

Formation USER EXPÉRIENCE (UX)



15 Juin 2018



7 heures



390 euros HT



K. Bridier

Pour une ergonomie qui convertit !

#expérience #interface #utilisateur

- ✓ DIRECTEURS MARKET ET COM
- ✓ WEBMASTER ET DÉVELOPPEUR WEB
- ✓ RESP. ACQUISITION -TRAFIC MANAGER

- ✓ E-COMMERÇANT
- ✓ DEMANDEURS D'EMPLOI
- ✓ ETUDIANTS

SÉQUENCE 1 | COMPRENDRE LE CONCEPT D'EXPÉRIENCE UTILISATEUR

Définition.

Les différents aspects de l'UX.

SÉQUENCE 2 | POURQUOI OPTIMISER SA USER EXPÉRIENCE ?

Améliorer son taux de conversion.

Se démarquer de ses concurrents.

Fidéliser vos internautes.

SÉQUENCE 3 | AUDITER LA USER EXPÉRIENCE DE SON SITE INTERNET

Les indicateurs clés à analyser.

Le taux de rebond.

Le taux de conversion.

L'abandon de panier.

Le tunnel de conversion.

SÉQUENCE 4 | COMMENT OPTIMISER L'UX D'UN SITE ?

L'importance de l'e-merchandising, mettez en avant vos produits.

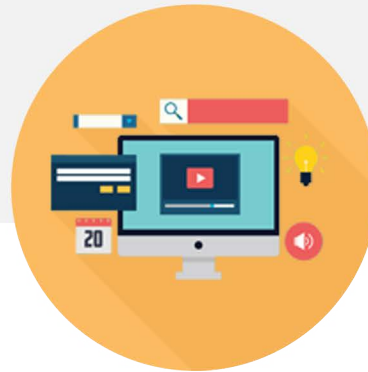
Les aides à la décision d'achat.

Le contenu est roi.

SÉQUENCE 5 | LES OUTILS À VOTRE DISPOSITION

Le mapping / heatmaps.

L'enregistrement des visites.



OBJECTIFS

- ✓ Comprendre les enjeux & les répercussion de l'UX
- ✓ Savoir auditer & optimiser l'UX de son site Web
- ✓ Etre capable de créer un tunnel de conversion UX



PRÉ-REQUIS

MODE : présentiel

ÉVALUATION : QCM

A/B testing.

Les enquêtes de satisfaction.

Tchat et Chatbot.

SÉQUENCE 6 | AMÉLIOREZ VOTRE TEMPS DE CHARGEMENT

Quelques chiffres.

Analyser la vitesse d'un site internet.

Comment améliorer le temps de chargement d'un site.

SÉQUENCE 7 | CRÉER UN TUNNEL DE CONVERSION UX

Le panier : Un récapitulatif de commande clair et complet, un call to action bien visible, des pictos de réassurance.

L'inscription / L'identification : Utilisez la gamification, réduisez le nombre de champs à remplir, évitez les éléments superflus, proposez différents moyens de connexion, la livraison.

Le paiement : modes de paiement, réassurance, tunnel simplifié sur mobile, mail de confirmation et résumé de la commande.

La commande en 1 clic : bientôt standardisée !

