

Modèle de Cartographie de Parcours Utilisateur (User Journey Map)

Objectifs de la cartographie

- Visualiser l'expérience globale de l'utilisateur avec votre produit ou service.
- Identifier les points de friction et les obstacles à la conversion.
- Détecter les opportunités d'amélioration pour optimiser l'engagement.
- Aligner les équipes (design, marketing, produit) sur une vision commune.

Préparation avant la création

- Définir le persona cible : pour qui construisons-nous ce parcours ?
- Délimiter le périmètre : quel est le début et la fin du parcours étudié ?
- Collecter des données réelles : analytics, retours clients, interviews, tests utilisateurs.
- Réunir les parties prenantes pour un atelier collaboratif.

Structure type d'une User Journey Map

- Étapes du parcours : les grandes phases (ex: découverte, considération, achat, fidélisation).
- Actions de l'utilisateur : ce que fait concrètement l'utilisateur à chaque étape.
- Pensées et émotions : ce que l'utilisateur ressent (courbe de satisfaction).
- Points de contact : les canaux utilisés (site web, email, service client, magasin).
- Opportunités : idées d'améliorations basées sur les points de douleur identifiés.

Étapes de réalisation

- Étape 1 : Tracer la chronologie des étapes principales.
- Étape 2 : Remplir les actions et les points de contact pour chaque phase.
- Étape 3 : Mapper la courbe émotionnelle (pics de satisfaction et creux de frustration).
- Étape 4 : Analyser les points de douleur critiques.
- Étape 5 : Prioriser les actions correctives selon l'impact et l'effort.

Conseils pour une analyse efficace

- Restez factuel : basez-vous sur des données, pas sur des suppositions.

- Gardez le document vivant : mettez-le à jour régulièrement avec les nouveaux retours.
- Partagez les résultats : utilisez la carte comme support de communication interne.
- Focus sur l'action : chaque point de douleur doit mener à une recommandation concrète.