

Je suis Antoine Cacheux, Product Designer spécialisé en UX Strategy & Data-Driven UX. Je transforme les données en solutions créatives et impactantes qui améliore la croissance de votre entreprise Même lorsque les ressources sont limitées, mon objectif est d'aligner chaque interface avec les besoins utilisateurs tout en maximisant la conversion et l'engagement.

Mon expérience couvre des projets complexes dans des secteurs variés, notamment l'e-commerce (luxe, cosmétique, mode), ainsi que la banque et l'assurance.





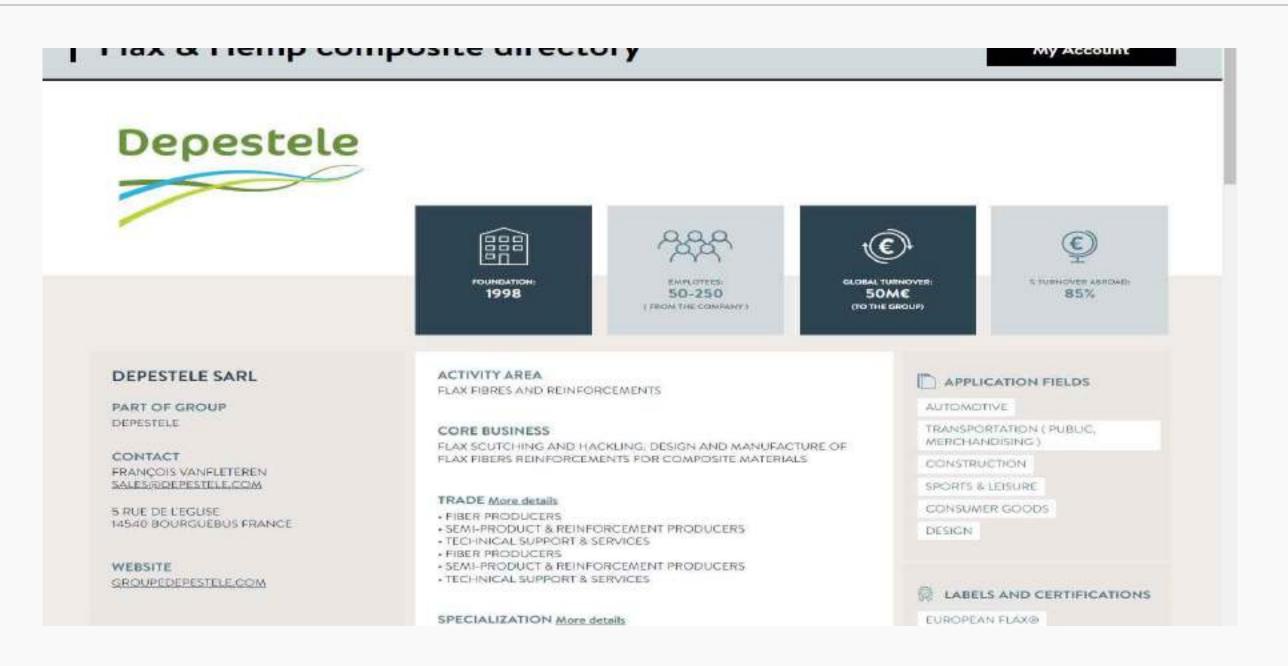
Fusion de deux sites en une plateforme optimisée : pages produits & catégories repensées, expérience fluide et sourcing modernisé. Cadrage par ateliers et conception itérative UX.

## Phase d'idéation et de co-conception

La collaboration avec les équipes métier est essentielle pour comprendre les besoins des utilisateurs B2B, et les ateliers de priorisation permettent d'identifier ce que l'utilisateur final considère important lors du choix des matières premières. Cela me permet de prendre en compte les besoins et les problématiques de chacun lors de la phase d'idéation.

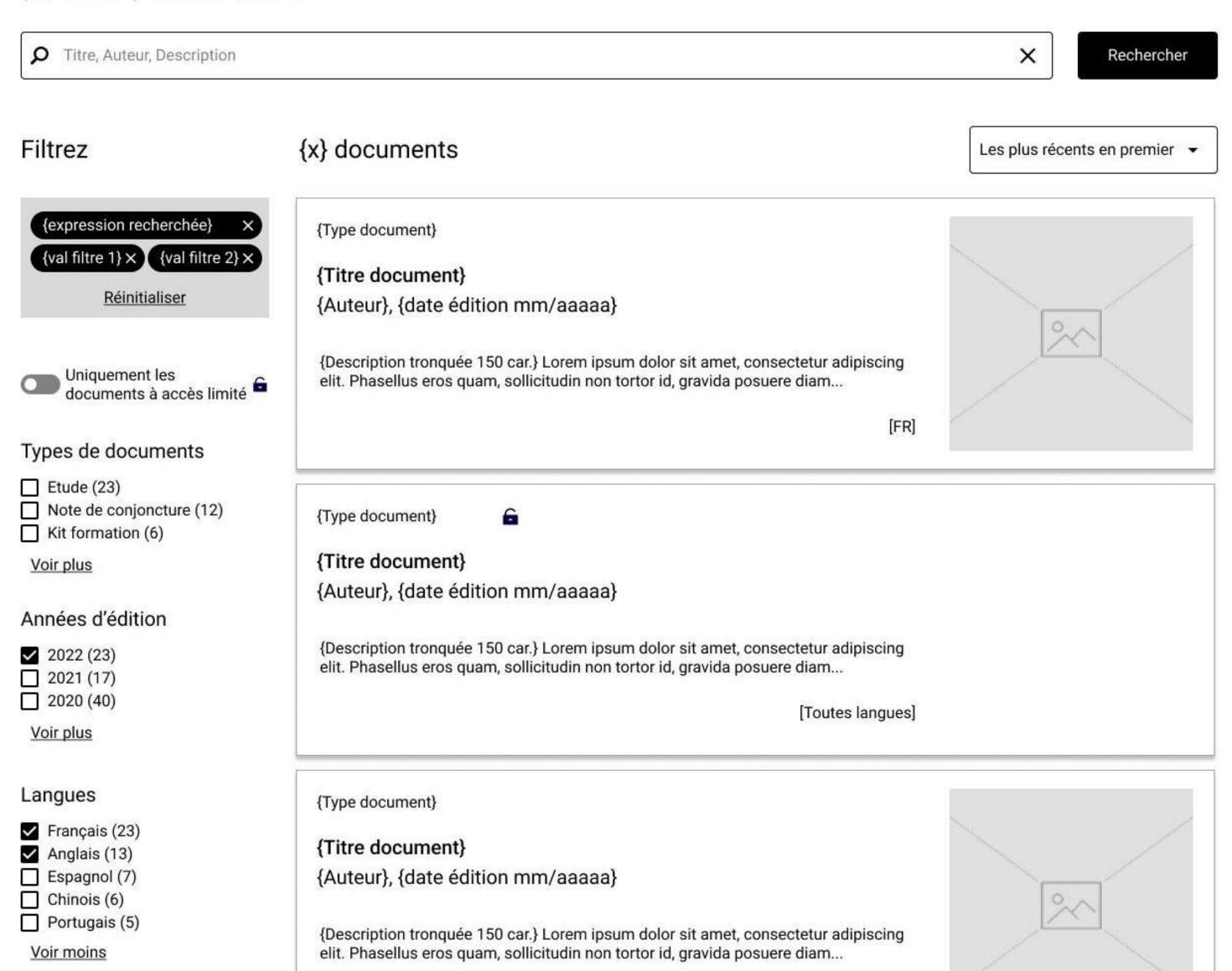
Les deux anciens sites de sourcing regorgent de données, beaucoup de données (ateliers, certifications, contacts, chiffre d'affaires, longueur du tissu, etc.).

Afin de les élaguer, d'en ajouter ou d'en modifier, nous devons d'abord les comprendre. Les premiers ateliers sont donc dédiés à la collecte des données des anciennes pages produits, catégories et adhérents, et font appel à notre expertise en e-commerce pour trier et conserver les éléments essentiels.





### {Titre H2} Recherchez



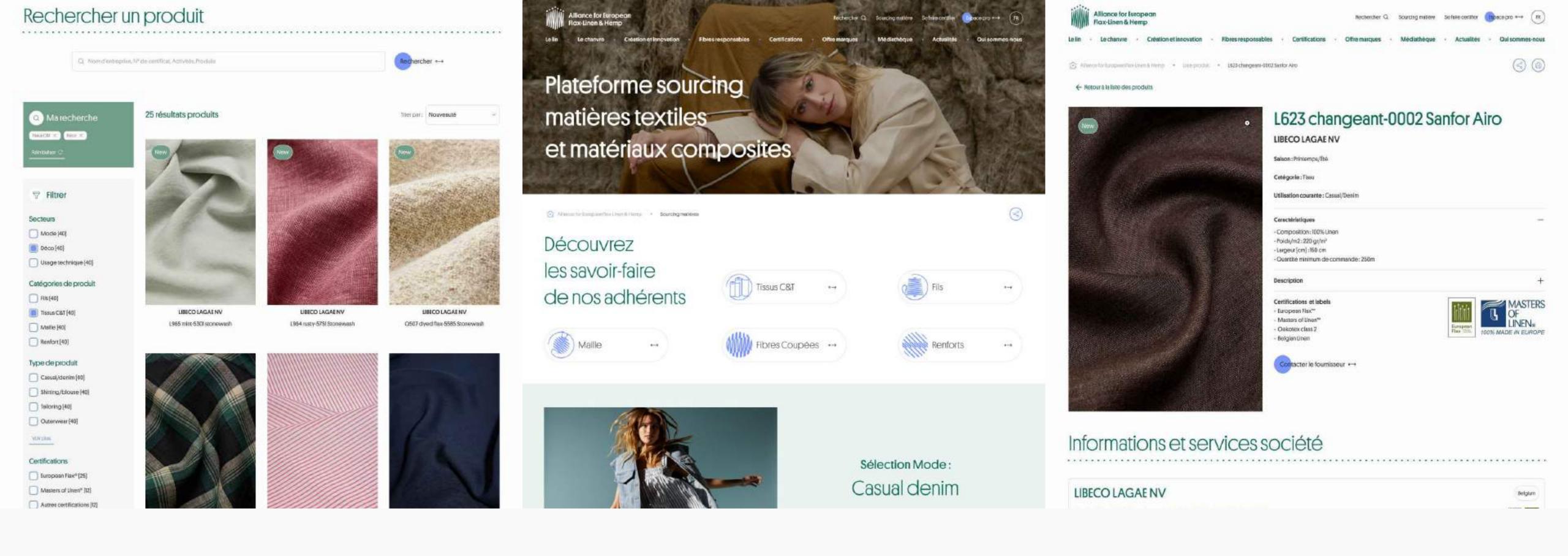
# Ateliers de co-conception

Les wireframes servent à structurer les premières réflexions issues des étapes précédentes. Cependant, en raison du manque de maturité des équipes métier en matière de méthodes UX, elles peinent à se projeter pleinement sur des wireframes basse fidélité.

Ainsi, mon rôle est de guider les ateliers de co-conception afin de recueillir les retours qui permettront de progresser vers la prochaine phase. Une communication claire et un bon cadrage sont essentiels pour éviter de perdre du temps sur des questions liées à l'apparence des écrans.

À la fin de chaque atelier, un compte rendu est partagé pour rappeler l'avancement du projet et les idées validées. L'utilisation de benchmarks sur d'autres sites peut aussi aider les équipes à mieux comprendre nos propositions.

[DE] [EN] [FR] [IT]

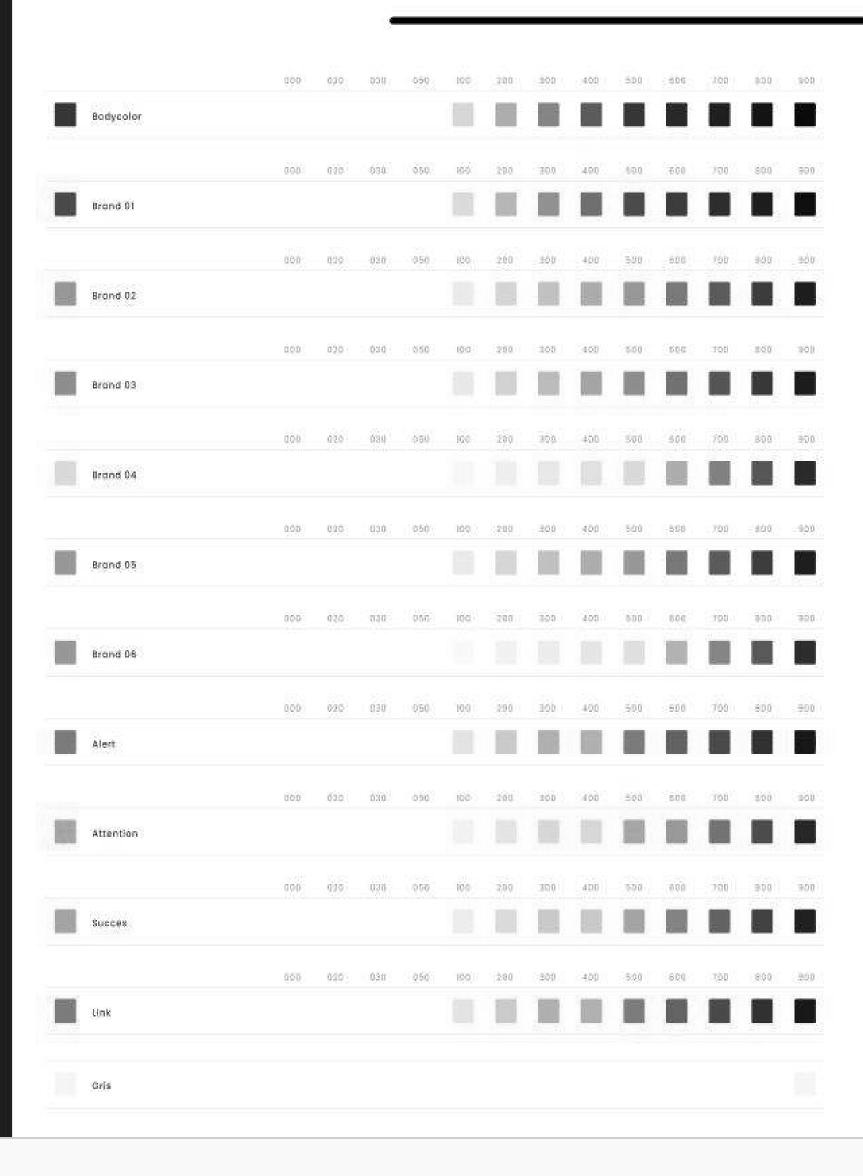


# Maquettes & prototypes

Je m'appuie sur le design system en place, en veillant à intégrer les nouveaux composants et à améliorer les anciens. L'utilisation des composants existants est essentielle pour minimiser la charge de travail des développeurs et assurer la reconnaissance des éléments par les utilisateurs habitués à les manipuler.

Les maquettes sont parfois les livrables les plus attendus. Chaque détail compte dans ce processus. J'intègre doncc des données réelles pour permettre aux équipes métier de visualiser le parcours utilisateur de manière concrète.

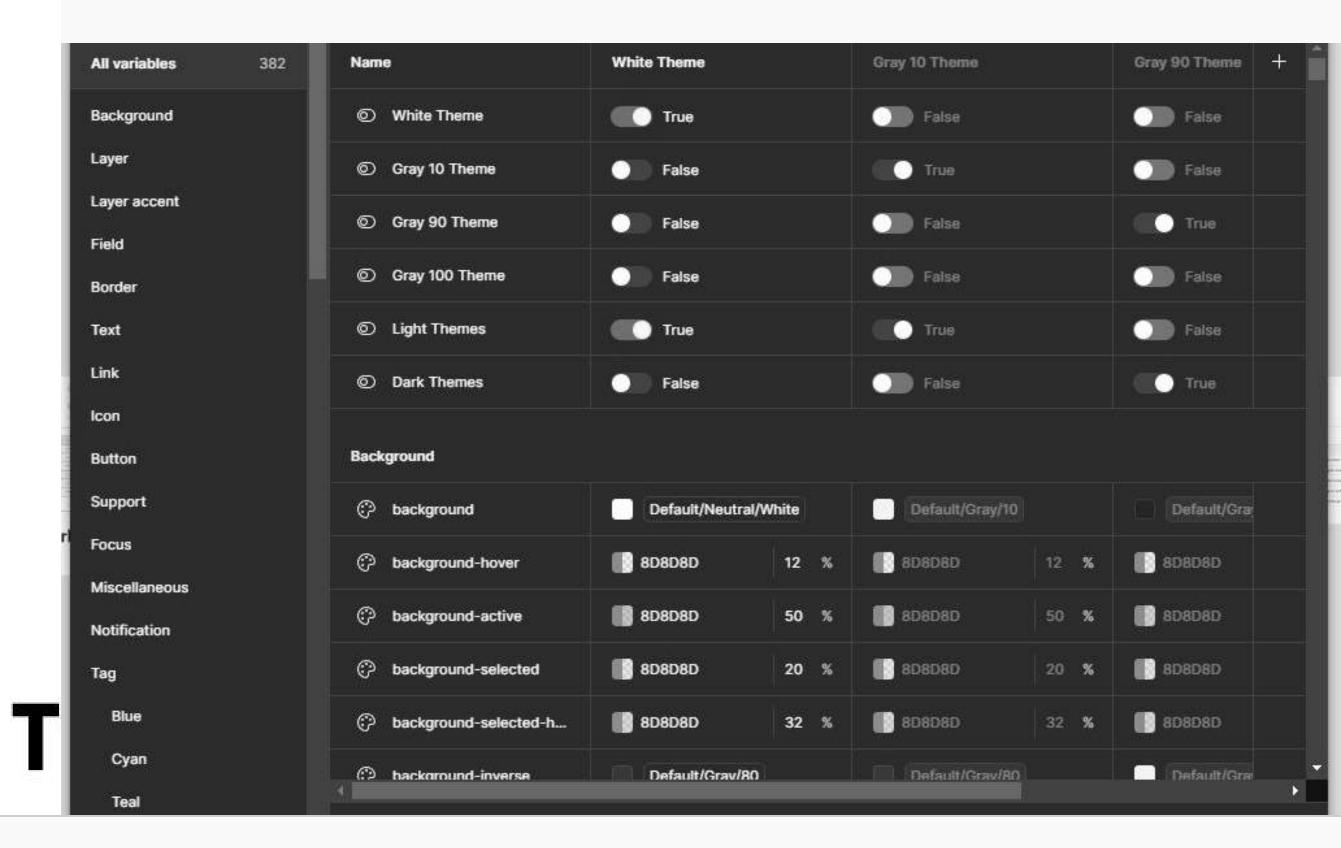
### Couleur



### T Design System

Chaque mois, Figma apporte son lot de nouveautés, dont l'introduction récente des tokens. Mon rôle en fin de projet, a été d'incorporer ces nouveaux tokens pour actualiser le design system existant, incluant l'interlignage, les couleurs, la taille des polices, etc. Certaines directives préexistantes ont facilité cette mise à jour.

Par ailleurs, lors de l'intégration des pages produits et des catégories sur le site, certains composants ont été ajoutés, retirés ou modifier pour répondre aux nouveaux enjeux du site internet de sourcing.



# La Banque Resident April 1988 Postale Postale 1 2 3 5 5

Amélioration des services bancaires numériques par la recherche utilisateur, conception d'interfaces ergonomiques pour une meilleure accessibilité, optimisation de l'espace de candidature pour fluidifier l'expérience, et contribution à la structuration de l'équipe design avec un meilleur cadrage des projets.

# Ateliers de co-conception

Comment amenorer reigonomic de routil, et sa porme utilisation :

Comment simplifier le rôle d'admin?

Comment simplifier le rôle du front/middle et du conseiller?



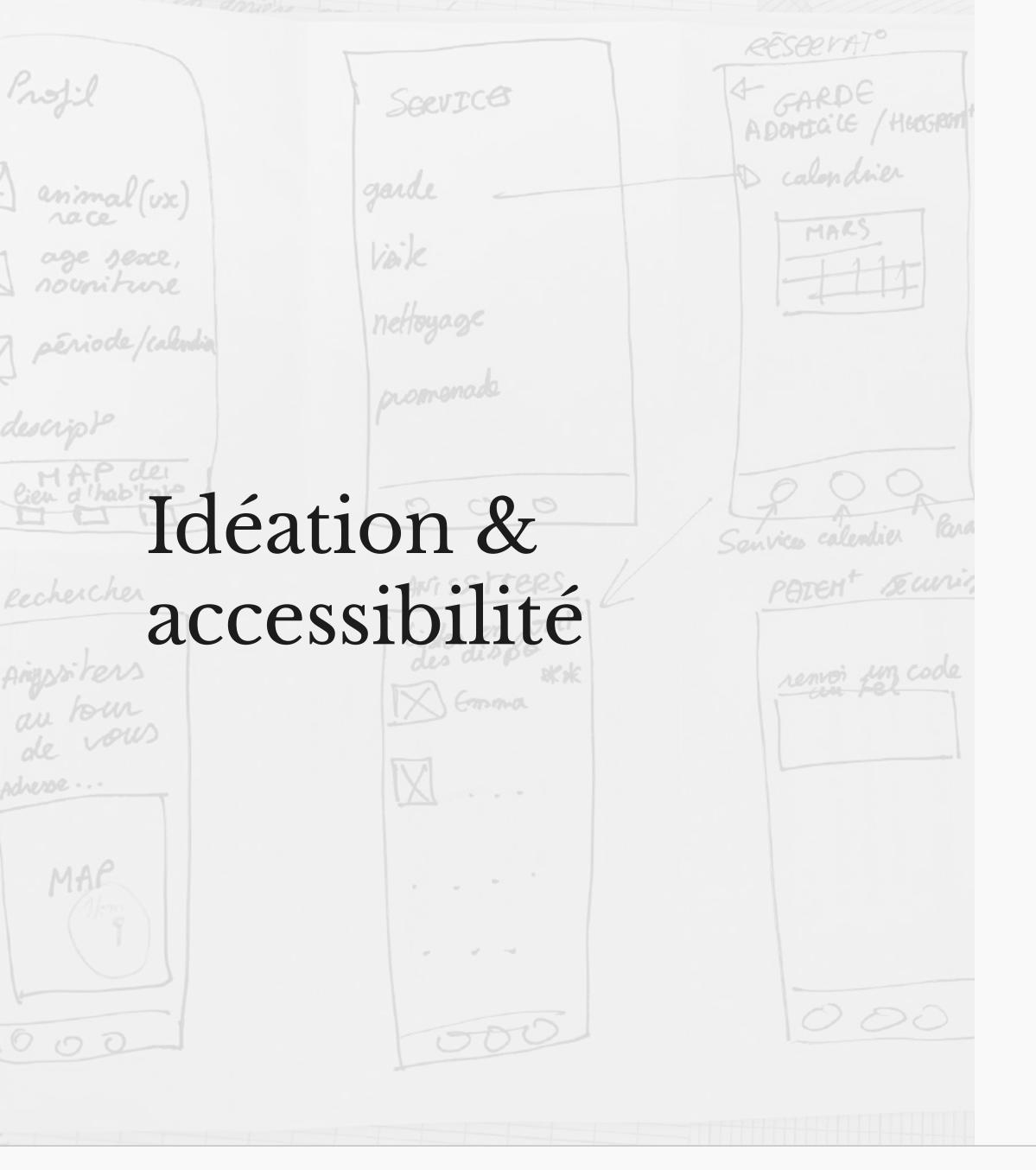
Les ateliers de co-conception segmentent le planning de l'UX designer, ils nous permettent non seulement de présenter l'avancée de nos recherches, mais aussi d'avoir des réponses sur les problématiques rencontrées pendant le projet.

Déroulement Atelier

Ce modèle d'une ou deux heures nous permet aussi de proposer des ateliers d'idéation ou priorisation à l'aide de trie de cartes par exemple. L'idée est aussi de s'inculquer les connaissances des différents acteurs du projet qui ont des idées à transmettre.

Lors des phases les plus avancées, ces ateliers permettent de valider la faisabilité technique des solutions proposées par l'UX Designer. Je propose toujours plusieurs solutions à une problématique selon le budget, les attentes, ou la faisabilité technique du projet.

La Banque Postale

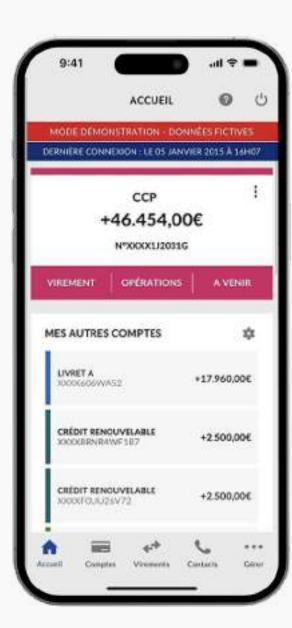


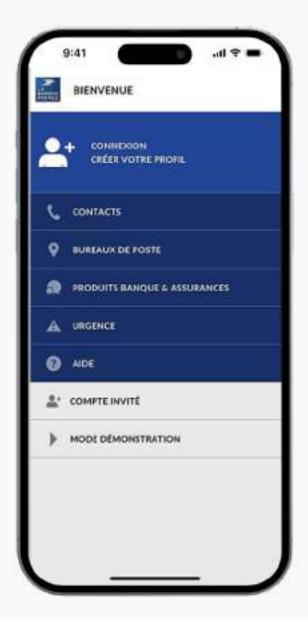
J'utilise plusieurs méthodes pour générer des idées, en commençant par un benchmark des sites concurrents ou une rétrospective de projets similaires, tout en tenant compte des spécificités de La Banque Postale.

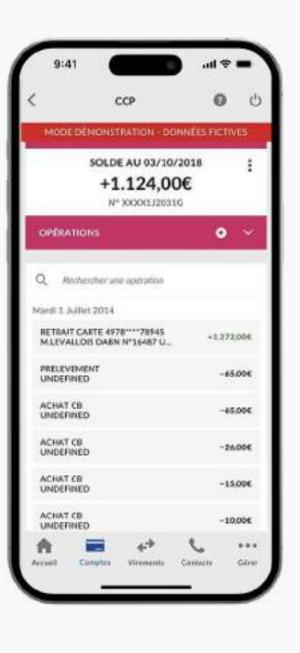
J'adapte mon approche en fonction du planning établi. Si un projet ne nécessite pas d'exploration ou d'idéation, je peux proposer rapidement une première version de la solution.

Des réunions hebdomadaires entre UX Designers me permettent d'échanger et d'émettre des critiques constructives sur plusieurs designs. Les ateliers de co-conception me servent à recueillir les feedbacks de tous les participants pour enrichir les solutions. Pour nous aider dans notre travail, une équipe spécialisée nous accompagne sur les enjeux d'accessibilité, un aspect clé validé avant toute mise en production.

Enfin, après plusieurs ajustements avec l'équipe projet sur les wireframes, la collaboration avec les Ul Designers commence une fois leur validation obtenue. Ceux-ci sont ensuite déclinés en écrans détaillés pour desktop et mobile.









### Réalisation des tests utilisateurs

#### Les testeurs "Friends & Family"

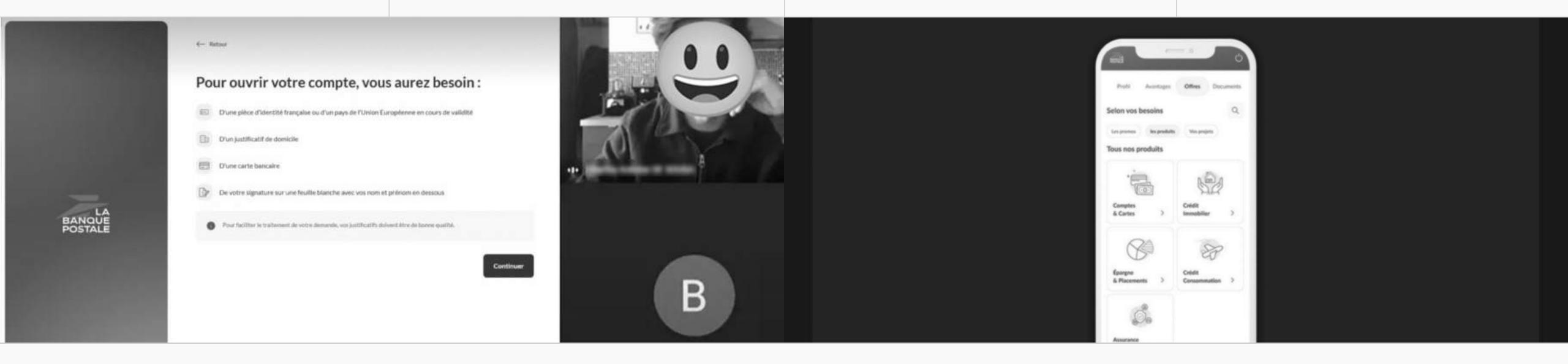
Les tests utilisateurs peuvent être réalisés de deux manières différentes. La première consiste à solliciter le panel "Friends & Family" déjà existant, composé de membres récurrents de La Banque Postale.

Malgré sa facilité d'accès, ce panel présente des limites : en conduisant les tests, j'observe que ses membres, habitués aux sessions, ne représentent pas toujours les utilisateurs finaux des services testés, ce qui peut fausser les résultats.

### Les testeurs via un paneliste

La deuxième option est de recourir à un prestataire pour réaliser des tests utilisateurs au nom de La Banque Postale. Bien que cette solution offre une qualité supérieure, elle nécessite un budget conséquent.

Je l'intègre souvent à des projets d'envergure, ce qui me permet de gagner du temps sur d'autres tâches. Après les tests, le prestataire présente un rapport que j'analyse avec l'équipe UX afin de partager les retours et éviter toute mauvaise interprétation des résultats.



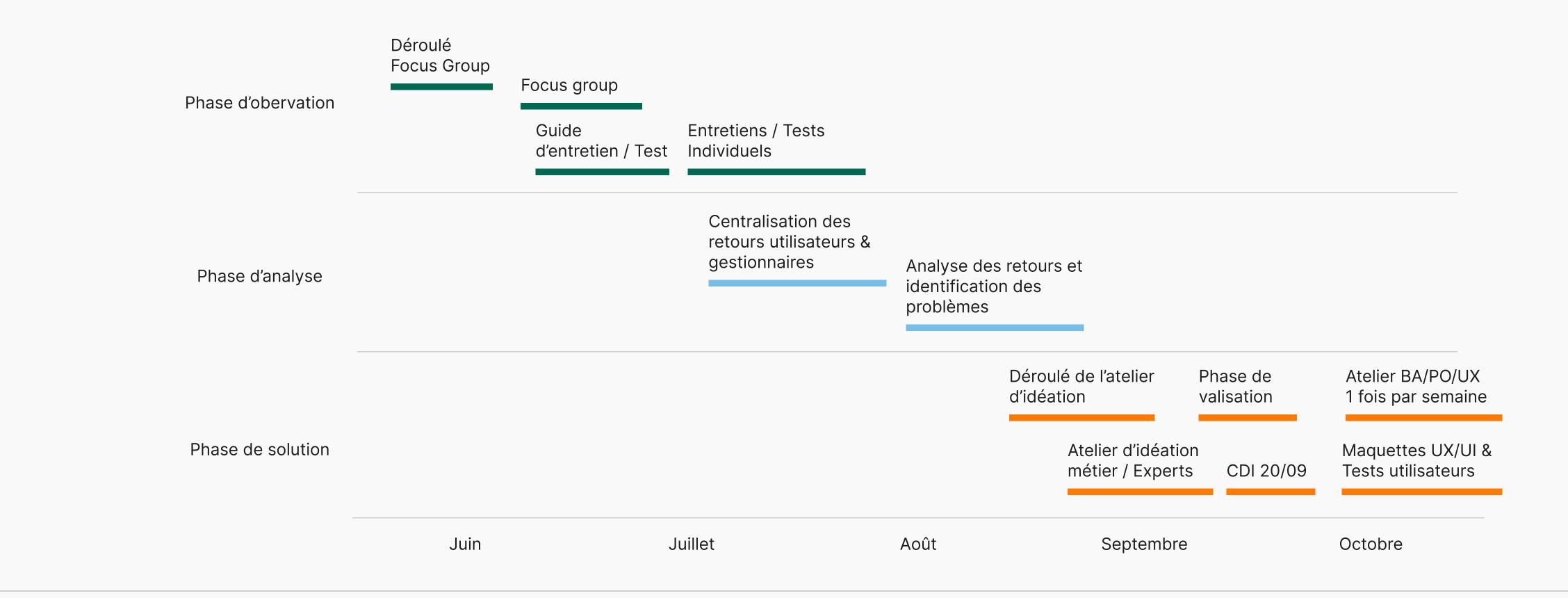
La Banque Postale

# Groupama

Refonte du parcours de déclaration de sinistre pour réduire l'abandon (-22 %) et améliorer la satisfaction client (+13 % NPS). Expérience simplifiée, meilleure prise en charge et sensibilisation interne à l'impact de l'UX research.

# Réunion de kick-off en compagnie de l'équipe data

Pour accompagner l'UX Research, mon équipe et moi avons proposé un rétroplanning afin de lancer un "sprint 0" visant à identifier les points critiques du parcours. Nous avons organisé un focus group, mené des entretiens et des tests utilisateurs, et centralisé les retours des utilisateurs et des gestionnaires. Notre proposition s'appuyait sur une analyse ergonomique que j'ai réalisée (score de 8/20) ainsi que sur les observations de l'équipe data sur le parcours. Grâce à cette approche, nous avons réussi à débloquer un budget et du temps pour mener à bien cette phase de recherche.



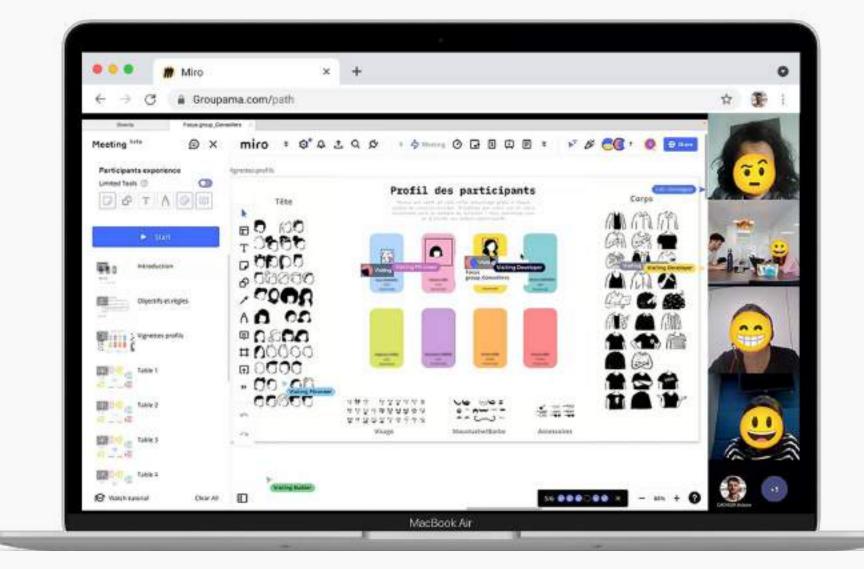
# Organisation et réalisation du focus group

Nous avons ensuite organisé un focus group à distance sur Miro, réunissant 7 gestionnaires sinistres. Cette session leur a permis d'exprimer leurs besoins et défis.

Avec l'équipe UX, nous avons structuré les échanges en sousgroupes : chaque gestionnaire répondait aux questions via des post-it avant de partager et débattre, ce qui facilitait une transition fluide entre les sujets.

Cette approche nous a permis de collecter de nombreuses informations tout en garantissant l'implication de chacun.

Les questions, élaborées en collaboration avec l'équipe métier, ont assuré la pertinence des discussions et des exercices.



"Notre atelier a permis de mieux cerner les attentes des gestionnaires de sinistres concernant notre projet, les impliquant ainsi davantage et assurant leur soutien tout au long de la refonte."

Groupama 13

# Groupama

### Observation de terrain

En plus du focus group, j'ai passé une journée avec les gestionnaires de sinistres sur leur lieu de travail. J'ai utilisé une grille d'observation avec quelques questions pour mieux comprendre leur quotidien et identifier d'autres problématiques éventuelles, comme par exemple :

Les lignes téléphoniques sont saturées

2 Les assurés en colère ou paniqués restent minoritaires

Les assurés maîtrisent peu le vocabulaire de l'assurance

Les gestionnaires de sinistres traitent plus de 30 appels par jour

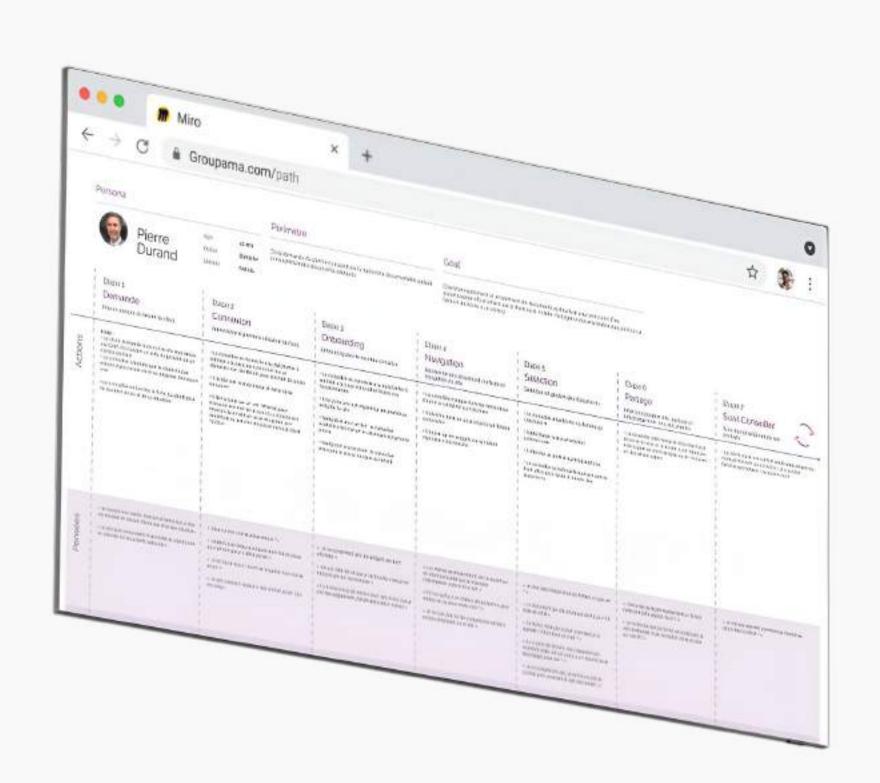


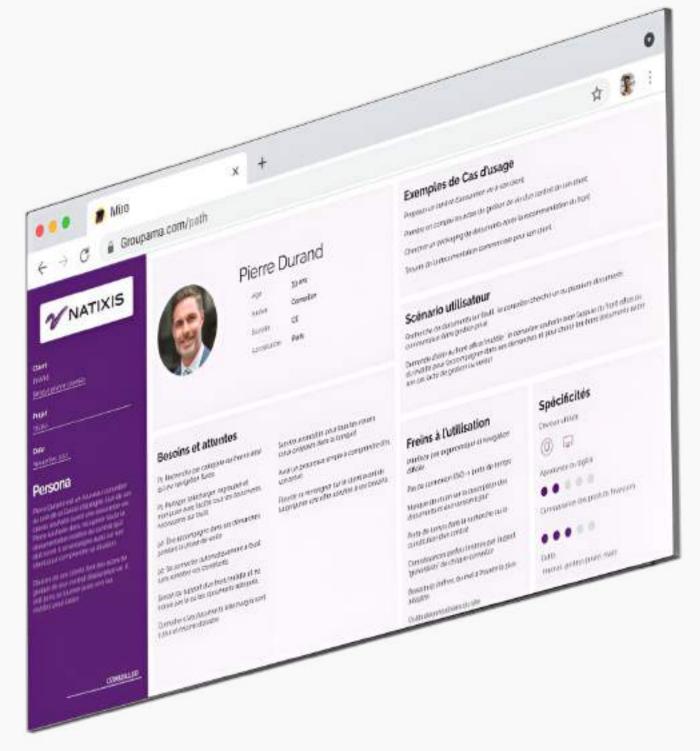
Refonte de l'outil de gestion des documents pour Natixis Wealth & BPCE : navigation optimisée, accès simplifié et prototype final comme cahier des charges. NPS +17 %, moins de demandes d'accès.

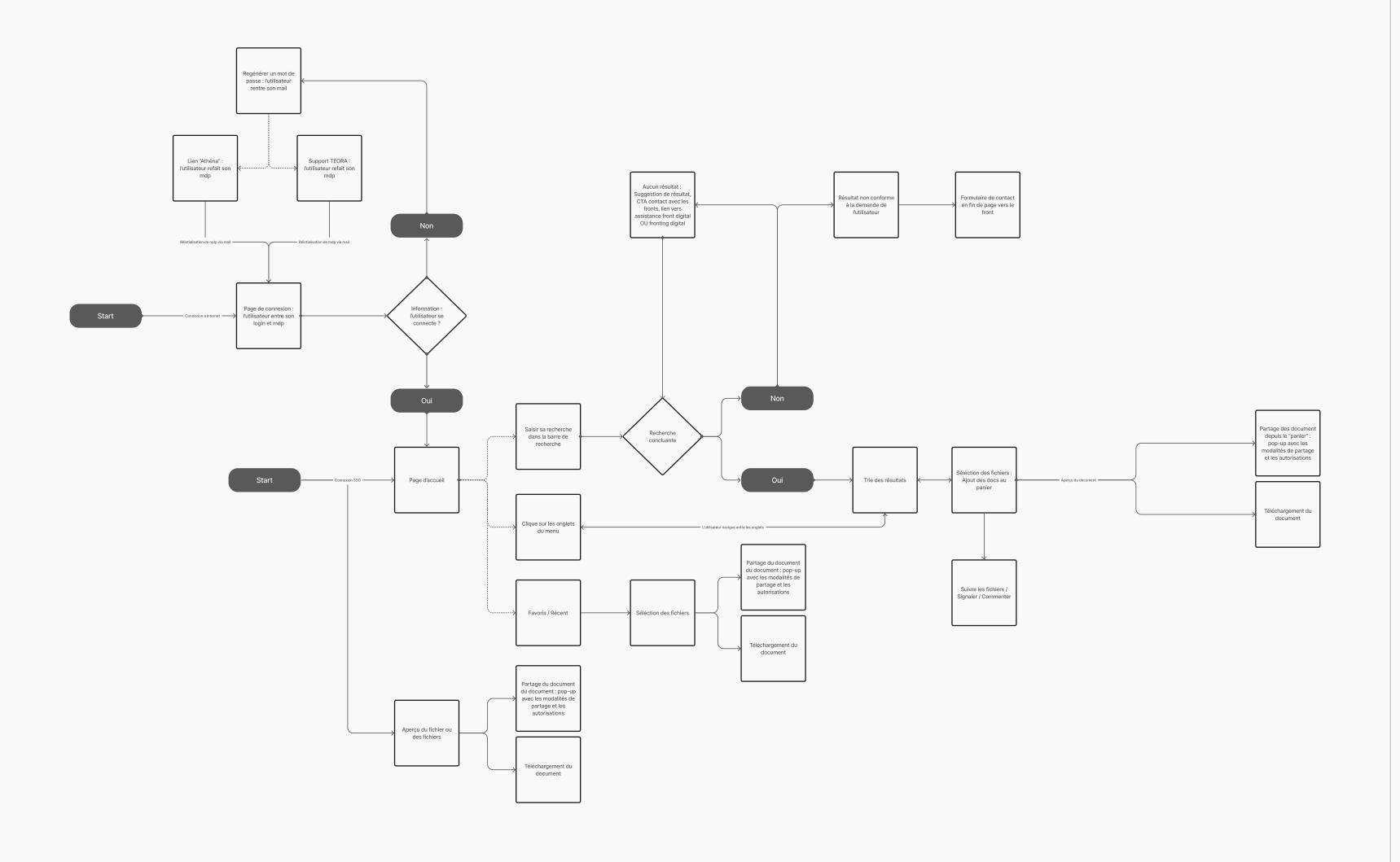
# Phase d'empathie

Les données ont été représentées à travers des protopersonas et des experience maps, un travail que j'ai mené pour faire ressortir naturellement les points de blocage et les axes d'amélioration de l'outil. Cela a facilité leur présentation à l'équipe. Plusieurs problèmes ont ainsi été mis en évidence :

- Les utilisateurs mettent trop de temps à chercher et filtrer les résultats
- L'ajout de nouveaux documents est très contraignant à cause de l'interface
- Les documents qui ne sont pas disponibles pour un type d'utilisateur sont tout simplement invisibles
- L'utilisateur manque de moyen pour éditer, regrouper, ou demander l'accès à certains documents







### User Flow

Afin de bien comprendre l'utilisation de l'outil, j'ai créé un user flow pour montrer chaque action des 3 différents personas utilisant la bibliothèque de documents.

Le but, comprendre le parcours d'un utilisateur et voir les erreurs et les complications qu'il peut rencontrer tout au long du parcours.

Cela permet de voir les actions et les chemins pris par l'utilisateur au cours de sa recherche. C'est aussi un moyen efficace pour réaliser les wireframes par la suite.

Natixis 17

### Atelier d'idéation

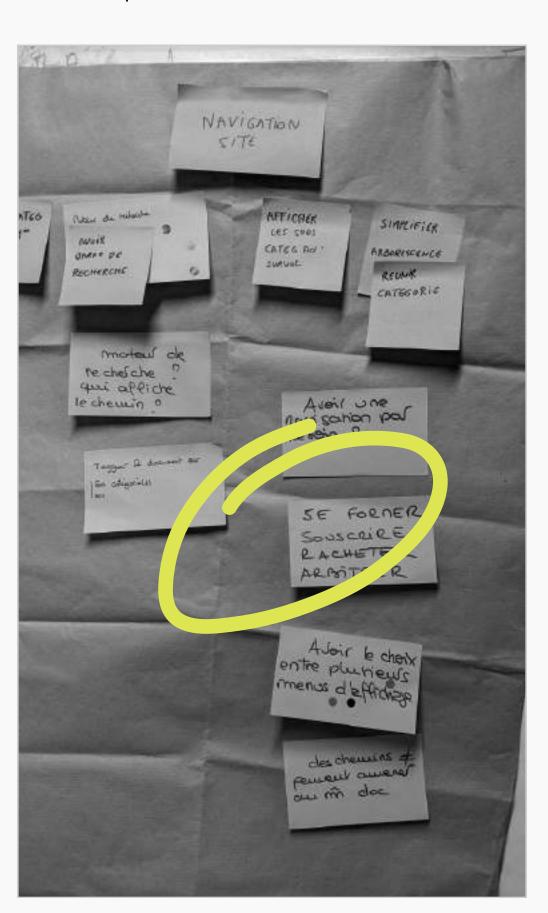
Pour recueillir un maximum de solutions pertinentes, j'ai organisé un atelier d'idéation de 2h en trois étapes :

Brainstorming: Chaque participant note ses idées sur des post-it et les colle sous les problématiques concernées. Cette étape dure 5 minutes par thématique, se fait en solo et sans contrainte.

DACK OFFICE Tout do de J' ada SACESH GESTIO GESTION Date de publication vouble/hodiful our l'admin (et utilitateur) SITE date d'appiration it cibber r d'admin sur les publications GARDE D'AJOUT AVEC COU GEOC : UN AVOIR DUSSIER DRAPT

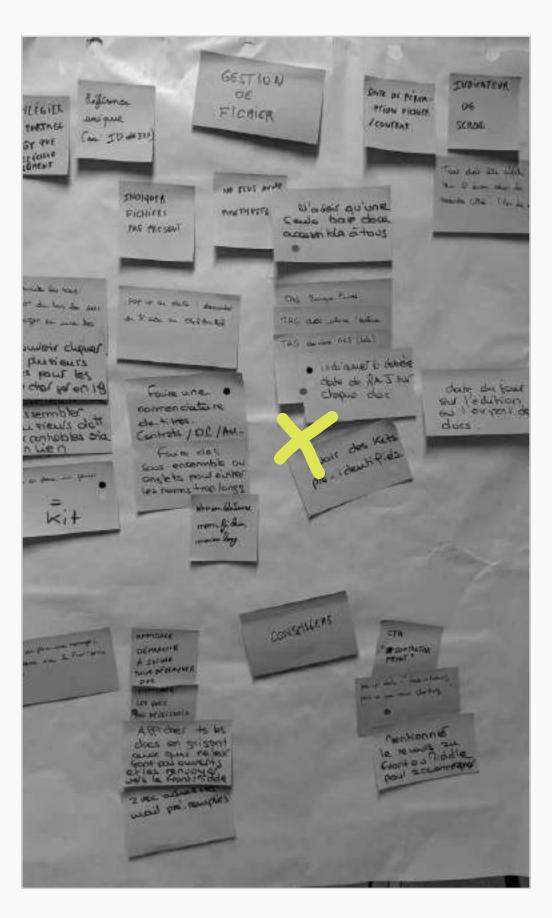
Lecture des idées : Une présentation rapide de chaque post-it est faite, sans débat, afin que chaque participant explique simplement le choix de son idée.

Priorisation : Les participants votent en utilisant des autocollants pour sélectionner les idées prioritaires.



Cette approche a permis de structurer l'atelier de manière fluide, en encourageant la créativité tout en facilitant la sélection des solutions

les plus pertinentes.

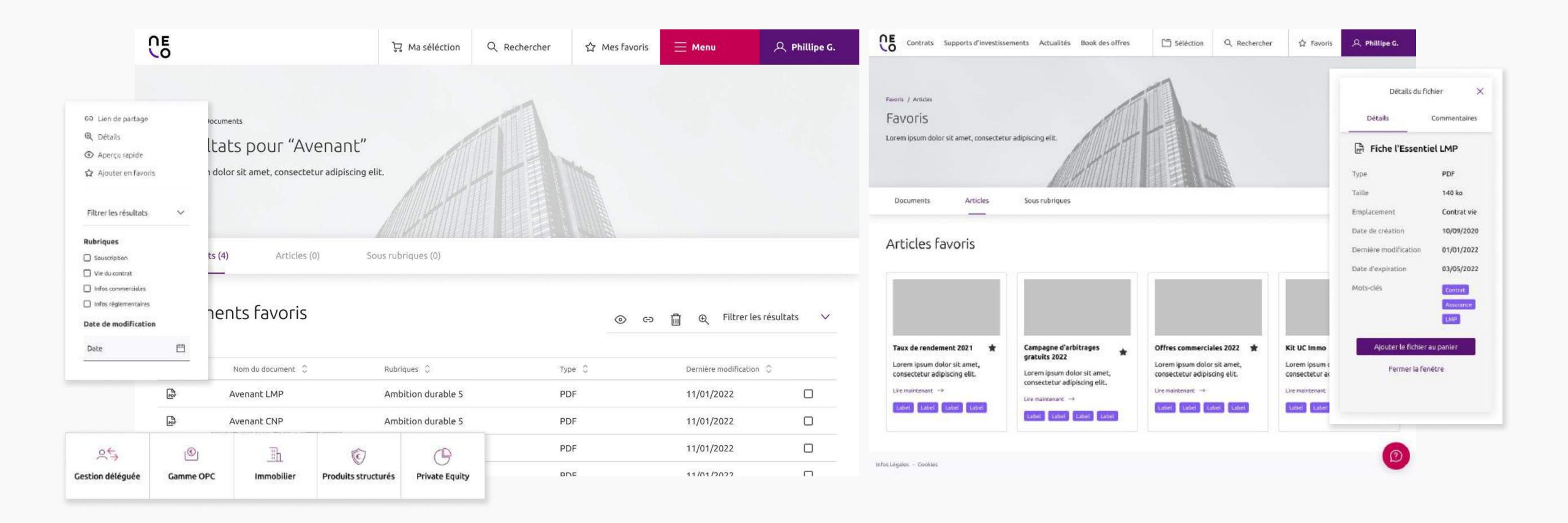


Natixis 18

### Prototypages et tests utilisateurs

Pour valider nos choix, j'ai conçu deux prototypes (A et B) différenciés par leur nombre de pages et leurs composants. L'objectif était d'identifier les éléments les plus efficaces en testant les deux parcours.

Animés par des interactions définies dans un guide d'entretien, ils intégraient des textes et fichiers fournis par l'équipe métier pour plus de réalisme. J'ai mené des tests utilisateurs avec 10 professionnels, incluant un questionnaire sur leurs habitudes. L'ordre de test des prototypes variait pour obtenir des réactions spontanées. Ces tests ont confirmé nos choix et renforcé nos travaux grâce aux verbatims recueillis. Cela nous a permis d'avoir une idée plus précise du produit final, ou du moins de disposer d'un cahier des charges clair pour les prestataires souhaitant reprendre le projet.



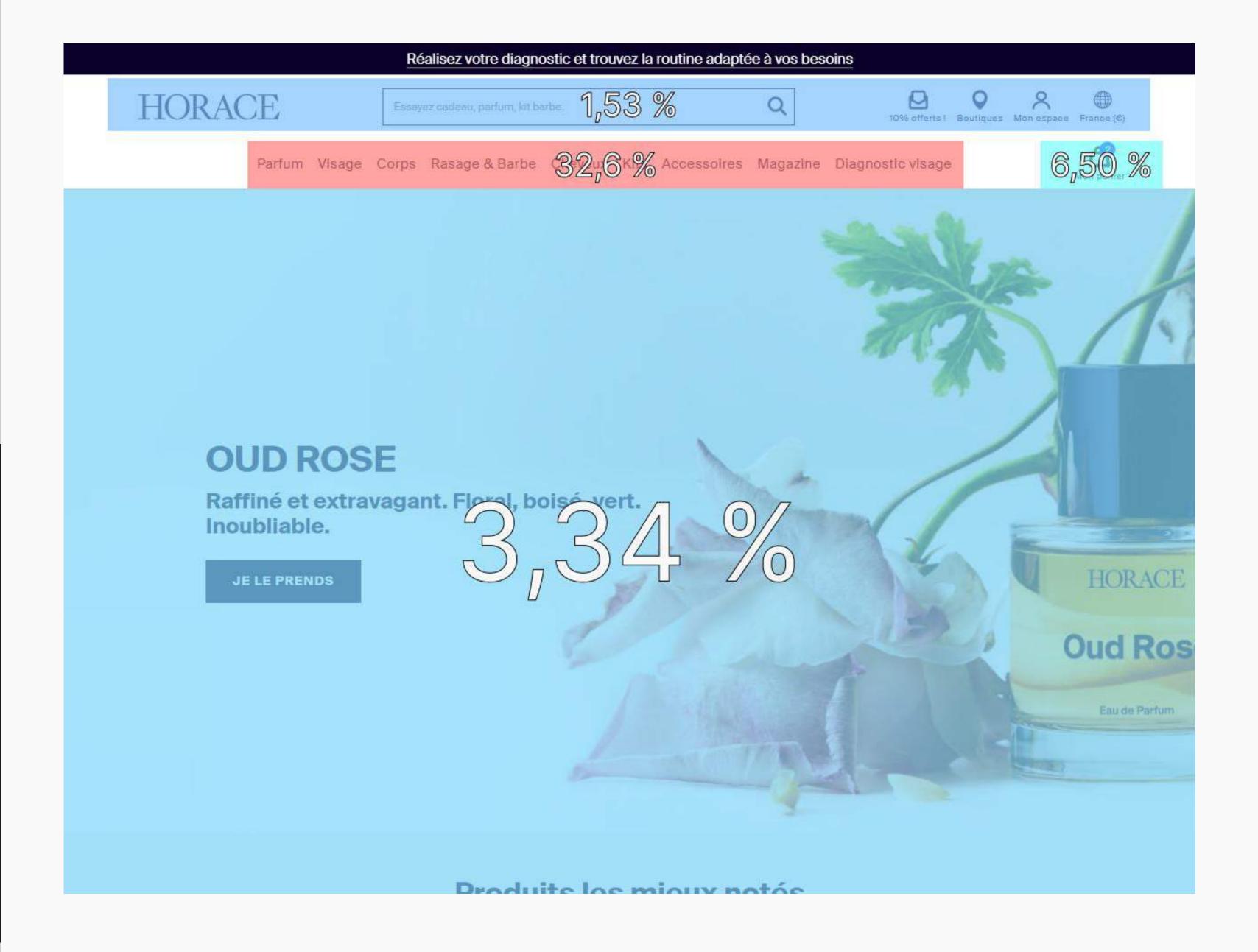


Refonte UX du site e-commerce d'Horace pour soutenir sa croissance : design system, approche user-centric et optimisation du tunnel d'achat (+1,5 % conversion, +10 € panier moyen).

# Hotjar & Contentsquare

L'utilisation d'outils comme Hotjar et ContentSquare m'a permis de collecter des données quantitatives pour surveiller les lancements de produits cosmétiques sur le site e-commerce Horace. J'ai analysé les comportements utilisateurs, identifié les zones de friction et repéré les pages à améliorer, ce qui m'a permis d'optimiser les parcours clients et la performance du site.

- Analyse des commentaires clients suite à l'achat de leur produit
- Analyse des heatmaps sur les composants stratégiques des pages produits
- Veille quotidienne du taux de conversion et du taux d'abandon sur l'ensemble du parcours client
- Monitoring des sessions utilisateurs pour repérer les comportements utilisateurs sur le site

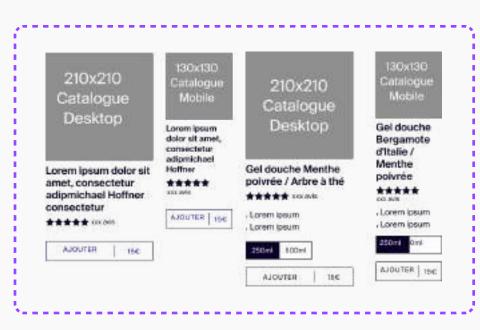


21

# Wireframing, prototypes & design system

### Conception des wireframes et maquettes

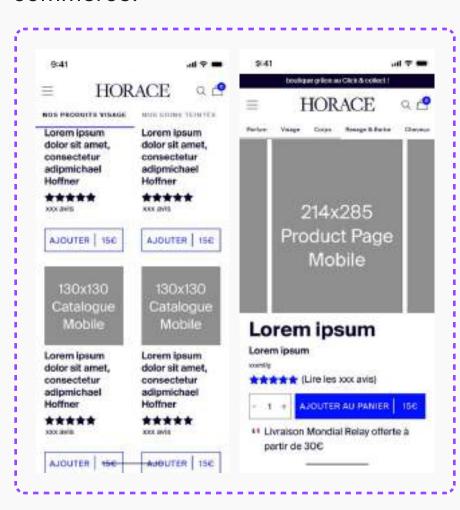
Après l'étape de d'exploration et d'idéation, je réalise des wireframes et des maquettes sur Figma pour matérialiser les solutions retenues.





### Itérations et ajustements

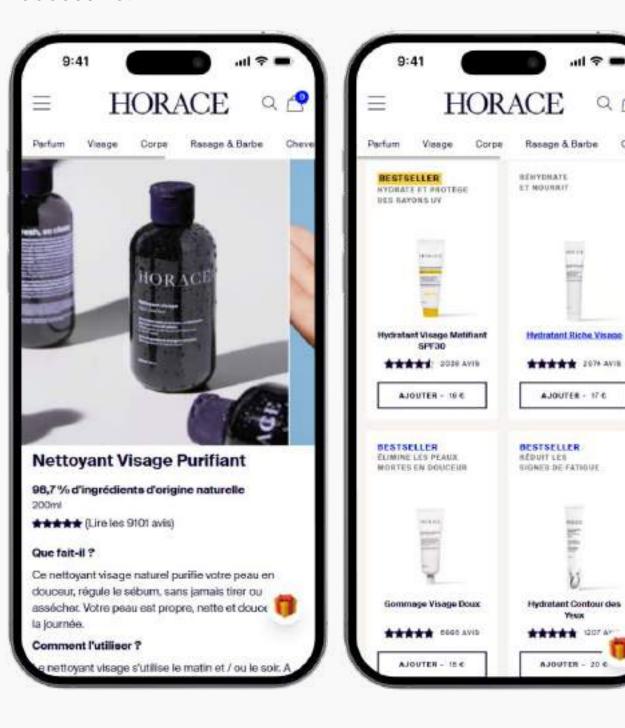
L'approche agile rapide me permet d'ajuster chaque itération en fonction des contraintes techniques, du planning, et des priorités du site ecommerce.





### Collaboration avec l'équipe de développement

J'assure un suivi continu avec l'équipe de développement, notamment pendant la phase de recette et après mise en production, pour valider les implémentations et ajuster les maquettes si nécessaire.



Fuck Blue
#0012FF
Couleur active pour les
liens et les actions/
contrôles

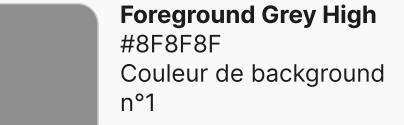
Foreground Beige #F7F4F1 Couleur de background n°2

#0A0029
Textes, background, liens et boutons passifs

Border #EEEEEE Couleur pour les lignes de séparation

Not Important Grey #787878 Texte peu important, complémentaires, liens morts

Foreground Grey Low #F8F8F8 Couleur de background n°3



Just White #FFFFFF Texte sur fond coloré **Aa**Suisse Intl

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

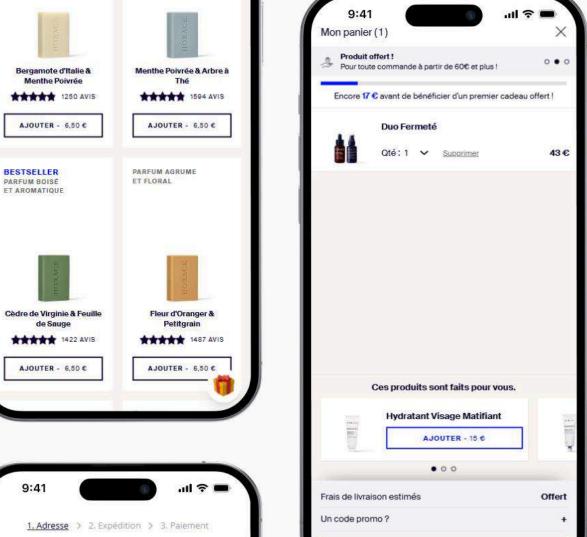








HORACE Q



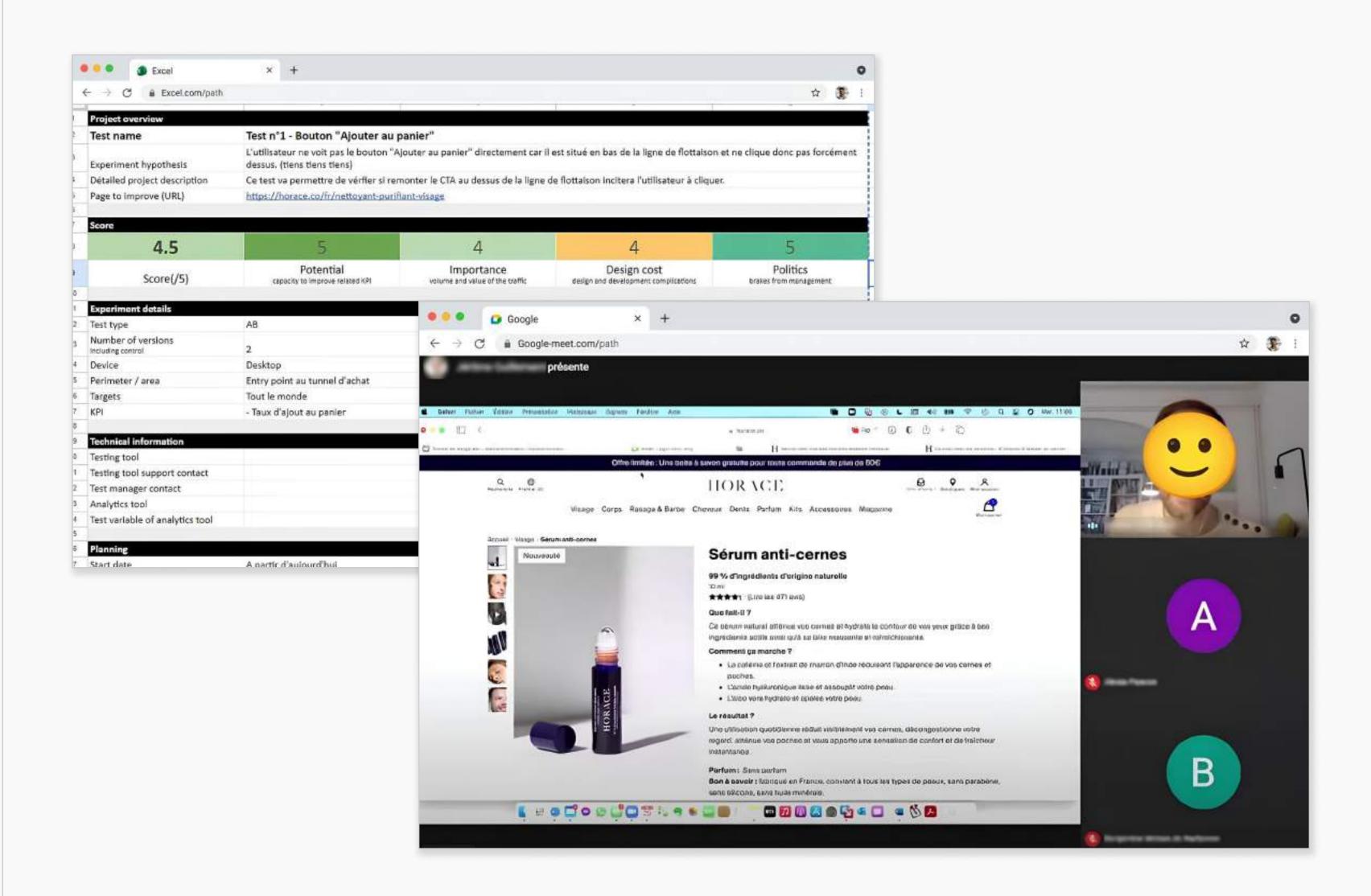
Horace 23

# Tests utilisateurs et prototypes

Dans la quatrième étape, j'organise des tests utilisateurs mensuels pour évaluer l'efficacité du site Horace, avant chaque lancement de produit ou dans une démarche d'amélioration continue. Ces tests, réalisés avec un panel "friends & family" pré-sélectionné, visent à résoudre des problématiques spécifiques à travers des scénarios et des entretiens semi-directifs.

J'utilise un prototype Figma réaliste que je fais tester pour garantir qu'il répond aux attentes avant tout développement prolongé. Les résultats sont ensuite restitués sous forme de rapport de priorités, que je partage avec toute l'équipe.

Cette approche permet d'identifier rapidement les ajustements nécessaires et d'assurer une expérience utilisateur optimale avant toute mise en production.





### Entrons en contact!

Email

Site Web

LinkedIn

Behance

antoine.cacheux.pro@gmail.com

antoinecacheux.fr

www.linkedin.com/in/cacheux-antoine

www.behance.net/antoinecacheux