



UX Design vue d'ensemble et méthodes

Durée de la formation :
3 jours (21h)

- Horaires de formation**
08h45 - 12h30 / 13h45 - 17h00
- Pré-requis**
Avoir une bonne connaissance en design d'interface.
- Public visé**
Chef de projet numérique, ergonomes IHM, designer d'interaction, webdesigner ou créatif (CR, DA, DC). Cette formation apporte une vision globale et transverse de l'UX Design, elle ne s'adresse donc pas à des UX Designer déjà en poste.
- Objectifs et compétences visées**
Cette formation permet d'acquérir une vue d'ensemble de la notion d'expérience utilisateur et plus précisément d'identifier les enjeux du design d'expérience utilisateur, de décrire les méthodes de l'UX Design d'appliquer l'UX Design à la conception d'interfaces, d'adopter des démarches de conception itératives et d'améliorer la qualité de ses interfaces.
- Organisation**
Formation animée en présentiel. Groupe de 3 à 8 personnes. Emargement signée par ½ journée par les stagiaires et le formateur. A l'issue du stage les apprenants renseignent un questionnaire d'évaluation à chaud qui est ensuite analysé par nos équipes.
- Le formateur**
La prestation est animée par un consultant formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par Atout Majeur.
- Moyens techniques et pédagogiques**
Alternance entre théorie et pratique.
Mise à disposition d'une salle équipée.
Support de cours.
- Validation des acquis et attestation**
Les exercices réalisés permettent de mesurer le degré de compréhension et d'acquisition des compétences visées. Une attestation de formation comportant les résultats de l'évaluation des acquis est délivrée en fin de formation.

Module 1 : Qu'est-ce que l'UX design ?

Définir le terme UX design
Comparer l'UX design et la conception centrée utilisateur (ISO 9241-210)
Décrire la méthode du Design Thinking
Définir la notion de Point noir
Décrire le processus & le mode itératif de l'UX design
Identifier l'UX design dans une démarche qualité

Module 2 : L'UX et la stratégie du projet

Cerner l'expérience utilisateur dans la qualification d'un brief client
Cerner l'impact stratégique de l'UX design dans la conception d'un produit numérique
Estimer l'espace fonctionnel d'un produit numérique
Cerner les étapes essentielles d'une expérience utilisateur
Prioriser les étapes de mise en oeuvre de l'UX design dans un projet
Estimer les étapes de mise en oeuvre de l'UX design dans un projet

Module 3 : Identifier les utilisateurs

Décrire le processus psychologique d'une expérience utilisateur
Identifier les processus de mémorisation d'un utilisateur
Identifier les états psychiques d'un utilisateur
Identifier l'environnement utilisateur
Décrire la méthode des personas
Décrire la structure d'une fiche de persona

Module 4 : Atelier 1

Différencier les profils d'utilisateur d'un produit numérique
Concevoir des fiches de persona
Évaluer l'environnement & les états psychiques des utilisateurs

Module 5 : Créer une expérience utilisateur

Identifier les enjeux du processus d'idéation en UX design
Décrire les principaux modes d'idéation (six-to-one, workshop, tri des cartes, focus groupe, etc.)
Décrire les niveaux d'expérience utilisateur
Identifier les niveaux de dialogue interface & utilisateur
Envisager la création d'un dialogue interface & utilisateur

Module 6 : Atelier 2

Créer une expérience utilisateur originale
Créer le dialogue interface et utilisateur
Évaluer les niveaux de l'expérience utilisateur

Module 7 : Scénariser une expérience utilisateur

Décrire les méthodes de création d'histoire d'utilisateur (user story)
Décrire les principaux modes de storyboarding
Identifier les points noirs dans une expérience utilisateur
Identifier les enjeux de l'expérience mobile (smartphone, tablettes)

Module 8 : Atelier 3

Concevoir l'histoire d'utilisateur d'un produit numérique
Identifier et résoudre les points noirs de l'expérience utilisateur
Créer le storyboard d'une histoire d'utilisateur

Module 9 : Concevoir le modèle d'une expérience utilisateur

Identifier les enjeux de l'utilisation de diagrammes d'alignement
Énumérer les éléments d'expérience d'une histoire d'utilisateur
Identifier les enjeux d'expérience globale (environnement connecté, magasin, TV, affichage, etc.)
Décrire la structure d'un diagramme d'alignement
Décrire l'utilisation des diagrammes d'alignement

Module 10 : Atelier 4

Concevoir les diagrammes d'alignement d'une histoire d'utilisateur
Cerner l'alignement des éléments d'expérience du produit
Résoudre les problématiques d'alignement

Module 11 : Concevoir le modèle d'interface d'une expérience utilisateur

Identifier les enjeux de la conception d'interface en UX design
Décrire les modes de découpage en pages d'une histoire d'utilisateur
Identifier les enjeux & décrire l'utilisation de wireframe
Décrire les principes du design émotionnel
Identifier les enjeux du modèle d'interface mobile & tactile

Module 12 : Atelier 5

Concevoir le modèle d'interface d'un produit numérique
Créer des modèles de pages sous forme de wireframe ergonomique
Estimer l'environnement émotionnel de l'interface
Envisager le modèle d'interface pour mobile

Pour vous inscrire

04.78.14.19.19

contact@atoutmajeur-ra.com / www.atoutmajeurlyon.com

(Mise à jour : 03-2025)
