

2024

---



Vous recherchez un Product Designer ?

**Bienvenue sur mon Portfolio,  
je m'appelle Ondine !**

## À propos de moi



### Soft skills

- Calme
- Organisée
- Autonome
- Créative

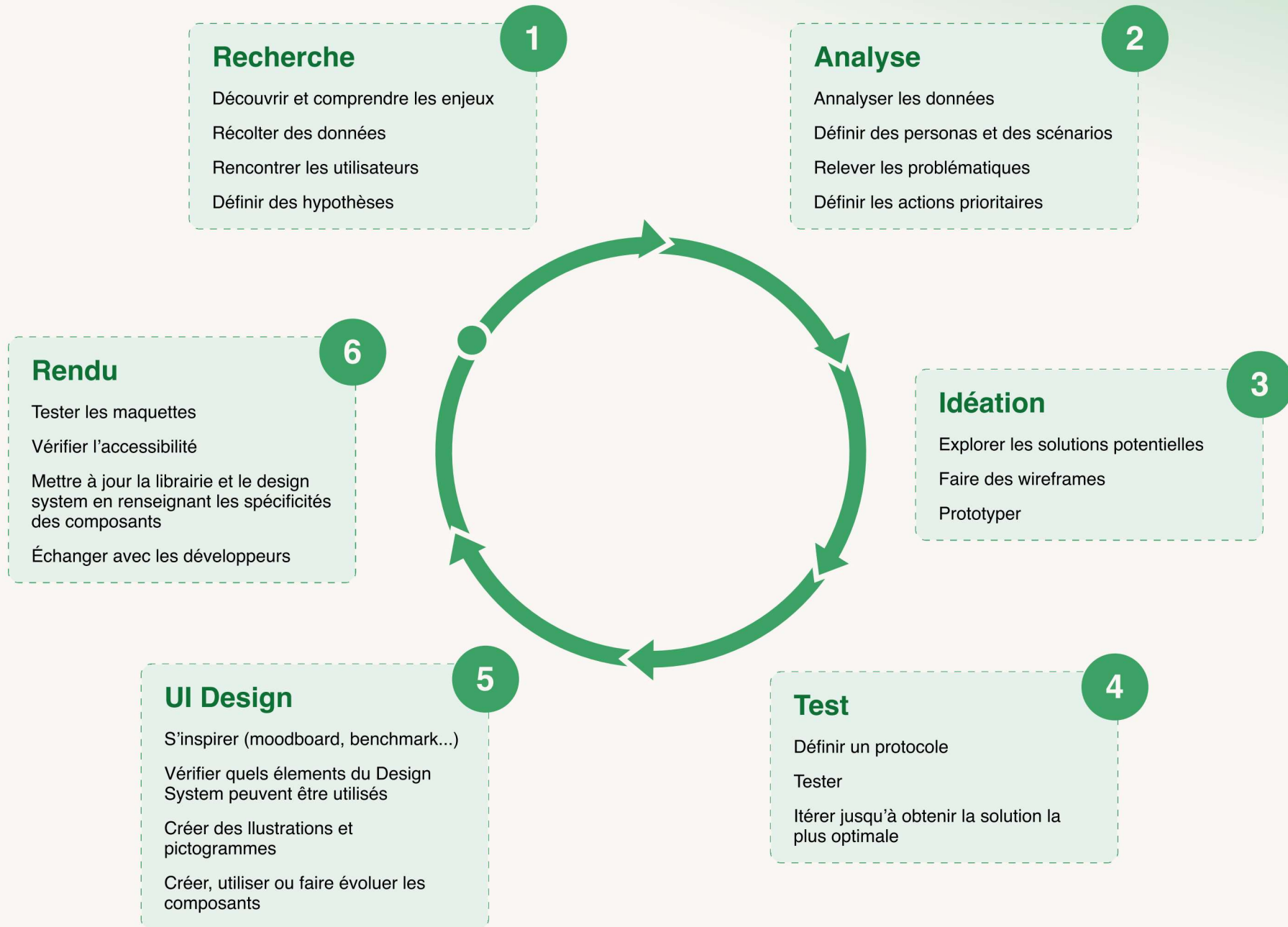
Après avoir commencé ma carrière comme UI Designer, j'ai appris l'UX en autodidacte pour améliorer l'expérience utilisateur du site e-commerce sur lequel je travaillais.

Passionnée par ce domaine, j'ai décidé de poursuivre mes études et ai obtenu un master spécialisé en UX Management et Design Thinking, ce qui m'a permis de devenir à la fois UI et UX Designer.

Pendant 4 ans j'ai travaillé en tant qu'UX Designer chez ENGIE Particulier, où j'ai pu développer mes compétences en expérience utilisateur.

Aujourd'hui, je suis prête à relever de nouveaux défis en tant que Product Designer, pour pouvoir exploiter l'ensemble de mes compétences et de mes connaissances.

# Mon Design Process

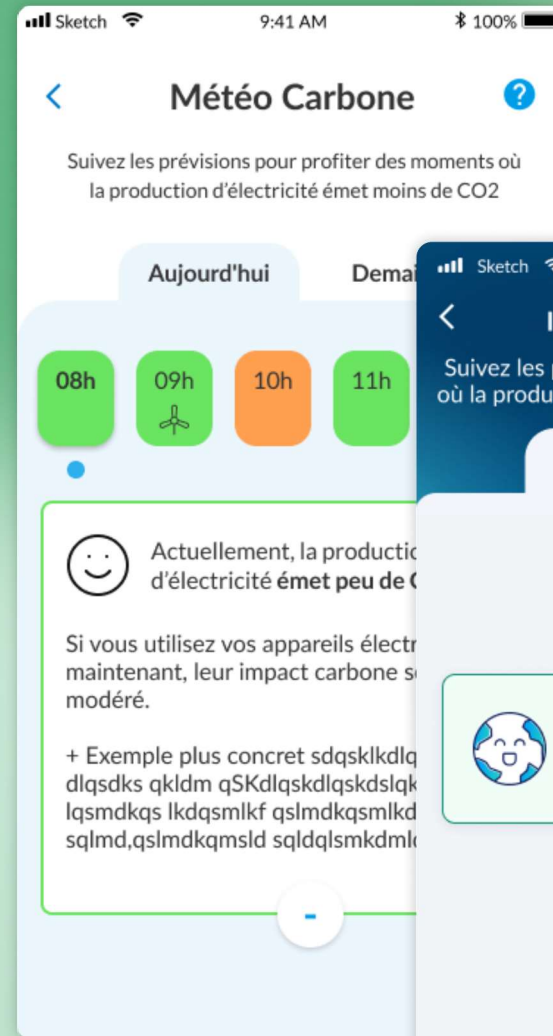


ENGIE

## Impact Carbone (ex Météo Carbone)

Dans le but de renforcer l'image d'ENGIE en tant que fournisseur d'électricité avant-gardiste dans la transition énergétique, il a été décidé de développer une nouvelle fonctionnalité pour l'application mobile ENGIE (Android et iOS).

Cette fonctionnalité devait permettre d'informer les utilisateurs des variations des émissions de carbone liées à la production d'électricité, afin qu'ils puissent agir sur l'impact carbone de leur propre consommation.



Wireframe



Maquette HD



Figma



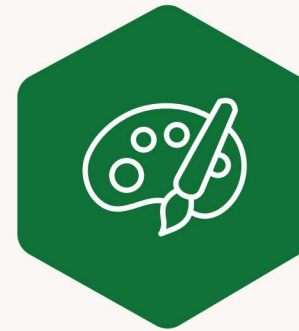
Ateliers d'idéation et  
de co-conception



Wireframes



Tests utilisateurs



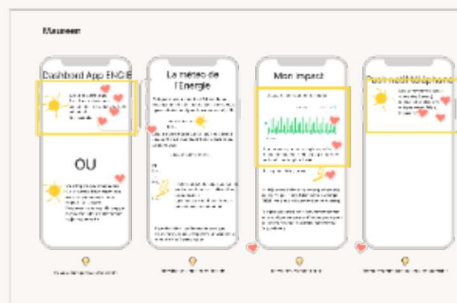
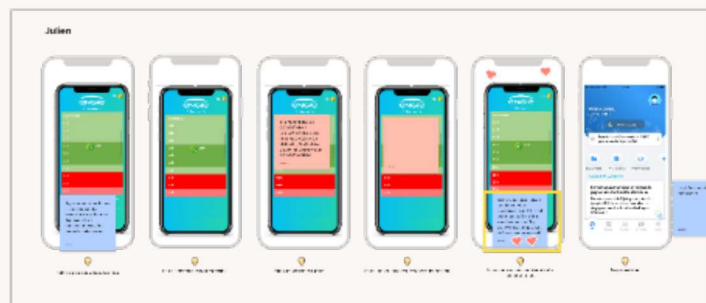
UI Design

## Encadrement d'un atelier de co-conception

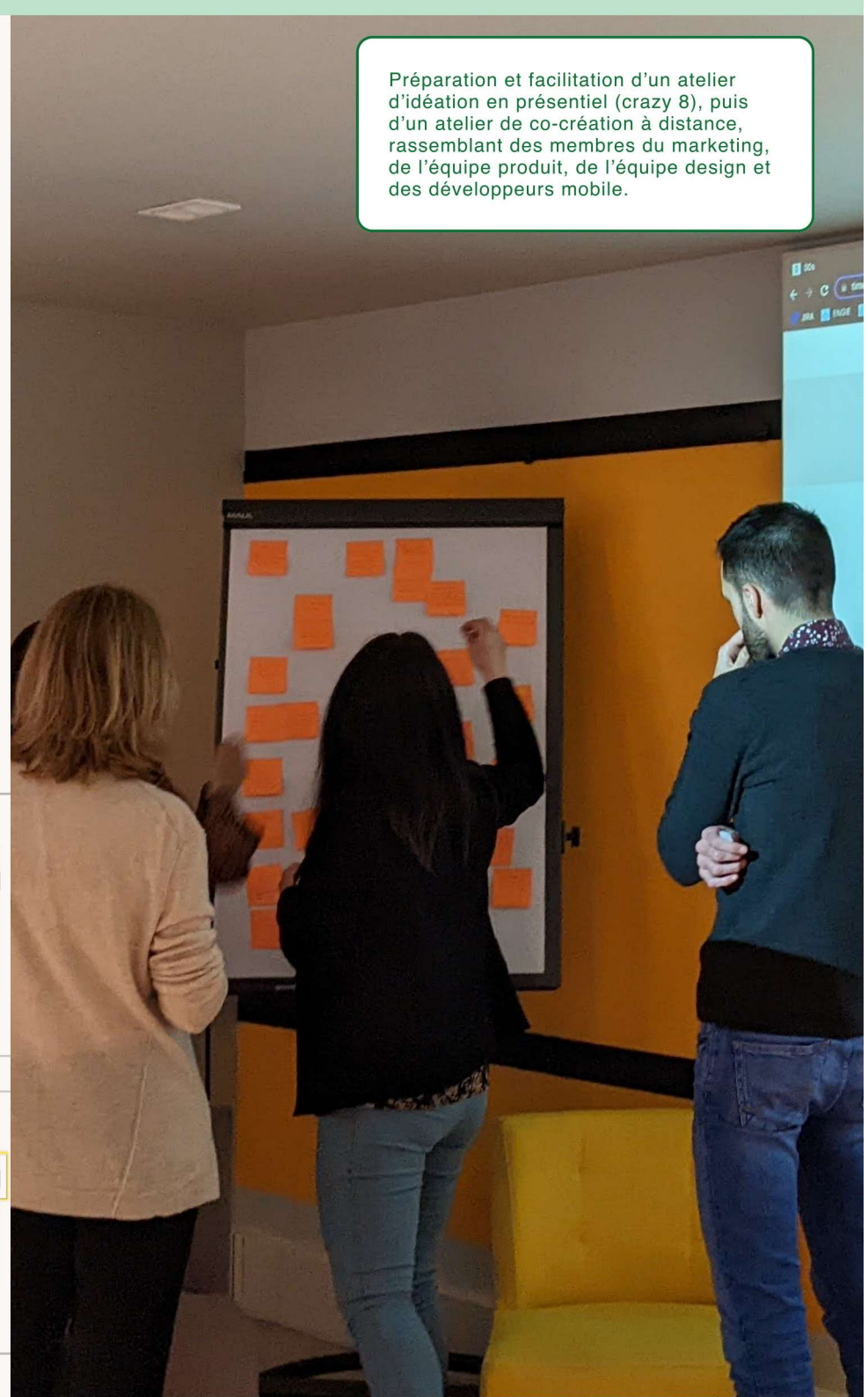


### 6 to 1

**Partie 1**  
Chaque participant a 8 genres d'animaux, dans lesquels doit réaliser 8 propositions d'interfaces différentes.  
**Problématique** : Comment recréer la fonctionnalité "Météo Elec" de manière à ce qu'elle soit compréhensible et adaptée pour les clients ?



Préparation et facilitation d'un atelier d'idéation en présentiel (crazy 8), puis d'un atelier de co-création à distance, rassemblant des membres du marketing, de l'équipe produit, de l'équipe design et des développeurs mobile.



# Wireframes

Vert



Jaune



Orange



Réalisation des wireframes des différents écrans de la fonctionnalité, ainsi que des cas d'erreur.

Prototypage d'un parcours client avec les wireframes.

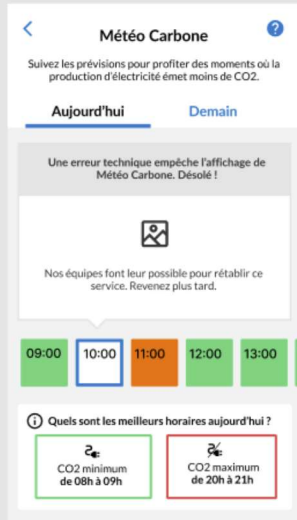
Tests utilisateurs qualitatifs avec Testapic afin d'obtenir des retours des clients sur la compréhension de la fonctionnalité et du parcours.

Amélioration des wireframes suites aux tests utilisateurs.

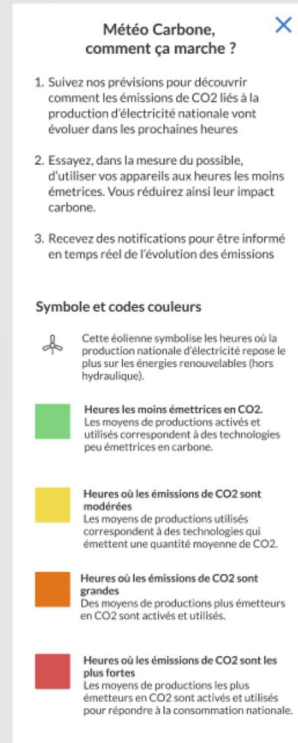
Chargement



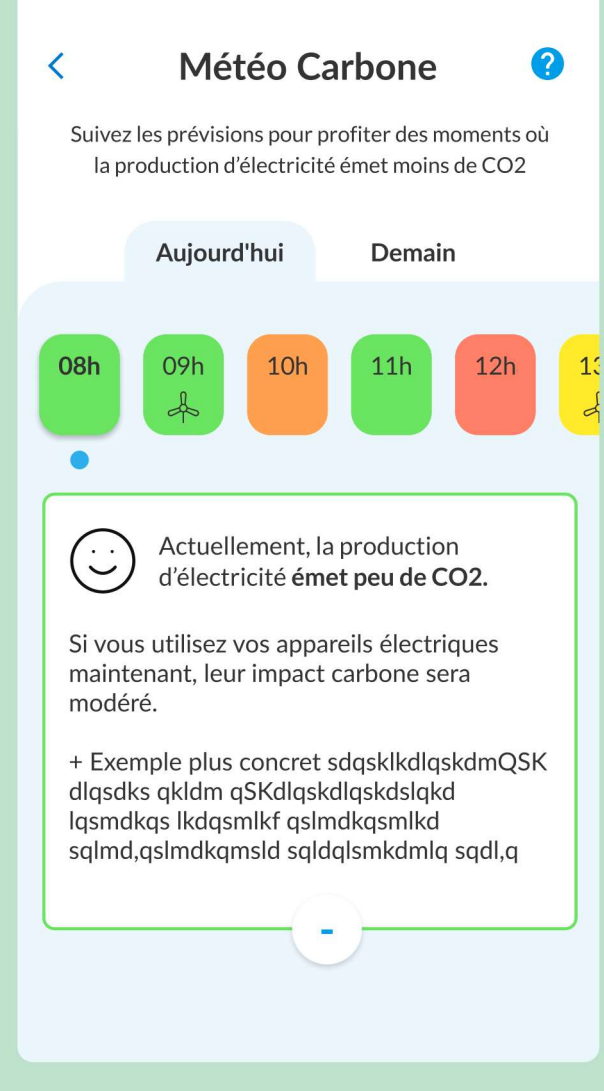
Erreur



Page détails

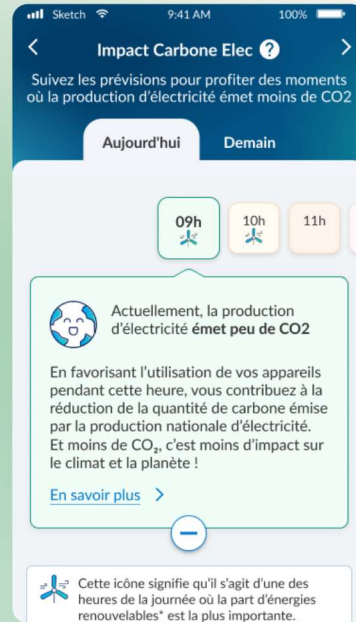


Sketch 9:41 AM 100%



Correction suite aux tests UX

Création des maquettes en utilisant la charte et le Design System de l'application mobile d'ENGIE Particulier.





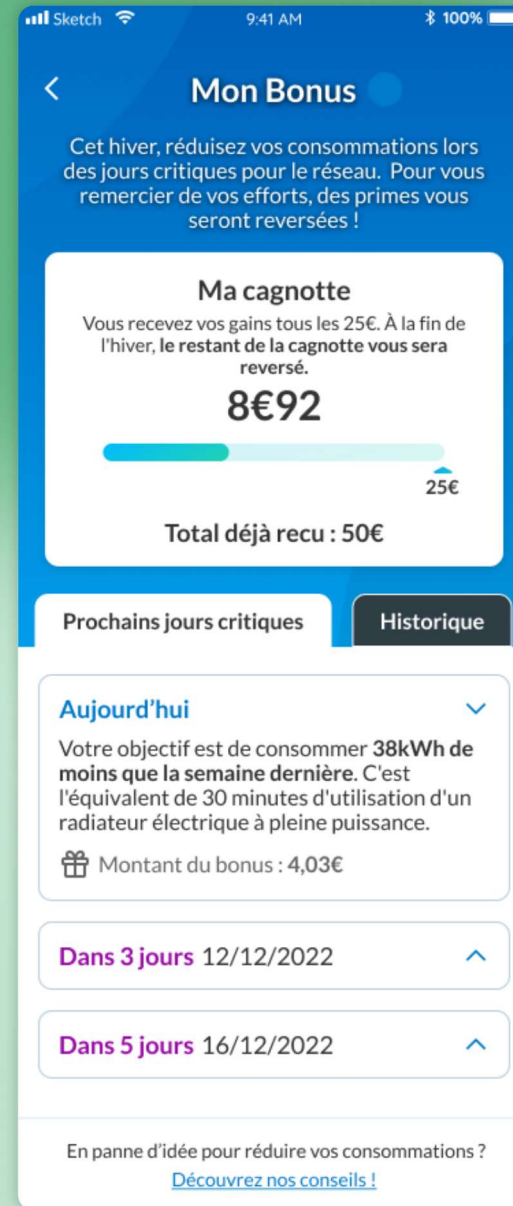
ENGIE

## Mon Bonus

ENGIE est le premier fournisseur de gaz naturel et d'électricité verte en France. Au sein de l'équipe Design & Data d'ENGIE Particuliers, j'ai participé à la création de la fonctionnalité "Mon Bonus ENGIE". Cette initiative a été lancée en réponse à l'appel du gouvernement pour inciter les clients à réduire leur consommation énergétique durant les jours de forte tension sur le réseau électrique de l'hiver 2022-2023.



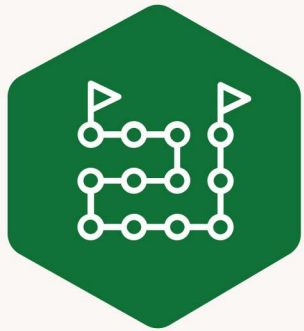
Figma



Version app



Version web



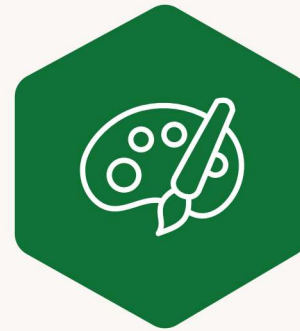
Définition du parcours utilisateur



Wireframes



Guerilla tests

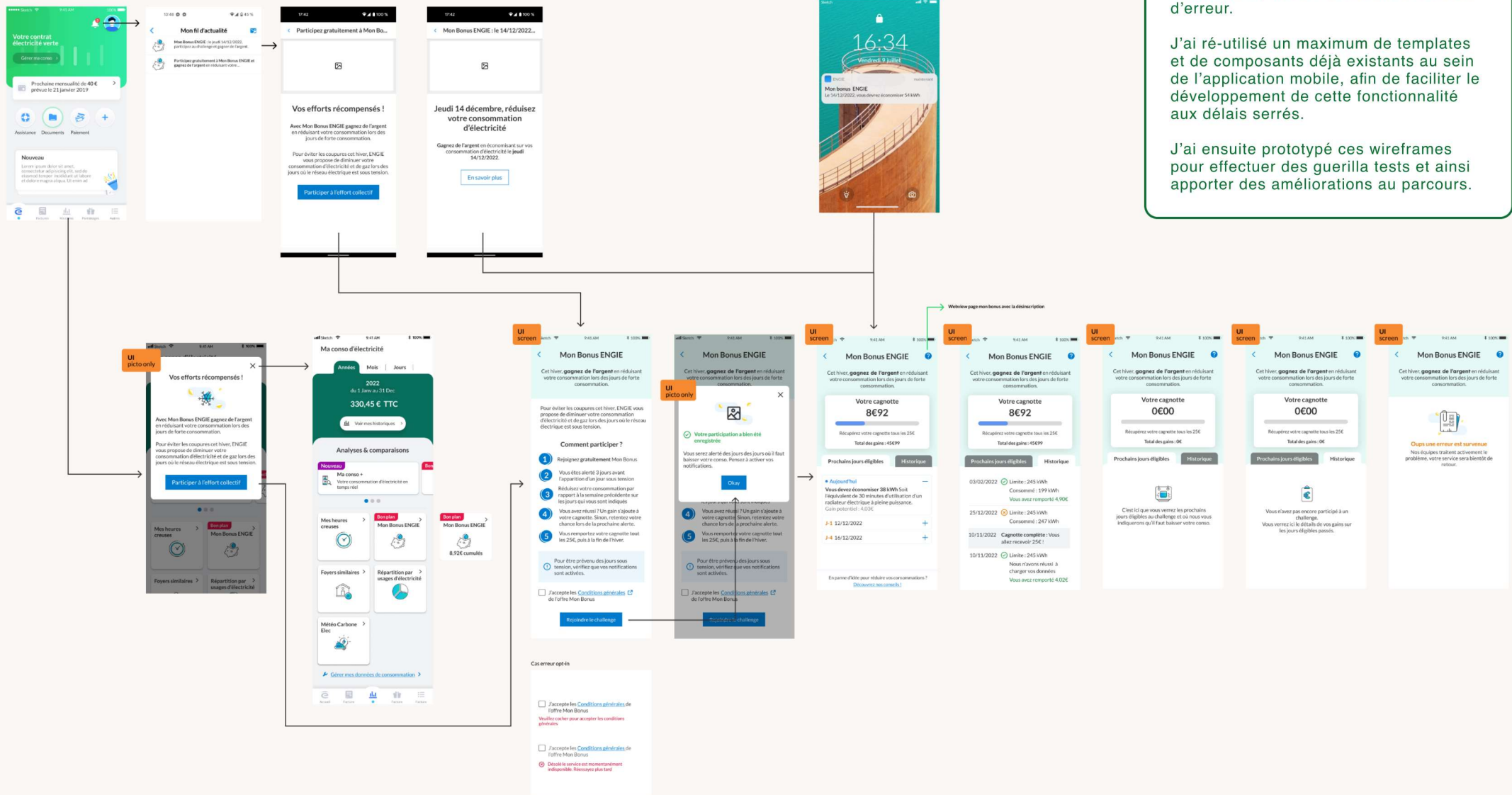


UI Design



Analyse des données

# Wireframes application iOS & Android



J'ai tout d'abords réalisé un user flow, puis un wireflow pour définir le parcours utilisateur : de l'inscription à la clôture de challenge, en passant par l'envoi de notifications, le suivi des défis et les cas d'erreur.

J'ai ré-utilisé un maximum de templates et de composants déjà existants au sein de l'application mobile, afin de faciliter le développement de cette fonctionnalité aux délais serrés.

J'ai ensuite prototypé ces wireframes pour effectuer des guerrilla tests et ainsi apporter des améliorations au parcours.

Défi imminent

Une fois les wireframes validés, j'ai créé les composants manquants et fait évoluer des composants existants afin qu'ils répondent au besoins du parcours. Puis, j'ai mis à jour ces composants dans le Design System en expliquant leur usage et les espacements utilisés.

Enfin, j'ai créé les maquettes finales en utilisant le design system d'ENGIE Particuliers et les composants nouvellement créés.

Inscription

**Inscription**

Utiliser Ma conso au quotidien, c'est vous engager dans la transition énergétique!

**Bon plan**

**Mon Bonus**  
Agissons ensemble!

Cet hiver, réduisez vos consommations certains jours. Pour vous remercier, des primes vous seront reversées!

J'accepte les [Conditions générales](#) de l'offre Mon Bonus

[Je participe](#) [Comment ça marche?](#)

Electricité | Gaz

Vous possédez un compteur LINKY ?

**Historique de consommation en électricité\***

Heures | Jours | Mois | Année

| Date     | Consommation | Abonnement | Total |
|----------|--------------|------------|-------|
| 18/01/20 | 1.2€         | 0.0€       | 1.2€  |
| 18/01/21 | 1.2€         | 0.0€       | 1.2€  |
| 18/01/20 | 1.2€         | 0.0€       | 1.2€  |
| 18/01/21 | 1.2€         | 0.0€       | 1.2€  |

Année en cours

**Je suis un bloc conseil**  
Lorem ipsum dolor sit amet, coseter adipiscing elit. Morbi vel erat non muris conallis vehicula.

[Analyser](#)

**ENGIE** | Aide

Accueil | Mes factures | Ma conso | Mon contrat | Déménagement

Utiliser Ma conso au quotidien, c'est vous engager dans la transition énergétique

**Mon bonus**  
Vous avez un défi imminent ! Mardi 27/09/2023, réduisez votre consommation et soyez récompensé

Electricité | Gaz

**Historique de ma consommation en électricité\***

Heures | Jours | Mois | Année | € TTC kWh | + Température

Dernière mise à jour effectuée le 18/02/2018

| Mois      | Consommation | Abonnement | Total |
|-----------|--------------|------------|-------|
| Fev 2018  | 77€          | 0€         | 77€   |
| Mars      | 77€          | 0€         | 77€   |
| Avr.      | 77€          | 0€         | 77€   |
| Mai       | 77€          | 0€         | 77€   |
| Juin      | 77€          | 0€         | 77€   |
| Juil.     | 77€          | 0€         | 77€   |
| Août      | 77€          | 0€         | 77€   |
| Sep.      | 77€          | 0€         | 77€   |
| Oct.      | 77€          | 0€         | 77€   |
| Nov.      | 77€          | 0€         | 77€   |
| Dec. 2018 | 77€          | 0€         | 77€   |
| Jan. 2019 | 77€          | 0€         | 77€   |

**Zoom sur le mois d'octobre**  
Prévision du 1 au 31 octobre 2021  
Données mises à jour quotidiennement

Nous prévoyons une consommation plus élevée qu'en octobre 2020. **+10%**

[Analyser ma conso](#)

**Le conseil du mois**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Morbi vel erat non mauris conallis vehicula.

[En savoir plus](#)

**Empreinte carbone du foyer**  
349 kg CO2e

**Mon Bonus**  
Cet hiver, réduisez vos consommations lors des jours critiques pour le réseau et soyez récompensé ! [Comment ça marche?](#)

Grâce à Mon Bonus, nous avons économisé 22 230 304 kWh dont 20 983 kWh grâce à vous!

**Ma cagnotte**  
12€50 / 25€

Total déjà reçu : 50€ [Voir l'historique](#)

**Prochains jours critiques :**

**Aujourd'hui**  
Vous devez économiser 38 kWh soit l'équivalent de 30 minutes d'utilisation d'un radiateur électrique à pleine puissance.  
Gain potentiel : 4,03€

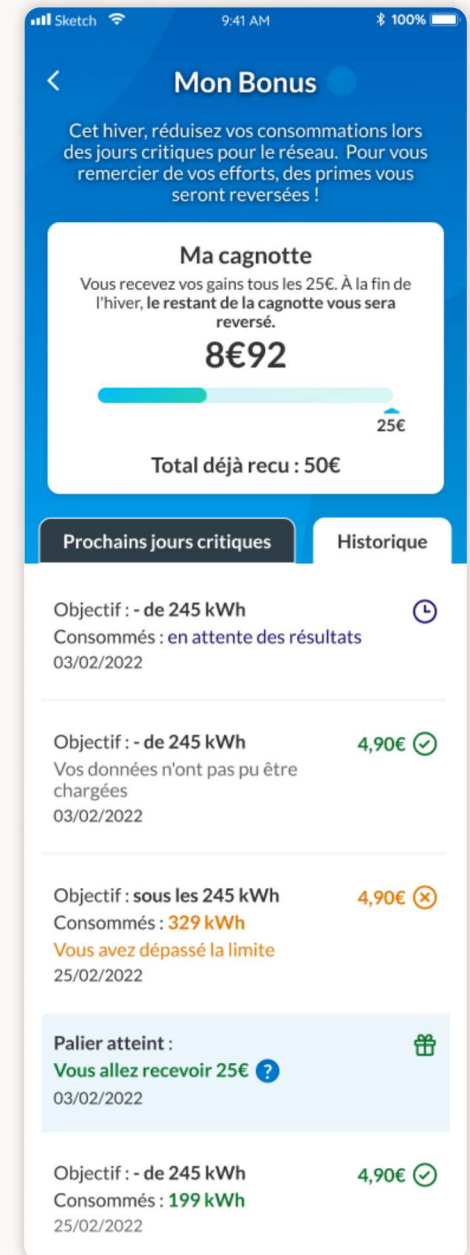
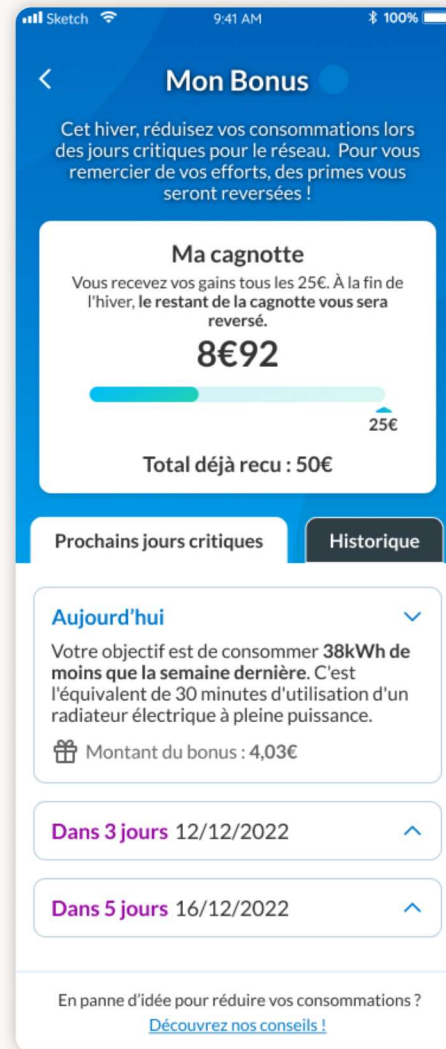
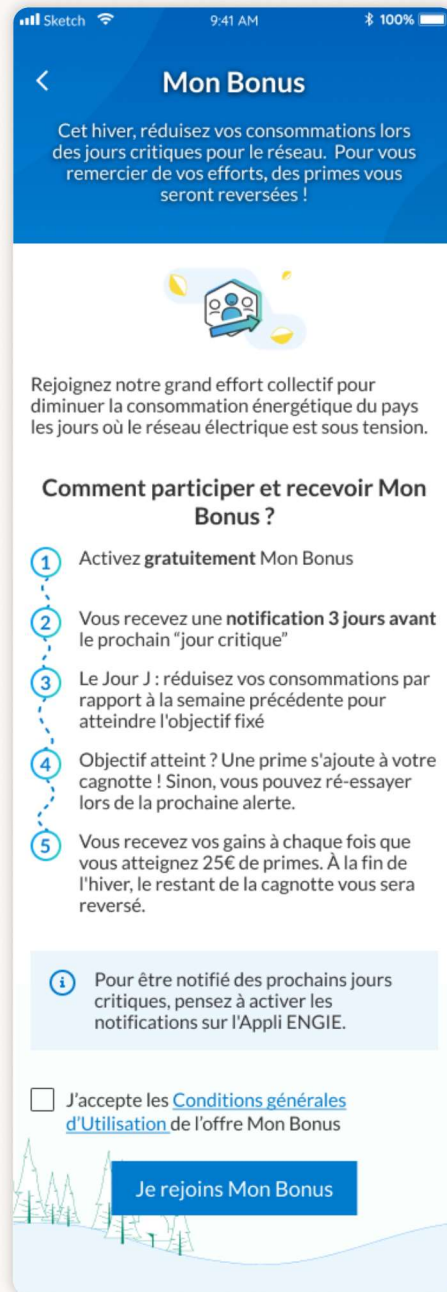
**Dans 3 jours** Le 12/12/2022 vous devrez économiser 54 kWh Gain potentiel : 4,03€

**Dans 3 jours** Le 12/12/2022 vous devrez économiser 54 kWh Gain potentiel : 4,03€

**Grâce à votre compteur Linky, analysez vos consommations en électricité**

Cliquez sur l'une des analyses suivantes

- Utilisation des
- Comparaison avec
- Comparaison avec
- Répartition



ENGIE

## Authentification multi facteur

Afin d'apporter plus de sécurité aux comptes clients ENGIE, une refonte technique a eu lieu pour utiliser l'outil OKTA, qui permet d'envoyer un code d'authentification par SMS ou par e-mail lors de la connexion.

Afin d'ajouter cet outil, j'ai été en charge de refondre les parcours de création de compte et de connexion d'ENGIE Particulier, ENGIE PRO, ENGIE Home Services et Happ-e.

Nous nous intéresserons dans ce portfolio aux parcours de l'application d'ENGIE Particuliers.



### Mon Espace Client

Adresse e-mail

Ex. nom.prenom@mail.com

Mot de passe

Ex. \*\*\*\*\*



Rester connecté

Me connecter

[Besoin d'aide ?](#)

Ou

FranceConnect est la solution proposée par l'État pour sécuriser et simplifier la connexion à vos services en ligne.



[Qu'est-ce que FranceConnect ?](#)



Google



Facebook

Première connexion ?

Créer mon Espace Client



Figma

## Mon rôle



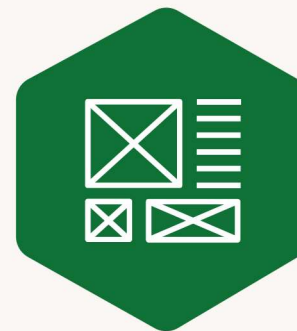
Analyse des données



Benchmark



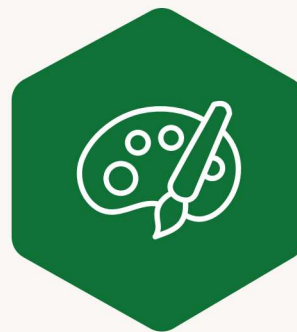
Ateliers de  
co-conception



Wireframes



Tests utilisateurs



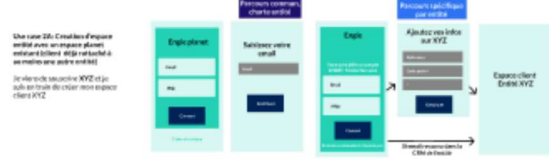
UI Design

# Recherche et wireframes

## CREATION DE COMPTE



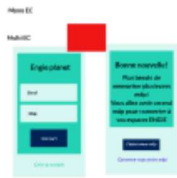
## CLIENT EXISTANT AVEC UN AUTRE ENTITE



## CLIENT EXISTANT AVEC UN AUTRE ENTITE, MAIS ESPACE PLANET N'EST PAS ACTIF



## MIGRATION



## Création de compte

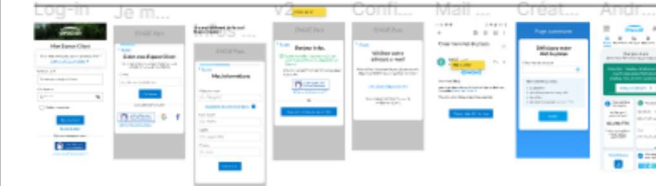
### Mono-compte



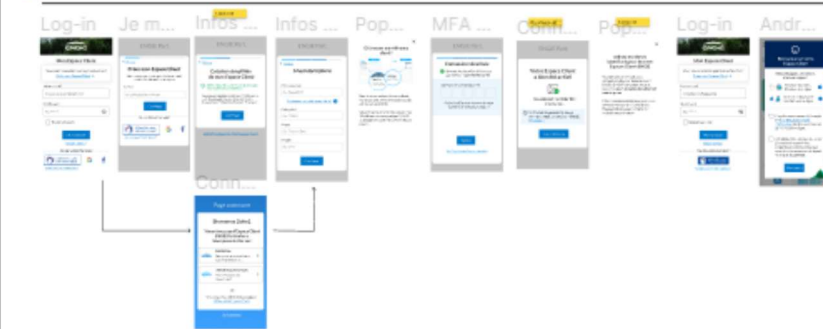
### Mono-compte / France connect, Facebook ou Google



### Espace Client déjà créé avec RS



### Multi-compte actif



### Multi-compte / séparation de comptes



Pour commencer le sujet, je me suis tout d'abord renseignée sur les parcours actuel de connexion et de création de compte, en observant les cartes de chaleurs, taux de clics et des reviews d'utilisateurs. Puis j'ai effectué un benchmark auprès d'applications ayant les mêmes utilisateurs finaux que ENGIE : énergie, banque, assurance, téléphonie, etc.

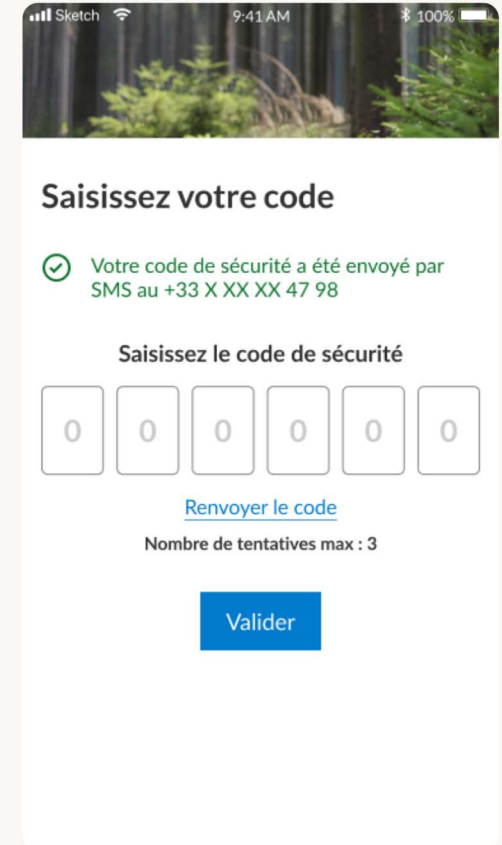
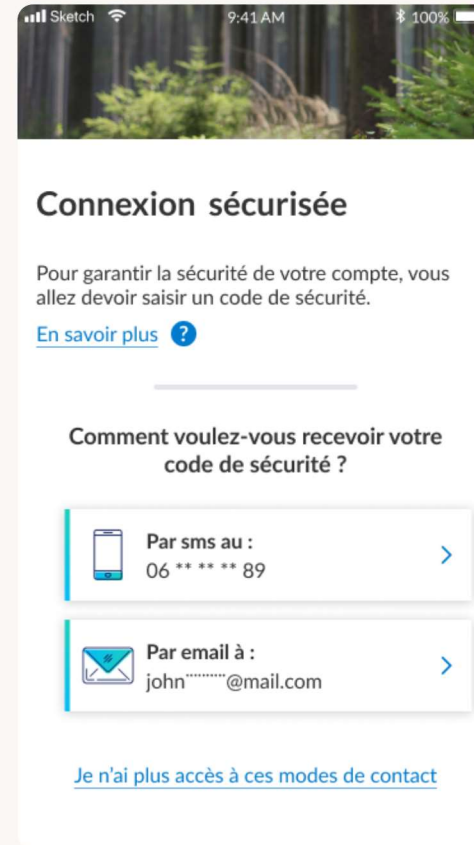
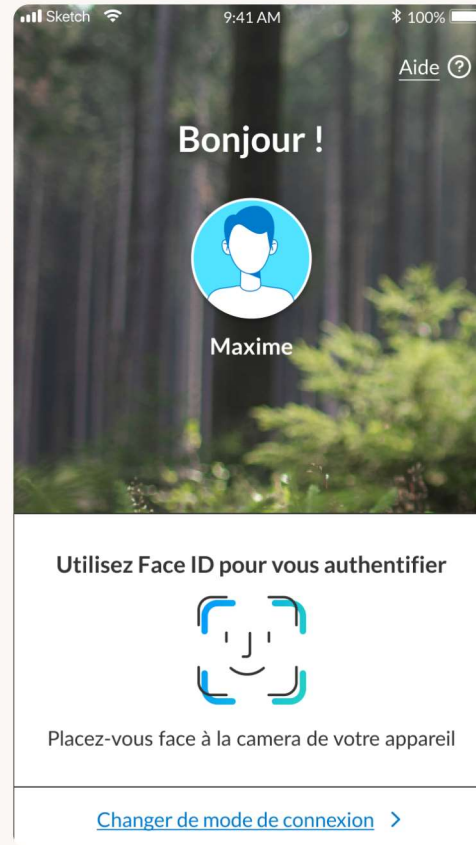
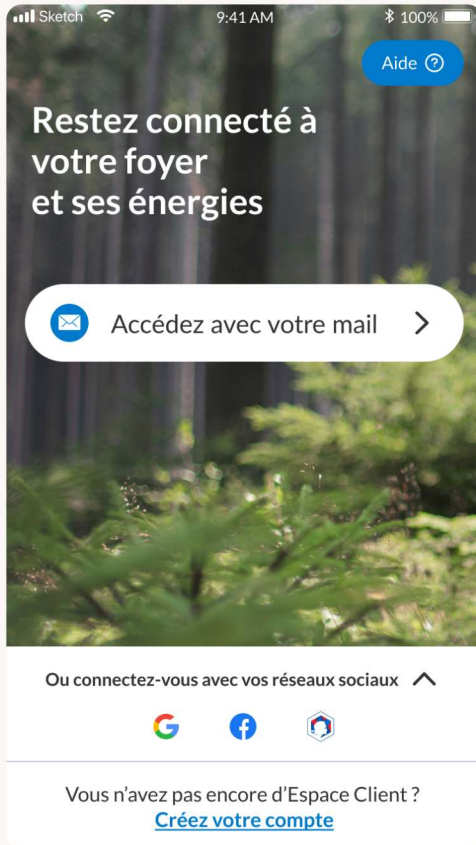
J'ai ensuite animé, en collaboration avec la Lead UX d'ENGIE, des ateliers de co-conception pour définir le parcours global.

Enfin, j'ai créé des wireframes détaillés des parcours, je les ai prototypés et ai effectué des tests utilisateurs quantitatifs avec Testapic pour identifier des points de blocages et améliorations possibles.



Au fur et à mesure de la validation des wireframes du parcours, j'ai créé les maquettes UI, ainsi qu'une librairie spécifique pour la connexion.

Enfin, j'ai prototypé l'animation d'accueil et des micro animations sur Protopie pour guider développeurs Android et iOS.



La Frange à l'envers

## Création d'une application mobile

La Frange à l'envers est un dépôt-vente lancé par deux sœurs en 2014. Leur ambition est de moderniser le concept en utilisant les codes des concept stores et des réseaux sociaux pour promouvoir la revente et l'achat de vêtements de seconde main et encourager un comportement éco-responsable.

Pour répondre à leurs besoins de communication avec les déposantes et de vente en ligne pour les acheteuses, ils ont décidé de faire appel à Sup de Pub pour la création d'une application mobile.

Cette application devait permettre aux déposantes de communiquer facilement avec la boutique et de suivre l'état de leurs dépôts en temps réel, tandis que les acheteuses devaient pouvoir acheter en ligne sans avoir à se déplacer jusqu'à la boutique physique à Paris.



Adobe XD



Miro



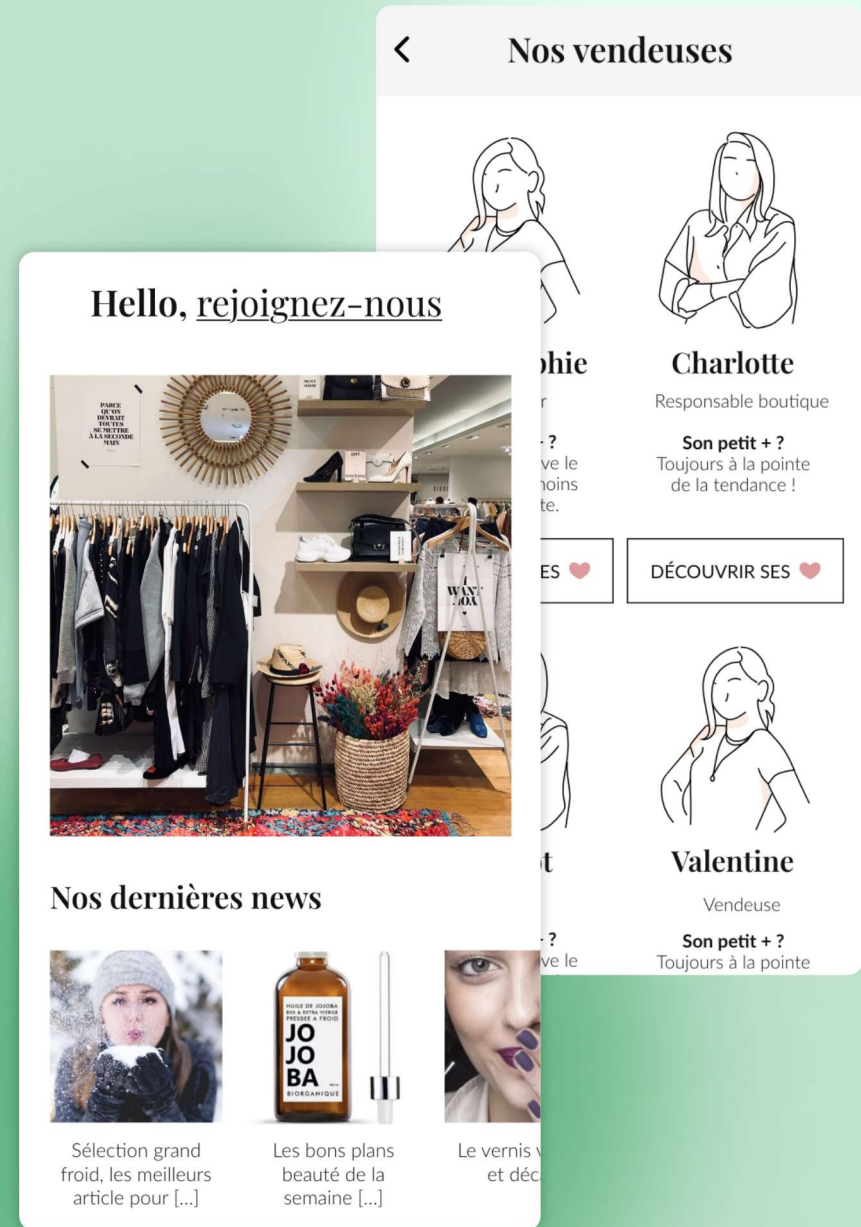
Protopie



After Effect



Form





### Etude du marché

Analyse de données primaires  
et secondaires  
27 réponses au questionnaire



### Entretiens téléphoniques

Pour mieux comprendre les  
clients et ceux qui n'ont pas  
encore acheté en boutique

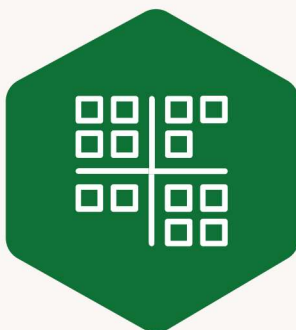


### Interprétation des données

Création des personas et de  
leurs expériences map

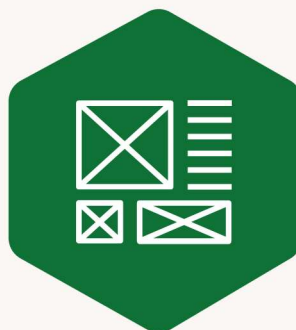


### Ateliers d'idéation et de co-conception



### Priorisation et chiffrage du projet

34 réponses au questionnaire  
3 entretiens individuels

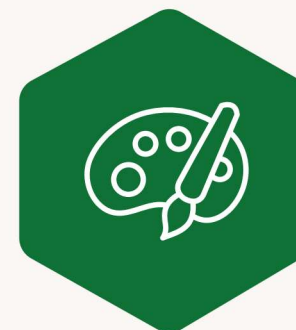


### Wireframes



### Tests utilisateurs

Avec 5 testeurs clients de la  
boutique, en laboratoire  
spécialisé



### UI Design

# Persona primaire

Création des personas suite aux entretiens téléphoniques avec des clients de la marque



**Louise Malia, 24 ans**

Célibataire  
Habite Paris 9e  
Profession : Junior Brand Content  
Tech : Iphone Xr/Mac Air/ Air Pods

Marques préférées :

maje sandro & Other Stories  
SÉZANE ZARA

“ Je veux trouver la pépite que les autres n’ont pas ”

**Bio** Joyeuse, exigeante, curieuse de nouveauté

Diplômée d’un master en Stratégie des marques, elle trouve grâce à son alternance, un poste chez BHV en tant que Junior Brand Content. Elle est passionnée de mode. Elle est ultra connectée et **suit des blogueuses**. Elle est très proche de sa famille et de ses amis, elle aime énormément les sorties après le boulot. Elle utilise fréquemment Vinted pour vendre. Elle a connu la Frange par les Reines du shopping et via Instagram.

### #Motivation

- Réussite professionnelle
- Joye de vivre au quotidien
- Envie de voyager

### Besoin de se sentir stylée

- Se sentir privilégiée
- Aime qu’on la remarque

### Faire des bonnes affaires

- Acheter des pièces luxe

### #Frustration

- N’aime pas les friperies
- N’aime pas être déçue
- Ne veut pas être délaissée
- Déteste le mensonge
- N’aime pas attendre
- N’aime pas la foule
- Ne veut pas être sur sollicitée

### #Type de consommation

#### La spontanée :

Elle connaît les pièces qui lui plaisent et marche au coup de coeur.

Apps préférées : Instagram, CityMapper, VP, Spotify, Vinted, Mapster, Uber, Lydia, N26,

# 2nd Persona secondaire

“ Je veux chiner facilement une pièce qui me correspond ”



**Emma Laval, 23 ans**

Célibataire  
Habite Paris 17e  
Etudiante en M2 Journalism  
Tech : Iphone Xr/Mac Air/ Air Pods

Marques préférées :

ZARA MANGO H&M N.A K.D  
bohao.com The Kooples

**Bio**

Emma a un pied dans l’entreprise, un pied à l’école. Jeune femme de caractère, elle a besoin de **contrôler les choses**. **Acheteuse compulsive** malgré son petit budget, elle adore la mode et passe la plupart de ses soirées soit entre amis soit sur Instagram pour se tenir à jour des tendances. Elle est très connectée et friande de vêtements de seconde main. Elle utilise souvent Vinted mais aimerait trouver la boutique qui la fera chavirer. Cette parisienne sait ce qu’elle veut mais veut surtout vivre simplement avec les technologies d’aujourd’hui.

### #Motivation

- Accéder facilement à ses besoins
- Adore faire du repérage sur internet
- Acheter aussi bien en magasin qu’en boutique

Préfère faire du repérage avant d’acheter

- Aime se sentir différente
- S’inspire des influenceuses qu’elle suit

### #Frustration

- N’aime pas attendre
- Se décourage facilement dans le parcours d’achat si celui-ci est trop compliqué
- Très à cheval sur le rapport qualité prix des vêtements qu’elle achète

### #Type de consommation

**La méthodique :**  
elle n’a pas de temps à perdre, sait ce qu’elle veut acheter et s’y tient.

Apps préférées : Instagram, Citymapper, Showroomprivé, Spotify, Mapster, Uber, Revolut, 21 Buttons

# Persona secondaire

“ Je préfère que mes vêtements servent au lieu de les laisser dans mon placard ”



**Manon Franco, 28 ans**

Concubinage  
Habite Paris 11e  
Profession : Responsable  
Magasin Sulwhasso  
Tech : Iphone 11/Mac Pro/ Air Pods/  
Balance connecté

Marques préférées :

maje sandro LANCEL PRADA

**Bio** extravagante, travailleuse, aime

Après ses études en management du luxe, elle **côtoie au quotidien ces marques**. Passionnée de mode, elle est présente à de nombreuses ventes privées de marques et se procure des vêtements de luxe à bas prix grâce à son poste. Elle a connu la Frange à l’envers avec une amie qui lui a conseillé de faire un tri et de vendre certains de ses vêtements.

### #Motivation

- Faire de la place dans son dressing
- Se procurer les plus belles pièces de grandes marques
- Trouver ce qui peut être posté sur son Instagram
- Influencer d’autres femmes dans son style
- Aime faire des “BA” au quotidien

### #Frustration

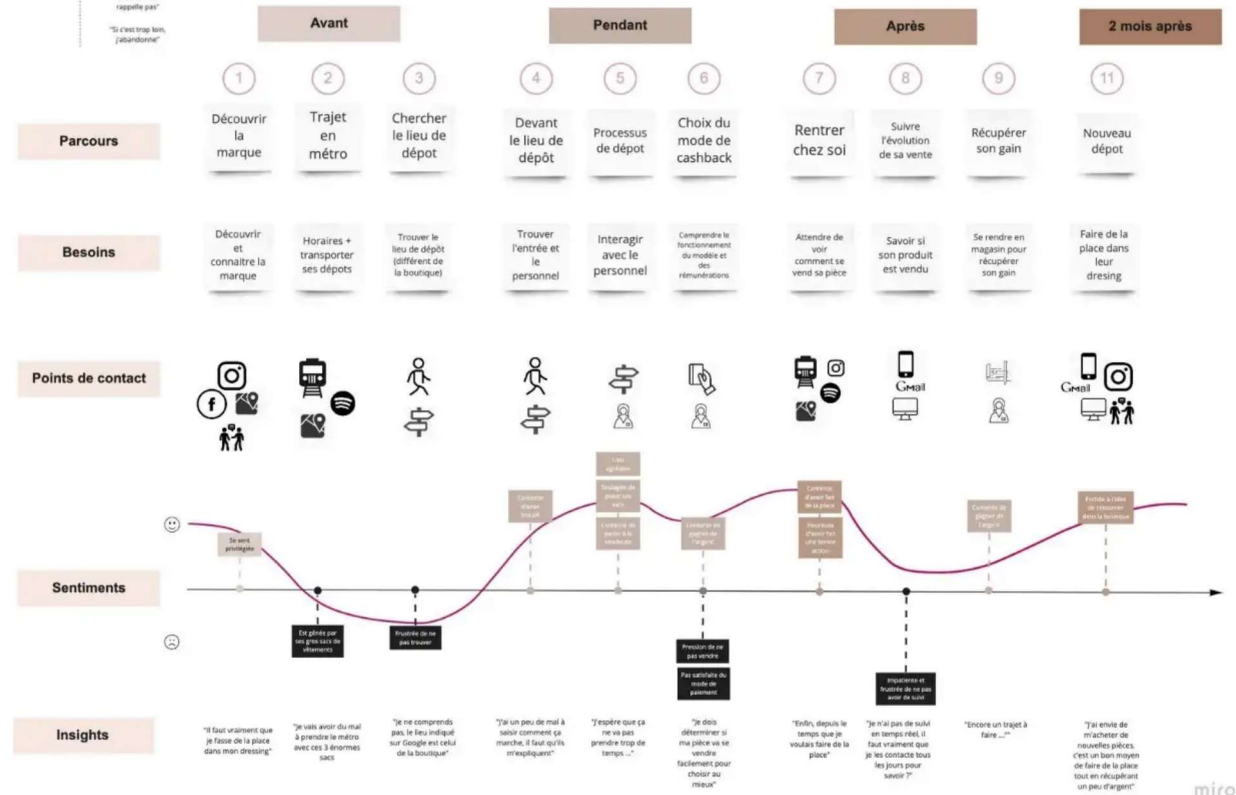
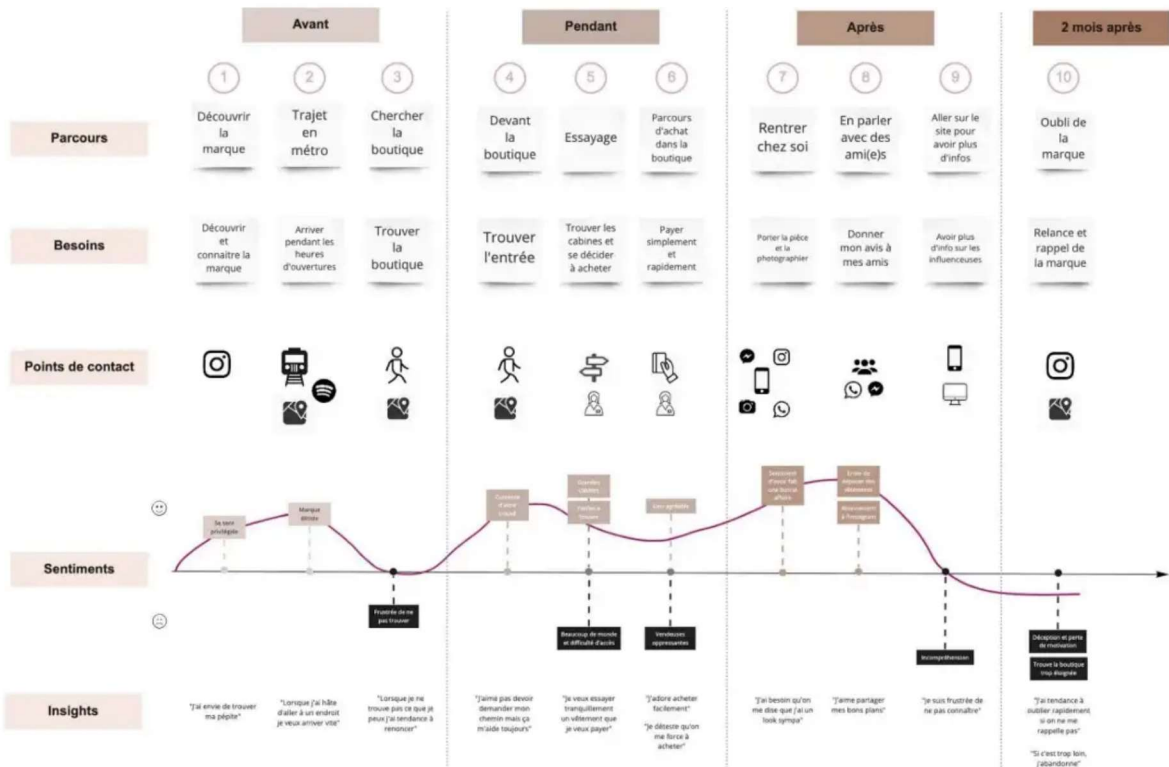
- A peu de temps pour elle
- Déteste perdre du temps
- N’aime pas ne pas comprendre
- N’aime pas le gaspillage
- Passé une mauvaise journée si son dressing est mal rangé
- Ne supporte pas avoir tort

### #Type de consommation

**La compétitrice :**  
elle achète sur un coup de tête et revends lorsqu’elle s’aperçoit qu’elle ne porte pas ce qu’elle a acheté.

Apps préférées : Instagram, Vide dressing, VP, Chauffeur privé, To good to go

# Experience map des personas primaires et secondaires



# Atelier de priorisation



## LOT 1

|  |  |   |   |   |
|--|--|---|---|---|
| 8j   | 3j   | 2j  | 4j  | 2j  |
| Page de contenu simple   | API Instagram  | Création profil Vendeuse                        | Fidélité  | Noter l'expérience boutique   |
| Présentation qui sommes nous ?                                     | Rappel des derniers posts insta sur la HP                                      | Page de présentation des vendeuses personnelles | Carte virtuelle qui te relance et argent (fidélité) | Noter l'expérience boutique   |
| vidéo presentation sur la HP                                       |  |   |   |   |
| Page contact + métro   | 5j   | Création produit temporaires                    | Espace communautaire                                |   |
| Photos du passage pour aller jusqu'à la boutique                   | Préselection articles exclus en ligne pendant 24h + aller chercher en boutique | Création produit                                | Partager avec ses amis                              | Plateforme communautaire: demander conseil à la vendeuse que tu veux en ligne |
| Mise en avant ambassadrices  | Réservation produits   |   |   |   |
| App temps réel personne dans le magasin                            |  |   |   |   |
| Parcours tactile en magasin  |  |   |   |   |
| Partie dépositante avec choses que l'on n'accepte pas en ce moment |  |   |   |   |

1j = 400e

# Atelier de co-conception : 6 to 1



## LOT 2

|                                   |   |   |   |  |
|-----------------------------------|---|---|---|--|
| Push sur l'app ou choix de l'asso | Solution en magasin pour te récompenser | Point de distance (plus tes likes + tu as de la fidélité) | Etre payé par le mode paiement de mon choix | Push lorsqu'on s'approche du magasin (géolocalisation) |
|-----------------------------------|---|---|---|--|

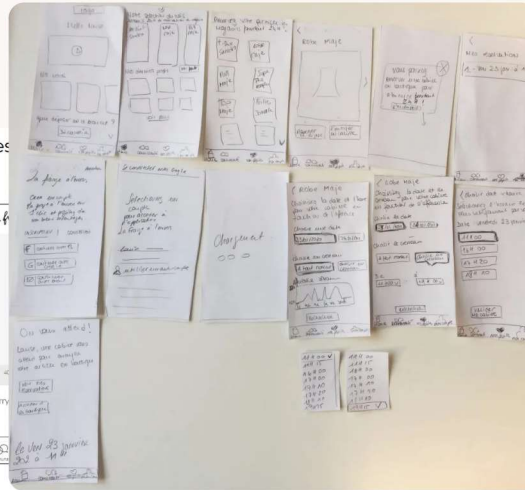
## LOT 3

|                               |   |  |
|-------------------------------|---|--|
| Offre de parrainage sur l'app | Playlist spotify la frange pour le trajet | Carte de carte à la fois bleue et verte (transformation de la carte d'achat - points fidélité) |
|-------------------------------|---|--|

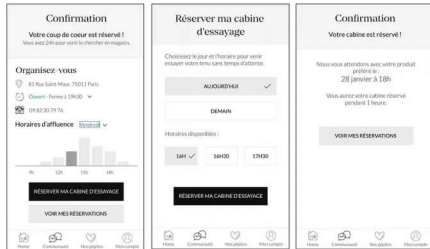
# Chiffrage du projet

## Espace "nos pépites"

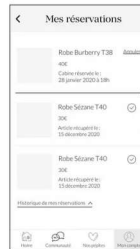
### Homepage



Réservation d'une pièce depuis "nos pépites" (après connexion)



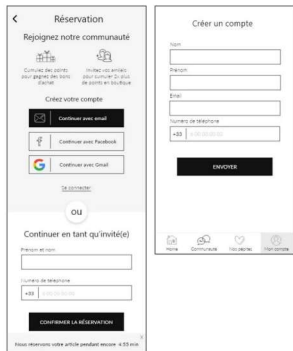
Historique des réservations



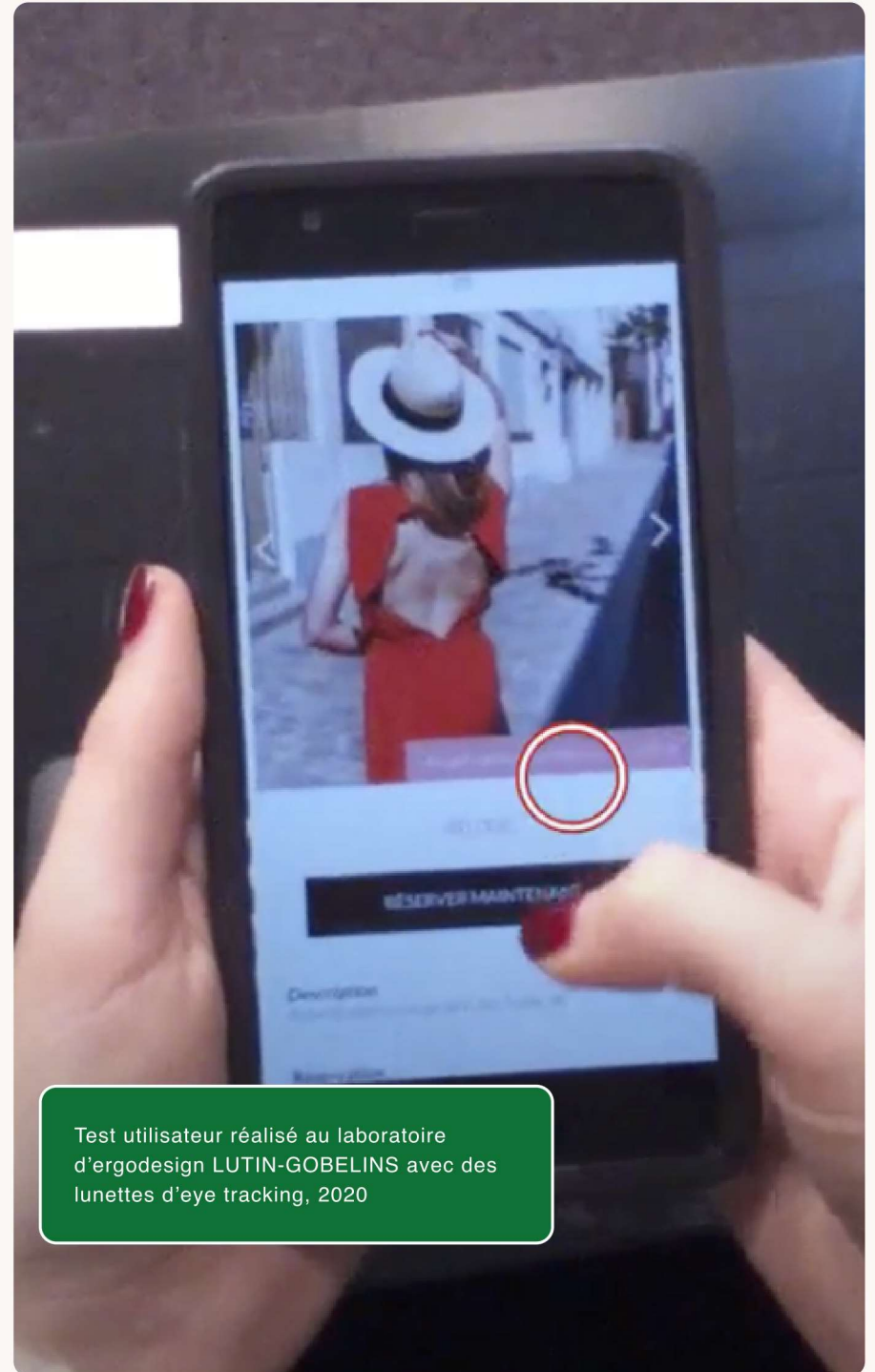
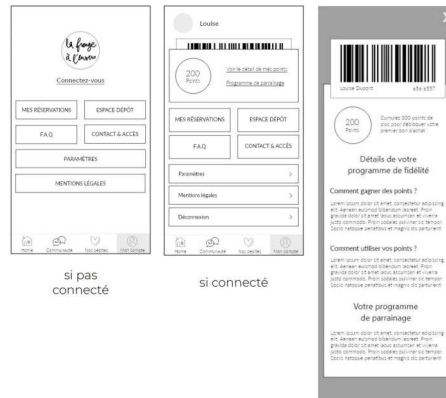
## Espace communautaire



## Création de compte / connexion



## Espace "mon compte"



# UI Design

40 personnes ont déjà vu cet article

40,00€

RÉSERVER MAINTENANT

**Description**  
Robe Burberry rouge, dos nu. Taille 38.

**Réservation**  
Réservez votre pièce coup de cœur et passez la chercher sous 24h dans notre boutique.

**Lavis de Margot**  
Vendeuse chez La Frange à Tervers depuis 2 ans

" La robe parfaite pour la vague de mariages de cet été ! "

[En savoir plus sur notre super team](#)

## Communauté

15 likes 30 vues

Louise

J'ai acheté ce manteau aujourd'hui à La Frange. Il est super !

Voir les 78 commentaires

Ajouter un commentaire...

Ajouter un commentaire...

Louise

J'ai acheté ce manteau aujourd'hui à La Frange. Il est super !

Voir les 78 commentaires

Ajouter un commentaire...



## Nos produits

Réservez votre article en magasin pendant 24h !

Découvrez notre sélection des pépites du mois et retrouvez encore plus de vêtements en boutique !

LES PLUS RÉCENTES

Robe Burberry T38 40,00€

Robe Burberry T38 40,00€

Robe Burberry T38 40,00€

Robe Burberry T38 40,00€

Robe Burberry T38 40,00€

Robe Burberry T38 40,00€

## Espace dépôt

Mes dépôts en cours

Mon solde

150,10€

Paielement par avoir

Paielement par chèque

Paielement par Lydia

Paielement par Lyf Pay

Mes contrats

Home Communauté Nos produits Mon compte

Historique de mes dépôts

## Robe Burberry T38

RÉSERVER MA CABINE D'ESSAYAGE

VOIR MES RÉSERVATIONS

## Se connecter

Rejoignez notre communauté

200 Points

Voir le détail de mes points >

Programme de parrainage >

Mes réservations

Espace dépôt

FAQ

Contact & accès

Paramètres >

Mentions légales >

Déconnexion

## Connexion

Connectez-vous pour avoir accès à cette fonctionnalité

Identifiant

LouiseFashion

Mot de passe

SE CONNECTER

Continuer avec Facebook

Continuer avec Gmail

Créer un compte

## Confirmation

Votre coup de coeur est réservé !

Vous avez 24h pour venir le chercher en magasin.

Organisez-vous

81 Rue Saint-Maur, 75011 Paris

Ouvert - Ferme à 19h30

09 82 30 79 76

Horaires d'affluence Samedi

RÉSERVER MA CABINE D'ESSAYAGE

VOIR MES RÉSERVATIONS

## Se connecter

Rejoignez notre communauté

Cumulez des points pour gagner des bons d'achat

Invitez vos amis pour cumuler 2x plus de points en boutique

Créer un compte

Continuer avec email

Continuer avec Facebook

Continuer avec Gmail

Se connecter

OU

Continuer en tant qu'invité(e)

Prénom et nom

Numéro de téléphone

+33 6 00 00 00 00

CONFIRMER LA RÉSERVATION

## Détails de votre programme de fidélité

200 Points

Cumulez 300 points de plus pour débloquer votre premier bon d'achat

Comment gagner des points ?

Comment utiliser vos points ?

Votre programme de parrainage

RÉSERVER MA CABINE D'ESSAYAGE

VOIR MES RÉSERVATIONS

## Notre boutique

Qui sommes nous ?

81 Rue Saint-Maur, 75011 Paris

Ouvert - Ferme à 19h30

09 82 30 79 76

ACCÈS ET CONTACT

Horaires d'affluence Samedi

Se rendre en boutique

81 Rue Saint-Maur, 75011 Paris

ACCÈS ET CONTACT

## Notre sélection produits

Le saviez-vous ?

Vous pouvez réserver votre article en magasin pendant 24h !

DÉCOUVRIR

## Nos vendeuses

DÉCOUVRIR SES

DÉCOUVRIR SES

## Contact & accès

Nos coordonnées

81 Rue Saint-Maur, 75011 Paris

Ouvert - Ferme à 19h30

09 82 30 79 76

ACCÉDER À LA BOUTIQUE

Sélectionnez votre arrêt de métro ou activez la géolocalisation :

Ménilmontant

Parmentier et Rue Saint-Maur

Saint-Ambroise

ACTIVER LA GÉOLOCAISATION

## Hello, rejoignez-nous

## Nos dernières news

Design HD de tous les écrans, création d'un prototype avec des animation détaillées sur Protopie et d'une vidéo en motion design sur After Effects.



# ENGIE

## Refonte du blog

L'espace blog "Actualités et conseils sur l'énergie" d'ENGIE Particuliers présentait une structure complexe avec de nombreuses rubriques, sous-rubriques et sous-sous-rubriques, qui rendait difficile la recherche d'informations pour les utilisateurs.

Mon travail était de retravailler l'ensemble de cet espace blog en repensant la navigation et la présentation des pages pour améliorer l'expérience utilisateur.

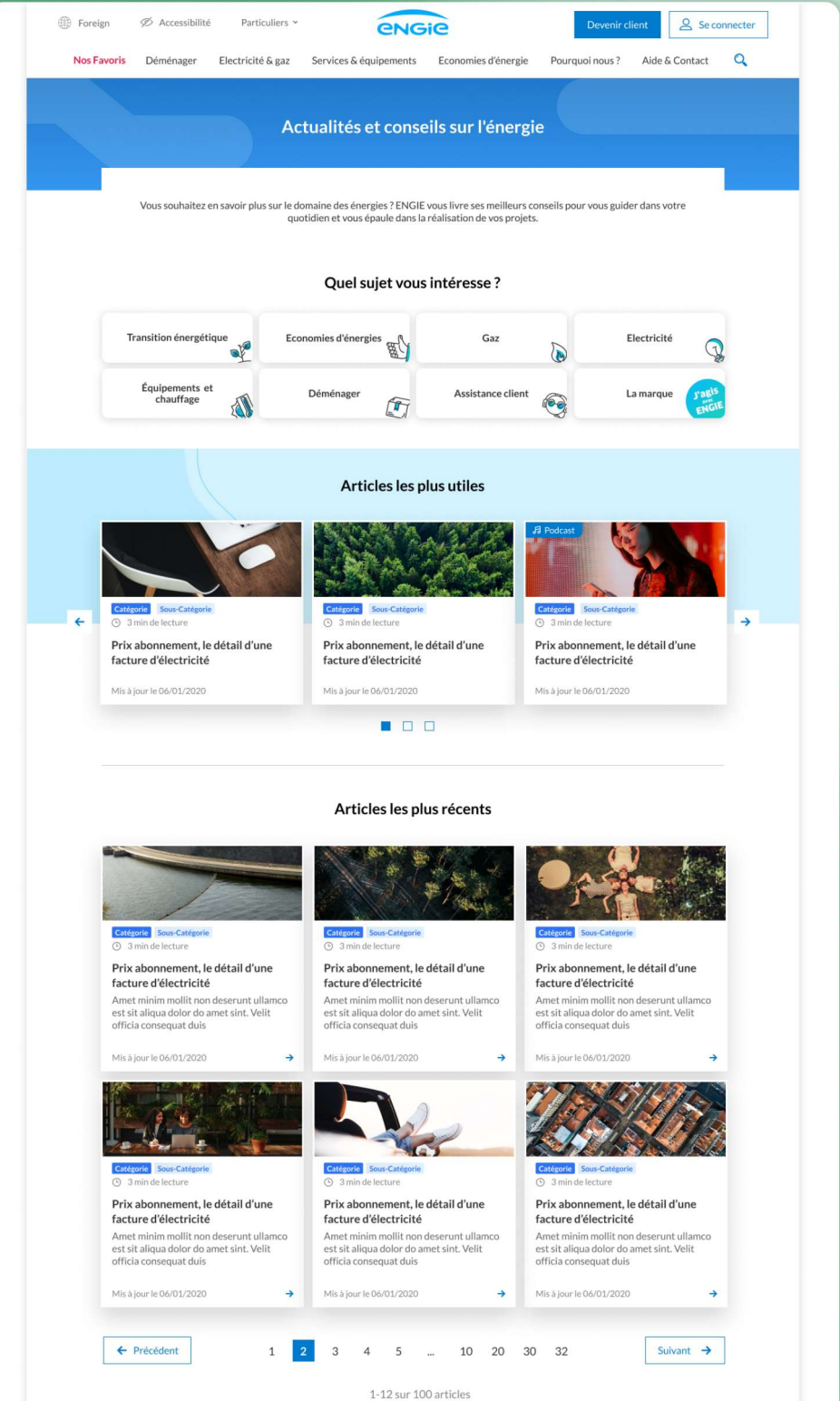
En outre, il était essentiel de faciliter la contribution des articles en permettant l'ajout d'images, de liens, de définitions, etc, et d'ajouter des éléments pour renforcer le SEO sur ces pages à fort potentiel de trafic utilisateur.



Axure



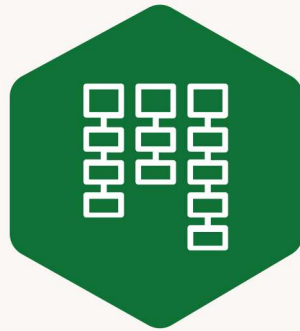
Sketch



## Mon rôle



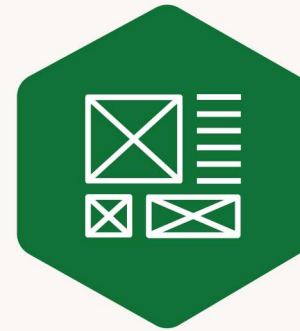
Analyse des données



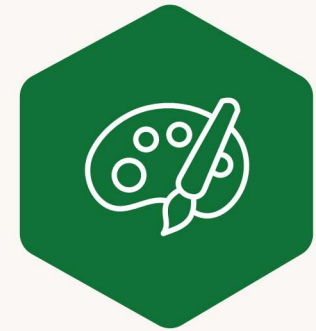
Atelier de tri de  
cartes



Benchmark

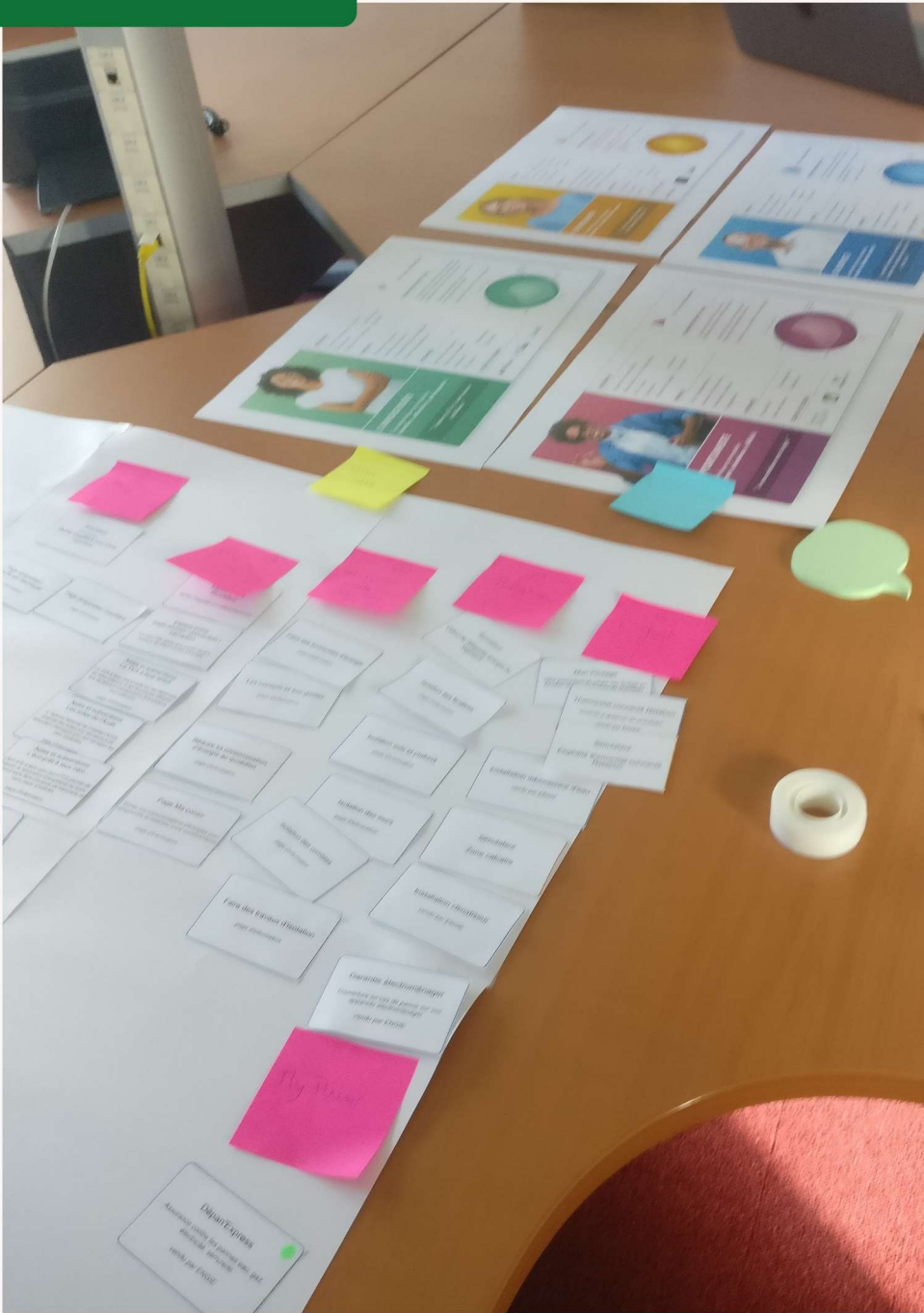


Wireframes

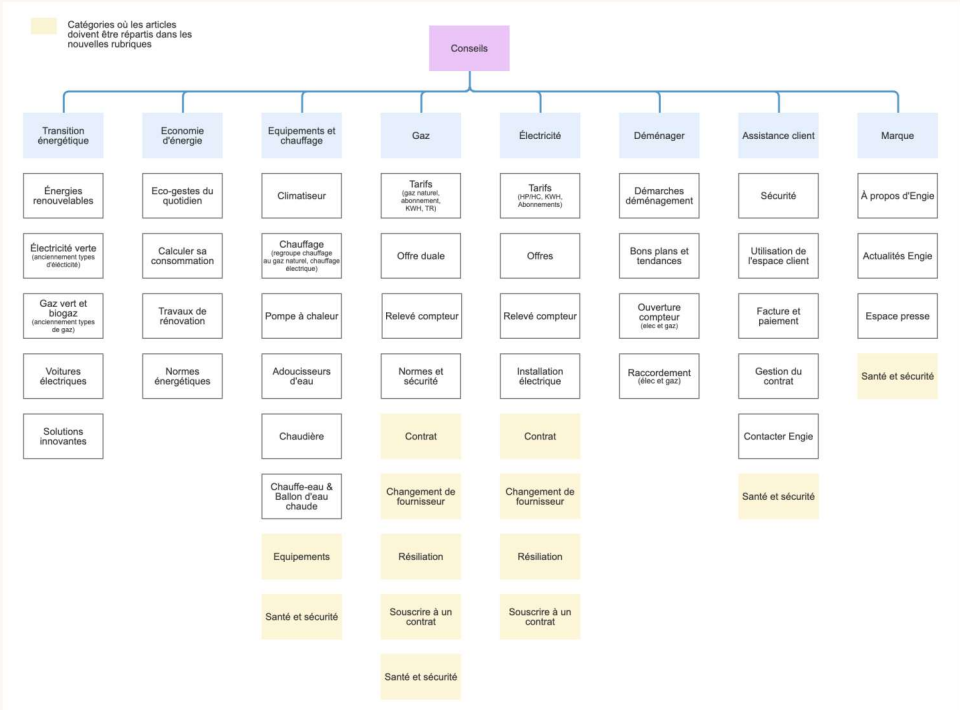


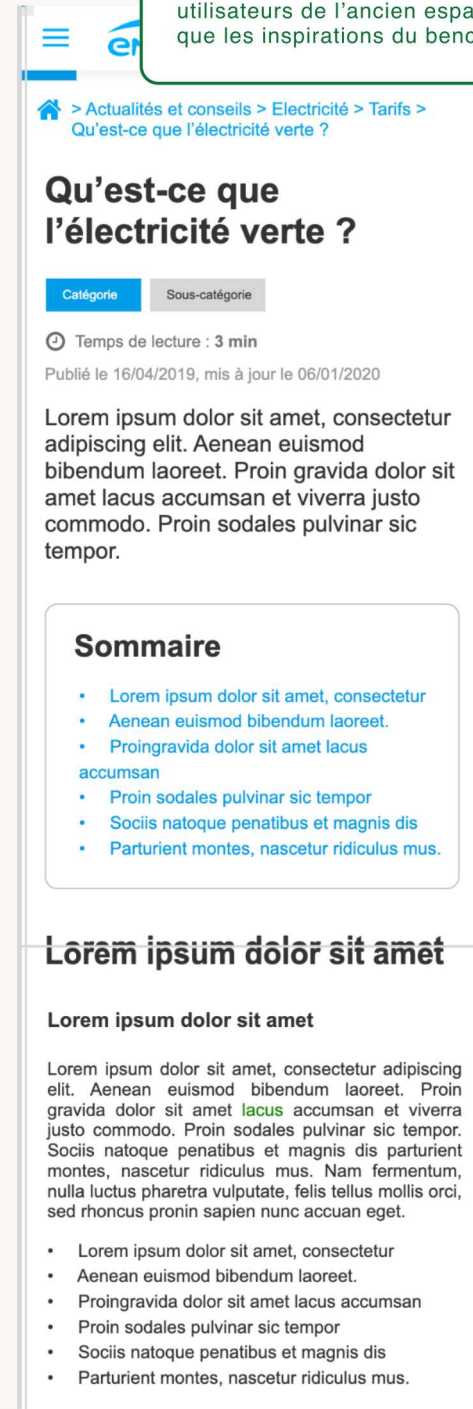
UI Design

# Atelier de tri de cartes

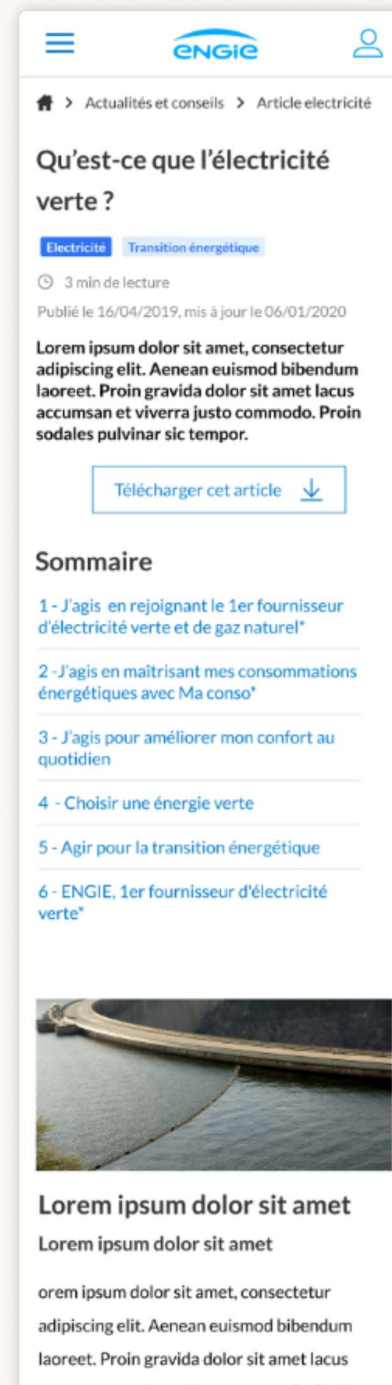
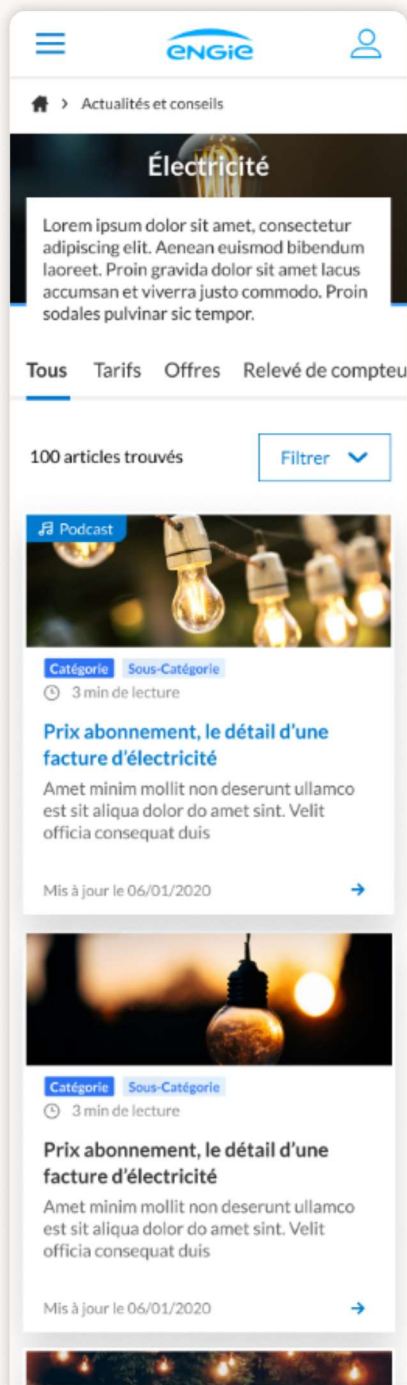


Organisation d'un atelier de tri de cartes pour redéfinir l'organisation des articles et l'arborescence du blog.





Création de wireframes sur Axure, en prenant en compte les données utilisateurs de l'ancien espace blog, ainsi que les inspirations du benchmark.



ENGIE

## Suivi et analyse des consommations d'électricité et de gaz

Le suivi de consommation est la page la plus consultée de l'Espace Client et de l'application mobile ENGIE, avec un total de 30,3 millions de sessions en 2022.

Cependant, cette fonctionnalité était également une source d'insatisfaction importante pour les clients, ainsi qu'une des causes principales d'appels au service client. Il est donc devenu nécessaire d'analyser et d'améliorer l'expérience utilisateur de cette fonctionnalité.



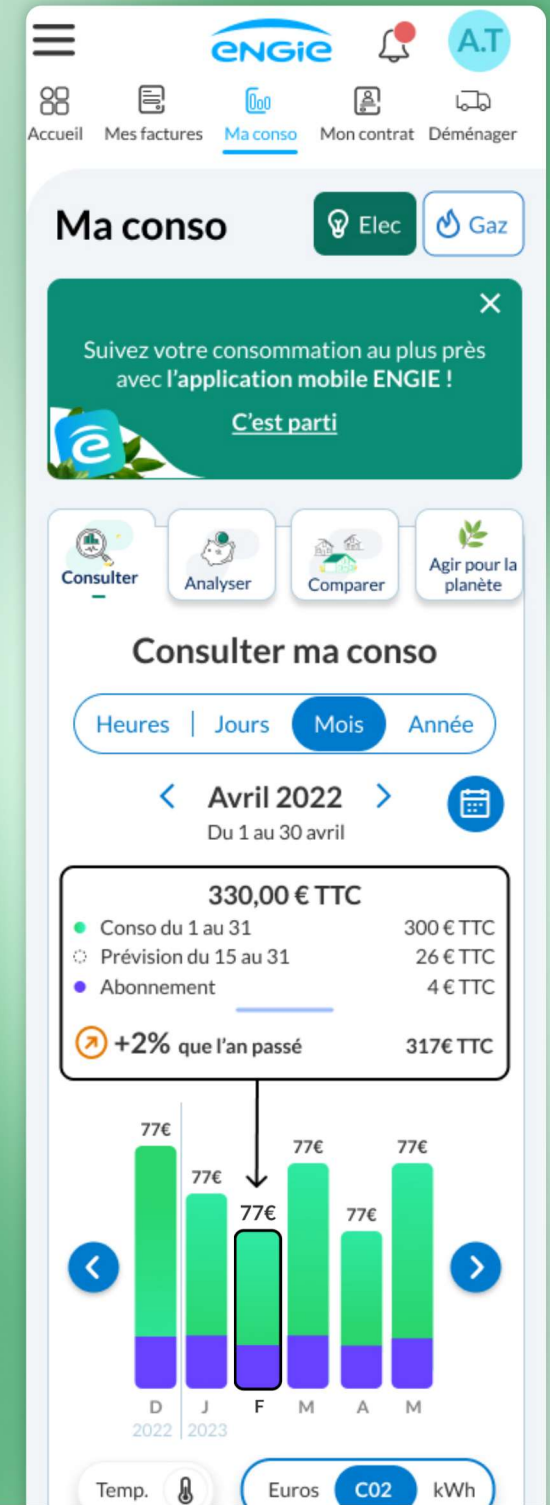
Figma



Miro



Analytics





Analyse des données



Peer reviews



Benchmark



Ateliers d'idéation



Hackathon



Wireframes



Suivi de l'UI Design  
et du dev

## Taux de clics

| Action d'événement | Libellé d'événement   | Événements uniques |
|--------------------|---|--------------------|
| clics_navigation   | analyse_linky-comparaison_annee_precedente                    | 103 479            |
| clics_navigation   | analyse_gazpar-comparaison_annee_precedente                   | 76 520             |
| clics_navigation   | analyse_linky-comparaison_foyers_similaires                   | 67 952             |
| clics_navigation   | analyse_linky-utilisation_hpbc                                | 62 531             |
| clics_navigation   | analyse_linky-repartition_par_usage                           | 52 035             |
| clics_navigation   | selection_periode-analyse_linky-comparaison_annee_precedente  | 50 471             |
| clics_navigation   | selection_periode-analyse_linky-utilisation_hpbc              | 41 749             |
| clics_navigation   | selection_periode-analyse_gazpar-comparaison_annee_precedente | 35 457             |
| clics_navigation   | analyse_gazpar-repartition_par_usage                          | 34 857             |
| clics_navigation   | selection_periode-analyse_linky-comparaison_foyers_similaires | 29 811             |
| clics_navigation   | calendrier_maconso_jour                                       | 20 376             |
| clics_navigation   | calendrier_maconso_heure                                      | 10 407             |

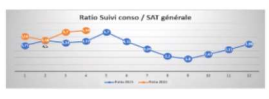
- Les clics vers la comparaison année précédente sont les plus importants de la page, ils représentent presque 1 sessions sur 10 qui clique dessus (9,53%)
- Ensuite se sont les foyers similaires, hpbc et la répartition par usage
- Dans le menu de l'EC, c'est l'onglet "Mes factures" qui est le plus cliqué depuis Ma conso.

## Ordre des clics sur le menu du graph :

(les onglets affichés par défaut sont mois et €)



La part des clients qui sont insatisfaits à cause de Ma conso, 5,94%, est supérieure à celle de l'année passée sur ce mois, 4,37%.



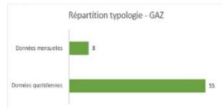
Concernant l'électricité, ce sont toujours les données quotidiennes qui posent le plus de problèmes à nos clients.



Ma conso génère 33% de l'insatisfaction digitale (VS 23% sur le mois d'avril l'année passée).



Concernant le Gaz, c'est la même tendance même si le nombre de verbalisations est beaucoup moins important.



Le nombre de verbalisations négatifs est en baisse sur le mois d'avril VS le mois de mars, avec un nombre de sessions en diminution.

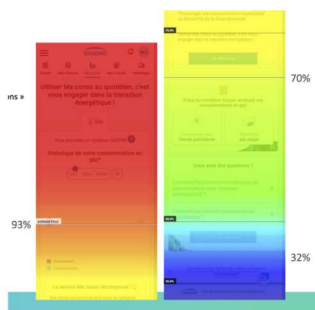


Des blocs d'analyses sont présents sur la page et permettent aux clients d'aller plus loin dans la compréhension de leur conso

**Sur desktop 75% des utilisateurs atteignent les blocs d'analyse et sur mobile, seulement 45% !**



Heatmap desktop



Heatmap mobile

Utiliser Ma conso au quotidien, c'est vous engager dans la transition énergétique !

Gaz Électricité

Vous possédez un compteur LINKY

Historique de votre consommation en électricité\*

Envie de faire des économies ?

Envie d'autres idées pour réduire vos consommations ?

Grâce au compteur Linky™, analysez vos consommations en électricité

Vous avez des questions ?

- "Le titre est trop gros et ne va pas avec le reste"
- "C'est simple et clair"
- "Qu'est-ce que c'est ? Un titre ? Une question ? Est-ce qu'ils veulent savoir si j'ai un compteur Linky ? La pop-in du tooltip ne donne pas d'info utile"
- "Sur mobile le + n'est pas clair et on ne peut pas quitter la pop-in"
- "Quelle est la différence entre m3 et kwh?"
- "J'aimerais voir les estimations par mois jusqu'à la dernière mensualité"
- "J'aurais aimé utiliser le calendrier plutôt que les flèches pour me déplacer (comme pour jour et heure)"
- "C'est trop long, ne semble pas animé et ne donne pas envie d'être lu"
- "Les années ne sont pas assez visibles dans le graph"
- "Je n'avais pas vu qu'il y avait encore des informations en dessous du graphique"
- "J'aurais aimé avoir ses fonctionnalités, notamment la comparaison année précédente et la répartition par usage directement sous mon graphique de conso"
- "Je pensais que ça allait m'ouvrir une autre page"

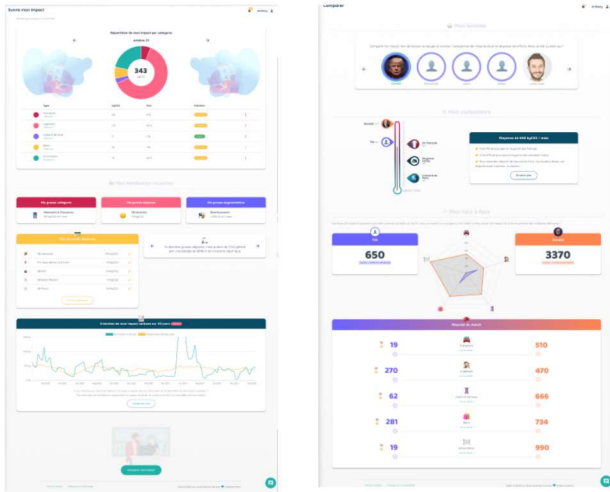
Organisation et traitement des données de Peer reviews réalisées en interne pour repérer les problèmes techniques, d'ergonomie et de design.



# Benchmark

## Carbo

Ce service analyse votre compte bancaire pour calculer votre empreinte carbone.  
 Les + : Le ton est décalé, notamment dans les comparaisons proposées. Les visuels pops et les types de graphiques variés.  
 Les - : L'analyse n'est pas très précise, du coup l'outil n'est pas vraiment utile au quotidien.  
[www.hellocarbo.com](http://www.hellocarbo.com)



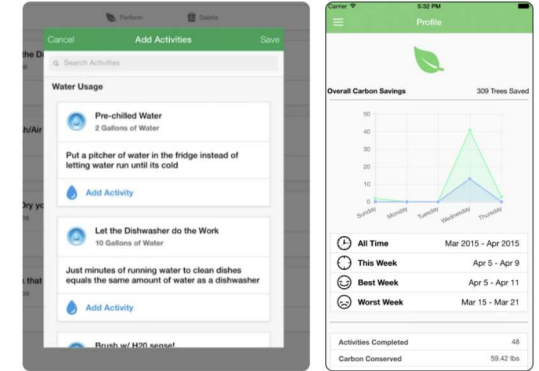
## MyEarth & JouleBug

Créée par des chercheurs et des étudiants de l'école d'écologie humaine de l'université de Wisconsin-Madison, MyEarth est une application qui vous aide à suivre votre consommation et vos économies d'énergie. Choisissez des activités à réaliser, vérifiez vos progrès et suivez votre impact total !

JouleBug est le moyen le plus simple de rendre vos habitudes quotidiennes plus durables, à la maison, au travail et dans vos loisirs.



JouleBug : réalisation de challenges entre membres sur la base d'activités et de défis à relever. Donne lui à un classement.



MyEarth : défis et activités journalières à relever pour réduire sa consommation au quotidien (eau, énergies, etc...). Espace statistiques permettant de mesurer l'impact de nos changements de comportements sur notre empreinte carbone.

## ConsoWatt

Prévision budgétaire  
 Les prévisions de consommation sont affichés par défaut sur la page d'accueil en €, puis en kWh sur le suivi de consommation.

L'application ConsoWatt propose à ses utilisateurs des challenges comme par exemple "Surpassez votre prévision pour janvier, utilisez moins de 117€ TTC", et/ou laisse la possibilité de définir ses propres objectifs.



## Mon empreinte smartphone

Mon empreinte smartphone, l'app pour connaître l'impact de sa consommation mobile sur la planète à travers la notion d'empreinte carbone.

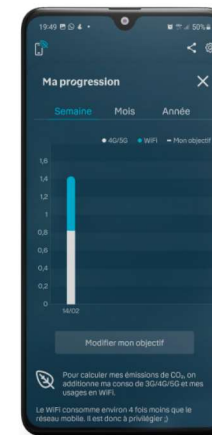


Toutes les informations utiles apparaissent dès l'accueil de l'app.

Sa consommation en gramme de CO<sub>2</sub>

La barre en dessous pour se positionner :  
 -> icône/ curseur feuille : la moyenne des utilisateurs de l'app  
 -> icône/ curseur étoile : son objectif que l'on peut choisir  
 -> icône/ curseur utilisateur : sa propre conso

Au delà du suivi :  
 -> accès à sa progression avec la distinction 4G/WIFI mensuel  
 -> des équivalences de conso : ampoules led, trottinette et voiture électrique et ... en hoverboard !!  
 -> des conseils pour adopter une consommation plus responsable



# Ateliers d'idéation

## Solutions

### Voire ses bonnes actions

Afficher le nombre de fois que l'utilisateur a cliqué sur un bouton, le nombre de pages vues, le nombre de liens cliqués, le nombre de pages téléchargées, etc.

Créer une ou des cartes de suivi des actions pour faciliter la consultation et l'analyse des données.

7

### Voire un récap de sa situation

A la connexion, afficher la dernière situation connue, statut connu, téléchargement (doc), etc.

Ajouter la connexion dans un état de "résumé" en rapport avec la dernière situation connue.

Résumé de la situation des qu'il a connu.

10

### Fixer objectifs / déterminer des seuils d'alerte

Résumer le statut de mes objectifs à la connexion & être alerté si je ne suis pas attendu.

Le client se base sur des seuils de consommation, il est alerté si les dépenses (mens) dépassent.

Préparer un service "bonnes actions" qui indique de la dernière situation connue, les objectifs personnalisés et réalisables.

Donner des objectifs personnalisés et réalisables.

### S'échanger des conseils / créer communauté

Quizz "es-tu un bon ... ?"

Créer du contenu facile, court et amusant, avec des conseils personnalisés à l'usage.

Lui faire découvrir des choses externes à l'ENGIE (podcast, ...)

Lui permettre de partager son expérience avec les autres.

Système de partage de liens et de contenu.

Proposer des actions à réaliser, avec des conseils personnalisés.

Personnaliser le contenu de l'onglet "bonnes actions" en fonction de son profil.

### Obtenir des conseils

Aider l'utilisateur à faire des choix en fonction de ses besoins et de ses habitudes.

Remettre dans la simplicité, ne pas le surcharger de contenu tout en lui offrant des conseils.

Donner des fiches conseils que le client peut télécharger et mettre dans un classeur ou noter ses actions.

### Se sentir chaleureusement accueilli

Proposer des actions personnalisées en fonction de son profil et de ses habitudes.

Être dans la régularité.

Proposer des actions personnalisées en fonction de son profil et de ses habitudes.

### Quantifier l'impact de ses actions

Quantifier son impact environnemental.

Être dans la régularité.

Faire comprendre que ces actions ont un impact positif sur l'environnement.

Montrer l'impact de ses actions.

Montrer l'impact concret des gestes quotidiens sur le portefeuille ou la planète.

### Pouvoir adapter son offre / facturation

Personnaliser son offre en fonction de son profil et de ses habitudes.

Personnaliser son offre en fonction de son profil et de ses habitudes.

### Indiquer soi-même sa situation

Laisser l'utilisateur personnaliser son contenu "id".

Questionnaire de qualification pour personnaliser son expérience.

Un onboarding permettant à l'utilisateur d'indiquer son niveau d'engagement ou son domicile.

Personnaliser son offre en fonction de son profil et de ses habitudes.

Personnaliser son offre en fonction de son profil et de ses habitudes.

### Historique / Se projeter dans le temps

Créer une timeline de l'application.

Simulateur de facturation en 3D.

Par rapport à la situation connue, afficher le statut de l'application.

Alertes / accompagnement personnalisé.

Se fier à des critères (prix, qualité, etc.) pour accompagner (conseil, action, achat, ...).

### Avoir un contact avec l'utilisateur

Aider le client avec des "highlight" (max 1 highlight par écran).

Faciliter l'accès aux fonctionnalités en fonction de son profil et de ses habitudes.

Avoir un système de notification accessible sur le mobile.

Faciliter l'ajout de contenu en fonction de son profil et de ses habitudes.

### Être coaché

Prendre rendez-vous avec un coach économie d'énergie (pas externe vertes).

Un espace où l'on pourrait s'inscrire à un certain engagement.

A l'abonnement, proposer des actions personnalisées en fonction de son profil et de ses habitudes.

Avoir un espace dédié à l'engagement.

### Pouvoir customiser l'affichage

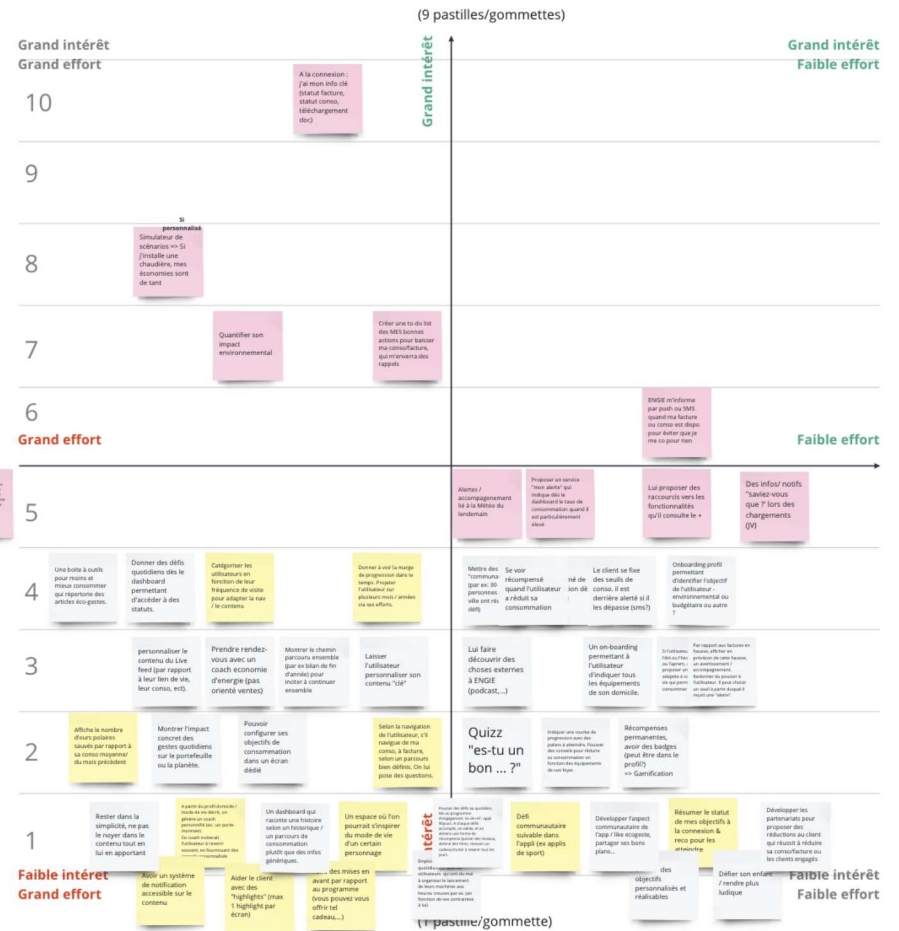
Lui proposer des actions personnalisées en fonction de son profil et de ses habitudes.

Personnaliser son offre en fonction de son profil et de ses habitudes.

Personnaliser son offre en fonction de son profil et de ses habitudes.

Personnaliser son offre en fonction de son profil et de ses habitudes.

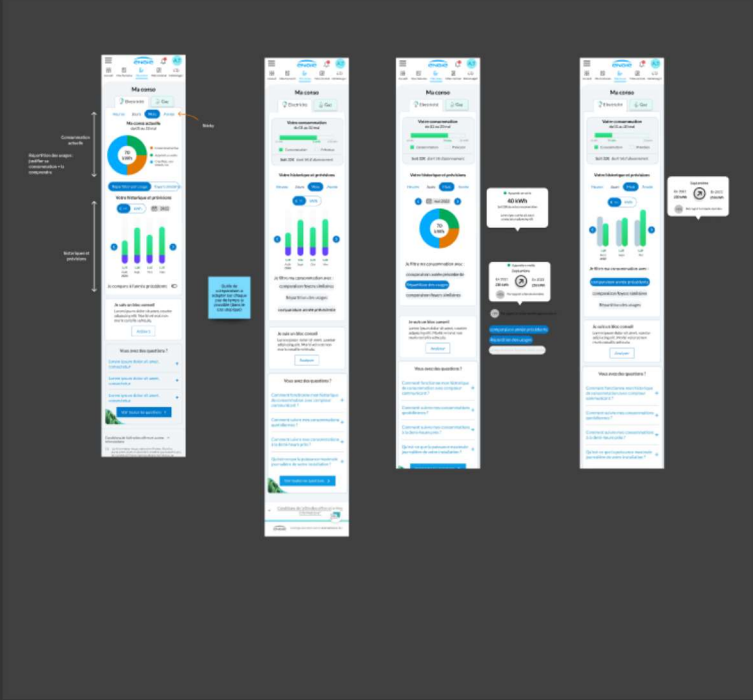
## Estimation du niveau d'intérêt / effort à développer



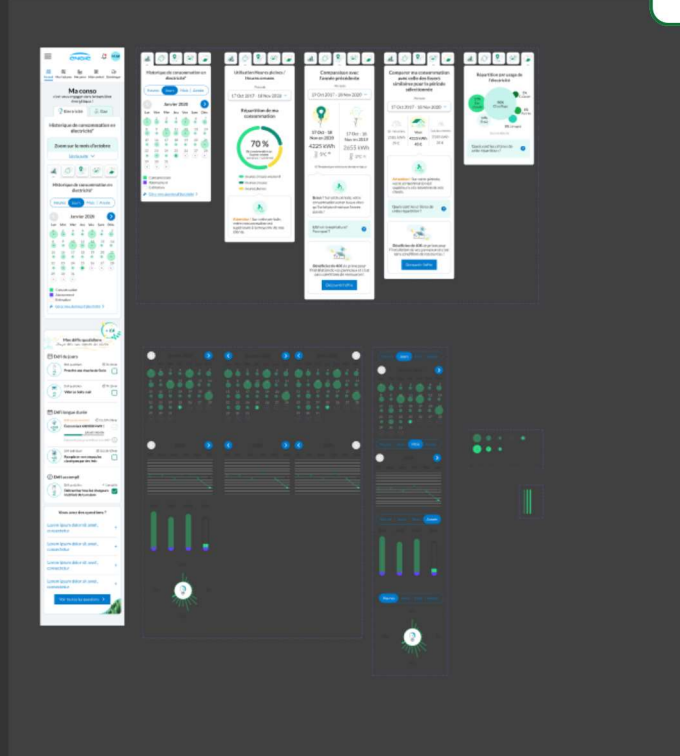
# Organisation d'un hackathon UX

Organisation et participation à un hackathon d'une journée pour créer les premiers wireframes.

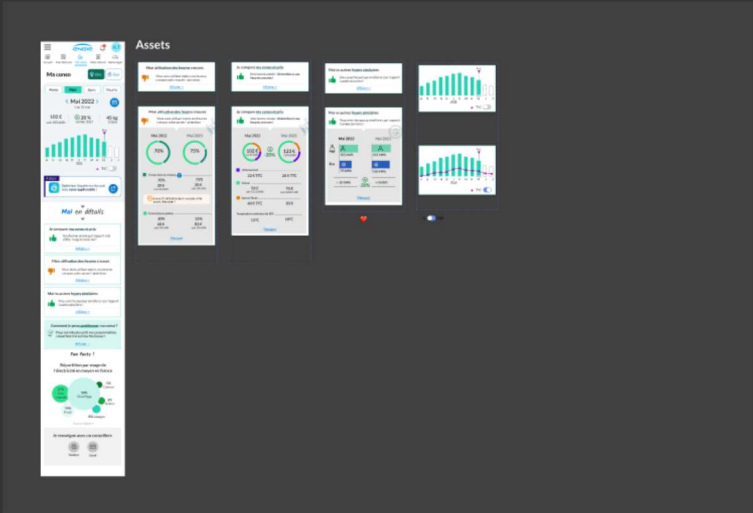
Pierre



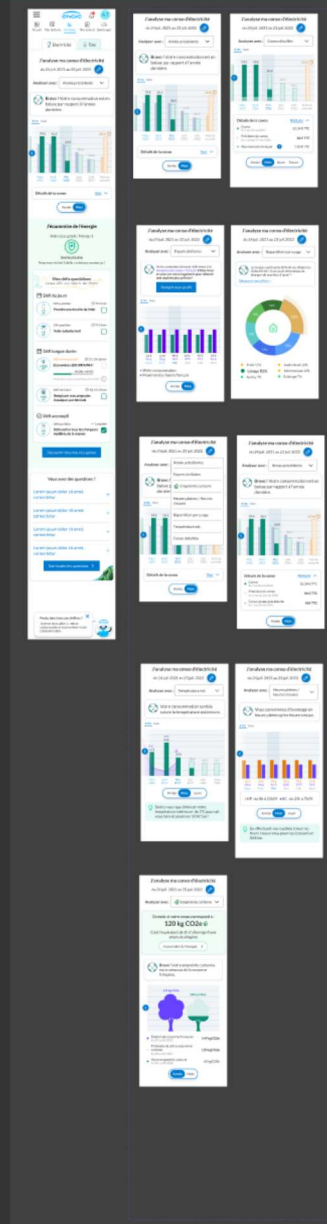
Raphaël



Bidisha



Adrien



# Wireframes & classification par lots

Caudalie

## Refonte du site e-commerce

Caudalie est une marque de beauté française qui tire son inspiration de la vigne et du raisin pour créer des produits cosmétiques haut de gamme, alliant innovation, naturalité et éthique écologique.

En 2017, une refonte technique du site e-commerce (passage sur Magento 2) nous a permis de refaire entièrement son design. L'équipe étant constituée de 2 designers, j'ai pris en charge les parcours suivants :

- Création du parcours de réservation de soins en boutiques (soins visage, soins corps, massages, etc).
- Refonte des pages boutiques et spa
- Refonte de la page sur les engagements de la marque
- Refonte de la page sur les brevets et recherches
- Refonte de l'arborescence du site
- Refonte du menu en version mobile
- Création du bandeau promo et de la page "toutes les offres"
- Création d'un parcours de cartes cadeau personnalisées
- Création du packaging de la boîte e-commerce
- Mise en place de tests utilisateurs
- Création de la librairie sur Adobe XD



XD



Photoshop



Marvel App



# Parcours de réservation de soins en ligne

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

## QUICK AND EASY BOOKING

I am using a spa voucher

### 1. SELECT A LOCATION

LES SOURCES DE CAUDALIE - BORDEAUX

NEXT

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

### 2. SELECT TREATMENT

SOIN VISAGE PREMIUM - 50 MIN - 100,00 €

ADD ANOTHER TREATMENT

[See treatments list](#)

#### Other comments

I need special assistance, I'm allergic, I'm pregnant, I book someone else...

Treatments are accessible only for people over 16 years old.

SELECT THE DATE

← BACK CAUDALIE PARIS

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

### 3. SELECT YOUR DATE & TIME

MARS 2018

| lun. | mar. | mer. | jeu. | ven. | sam. | dim. |
|------|------|------|------|------|------|------|
| 26   | 26   | 26   | 26   | 26   | 26   | 26   |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 12   | 12   | 12   | 12   | 12   | 12   | 12   |
| 19   | 19   | 19   | 19   | 19   | 19   | 19   |
| 26   | 26   | 26   | 26   | 26   | 26   | 26   |

Not available dates

#### AVAILABLE SLOTS

11H00

12H00

15H00

16H00

18H00

FINALIZE YOUR BOOKING

← BACK CAUDALIE PARIS

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

### CHECK OUT

#### SPA VOUCHER

Spa Voucher

#### GIFT CARD

Gift Card

#### PAYMENT METHODS

Choose your favorite payment method :

Credit card

PayPal

#### YOUR BILLING ADDRESS

Mathilde Thomas

← BACK CAUDALIE PARIS

- 1
- 2
- 3

### CHECK OUT

#### SPA VOUCHER

Spa Voucher

#### GIFT CARD

Gift Card

#### PAYMENT METHODS

Choose your favorite payment method :

Credit card

Numéro de Carte de Crédit \*

0000 0000 0000 0000

Date d'expiration \*

MM

YY

Cryptogramme \*

Save this card

CHECK OUT

\*By clicking this checkout button you agree all the [T&C](#)

PayPal

#### YOUR BILLING ADDRESS

Mathilde Thomas  
6 Place de Narvik  
75008 Paris  
Paris

#### YOUR ORDER

Items / view details ▼ 33,70€

TOTAL 32,70€

Wireframes en mobile first, prototypes tests utilisateurs et maquettes finales en anglais, en mobile, desktop et tablettes.



Merci ! Your appointment has been successfully booked. Thank you for your business. We will send you an email with a recap of all information regarding your book.

ADD TO AGENDA

MANAGE BOOKING

### IN THE MEANTIME...

Get prepared at home with these products:



ERFECT ANCE ZER SPF20

20

DIVINE OIL

\$49

PREMIER C

\$158

CARD

ADD TO CARD

ADD T

Vos avantages permanents



3 doses d'essai offertes pour toute commande

← BACK CAUDALIE PARIS

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

### 4. ALMOST DONE

Make sure everything looks right

Location:  
Caudalie Boutique Spa - Bleecker Street, NYC

Date & Time:  
Thursday July 13, 2017 - duration 1h30

Special assistance:  
Yes

Treatments:  
- Facial Premium 50 minutes \$120  
- Oxygen 15 minutes \$30

[MODIFY](#)

#### Promotion code

Enter your code

#### VOTRE COMMANDE

Subtotal 150€  
Gift voucher -150€

TOTAL 0,00€

← BACK CAUDALIE PARIS

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

### SIGN IN

#### RETURNING CUSTOMER

E-mail address\*  
email@email.com

Mot de passe\*  
.....  
[mot de passe oublié ?](#)

SIGN IN

#### NEW CUSTOMER

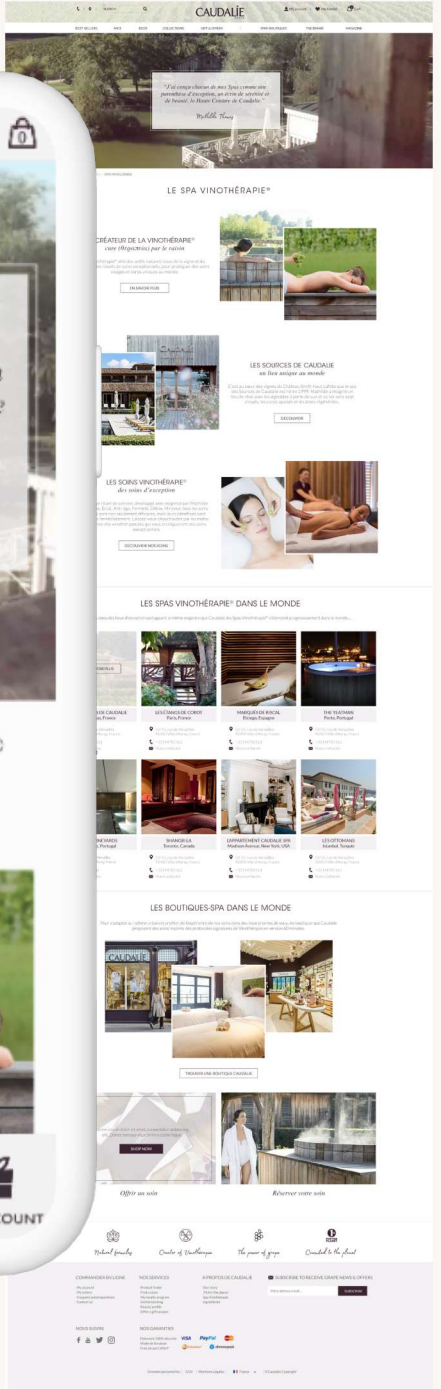
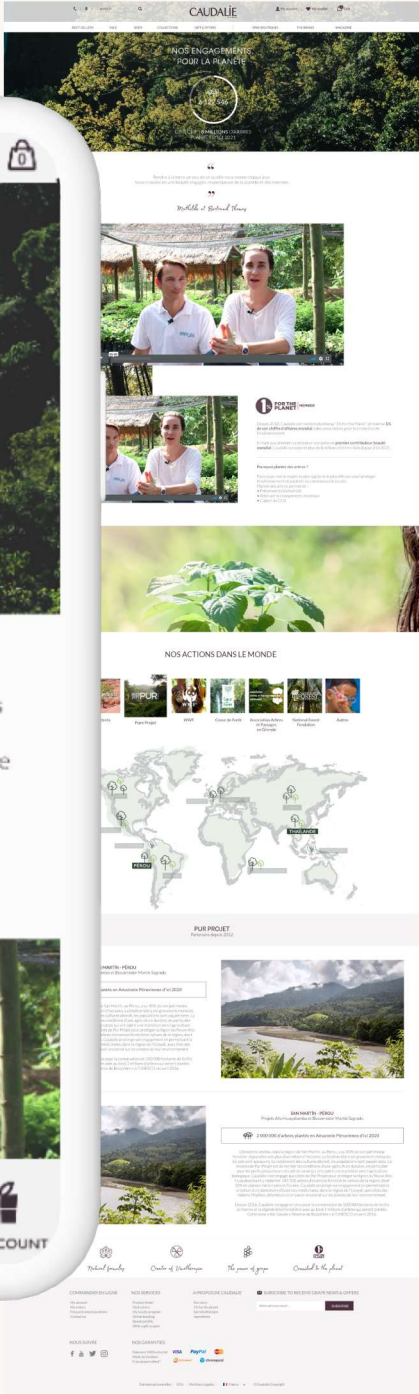
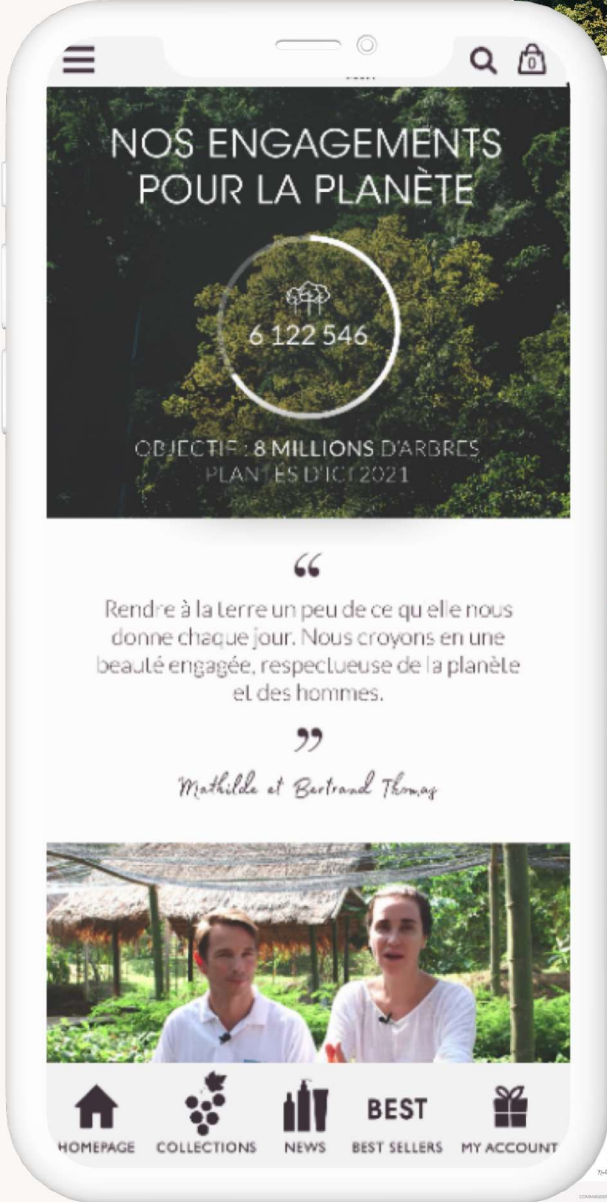
Create your account to enjoy all the advantages of MYCAUDALIE

E-mail address\*

CREATE ACCOUNT

#### SOCIAL LOGIN

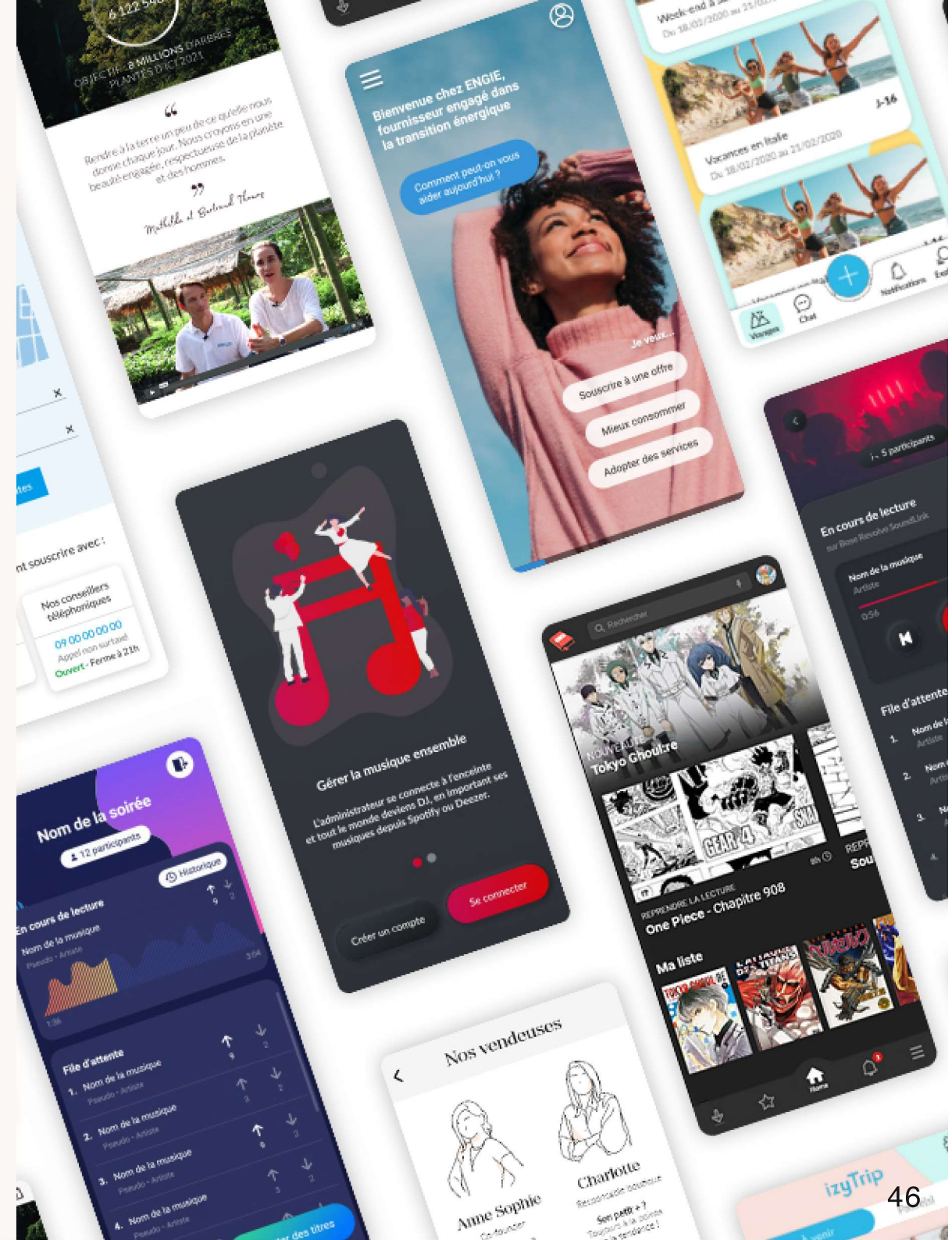
Exemple de refontes



Hors projet

## Interventions UI

Mes projets gros projets récents sont principalement autour de l'UX, mais j'intervient également sur des sujets d'UI Design diverses. Voici un tour rapide de ce que j'ai pu réaliser.



Figma



Illustrator

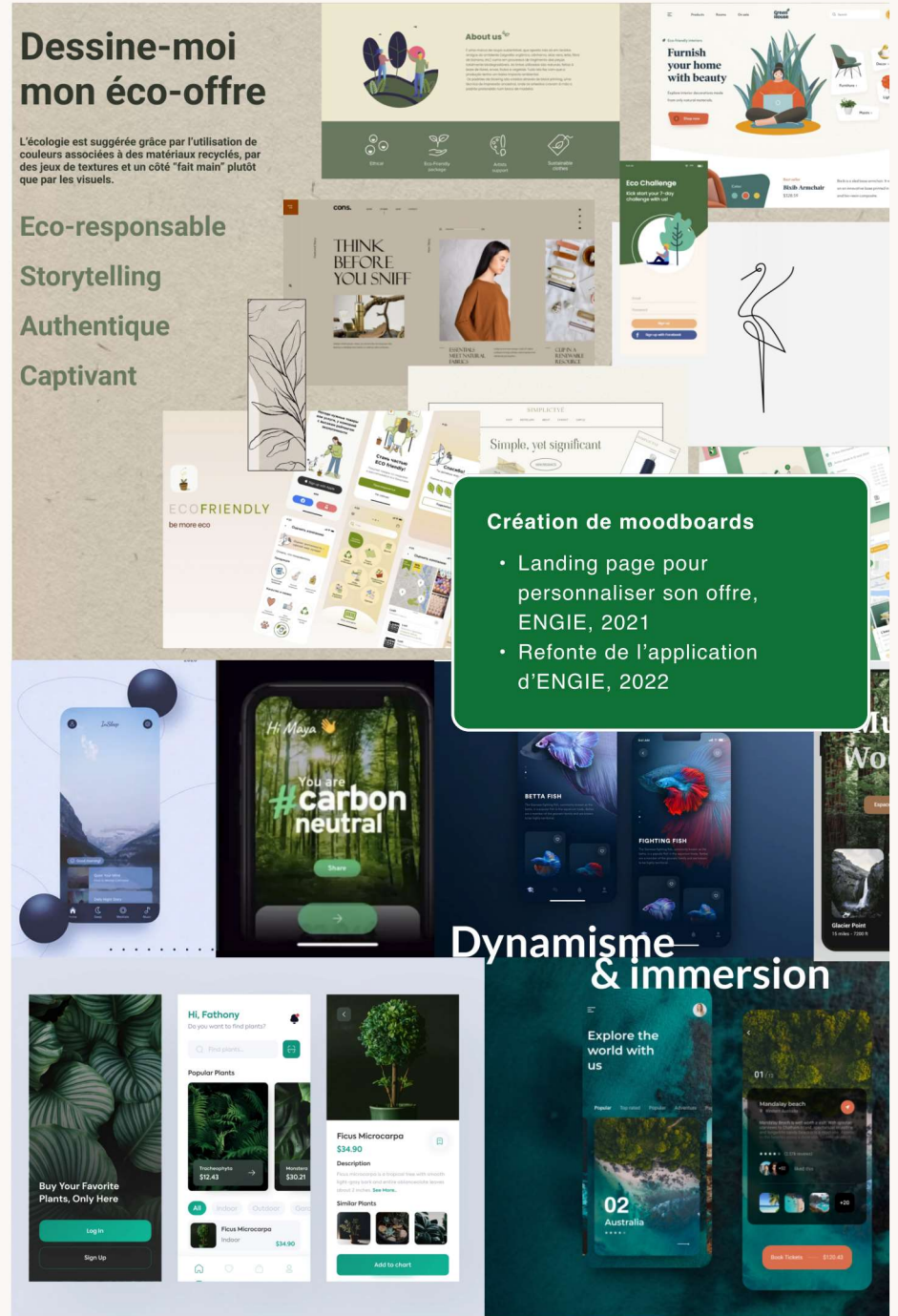
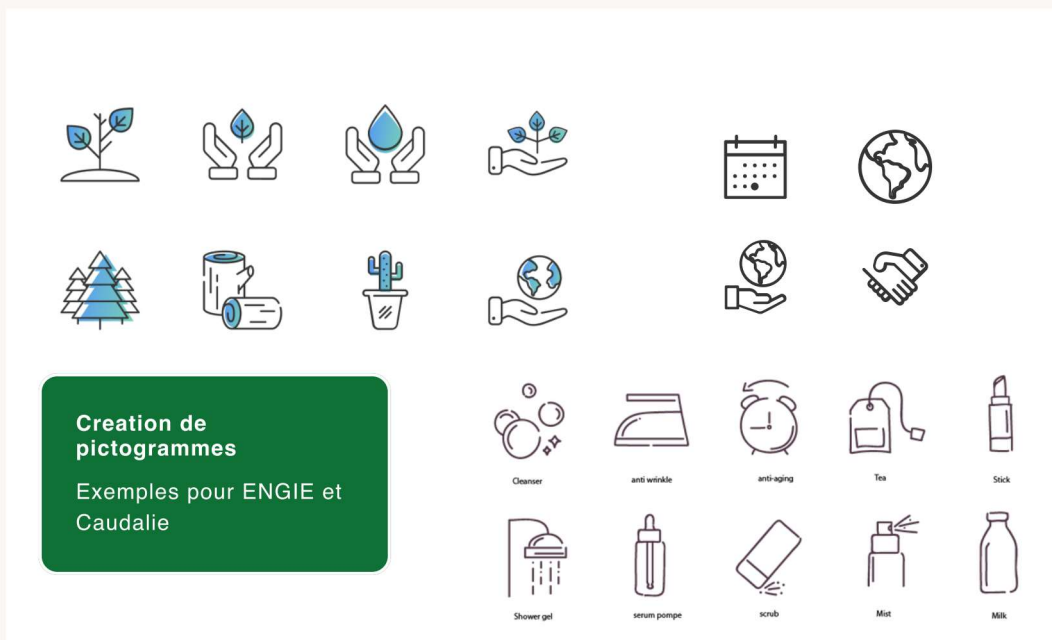
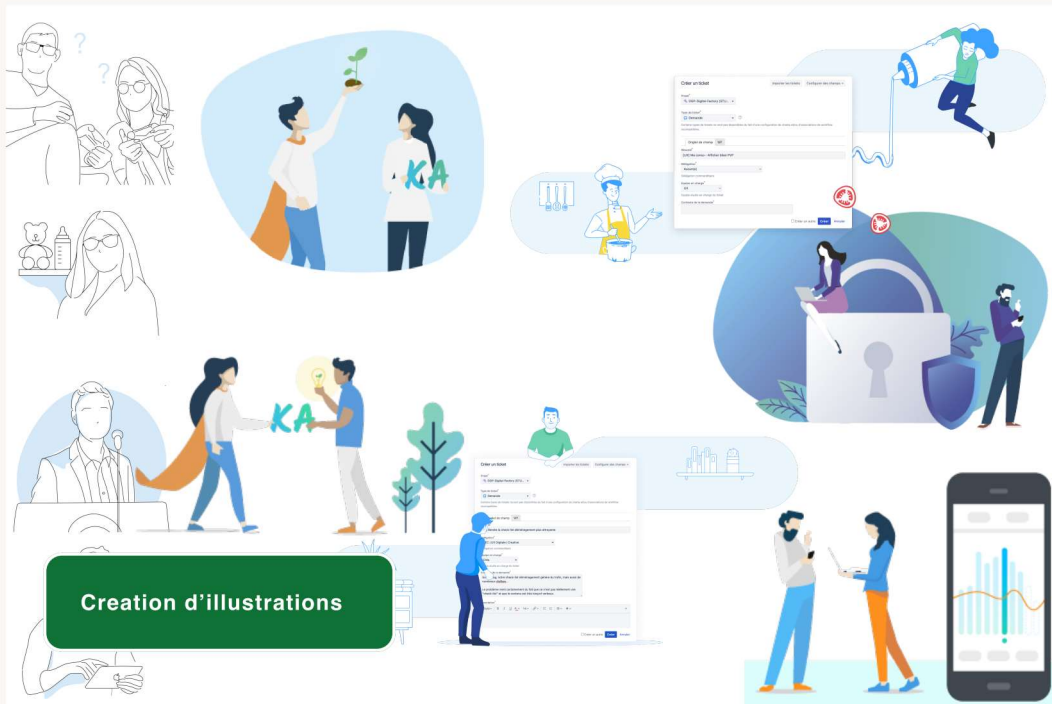


Photoshop



Indesign





### Bloc contexte

Contexte

CONTEXTE

Description du contexte

[Lien vers maquette \(facultatif\)](#)

CONTEXTE

Description du contexte

[Lien vers maquette \(facultatif\)](#)

#### Exemple d'utilisation

CONTEXTE

### Création de composants

- Auto-layout
- Nommage des éléments
- Création de propriétés et de variants

W 430 H 329

Fixed Hug

0° 20°

Clip content

Contexte

Couleur Vert

Show Lien ve...

Text Ce push a pour but de rediriger vers la page travaux. Il s'agit

Auto layout

0 0 0

### Notes

A compléter A compléter A compléter

A compléter A compléter A compléter

A compléter A compléter A compléter

Ceci est un exemple d'un texte un petit peu plus long pour voir si ça fonctionne comme il faut.

Hug x Hug

0°

Clip content

Notes

Couleur Jaune

Notes jaunes

Flèche Gauche

Text Ceci est un exemple d'un texte un petit peu plus long pour voir

Auto layout

0 0 0

Constraints

Left Top

#### Atomes

Typographies

Titre 1

Titre 2

Couleurs

Bordure radius

Pictogrammes

#### Molécules

Illustrations

Buttons

Origins

Champs de saisie

#### Molécules

Composants

Cartes

Pop-in

File d'attente

#### Maquettes

Connexion

Page soirée min

Participants

Inviter

Pop-in etes-v...

Musiques 4

### Atomic design

Exemple d'une réalisation dans le cadre de mes études

#### Règles d'espacements

Type a header

Avis clients arguments

Pourquoi choisir ENGIE ?

500.000 foyers nous font déjà confiance !

3,6/5

127 avis

1er fournisseur d'électricité verte\*

Aucune franchise

Une livraison dans les 4 jours

### Mise à jour du Design System

- Création et mise à jour de pages sur zero height et Notion
- Importation des éléments Figma



**A bientôt !**

[ondine@product-designer.fr](mailto:ondine@product-designer.fr)