

Quentin Charles
DWM | B2G2.1
TFE 2015-2016
Promoteur : Mr. Thronte

RUNTONSTOCK

.....
dossier de production
.....

SOMMAIRE

P02 Introduction	<hr/>	P36 Le prototypage	04 Avril 2016
P03 Une aide : un workshop	11 Janvier 2016	P37 Styleguide	11 Avril 2016
P08 Premier TP avec Mr.Thronte	18 Janvier 2016	P42 Nouveaux feedbacks	18 Avril 2016
P09 Un form pour comprendre	25 Janvier 2016	P44 Evolution de l'interface	25 Avril 2016
P11 Qu'est-ce que la motivation ?	01 Février 2016	P48 Présentation BETA & retour	02 Mai 2016
P14 Définir mes utilisateurs	08 Février 2016	P49 Pause : prendre du recul	09 Mai 2016
P21 Une nouvelle piste	15 Février 2016	P50 Evolution & UserOnBoard	16 Mai 2016
P23 Remise en question	22 Février 2016	P67 Une nouvelle landing page	23 Mai 2016
P27 On a publié sur mon mur !	07 Mars 2016	P73 La fin de la course	01 Juin 2016
P31 Présentation ALPHA	14 Mars 2016	P74 Informations complémentaires	<hr/>
P32 Nouveaux scénarios d'usage	21 Mars 2016		
P34 Les premiers Sketchings	28 Mars 2016	P75 Et après ?	12 Septembre 2016

INTRODUCTION

Je ne suis pas de ceux qui pensent que le Travail de Fin d'étude est simplement la remise d'un projet de qualité pour avoir des points, nous permettant d'obtenir notre diplôme. Je pense que ce projet, dans le groupe de travail Design Web & Mobile, est avant tout une question de dépassement de soi, de partage et d'échange.

*Le TFE, pour moi... C'est aussi aborder et solutionner des problèmes en fonction d'un sujet qui me tient à coeur. C'est sortir des sentiers battus ,essayer, échouer, comprendre, recommencer, grandir, par dessus tout **apprendre et prendre du plaisir.***

*Ce dossier de production retrace l'ensemble de mes réflexions, depuis ma toute première idée jusqu'à son dernier souffle.
Une aventure de 21 semaines, une expérience, un projet...
Celui d'un étudiant DWM qui vous souhaite **bonne lecture.***

UNE AIDE : UN WORKSHOP

| 11 janvier 2016

Pour nous aider à atteindre un projet de qualité, nous (étudiants) ne serons pas seuls. En effet, les connaissances et les conseils d'un professeur référant nous accompagneront tout au long de cette aventure. Leur aide a d'ailleurs déjà commencé avec un Workshop pré TFE : un atelier consacré à la recherche et à la remise en question de problématiques grâce à la méthodologie «User-Centered Design». T'inclure, toi, utilisateur, au coeur du processus de création.

MAKE A TOAST, BROW' !

Il nous a été demandé de dessiner sur un bout de papier les différentes étapes nous permettant de faire un toast. Étrange me direz-vous, et pourtant ! En jetant un petit coup d'oeil sur les dessins de mes voisins, je me suis très vite rendu compte que l'objectif n'est pas de nous faire devenir des dessinateurs professionnels de pains grillés, mais de se questionner sur nous-mêmes. En quelque sorte, on se rend compte que chaque personne a une façon de penser et donc de travailler différente.

Cet exercice m'aura non seulement confirmé que nous percevons le monde qui nous entourent d'une façon complètement différente, mais qu'il serait bien intéressant de profiter de ces différences pour comprendre aussi ceux qui nous entourent, de voir en l'autre une ouverture au champ des possibles.



TOM WUJEC

VOUS AVEZ UN PROBLÈME ? D'ABORD, DITES-MOI COMMENT VOUS GRILLEZ VOTRE PAIN.



RECHERCHE DE PROBLÉMATIQUE

Justement, nous avons individuellement recherché des problématiques qui nous entourent. Tout et n'importe quoi tant que nous mettons en avant un **problème**. Par exemple :

- *« Lorsque je suis en soirée, en boîte ou en concert, la musique m'emporte mais il manque souvent un support visuel pour m'évader encore plus ! »*
- *« J'ai envie de faire un peu de sport pour être en meilleure forme/santé mais rien à faire : j'ai la flemme ! »*
- *« Je suis daltonien et je perçois le monde de façon extraordinaire. J'aimerais au moins voir une fois dans ma vie comment les autres voient et inversement. »*

MISE EN COMMUN

Ensuite, nous avons eu à classer par grands thèmes les problématiques de chaque membre de l'équipe. Directement après, nous sommes divisés en deux groupes avec chacun d'entre nous la problématique qui nous paraissait la plus intéressante à développer. Voici ma proposition retenue :

« J'ai envie de faire un peu de sport pour être en meilleure forme / santé, mais rien à faire... J'ai trop la flemme ! »

Enfin, il nous aura fallu noter dans un tableau notre problématique, et essayer de développer très rapidement des scénarios, des pistes pour y répondre. Répondre à la nôtre, mais pas que : aussi celle des autres !

La chose à retenir ici est qu'il est beaucoup plus intéressant de **travailler en collaboration qu'en compétition**. Cela dépend du contexte bien évidemment mais dans ce cadre-ci, je pense qu'il aura été plus enrichissant de travailler en équipe, de façon collaborative pour la multiplicité des points de vue, pour obtenir des pistes d'idées auxquelles nous n'avions pas instinctivement pensé.

LES 5W

L'exercice précédent m'aura offert différents scénarios. Pour ne rien oublier et me permettre de reconnaître l'essence même du problème, j'applique très rapidement la méthode des 5w :

Pour qui, où, quand, comment et pourquoi ? Des questions simples et pourtant très utiles pour déterminer **les circonstances d'une problématique** bien définie.

Qui ?

Personne de sexe masculin ou féminin, jeune ou moins jeune, ne voulant pas s'inscrire dans une salle ou dans un club de sport, faute de temps, d'argent ou de motivation.

Quoi ?

Une expérience routinière et de courte durée permettant d'acquérir en douceur et de façon ludique un apprentissage de la culture physique.

Où ?

Chez soi, en extérieur, peu importe : L'idée serait d'arriver à créer une nouvelle routine positive dans sa vie.

Quand ?

En fonction des préférences de l'utilisateur, de son emploi du temps.

Pourquoi ? *pour atteindre ses objectifs tout en y prenant plaisir.*

ÉTUDE DE LA CONCURRENCE

Ensuite, Il nous aura été demandé d'aller chercher des applications, des sites, des expériences similaires (ou non) à notre domaine d'étude. Dans mon cas, je me suis donc attardé au domaine très vague du **sport**.

Voici plusieurs applications retenues :

(ZombieRun). Courir, c'est sympathique deux minutes, et puis un peu moins plaisant quand viennent les crampes ou les courbatures du lendemain. Mais si vous avez couru avec un but bien réel. comme échapper à une meute de chiens ou à des zombies. c'est tout de suite plus drôle... Et c'est justement ce que propose Zombierun: Courir pour sa survie = faire du sport de façon fun !

(Pact). Pact est une application permettant aux utilisateurs de faire des... Pactes entre eux pour essayer d'achever leurs objectifs physiques respectifs. Ici, j'ai apprécié le côté compétitif de la chose.

(7 minutes workout!) Ce site est un coach virtuel pour vous aider à suivre une séance sportive de seulement 7 minutes, en vous indiquant les exercices à effectuer ainsi que les pauses de récupération à prendre entre chacun d'entre eux. La séance étant rapide, j'aime ici le côté "répétitif" et routinier avec des séances de très courtes durées et portant quand même ses fruits sur le moyen/long terme.

(YogApp') L'outil propose des dizaines de cours de yoga sur mesure avec des vidéos, des instructions étape par étape et offre plusieurs types de programmes, niveaux et intensité d'entraînement. Bref, ici un côté plus "pédagogique" qui est intéressant.

PREMIERS TP AVEC MR.THRONTE

| 18 janvier 2016

Ce matin, j'ai eu l'occasion de discuter de mes premières pistes de projet à notre Mr Thronte national et à 3 autres étudiants. Il est important pour moi d'arriver à concevoir un site, une application ou une expérimentation permettant de répondre à un besoin, à une réelle **problématique**. Faisant partie de mes utilisateurs cibles ou non, leur avis est donc très important.

Voici la remarque de mon professeur :

*« Je t'avoue que je reste perplexe, car en soi la quasi-totalité des applications dédiées à la culture physique répond à la problématique que tu as définie. Faire en sorte de motiver et d'aider les utilisateurs à atteindre leurs objectifs, quels qu'ils soient... C'est du vu et revu, difficile donc de s'en éloigner complètement. Dans ton site personnel, tu expliques brièvement que l'été, tu travailles dans les villages vacances. Pourquoi ne pas cibler tes recherches et réflexions vers ce domaine ? En tous cas, définis plus précisément tes utilisateurs, cela t'aidera à y voir plus clair : **tu as beaucoup d'idées mais il faudra te lancer pleinement dans l'une d'elles pour pouvoir pleinement avancer !** »*

et celle de Mickael :

« Concevoir une expérience à la fois ludique et pédagogique ? Une fonctionnalité permettant d'encourager l'utilisateur ? »

UN FORMULAIRE POUR MIEUX COMPRENDRE

| 25 janvier 2016

Suite aux remarques très pertinentes reçues lors de mon premier TP, j'ai partagé ce formulaire à l'école et sur les réseaux sociaux dans les pages et groupes dédiés aux étudiants. L'objectif ? Mieux comprendre la relation entre le sport et les étudiants : classer ces réponses en grandes catégories, puis **cibler les problèmes récurrents**. Voici quelques réponses qui m'auront le plus marquées :

“ le sport c'est de la torture mais faut en fait pour rester en forme...”

“ C'est une activité plaisante à partir du moment où elle s'exerce dans un but bien précis ”

“ A la base, je me suis forcé à courir pour chopper au bunker puis j'y ai pris gout ”

“ Faire des choses plus positives dans ma vie de tous les jours et ne pas me sentir coupable sur mes activités ”

“ Courir plus pour boire plus ”

“ Faire du sport pour le plaisir, considérer la souffrance comme une récompense sur le long terme ! ne pas le vivre comme une corvée ”

“ Courir, faire du sport ? J’ai pas le temps j’ai rendez-vous avec la flemme, puis j’ai soirée du Lundi au Vendredi ”

“ parfois le manque de motivation, ou le fait de ne pas être en forme en raison de révisions ou de soirées étudiantes ”

“ Je n’aime pas le sport en salle où il faut juste courir comme un rat de laboratoire. **Si je cours ou autre, c’est pour avoir quelque chose en échange !** ”

“ Que l’on me montre clairement l’avantage que j’aurais à faire du sport ”

“ Que quelqu’un ou quelque chose me pousse à me bouger, afin que même les jours où je ne suis pas motivé, je sois “forcé” à faire du sport, que j’en ai l’envie ! ”

<https://docs.google.com/forms/d/1Y01X-CssR-WKGf9T0vBFtsWoHGnE->

LA MOTIVATION D'UN POINT DE VUE PSYCHOLOGIQUE

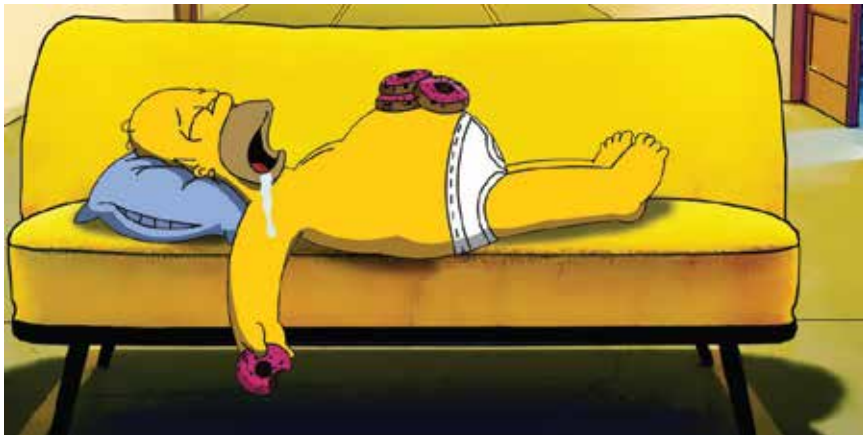
| 01 Février 2016

Ce condensé de réponses m'aura été très utile, puisqu'il m'aura permis de voir les choses sous un œil nouveau, d'élargir mon point de vue et de comprendre l'autre. Surtout, d'avoir des précisions sur les réelles motivations des gens vis à vis de la pratique d'une activité sportive. Avec quelques recherches complémentaires sur la motivation, j'ai pu facilement classer les réponses des personnes ayant répondu au sondage en deux grands groupes.

- D'un côté, nous avons l'individu avec une **motivation intrinsèque**: Le sport est conduit uniquement par l'intérêt et le plaisir que l'individu trouve à sa pratique, sans attente de récompense(s) externe(s). Réel passionné, il ressent du plaisir en pratiquant et en recherchant la maîtrise de sa discipline. Sa pratique est quasi-quotidienne, routinière et ancrée dans son mode de vie. Ce type de sportif n'a pas besoin d'aide : c'est le défi et le challenge qui le poussent bien souvent à agir.

« non, je n'ai pas besoin d'aide pour faire du sport. Il suffit d'être passionné, d'être courageux et optimiste ! »
“Le sport est un moyen de se battre. Mon seul rival, c'est moi même. »

- D'autre part, nous avons l'individu avec une **motivation extrinsèque** : la pratique d'une activité sportive est provoquée par une circonstance extérieure à comme la participation d'un ami ou une récompense à la clé. la grande différence ici, c'est que faire du sport est bien souvent considéré comme une douloureuse obligation pour parvenir à ses objectifs.



“le sport c’est de la torture mais faut en faire pour rester en forme...”

“Que quelqu’un ou quelque chose me pousse à me bouger, afin que même les jours où je ne suis pas motivé, je sois “forcé” à faire du sport, que j’en est l’envie !”

CE QUI EXISTE DÉJÀ POUR LES SPORTIFS MOTIVÉS

Maintenant, je pense savoir pourquoi je ne trouvais pas de solution à ma problématique en me basant sur ce qui existe déjà. Selon moi, la très grande majorité des sites/applications existantes sur le marché du sport (nike+, runtastic, FitStar Personal Trainer ext) est destinée à des personnes motivées intrinsèquement : elles sont déjà un minimum motivés !

Ces applications sont en quelque sorte des semi-coachs pour entretenir la motivation déjà présente de ses utilisateurs: elles vous donnent des instructions, comptent avec vous la distance parcourue ou le nombre de répétitions que vous avez réalisées et vous aideront à quantifier vos progrès.

COMPRENDRE MES UTILISATEURS POUR RÉPONDRE À LEURS PROBLÈMES

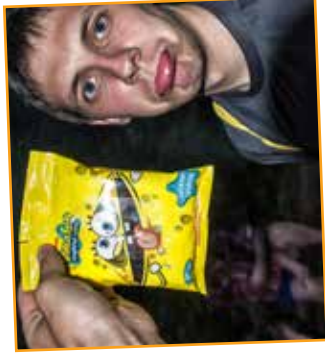
Ma problématique concerne **des personnes qui veulent se mettre un peu au sport, mais qui ne trouvent absolument pas la motivation nécessaire**, faute de temps, d'argent ou de n'importe quelle autre raison. J'ai l'intuition que la grande majorité de mes utilisateurs sont des personnes à la recherche de motivations extrinsèques à la pratique du sport, sa seule pratique n'étant pas suffisante pour garantir le succès de leur objectif.

DÉFINIR MES UTILISATEURS

| 08 Février 2016

Pour ne pas rester dans ma vision de concepteur, aussi pour confirmer (ou non) mes intuitions, j'ai voulu faire un premier profil de persona. Il est important pour moi d'essayer de concevoir un projet qui pourrait être réellement **utile et utilisable** à mes utilisateurs. Je me dois de passer du temps à leur développement. J'ai donc tout d'abord pensé aux besoins de "Rémi", étudiant en droit à Namur.

« *En tous cas, définis plus précisément tes utilisateurs, cela t'aidera à y voir plus clair* » | Mr Thronte



Rémi Dubois

Persona type : Primaire

Nom : Rémi Dubois

Age : 21ans

Location : Namur | Belgique.

Confort technique : I Mac / Iphone

Situation : Etudiant en droit

«Pour faire l'amour, les femmes ont besoin d'une raison ... les hommes, juste d'un endroit.»

QUI : Biographie ?

«Je m'appelle Rémi, j'ai 21ans et je viens de Liège. Cela fait maintenant 3ans que j'habite à Namur pour mes études et jusqu'à présent tout se passe bien : je suis en dernière année donc je gère de ce côté là, tout en **faisant la fête** un maximum avec mes potes. Je fais partie d'un cercle en plus donc autant dire que la guindaille me demande pas mal de temps, mais c'est tellement bon !»

QUOI : quel besoin ?

«Trouver la motivation pour me mettre tout doucement au sport. Je ne dis pas que je veux devenir le mec le plus sportif de la terre, nan nan ! J'aimerais tout simplement **faire fondre mon bide à bière...** **Tout en continuant de faire la fête.** (Ouai ouai, on y croit).»

POURQUOI : quelle raison ?

«Pourquoi... Pourquoi?! Pour pécho au bunker pardiis ! Faire du sport pour me faire fondre un peu, pour ensuite aller en soirée passer des bons moments avec mes potes/meufs.»



Ma motivation pour faire un peu du sport



Ma motivation à aller faire la fête et pécho

Mon problème ?

J'aimerais bien mais, rien à faire... J'ai la flemme. **Je n'ai aucune motivation** pour me bouger et donc je ne fais rien. Rien que l'idée de courir ou faire du fitness me fait mal d'avance. Le pire c'est que je ne peux même pas dire que c'est de la faute à un manque de temps, je n'ai presque plus cours ! Du coup, j'avais pensé à m'inscrire dans une salle de sport pour me motiver, mais pas possible : coûte beaucoup trop cher alors que je galère déjà à **payer mes bières sans mon guidon**, et je ne suis même pas s-ur que cela m'aurait vraiment motivé.

COMMENT : l'expérience idéale ?

Dans mon plus beau rêve, je cours avec le sourire entouré de mes amis : Chaque litre de bière fondu par les kilomètres sont récompensés au bar, gratuitement. Mes efforts sont récompensés, conclusion : Je fais mon sport, je continue à faire la fête, mes efforts servant à payer mes consommations. Le cercle vertueux par excellence !

UNE PREMIÈRE TENTATIVE

Après coup, je me suis vite rendu compte que Rémi était trop proche de ma propre expérience d'étudiant et qu'il n'avait pas encore de réelle utilité. Il devrait être la représentation des objectifs et des comportements d'un groupe d'utilisateurs bien distinct, mais je faisais moi-même partie de ce groupe ! Aussi, il contenait déjà bien trop d'informations superficielles. Je me devais d'**élargir mon point de vue** et apprendre à synthétiser, pour de bon.

CUSTOMER EXPERIENCE MAP

J'ai donc voulu multiplier les points de vue, cibler et comprendre les problèmes d'une plus grande variété de personnes, de sorte à pouvoir répondre à leurs besoins grâce à mon projet de TFE.

Pour ce faire, j'ai tout simplement repris 4 des réponses les plus intéressantes du formulaire répondant à cette question :

“Pour quelles raisons voulez vous (re)mettre au sport ?”

“Pour pécho, la base !”

“Se sentir le plus en forme et le plus sexy possible pour mon petit ami”.

“Pour sortir de chez moi et me décoller de la console.”

“Pour la sensation de bien être après la séance : se battre contre soi-même, vaincre l'effort.”

J'ai ensuite cherché les problèmes de ces mêmes personnes :

“Qu'est-ce qui, actuellement, vous empêche/empêcherait d'atteindre vos objectifs ? (Est-ce un manque de temps, de motivation, de savoir faire.?)”

“Parfois pas très motivé, l'envie n'est pas là”

“Manque de motivation pour certaines, ce qui démotive celles qui l'étaient... Je me retrouve parfois seul, et c'est tout de suite moins marrant.”

“Je n'ai aucune organisation, ce qui ne me “force” pas à aller tenir mes objectifs”

“Une routine s'installe et il est difficile de voir mes progrès maintenant : c'est dur de progresser et de rester motive”

A partir de ces éléments de réponses, j'ai pu imaginer 4 utilisateurs bien distincts, avec chacun leurs raisons de faire du sport, leurs problèmes respectifs: un scénario pour chacun d'eux, leurs besoins.

j'ai donc conçu une sorte de carte d'expériences utilisateurs regroupant tous ces éléments en un seul point, me permettant enfin, à l'arrivée, de synthétiser les problèmes de chacun et d'imaginer l'aide qui pourrait leur être apportée.



BEHAVIOR VARIABLES

J'ai rassemblé beaucoup d'informations, j'ai vu naître quelques pistes de solutions mais cette carte reste encore trop difficile à lire. Il faut que je rende les informations plus facilement accessibles, que j'en tire l'essentiel : pouvoir m'identifier à mes utilisateurs.

Pour cela, j'ai pour chacun d'eux complété leurs informations élémentaires (nom, âge, statut) par une photo les représentant. J'ai aussi examiné leurs informations complémentaires (Sport/Be-soin/Raison/Scénario/Objectif/Blocage/Aide) pour identifier leur comportement. Je les ai ensuite inscrites dans un graphique.

Nom : Rémi

Âge : 20 ans

Ville : Namur

Statut : Etudiant en droit

Courbe : Bleu



Nom : Chloé

Âge : 22 ans

Ville : Namur

Statut : Etudiant en bio'

Courbe : Verte



Nom : Nicolas

Âge : 19 ans

Ville : Namur

Statut : Etudiant en info'

Courbe : Noire



Nom : Léo

Âge : 24 ans

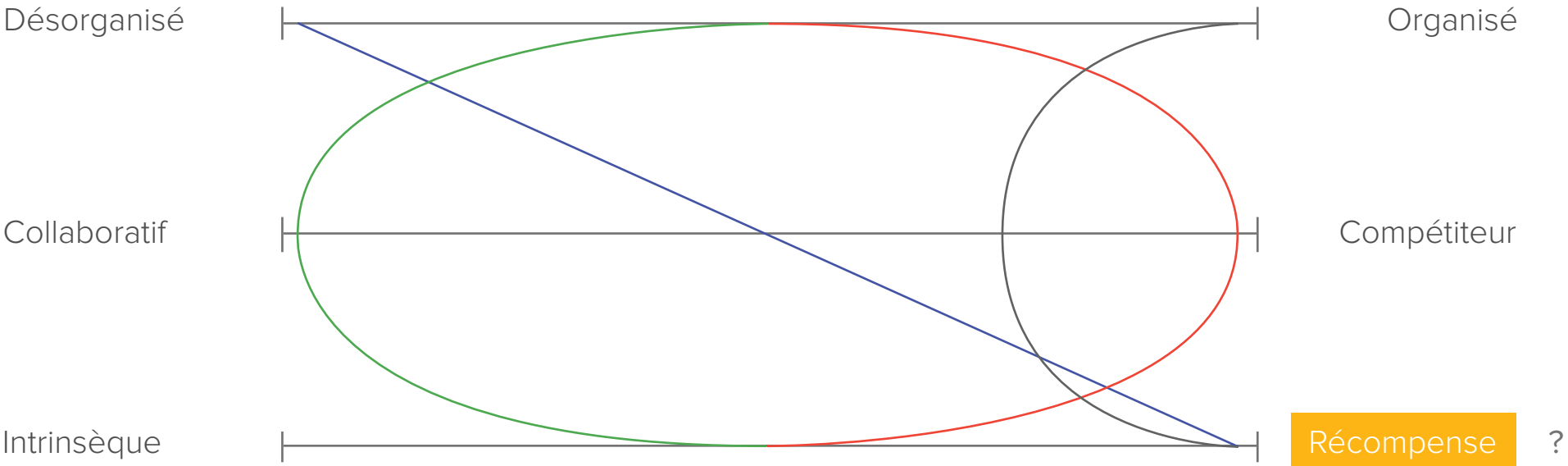
Ville : Namur

Statut : Etudiant en sport

Courbe : Rouge



GRAPHIQUE



L'idée est doublement intéressante ici, puisqu'au delà de me permettre d'avoir une meilleure représentation de mes utilisateurs de façon individuelle, je peux aussi identifier par leur comportement des groupes sociaux bien distincts. Tout simplement, cette échelle des comportements me permet d'un point de vue plus global, de cibler un ensemble de personnes ayant des caractéristiques ou **des objectifs communs**.

Surtout, en superposant chacun de ces comportements... J'ai maintenant la conviction que **récompenser** mes utilisateurs pour leurs efforts est une piste valable, quelque soit l'utilisateur.

« J'ai bien l'intuition que la grande majorité de mes utilisateurs sont des personnes à la recherche de motivations extrinsèques à la pratique du sport, leur seule pratique n'étant pas suffisante pour garantir le succès de leur objectif »

UNE NOUVELLE PISTE : LE REWARDING ?

| 15 Février 2016

Mes recherches préliminaires sur la motivation et le développement de mes utilisateurs me poussent donc à croire que les récompenser de leurs efforts pourrait être une piste solide pour répondre à ma problématique initiale.

Je vais prendre mon temps pour **analyser (encore) la concurrence**. Cette fois, je pourrai cibler mes recherches : des services sportifs associés au concept de rewarding, ou “comment récompenser l'utilisateur pour ses actions” ?

wewatt.com

www.pactapp.com

runningheroes.com

www.mymoneytime.net

Ensuite, il aura été intéressant de me poser des questions plus précises sur ces applications. Les réponses que j'en tire me permettent toujours un peu plus d'y voir plus clair sur mes pistes de solutions de TFE en quelque sorte. Voici un exemple avec l'application "Running heroes", celle qui me paraît de prime abord et selon moi la **plus en accord** avec la question de la motivation.

- **Comment se positionne Running heroes ? Qu'est-ce qu'il dit offrir ?**

Running heroes se positionne comme "la 1ere plateforme de motivation pour vous aider à vous dépasser". Il dit offrir un accomplissement personnel à ses utilisateurs.

- **Quel semble être son coeur de cible ? En quoi recoupe-t-il ou diffère-t-il de mon public ou de mes utilisateurs cibles ?**

Son coeur de cible semble être des sportifs déjà confirmés, tout du moins des personnes utilisant déjà des applications de running comme runtastic, runkeeper, nike+ext. Ses utilisateurs cibles diffèrent donc des miens, puisque mes utilisateurs sont des personnes ayant l'envie de faire du sport mais n'en ayant pas le courage.

- **Quels sont ses principaux avantages ? Les facteurs qui le rendent particulièrement attirant pour son marché cible, s'il en est ?**

Ses principaux avantages sont ses partenariats avec les grandes applications de course et les grandes marques de sport.

- **Dans quelle mesure incarne-il chacun de vos attributs ?**

Points positifs : Récompenser ses utilisateurs pour faire du sport

Points négatifs : Réserver à une certaine "élite" qui n'a pas forcément besoin d'être récompensée pour faire du sport.

REMISE EN QUESTION

| 29 Février 2016

Je suis sûr de mes utilisateurs (Qui) et du service que je veux proposer (Quoi).
Le rewarding comme solution à la problématique “j’aimerais faire un peu de sport pour être en meilleure forme/santé, mais j’ai trop la flemme” est bien fixé... Mais comment et sous quelles conditions?

UNE MAUVAISE DIRECTION

J’étais tout d’abord parti sur l’idée d’une salle de sport connectée. Le concept était de pouvoir récompenser l’utilisateur qui se rendait à sa salle avec un système bien trop compliqué, mais je me suis vite rendu compte que j’étais dans une mauvaise direction et pour cause : j’avais tout simplement oublié ma problématique initiale.

« Quentin, tu as beaucoup d’idées mais... Il est temps que tu prennes une décision définitive et que tu t’y tiennes! Tu ne pourras pas concevoir quelque chose de révolutionnaire en 3 mois. Juste, décide toi et vas-y à fond !»

Je me rends compte que je me prends trop la tête et qu’il serait intéressant d’aller prendre l’air. Je sors avec des amis et je rentre tard. J’avais comme ambition, au fond de moi, de concevoir quelque chose de jamais vu : quelque chose que jamais personne n’avait pensé tout simplement. Or, encore une fois... Je perdais de vue les objectifs que je m’étais fixés initialement : **répondre à un problème, apprendre et prendre du plaisir.**

Le lendemain, je décide de me lancer à nouveau, il faut que j'avance. Je me rends compte qu'avant même de savoir comment récompenser mes utilisateurs pour leurs efforts, je n'ai pas pensé aux récompenses en elles-mêmes ! Je repense à la soirée arrosée de la veille et du "guido" sur la table : un petit livre pour étudiant regroupant des bons de réduction pour toutes sortes de choses. Je commence à faire le lien entre ma soirée de la veille et mon TFE, **je change de point de vue** :

« quel est l'intérêt pour des établissements de proposer des offres et bons de réduction aux étudiants ? »



Green Fairy

Persona type : Secondaire
 Nom : Green Fairy
 Age : -----
 Location Namur | Belgique.
 Confort technique : Imac / Ipad
 Situation : Bar à bière/absynthe



"Pour faire l'amour, les femmes ont besoin d'une raison ... les hommes, juste d'un endroit."

QUI : Biographie ?

« Je suis le patron du Green Fairy. Ce grand bar impressionne par le nombre de bouteilles qu'il contient. Mais pas de stress : prends place à l'étage, découvre la carte, profite de nos réductions avec ton guido et abreuve-toi de ce qui te tente ! »

QUOI : quel besoin ?

Promouvoir l'image du bar
 Proposer des offres et bons de réduction
 Fidéliser notre clientèle

POURQUOI : quelle raison ?

Pour fidéliser nos clients et faire du retour sur investissement, du bénéfice puisque ses offres et réduction font venir beaucoup de monde, et ils ne s'arrêtent bien souvent pas en si bon chemin et continuent de consommer et faire la fête.



Proposer des offres/bons de réductions (challenge/store)



Faire du bénéf

Mon problème ?

Nous sommes déjà visibles dans le guido et nous proposons également des bons de réductions. Le système marche très bien ! Le problème, c'est que le guido n'est pas pratique : format papier de nos jours, c'est pas le top.
 Aussi : Les étudiants consomment généralement très vite leurs coupons, et nous on le ressent : Quand ils n'ont pas de tickets, cela ne les empêche pas de venir au bar, mais ils consomment généralement moins car ils n'ont plus accès à ces offres.

COMMENT : l'expérience idéale ?

Dans mon plus beau rêve, notre établissement est visible et valorisé. Nous pouvons proposer différentes offres / bons de réductions et challenges, ce qui aura de nombreux effets positifs : Augmenté notre visibilité, fidéliser nos clients... Faire du bénéfice. A l'arrivée, l'étudiant peut en profiter sur place et nous aussi : en général, l'étudiant n'est pas seul et il est accompagné de ses amis. Ils consomment... Beaucoup, ce qui fait notre chiffre d'affaire et met également l'ambiance dans le bar : tout le monde est gagnant !

En clair, pour une entreprise / un service, le couponing est très intéressant car il sert à :

- Renforcer l'image de la marque
- Favoriser la fidélité de sa clientèle
- Augmentez ses bénéfices
- Motivez des clients potentiels

Par contre, pour reprendre l'exemple du guido, devoir se trimbaler avec le livre partout, risquer de mal déchirer le coupon...ce n'est absolument pas pratique ! Alors... **Pourquoi ne pas reprendre les bons de réduction du guido comme récompenses pour mes utilisateurs ?** Et d'ailleurs...

« Pourquoi ne pas aller faire ma propre petite enquête ?

Aller demander directement aux gens quelles serait les récompenses qui pourraient les motiver à pratiquer une activité sportive ?

ON A PUBLIÉ SUR MON MUR !

| 07 Mars 2016

J'ai décidé d'accélérer le rythme et de ne plus regarder derrière moi. J'ai aussi voulu tenter **une nouvelle méthode de travail**. Je suis donc parti à la recherche d'énormes feuilles de papier et de post-it, je me suis monté un modèle de bureau debout et je me suis lancé : ma chambre est devenu un atelier de travail spécial TFE. L'idée est de pouvoir "vivre" avec ce projet, où chaque mur aura son utilité propre : l'un pour mes utilisateurs, l'autre pour le contenu et les fonctionnalités ext.

*Le fonctionnement de cette méthode peut surprendre, mais à vrai dire j'ai aimé expérimenté la chose et je ne regrette pas. Pour cause, il ne fut pas rare de passer quelques soirées entre amis en ville et de continuer la soirée chez moi. **Les feutres et les post-its toujours à dispositions**, j'ai été agréablement surpris de voir l'enthousiasme des invitées à vouloir participer au projet et ce malgré la fête qui bas son plein.*

En postant sur mon mur les hypothétiques récompenses qui pourraient les motiver à faire du sport, j'ai non seulement du contenu qui se crée, mais j'ai en plus la certitude que ces informations proviennent d'une source fiable: celle de personnes et d'utilisateurs potentiels réels.



Quentin CHARLES

@Qu3ntin_Charles

Des post-it des post-it, toujours des post-it ♪.
#dwmaj

[View translation](#)



LIKES

8



11:27 a.m. - 15 Mar 2016

PRÉSENTATION LUVUDI



moi à francois ↻

7 janv.

Bonsoir monsieur,

voici ma proposition de sujet pour le LUVUDI : "[Great design is serious, not solemn](#)", une conférence intéressante pour tout DWM selon moi.

Ma présentation serait donc un résumé des propos de Paula Schner, qui nous explique au travers sa propre expérience l'importance de prendre des risques et surtout du plaisir dans ses projets.

J'attendrai votre validation (ou refus) de sujet avant de compléter le formulaire et en attendant, je vous souhaite une bonne soirée et à bientôt !

...



francois bourgoux à moi ↻

7 janv.

hello Quentin,

oui, tu m'as convaincu, vas-y.

merci et à bientôt,
francois

...

J'avais déjà le sujet en tête depuis le début du TFE puisque je voulais articuler mon travail autour de cette logique : "apprends, prends des risques et surtout prends du plaisir". Je souhaite juste transmettre aux DWM, au travers cette présentation, que notre travail est un jeu.

TON TRAVAIL

EST UN

JEU

PRÉSENTATION ALPHA

| 14 Mars 2016

A ce stade ci, à deux jours de la première présentation (Alpha,) je n'ai toujours aucun écran à montrer. En réalité, ne pas avoir de visuel ne m'inquiète pas tellement et pour cause : je considère cette dernière comme une occasion de présenter mes recherches, mon travail et surtout sa finalité. Une opportunité de présenter à mes professeurs ma vision du TFE, ma problématique, mes recherches, mes utilisateurs et mon projet de solution de la façon la plus claire possible.

- *“Appli que “local” ? Pourquoi qu’à Namur ?
Pourquoi que pour les étudiants ?! Pas d’aspect social ?”*
- *“Un bon offert ? Attention à l’appellation des choses.
Sinon bonne présentation ! A faire de même pour le jury”*

March 16th



Philippe Thronte 8:26 PM

Globalement bonne présentation mais tu as trop orienté ça sur ta petite expérience d'étudiant (si je simplifie).

C'est dommage que tu tournes tout autour des besoins des étudiants

Genre je suis un jeune qui veut être musclé pour pecho au bunker...

Tu es supposé, au terme, t'adresser à des adultes pendant le jury 😊 c'est un peu limite comme motivation...

Pour moi tu peux garder le principe, mais orienter moins ça sur les étudiants qui sortent et boivent et étendre ça à une tranche d'âge 18-40 (par exemple)

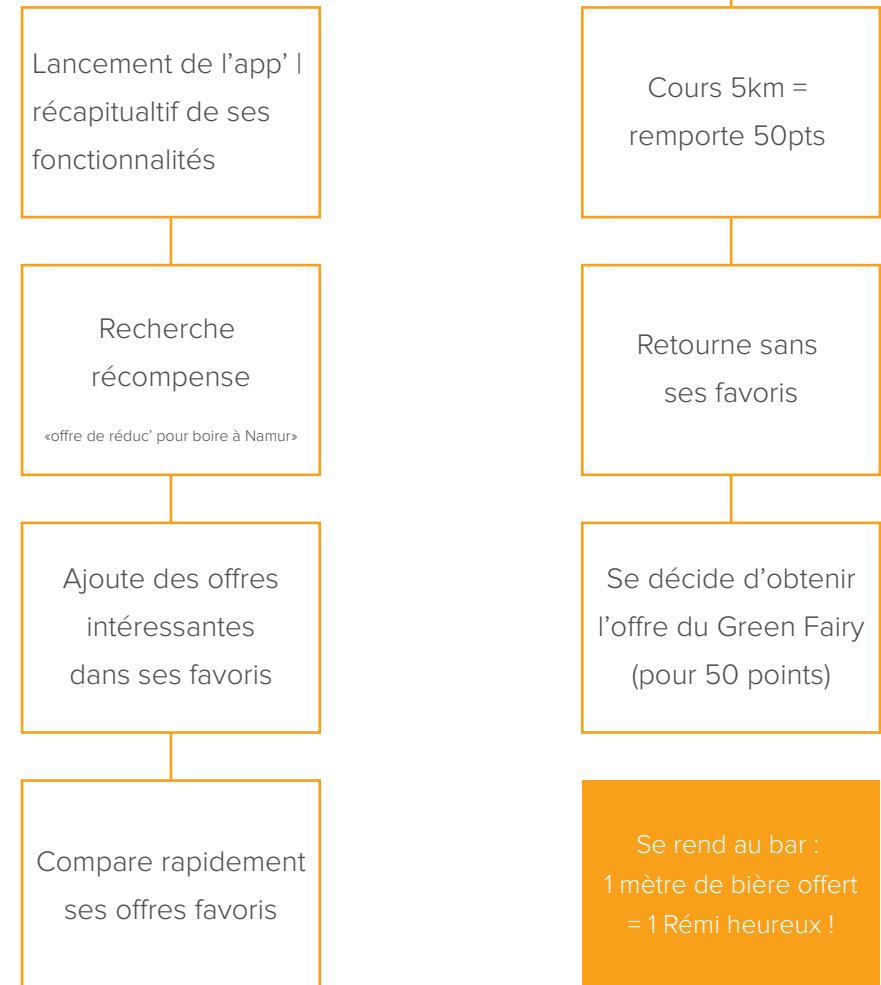
NOUVEAUX SCÉNARIOS D'USAGE

| 21 Mars 2016

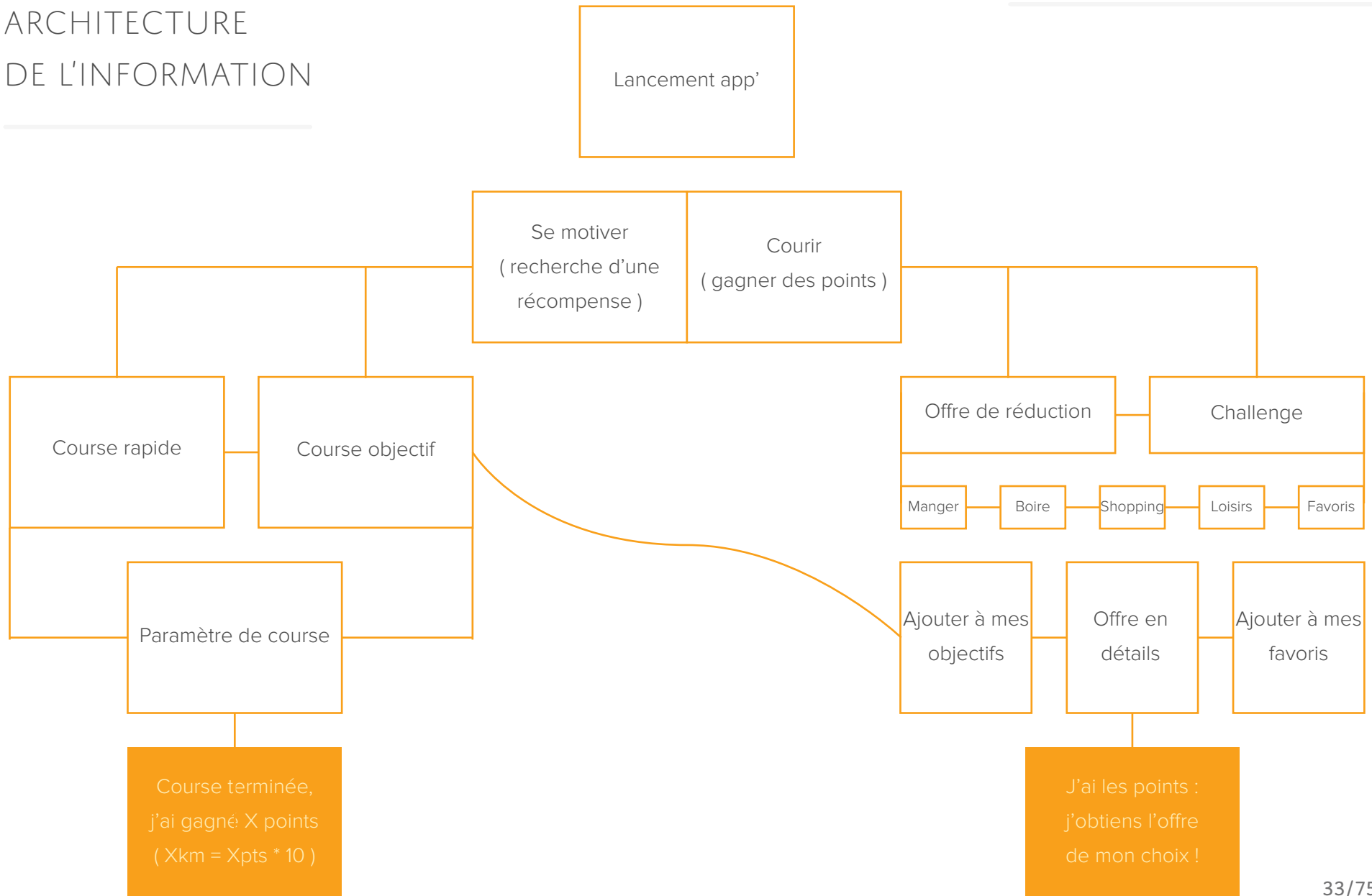
Après réflexion par rapport aux remarques de l'Alpha et en regardant d'un oeil nouveau les murs remplis de post-it de ma chambre... Mr Thronte n'a pas tort. Malgré les différences de comportements de chacun, mes utilisateurs font tous partis d'un même groupe «étudiants à Namur».

LES PREMIERS COUPS DE CRAYONS

J'ai alors élargi mon point de vue sur mes utilisateurs et j'ai défini pour chacun d'eux un **scénario d'utilisation**. Dans l'exemple ici, je prendrai le scénario d'utilisation de Rémi : mon premier utilisateur



ARCHITECTURE DE L'INFORMATION



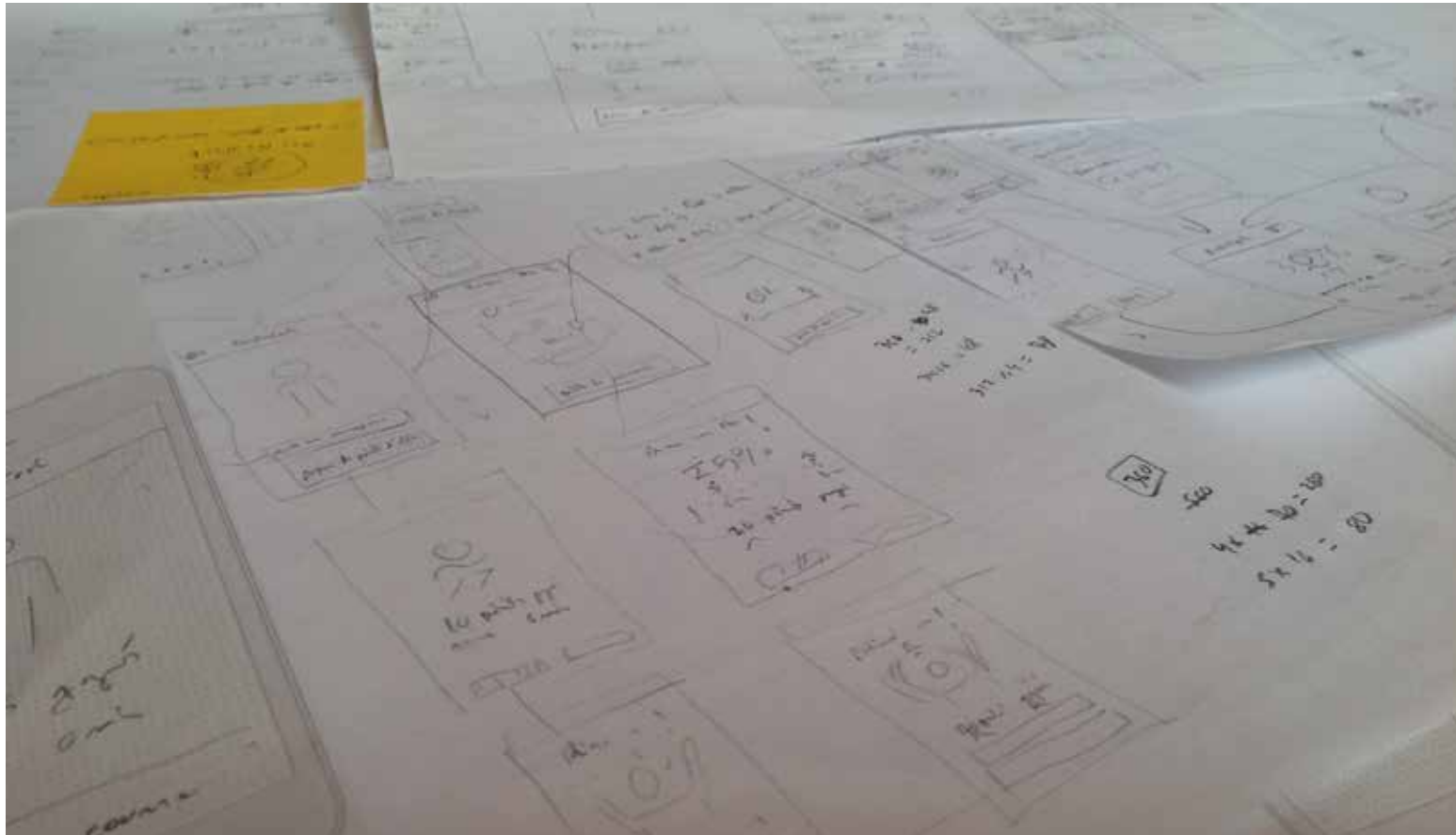
SKETCHING

| 28 Mars 2016

Egalement, j'ai sorti papier et crayon pour commencer à sketcher des débuts d'interface en accord avec mon architecture de l'information. La difficulté ici réside dans le fait que j'ai en tête un système assez complexe : Beaucoup de contenus, beaucoup de fonctionnalités pour répondre à tous mes utilisateurs.

- la fonctionnalité principale est le gain de points par l'effort en mode "course freestyle" : $X\text{km parcouru} = X\text{hm} * 10$ points remportée
- La course organisée, pour les personnes qui ont besoin d'un planning pour préparer leurs entraînements.

- Par ailleurs, j'aimerais contenter les compétiteurs en incluant un système de challenge, proposé par les partenaires ou même pourquoi pas entre utilisateurs. Le défi est lancé, le gain de points est multiplié s'il est réussi ; il est nul s'il a échoué.
- Enfin, pour contrer la triche et enchanter les personnes qui aiment courir entre amis, je voudrais également intégrer un mode de course "collaborative". L'idée est simple : +5points d'effort en plus par ami ajouté à la course. (10points/km course à 1 | 15 points/km course à 2 | 20 points/km course à 3 ext.)

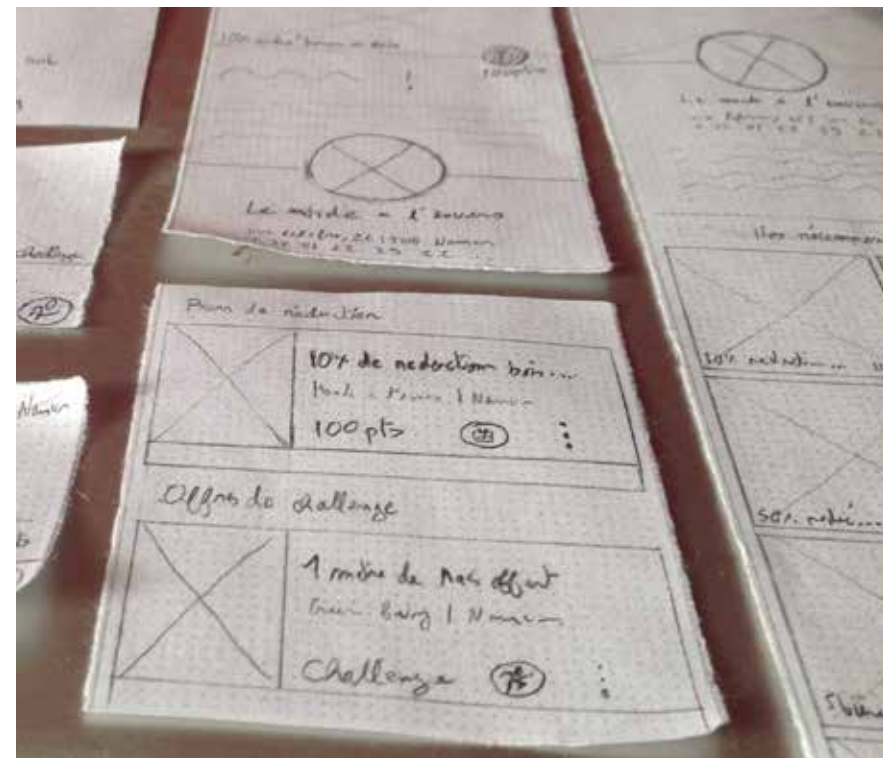


PROTOTYPAGE

| 04 Avril 2016

Des kilos de feuilles plus tard, je pense avoir une interface simple et efficace. Pour en avoir le cœur net, aussi pour avoir quelque chose de plus propre que mes sketches, je décide d'aborder la phase de prototypage.

Le fait de rester sur un support papier est une décision réfléchie. Pour cause, chaque élément de mon interface étant découpé, je peux très rapidement réitérer de nouvelles propositions en fonction du feedback de mes tests-utilisateurs.



STYLEGUIDE

| 11 Avril 2016

PRINCIPES DU PRODUIT

Runtonstock est une application mobile destinée aux personnes qui aimeraient faire un peu de sport mais qui ont trop la flemme. Son but premier est d'encourager ses utilisateurs à pratiquer une activité physique (ici la course), et les récompenser de leurs efforts.

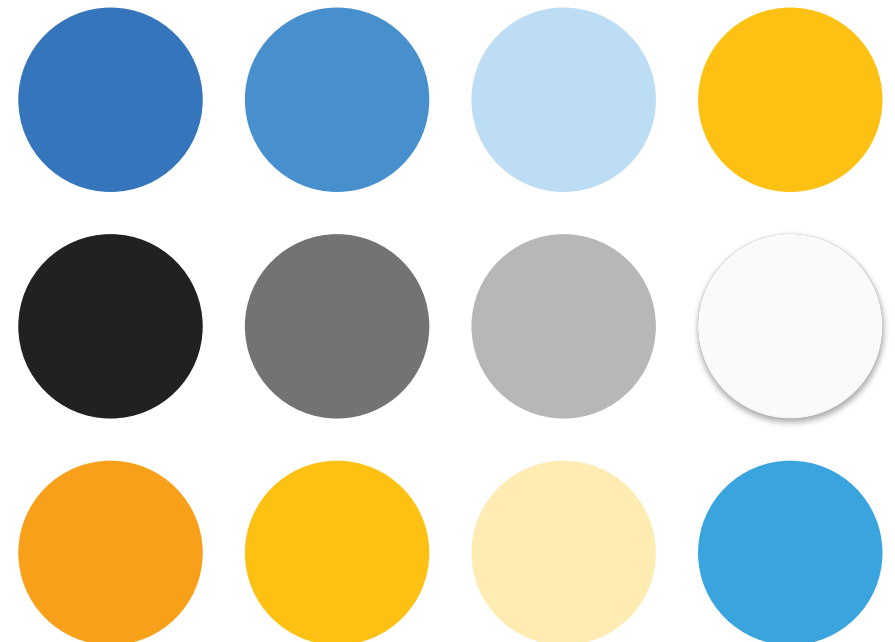
01. **Simple** > Complexe

02. **Dynamique** > Statique

03. **Coloré** > Terne

04. **Humoristique** > Sérieux

COULEURS INTERFACE



Proxima Nova

DOMUS TITLING



NIVEAUX HIÉRARCHIQUES

Display

TITRE BARRE

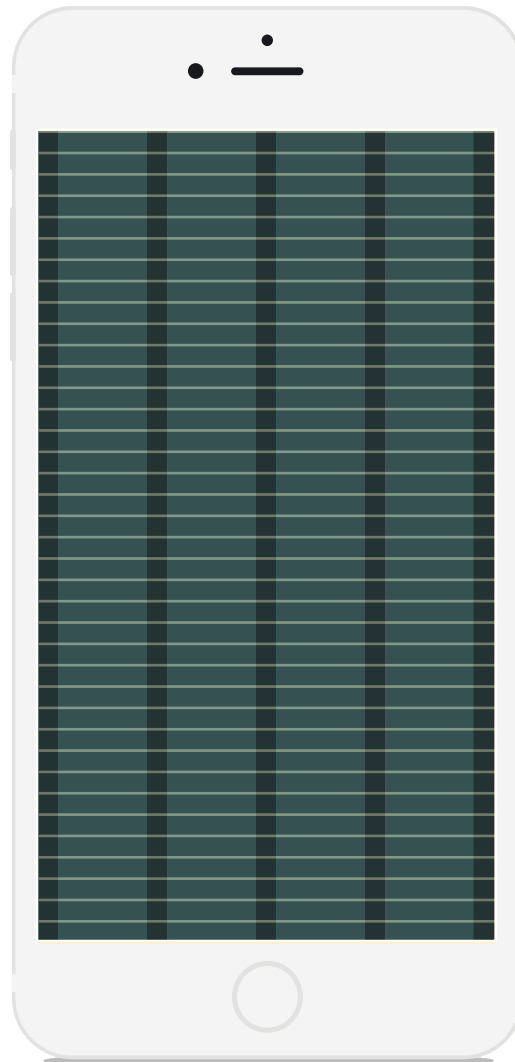
Titre écran

SOUS-TITRE

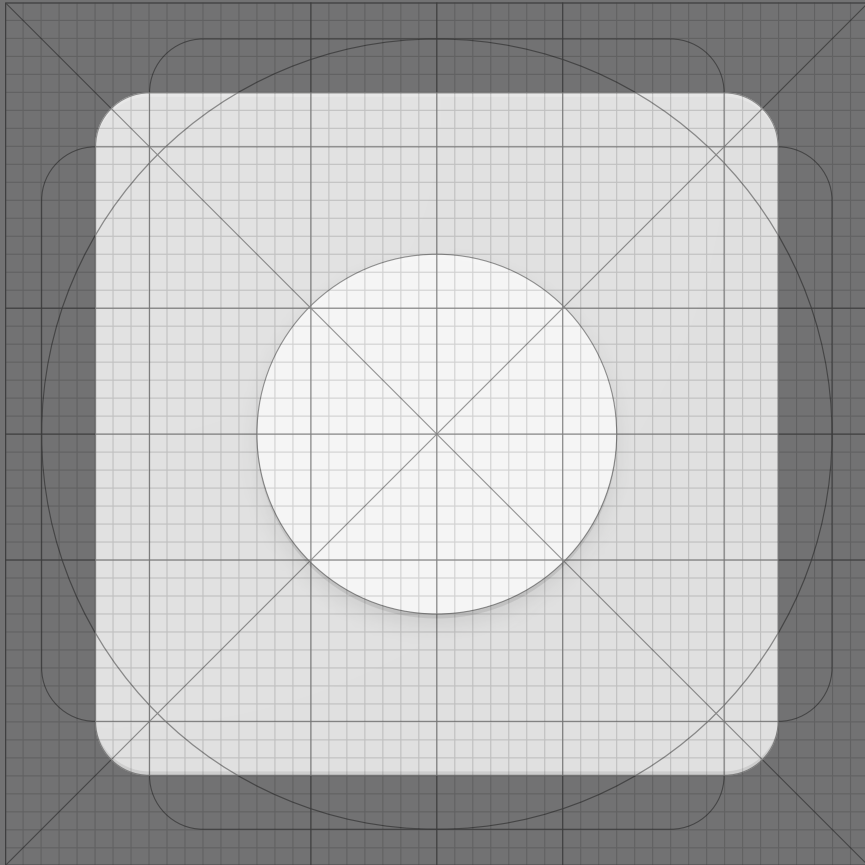
Body

Small

GRILLE



FAVICON



NOUVEAUX FEEDBACKS

| 18 Avril 2016

J'ai maintenant ma première version de terminée, mais elle ne me convient pas. J'ai beaucoup trop de choses en tête et j'ai bien l'impression qu'il va être très difficile de contenter l'intégralité de mes utilisateurs. J'ai également besoin d'avis extérieur : je m'empresse alors de présenter la première version de mon travail à mes professeurs.

MR. DI NUNZIO

- "Attention, les noms de section doivent être plus évident !"
- "Filtres plus accessibles (en bas ?)" ?

- "Prends bien en compte la finalité de ton expérience.
- "Ici, les images ça ne va pas. Tu dois te trouver une identité graphique plus personnelle. Crée des icônes, change de couleur : tu en es capable !" (Merci).
- Si tu as beaucoup de fonctionnalités, cherche à les hiérarchiser avec la méthode MoSCoW : quelles sont celles indispensable à la compréhension de ton projet (Must Haves) ? Ensuite, si tu as le temps... Attarde toi au "Should Haves" : celles qui sont aussi importantes et seraient cool à ajouter. Ensuite Laisse tomber les "Could Haves" et Won't Haves".

MR. THRONTE & KOOKA

- "L'affichage des récompenses pourrait être plus simple, plus direct."
 - "Trouve un moyen pour que l'on est envie de s'inscrire. A quel moment de ton expérience ?
- "Filtre des villes et types d'établissements? Dans un système de filtre détaillé mais pas là direct, ou alors qui prend moins de place."

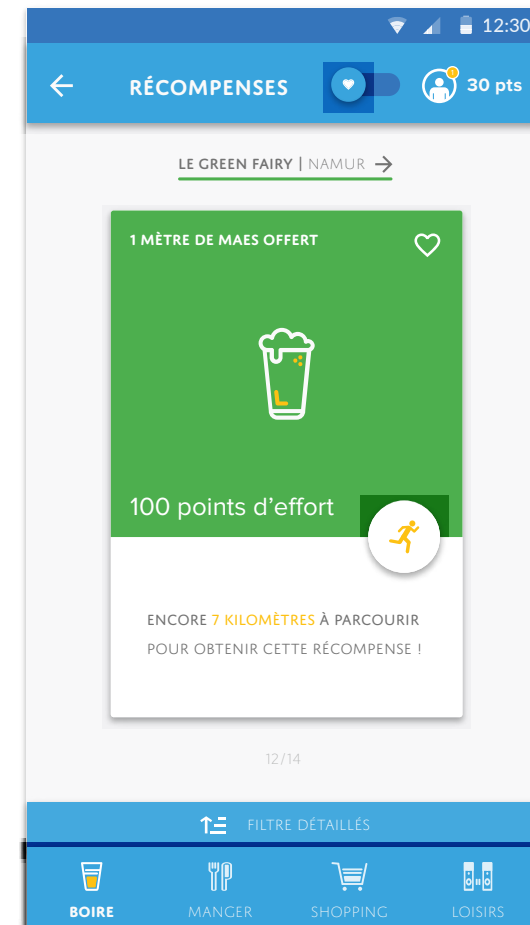
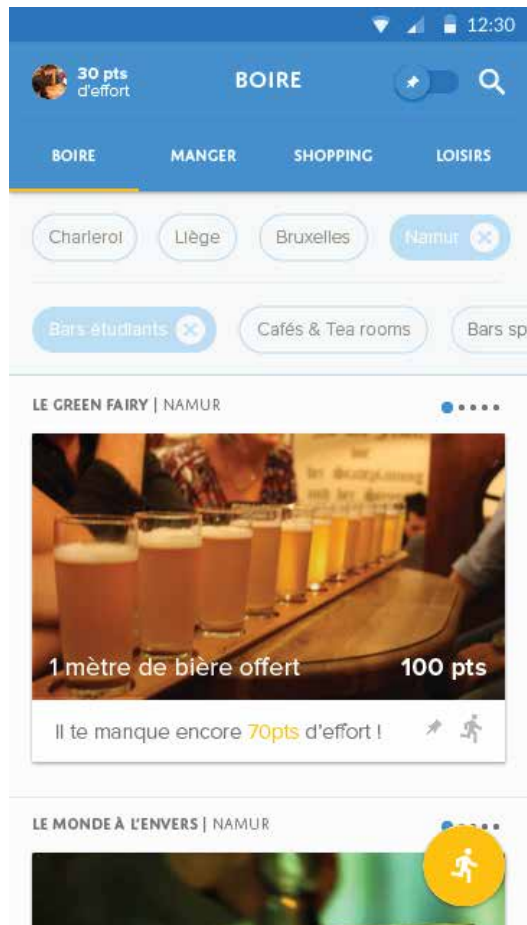
-
- Bien pour le mode course : mettre en évidence le nombre de kilomètres est une bonne idée !”
 - “Pas d'image par contre, c'est moche. Trouve autre chose.”
 - “En gros : ça commence à prendre forme mais comme d'habitude, tu te prends trop la tête. SIMPLIFIE ton expérience !”

MR. BOURGAUX

- “L'inscription peut être réduite aux informations de base. Choix du sexe, l'âge, la taille... On s'en fou”.
- “Personnalise ton écriture, donne une voix à ton projet.
- “Attention à l'affordance de ton lien vers les détails de l'offre.”
- “En parlant de détails... Pourquoi tout ces textes bullshit ?! Donne juste les informations nécessaires. Pourquoi pas même proposer une course jusqu'à l'établissement choisi ?”
- “L'icône du personnage est trop simple, trop statique. Rends les écrans de course dynamiques”

ÉVOLUTION DE L'INTERFACE

| 25 Avril 2016





LE GREEN FAIRY

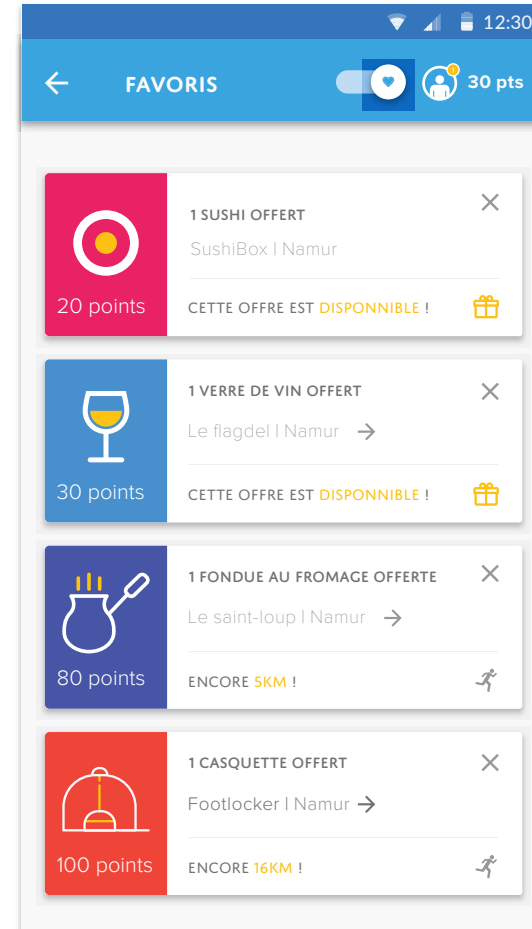
Rue Godefroid 64, 5000 Namur
+32 48 78 64 27

Le grand bar illuminé du Green Fairy impressionne par le nombre de bouteilles qu'il contient. Mais pas de stress, prends place dans les moelleux fauteuils à l'étage, découvre la carte et abreuve-toi de ce qui te tente à prix raisonnable.

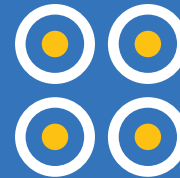
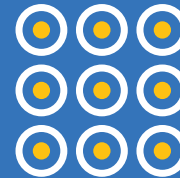
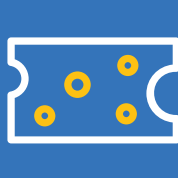
Le Green Fairy a bâti sa réputation sur les bières et surtout sur les absynthes qu'il propose. L'absynthe,

A mobile app screenshot showing a list of beer offers. Each offer includes an icon of the beer, the name of the offer, the number of points, and a progress indicator.

Offer Name	Points	Progress
1 ABSYNTHE OFFERTE	40 points	ENCORE 1KM !!
1 TRIPLE KARMELIET OFFERT	50 points	ENCORE 2KM !
1 SCHOFERHOFER OFFERT	50 points	
1 MÈTRE DE MAES OFFERT	100 points	



ICONOGRAPHIE DES RÉCOMPENSES



PRÉSENTATION BÉTA & RETOUR

| 02 Mai 2016

Après la dernière semaine de rush pour développer l'application, j'ai présenté pour la seconde fois l'avancement de mon projet. L'idéal pour cette version "Béta" était d'avoir notre TFE terminé à 90%. Dans mon cas, je pense bien avoir terminé à 90% l'application... Mais pas le reste. En effet, je me suis tellement focalisé sur cette dernière que j'ai complètement mis de côté la landing page du projet. Voici le feedback de monsieur Thronte, mon professeur référent après la présentation :

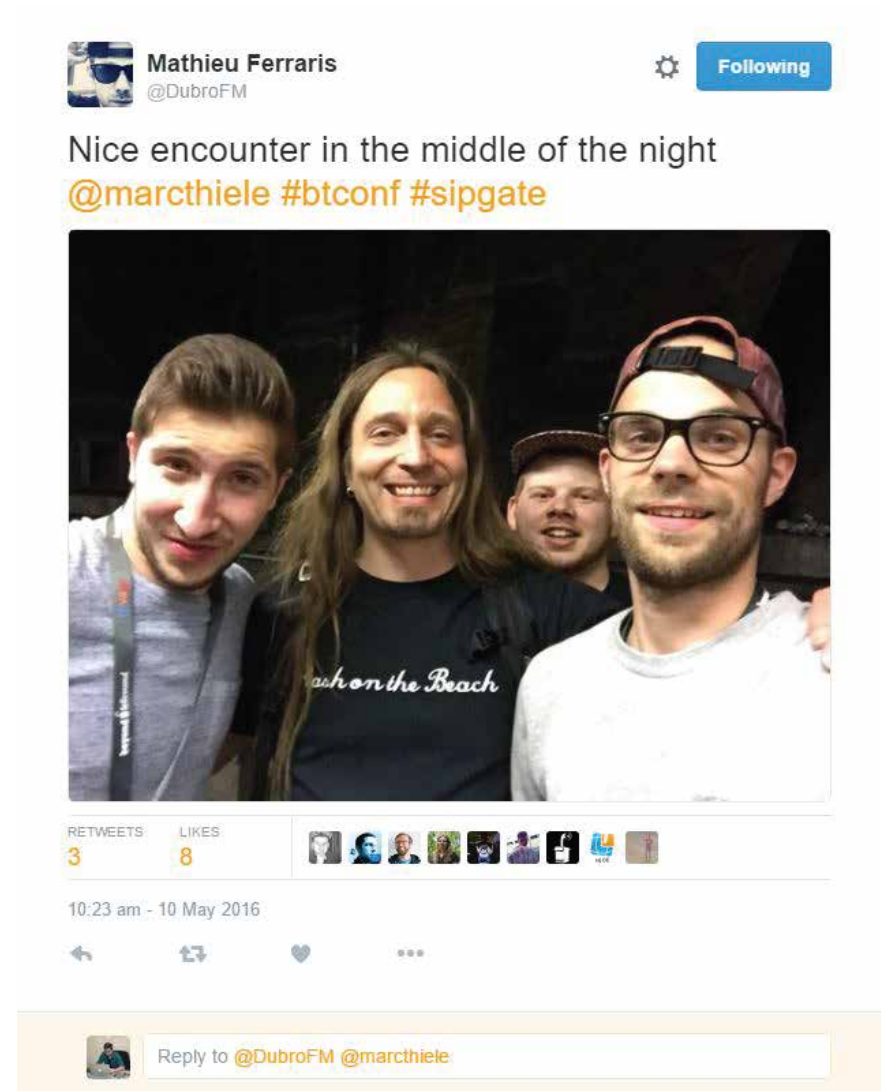
" Hello Quentin, petit feedback de la BETA, déjà tu seras aussi sûrement convoqué mercredi prochain au TP.

Je ne m'inquiète pas trop pour toi, le projet à l'air d'avancer dans le bon sens, encore quelques petites corrections à l'app et SUR-TOUT un site de présentation correct. Dommage que tu n'avais rien pour la BETA ! "

PRENDRE DU RECUL

| 09 Mai 2016

Cette semaine, j'ai décidé de ne pas m'impliquer dans mon TFE. Pour cause, je pense qu'il est pour moi nécessaire de relâcher un peu la pression. Cela tombe bien, puisque j'ai la chance cette année de pouvoir participer au beyond tellerand : un événement qui porte sur le web design et le développement. Conclusion de la semaine : prendre du recul sur mon travail m'aura été plus que bénéfique, puisque j'en ressors avec un paquet d'idées et des souvenirs plein la tête !



FEEDBACK, ÉVOLUTION ET USERONBOARD

| 16 Mai 2016

J'ai rencontré monsieur Bourgaux cette semaine et cela ne pouvait pas tomber mieux. En effet, je n'ai pas retouché à mon projet depuis la dernière présentation et le fait de le redécouvrir en même temps qu'un de mes professeurs me permettra d'avoir un avis neuf sur mon propre travail. Voici ses remarques :


- "L'icône du personnage pourrait être plus sympa : qu'il est un caractère unique, essaye aussi de le rendre plus dynamique "
- "Propose à tes utilisateurs le choix d'affichage des récompenses : même si ce n'est pas fonctionnel, ce n'est pas grave : mais au moins montre que tu y as réfléchi !"

- "Pour toi, le plus important maintenant est de concevoir une landing page de qualité : vous l'avez tous oubliée, mais la landing page fait partie intégrante de votre projet et est un travail à part entière."

" Pour être sûr du bon fonctionnement de l'expérience que tu proposes, fais toi un "User Onboarding ". Après coup si il y a des choses à corriger, corrige."


EVOLUTION CARACTERE DU PERSONNAGE

12:30

RUNTONSTOCK  30 pts

30 POINTS GAGNÉS

Temps : 12min28 Rythme : 8km/h




.....

2.9 KM **3 KM** 3.1 KM

GAGNER 30 POINTS D'EFFORT




12:30

RUNTONSTOCK  30 pts

30 POINTS GAGNÉS

Temps : 12min28 Rythme : 8km/h



.....

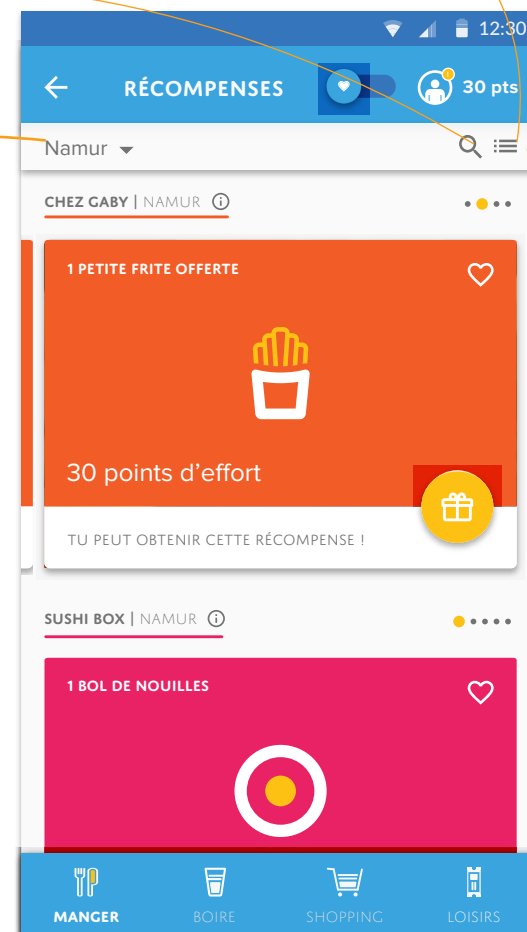
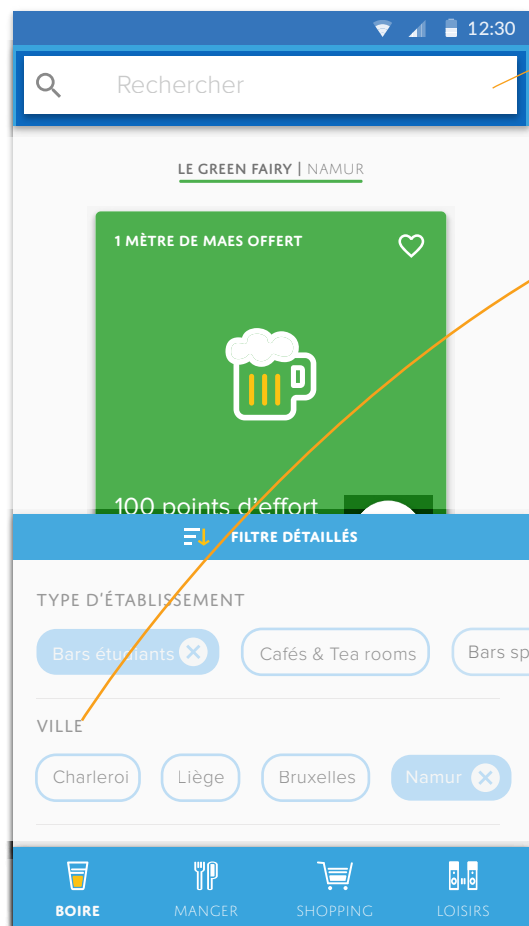
2.9 KM **3 KM** 3.1 KM

GAGNER 30 POINTS D'EFFORT

ÉVOLUTION DYNAMISME DU PERSONNAGE (ANIMATION)



ÉVOLUTION CHOIX D’AFFICHAGE RÉCOMPENSES ET FILTRES



choix d'affichage
(liste ou cartes)

TESTER LES SCÉNARIOS D'USAGE

Lancement de l'app' |
récapitulatif du concept
et de ses fonctionnalités





Recherche de récompenses
(offre de réduc' pour boire à Namur)


RUNTONSTOCK 0 pts

SALUT L'AMI !

Tu as 0 points d'efforts



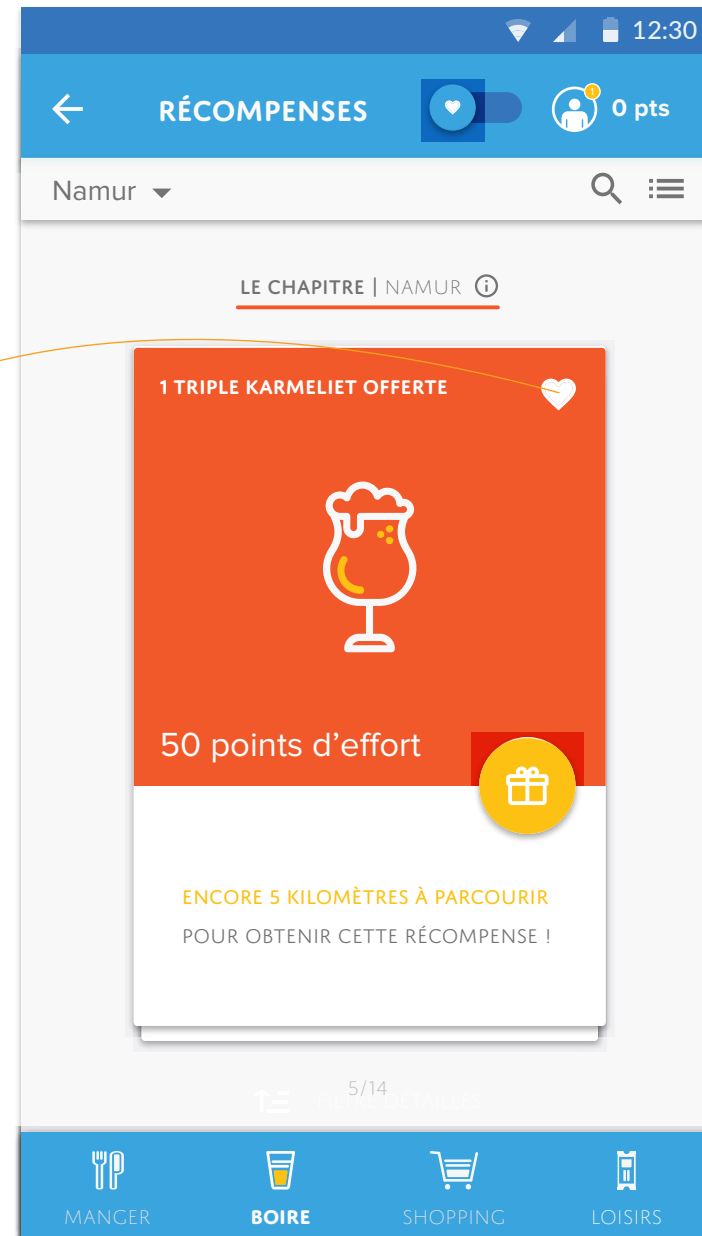
GAGNE DES POINTS D'EFFORT 

CHERCHE UNE RÉCOMPENSE 

Recherche de récompenses
(pour boire à Namur)







Ajout des offres intéressantes
dans ses favoris / coups de coeur



Compare rapidement
ses offres favorites

12:30





FAVORIS 0 pts

 50 points	1 TRIPLE KARMELIET OFFERTE Le Chapitre Namur ENCORE 5 KM !	✕ 🏃
 50 points	1 SCHÖFFERHOFER OFFERTE Le Chapitre Namur → ENCORE 5 KM !	✕ 🏃
 100 points	1 MÈTRE DE MAES OFFERT Green Fairy Namur → ENCORE 10 KM !	✕ 🏃
 150 points	1.5L DE CHAMPAGNE OFFERT Le flagdel Namur → ENCORE 15 KM !	✕ 🏃

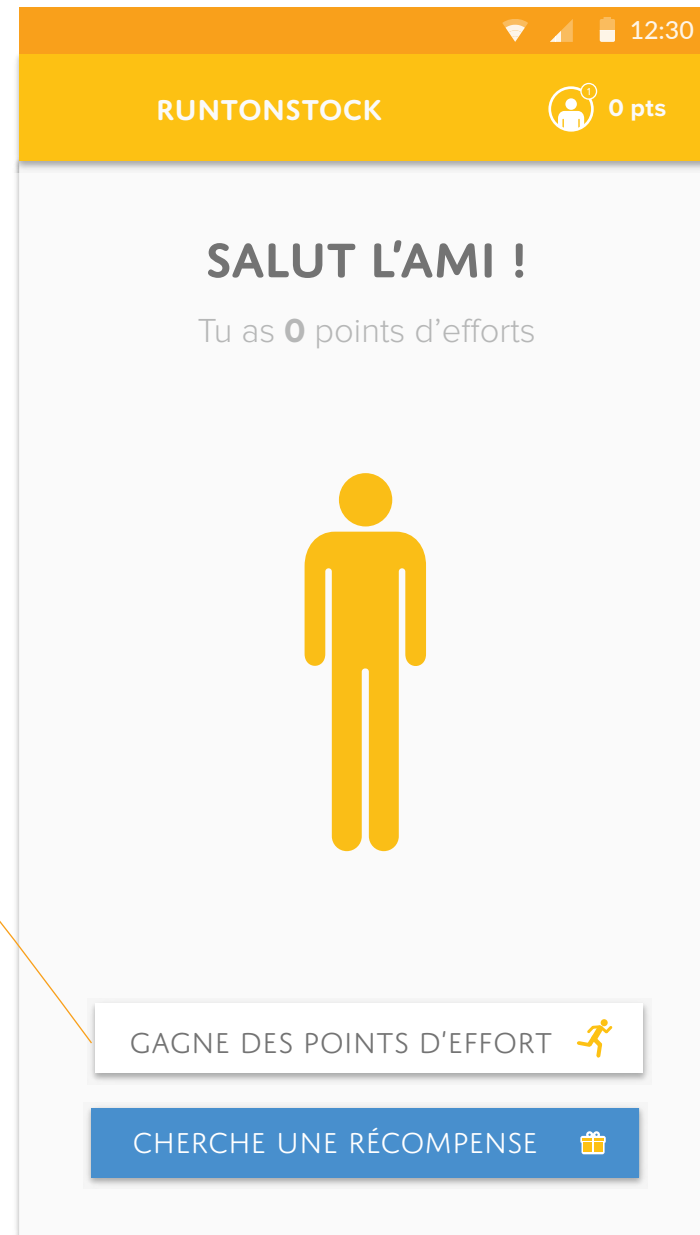
Ne sait pas se décider,
décide d'aller courir
pour 50 pts d'efforts

12:30

FAVORIS 0 pts


 50 points	1 TRIPLE KARMELIET OFFERTE Le Chapitre Namur ENCORE 5 KM !	✕ 🏃
 50 points	1 SCHÖFFERHOFER OFFERTE Le Chapitre Namur → ENCORE 5KM !	✕ 🏃
 100 points	1 MÈTRE DE MAES OFFERT Green Fairy Namur → ENCORE 10 KM !	✕ 🏃
 150 points	1.5L DE CHAMPAGNE OFFERT Le flagdel Namur → ENCORE 15 KM !	✕ 🏃

Ne sait pas se décider,
décide d'aller courir
pour 50 pts d'efforts




Cours 5km =
remporte 50 points

12:30

RUNTONSTOCK  30 pts

50 POINTS GAGNÉS

Temps : 12min28 Rythme : 8km/h



.....▼.....

4.9 **5 KM** 5.1 KM

.....▲.....

CAGNER 50 POINTS D'EFFORT

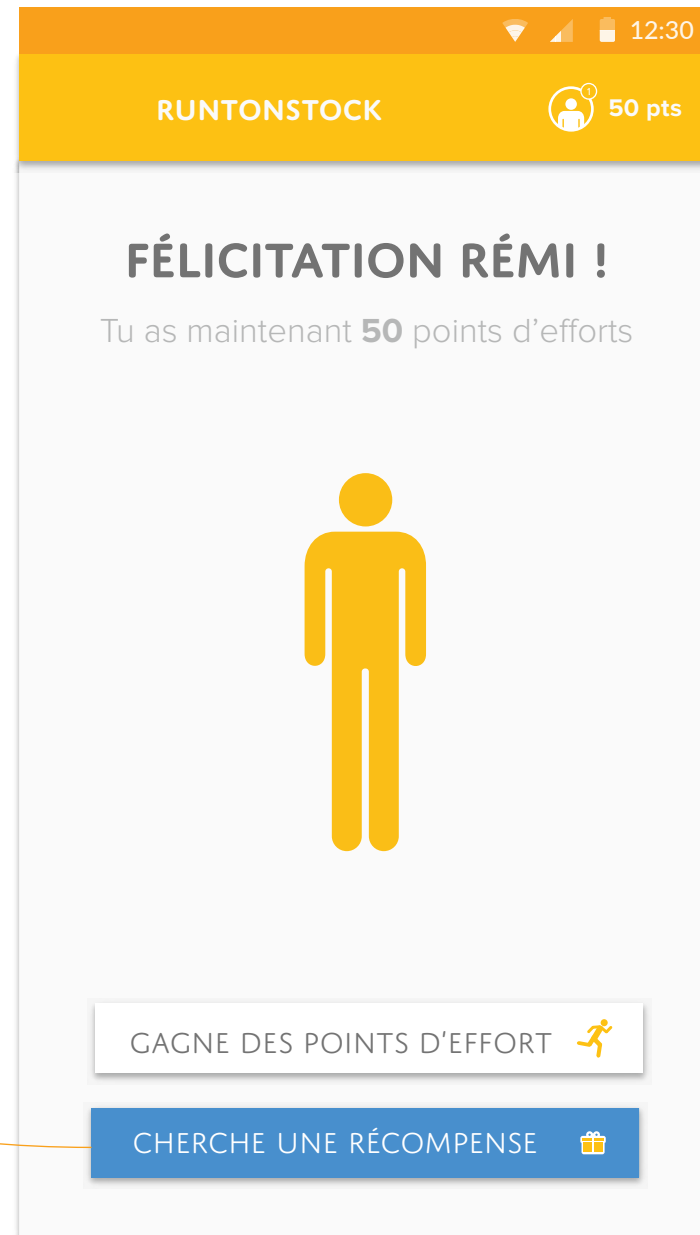
Après enregistrement (inscription),
retourne dans ses favoris



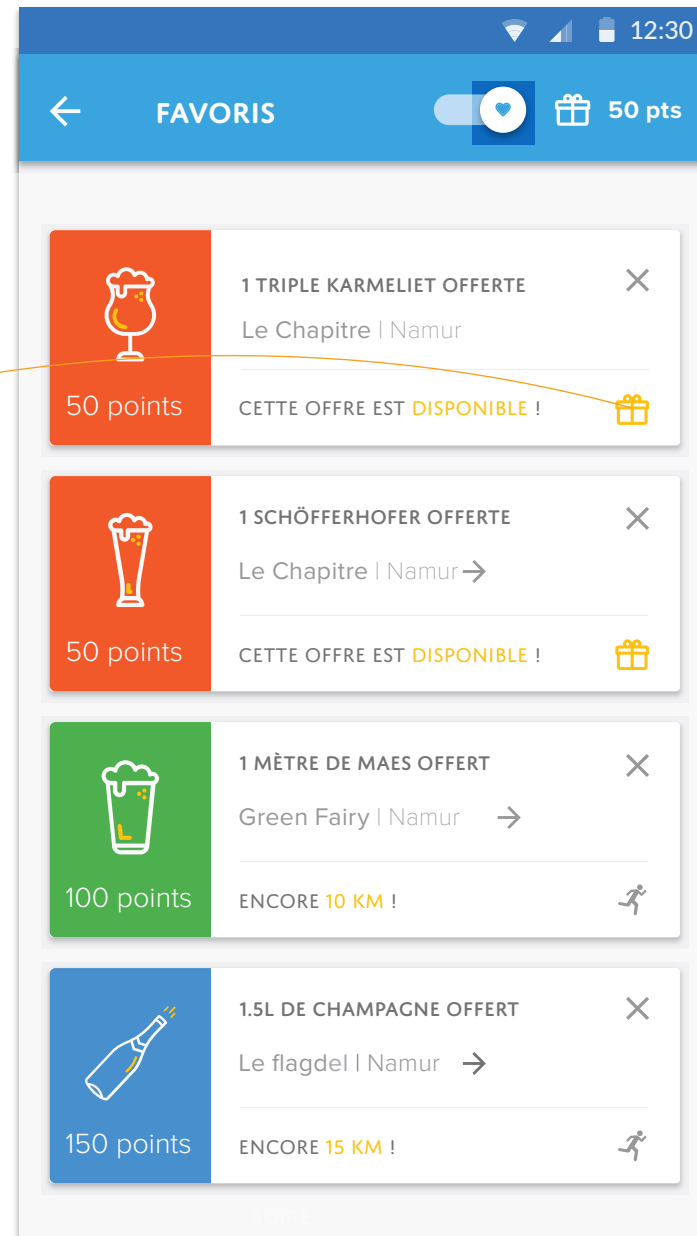
Après enregistrement (inscription),
retourne dans ses favoris

The screenshot shows a mobile application registration screen. At the top, there is a status bar with signal strength, Wi-Fi, and battery icons, and the time 12:30. Below the status bar is a navigation bar with a back arrow and the title 'INSCRIPTION'. The main content area contains three input fields: 'Rém|', 'Adresse email', and 'Mot de passe'. Below these fields is a section for 'GÉOLOCALISATION*' with a toggle switch that is currently turned on. A note below the toggle reads: '*Active la géolocalisation pour afficher les offres et bons de réductions les plus proches de toi !'. At the bottom of the screen is a large orange button labeled 'JE M'INSCRIS !'. An orange arrow points from the text box on the left to the bottom of the registration form.

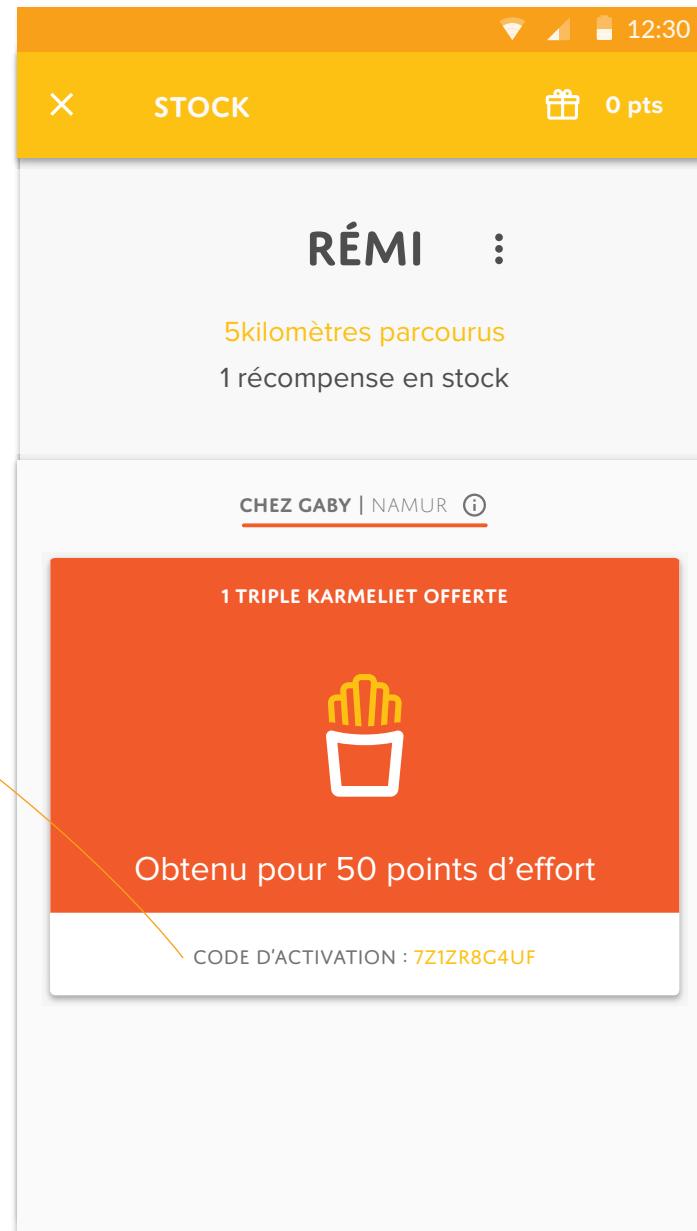
Après enregistrement (inscription),
retourne dans ses favoris



Se décide d'obtenir pour 50pts
1 Triple karmeliet au Chapitre



Se rend au Chapitre avec des amis
présente son code au barman
1 bière offerte = 1 Rémi heureux !



EVOLUTION LANDING PAGE

| 23 Mai 2016

RUNTONSTOCK trouves ta motivation cours... soit récompensé ! Devenez partenaire Essayer la démo

RUNTONSTOCK

l'application de running qui te **récompense** de tes efforts

[ESSAYER LA DÉMO](#) [EN SAVOIR PLUS](#)

35 POINTS GAGNÉS

ENCORE 3.5 km

Temps : 12min28 Rythme

50%

0km 3.5km

ARRETER LA COURSE

30 pts d'effort RÉCOMPENSES

Charleroi Liège Bruxelles Namur

Bars étudiants Cafés & Tea rooms Bars sp

LE GREEN FAIRY | NAMUR

1 mètre de bière offert 100 pts

Il te manque encore 70pts d'effort!

LE MONDE À L'ENVERS | NAMUR

BOIRE MANGER SHOPPING LOISIRS

RUNTONSTOCK

l'application de running qui te récompense de tes efforts

TÉLÉCHARGER L'APP 

DÉMARRER LA VIDEO 





RUNTONSTOCK

l'application de running qui te récompense de tes efforts

TÉLÉCHARGER L'APP 

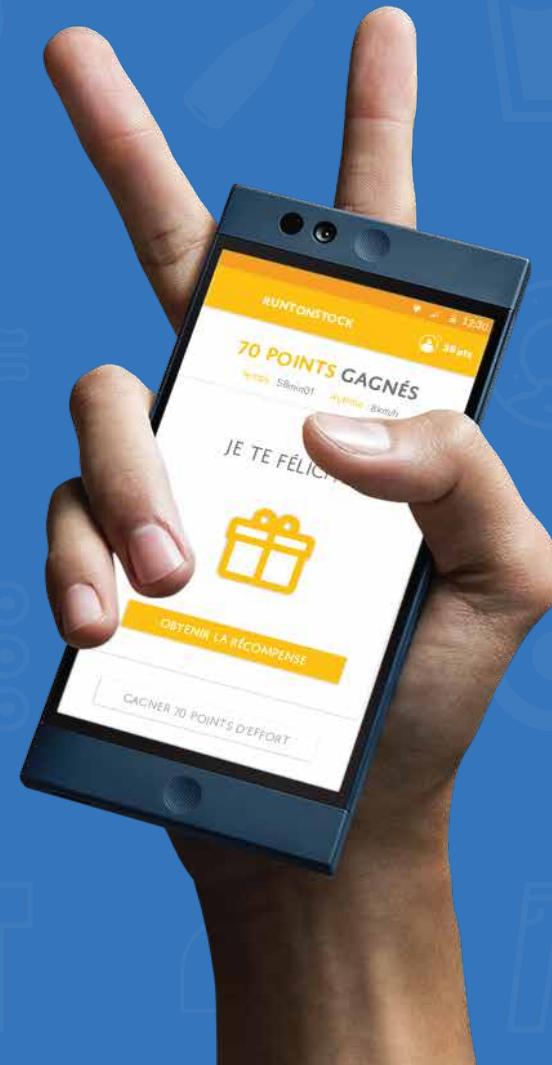
EN SAVOIR PLUS 

RUNTONSTOCK

LA 1ÈRE APP' DE SPORT QUI NE TE FERA PAS DEVENIR UN ATHLÈTE

(mais la 1ère qui t'offre **un mètre de bière** pour **5 kilomètres** de course.)

TÉLÉCHARGER L'APPLICATION 



LA FIN DE LA COURSE

| 01 Juin 2016

Me voici à quelques jours de la présentation finale, déjà. Il ne me reste plus qu'à peaufiner les derniers petits détails du projet et surtout préparer une présentation de qualité. Pour moi, L'objectif fixé pour cette dernière est d'insister sur la signification du TFE à mes yeux, mettre en valeur ma problématique initiale, mes recherches et réflexions. En bref, arriver à introduire le jury dans mon univers et le convaincre du potentiel de l'application.

DU FOND DU COEUR, MERCI



Que dis-je ? un ÉNORME MERCI à l'ensemble du corps professoral pour son enseignement, ses conseils et ses encouragements. Merci de voir le meilleur en chacun d'entre nous et de nous pousser toujours plus loin.

A ma famille aussi : Ma grand-mère, mes parents pour m'avoir soutenu jusqu'au bout quoi qu'il arrive. Merci à mon frère pour les conseils et l'aide apportée pour l'animation du runtontockman !

Mes amis de France bien sûr... Et surtout de Belgique ! Merci à vous tous pour votre constante bonne humeur et votre aide, également pour m'avoir fait découvrir la bière et ses bienfaits !

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



QUELQUES LECTURES

[Smashing UX Design](#) |
goodreads.com/book/show/8675550-smashing-ux-design

[100 Things Every Designer Needs to Know about People](#) |
goodreads.com/book/show/10778139-100-things-every-designer-needs-to-know-about-people

[Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability](#) |
goodreads.com/book/show/18197267-don-t-make-me-think-revisited

[Content strategy for mobile](#) |
abookapart.com/products/content-strategy-for-mobile

[Designing for emotion](#) |
abookapart.com/products/designing-for-emotion

SOURCES

[Style](#) | google.com/design/spec/material-design/introduction.html

[typographie](#) | typekit.com

[Grille](#) | bohemianalps.com/tools/grid

[Points de fixation](#) | imakewebthings.com/waypoints

[icônes](#) | thenounproject.com

[images](#) | gratisography.com

ET APRÈS ?

| 06 Juin 2016

Voilà donc ce TFE qui se termine. Quand j'y pense, après près de 5 mois de travail sur un seul et même projet, quelle sensation étrange! Avec du recul, je me rends compte que ces 5 mois de débrouillardise assistée auront été plus que bénéfiques. Selon moi, c'est ça, DWM : nous former d'abord aux notions de base, outils et techniques, puis nous laisser le choix sur les compétences à approfondir.

ET ALORS, QU'EST-CE QUE J'AI APPRIS ?

Je pense qu'il est impossible d'être expert dans tous les domaines : selon moi il vaut mieux être très bon dans un seul qu'être médiocre dans tout. J'ai alors ciblé mon travail sur ce qui m'intéresse le plus : le design centré utilisateur. En bref, j'ai lu, beaucoup, et j'ai assimilé des connaissances, sciences humaines et psychologie en tête de liste. Mais quel est le rapport entre ces domaines et mon TFE me direz-vous ? Eh bien, mon TFE était tout simplement une occasion de mettre en pratique ces connaissances.

Je pense que concevoir une bonne expérience utilisateur est tout un défi, et si je devais avoir un seul rôle à jouer je pense que ce serait de penser à l'utilisateur final en amont : rendre le projet utile avant qu'il soit "beau".

AU REVOIR DWM

*Ayant eu la chance d'être admis en Mastère UX Design à l'ECV Digital de Bordeaux rentrée 2016/2017, je poursuis ma route vers de nouvelles aventures en me spécialisant en **sociologie de l'utilisateur**. Objectif: signer un contrat pro' dans un agence qui déchire. Rythme : 4/5 du temps en entreprise, 1/5 à l'école : alternance = expérience !*

Je quitte donc la Belgique... Définitivement. Enfin, non : j'espère bien pouvoir revenir dans le grand nord de temps en temps pour saluer ce qui est maintenant pour moi ma deuxième grande famille.

DWM un jour, DWM toujours ? Je pense bien oui.

Alors toi aussi lecteur, si tu as envie d'apprendre à apprendre, peut-être devenir une licorne qui donne forme à un message, tente l'aventure Design Web & Mobile : tu ne le regretteras pas ;) !

Encore merci pour le voyage,

Quentin.




Salut l'HEAJ !

Moi c'est Quentin, concepteur et développeur d'expériences*.
(*Interactives, utiles, simples et agréables pour l'utilisateur.)

INFORMATIONS

 **Nom**
Quentin CHARLES

 **Adresse**
2 rue des otages
59150 Wattrelos

 **Téléphone**
+33.7.82.27.20.64

 **Site**
quentin-charles.fr

 **Email**
quentin.infographie@gmail.com

RÉSEAUX SOCIAUX

 **Skype**
quentin.charles12

 **Twitter**
@Qu3ntin_Charles

 **LinkedIn**
Quentin Charles

 **Facebook**
Quentin Charles

CENTRES D'INTÉRÊT

 **Le sport**
Développer l'esprit d'équipe

 **Le dialogue**
Élargir mon point de vue

 **La psychologie**
Comprendre l'Humain

 **La scène**
Faire vivre des expériences



EXPÉRIENCES

19/10/15
04/01/16

Stage chez EXTRA
CONCÉPTEUR UX/UI

Première expérience professionnelle d'une durée de 3 mois, j'ai pu mettre en pratique mes compétences sur le terrain au coeur de cette agence lyonnaise pas comme les autres.

22/09/15
16/10/15

YEKO Bank | borne interactive
CONCÉPTEUR UX

Par équipe de 7, nous avons eu 3 semaines pour concevoir, développer et construire une borne interactive innovante afin d'optimiser un service en fonction de ses utilisateurs.

15/05/15
19/06/15

portfolio en ligne | site responsive
CONCÉPTEUR UX | FRONT-END DÉVELOPPEUR
Ma présence en ligne (quentin-charles.fr) vous invite à découvrir en profondeur mon univers : mes méthodes de travail, mes réflexions et progrès concernant mes projets.



ÉTUDES

2012
2016

Haute École Albert Jacquard | Namur, Belgique
BACHELOR TECHNIQUES INFOGRAPHIQUES
L'option "Design web & mobile" me permet de prolonger ces rapports humains à plus grande échelle, transmettre de l'émotion dans un message, quelle que soit sa forme.

2011
2012

Union Française des Centres de Vacances et de Loisirs | Lille, France
BREVET D'APTITUDE AUX FONCTIONS D'ANIMATEUR
D'un naturel joyeux et empathique, l'animation me permet de voyager, de découvrir de nouveaux horizons, de communiquer avec une grande diversité de personnes.

2010
2012

Lycée Saint-Rémi | Lille, France.
BACCALAURÉAT ÉCONOMIQUE ET SOCIAL
Avec comme spécialité les sciences sociales, j'ai appris à analyser le monde et les personnes qui m'entourent : à écouter et surtout à essayer de résoudre des problèmes.