



Lise Beltzung

UX Designer - Freelance

 contact@lb-uxdesign.com

 +33 (0) 6 50 28 07 03

 www.lb-uxdesign.com



 Bonjour, je suis **Lise** !

Je vous aide à **concevoir, améliorer et fluidifier** l'expérience de vos utilisateurs sur vos différents services et interfaces (web et mobiles).

Consultante indépendante en **Design d'expérience utilisateur (UX)** depuis janvier 2021, j'ai une forte appétence pour les projets en résonance avec les défis sociétaux actuels.

Mon expérience de six ans en communication généraliste dans un contexte international me permet de piloter des **projets complexes en équipe**.

J'ai travaillé avec des sociétés françaises et internationales :

- de tailles diverses : startup, PME, grande entreprise, service public et ONG.
- dans des secteurs variés : sciences de la vie, biotechnologies, tech, services financiers, infrastructures et transports entre autres

Échangeons ensemble à propos de vos besoins !

 Comment puis-je **vous accompagner** ?



Mon champ d'expertise

CONSEIL ET GESTION DE PROJET

Je mène à bien une partie ou l'ensemble de votre projet dans vos délais

- Réunion de lancement avec les parties prenantes
- Co-construction du cahier des charges
- Collaboration avec l'équipe interne et/ou une équipe de freelances
- Pilotage et suivi de projet régulier via les canaux les plus adaptés

Relation client

Brief

Onboarding

Roadmap

Gestion de projet

Reporting

Réunions

Indicateurs clé de performance

Trello

Notion

Slack

Google Meet

UX RESEARCH, UI & UX DESIGN

Je conçois, j'améliore et je fluidifie l'expérience utilisateur

- Recherche utilisateur : data analytics, entretiens, personas, scénarios, UX maps, tests utilisateurs etc
- Audit ergonomique et benchmark
- Animation d'ateliers de co-conception
- Architecture de l'information, wireframes
- Conception de prototypes cliquables

Recherche UX

UX audit

Analytics

Workshop

Conception UX

User tests

Prototype cliquable

UI Design

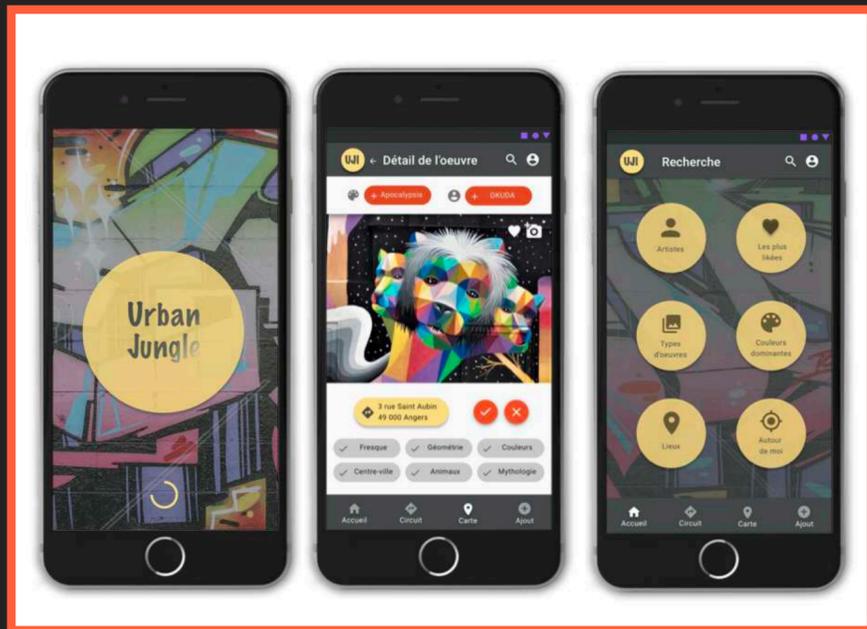
Miro

InVision

Figma

Maze

 Quelques réalisations



URBAN JUNGLE

Prototype d'une application mobile.

Après une session d'idéation autour de la valorisation du Street Art, j'ai prototypé une application mobile géolocalisée et gamifiée. Proposant des circuits enrichis par la communauté, elle vise à faire découvrir l'art urbain sous un nouvel angle.

Idéation

Recherche exploratoire

User flow

Wireframes

Prototype cliquable

User tests

Design System

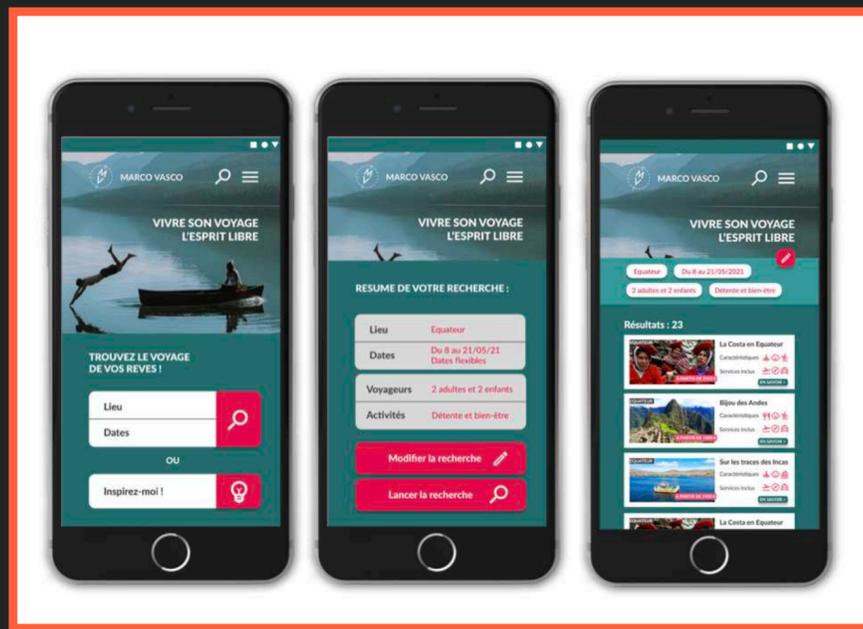
Composants graphiques

Itérations

InVision

Figma

Maze



MARCO VASCO

Amélioration de l'ergonomie du site d'un voyageur.

Phase 1 : analyse heuristique pour détecter les problèmes sur le site, tests d'utilisabilité et préconisations. Phase 2 : Mise en oeuvre des recommandations dans un contexte agile.

Audit ergonomique

Évaluation heuristique

Utilisabilité test

Benchmark

Roadmap

Backlog

Product Design

Ateliers Sprint

MVP

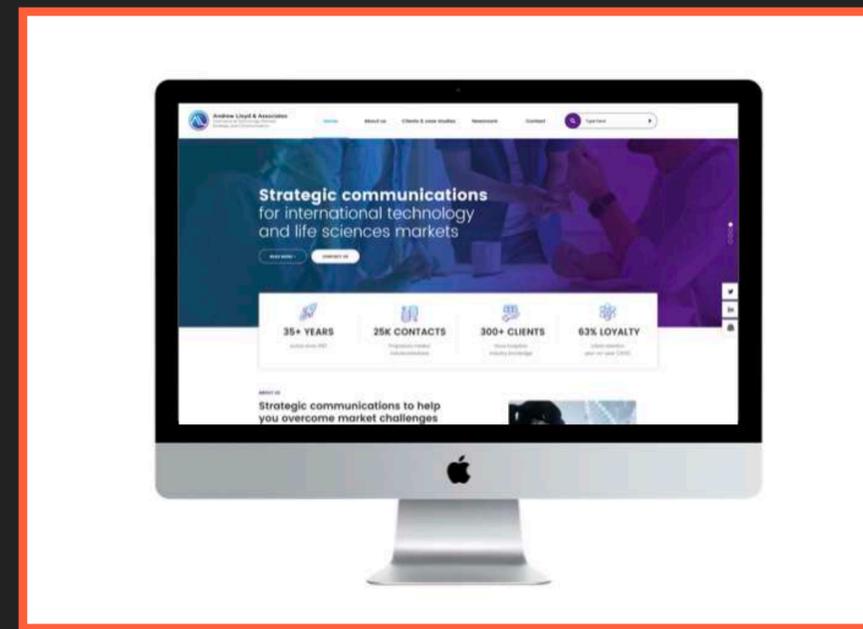
Guérilla test

Lean UX

Optimal Sort

Notion

Figma



ALA REDESIGN

Refonte du site web d'une agence de communication.

Phase 1 : interprétation des Google Analytics, recherche UX, audit ergonomique du site existant et recommandations. Phase 2 : Implémentation du projet avec l'agence MLCOM pour le webdesign, le développement et l'intégration.

UX Research

Entretiens utilisateurs

Personas

Data Analytics

Audit ergonomique

Arborescence

Architecture de l'information

Gestion de projet

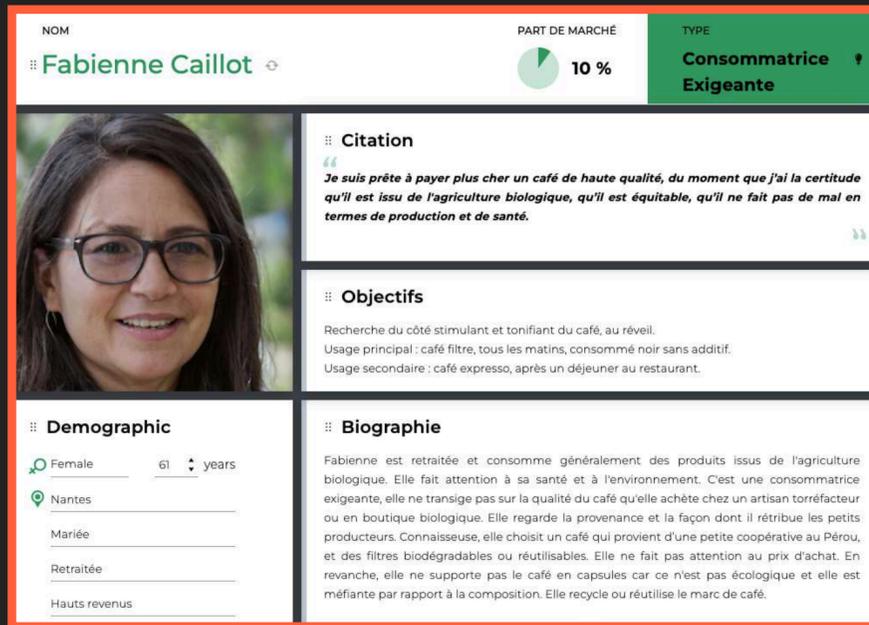
Itérations

Responsive

Hotjar

Google Analytics

Wordpress



PAUSE CAFÉ

Étude utilisateur sur la consommation de café.

La recherche exploratoire visait à étudier la façon dont les personnes consomment le café pour élargir une gamme de produits. J'ai observé les comportements des participants, recueilli leurs motivations et frustrations afin de construire des personas et fournir des préconisations.

Guide d'entretien

Entretien semi-ouvert

Observation

Recherche UX

Personas

Variables comportementales

Synthétisation

Diagramme d'affinité

Rapport d'étude

UXPressia

Klaxoon

Zoom



UN TRAIN D'AVANCE

Atelier de co-conception pour améliorer l'expérience des voyageurs en train.

J'ai animé un atelier de co-conception avec plusieurs participants, en suivant la méthode du Design Thinking. Nous avons cartographié des parcours utilisateurs et co-construit des solutions adaptées aux problématiques identifiées pour chaque profil de voyageur, dans un scénario de pandémie.

Design Thinking

Immersion

Workshop

Proto-persona

Parcours utilisateur

UX Map

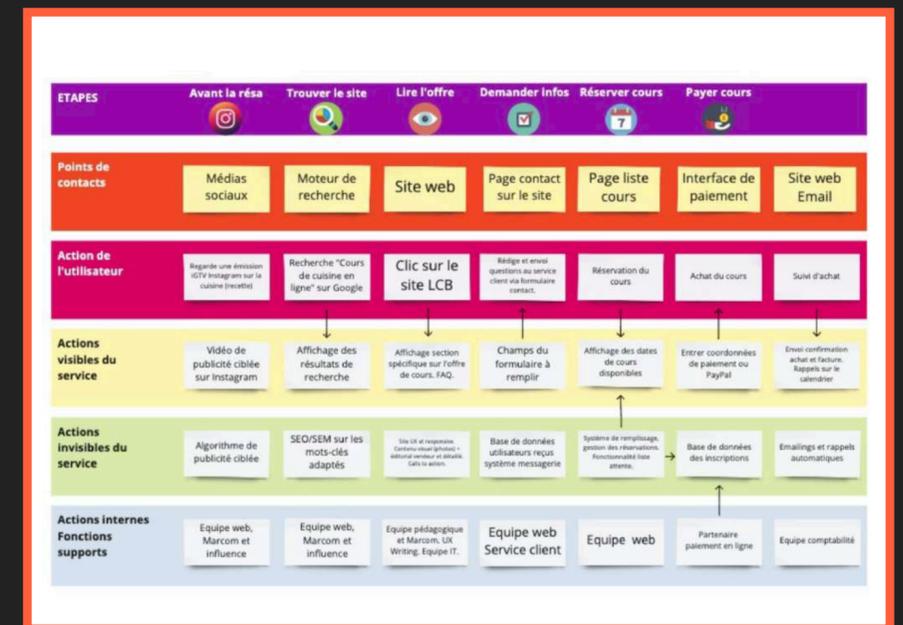
Carte d'empathie

Modération

Animation

Miro

Google Meet



LES CORDONS BLEUS

Définition d'une promesse de service pour une école de cuisine.

Une petite école de cuisine souhaite développer une offre de services complémentaire. Je me suis appuyée sur la méthodologie agile pour que ces évolutions répondent aux besoins et attentes de la clientèle, dans un contexte sanitaire qui favorise les cours à distance.

Brief

Gestion de projet agile

Lean UX

UX Business Model Canvas

Service Blueprint

Proposition unique de valeur

Conseil

Miro

Illustrator

Photoshop

Focus sur **Urban Jungle**, du concept au prototype

1 Le concept | APPLICATION MOBILE DE STREET ART

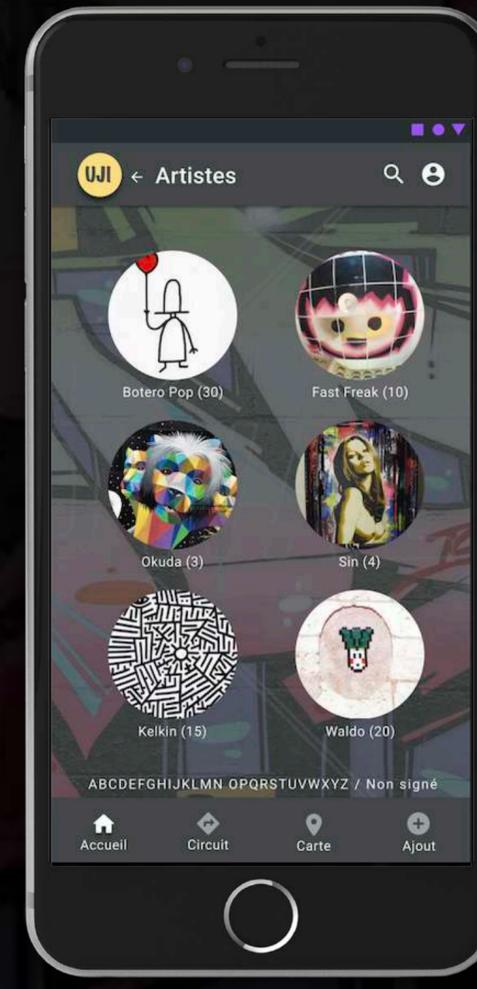
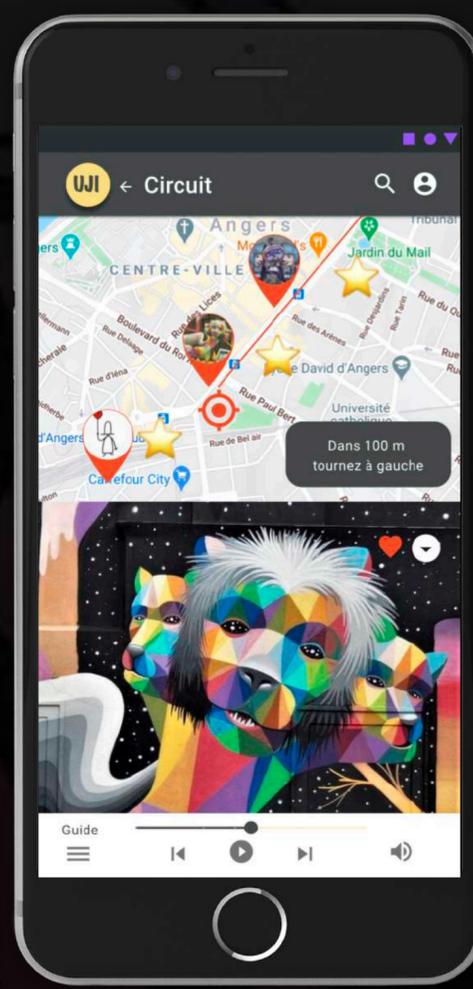
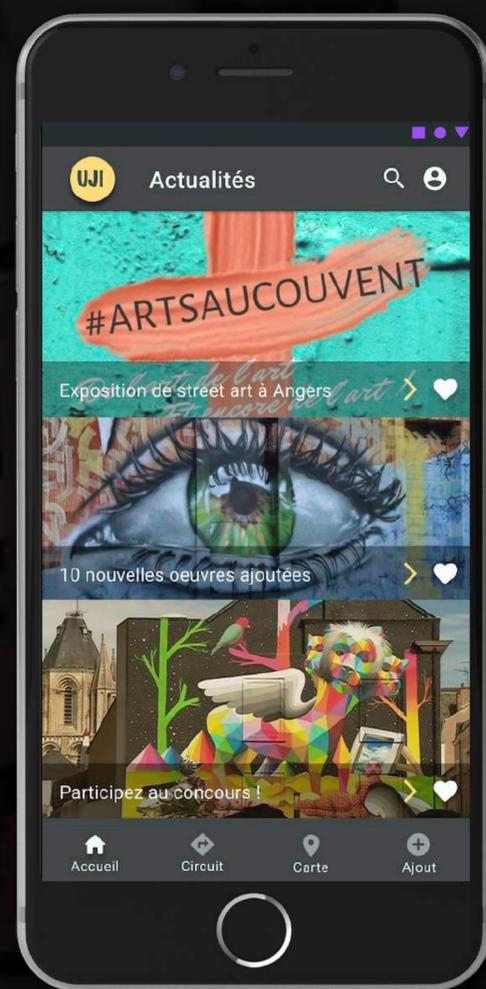
Urban Jungle, un outil pour valoriser l'art urbain, le mettre à portée de tous et découvrir la ville sous un nouvel angle, ludique, pédagogique et visuel.

Circuits géolocalisés 

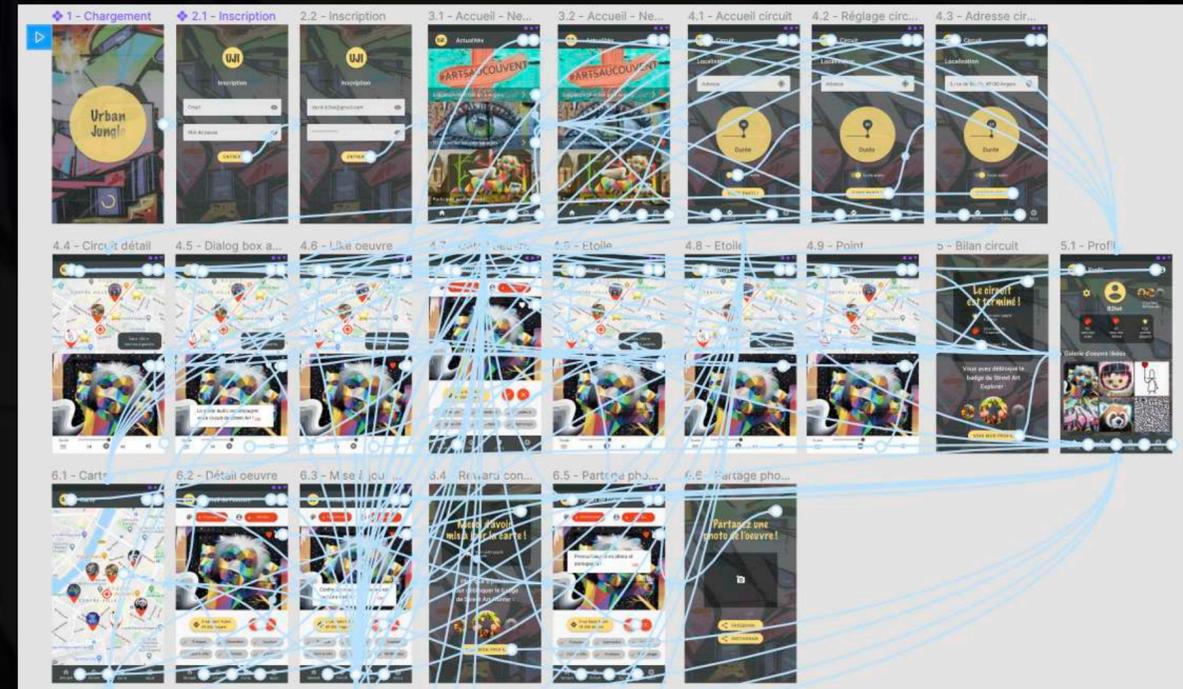
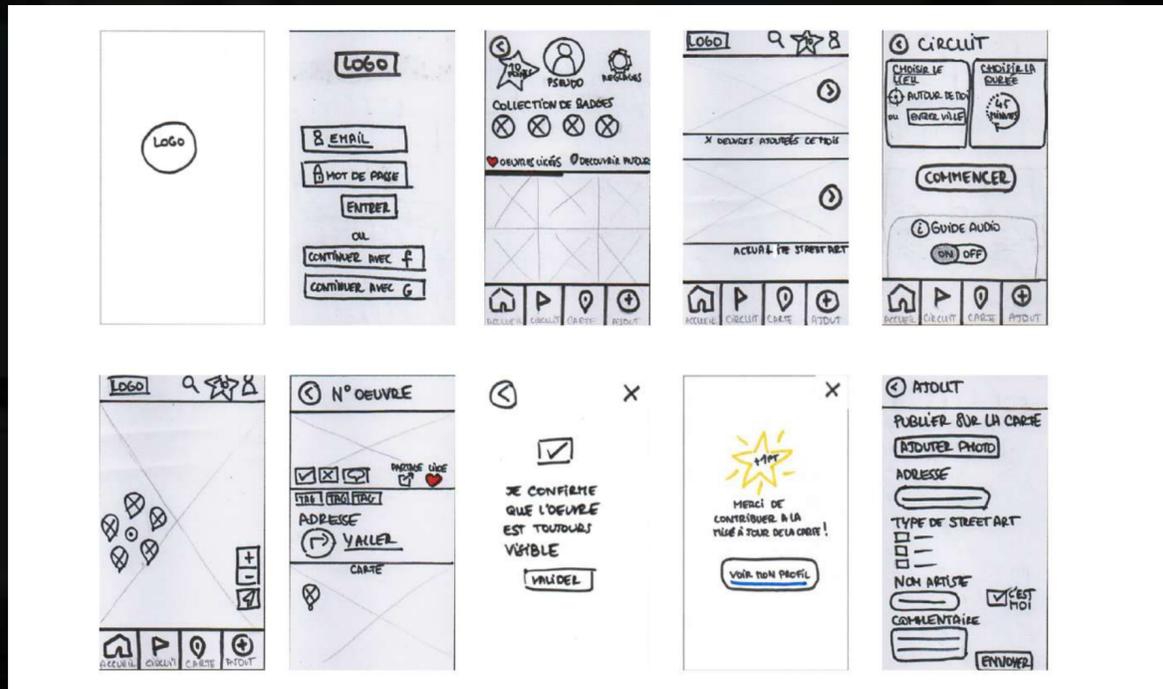
Gamifié & interactif 

Communautaire 

Centré sur le visuel 



2 La conception | PROTOTYPAGE, TESTS ET ITÉRATIONS



D'UNE ÉBAUCHE BASSE FIDÉLITÉ...
Wireframes papier augmentés sur InVision.

 **Idéation, benchmark** et réflexions sur un parcours utilisateur **user-centric**. Choix des fonctionnalités principales de l'application.

 Premiers wireframes dessinés en basse-fidélité sur papier, puis ajout des **principales interactions** sur InVision pour permettre les simulations.

 **Tests utilisateurs** sur le prototype cliquable. Tri et priorisation des commentaires pour améliorer **l'intuitivité et le guidage**.

Prototype
InVision
cliquable



...À UNE MAQUETTE LOGICIELLE IMMERSIVE
Prototype interactif cliquable sur Figma.

 Arbitrage parmi plusieurs pistes créatives. Travail sur le **prototype interactif moyenne à haute-fidélité** d'Urban Jungle sur Figma.

 Tests utilisateurs auprès d'un panel de personnes familières puis non familières avec l'application pour **affiner les itérations**.

 Dernières itérations prenant en compte les **tendances récentes en UI** pour arriver à la Version 7.

Prototype
Figma
cliquable



3 La conception | PARTIS-PRIS UI ET COMPOSANTS GRAPHIQUES



Material Design pour des enjeux de navigation, d'utilisabilité et d'accessibilité.



Nom, logotype et monogramme pour **favoriser l'immersion dans l'univers** de l'application



Réflexion sur **l'univers graphique** : gris pour le bitume urbain et jaune pour le côté rayonnant du Street Art.



Détail des spécifications graphiques sur Figma

Color Palette

Material.io/Google/Color

Background: #FFFFFF

Light: #FAFafa

Dark: #E8E8E8

Typography High Emphasis / Black 87%

Typography Medium Emphasis / Black 60%

Typography Disabled / Black 38%

Primary	
#2A2C2C	#5D6363
#280096	#5F7676
#2F3232	#992929
#3A4040	#87C5C5
#44444a	#F2E7FE

Typography High Emphasis / White 100%

Typography Medium Emphasis / White 70%

Typography Disabled / White 50%

Typography High Emphasis / Black 87%

Typography Medium Emphasis / Black 60%

Typography Disabled / Black 38%

Secondary	
#002F33	#02BEB2
#00484F	#03DAC6
#00696B	#18FDE1
#018786	#4FFEE4
#01A39D	#86FEEA

Typography High Emphasis / Black 87%

Typography Medium Emphasis / Black 60%

Typography Disabled / Black 38%

Typography High Emphasis / Black 87%

Typography Medium Emphasis / Black 60%

Typography Disabled / Black 38%

Visit [Material.io](#) for tools, resources and guidance to help you build beautiful Material products using this theme.

Typographic Scale

Material.io/Google/Typography

H1 / Roboto Light - 35 / -5 letter-spacing / 28 line-height

H2 / Roboto Light - 36 / -5 letter-spacing / 30 line-height

H3 / Roboto Regular - 48 / 0 letter-spacing / 72 line-height

H4 / Roboto Regular - 34 / .25 letter-spacing / 51 line-height

H5 / Roboto Regular - 24 / 0 letter-spacing / 36 line-height

H6 / Roboto Medium - 20 / .25 letter-spacing / 30 line-height

Body 1 / Roboto Regular - 18 / .5 letter-spacing / 24 line-height

Body 2 / Roboto Regular - 14 / .25 letter-spacing / 21 line-height

Subtitle 1 / Roboto Regular - 16 / .5 letter-spacing / 24 line-height

Subtitle 2 / Roboto Medium - 14 / .1 letter-spacing / 21 line-height

BUTTON / ROBOTO MEDIUM - 14 / 1.25 letter-spacing / 21 line-height

Caption / Roboto Regular - 12 / .4 letter-spacing / 18 line-height

OVERLINE / ROBOTO MEDIUM - 12 / 2 letter-spacing / 18 Line-height / all caps

Visit [Material.io](#) for tools, resources and guidance to help you build beautiful Material products using this theme.

System Icons

Material.io/Google/SystemIcons

Top nav bar, bottom navigation and backgrounds

Baseline Icon Style

W 24
H 24

Logo and monogrammes

Urban Jungle

UJI UJI

Visit [Material.io](#) for tools, resources and guidance to help you build beautiful Material products using this theme.

Theme UI

Material.io/Google/ThemeUI

Titre

Email

Mot de passe

Adresse

PHOTO

Adresse

Nom de l'artiste

Type d'oeuvre

Commentaire

ENVOYER

Google Maps

ACTIF

INACTIF

FOCUS

PRESSED

FACEBOOK

INSTAGRAM

PHOTO

Durée

Confirmez-vous que l'oeuvre est toujours visible ?

Tag oeuvre

Tag oeuvre

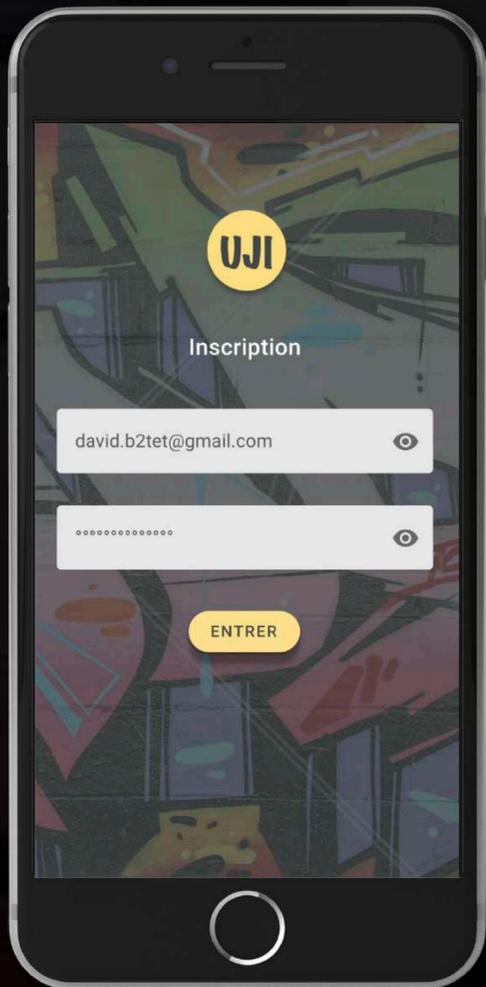
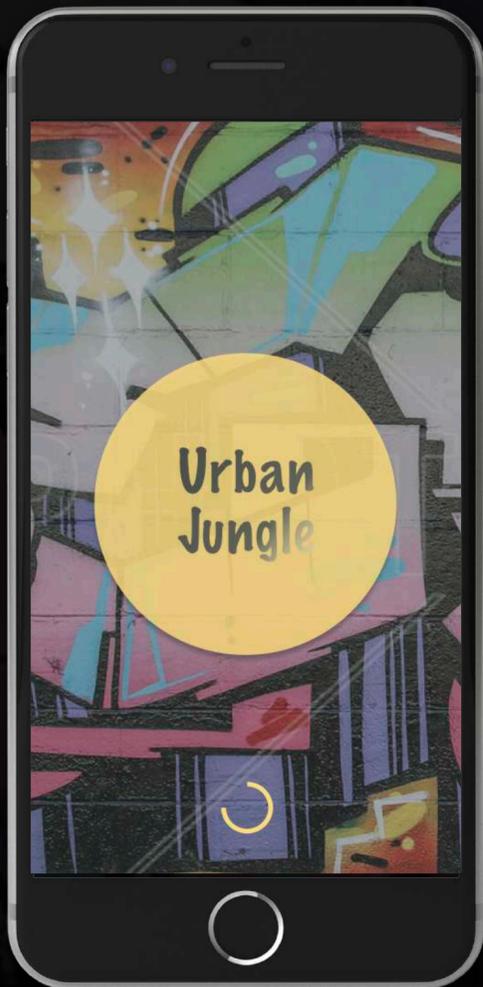
Tag oeuvre

Tag oeuvre

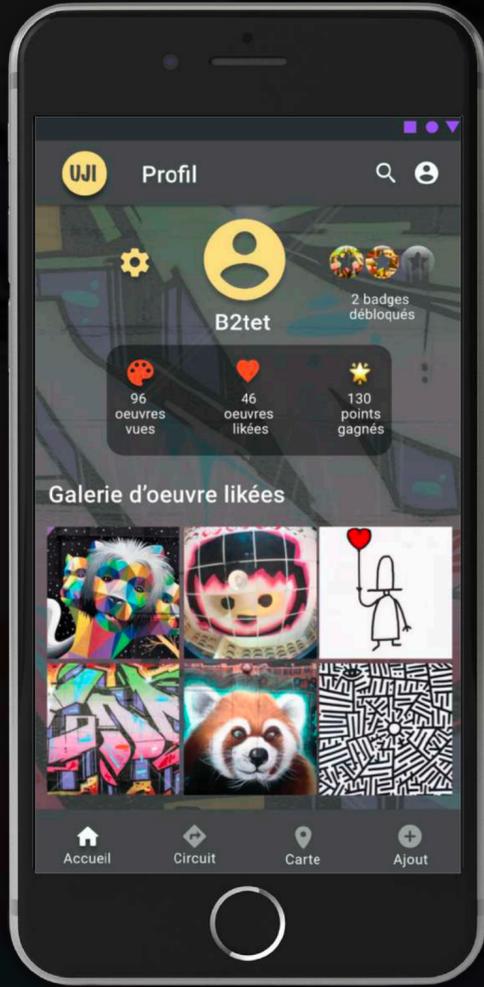
Visit [Material.io](#) for tools, resources and guidance to help you build beautiful Material products using this theme.

4 Les interfaces clés | ACCUEIL ET PROFIL

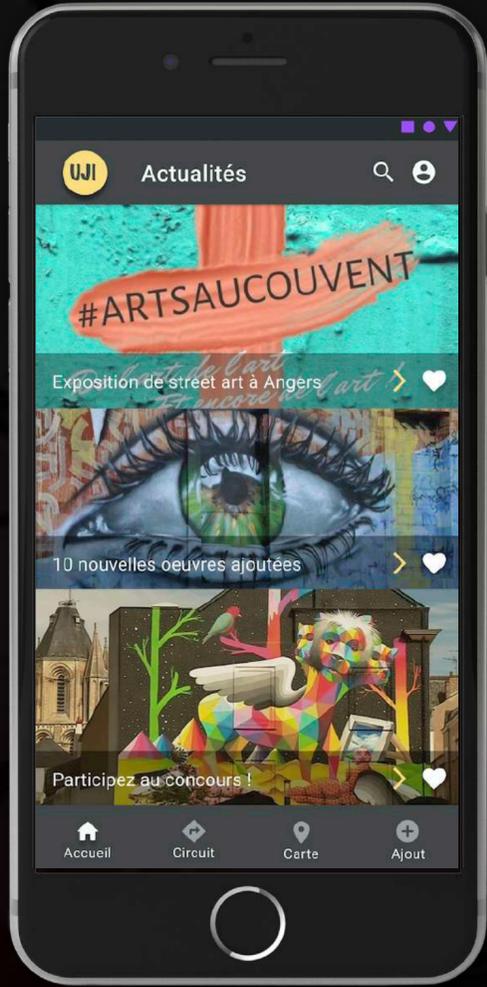
Accueil et inscription



Profil personnalisé

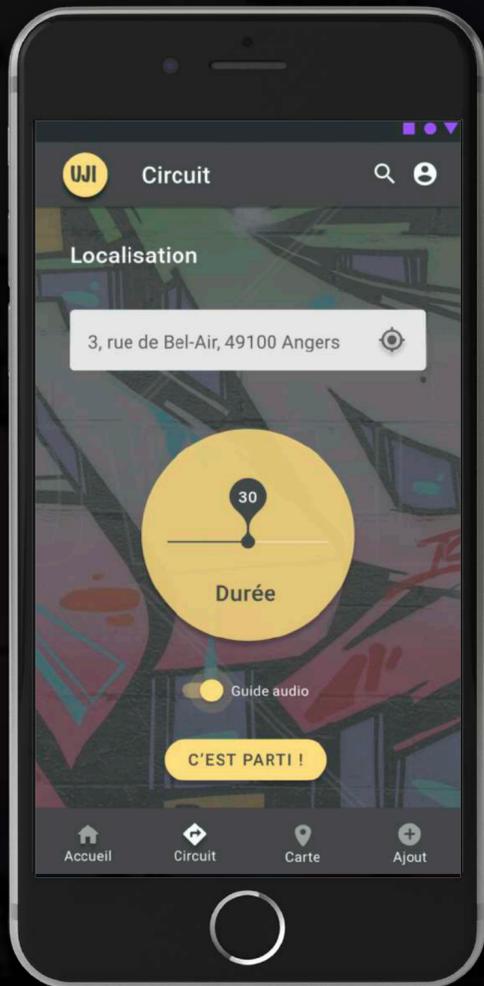


Newsfeed actualisé

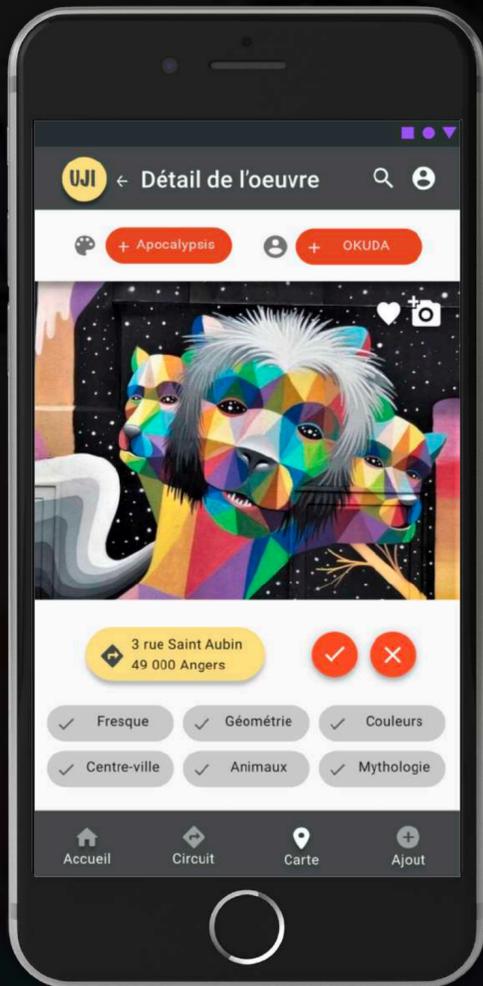


5 Les interfaces clés | CIRCUITS GÉOLOCALISÉS

Paramétrage du circuit



Focus oeuvre



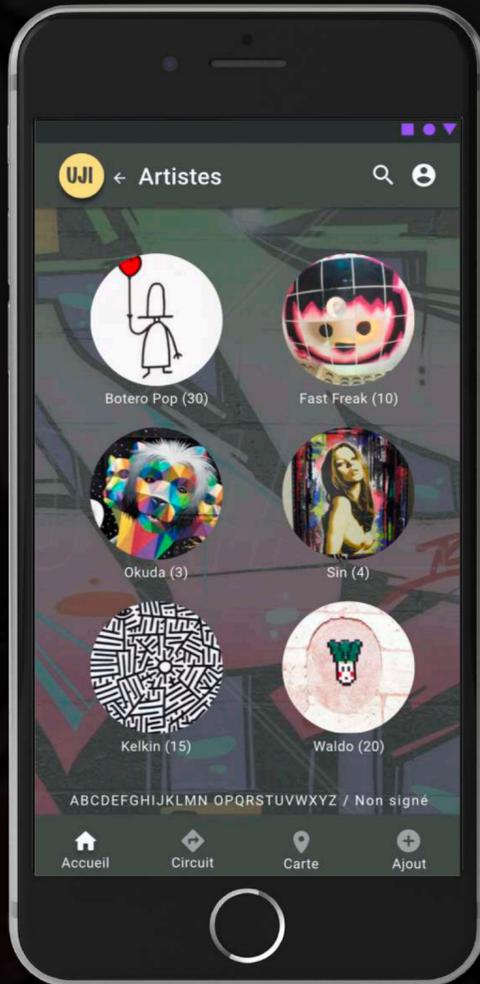
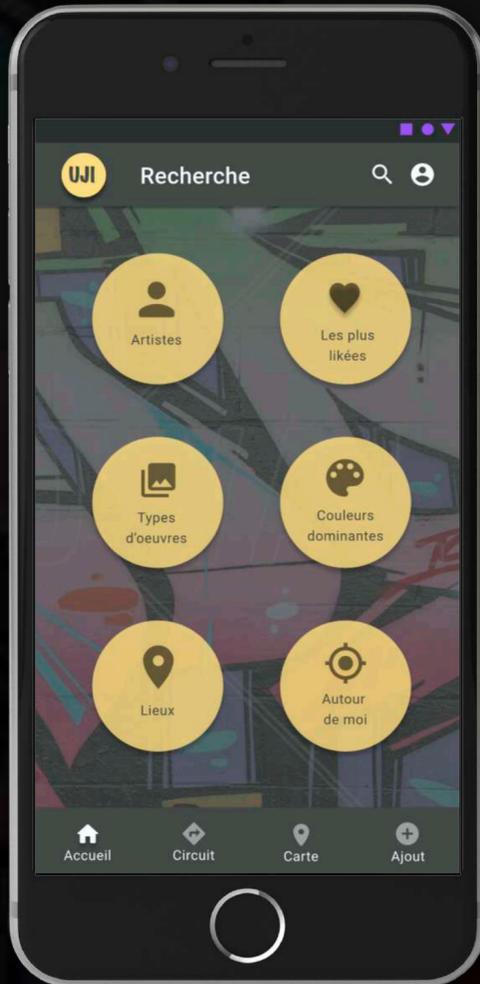
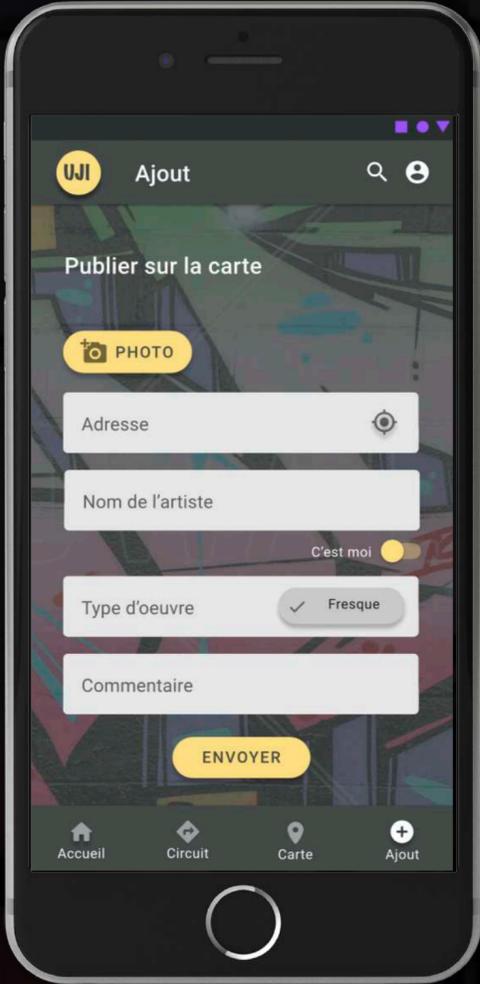
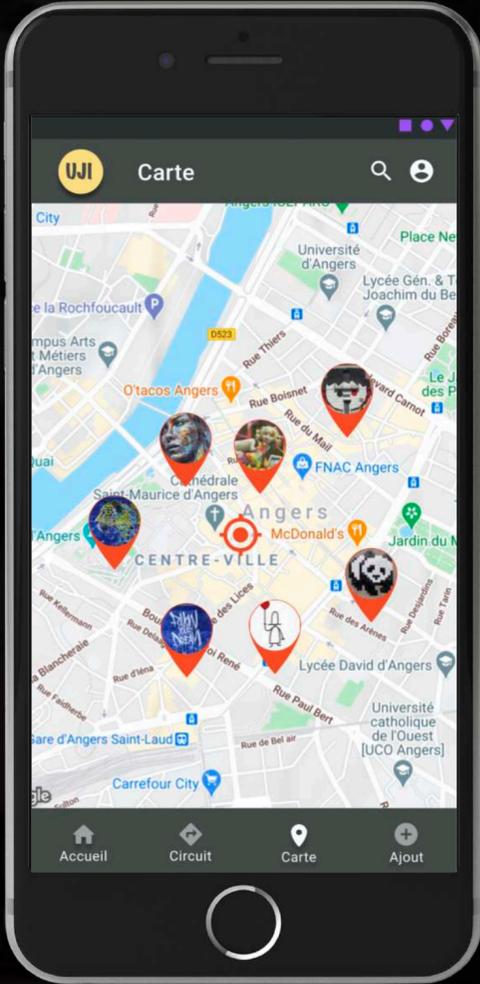
Gamification



6 Les interfaces clés | CARTE, AJOUT ET RECHERCHE

Carte des oeuvres, enrichie par la communauté

Répertoire des artistes & oeuvres





Focus sur l'amélioration du site Marco Vasco

Marco Vasco est un voyageur français implanté depuis près de 15 ans avec un positionnement de spécialiste du voyage sur mesure.

Objectif

Proposer un nouveau parcours de recherche et réservation de voyage, sur les interfaces web et mobile, afin de maximiser le taux de transformation.

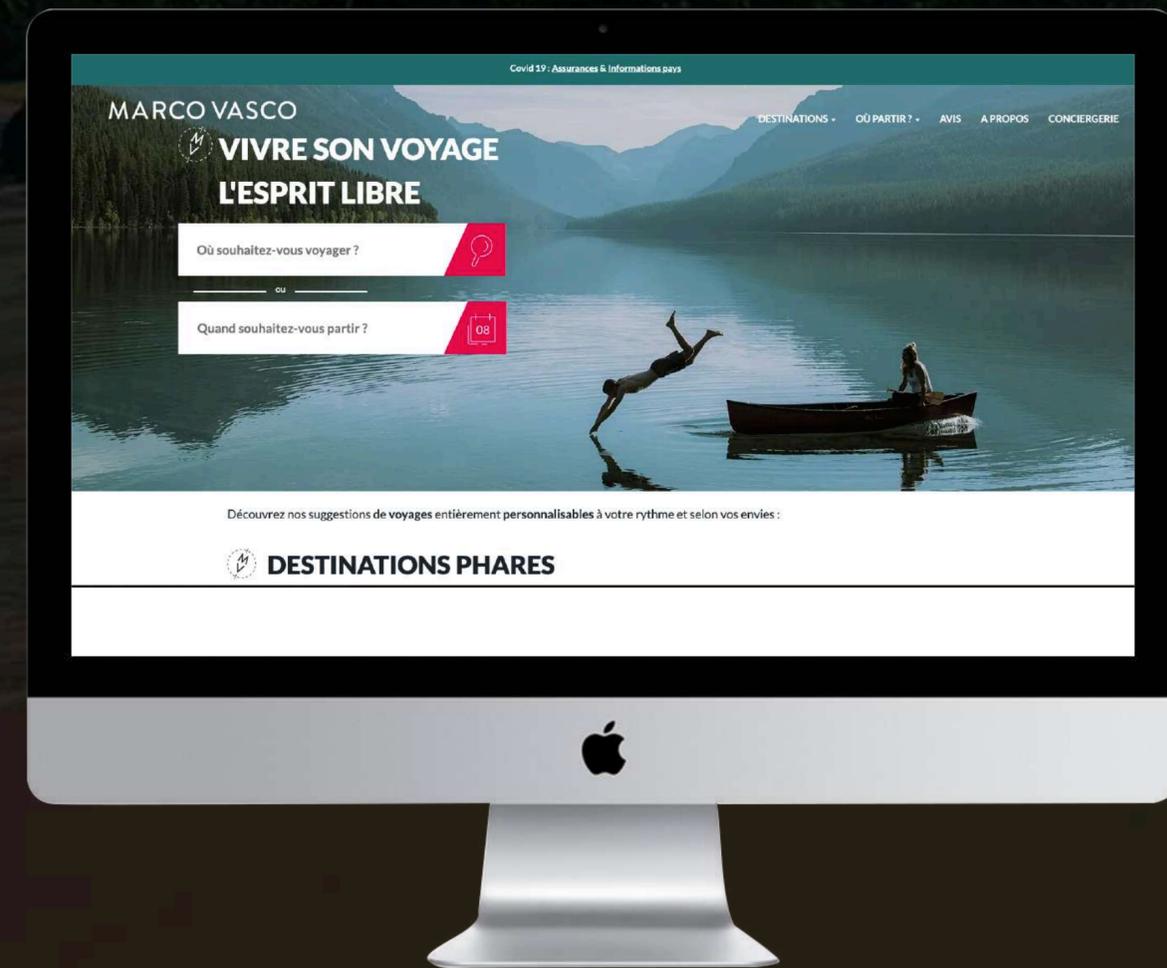
Méthodologie et livrables

- Audit ergonomique et benchmark des meilleures pratiques
- Roadmap et backlog produit pour les évolutions à prévoir
- Ateliers sprint, selon l'approche Lean UX, pour le lot fonctionnel lié à la recherche d'un voyage
- Prototype cliquable haute-fidélité sur Figma
- Test utilisateurs en mode guérilla, itérations

Contexte Formation OpenClassrooms

Site web marcovasco.fr

Site de Marco Vasco avant la refonte



1

Audit ergonomique

L'audit UX vise à évaluer le parcours utilisateur sur le site existant, ses points forts et faibles, classés en fonction du niveau de criticité.

- Évaluation du parcours de réservation sur MarcoVasco.fr selon les critères heuristiques de Bastien et Scapin
- Tests d'utilisabilité avec 5 participants et tri de cartes
- Benchmark des sites de voyage et recommandations pour améliorer l'ergonomie

Criticité haute

Protection et gestion des erreurs

Critères :
Prévention des erreurs
Aide à la reconnaissance, au diagnostic et à la réparation des erreurs.

Exemples de problèmes :

- Dans le formulaire d'obtention de devis, il n'y a pas de vérification effective de la date de départ dans le format de l'email et de la destination.
- Dans le formulaire de contact, le bouton de couleur vert ou rouge n'est pas visible, ce qui ne permet pas d'alerter les visiteurs en cas d'erreur particulière sur l'email. Aucune indication n'est donnée pour corriger les erreurs.

Criticité moyenne

Fluidité de la navigation

Critères :
Contrôle de l'utilisateur et liberté
Consistance et étalon
Lisibilité

Exemples de problèmes :

- Le choix de recherche est trop réducteur entre la date ou la destination du voyage.
- Le bouton vert ne valide pas la recherche.
- L'utilisateur n'a pas la possibilité de réserver en ligne, il ne peut que demander un devis.
- Certaines zones semblent cliquables au survol de la souris mais cela n'induit aucune action.
- Le manque de contraste entre les éléments peut poser des problèmes de lisibilité, en particulier sur mobile.

4 problèmes concernent la prévention et la gestion des erreurs

5 utilisateurs sur 5 sont gênés par la barre de recherche sur la page d'accueil

3 problèmes de contrôle de l'utilisateur

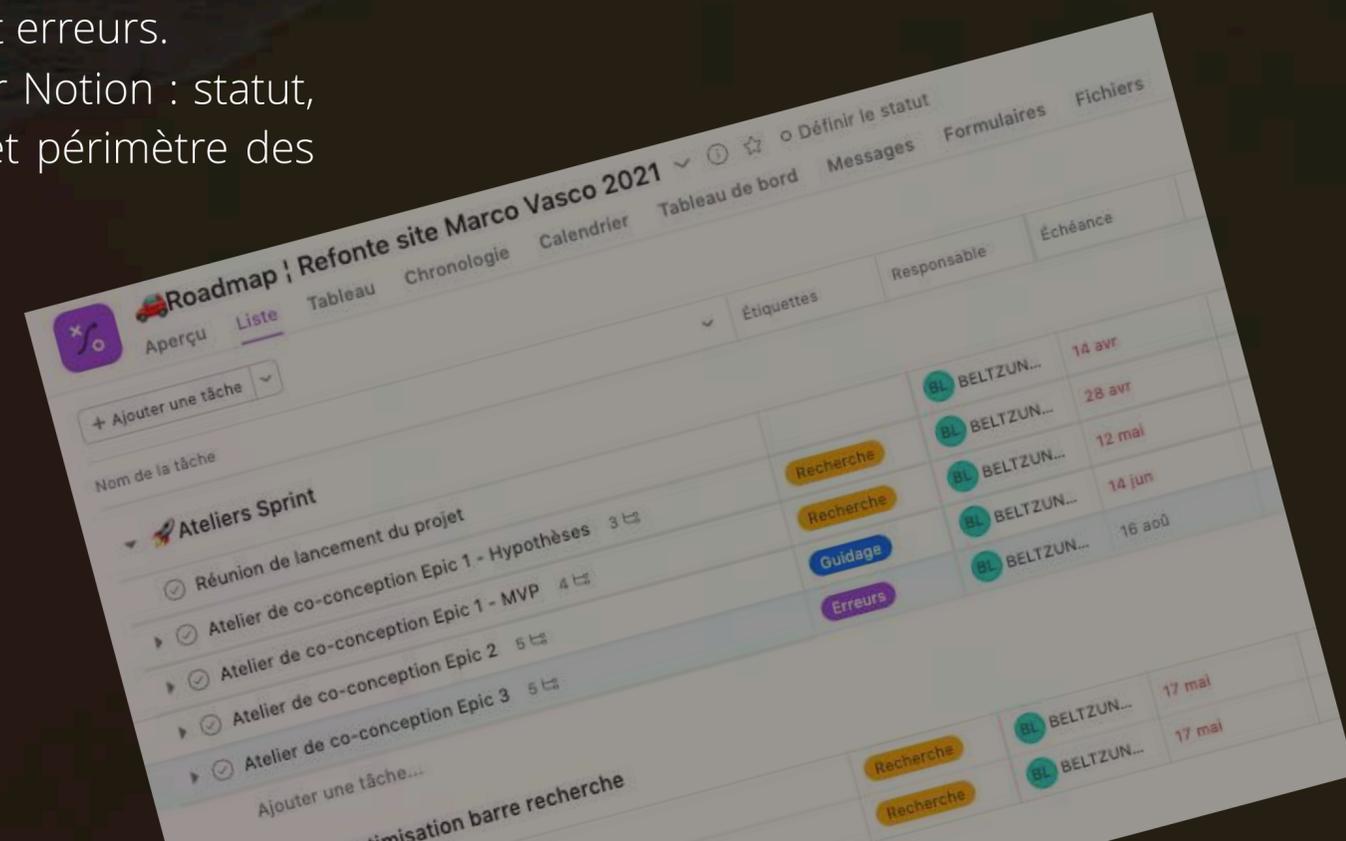
5 problèmes de lisibilité

2

Roadmap et backlog produit

Ces documents de travail collaboratifs sont essentiels à la gestion de projet. Ils facilitent l'implémentation des évolutions sur le site web.

- Regroupement des recommandations de l'audit UX en 3 catégories sur la feuille de route Asana : recherche, guidage et erreurs.
- Classement des Epics dans un backlog produit sur Notion : statut, niveau de priorité, jalon, calendrier, user stories et périmètre des lots fonctionnels

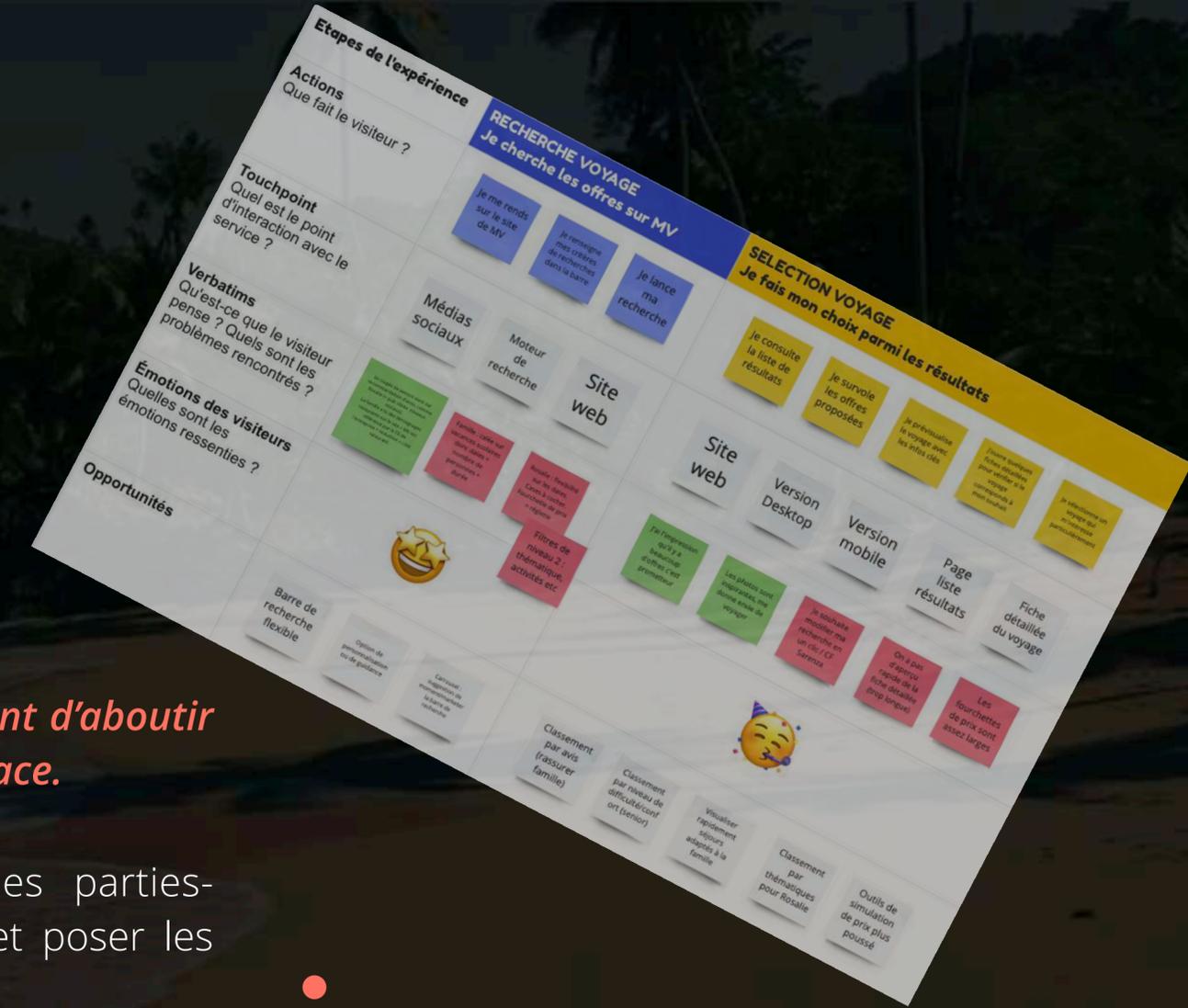


3

Ateliers sprint

Dans la méthodologie de Lean UX, les ateliers permettent d'aboutir plus rapidement à une vision commune du nouvel interface.

- Deux ateliers de co-conception organisés avec les parties-prenantes du projet pour réfléchir aux hypothèses et poser les bases du MVP (Minimum Viable Product).
- Réflexion de groupe sur les proto-personas, leurs parcours de réservation et les fonctionnalités clé associées.

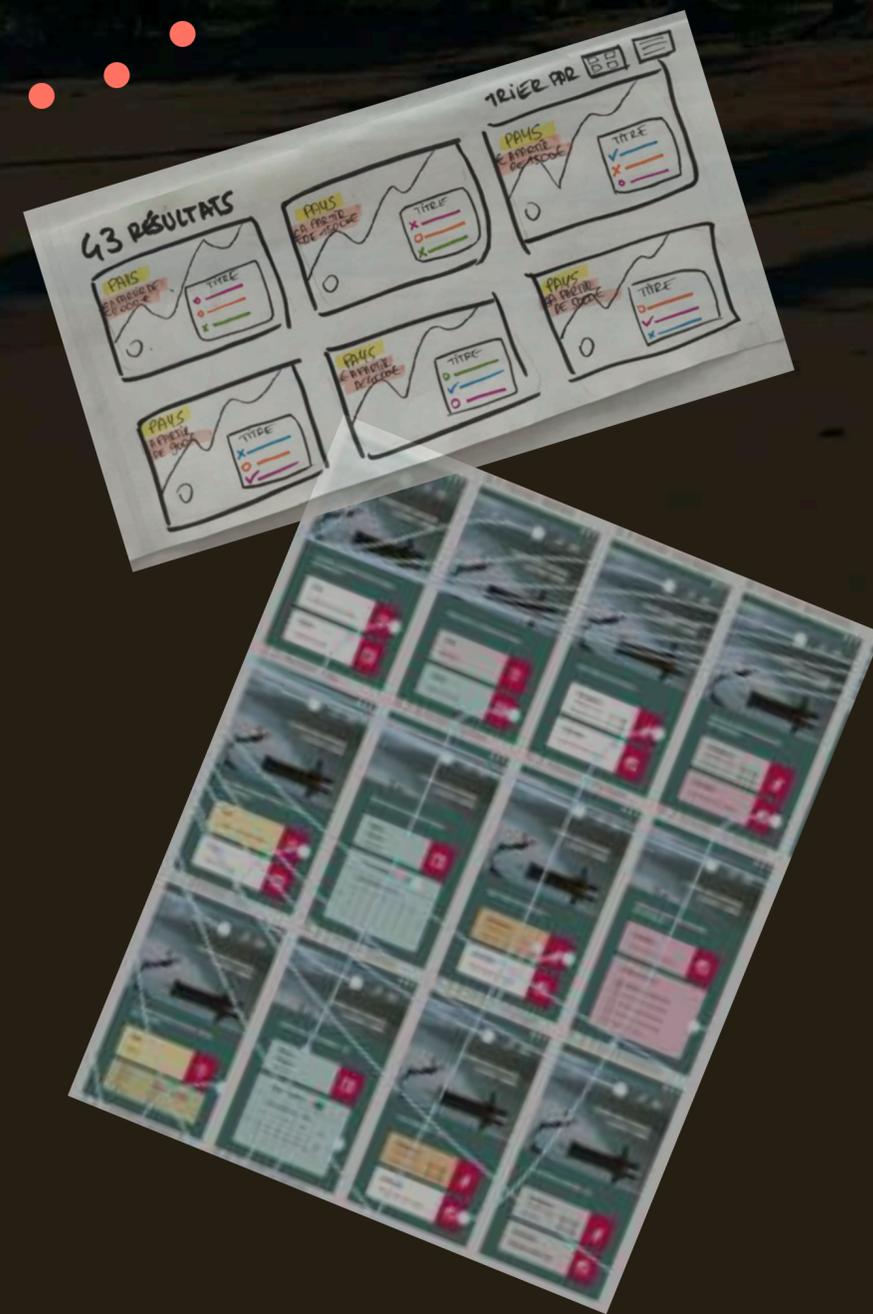


4

Prototype minimal viable

Un MVP permet d'identifier les axes d'amélioration et valider les hypothèses formulées en atelier lors de tests d'utilisabilité.

- Modélisation de wireframes basse-fidélité ordinateur et mobile, sur la base des insights récoltés en atelier.
- Itérations sur le logiciel Figma et ajout des interactions clés sur la maquette du parcours de recherche en haute fidélité
- Univers graphique du prototype interactif basé sur l'existant

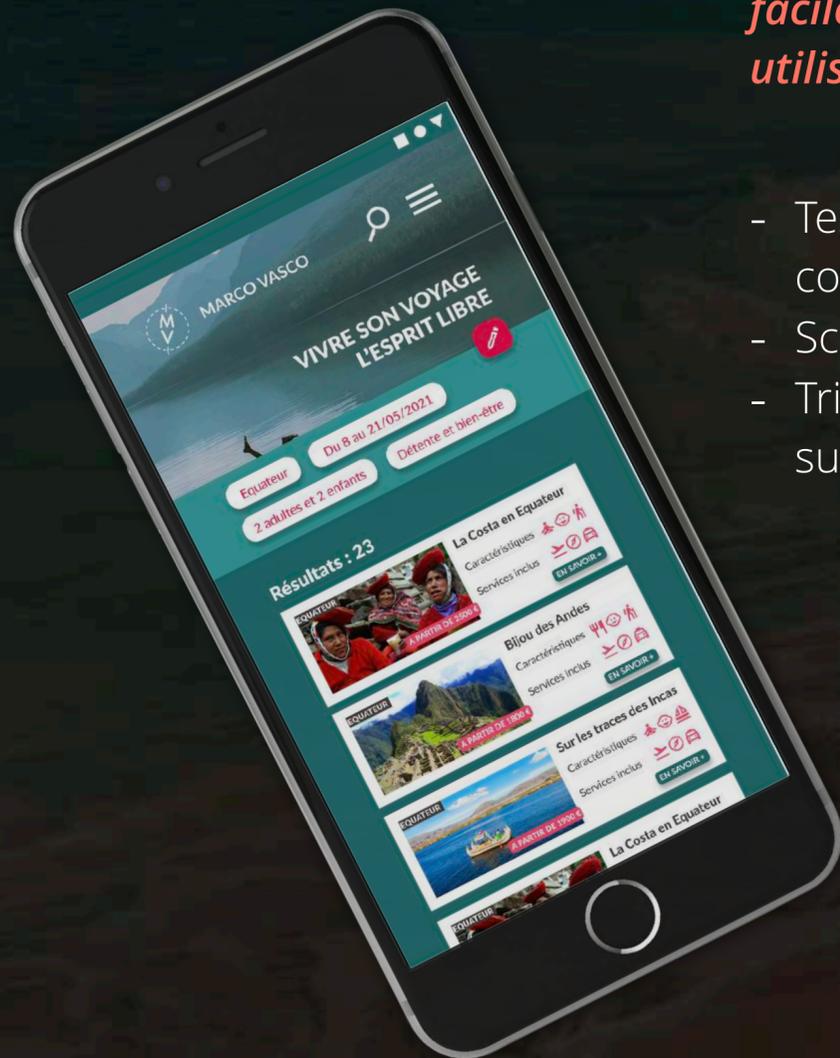


5

Tests utilisateurs guérilla

Les tests informels permettent de vérifier si le parcours est facilement compréhensible par les participants, et si le MVP est utilisable.

- Test inspiré des « 5 secondes » auprès de plusieurs participants correspondants à la cible
- Scénario avec des tâches effectuer sur le prototype cliquable
- Tri et priorisation des retours utilisateurs, dernières améliorations sur le MVP.



🔍 Focus sur la refonte du **site web d'ALA**

ALA est une agence de communication européenne créée en 1987, spécialisée dans les sciences de la vie, les medtechs et les technologies innovantes.

Objectif

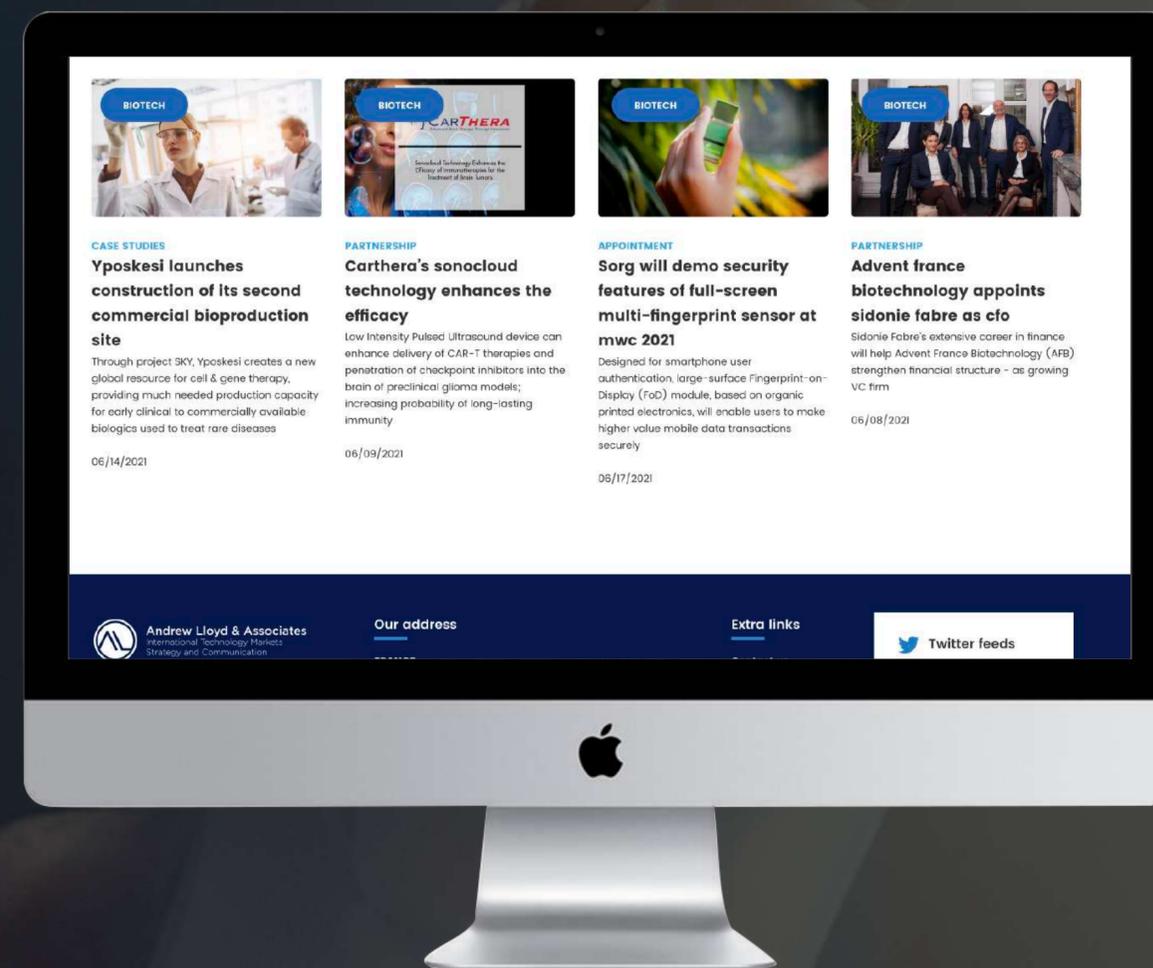
Faire évoluer le site vitrine d'ALA pour augmenter son attractivité auprès des prospects et la visibilité de sa newsroom.

Méthodologie et livrables

- Co-construction du brief avec les membres de l'agence
- Interprétation de données quantitatives
- Recherche utilisateur
- Audit ergonomique et benchmark des meilleures pratiques
- Recommandations sur la structure, l'architecture de l'information et l'ergonomie du nouveau site web
- Suivi du projet avec l'agence MLCOM pour le webdesign et le développement (Wordpress).

Client : Andrew Lloyd & Associates

Site web : ala.com





Focus sur la refonte du **site web d'ALA**

1

Phase d'interprétation de données quantitatives

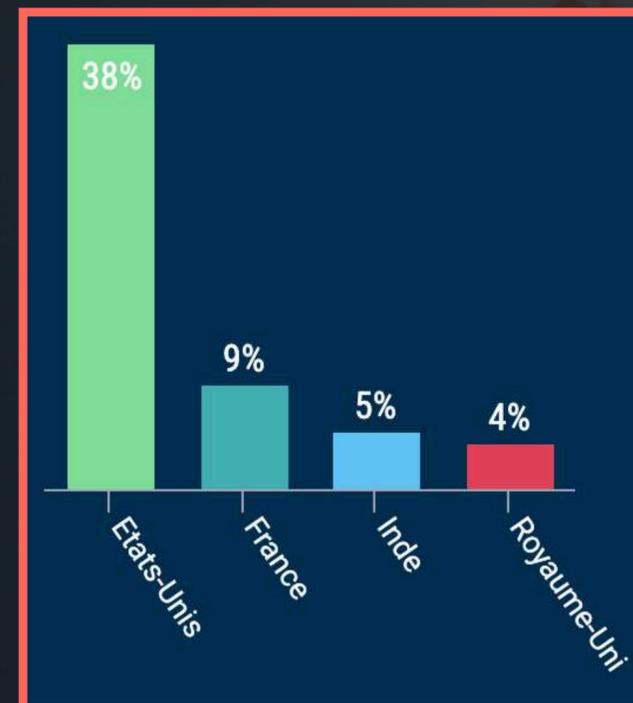
J'ai d'abord **sélectionné, récolté et analysé les Google Analytics** pertinentes pour notre objectif, sur une durée d'un an :

- Évolution des pages vues
- Origine géographique de l'audience
- Comportement des visiteurs : temps moyen passé par page, durée moyenne des sessions, taux de rebond
- Appareils utilisés : Desktop, mobile ou tablette
- Sources du trafic : Emailing, réseaux sociaux etc
- Pages les plus consultées

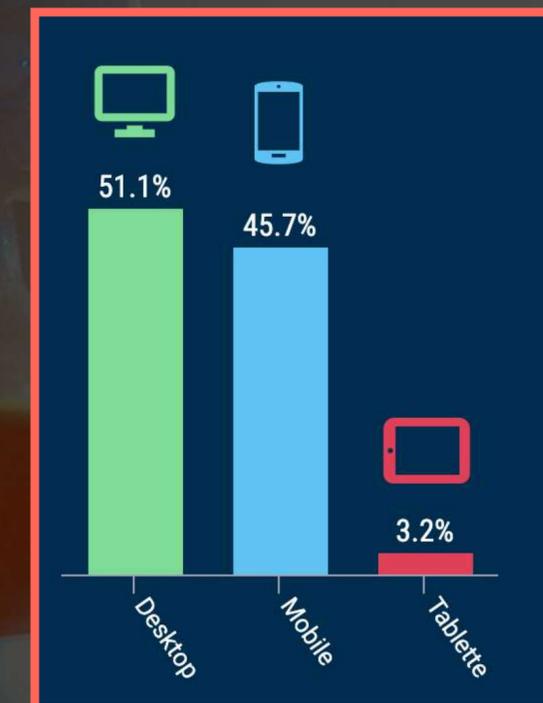
En complément, j'ai réalisé des **cartes de chaleur** (Heatmaps) avec Hotjar pour étudier plus précisément le comportement des visiteurs sur la page d'accueil du site.

Mon rôle a été **d'interpréter ces données** et surtout de les rendre intelligible pour le client. D'où la présentation sous forme de **data visualisations**, une traduction visuelle et synthétique des données.

Origine géographique de l'audience



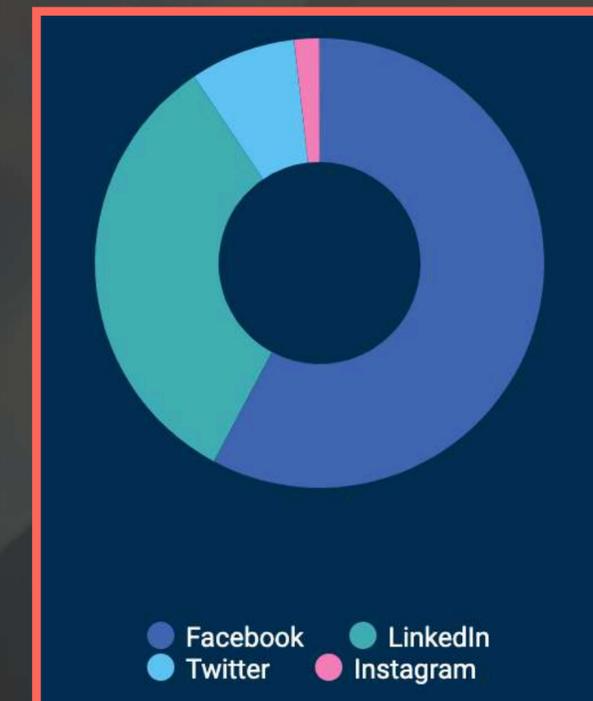
Appareils utilisés



Sources du trafic



Détail des sources social media



🔍 Focus sur la refonte du **site web d'ALA**

2

Phase de recherche utilisateur

J'ai ensuite mené plusieurs **entretiens qualitatifs** avec des utilisateurs du site d'Andrew Lloyd & Associates pour comprendre de manière détaillée quels étaient leurs **besoins, motivations et frustrations** par rapport à l'interface existant :

- Rédaction d'un guide d'entretien couvrant les thématiques définies ensemble avec le client
- Sélection d'un panel d'utilisateurs divers à interroger : équipe interne, clients et prospects, décideurs et investisseurs
- Transcription des entretiens, analyse et sélection des verbatims les plus révélateurs

Sur la base des données qualitatives récoltées en entretien j'ai effectué un travail d'analyse et d'interprétation :

- Un **diagramme d'affinité** afin de synthétiser les éléments par thématique
- et des **Personas** regroupant les traits principaux des utilisateurs primaires et secondaires.

User Persona 🧑



Primary user
Brief visit of the newsroom for a news release

"I came across the ALA website because I received a press release by emailing. My visit is very brief: I just read on my smartphone the news that caught my attention - as it mentions my competitor - and I immediately close the page without looking at other sections of the website. However, I usually read sector news on social media and newsletters."

Paul, 35
CEO and investor
Biotech Startup
United-States
Twitter & LinkedIn
active user

Objectives
I am looking for market info about companies working in my sector - especially my competitors - to keep an eye on their milestones. As I'm very busy, I need a research tool to quickly find relevant info.

Motivations
Easy+quick access to the news of my sector

Frustrations
No suggested content about my competitors

6

User Persona 🧑



Secondary user
Brief visit of ALA homepage to select a PR agency

"I rarely visit PR agency websites. When it happens, it's in the context of a tender process for international communications activities. In the world of innovative technologies, it's very complicated to choose a Marcom partner because you don't fit into any box. What I need a five-legged sheep."

Olivia, 53
Marcom Director
French Health
Tech company
Twitter & LinkedIn
active user

Objectives
I am mainly looking for info on the expertise, know-how in my sector and international reach of the PR agency. I need to see how ALA can help the business objectives of my company for my benchmark.

Motivations
Find directly info I need to save time: strengths, areas of expertise, targets, reach...

Frustrations
No case studies, visual identity & storytelling
Information overload on homepage

7

🔍 Focus sur la refonte du **site web d'ALA**

3

Phase d'audit ergonomique et benchmark

Pour consolider les données qualitatives et quantitatives recueillies, j'ai mené un audit UX des **forces et faiblesses** de l'expérience utilisateur sur l'interface existant. L'évaluation heuristique selon les critères de Bastien & Scapin a permis de mettre en lumière certaines défaillances impactant **l'utilisabilité** du site web.

J'ai poursuivi par un **benchmark de concurrents** dans le même secteur d'activités pour relever les meilleures pratiques.

Tout ceci m'a permis d'établir des **préconisations sur la structure, l'architecture de l'information et l'ergonomie** du nouveau site web d'ALA.

En collaboration avec ALA et moi, l'agence MLCOM s'est occupée du webdesign, du développement et de l'intégration des nouveaux contenus (sur Wordpress).

Medium Severity

Menu and carousel readability

Criteria: Readability - User Control

Problems:

- ▶ The font size of menu items is quite small and the color contrast is quite low [👁️].
- ▶ Carousel slider: blue boxes with keywords are moving fast. Visitors don't have enough time to read the text [👁️].



17

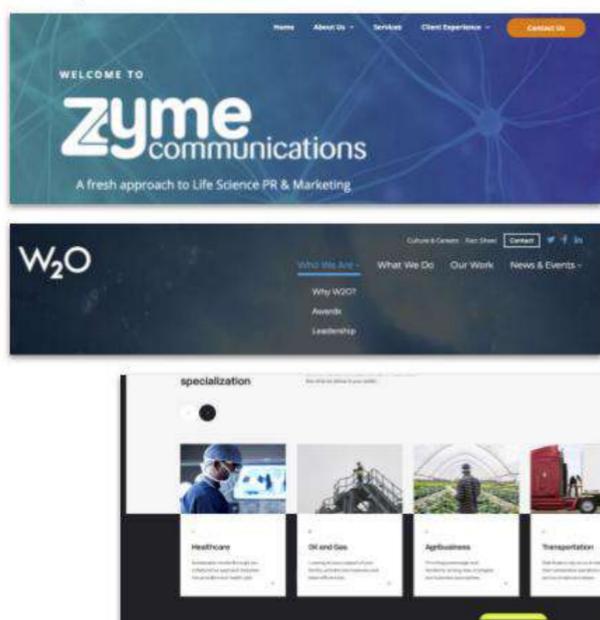
Medium Severity

Menu and carousel readability

Recommendation:

- 👉 The menu bar should stand out compared to the rest of the homepage content (different background color, font style, color change when hovering etc)
- 👉 Put visitors in slider control:
 - Put arrows so that users can advance or move back when they want.
 - Or use dot-based navigation system (filled or hollow circles) to allow people to navigate between the different images of the slideshow.

Examples:



18



EQ Qui suis-je ?

« Ni rire, ni pleurer, ni haïr, mais comprendre. » Baruch Spinoza. C'est ce désir de **comprendre, d'écouter et d'observer sans juger** qui m'a poussé à m'orienter vers le Design d'expérience utilisateur (UX Design), après un parcours en lettres et communication. L'UX Design part effectivement de la compréhension de l'humain pour concevoir des solutions répondant à ses besoins.

Depuis janvier 2021, j'exerce à mon compte en tant **qu'UX Designer et UX Researcher**. Membre de l'association Designers Ethiques (<https://designersethiques.org/>), j'ai une forte appétence pour les projets en résonance avec les défis sociétaux actuels.

Je suis **diplômée d'OpenClassrooms** en UX Design, mentorée par Hugo Labonde et Laurène Castor entre mars 2020 et septembre 2021. Je suis également titulaire d'un Master 2 en Management de la Communication au **CELSA Sorbonne - Paris IV**.

Française, née aux Pays-Bas et expatriée pendant 18 ans. Je parle couramment **anglais** et peux collaborer en allemand et néerlandais.



Lise Beltzung

UX Designer - Freelance



contact@lb-uxdesign.com



+33 (0) 6 50 28 07 03



www.lb-uxdesign.com