



Ronane CHEVIET
Portfolio



Ronane Cheviet

Archiviste passionnée depuis plus de 20 ans, je suis originaire du Nord de la Vienne. Je suis installée dans le village où mes ancêtres ont vécu.

Mon intérêt pour l'histoire m'a conduit vers un parcours universitaire dans ce domaine, achevé par l'obtention de ma maîtrise d'histoire. Ma curiosité pour les archives s'est développée lors de mon travail de recherche et m'a permis de me spécialiser avec le DESS techniques d'archives et de documentation.

J'ai exercé au sein de différents services d'archives publiques. J'ai décidé de me lancer à temps complet dans l'auto-entrepreneuriat. J'aime être autonome dans mon travail tout en restant à l'écoute de mes clients et proposer une prestation la plus adaptée à leurs besoins.

Cherchant toujours à répondre aux demandes du public et de mes clients, la formation d'Ux-Designer me permet de cultiver de nouveaux apprentissages pour être proche des utilisateurs et m'adapter en permanence en proposant de nouveaux services.

Compétences et méthodes UX utilisés

AR RECHERCHE UTILISATEUR

Recherche internet et dans les lieux culturels
Synthétiser les informations avec la mindmap
Collecte de témoignages oraux

Se documenter sur le sujet
Connaître les besoins des utilisateurs avec les entretiens et l'observation
Synthétiser les informations avec les personas et les parcours utilisateurs avec le storytelling

RECHERCHE UTILISATEUR  UX

AR IDEATION

Mise en place de réunions pour une réflexion autour de thèmes d'expositions
Préparation des réunions en mode Agile
Animation des réunions et des discussions

Mise en place d'un atelier de conception à distance avec Miro en appliquant le Design Thinking
Préparation et animation d'un atelier de co-conception avec Canva

IDEATION  UX

AR AMELIORER L'EXPERIENCE SUR UN SITE INTERNET

Analyser les connexions et les rubriques les plus vues
Proposer de nouvelles rubriques
Analyse des autres sites d'archives

Analyse de Google Analytics, présentation des résultats avec Venngage
Analyse heuristique avec la méthode Bastien et Scapin
Tests d'utilisabilité avec Lookback
Rédaction de benchmark

AMELIORER L'EXPERIENCE SUR UN SITE INTERNET  UX

AR PROTOTYPER

Réflexions sur les différents parcours de l'utilisateur pour le site internet
Préparation des différentes rubriques du site
Planning pour la réalisation et tests

Rédaction du userflow de l'application mobile
Rédaction de la Roadmap avec Trello
Conception du prototype cliquable avec Figma et test avec Maze

PROTOTYPER  UX

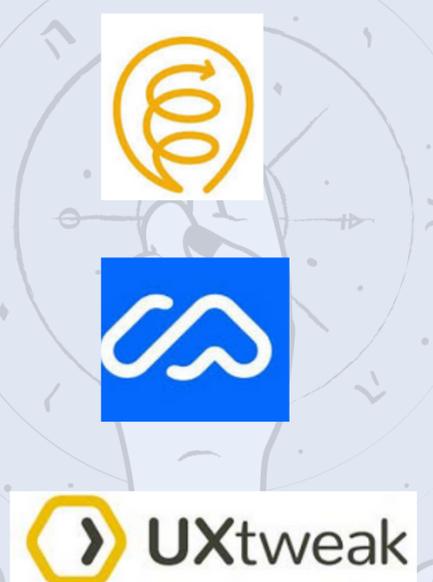
Compétences techniques

OUTILS COLLABORATIFS ET GESTION DE PROJET



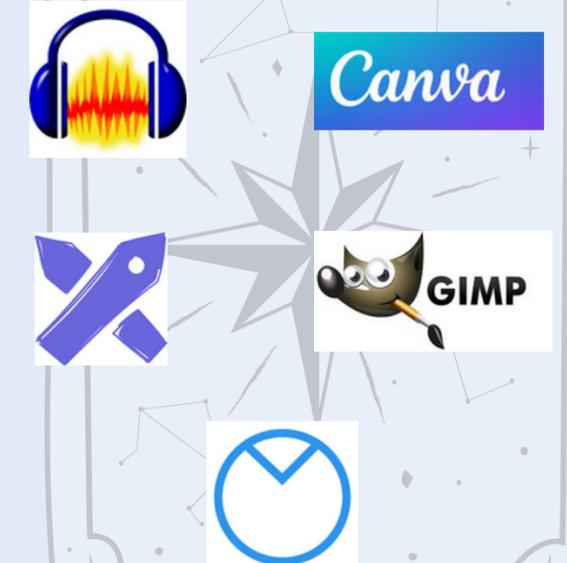
THE MOON

OUTILS POUR TEST UTILISATEURS ET RECHERCHE



WHEEL OF FORTUNE

OUTILS DE GRAPHISME ET INFOGRAPHIE ET AUDIO



THE STAR

OUTILS D'INTERFACE ET DE CONTENUS



THE EMPRESS



Mener une étude utilisateur sur le café

Enjeux et objectifs



Image par [Couleur](#) de [Pixabay](#).

Une marque multinationale de café réfléchit à élargir sa gamme de produits, mais ne sait pas encore la façon dont elle souhaite le faire.

Elle veut connaître mieux les rituels et les habitudes de dégustation du café des consommateurs.

Une étude utilisateurs va permettre de définir la direction à prendre et de proposer des produits et des services adaptés au plus proche de leurs besoins.

Les enjeux de de cette étude seront de recueillir un maximum d'informations sur les habitudes et les comportements des consommateurs et de comprendre leurs besoins, leurs attentes, leurs motivations et leurs états d'esprit.

Processus



Recherche documentaire

Entretiens semi-directifs

Observation sur le terrain

Personas

Parcours utilisateur

Insights



Méthodes de recherche

Recherche primaire

Quoi de mieux que d'étudier au plus près les consommateurs pour bien connaître leurs réactions, leurs pensées et leurs ressentis qu'en les observant dans un bar pour comprendre leur façon de boire le café.

J'ai fait aussi des entretiens semi-directifs de 30 minutes, en interrogeant sept personnes en présentiel et en visio pour affiner mon étude. Une grille de questions et un guide d'entretien ont été préparés. Toutes ces données ont été synthétisées dans un diagramme d'affinité.

Toutes ces données ont permis de créer des **personas** et des **parcours utilisateurs**

Après, recherche secondaire

J'ai d'abord réfléchi sur le thème du café, cette boisson universelle en établissant des pistes de recherche, matérialisées par une **mind map**.

Je me suis familiarisée avec le produit en regardant les réseaux sociaux, la presse, les études et statistiques.

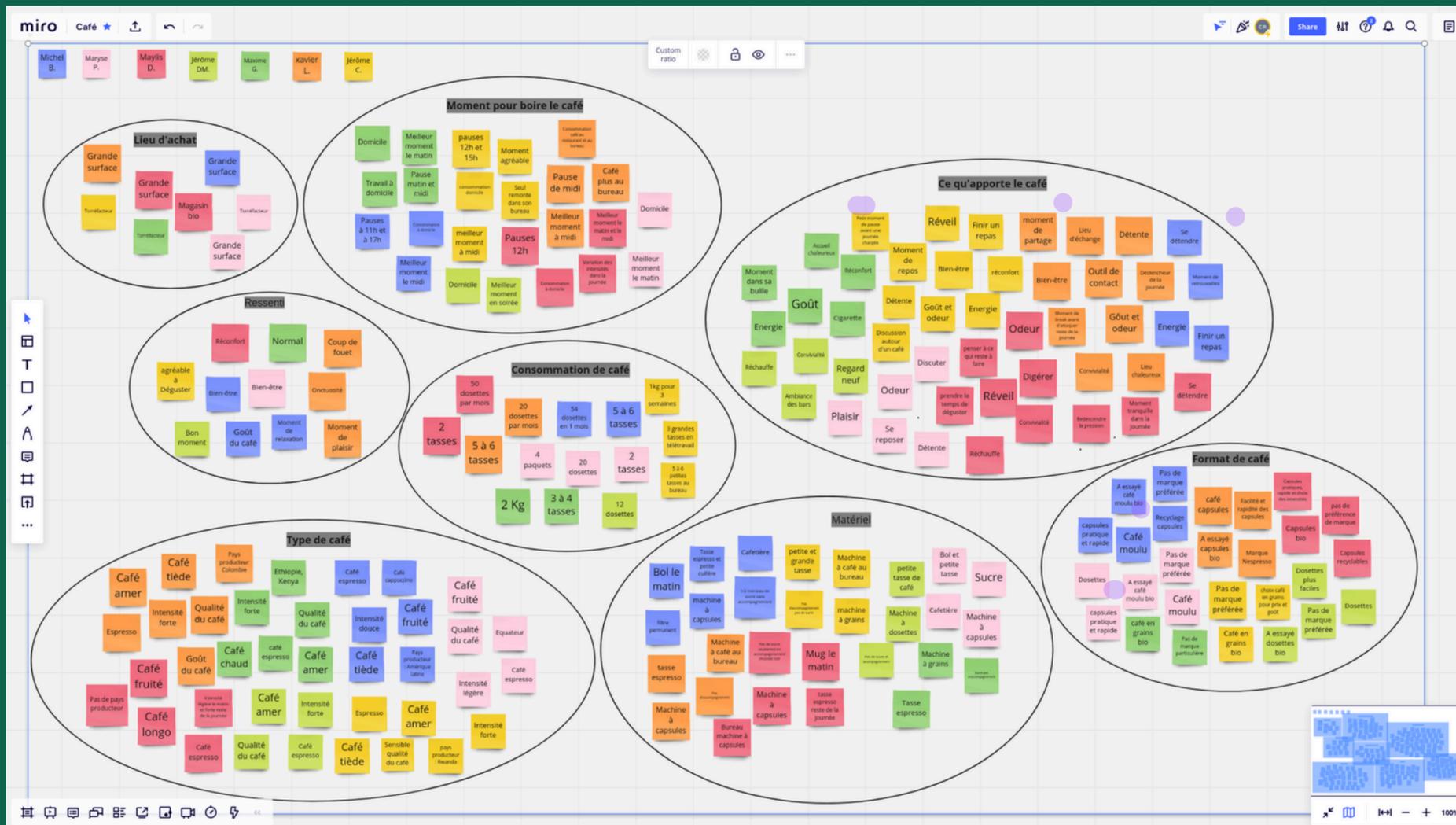


Diagramme d'affinité

Insights



©Ronane Cheviet

1 Recherche du goût et de la qualité du café

« Je bois le café par plaisir et par goût de temps en temps mais pas par habitude. »

2 Informations sur la provenance du café

« Avoir un meilleur packaging qui explique l'intensité, le goût, la provenance, et que le pays soit plus mis en avant. On ne sait pas toujours d'où ça vient. »

3 Achat du café en grains chez le torréfacteur

« Je trouve un meilleur goût au café en grains, vraiment le café que l'on a l'habitude de boire au café ou au restaurant. On sait d'où il vient. »

4 Sensible au recyclage

« Je récupère le café et je le mets dans mon jardin parce que le café, c'est très bon pour certaines plantes. »

5 Boire un café tiède

« J'aime bien prendre mon café tiède pas chaud. Je le laisse refroidir. »

AR



IDEATION

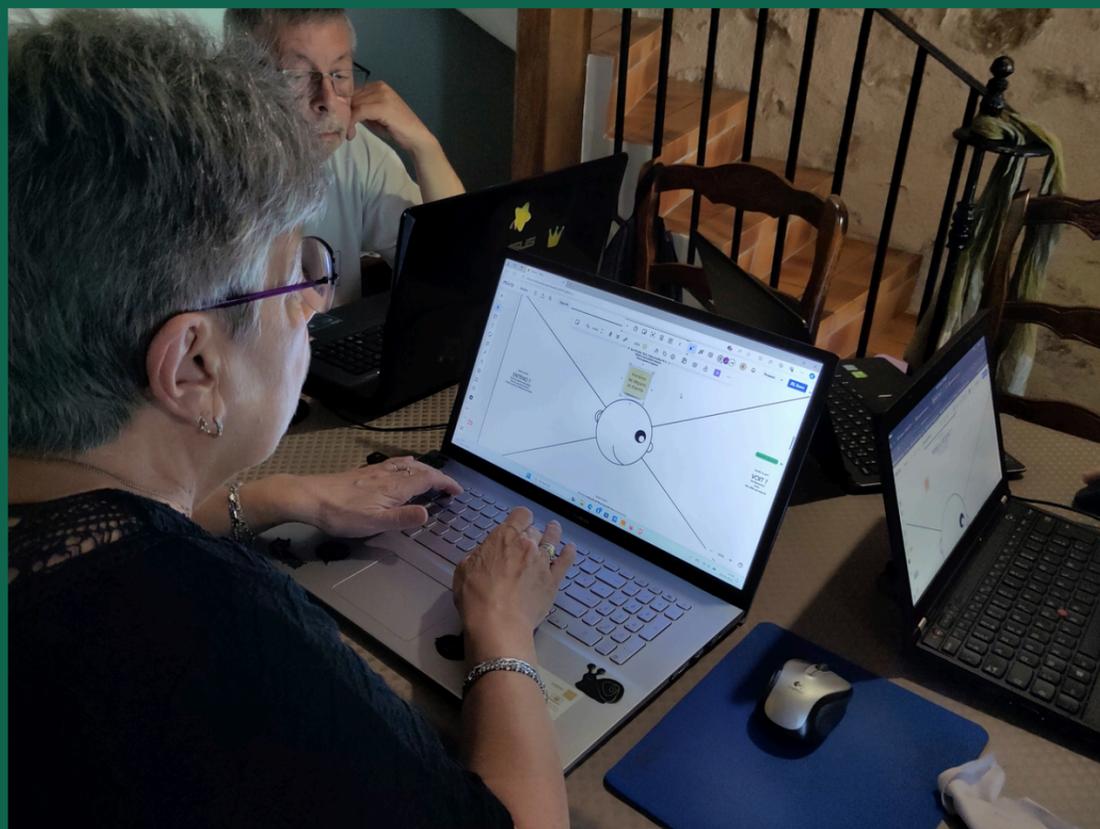


IDEATION



UX

Préparer et animer un atelier de co-conception



©Ronane Cheviet

Enjeux et objectifs

Améliorer l'expérience en train est une thématique très actuelle et concerne tout le monde.

Un atelier est organisé autour de ce thème pour réfléchir, travailler et rechercher une problématique en utilisant les premières étapes du **design thinking** (empathie et définition du problème).

Processus

Contexte de l'atelier

Un atelier hybride, avec 3 participants en présentiel et 1 en visio a été organisé chez un des participants. Il a duré 3 heures.

Les participants ont travaillé sur Miro et la communication s'est effectuée via Google meet.

Organisation de l'atelier

L'atelier a débuté par un rappel des règles d'or et par une présentation du déroulé.

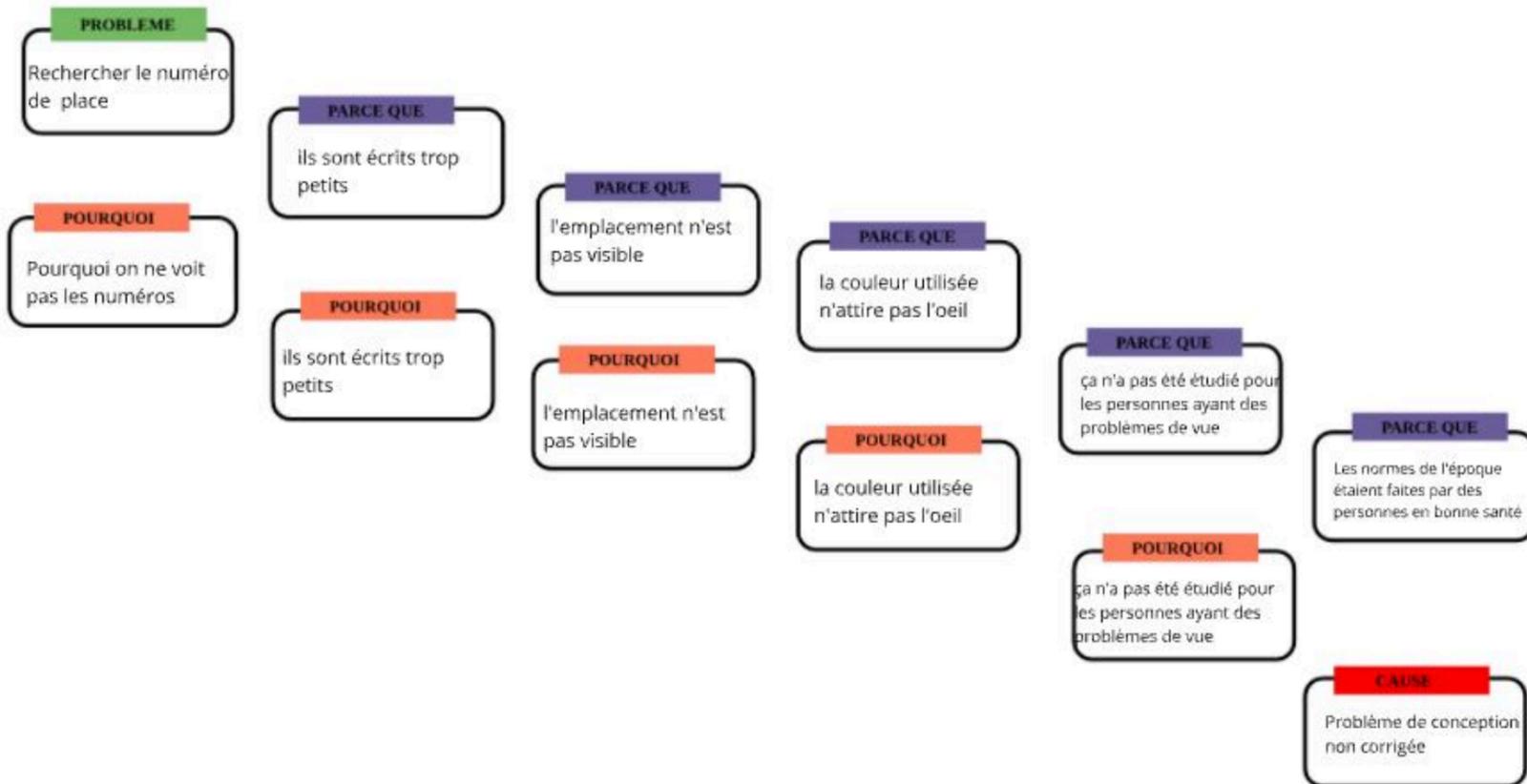
ATELIER DE CO-CONCEPTION

- 1** **Kick-off**
Accueil et présentation
- 2** **Ice-breaker**
Mieux faire connaissance
- 3** **Votre vécu en train**
Présenter votre expérience en train
- 4** **Dans la peau d'un usager**
Jeu de rôle
- 5** **Parcours utilisateur**
Pointer les problèmes
- 6** **Tri des problèmes relevés**
Faire un choix
- 7** **Définir la problématique**
Choix du problème le plus important
- 8** **Débriefing**
Synthèse de l'atelier et ressenti des participants

RÈGLES DU JEU

-  **Bienveillance envers les uns les autres**
-  **Ne pas juger les idées des autres**
-  **Être à l'écoute les uns des autres**
-  **Toutes les idées même les plus folles sont intéressantes**
-  **Être dans la joie et dans la bonne humeur**

Méthode design thinking



Comment pourrions-nous aider Adélaïde à retrouver son numéro de siège dans le but de faciliter son installation rapidement ?

Méthode des Cinq Pourquoi

Travail sur l'empathie

La première étape du design thinking est l'empathie. Les participants ont utilisé comme support la carte **d'empathie** pour les aider à se mettre dans la peau d'un voyageur. Ils sont partis de leurs propres expériences pour la remplir.

De cet exercice, ils ont créé leurs **personas** et leurs **parcours utilisateurs** et ont repéré certains obstacles lors d'un voyage en train.

Définir la problématique

A partir de leurs différents parcours, ils ont listé les problèmes en les classant thématiquement.

Ils ont travaillé sur la méthode **des Cinq Pourquoi** pour comprendre la racine du problème et trouver plus facilement la problématique.

Feedback

Ressentis des participants

Les participants ont été surpris par cet atelier. Ils étaient un peu stressés au début, mais petit à petit ils ont aimé.

Ils ont été très intéressés par les personas et les parcours utilisateurs.

Ils ont apprécié de réfléchir à un problème ensemble.

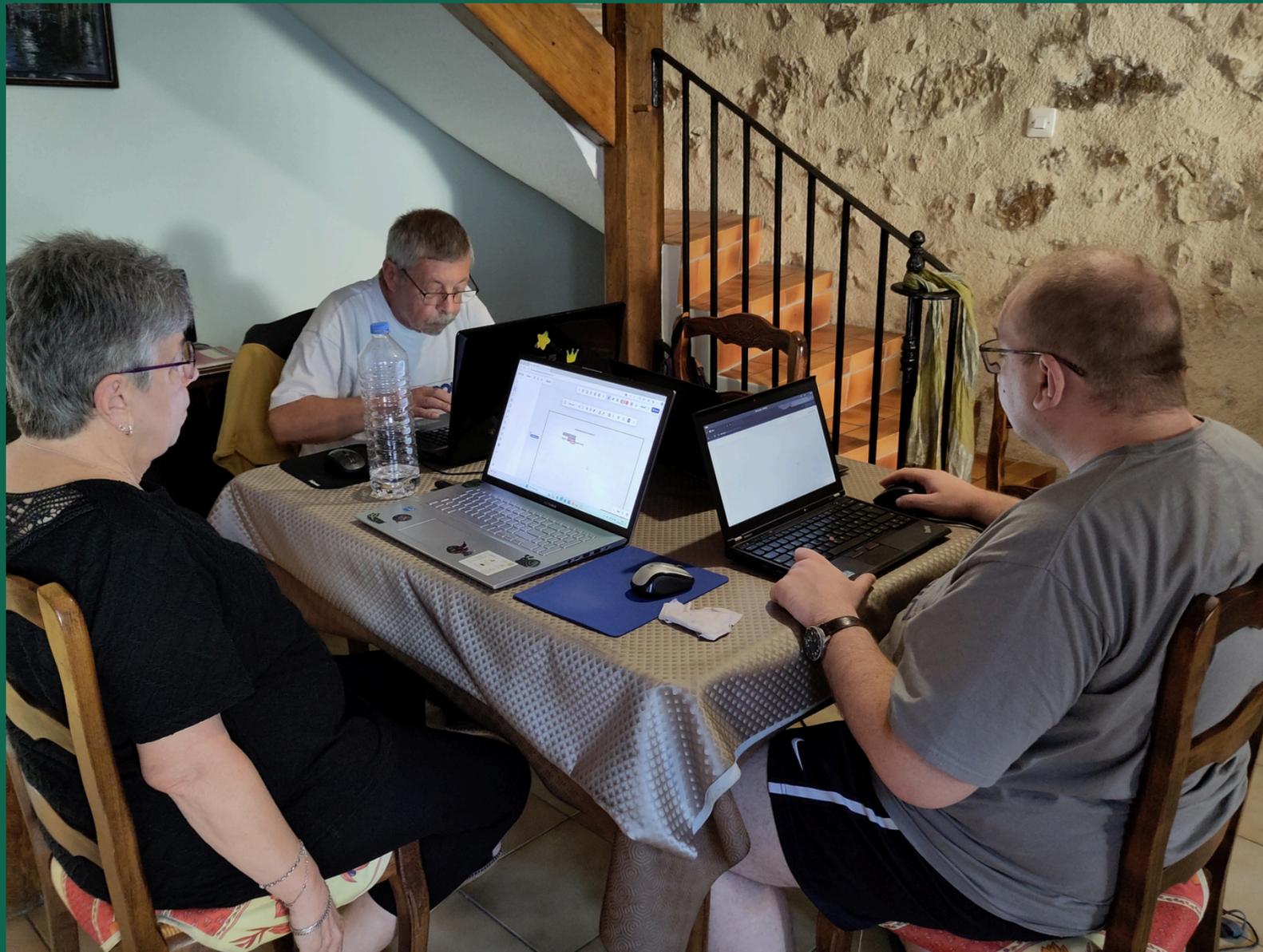
Point de vue du facilitateur

Les participants se sont bien pris au jeu et ont été très investis, même à distance.

Une bonne dynamique s'est bien installée dans le groupe, les échanges d'idées étaient intéressants.

L'atelier hybride a demandé pas mal de logistique, mais aussi d'être sûr que la personne en visio suivait bien les discussions du groupe. Il était important qu'elle ne se sente pas isolée.

Mon rôle a été d'encourager les participants à s'exprimer, à garder le groupe motivé.



©Ronane Cheviet

AR
AMÉLIORER
L'EXPERIENCE D'UN
SITE



UX
AMÉLIORER
L'EXPERIENCE D'UN
SITE

Interpréter les données analytiques du site de la CCPL



Enjeux et objectifs

La communauté de communes du Pays Loudunais (CCPL) compte 25 126 habitants en 2017 avec comme ville principale Loudun. Son territoire se situe au carrefour du Poitou, de l'Anjou et de la Touraine.

La CCPL réfléchit à une refonte du site internet pour répondre au plus près aux nouveaux besoins des habitants et proposer de nouveaux services comme le paiement en ligne. Elle cherche aussi à mieux valoriser sa newsletter.

Pour l'aider dans cette réflexion, je propose d'analyser les données issues de Google Analytics : la page d'accueil, outil essentiel pour attirer les visiteurs et celle de son Journal.

Des recommandations seront proposées pour mieux répondre aux besoins des utilisateurs et optimiser l'accès au site,

Processus



Ancien site

Analyse des données de Google Analytics

Avant de proposer des recommandations, il est important d'étudier les données issues de Google Analytics concernant la page d'accueil représentant la vitrine du site.

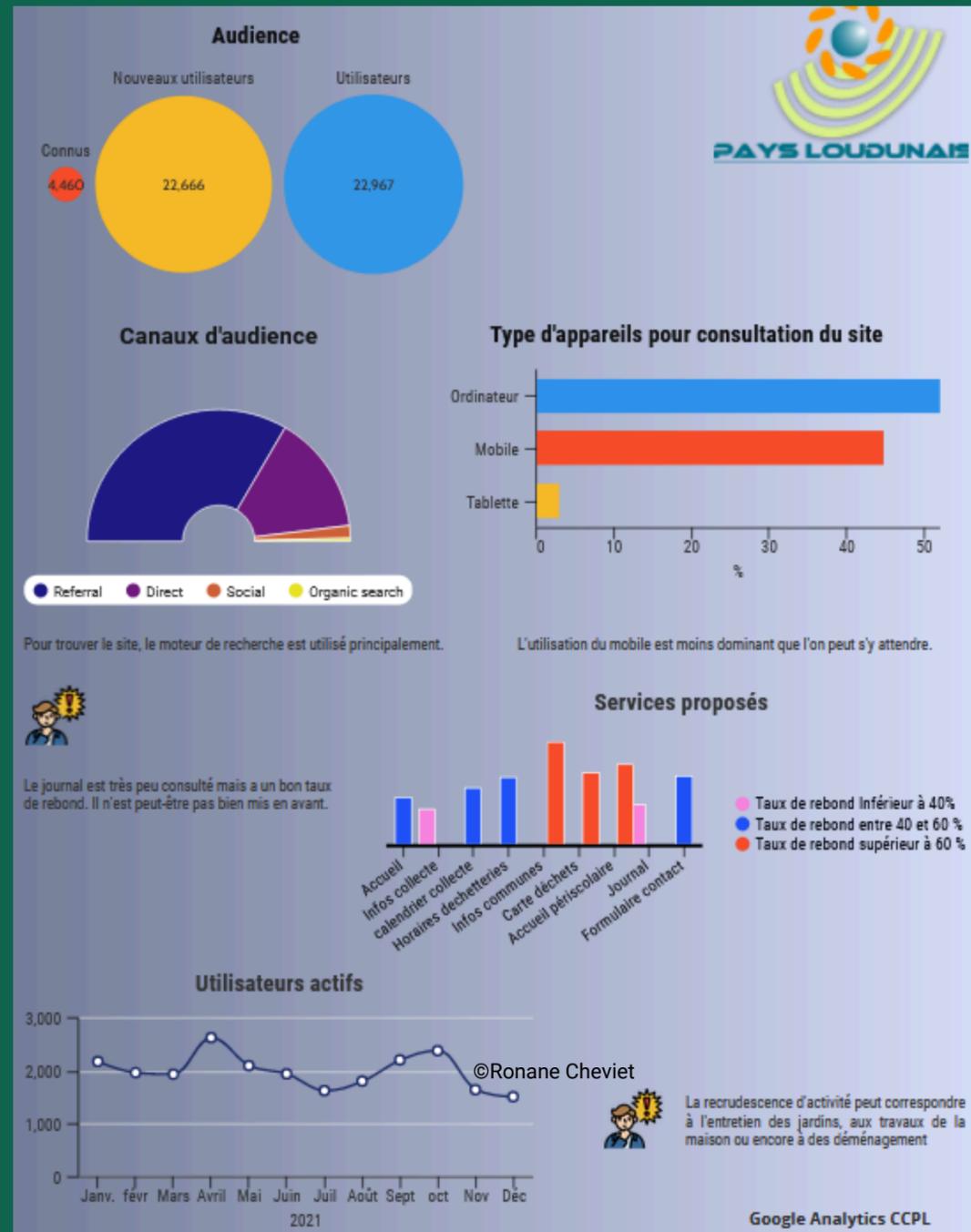
D'autres données seront analysées notamment le Journal du Pays Loudunais. Il est publié deux fois par an et présente des informations sur l'aménagement du territoire, sur l'aménagement numérique, sur le développement économique, la culture ou encore le patrimoine.

Recommandations UX

Un travail de recherche documentaire sur d'autres sites de communauté de communes sont analysés.

A partir des données récoltées et de la recherche documentaire, des recommandations et préconisations sont proposées.

Méthode d'analyse



Date-visualisations

Présentation des Données de Google Analytics

Les données analysées concernent les utilisateurs, le taux de rebond de la page d'accueil et de la newsletter, les canaux d'audience, les appareils utilisés, les pages de destination.

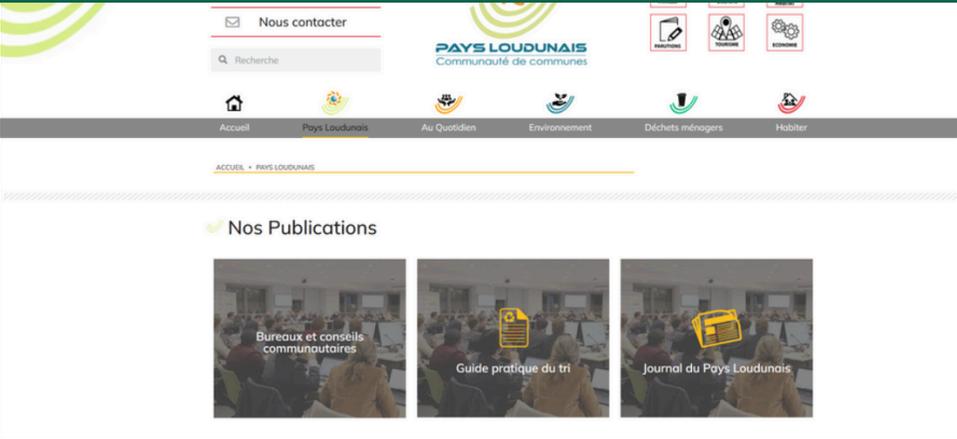
Les données clés ont été présentées sous forme synthétique en **data-visualisations** avec Venngage.

Recommandations

Un rapport de recommandations a été rédigé en 2022 dans le cadre d'une réflexion de refonte du site internet.

Les préconisations sont issues de l'analyse des données de Google Analytics sur une période d'un an soit du 1er janvier au 31 décembre 2021. Ces orientations ont pour but de mieux répondre aux besoins des utilisateurs, d'optimiser l'accès au site, de donner des pistes pour la refonte du site internet.

Suite à mes recommandations, la CCPL a privilégié la mise en avant de la newsletter et l'accès rapide en un clic. Cette petite collectivité est allée au plus urgent. J'ai permis de faire évoluer le site.



[Lien nouveau site](#)

Menu de navigation de la page d'accueil

- Optimiser l'expérience utilisateur avec verbes d'action comme "trier et réduire les déchets" plus engageant ✓
- Mise en place de boutons d'appel à l'action ✓
- Accès rapide en un clic ✓

Mise en avant de la newsletter

- Accès rapide en un clic ✓
- Retrouver facilement les anciens numéros ✓

AR



PROTOTYPER



PROTOTYPER



Prototyper une application mobile

Enjeux et objectifs



©Ronane Cheviet

Selon une étude IPSOS de 2022, 78 % des Français établissent leur liste de courses avant d'aller en magasin. Ils y précisent le type de produit, la quantité, les promotions et dans une moindre mesure le prix et la marque.

Fort de cette constatation, j'ai réfléchi à une application mobile qui permettrait de gagner du temps à rédiger sa liste de courses, mais aussi de bien gérer son garde-manger pour éviter les produits en double et le gaspillage. C'est très rébarbatif de vérifier régulièrement ce qu'il manque.

Cette application donnera la possibilité aussi de connaître les ruptures de produits en magasin et de recevoir des alertes sur les produits dangereux retirés.

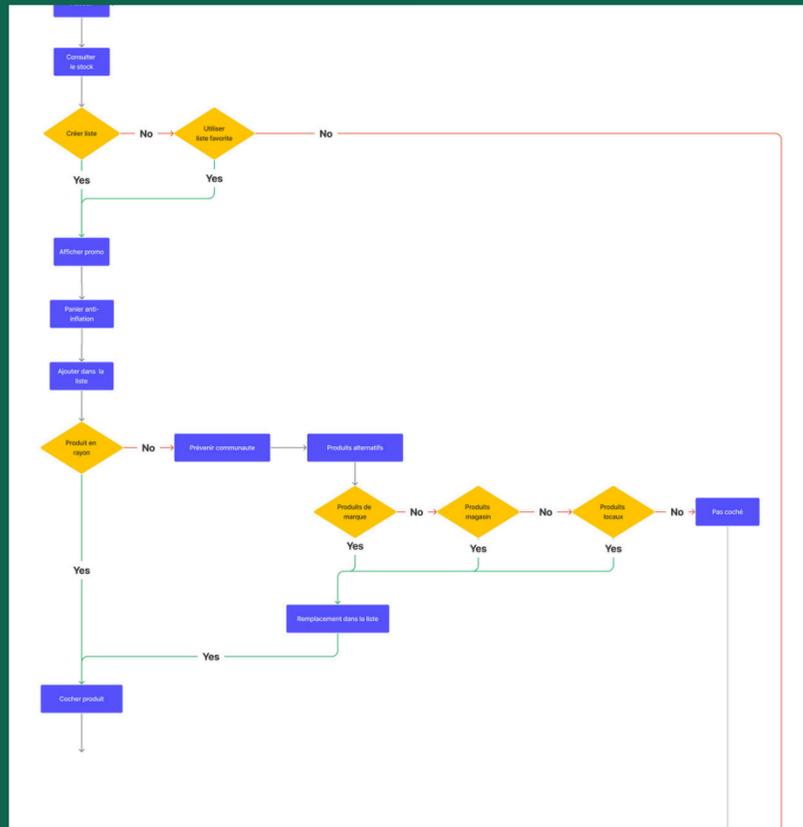
Processus

Recherche autour du thème

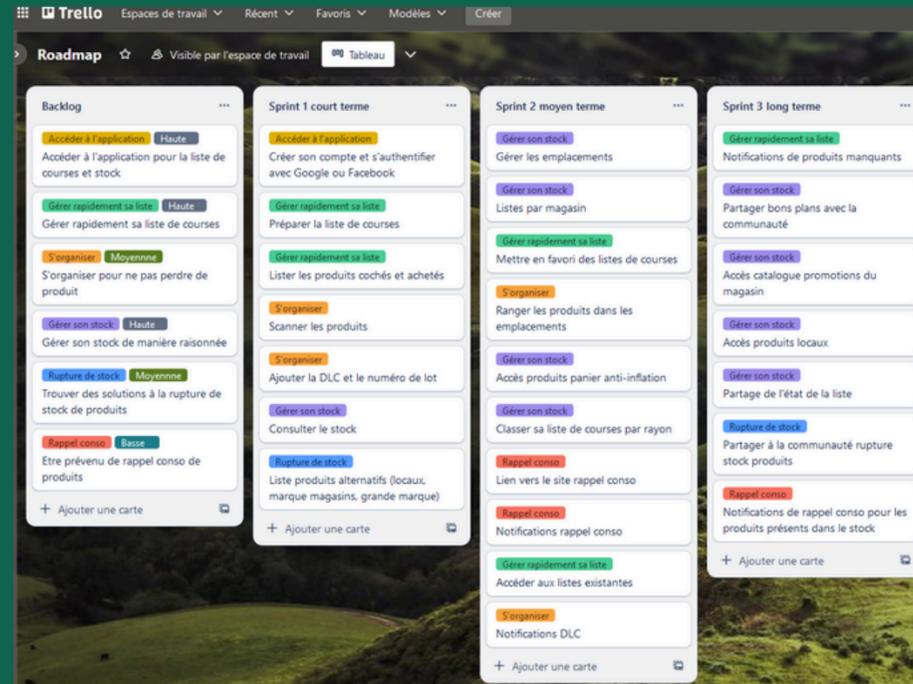
Pour connaître au mieux les besoins des utilisateurs, il est important de se documenter sur internet, de lire les articles de presse et études portant sur ce sujet, mais aussi d'interroger des personnes.

Il est important de s'intéresser aux applications mobiles de gestion de stock présentes sur ce créneau et des les étudier.

Ces différentes pistes de réflexions m'on permis de dégager des grandes thématiques pour l'application.



Userflow de l'application



Roadmap de l'application

Rédiger le parcours utilisateur

Fort de tous ces éléments, j'ai commencé à réfléchir à une arborescence pour l'application mobile. J'ai aussi pensé au parcours de l'utilisateur et les étapes matérialisées grâce au **userflow**, me donnant la possibilité de créer les **wireframes**.

Réfléchir aux priorités

La rédaction du parcours utilisateur est une première étape dans le processus de création de l'application mobile.

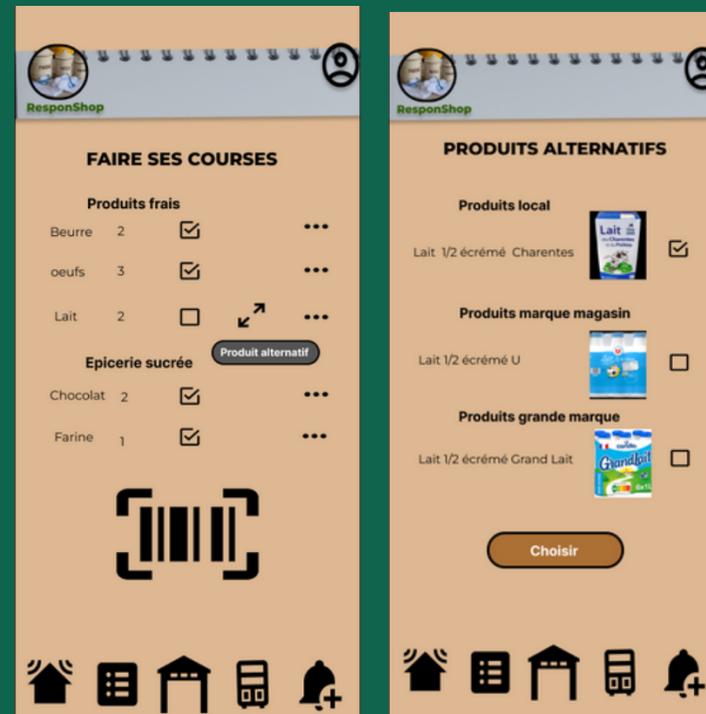
Pour le bon déroulement, du projet, j'ai mis en place une **roadmap** pour prioriser les fonctionnalités principales : accès à l'application, création de la liste de courses et gestion du stock.

Réalisation des wireframes de l'application ResponShop



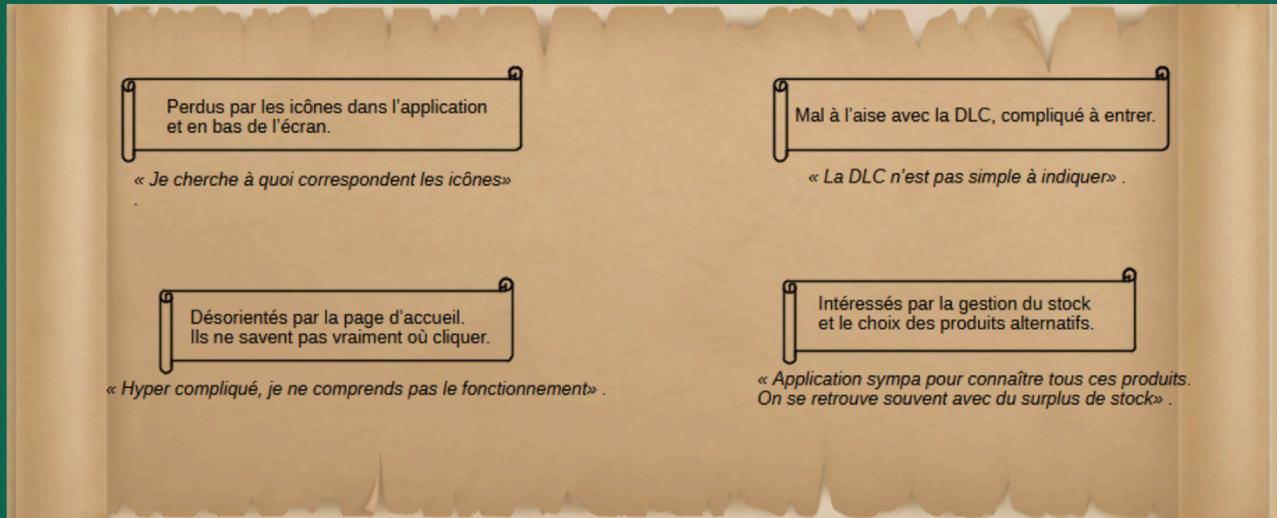
Création des wireframes

Le but est de proposer une liste de courses qui reflète une liste papier apportant de nouvelles options. Il s'agit de prioriser la consultation du stock et la création de la liste de courses numérique et de proposer des options autour de ce modèle comme la DLC pour éviter le gaspillage alimentaire.



Les wireframes ont été créés sur Figma. L'application doit être facile à utiliser au quotidien. Le style est épuré et minimaliste pour s'approcher de la liste de courses papier. Les cases à cocher rappelle la "to do list".

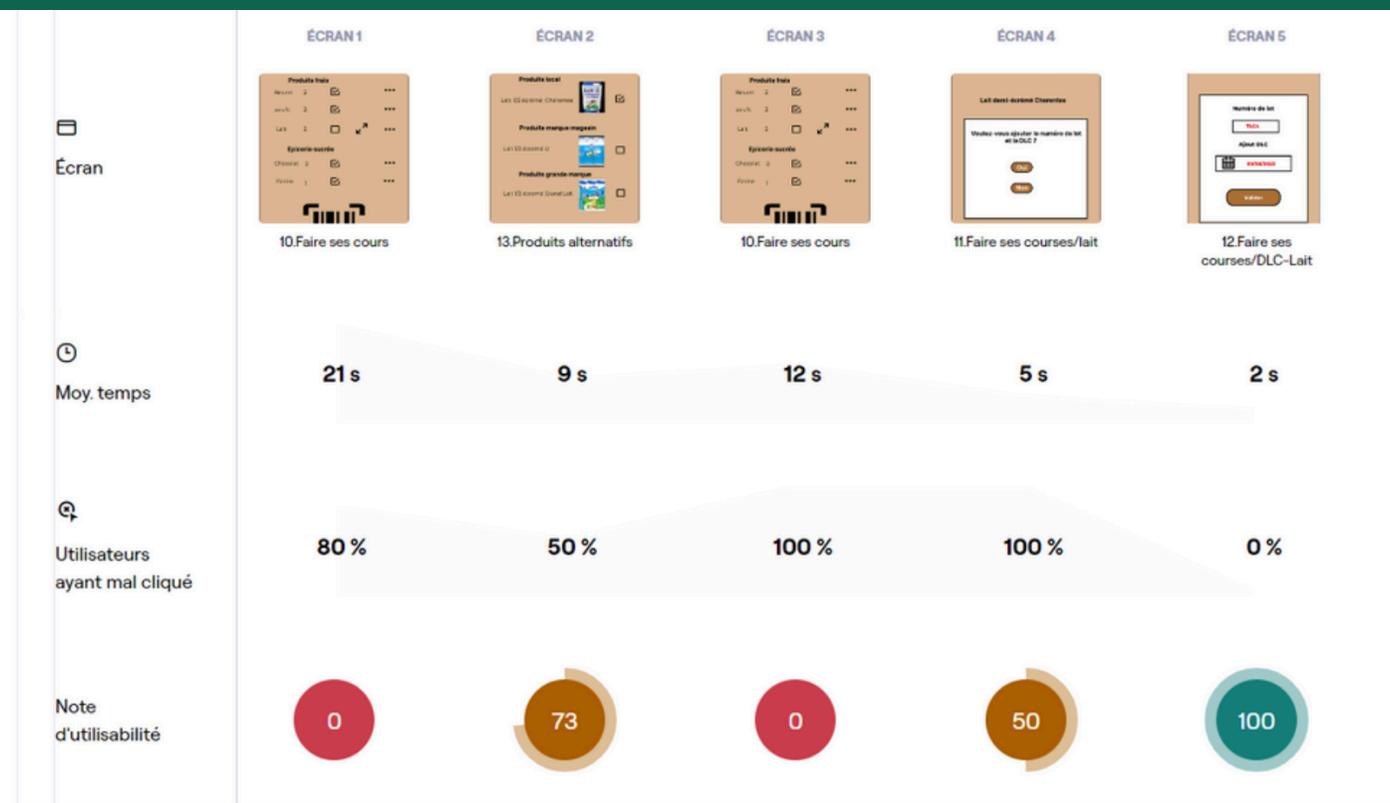
Test utilisateurs



Pour être sûr de bien répondre aux besoins, il est important de faire tester les wireframes à 5 personnes sur Maze pour recueillir les remarques et commentaires et pouvoir rectifier.

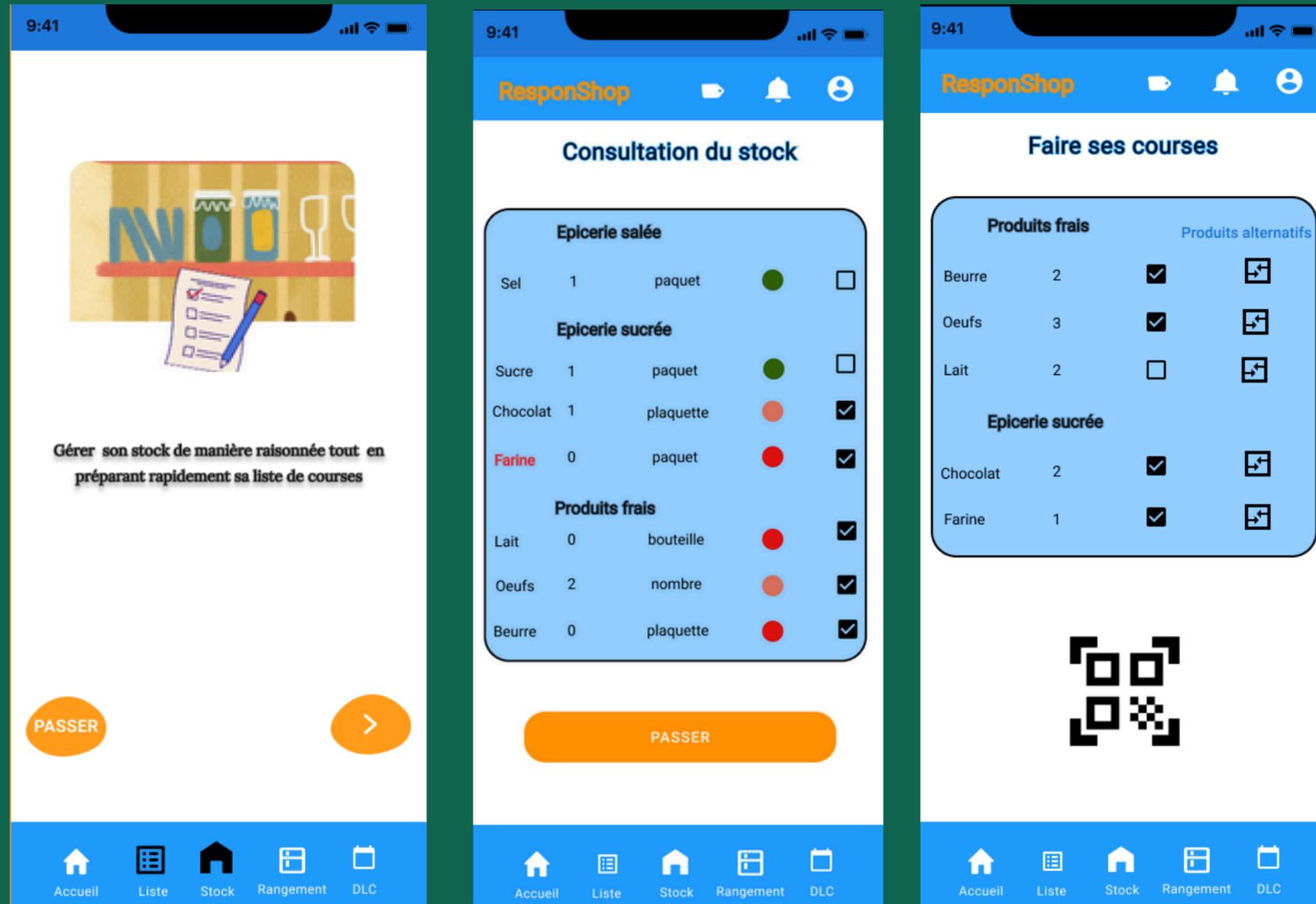
Des missions étaient prévues sur la consultation du stock et la préparation de la liste de courses, dans un premier temps et, dans un second temps, tester des options comme l'ajout de la DLC.

5 questions sont posées à la fin de la session pour connaître leur ressenti et leur appréciation de l'application. Un entretien oral d'une dizaine de minutes pour connaître leur avis à chaud est organisé.



[Lien Maze](#)

Formalisation du Prototype de ResponShop



Lien prototype sur Figma

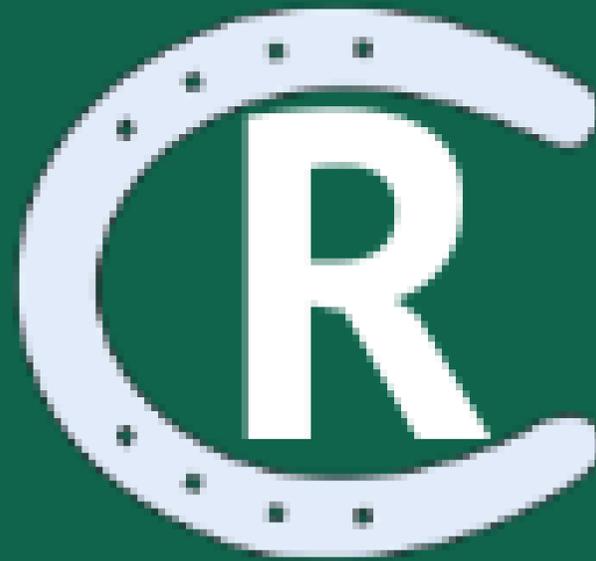
Prototype formalisé dans Figma

Le prototype a été formalisé sur Figma permettant de créer un **prototypage** interactif et d'expérimenter plusieurs options sans avoir à coder. Chaque correction de composants est automatiquement corrigée sur tous les écrans créés.

Le style de l'application est volontairement épuré et minimaliste pour simuler la rédaction d'une liste de courses. Le but est de faciliter une rapide prise en main.

Les cases rappellent visuellement la "to do list" que l'on peut faire quand on prépare sa liste. Il s'agit aussi d'aller à l'essentiel et à l'efficacité.

La page de connexion a été simplifiée. La page d'accueil comporte des pages d'onboarding. Le bouton actualités magasin a été retravaillé. La DLC ne se fait qu'au moment du rangement des courses.



Ronane CHEVIET



ronane.cheviet@gmail.com



<https://ronanecheviet.fr>



06 64 12 50 93