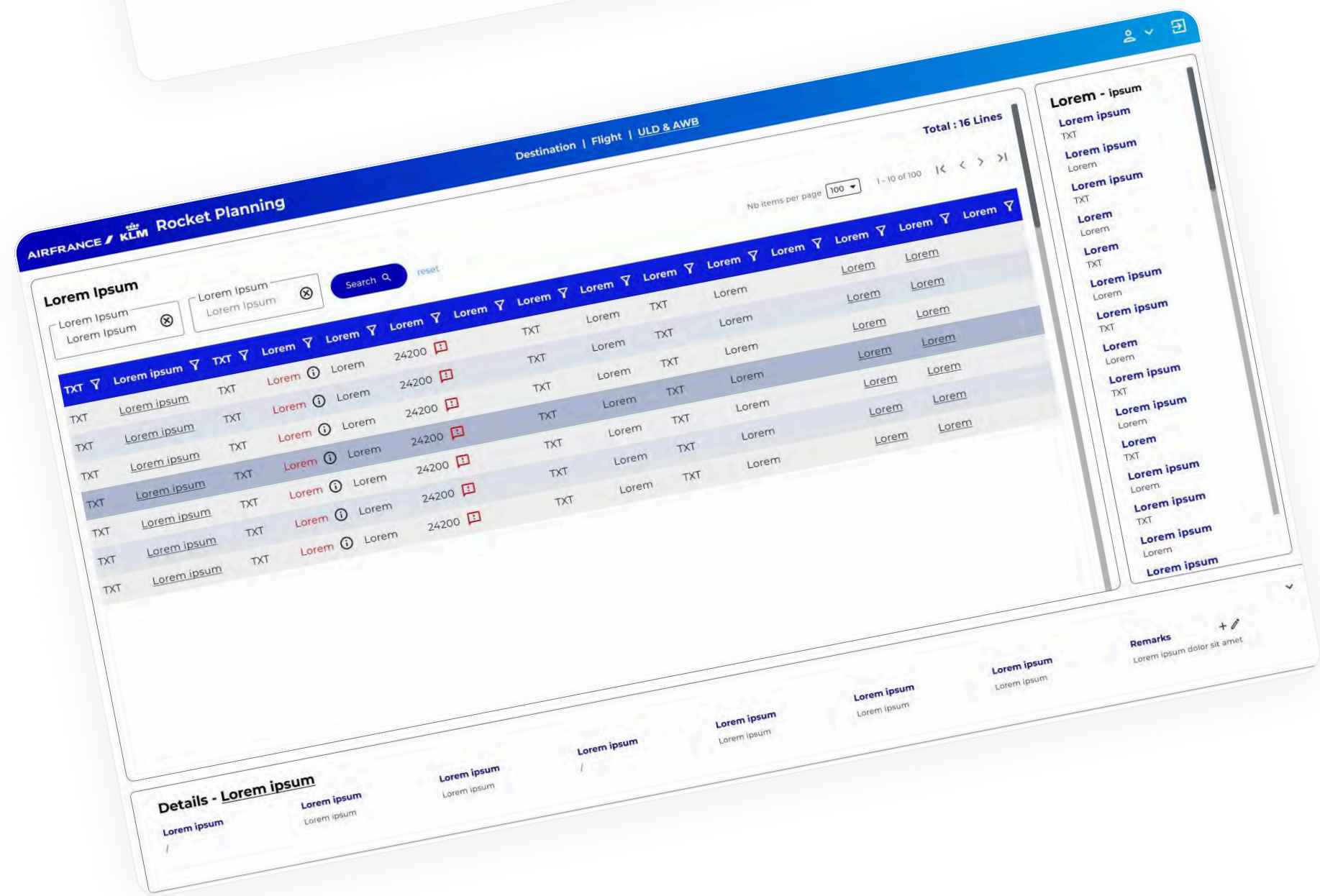
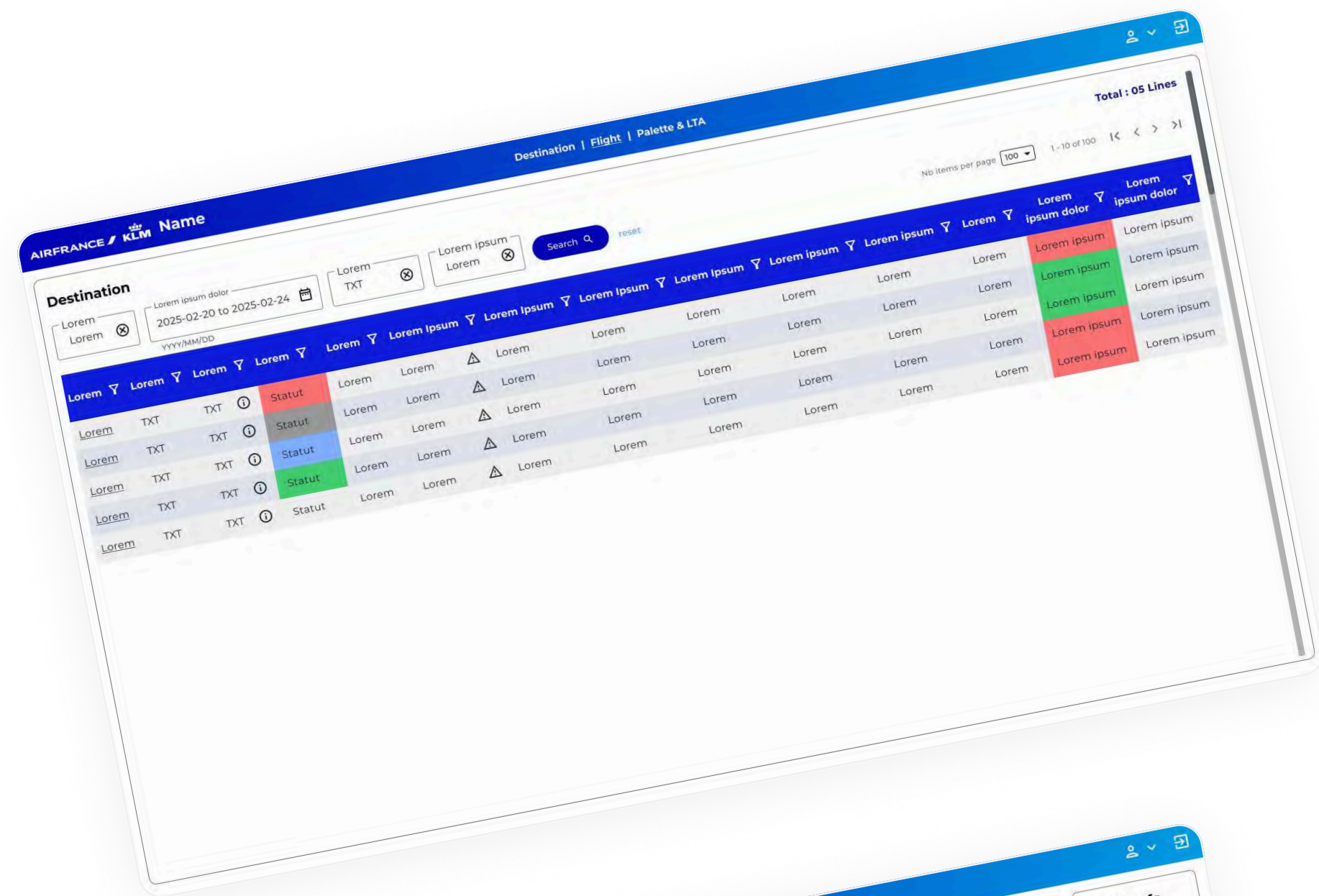
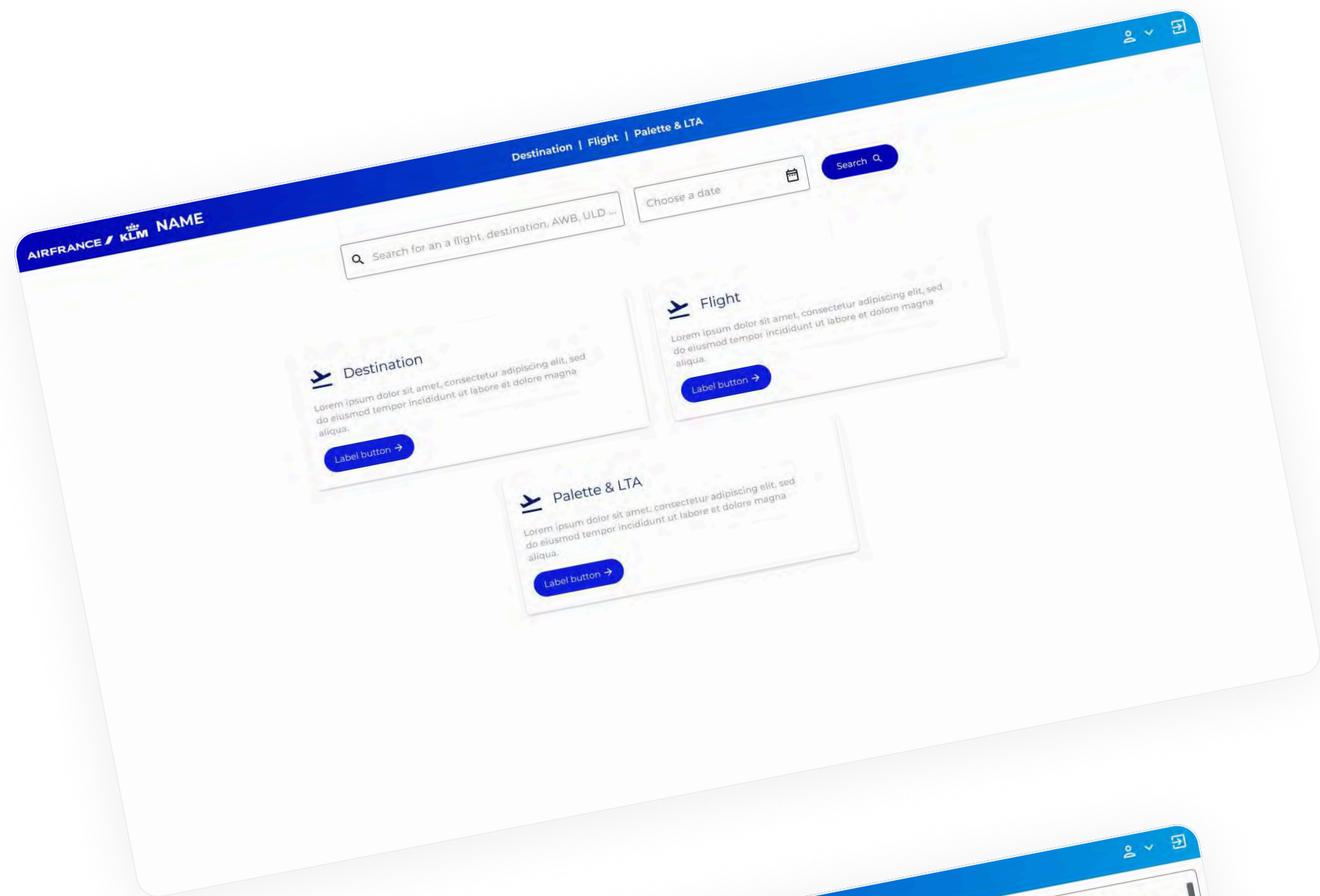
Faire un parcours utilisateur restant simple malgré beaucoup d'informations à afficher

# PARCOURS UTILISATEUR - NOUVEAU





# MAQUETTES







# Doctolib

Refonte Mobile UI

# CONTEXTE / D.A

## H1 – Sora

## H2 – Poppins

### TXT – Poppins

Refonte de l'application mobile pour intégrer la téléconsultation de manière fluide et intuitive, tout en unifiant les parcours présentiel et visio autour de la simplicité, de la sécurité et de la réassurance.

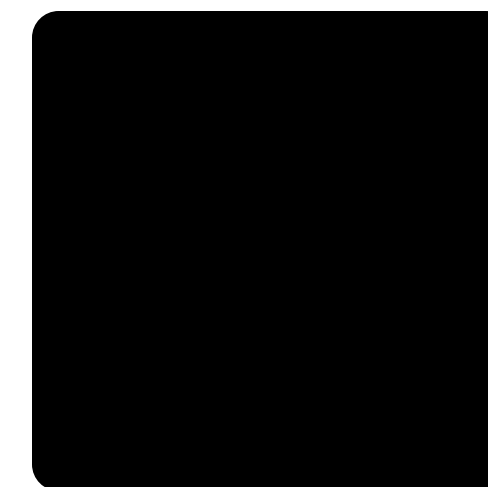
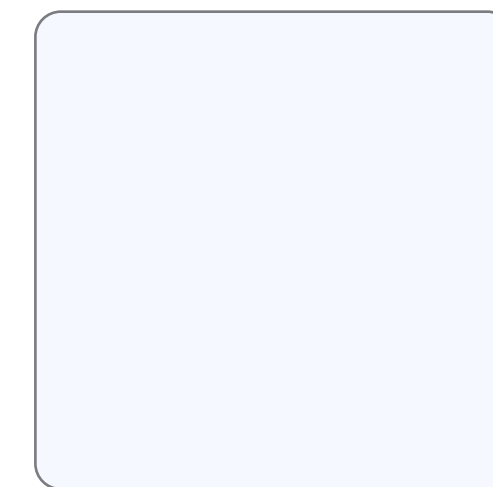
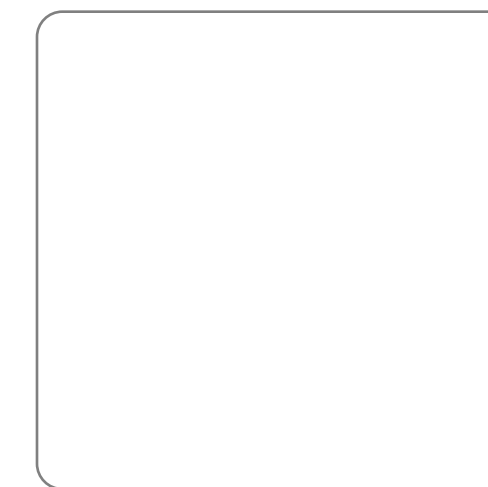
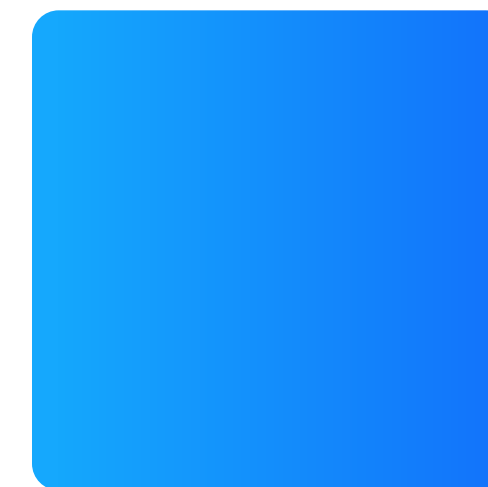
Réalisée à partir d'anciennes captures d'écran uniquement (sans accès à l'app actuelle), la démarche inclut la refonte du logo et la modernisation de l'identité visuelle.

L'objectif est d'actualiser l'image, d'offrir une expérience plus cohérente avec les standards du marché et de renforcer la confiance des utilisateurs.

**Logiciels :** Figma/Photoshop

**Temps :** 12 heures

*Doctolib* → **Doctolib**



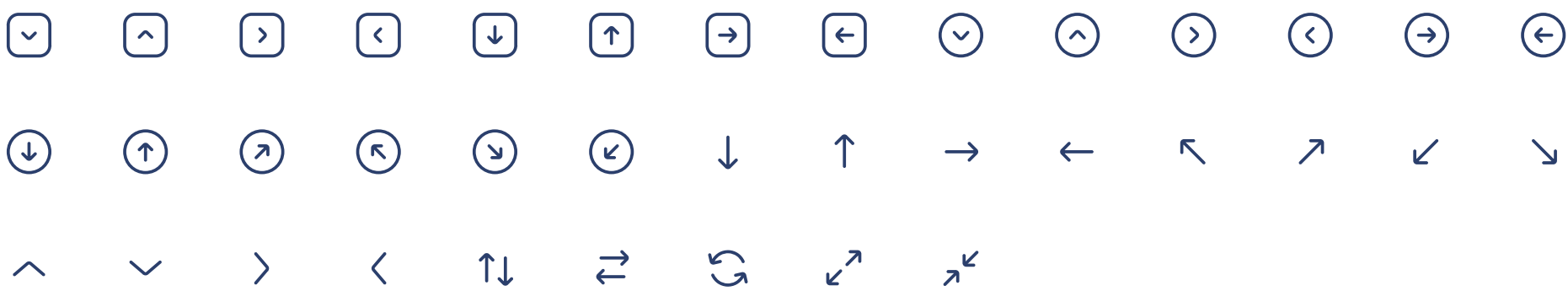


# BIBLIOTHÈQUES D'ICÔNES

## User Interface



## Arrows & Directions



# PROCESS DESIGN



# PROCESS DESIGN



## Définition

Définir la vision produit, les fonctionnalités, la manière dont le produit sera utilisé, l'architecture de l'information, le périmètre fonctionnel et les priorités.



## Wireframes

Concevoir des wireframes pour définir la structure de l'application et les parcours utilisateurs.



## UI Design

Construire l'interface à partir du design system et intégrer des données réalistes pour faciliter la projection.

# PARCOURS UTILISATEUR

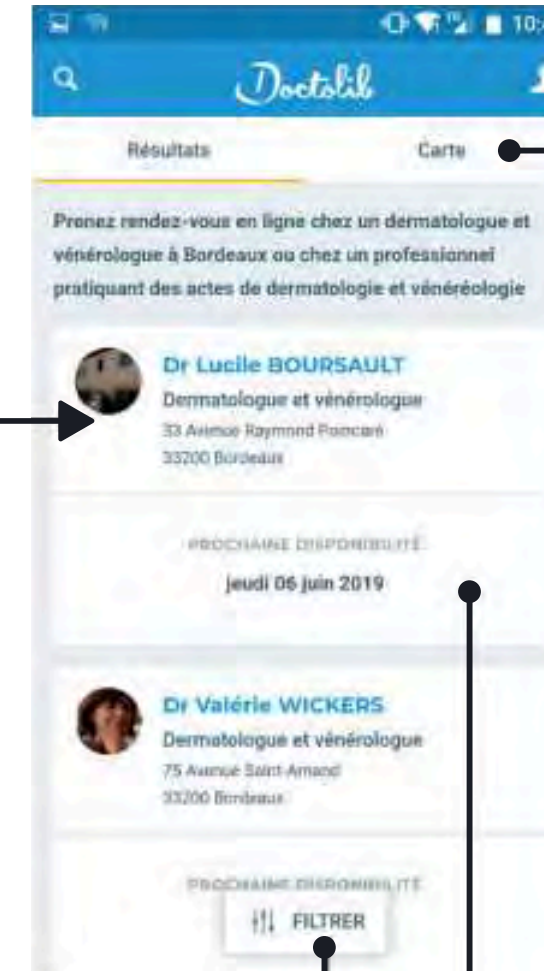
Splash page



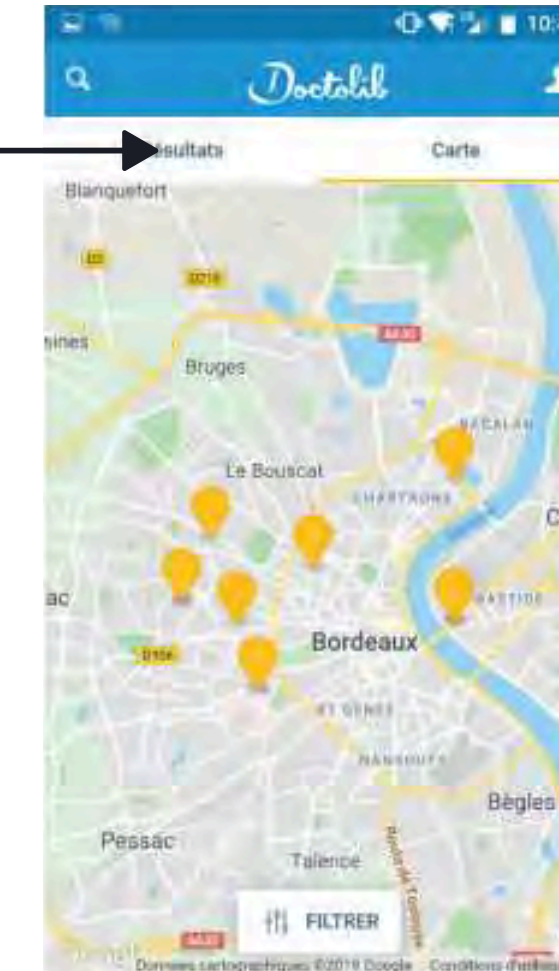
Homepage



Results (list)



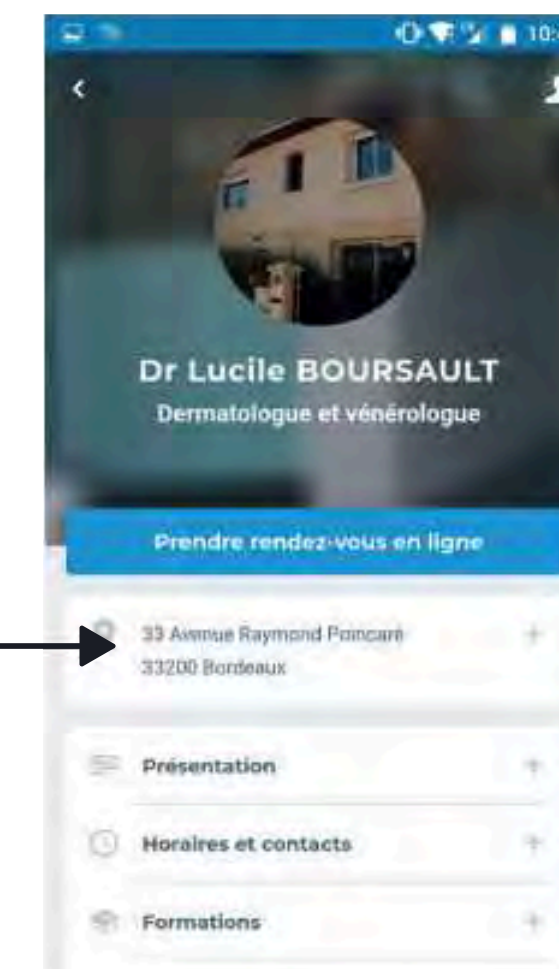
Results (cart)



Filter



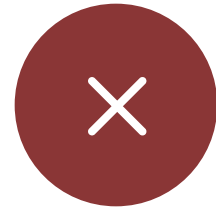
Doctor's details page



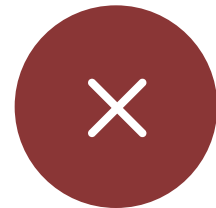


# IDENTIFICATION DES POINTS DE FRICTION

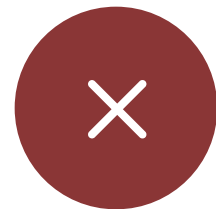
## Problèmes



La page d'accueil manque d'informations utiles et de repères clairs, laissant l'utilisateur sans direction dès son arrivée.



L'application paraît vieille ce qui diminue la confiance, fait douter de la qualité et de la sécurité perçues.



Le parcours de prise de rendez-vous est confus, rendant la compréhension des étapes et la progression difficiles.

## Solutions



Enrichir la page d'accueil avec les informations clés, une recherche mise en avant et des preuves de fiabilité pour guider immédiatement.

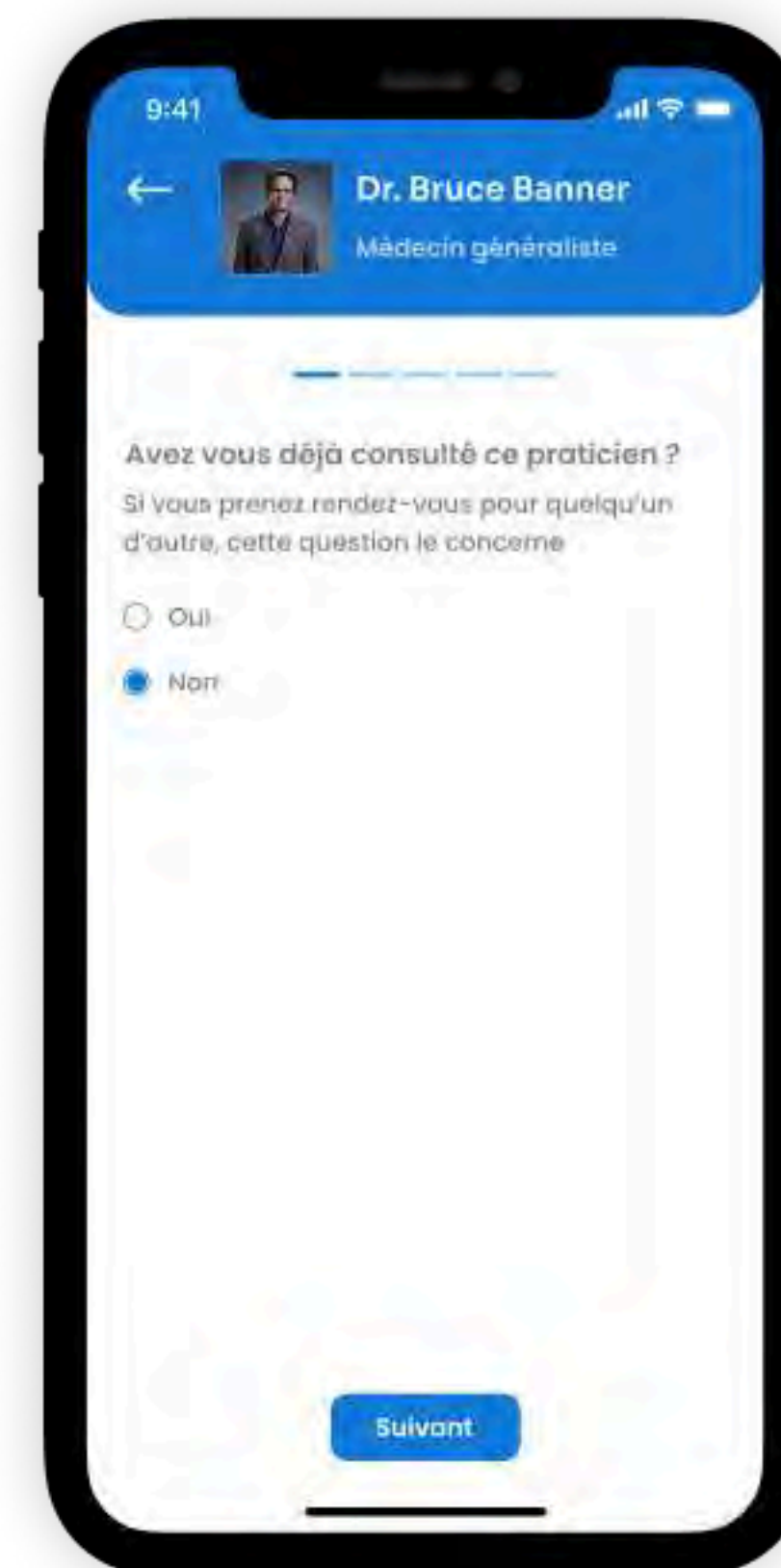
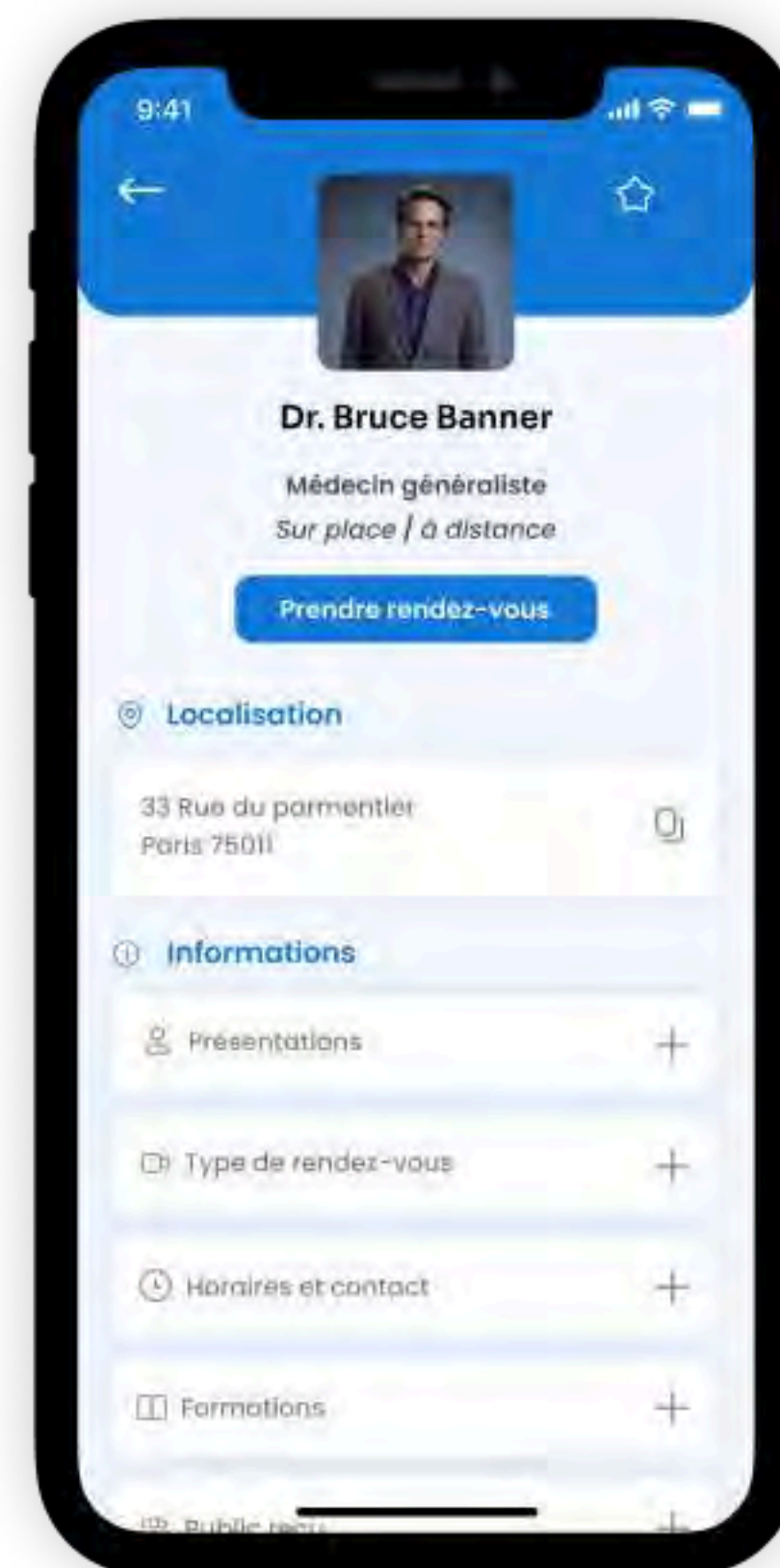
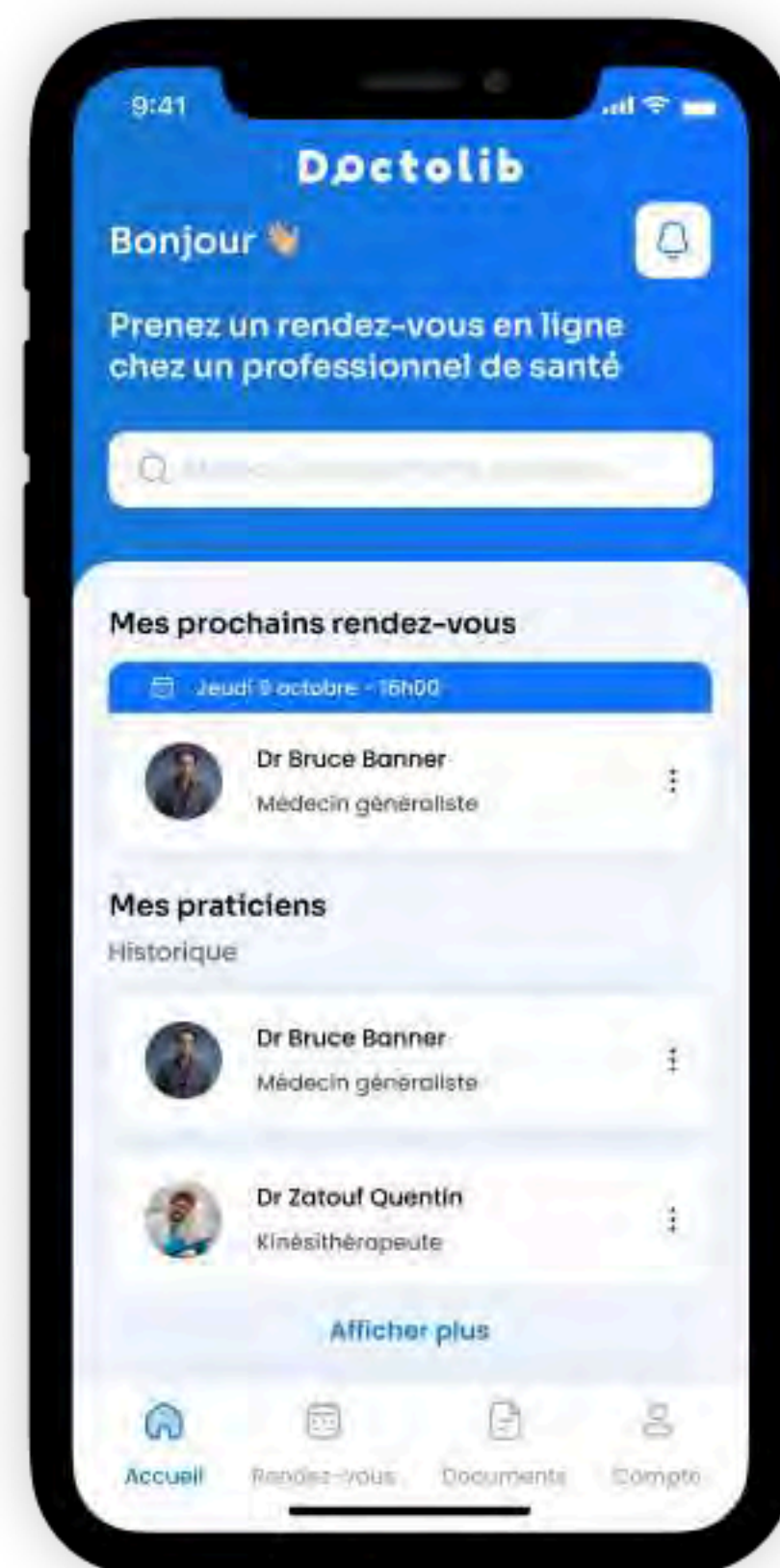


Mettre en place une identité simple et moderne, avec typographies, couleurs et composants cohérents, pour renforcer la confiance.



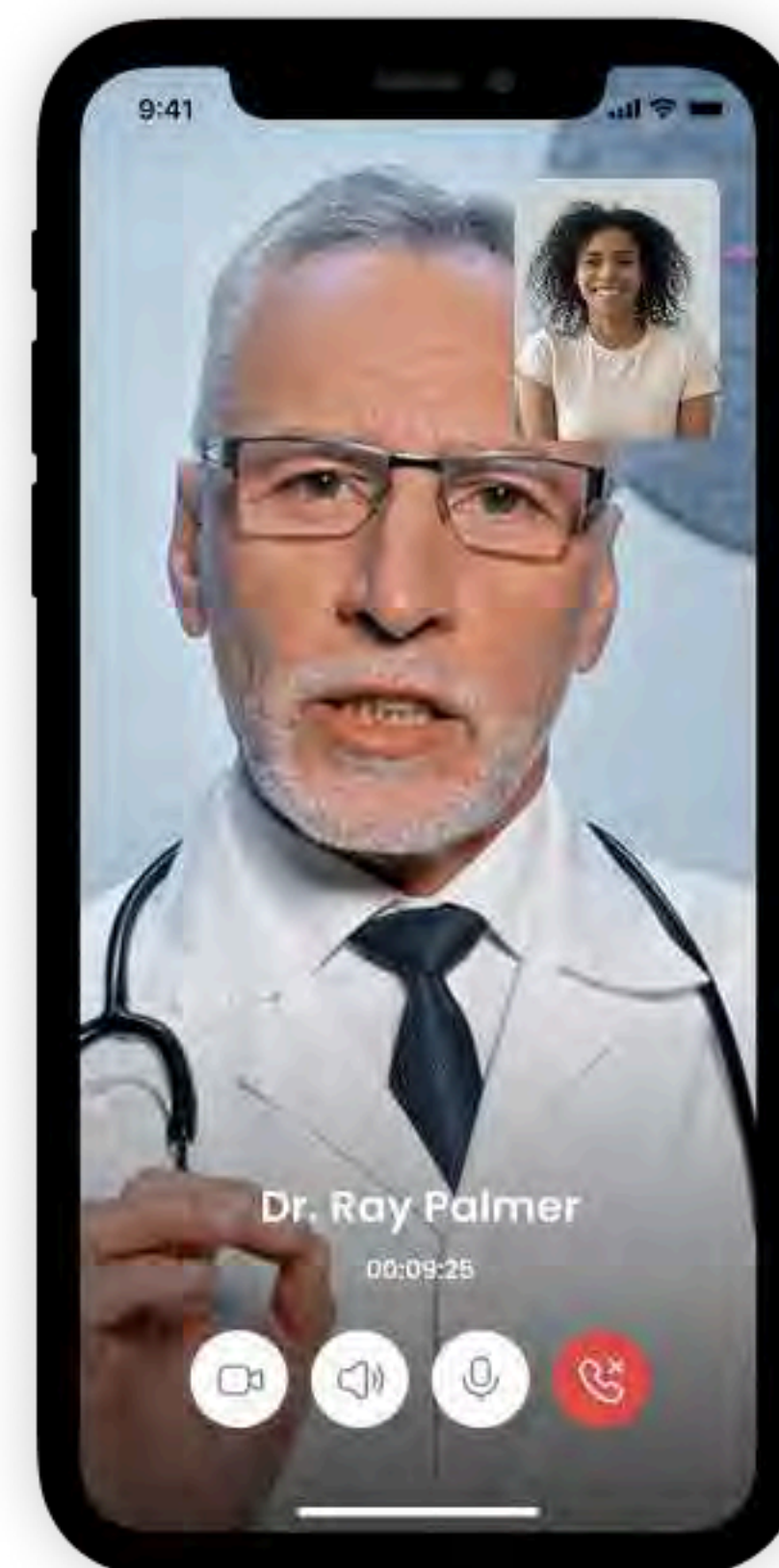
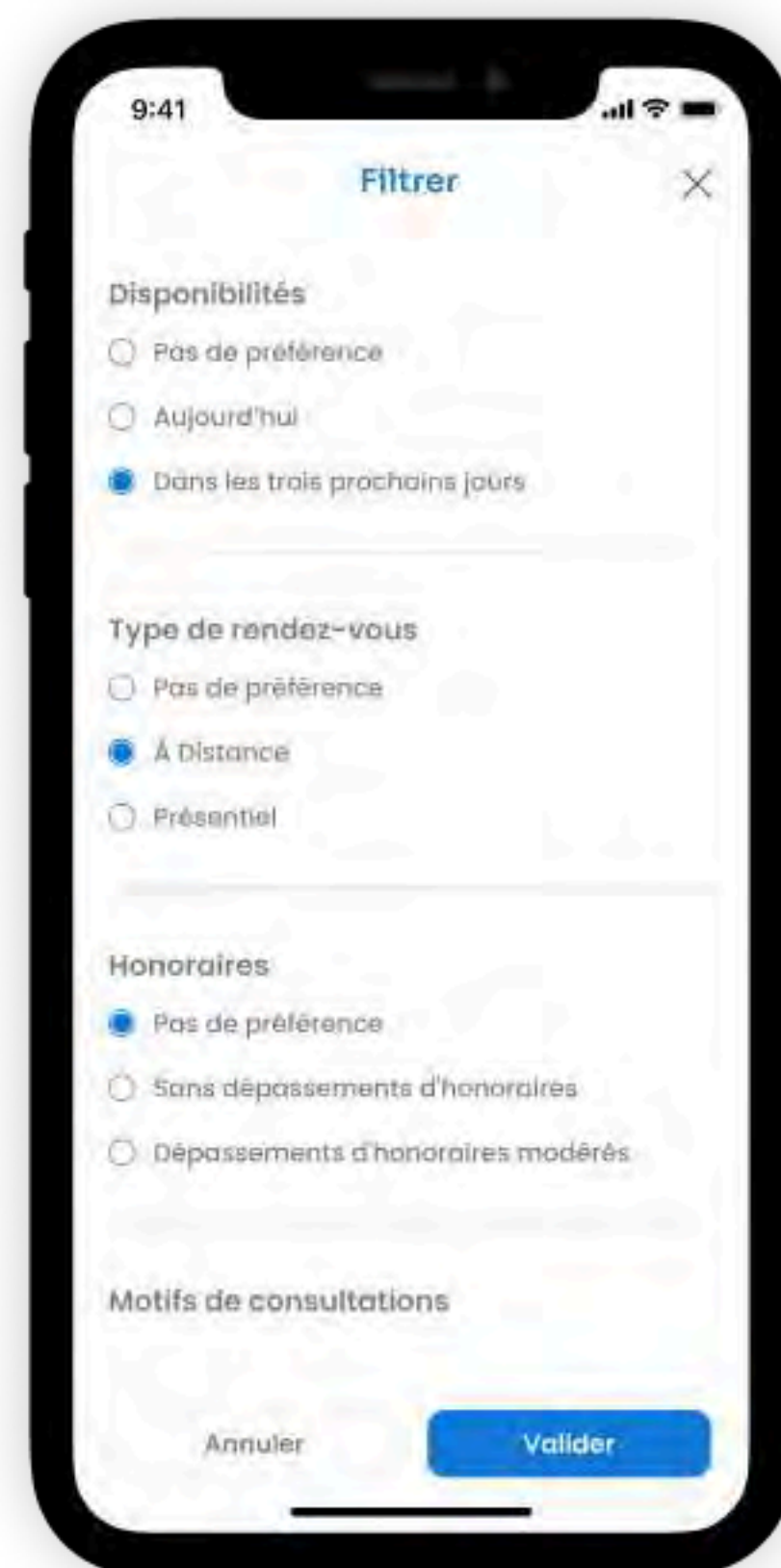
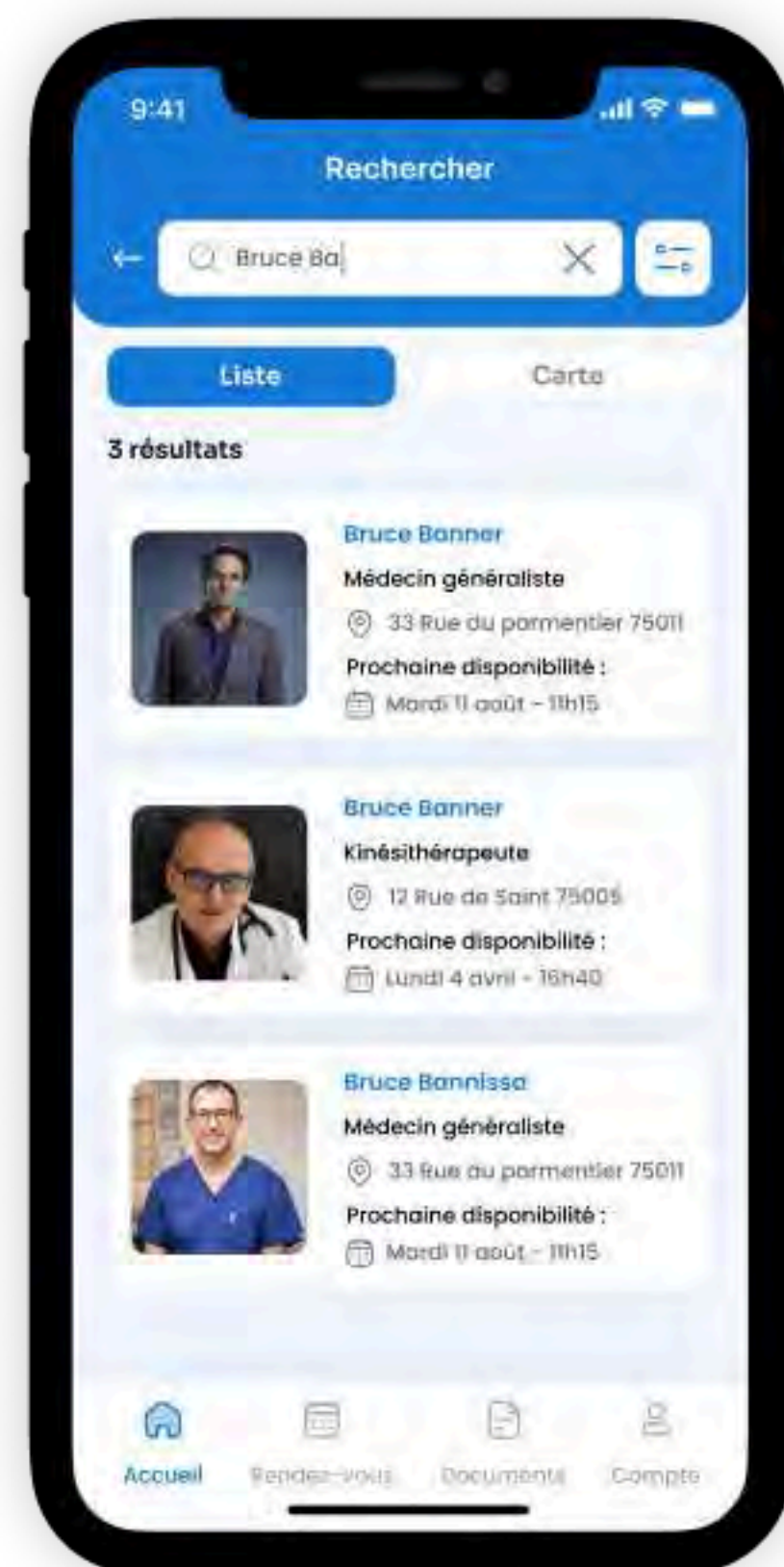
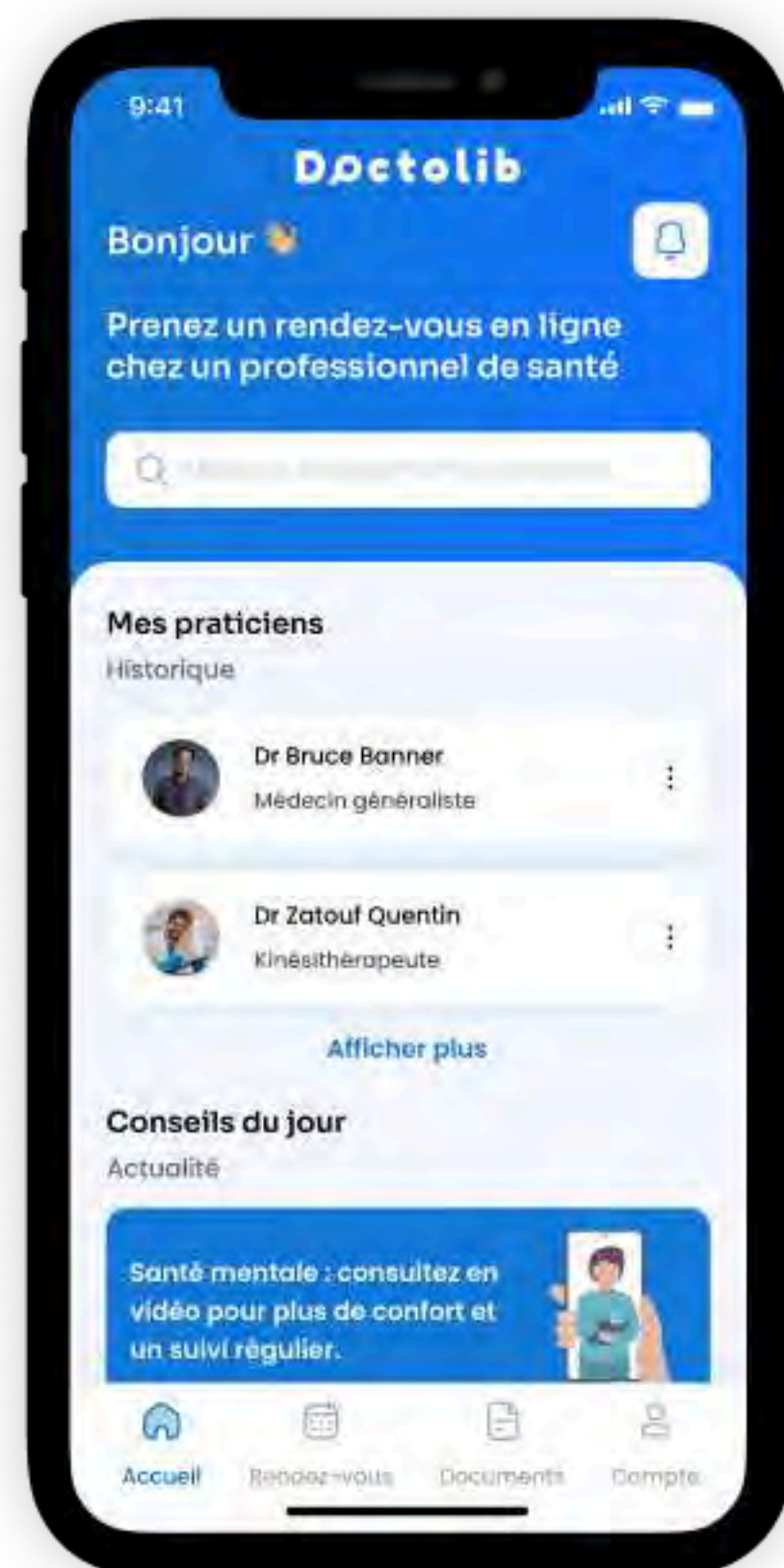
Simplifier et clarifier le parcours de la prise de rendez-vous, réduire les étapes en nommant les actions clairement

# UI REDESIGN

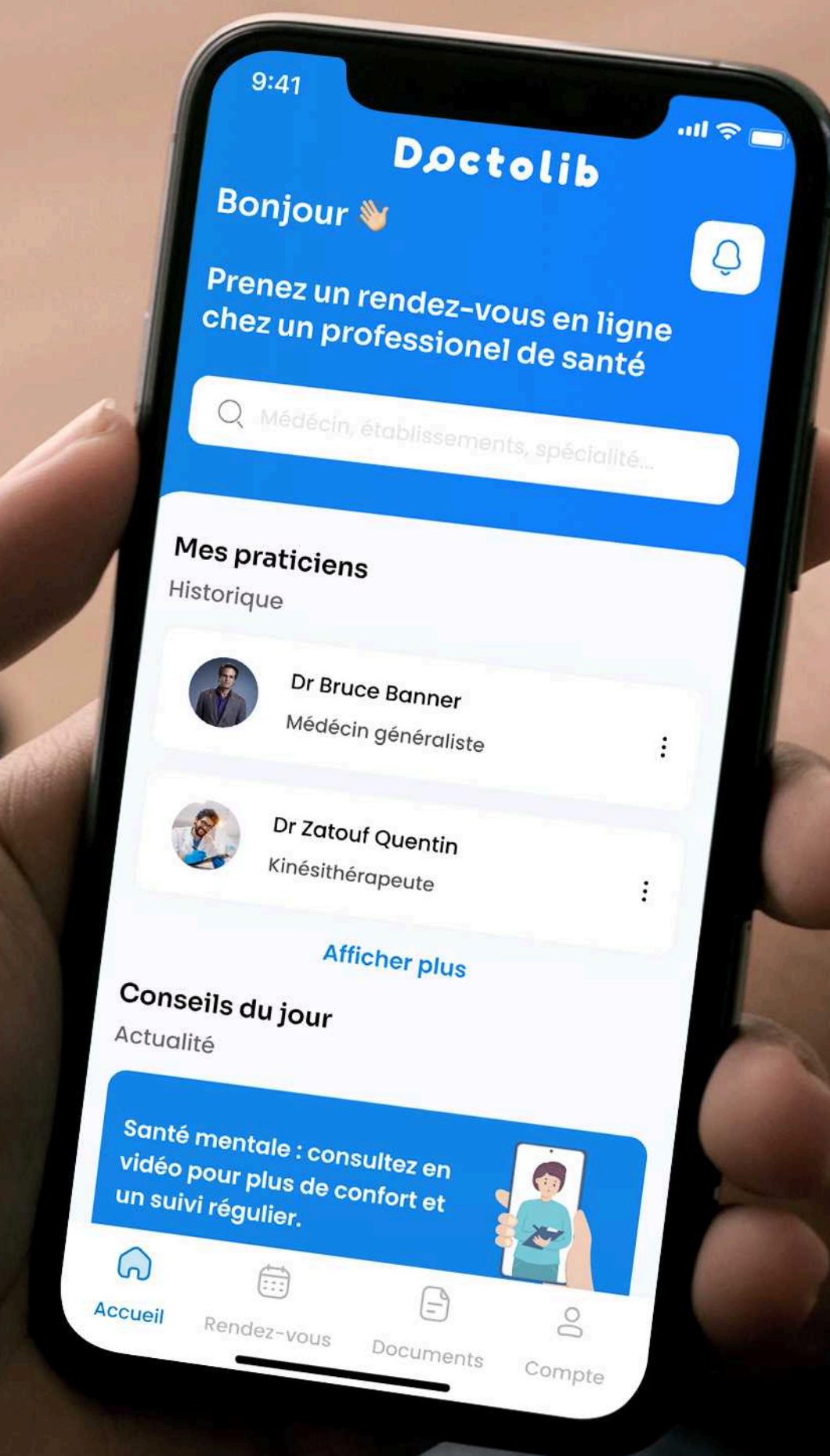




# UI REDESIGN



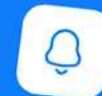




9:41

Doctolib

Bonjour 🖐️



Prenez un rendez-vous en ligne  
chez un professionnel de santé

🔍 Médecin, établissements, spécialité...

### Mes praticiens

Historique



Dr Bruce Banner  
Médecin généraliste



Dr Zatouf Quentin  
Kinésithérapeute



[Afficher plus](#)

### Conseils du jour

Actualité

Santé mentale : consultez en  
vidéo pour plus de confort et  
un suivi régulier.



Accueil



Rendez-vous



Documents



Compte





# CONTEXTE / D.A

## H1 – BE VIETNAM

## H2 – BE VIETNAM

TXT – POPPINS

En octobre 2022, La Redoute a décidé de revoir l'identité de son application, de son site web ainsi que de son logo. Cette refonte s'inscrit dans l'évolution stratégique de la marque, passée d'un positionnement centré sur l'habillement des familles à une offre élargie incluant le mobilier et la décoration d'intérieur. Historiquement reconnues pour leurs prix compétitifs et leurs collections pour toute la famille, la plateforme web et l'application de La Redoute étaient surtout identifiées pour ces atouts.

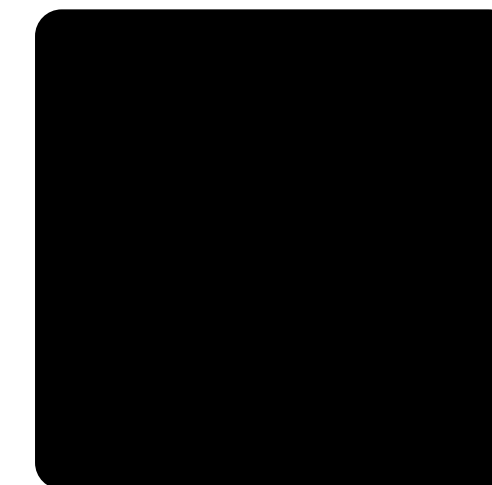
Désormais la marque met également en avant son offre Maison. La refonte de l'identité et du logo vise à refléter ce renouvellement et à affirmer cette extension de territoire.

**Logiciels :** Figma/Photoshop

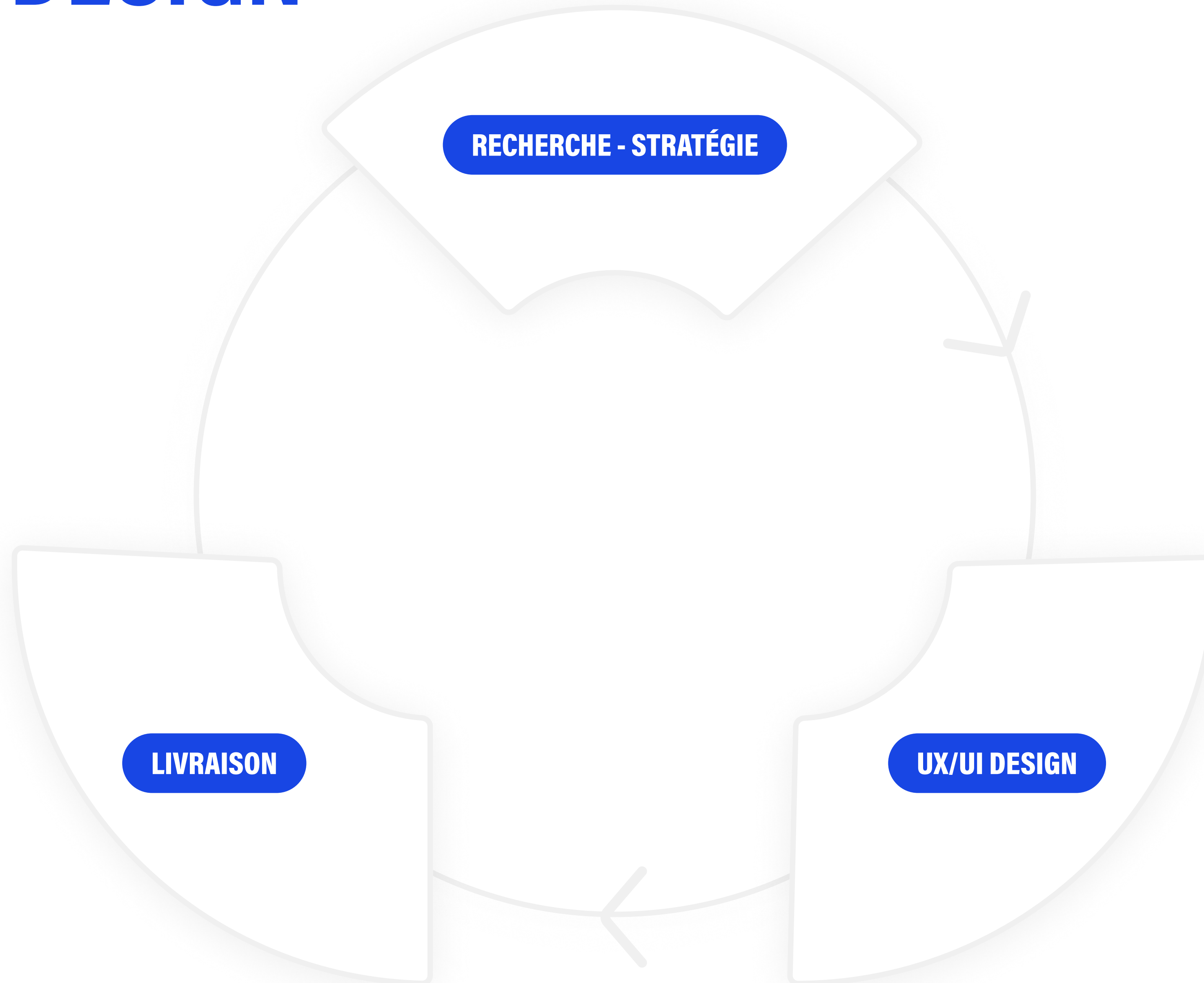
**Temps :** 3 semaines

**Travail :** Personnel

LARE  
DOU  
TE!



# PROCESS DESIGN



# PROCESS DESIGN



## Recherche et analyse

Collecter des informations sur les utilisateurs et les différents usages des produits actuels, leurs comportements et leurs parcours



## Définition

Définir la vision produit, les fonctionnalités, la manière dont le produit sera utilisé, l'architecture de l'information, le périmètre fonctionnel et les priorités.



## Wireframes

Concevoir des wireframes pour définir la structure de l'application et les parcours utilisateurs.



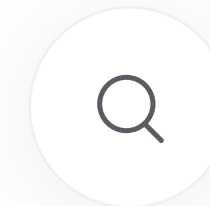
## UI Design

Construire l'interface à partir du design system et intégrer des données réalistes pour faciliter la projection.



## Tests utilisateurs

Valider les hypothèses en testant la solution avec des utilisateurs, puis itérer via du prototypage.



## Synthèse

Analyser les retours utilisateurs afin d'alimenter de nouvelles itérations et d'appliquer les enseignements recueillis.



# OBJECT MAPPING (OOUX)

# Analyse

Grâce à l'OOUX, nous avons pu identifier différents points bloquants :

- Surcharge d'informations pour l'utilisateur : il est difficile de trouver ce que l'on cherche rapidement
- Trop de "tags" / catégories avec un manque de cohérence entre elles.

Par exemple, catégorie "Univers Salon" pouvant faire penser à une recherche par pièce de maison suivie d'une catégorie "Meubles" puis "Vêtements Hommes"





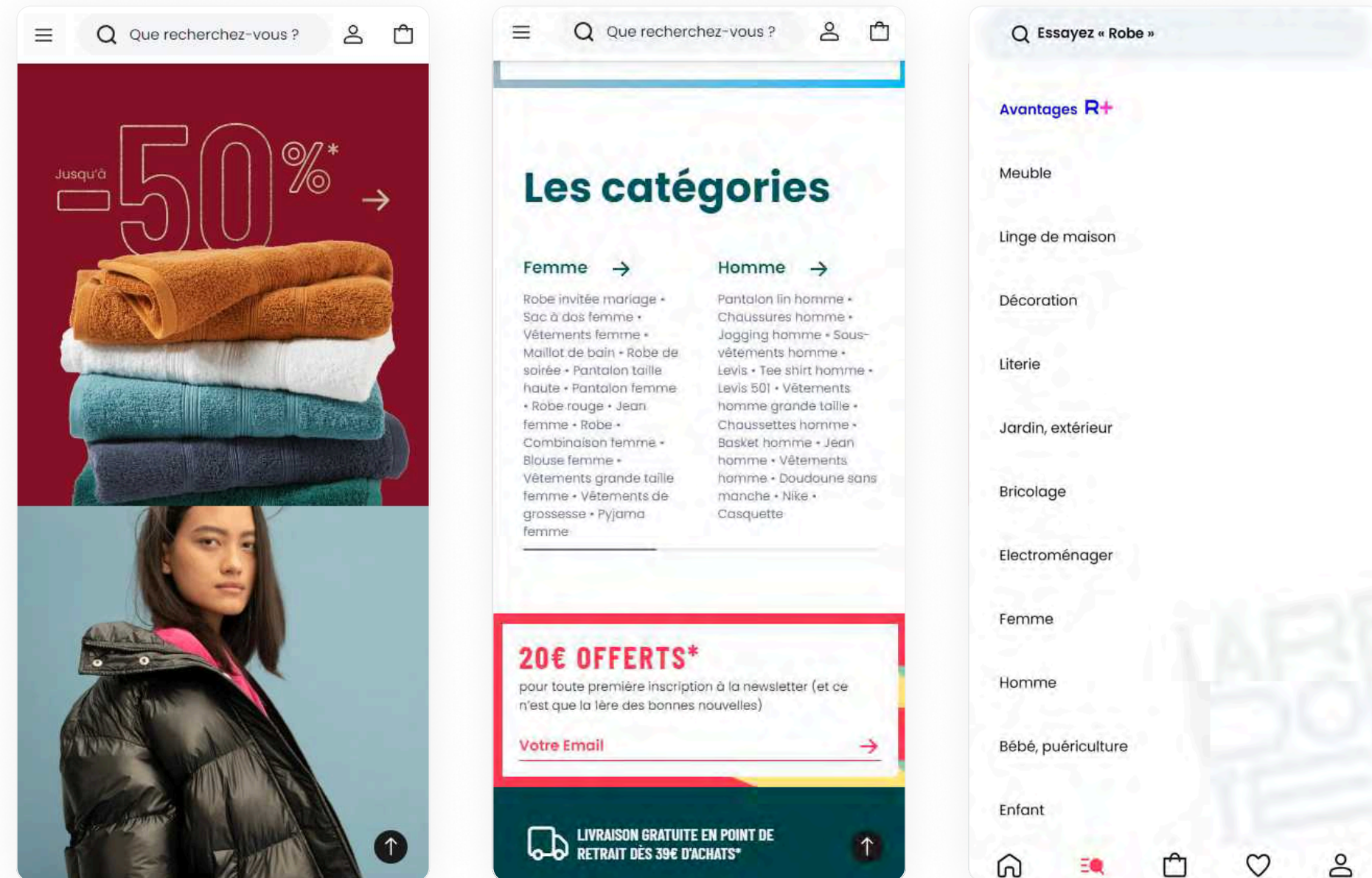
# ANALYSE HEURISTIQUE - B&S

## UI – Nouvelle identité

Bien qu'une refonte complète de l'identité graphique ait eu lieu, de fortes incohérences persistent. La grille de visuels de l'accueil avec des tuiles collées, désoriente. Les sections promotionnelles utilisent des couleurs très saturées qui jurent avec les visuels produits. Enfin, si l'accueil et l'icône paraissent nouveaux, l'identité n'est pas déclinée de façon cohérente sur les pages produits, les filtres, la recherche et les paramètres, créant une expérience fragmentée.

## UX – Guidage et lisibilité

- Évaluation selon **Bastien & Scapin** (guidage, charge, contrôle, adaptabilité, erreurs, cohérence, codes & dénominations, compatibilité).
- **Guidage** : repères et segmentation insuffisants avec une absence d'indicateurs de position, cela crée de la désorientation.
- **Homogénéité / Cohérence** : variations de grilles/espacements/composants entre sections.
- **Charge de travail** : La densité d'informations et la multiplication des catégories augmentent la charge mentale et rendent la sélection initiale coûteuse en attention.
- **Compatibilité / Contrôle explicite** : L'absence de fil d'Ariane et d'indicateurs de position complique la compréhension de "où je suis / où aller", et limite le sentiment de contrôle sur la navigation.
- Adaptabilité / Gestion des erreurs : Animation non skippable lors du lancement puis acceptation CGU puis accueil sans onboarding.



# BENCHMARK

## Concurrents direct

Veepee



UNITED COLORS  
OF BENETTON.

- Architecture claire, guidage fort, contenus riches
- Fiches produit complètes mais parfois surchargées.
- Personnalisation faible et tunnel d'achat long et rigide.
- A retenir pour La Redoute : simplifier le checkout et personnaliser l'inspiration/contextuel.

- Offre du jour lisible et effet d'urgence efficace (prix barrés, compte à rebours).
- Parcours fragmenté avec des redirections vers des sites marchands externes.
- Compte obligatoire et panier multi-ventes peu fluide.
- A retenir pour La Redoute : unifier panier et paiement en proposant des recommandations persistantes.

- Interface sobre, hiérarchie visuelle propre et rassurante.
- Informations limitées (tailles, matières, conseils), filtres pauvres.
- Prise de contact et assistance peu mise en avant, stabilité mobile perfectible.
- A retenir pour La Redoute : enrichir les fiches, booster les filtres/recherches et ajouter aide proactive.



# RETOURS UTILISATEURS

01

“Suite aux retours, les utilisateurs ont déclaré n’avoir aucun vrai repère dans l’application. Il n’y a pas de sauvegarde de recherche, de paiement... Les retours utilisateurs sont donc principalement tournés autour d’un problème d’information et de compréhension de la structure de l’application.”

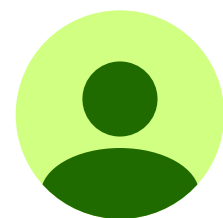


**Personne 1**

UX/UI Designer

03

“L’analyse OOUX révèle une surcharge d’informations et une taxonomie brouillonne qui compliquent la recherche rapide. Les intitulés des catégories manquent de cohérence. À cela s’ajoutent des problèmes comme des filtres insuffisants, favoris peu visibles, bugs de panier et lenteurs au lancement.”

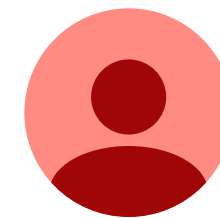


**Personne 3**

UX/UI Designer

02

“Le problème est surtout structurel, l’application manque de repères et d’accompagnement, cela freine l’usage au quotidien. Les retours mettent en avant des freins opérationnels comme l’ouverture lente (12 s). Il y a l’obligation d’avoir la toute dernière version de l’application. Entre régressions sur les options de filtrage/recherche, bugs d’affichage, de validation du panier ou encore et nécessité de ressaisir les informations de livraison à chaque produit, cela ruine l’expérience.”

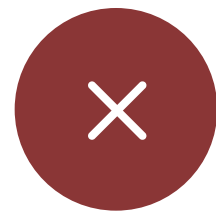


**Personne 2**

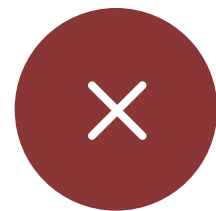
UX Designer

# IDENTIFICATION DES POINTS DE FRICTION

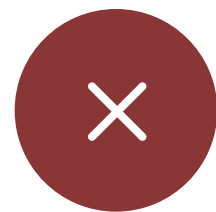
## Problèmes



Accueil et parcours manquent de repères hiérarchiques et de cohérence visuelle (grille serrée, codes variables, absence d'indicateurs), ce qui désoriente.



La découverte est compliquée à cause d'une taxonomie brouillonne, des filtres insuffisants et des favoris peu visibles rendant la sélection initiale coûteuse en attention.



Hiérarchie visuelle faible sur les pages liste/produit (titres, prix, promos et badges en concurrence) rendant la lecture et la comparaison difficiles.

## Solutions



Déployer une hiérarchie claire (grilles, espacements, codes couleur stables, indicateurs de position) pour restaurer repères et cohérence sur l'ensemble des pages.

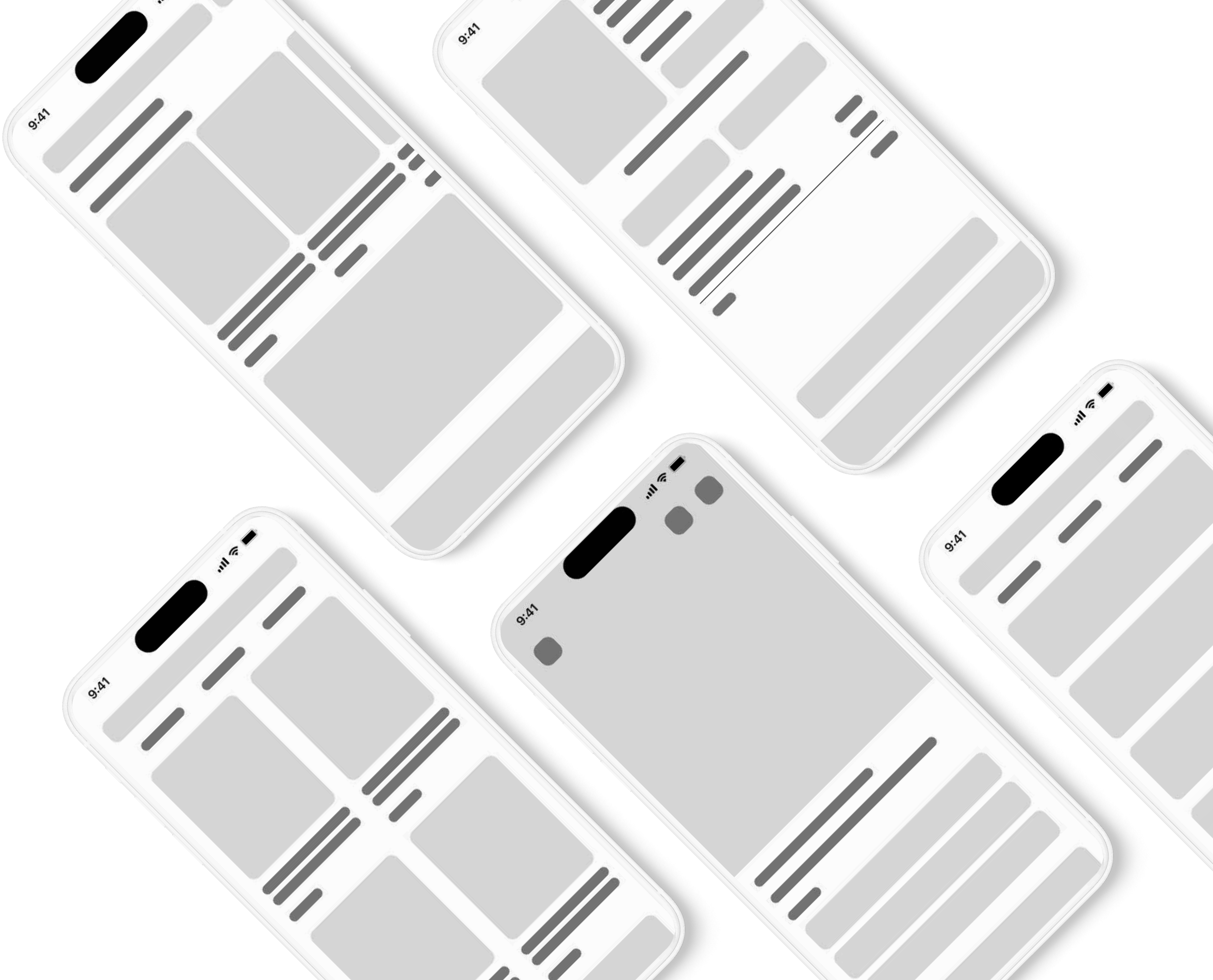


Rationaliser l'architecture de l'information et la taxonomie, renforcer filtres/tri, mettre en avant favoris et sauvegardes de recherche, et ajouter un onboarding contextuel pour guider dès l'accueil.



Établir une échelle typographique et colorimétrique stricte, prioriser prix/titre/variantes, harmoniser les badges et aligner les cartes produits sur une grille stable.

# WIREFRAME



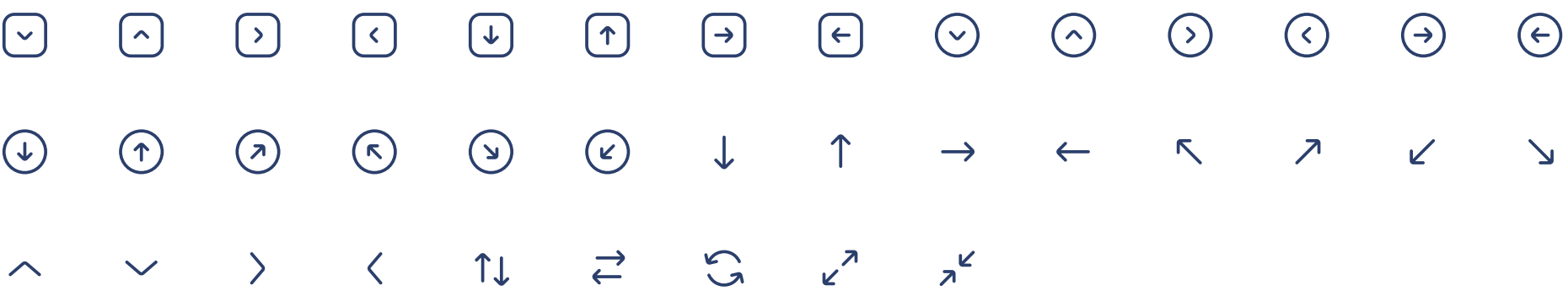


# BIBLIOTHÈQUES D'ICÔNES

## User Interface

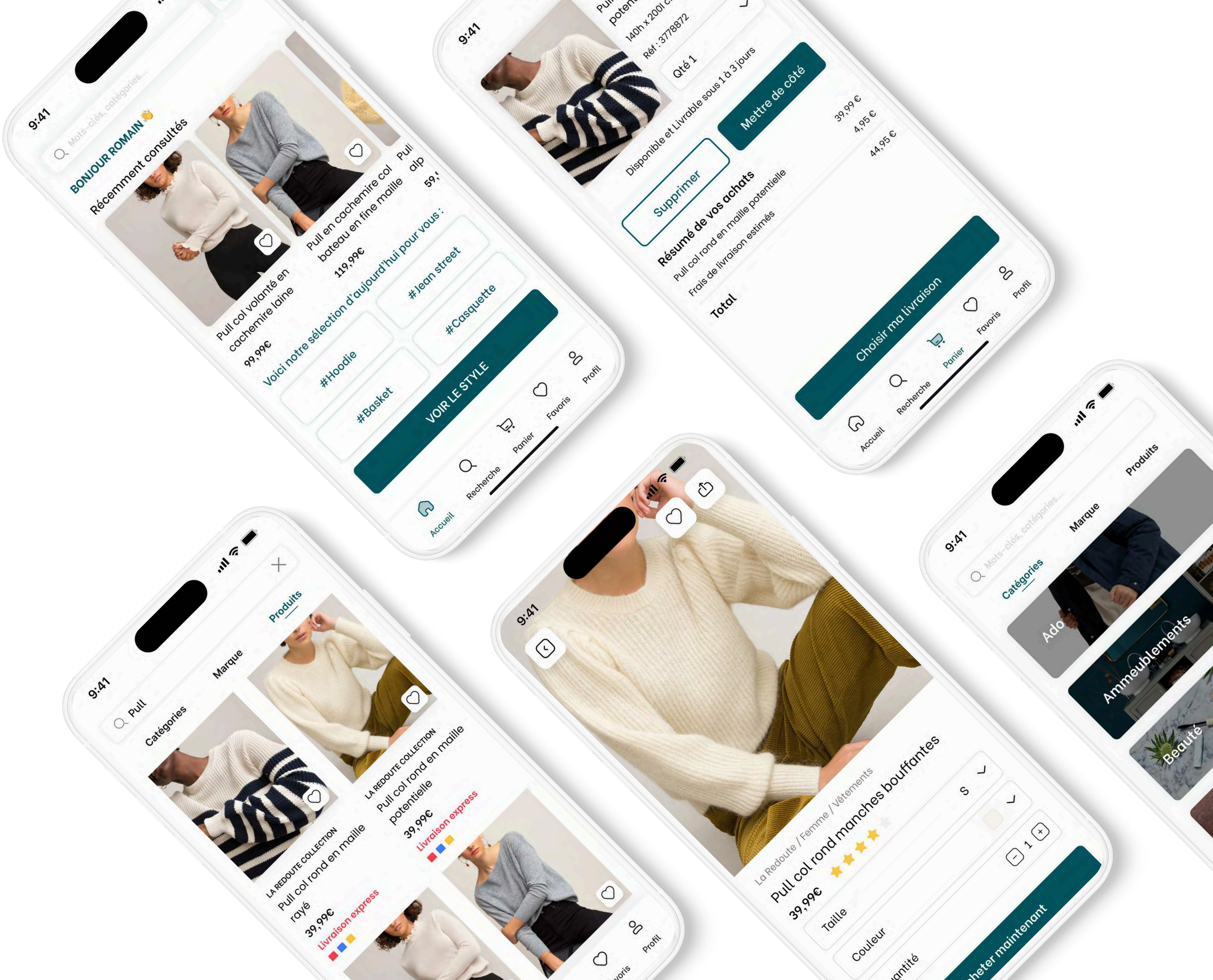


## Arrows & Directions





# MAQUETTES





# COMPOSANTS

## Sélection pour l'utilisateur

Il est essentiel de proposer quotidiennement des produits adaptés aux goûts de l'utilisateur, ainsi que les nouvelles sorties.

Voici notre sélection d'aujourd'hui pour vous :

#Hoodie

#Jean street

#Basket

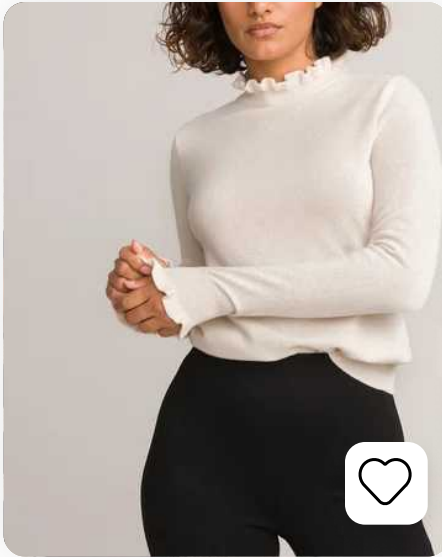
#Casquette

VOIR LE STYLE

## Rappeler les consultés/articles

Le composant “Articles récents” regroupe toutes les informations dont l'utilisateur a besoin. Il peut aussi être décliné sur d'autres pages en intégrant des données supplémentaires comme les couleurs disponibles et options de livraison

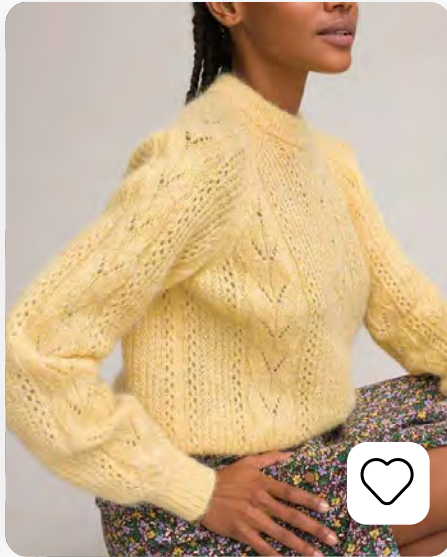
### Récemment consultés



Pull col volanté en cachemire laine  
99,99€



Pull en cachemire col bateau en fine maille  
119,99€



Pull col rond en alpaga avec torsade  
59,99€

## Page produit

Sur la page produit, la possibilité d'ajouter au panier ou d'acheter immédiatement doit être accessible le plus rapidement possible pour optimiser le taux de conversion, tout en conservant les options de sélection du produit comme la taille, la couleur ou encore pouvoir choisir la quantité.

La Redoute / Femme / Vêtements

Pull col rond manches bouffantes

39,99€ ★★★★★

Taille S

Couleur

Quantité 1

Acheter maintenant

Ajouter au panier

## Sélection pour l'utilisateur

L'achat doit être rapide et non redondant, en affichant toutes les informations essentielles pour rassurer l'utilisateur et éviter toute frustration. S'il ne peut pas acheter immédiatement, il doit pouvoir mettre l'article de côté (liste d'envies ou enregistrement pour plus tard).



LA REDOUTE COLLECTION  
Pull col rond en maille potentielle  
140h x 200l cm  
Réf : 3778872

Qté 1

Disponible et Livrable sous 1 à 3 jours

Supprimer

Mettre de côté

### Résumé de vos achats

Pull col rond en maille potentielle	39,99 €
Frais de livraison estimés	4,95 €
<b>Total</b>	<b>44,95 €</b>



# RETOURS UTILISATEURS

01

“Dès l’arrivée sur l’application, l’utilisateur comprend plus vite où il se trouve et ce qu’il peut faire. L’accueil propose un choix large et pertinent qui l’oriente vers des articles susceptibles de l’intéresser et de déclencher l’achat. La direction artistique est plus douce et moins agressive visuellement.”

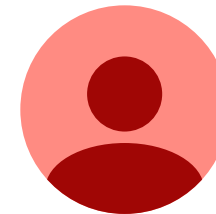


**Personne 1**

UX/UI Designer

02

“Sur la page produit, toutes les informations essentielles sont immédiatement visibles et bien segmentées, l’utilisateur ne perd plus de temps à chercher et peut commander plus rapidement en précisant ses options.”

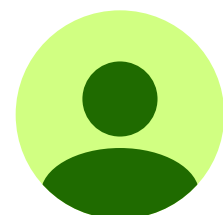


**Personne 2**

UX Designer

03

“Le panier est simple et rapide pour certains, il rappelle l’ergonomie des grandes applications qu’ils apprécient, ce qui fait gagner du temps et renforce la confiance au moment de l’achat tout en renforçant l’identité de LaRedoute.”



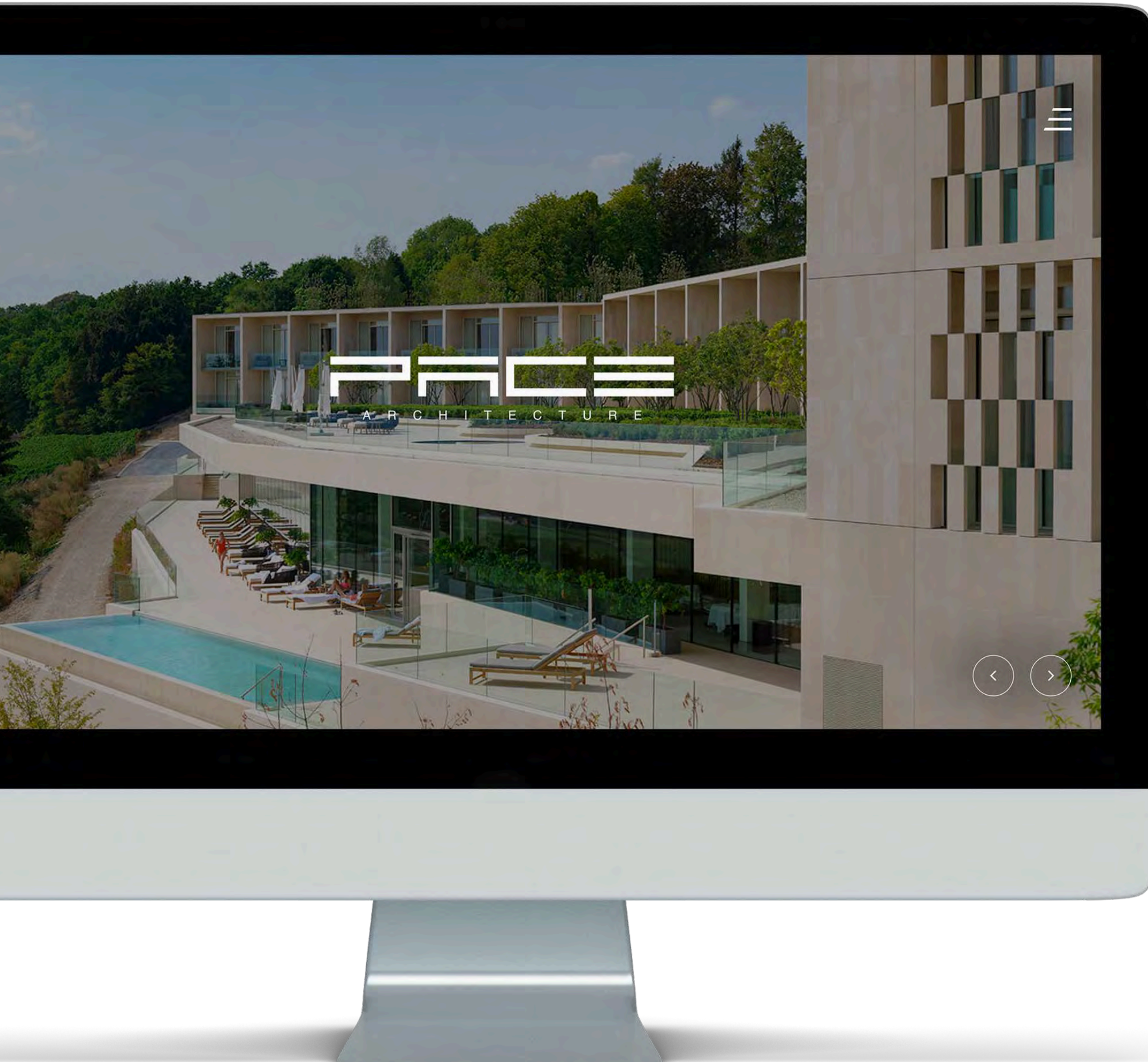
**Personne 2**

UX/UI Designer









**PACE**

A R C H I T E C T U R E

**Refonte Web UI**



# CONTEXTE / D.A

H1 - HELVETICA

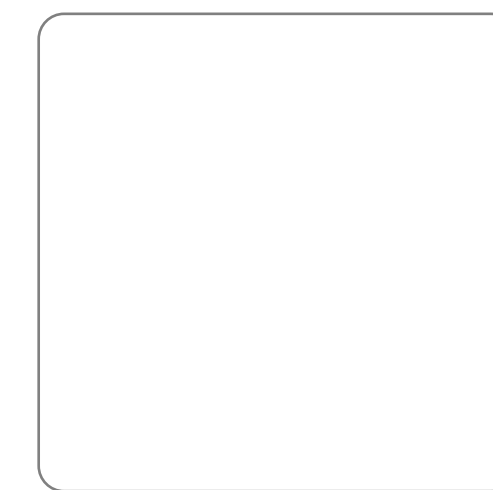
H2 - HELVETICA

TXT - Roboto

Refonte UI du site web de PACE Architectures afin d'améliorer l'expérience utilisateur et de valoriser leurs réalisations. L'objectif était de simplifier la navigation et d'optimiser la présentation de leurs projets et de leur expertise, dans l'esprit d'un portfolio.

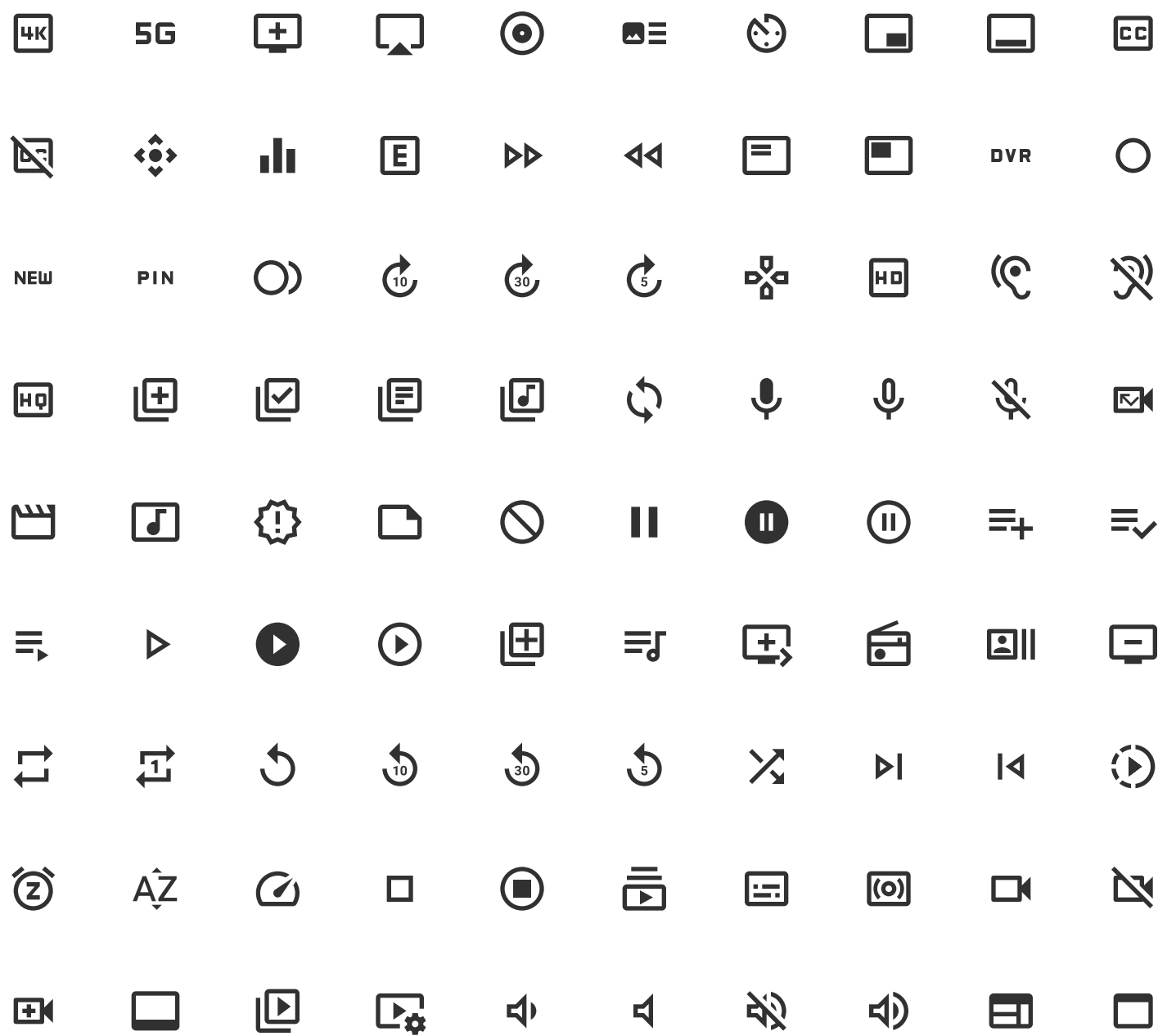
**Logiciels :** Figma/Photoshop

**Temps :** 3 jours

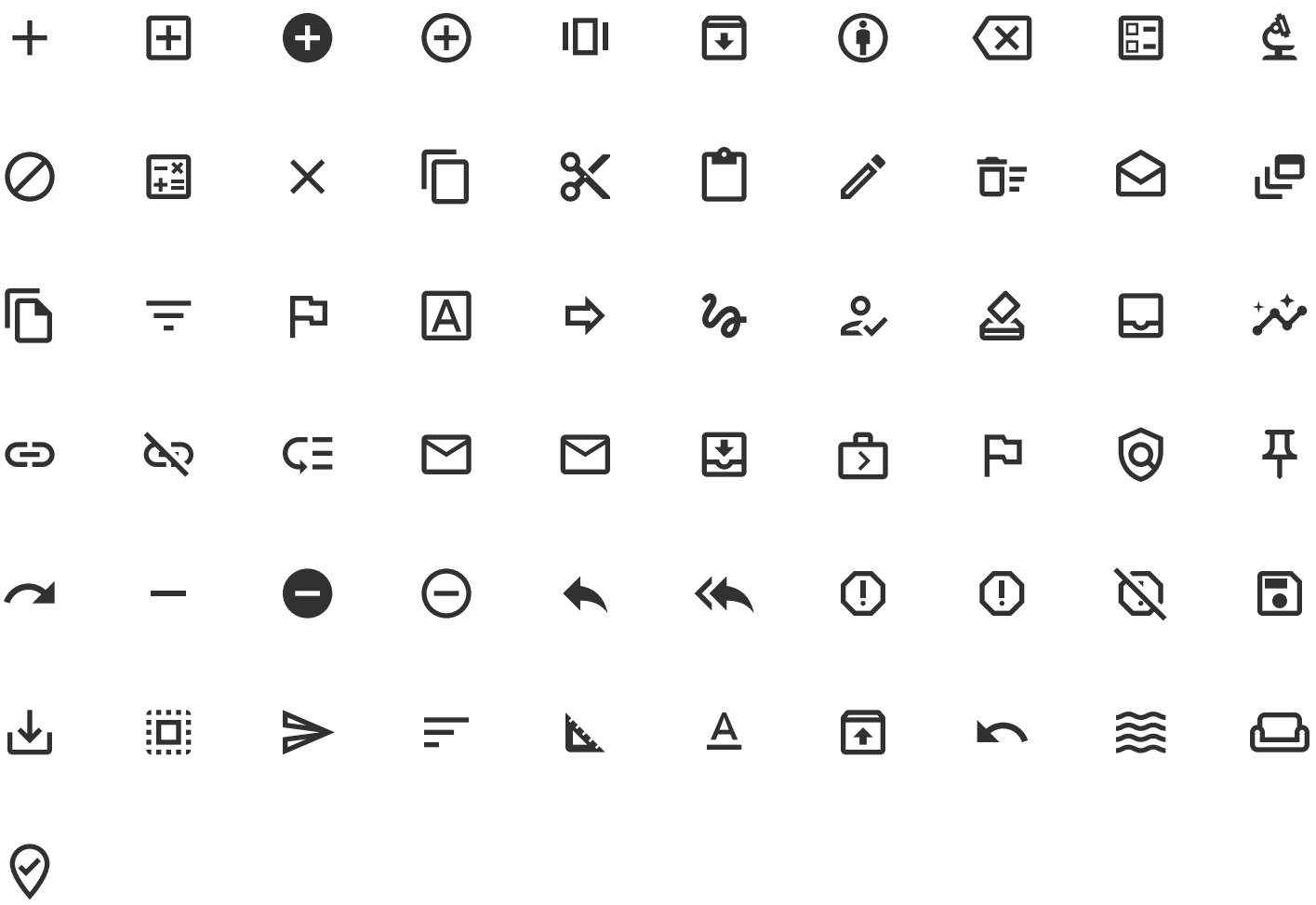


# BIBLIOTHÈQUES D'ICÔNES

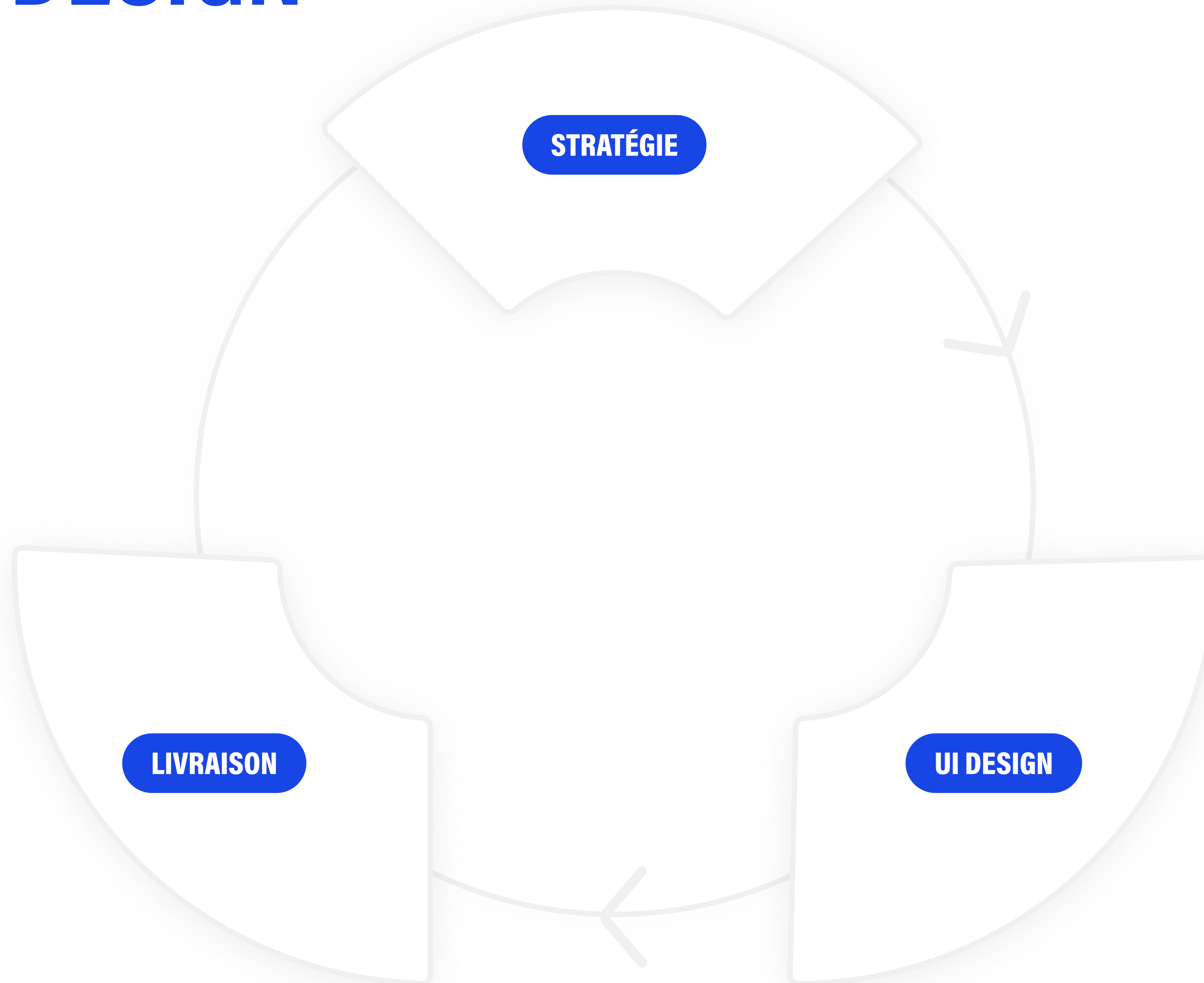
## Audio & Video



## Editor



# PROCESS DESIGN





# PROCESS DESIGN



## Définition

Définir la vision du site, les fonctionnalités, la manière dont le site sera utilisé, l'architecture de l'information.



## Wireframes

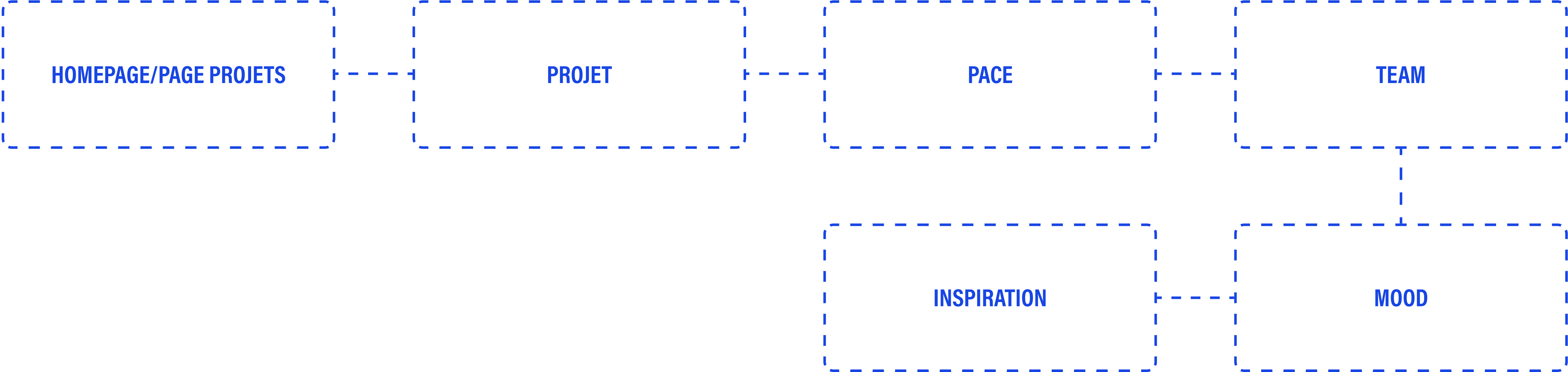
Concevoir des wireframes pour définir la structure du site web et les parcours utilisateurs.



## UI Design

Construire l'interface à partir de la charte graphique, créer les composants et mettre le contenu.

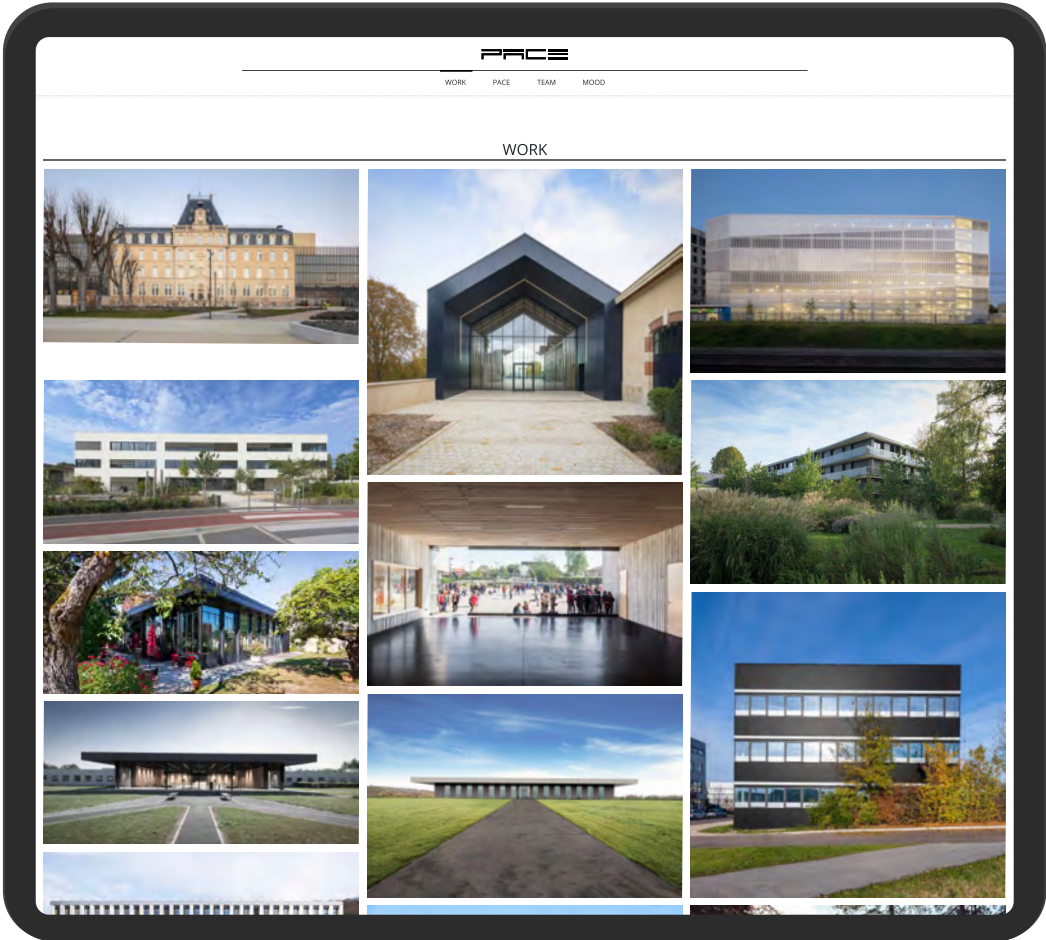
# PARCOURS UTILISATEUR - OLD



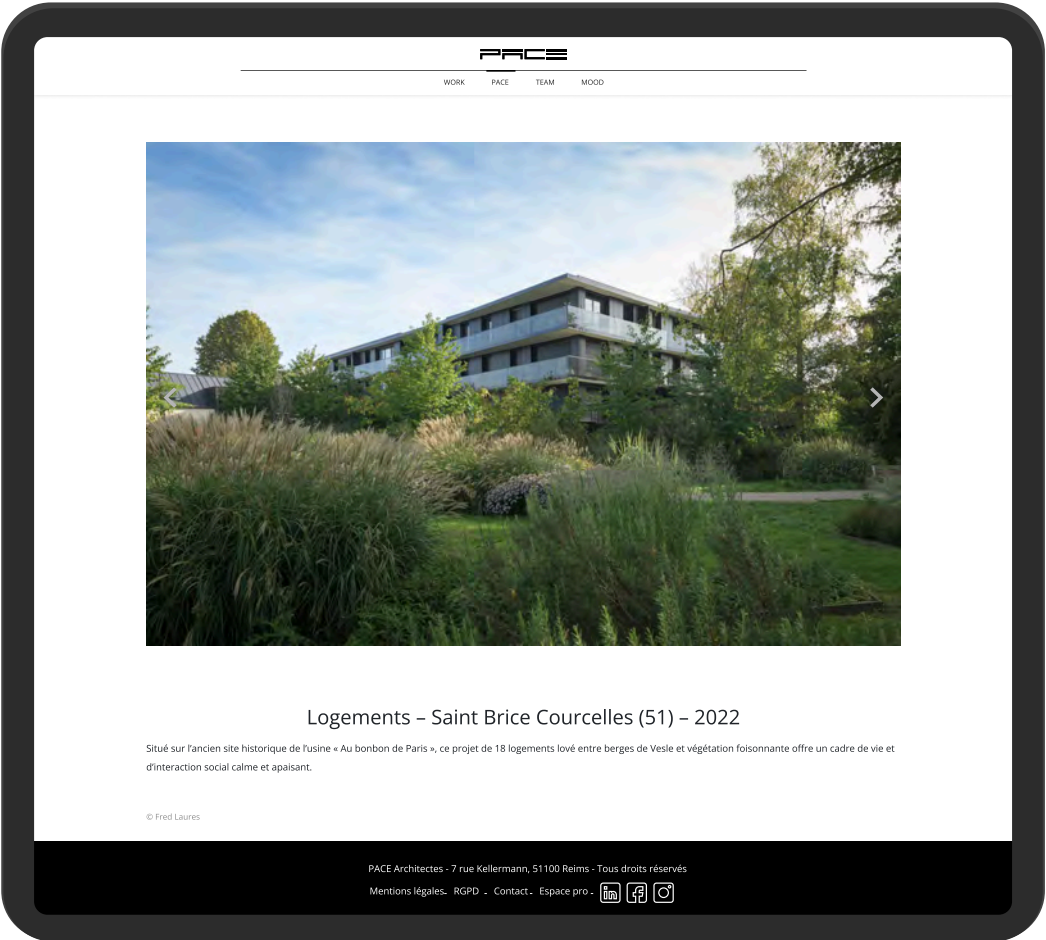
# AUDIT

## UI – Version actuelle

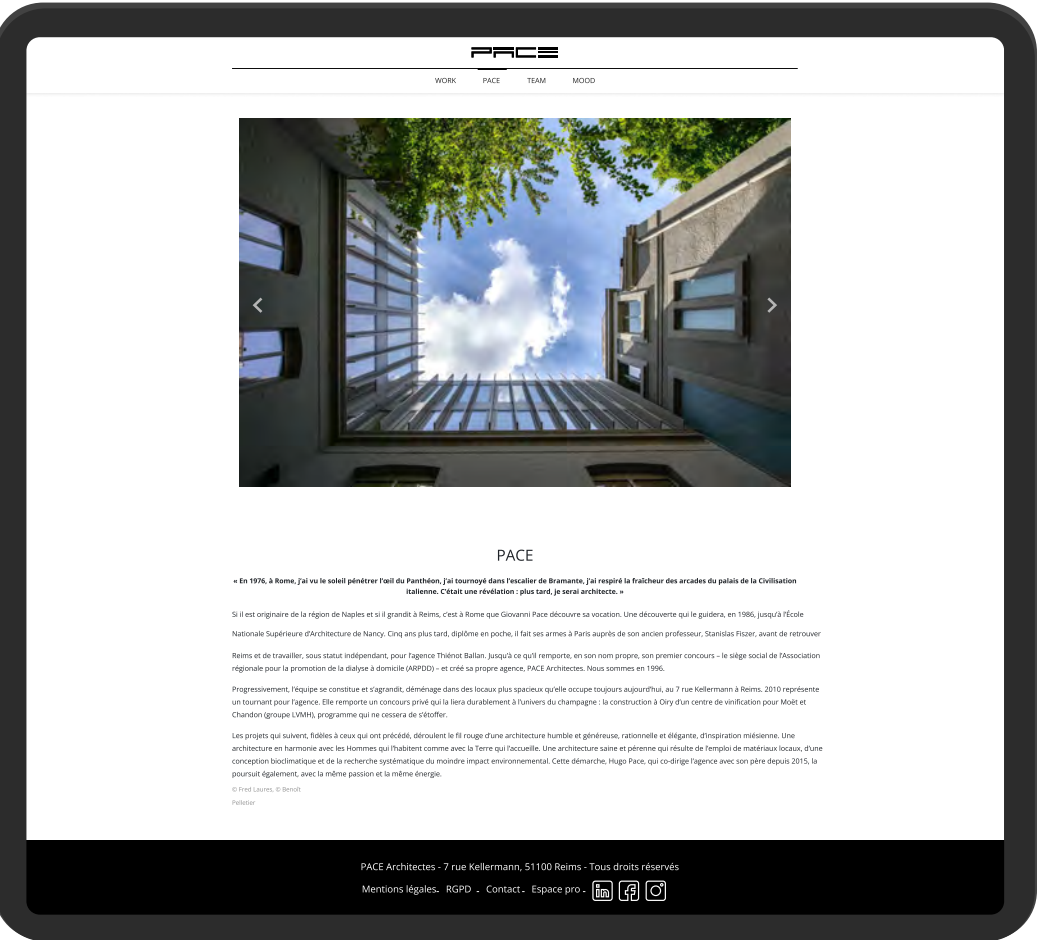
Le site vise à présenter un portfolio mais l'exécution évoque un assemblage sans direction artistique claire. La D.A manque de cohérence (grille, palettes, typographies, espacements), ce qui affaiblit l'identité et la crédibilité. Les pages projets se réduisent à des carrousels d'images sans mise en page ni narration rendant difficile l'évaluation de l'expertise. L'architecture du contenu est redondante, avec des pages PACE et TEAM séparées qui dispersent l'information.



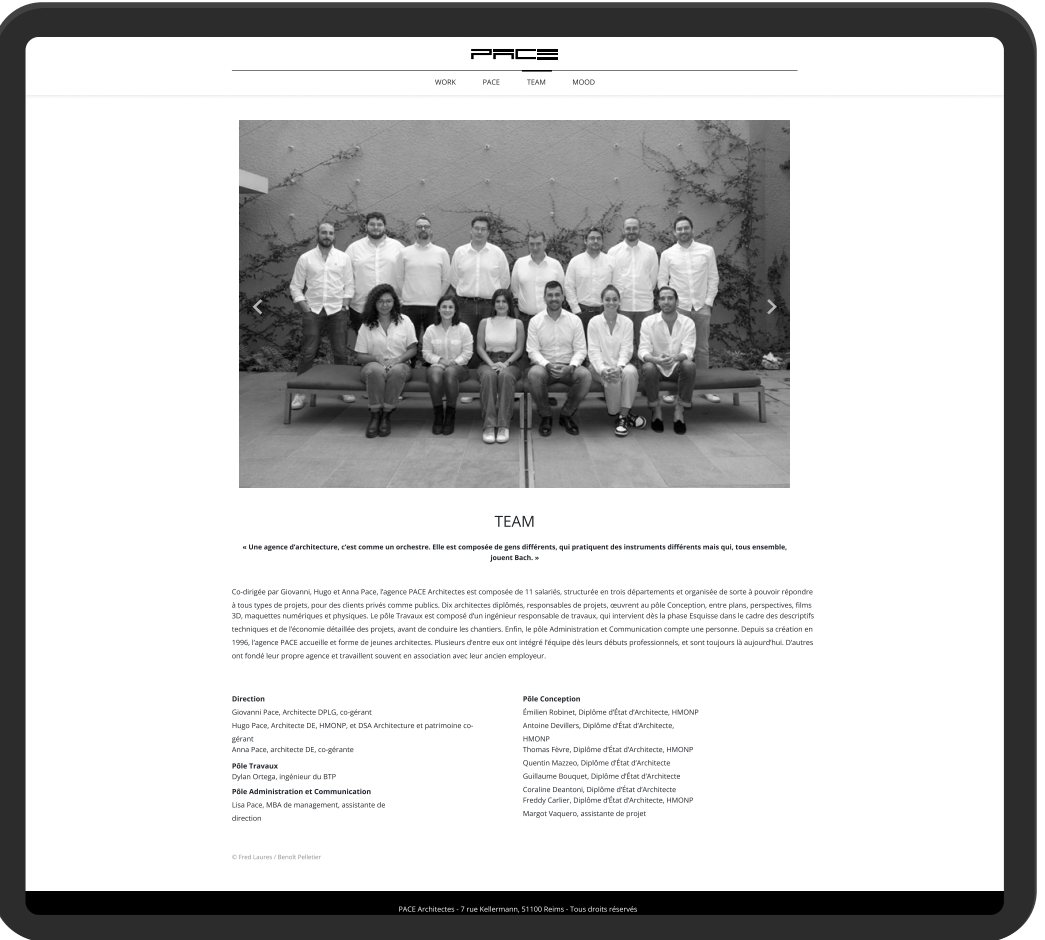
HOMEPAGE



PROJET



PACE

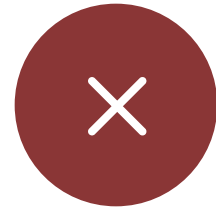


TEAM

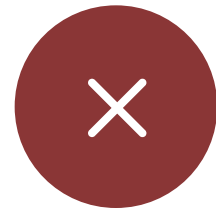


# IDENTIFICATION DES POINTS DE FRICTION

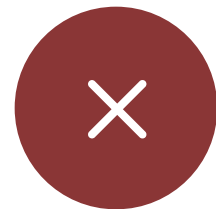
## Problèmes



Page d'accueil basique sans proposition de valeur claire ni repères hiérarchiques, ce qui ne guide pas et n'installe pas la confiance.



Pages projets trop vides avec trop peu de contexte, de process empêchant de comprendre l'expertise et l'impact.



Identité et contenus incohérents comme les couleurs, tailles d'images, espacement, textes posés au hasard générant bruit et charge cognitive.

## Solutions



Clarifier la valeur dès le hero et structurer l'accueil avec des sections nettes et éléments de réassurance.

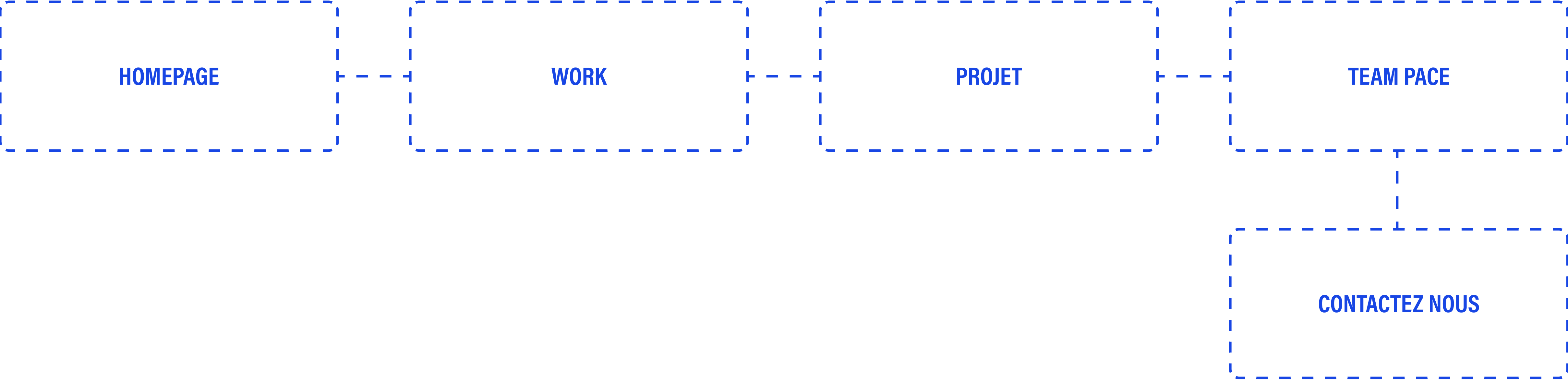


Standardiser chaque étude de cas avec contexte, objectifs, démarche, livrables, résultats chiffrés et prochaines étapes.



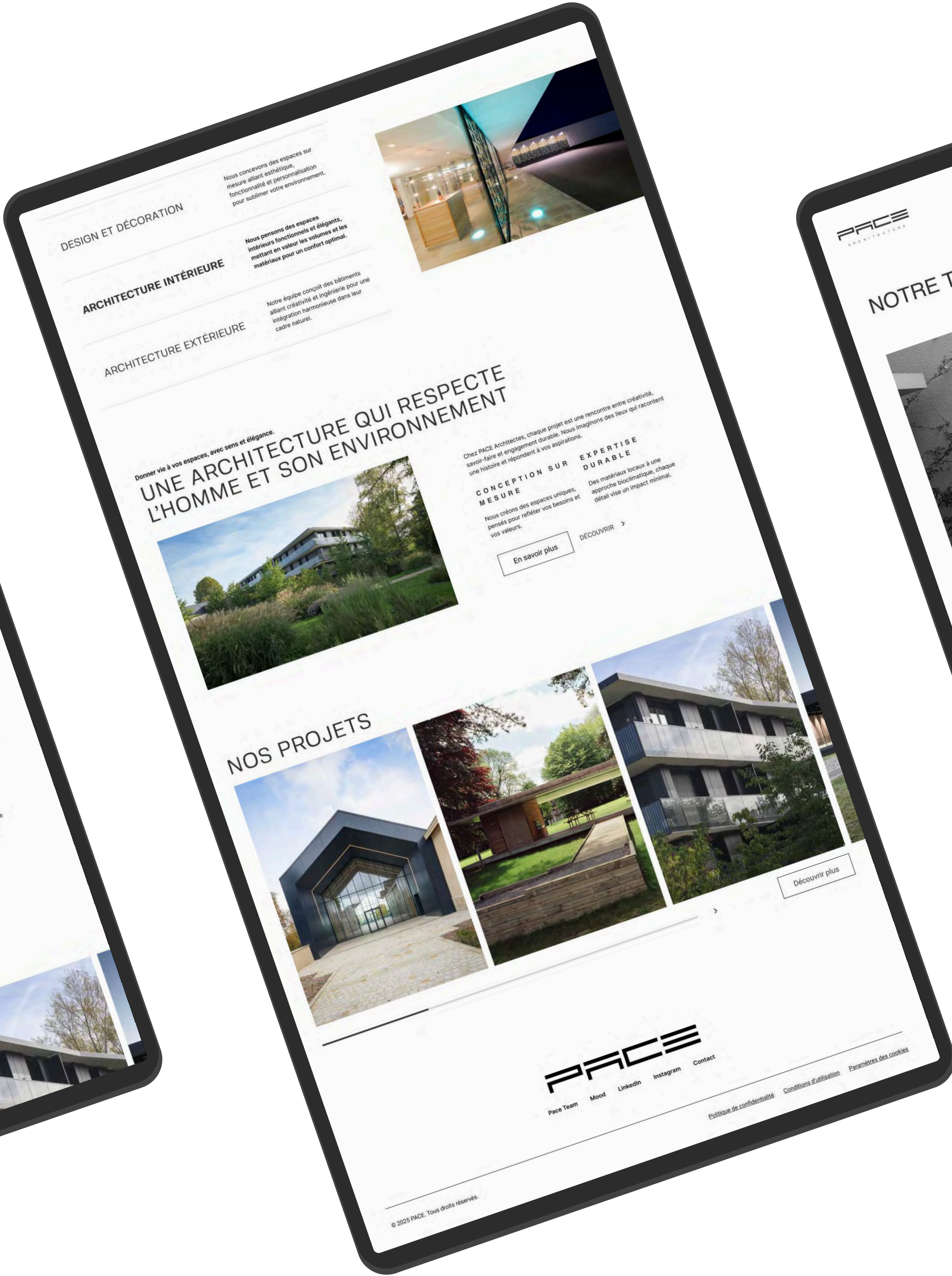
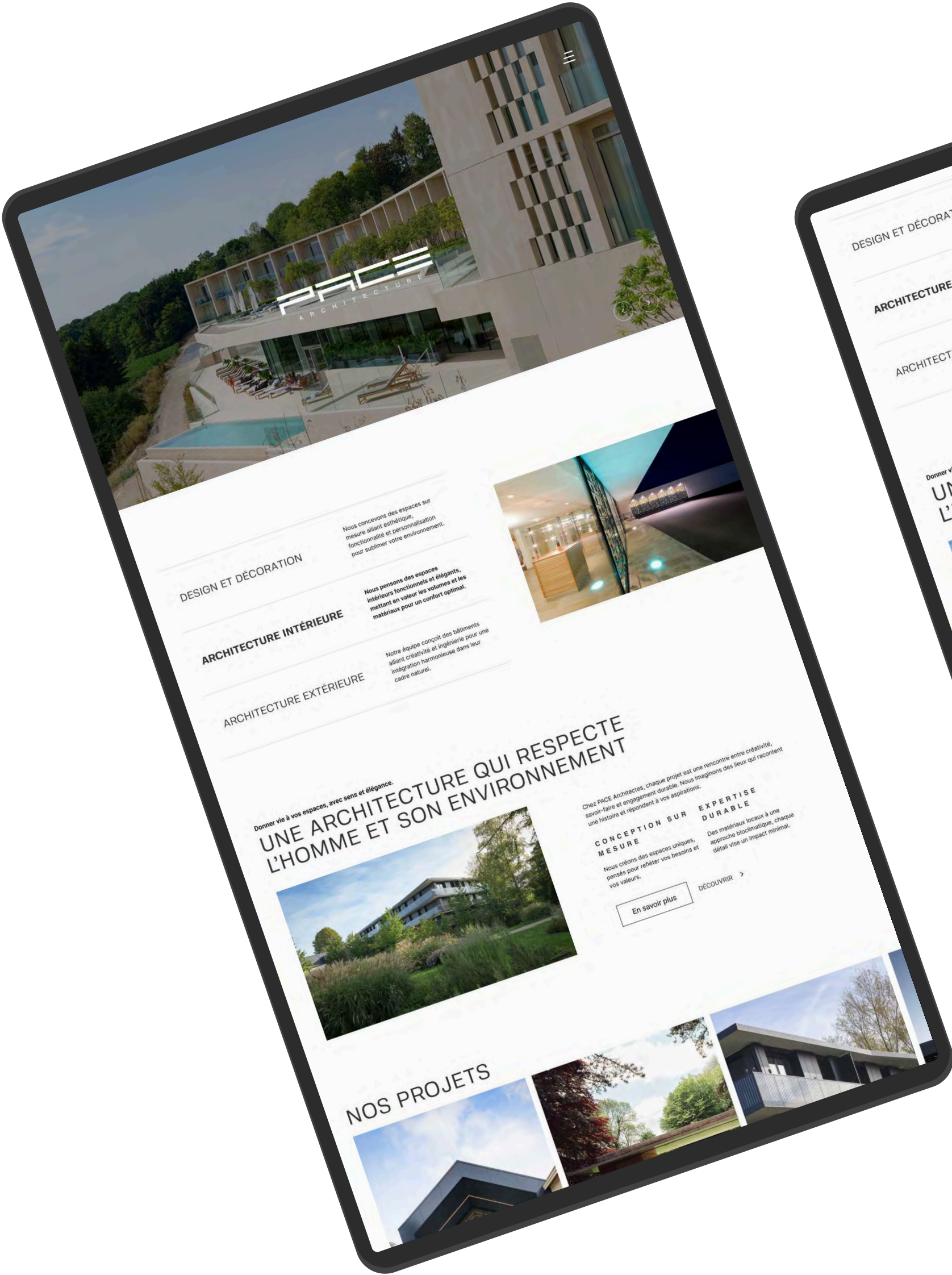
Mettre en place un design system et des gabarits éditoriaux comme des grilles, styles, ratios d'images, nomenclature, règles d'espacement... pour une cohérence de bout en bout.

# PARCOURS UTILISATEUR - NOUVEAU





# MAQUETTES





# MAQUETTES

