

Okuden

Maîtriser le mouvement

# Portfolio

Design Experience Center



Expérience utilisateur (UX)

Interface utilisateur (UI)

Service Design

Design system

Ergonomie

Performance des plateformes

Parcours utilisateur

Transformation digitale

Design thinking

Aramisauto

# Créer plus d'opportunités de reprises de véhicules



Aramisauto

# Contexte

| Implémentation de nouvelle fonctionnalité

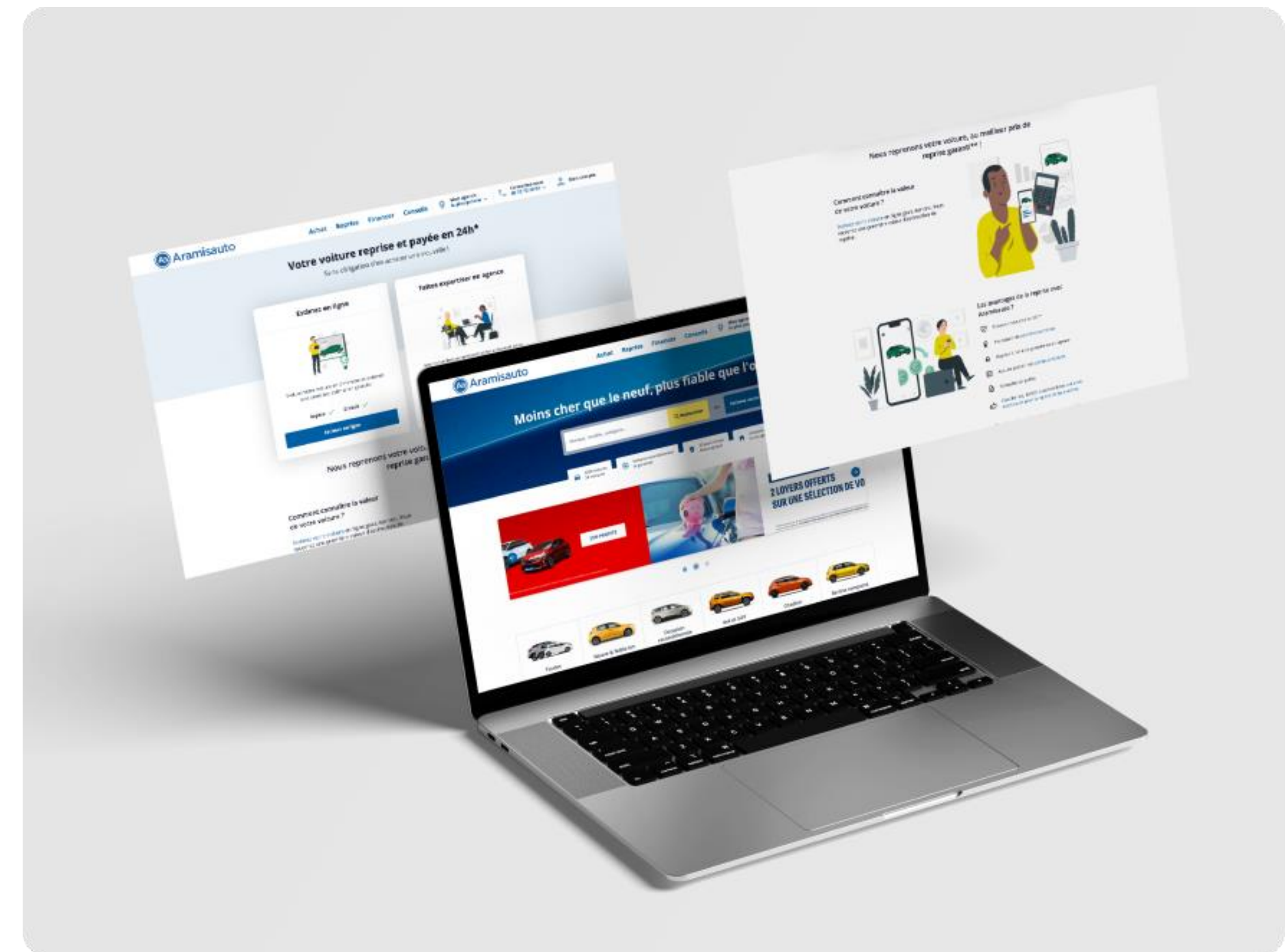
Aramisauto est un acteur français commercialisant des voitures neuves et des automobiles reconditionnées. Fondée en 2001 avec la marque Aramisauto, désormais présente dans 6 pays en Europe, avec la marque Aramis Group.

## Problématique

Dans un contexte de pénurie de véhicules neufs (crise des composants), Aramisauto avait besoin d'acquérir des véhicules d'occasions à reconditionner pour satisfaire la demande client.

## Objectif

Augmenter le nombre de reprises de véhicules pour enrichir le stock de véhicules disponibles sur la plateforme e-commerce.



100k/mois

Utilisateurs consultent le tunnel de reprise chez Aramisauto en moyenne.

## Expertise

Design thinking

UI Design

Co-conception

UX Design

Prototyping

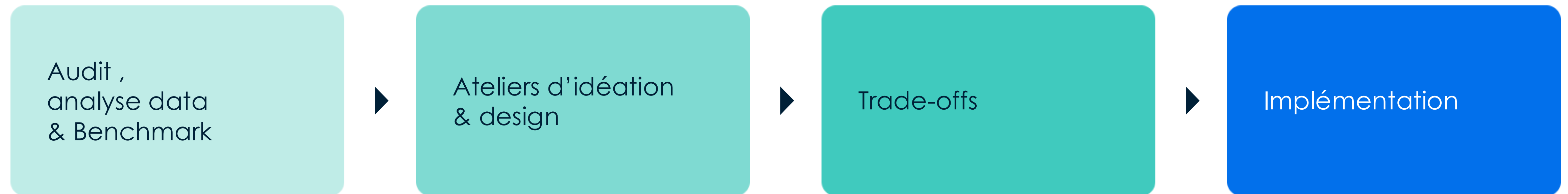
Aramisauto

# Notre approche

| Séquencement des différentes phases jusqu'au delivery

## Challenges

Déterminer le point d'entrée optimum pour la fonctionnalité et comprendre les impacts d'une augmentation du nombre de reprise pour les équipes internes.



## Outils

Google analytics   Figma   Hotjar   Content square

Discovery

# Onboarding

| Ateliers de divergence et de convergence

Ateliers avec l'ensemble des parties-prenantes (Achats, Offre, Marketing, et Reconditionnement) afin d'intégrer leurs enjeux et problématiques dans cette fonctionnalité hautement prioritaire pour l'organisation.

Le but, créer une vraie synergie au sein de l'organisation ainsi qu'une ambition commune pour implémenter cette nouvelle fonctionnalité.



Atelier de cadrage avec les stakeholders



Conception

# Design

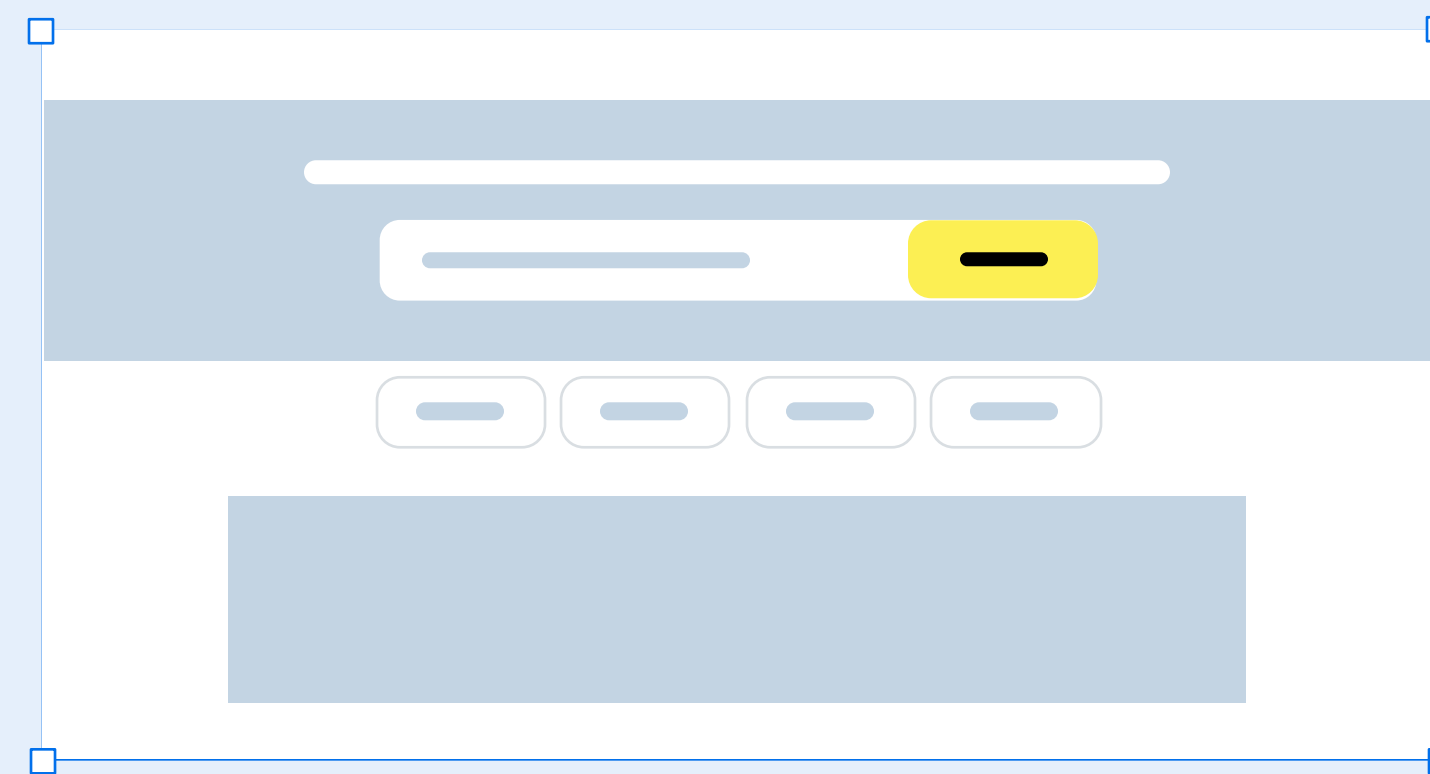
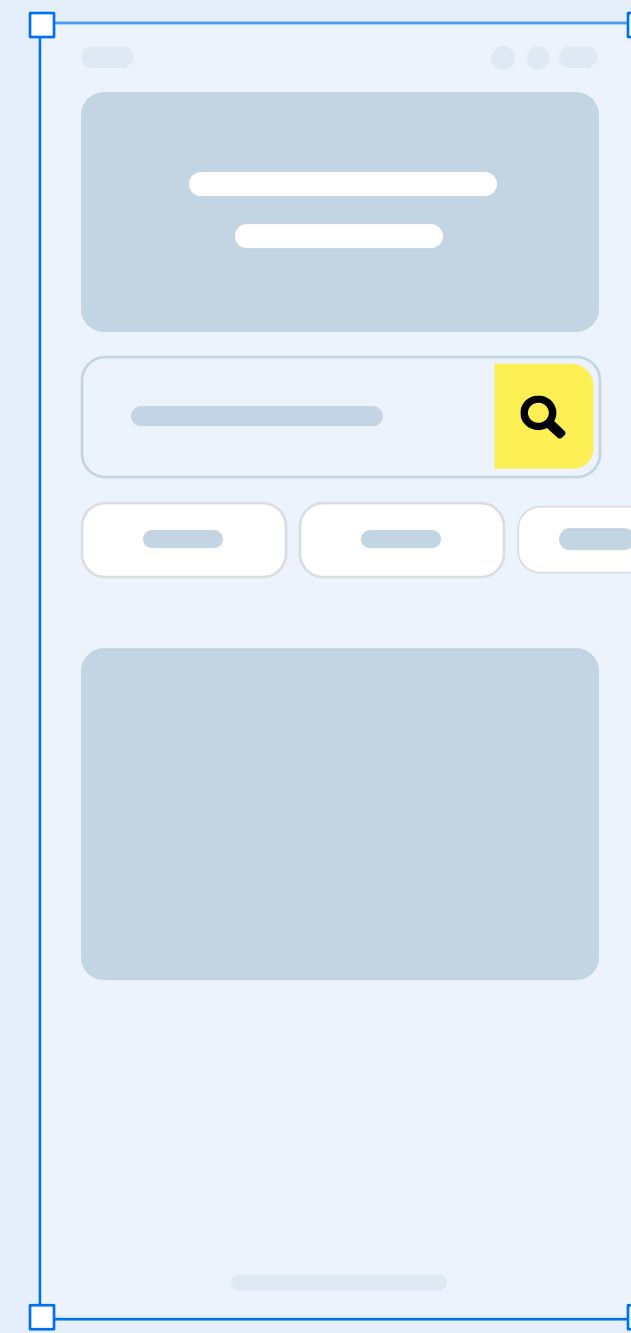
| Premiers wireframes et test sur les CTAs

Placement des éléments en low-fidelity pour les versions mobiles et desktop.

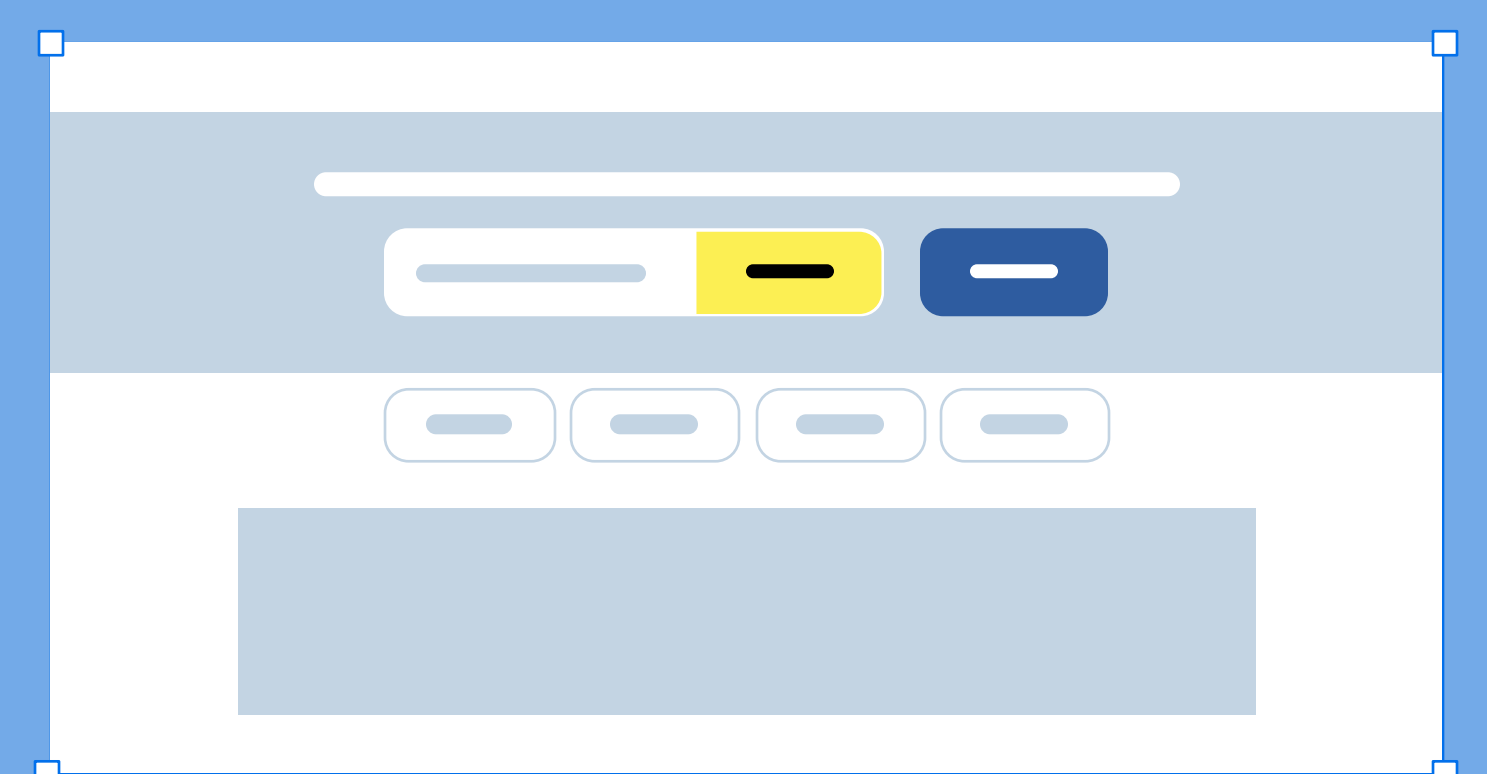
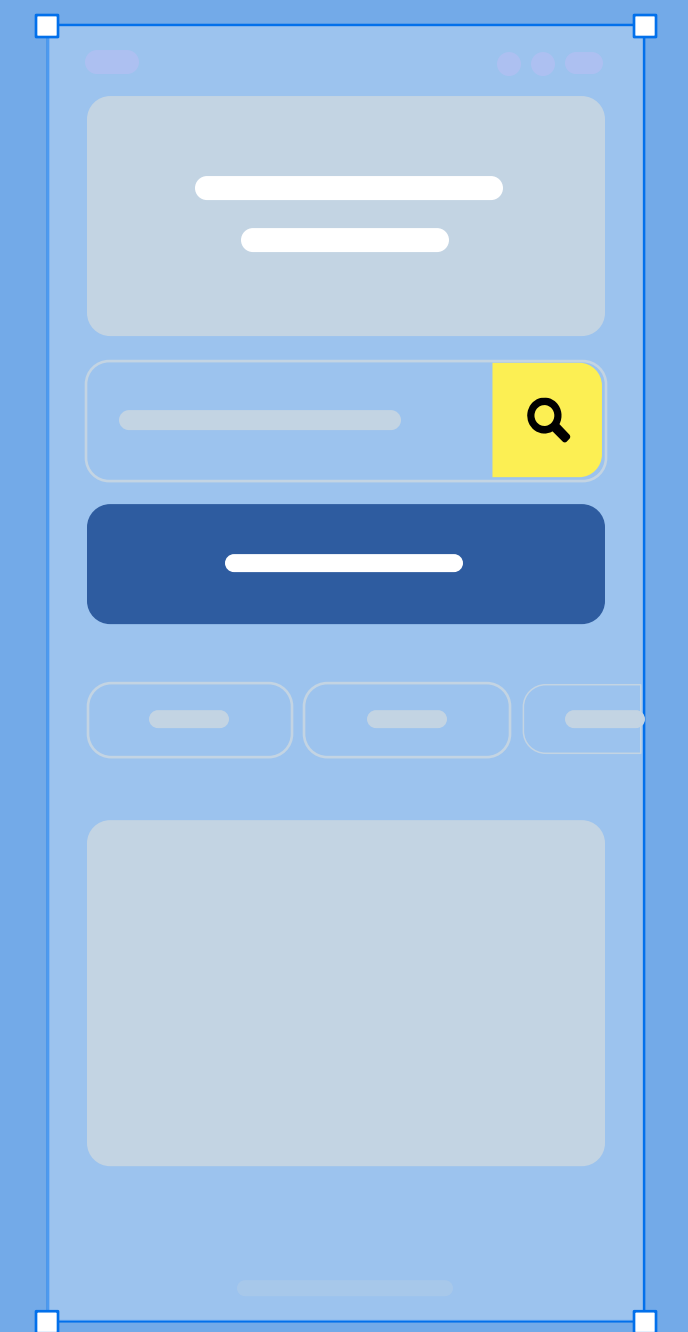
Intégration de la palette de couleurs issue du brand book du client.

Nous avons privilégié une approche en low-fidelity pour focaliser les itérations sur l'expérience utilisateur et les fonctionnalités essentielles, plutôt que sur l'aspect visuel.

AVANT



APRÈS



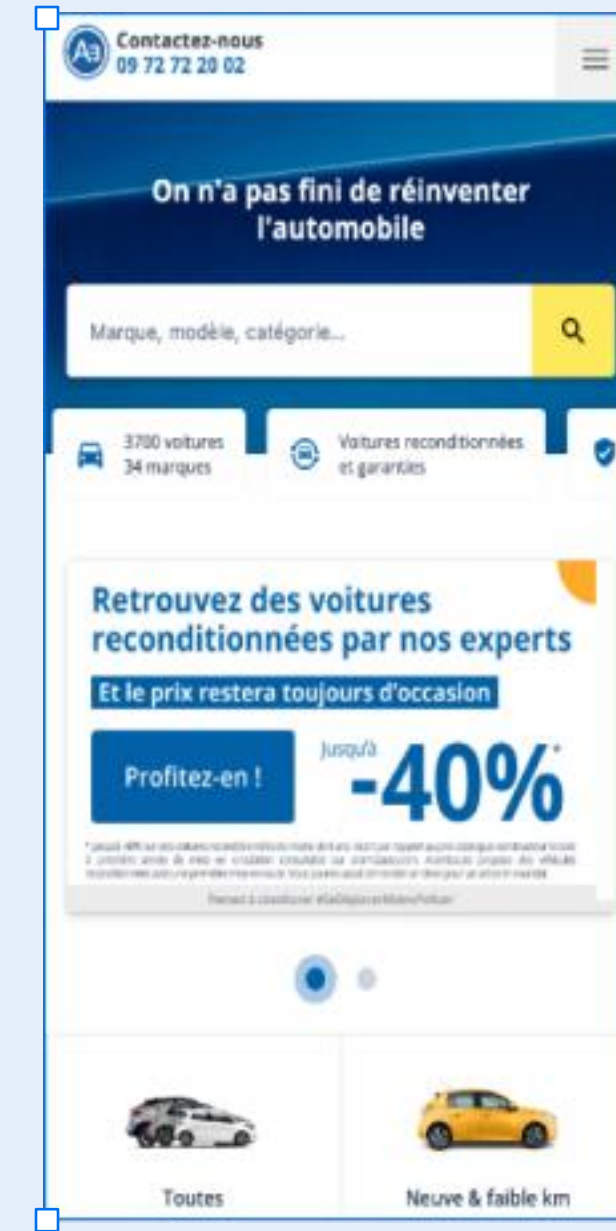
Conception

# Design

| Passage en haute fidélité et amélioration

L'ajout d'un second bouton dans la zone à forte exposition a non seulement amélioré l'accès à la fonctionnalité pour l'utilisateur, mais a également optimisé l'engagement des utilisateurs envers le produit.

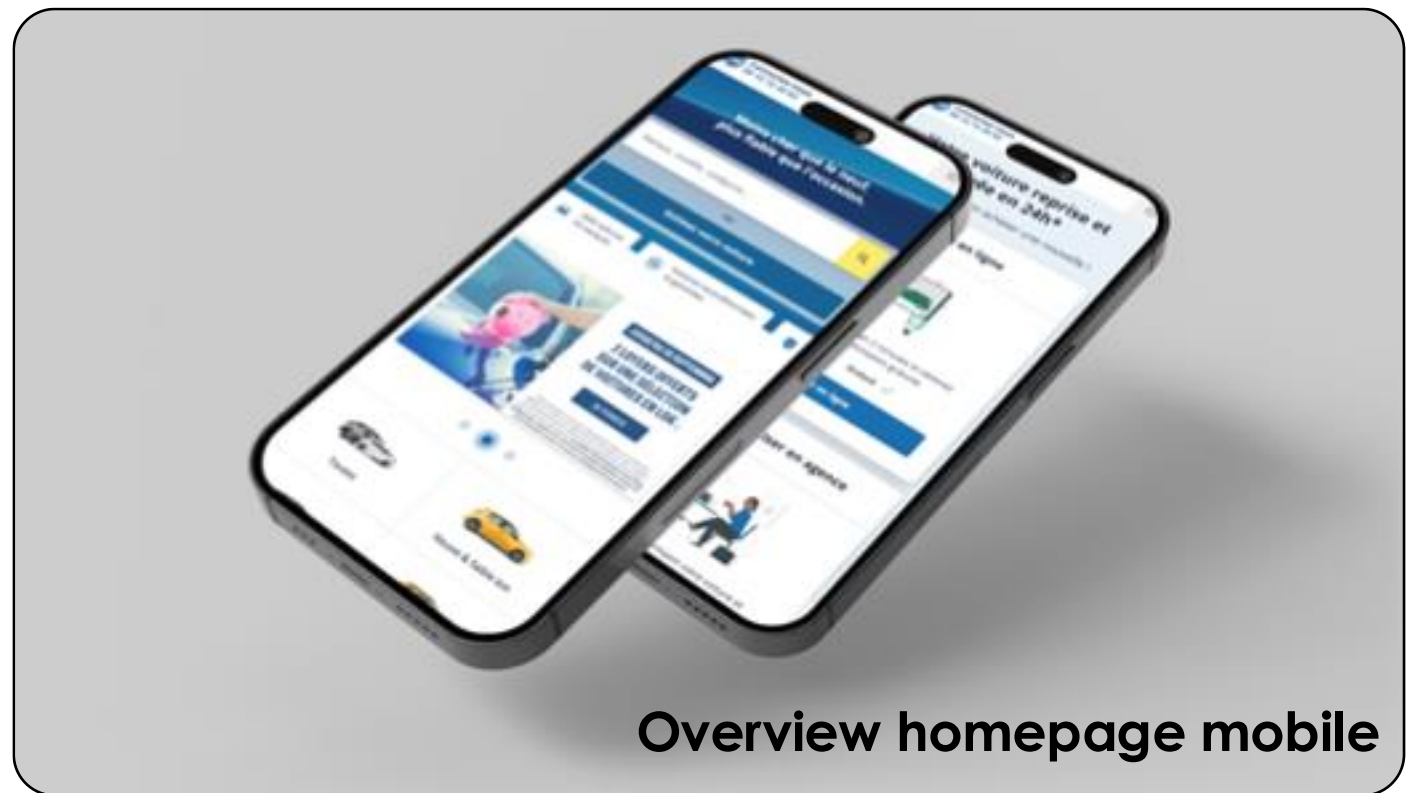
AVANT



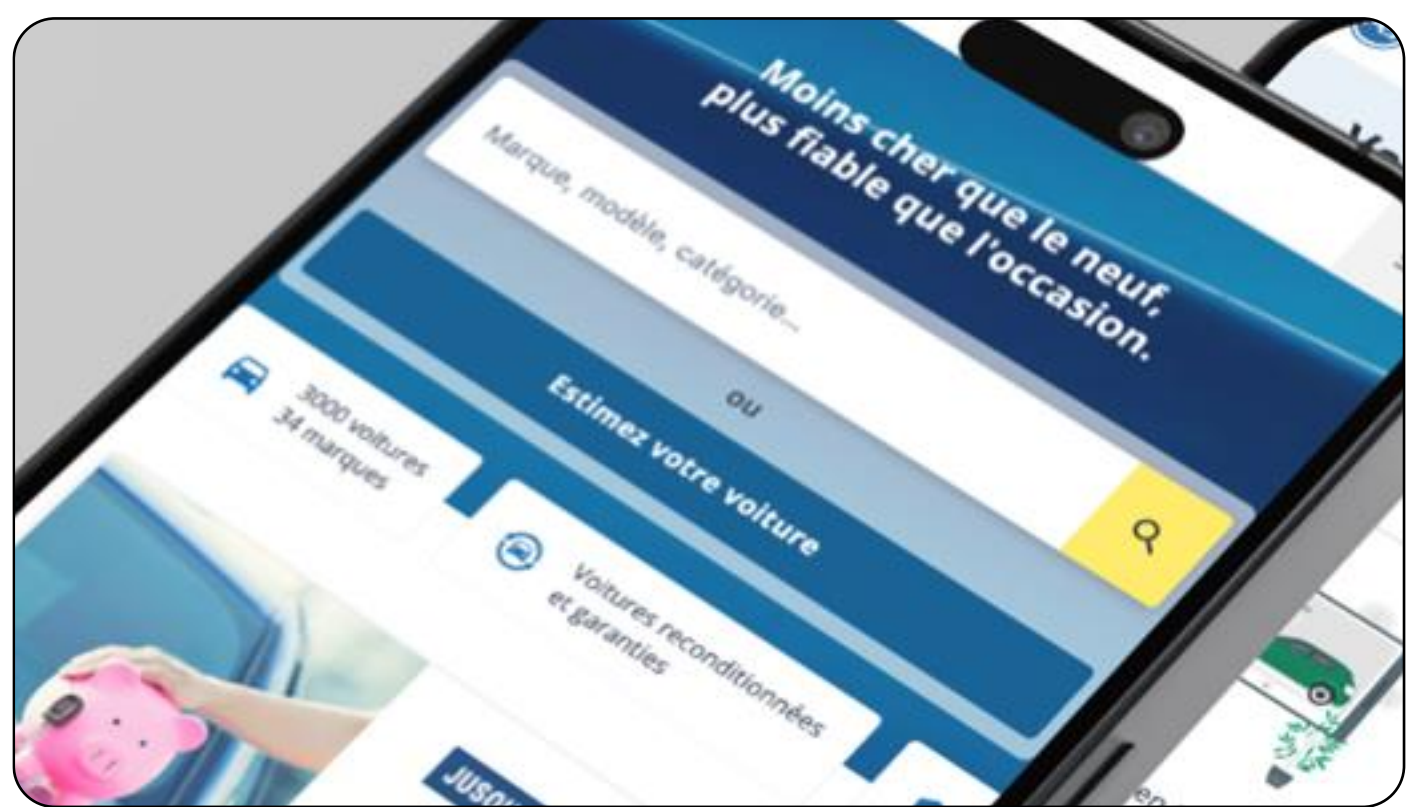
APRÈS



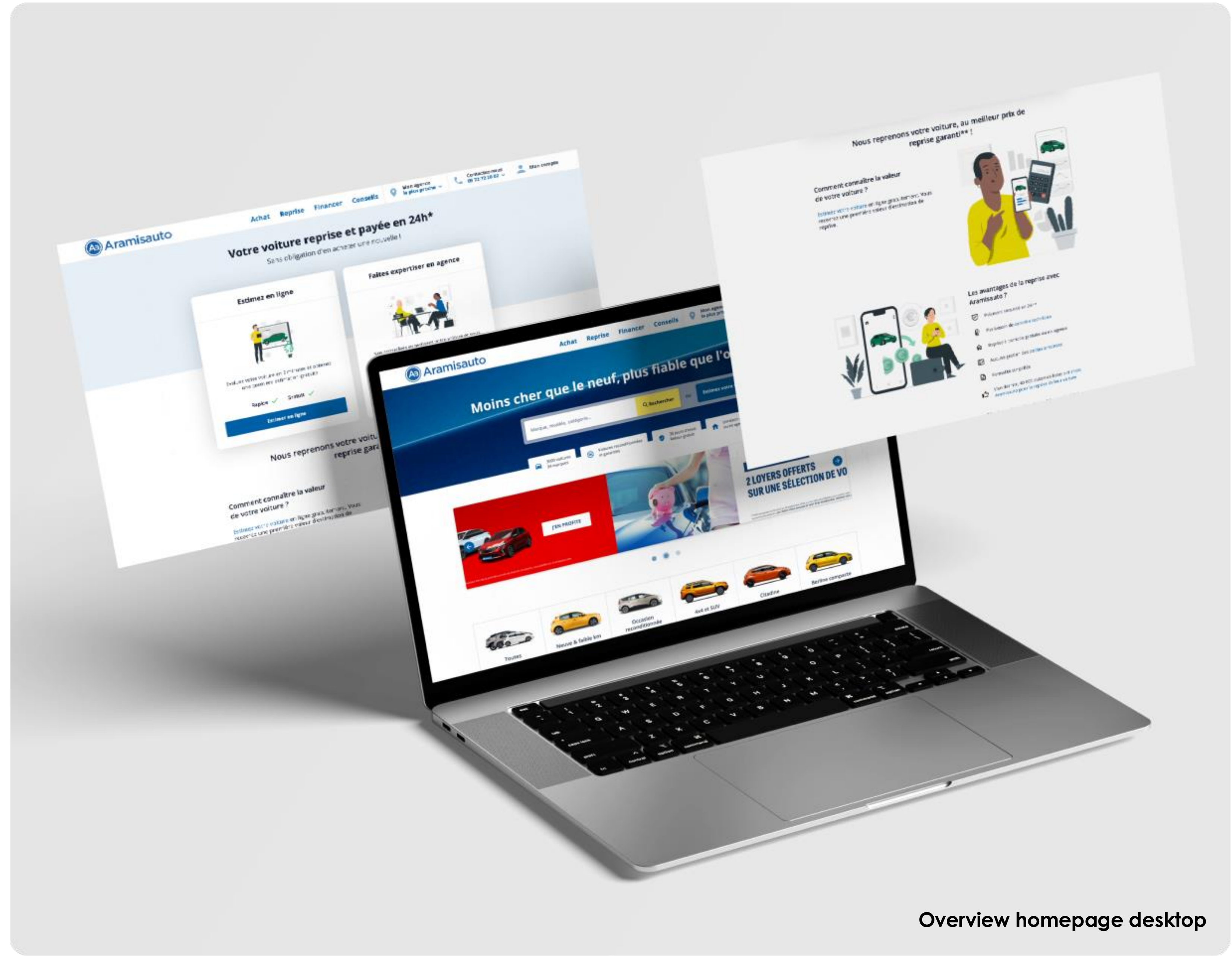
# Conception



Overview homepage mobile



# Résultats



Overview homepage desktop





Temps passé  
12 semaines

## Challenges du projet

Alignement des stakeholders

Augmentation des appels entrants et sortants des conseillers commerciaux

Augmentation des dossiers d'estimations à traiter

# Résultats

Key Result

+ 7%

du nombre de rdv en agence par semaine pour faire expertiser un véhicule

Key Result

+ 30%

du nombre d'estimations faites en ligne par les clients

A word from



Wensi LIN

Head of UX Aramis Group

L'équipe d'Okuden a su allier expertise et simplicité dans sa méthodologie, rendant le processus de conception fluide et transparent. Ils ont été de vrais facilitateurs.

Generali

# Faciliter l'animation d'ateliers destinés aux managers



Generali

# Contexte

| Support et accompagnement

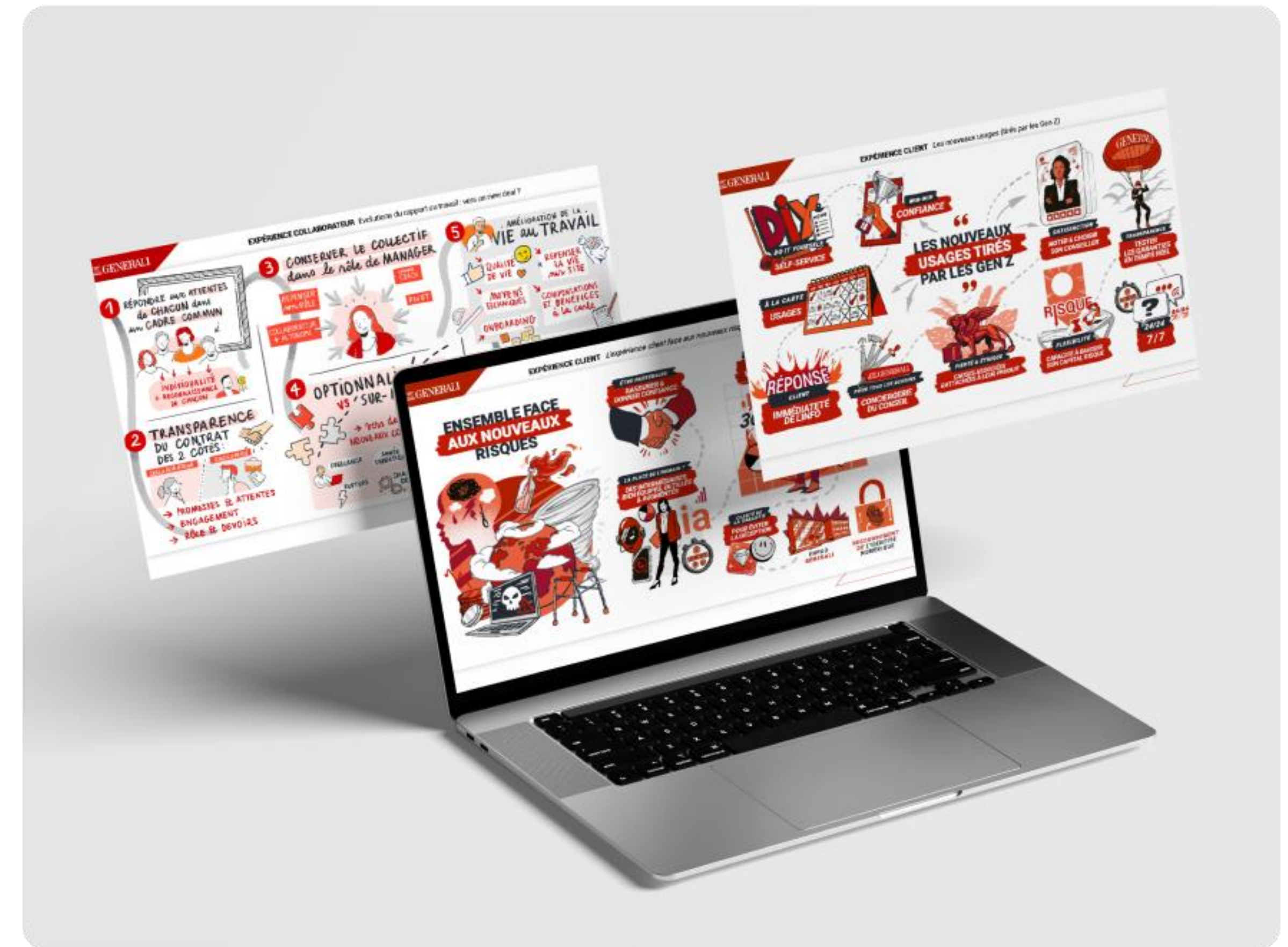
Generali est une compagnie d'assurance italienne, fondée à Trieste en 1831. En 2022, c'est la plus grande compagnie d'assurance d'Italie et elle se classe parmi les plus grandes compagnies d'assurance du monde.

## Problématique

Comprendre et s'adapter aux nouveaux usages, notamment ceux impulsés par la génération Z, afin d'adapter et d'améliorer l'expérience client dans un marché en mutation rapide et aux risques sociétaux et climatiques.

## Objectif

Préparation, accompagnement et formation de 6 managers à l'animation d'ateliers de design thinking auxquels participeront les 80 top managers de Generali France.



80

managers participants aux ateliers de design thinking

## Expertise

Design thinking

Facilitation

Formation

Co-conception

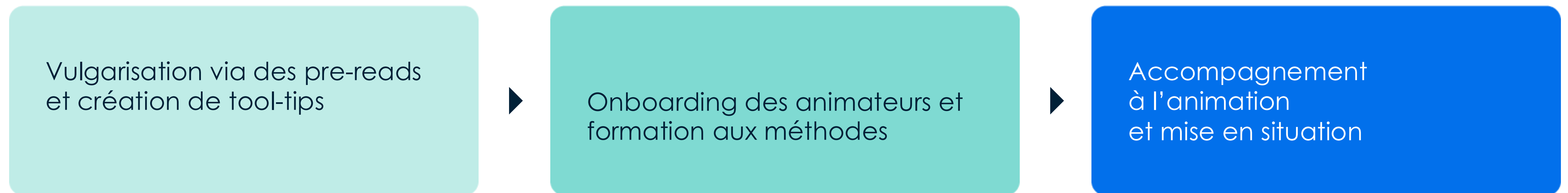
Generali

# Notre approche

| Séquencement des différentes phases jusqu'à l'évènement

## Challenges

Accompagner des managers de différentes maturité dans l'animation en faisant preuve d'empathie



## Outils

SharePoint Miro A lot of sticky notes

Discovery

# Onboarding & facilitation

| Ateliers de divergence et de convergence

Accompagnement des managers en facilitant l'animation d'ateliers de co-création.

Formation à certaines techniques d'animation et mise à disposition d'un kit d'animation.

Tri de cartes

Méthode KJ

Para-langage



13

### ANTISÈCHES - Quel socle commun rassemble les Collaborateurs ?

**Paradoxes**

**Paradoxe n° 3 : La prise en compte des impacts sociaux et environnementaux**

- En entreprise, c'est la troisième variable citée par les DRH.
- Chez les jeunes, cette dimension n'apparaît pas dans les préoccupations et attentes prioritaires.

**Paradoxe n° 4 : Les entreprises anticipent les risques liés à la digitalisation des pratiques collaboratives, les jeunes accélèrent ...**

- Surconnexion, surcharge informationnelle, les DRH anticipent les effets de bords de demain.
- Les étudiants semblent les avoir pleinement intégrés et restent très focalisés sur leur situation en tant qu'individu au sein d'une organisation.

Quelle communauté d'intérêt rassemble les collaborateurs et l'entreprise ?

Qu'est-ce qui vous enthousiasme le plus lorsque vous imaginez votre futur travail ?

Étudiants	N1	N2	N3	N4
Équilibre vie pro/vie perso (27%)	Intérêt / plaisir au travail (22%)	Développement des compétences et savoirs (17%)	Flexibilité du travail / télétravail (17%)	Projet de carrière / formation (17%)

Quelles sont vos craintes éventuelles lorsque vous imaginez votre futur travail ?

Étudiants	N1	N2	N3	N4
Manque de reconnaissance / manque de reconnaissance (20%)	Manque de reconnaissance / manque de reconnaissance (20%)	Manque de reconnaissance / manque de reconnaissance (20%)	Manque de reconnaissance / manque de reconnaissance (20%)	Manque de reconnaissance / manque de reconnaissance (20%)

23

### POINT D'ATTENTION : LE LANGUAGE CORPOREL

- Soyez conscient de votre propre **langage corporel** et de votre **ton de voix** pour maintenir une atmosphère positive. (Ne pas croiser les bras ou adopter une posture fermée)
- Observez le **langage corporel des participants** pour repérer les signes de confusion, d'enthousiasme ou de désaccord.
- Utilisez votre langage corporel pour **montrer que vous êtes attentif**, en faisant un **contact visuel**, **hochant la tête** pour montrer que vous comprenez, etc.
- Évitez de fixer un seul participant de manière excessive, mais **balayez la salle du regard** pour inclure tout le monde.

24

### ÉTAPES DE L'ATELIER

Durée de l'atelier : 1h30

10min 30min 30min 20min

**Accueil des Participant(e)s** → **Brainstorming** → **Regroupement des idées** → **Priorisation**

- Accueil des Participant(e)s**
  - Présentation du déroulé de l'atelier
  - Les rôles de chacune et chacun
  - Présentation de la thématique
  - Se mettre dans le bon état d'esprit
- Brainstorming**
  - Génération des idées
  - Mise en forme sur tableau blanc
  - Élimination des doublons
- Regroupement des idées**
  - Regroupement des idées par cluster/groupe
  - Nommage
  - Normalisation consensuelle avec des titres synthétiques
- Priorisation**
  - Priorisation et mise en ordre d'importance des grandes notions émergentes des clusters créés

25

### 3. CRÉATION DES 'CLUSTERS' ET TITRAGE 30 min

**Objectif :** Associer et synthétiser les idées

**Déroulé**

- Le facilitateur récupère les post-it de l'étape précédente.
- L'animateur lit les post-it un par un. Les idées, considérées par le groupe comme similaires, sont placées ensemble - si une idée n'est pas associée à une autre précédemment énoncée, un nouveau groupe est créé.
- Une fois les groupes d'idées créés, les participants peuvent ajuster les groupes.
- Les participants donnent un nom à chaque groupe d'idée.

A diagram illustrating the process of creating clusters and titling ideas. It shows four stages: 'TIME 1' with a single yellow sticky note, 'TIME 2' with two yellow sticky notes grouped together, 'TIME 3' with three yellow sticky notes grouped together, and 'TIME 4' with four yellow sticky notes grouped together. Each stage is represented by a small grid of sticky notes.

Atelier et kit d'aide à l'animation

Analyse

# Synthèse & vulgarisation

| Travail préparatoire

Réconciliation de la documentation interne client avec des sources externes.

Le but, enrichir le contenu des ateliers, en fournissant aux animateurs les ressources nécessaires pour maximiser la génération d'idées lors de la phase de divergence et préparer les participants aux thématiques abordées lors des ateliers.

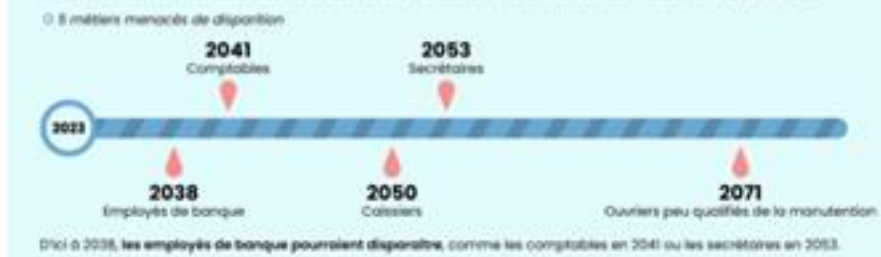
Comment se préparer dès maintenant au marché du travail de 2030 ?

À quoi ressemblera notre vie professionnelle en 2030 ? Nouveaux métiers, robotisation, aspirations des professionnels : l'agformation dessine les contours du travail et de la formation de demain dans cette infographie inédite.



Expansion ou disparition : quels métiers demain ?

La révolution numérique provoque le déclin de certains métiers, notamment les plus routiniers. Mais le tableau n'est pas que négatif : certaines professions tournées vers l'opéra ou la personne et l'informatique connaissent une forte expansion.



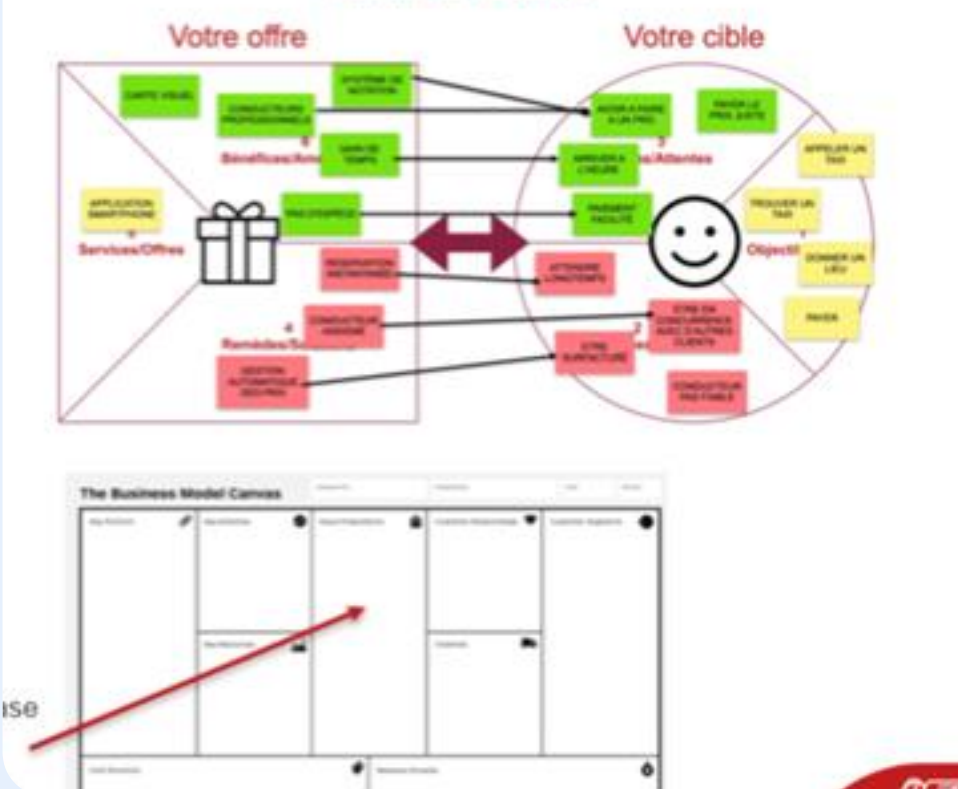
D'ici à 2038, les employés de banque pourraient disparaître, comme les comptables en 2041 ou les secrétaires en 2053.



## THÉMATIQUES ET MÉTHODOLOGIES D'ATELIER

Préparation G80 Off-site

Proposition Value Canvas  
Exemple du TAXI



ARTICLE

## ici à 2030, les soft skills seront au cœur de stratégies de recrutement des entreprises

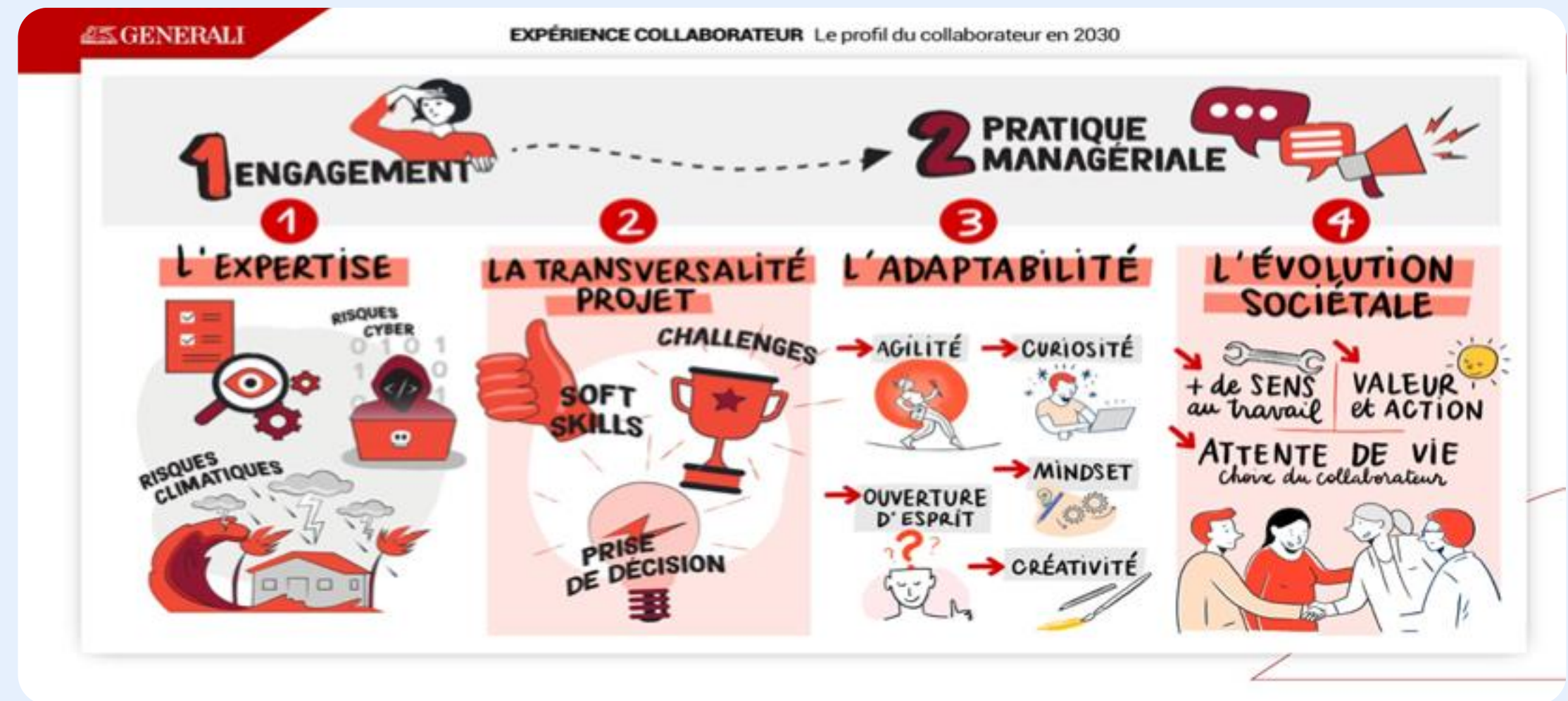
andémie a accéléré l'utilisation massive des nouvelles technologies dans le monde de l'entreprenariat, laissant une place de choix aux machines. Pourtant, ce sont les compétences humaines qui sont aujourd'hui la priorité des recruteurs. Analyse.

Documents internes et externes utilisés pour la consolidation des ateliers

# Restitution des ateliers

I Live sketching

Les ateliers ont tous bénéficiés d'une restitution sous forme de sketch aux couleurs de notre client. Moyen ludique d'ancrer les idées des participants dans la stratégie à moyen long terme de l'entreprise.



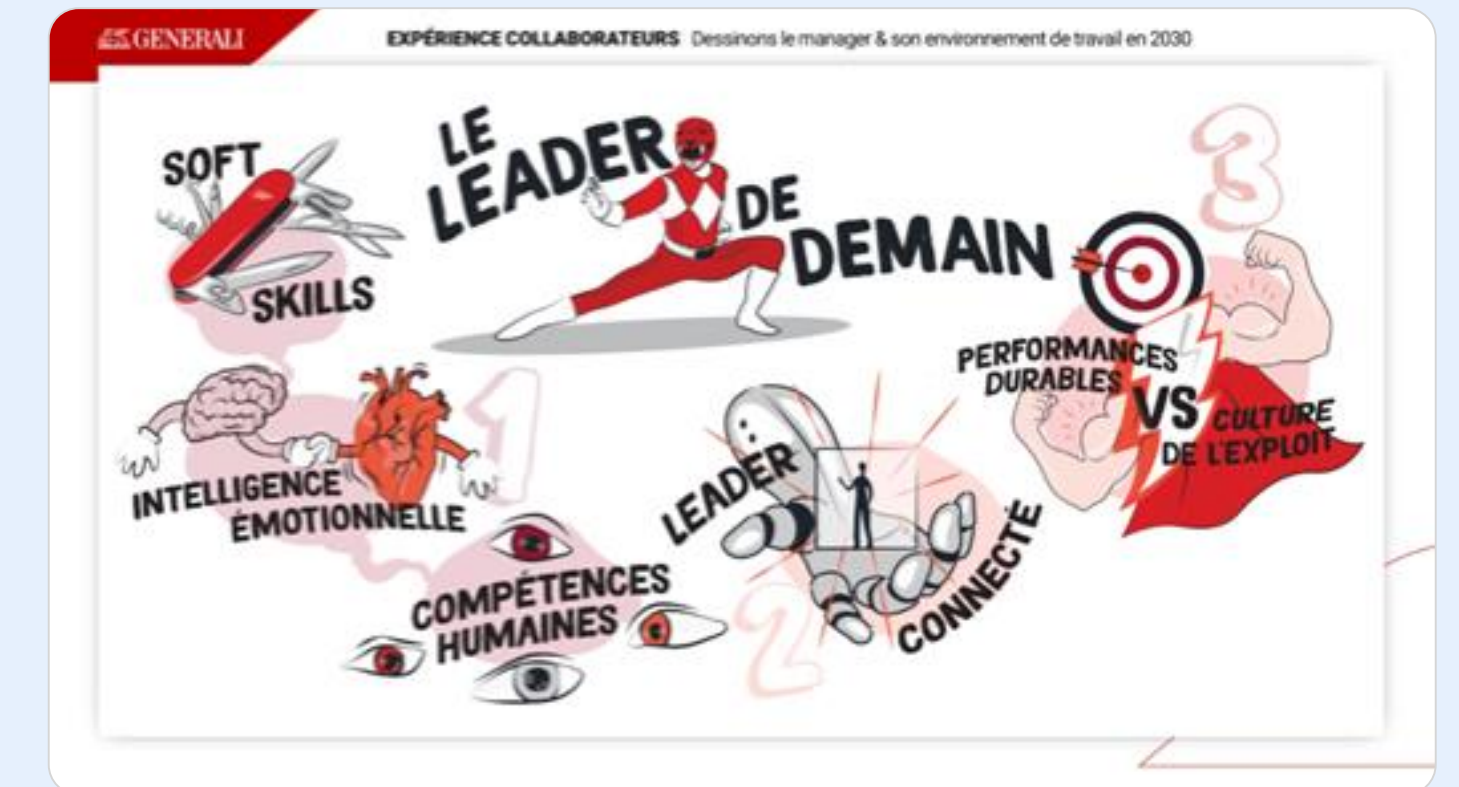
Restitution des ateliers

Analyse

# Restitution des ateliers

| Live sketching

Réalisés par un prestataire grâce aux outputs des ateliers menés.



Restitution des ateliers





## Temps passé

3 semaines

### Challenges du projet

Hétérogénéité des niveaux des animateurs

Changement d'agenda et d'organisation

Disponibilité réduite des stakeholders

# Résultats

Key Figure

# 6 managers

formés à l'animation d'ateliers avec des groupes de 30 participants chacun

Key Figure

# 80 top managers

participants aux ateliers de co-conception

A word from



Franck DAUGER  
Head of experience design  
at Generali

Les ateliers se sont super bien passés et tous les directeurs étaient ravis de la restitution. Encore merci pour l'accompagnement fourni auprès des équipes et pour notre mise en cohérence et partage d'idées.

Kereis Solutions

# Comment unifier la plateforme Kereis pour une expérience partenaire optimisée ?

Profitant de l'expertise sectorielle et métier d'Okuden, les consultants du Design Experience Center se démarquent par une approche rationnelle, résolument alignée avec vos problématiques et enjeux business.

O.



Kereis Solutions

# Contexte

| Service design et développement de marque

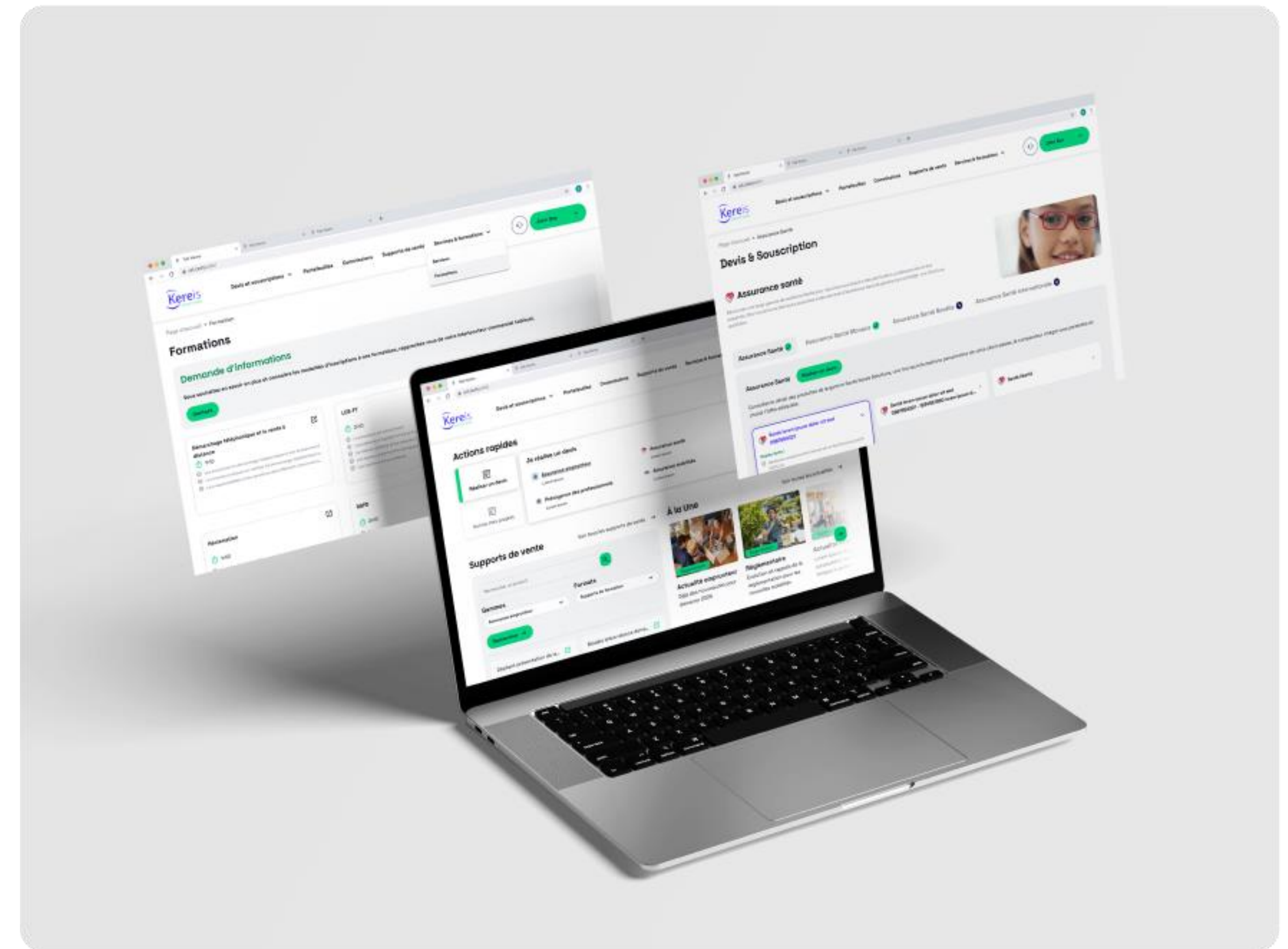
Kereis, dont la marque est lancée en 2021, est un groupe européen spécialisé dans le courtage en assurance, l'analyse de données et la distribution de produits financiers, avec un focus sur les solutions de protection pour les particuliers.

## Problématique

Porté par une forte croissance notamment via de nombreuses acquisitions, Kereis développe une nouvelle marque ombrelle, Kereis Solutions. Naissant du rapprochement des marques et des offres Novélia, Cégéma et IAssure, Kereis Solutions ambitionne de devenir le leader en France du courtage en Assurance multi-spécialiste.

## Objectif

Créer une plateforme hub pour unifier progressivement les plateformes de Novélia, Cegema et iAssure, standardiser les fonctionnalités, uniformiser les contenus et l'image de marque de Kereis, tout en maintenant la confiance des partenaires pendant et après la transition.



5k

Nombres d'utilisateurs (B2B) sur les plateformes Kereis solutions

## Expertise

Design thinking

UI Design

Conception

UX Design

Prototyping

Design System

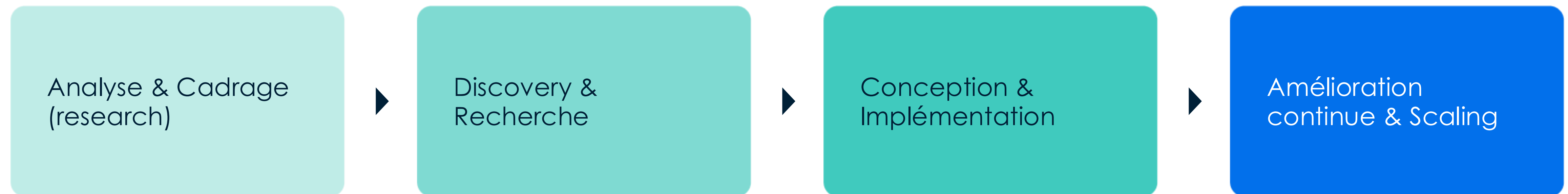
Kereis Solutions

# Notre approche

| Unifier les plateformes Kereis Solutions

## Challenges

Concevoir et développer la nouvelle plateforme digitale support à l'acquisition de nouveaux courtiers et à la stratégie de distribution du Groupe.



## Outils

Figma Klaxoon Adobe

Analyse

# Benchmark

Analyser et évaluer l'écosystème concurrentiel



Évaluer les performances



Comparer avec la concurrence



Identifier des meilleures pratiques



Améliorer l'efficacité



Suivre les tendances



Aider à la prise de décision



Recommandations pour guider la conception et les améliorations UX/UI.

## 2.1 – Les fonctionnalités « clés » des EP - (1/5) Executive Summary – Onboarding

	ONBOARDING	l'assurance	oap	ENTORRA	PSYVIZ	zenico	luko	assurup
DECOUVERTE	PRESENTATION GROSSISTE ET OUTILS EXTRANET	👍	✅	⚠️	✅	✅	✅	⚠️
	PRESENTATION PRODUITS	✅	✅	✅	⚠️	❌	⚠️	⚠️
	PRESENTATION SERVICES AUX COURTIER	⚠️	✅	👍	⚠️	✅	❌	👍
INSCRIPTION	CONTACTS	👍	⚠️	👍	👍	👍	⚠️	👍
	DEVENIR PARTENAIRE	✅	✅	✅	✅	✅	👍	✅

Legend:  
✅ Optimal  
👍 Satisfaisant  
⚠️ Points à améliorer  
❌ Absence de l'élément  
🌟 Différenciant

Overview des différents concurrents

Discovery

# Ateliers

| Ateliers de Conception Fonctionnelle

## Scénarios

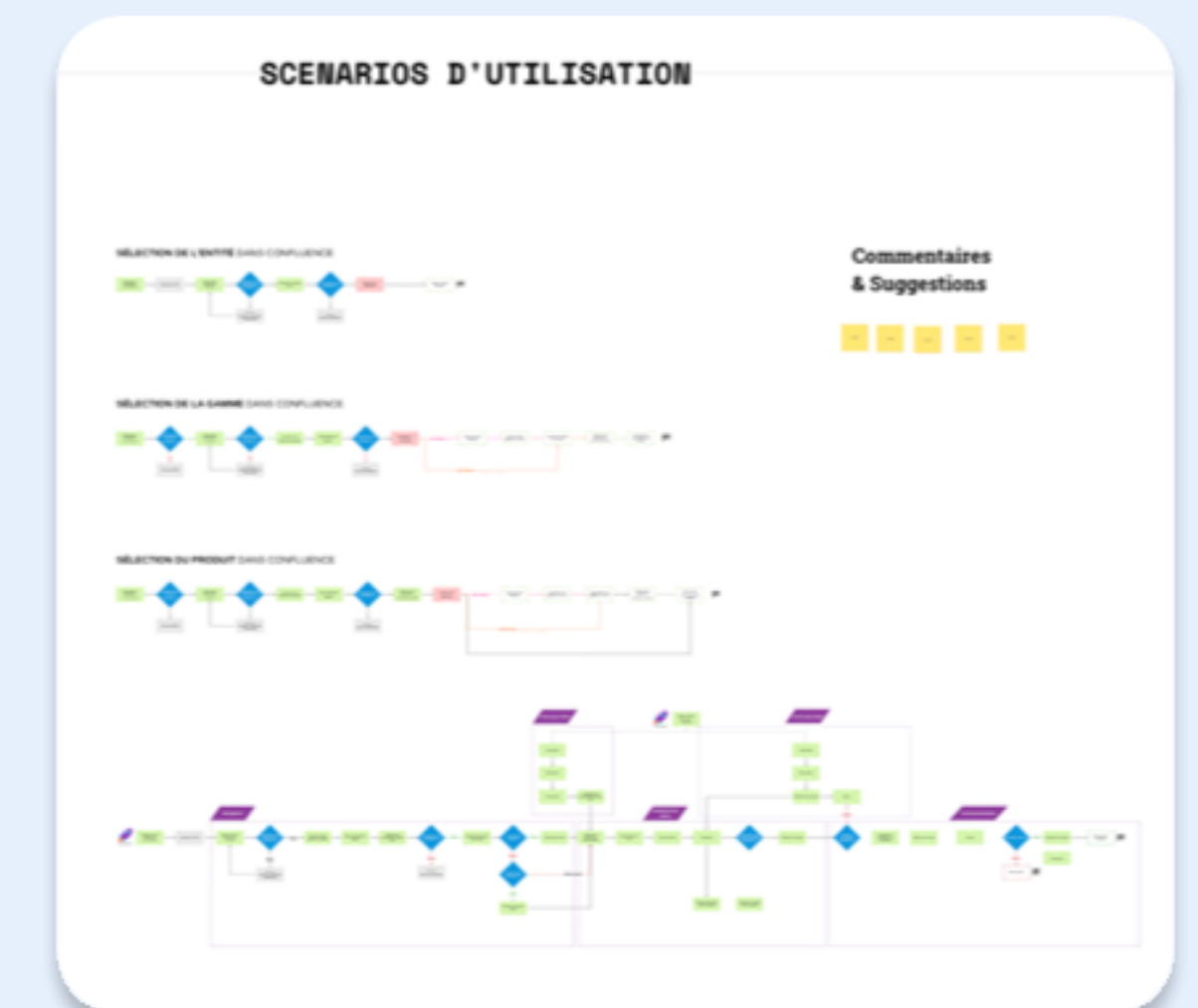
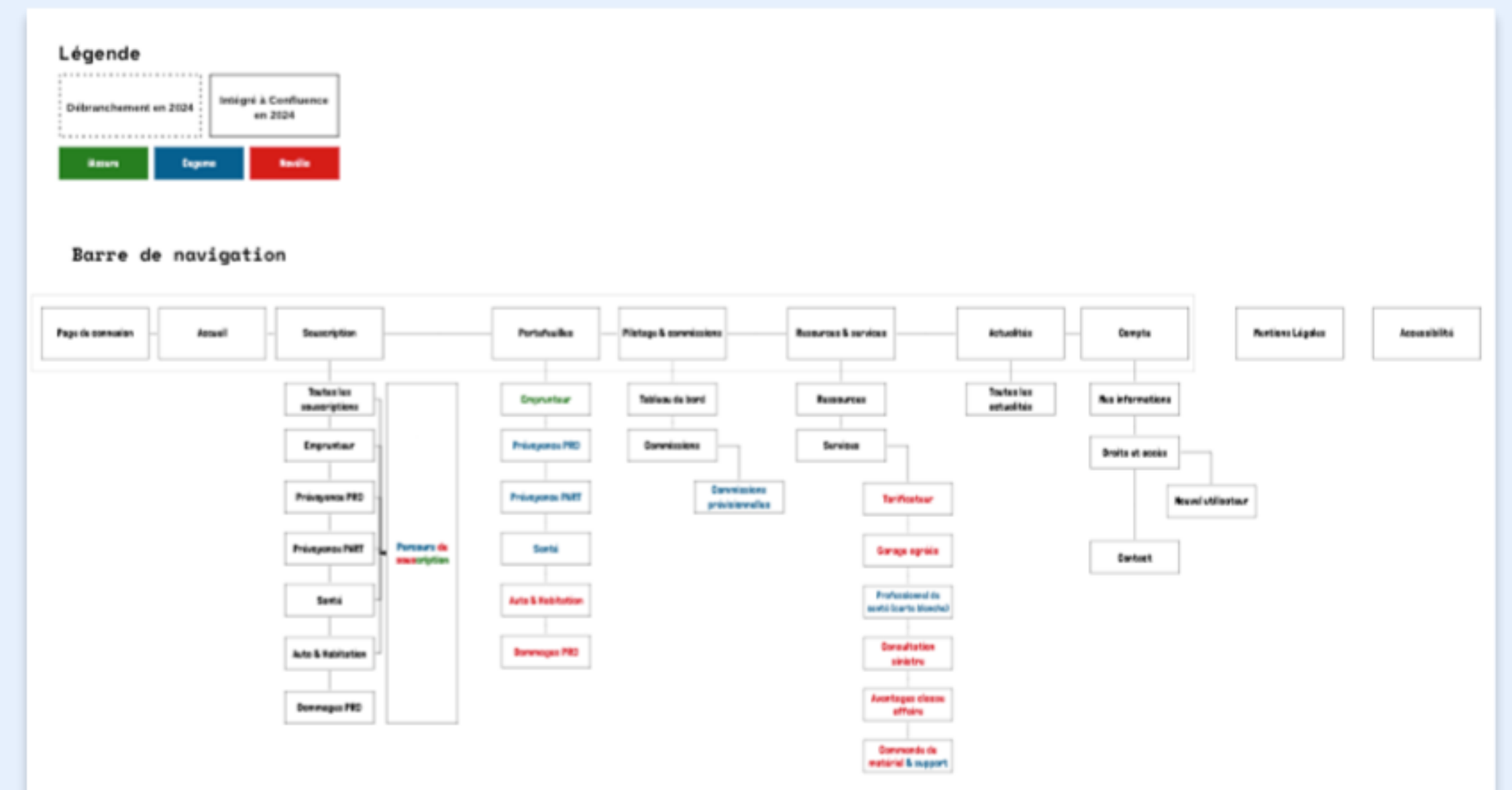
Clarifier le **fonctionnement**, définit les **scénarios utilisateurs** et cartographier les **flux d'informations**.

## Fonctionnalités

Vérifiez l'exhaustivité des fonctionnalités, organisez-les par usage et définissez les priorités pour 2024.

## Arborescence

Structurez le contenu, améliorez la navigation et alignez les équipes tout en anticipant les problèmes.



Site map et user flows

Conception

# Parcours basse fidélité

Tirer les problématiques à relever liées au cahier des charges, et visualiser une version cible prototypées pour engager les parties prenantes dans un changement d'envergure.



## Organisation

Detecter les problématiques et limites du périmètre fonctionnel



## Clarté

Visualiser la hiérarchie des contenus et simplifier les décisions



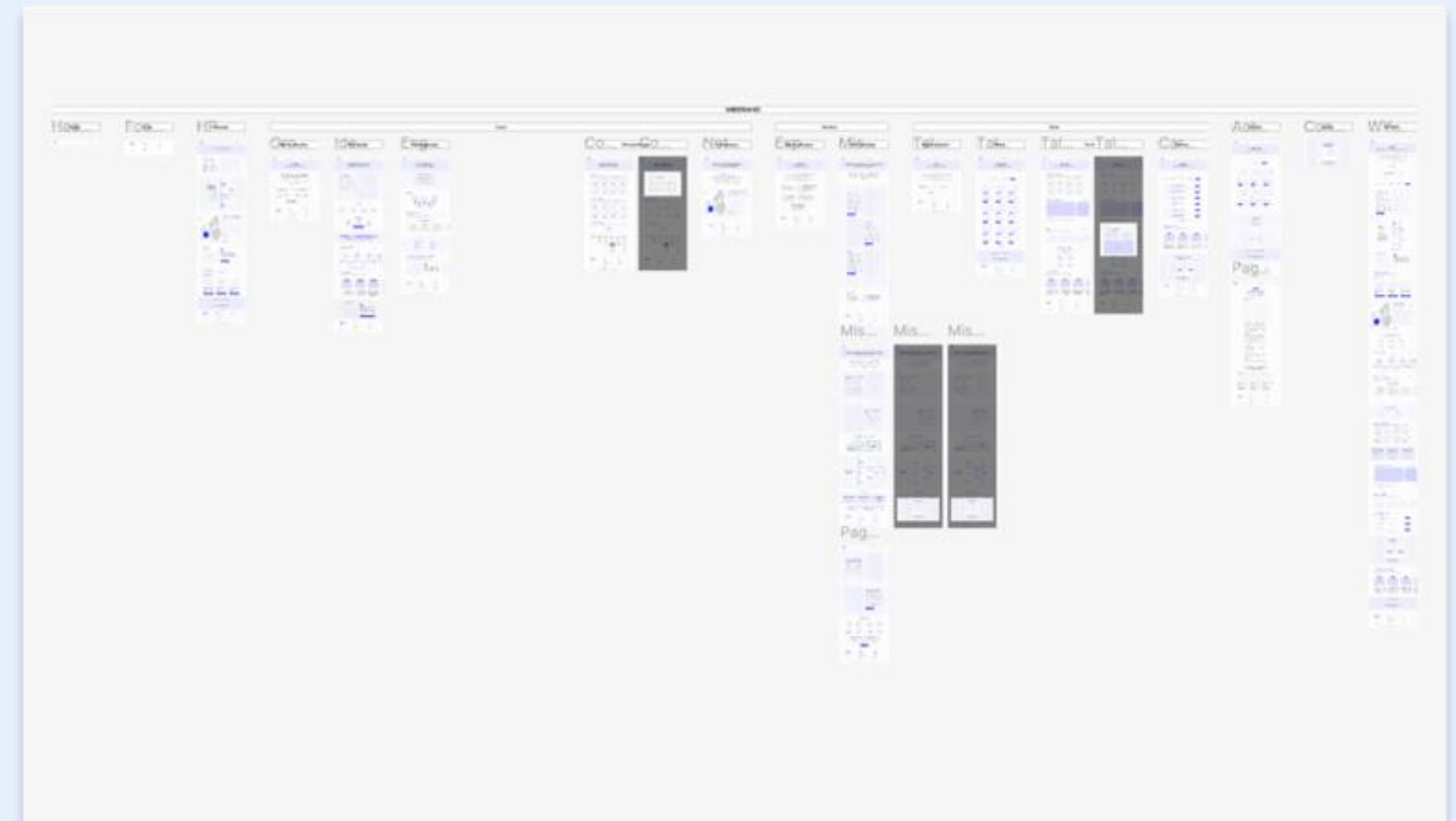
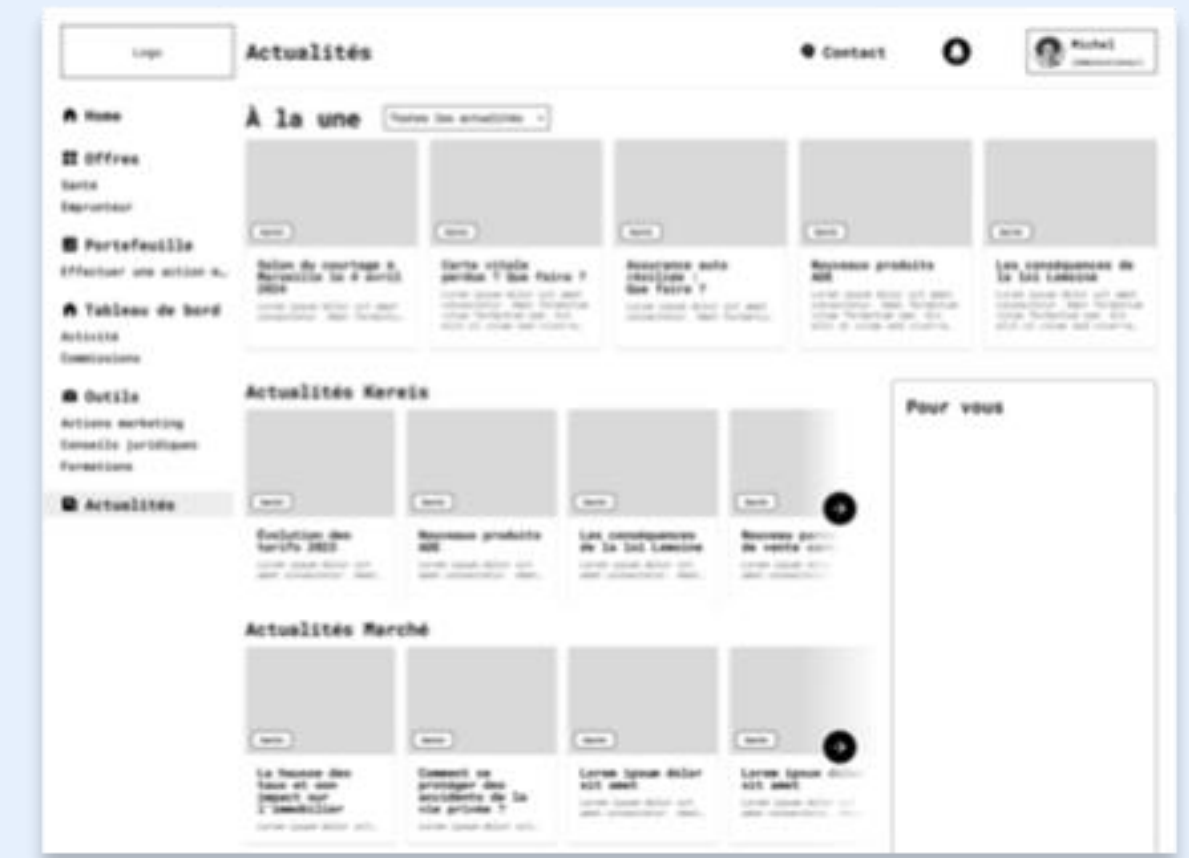
## Validation

Tester l'utilisabilité et aligner les équipes



## Anticipation

Identifier et résoudre rapidement les problèmes d'interface









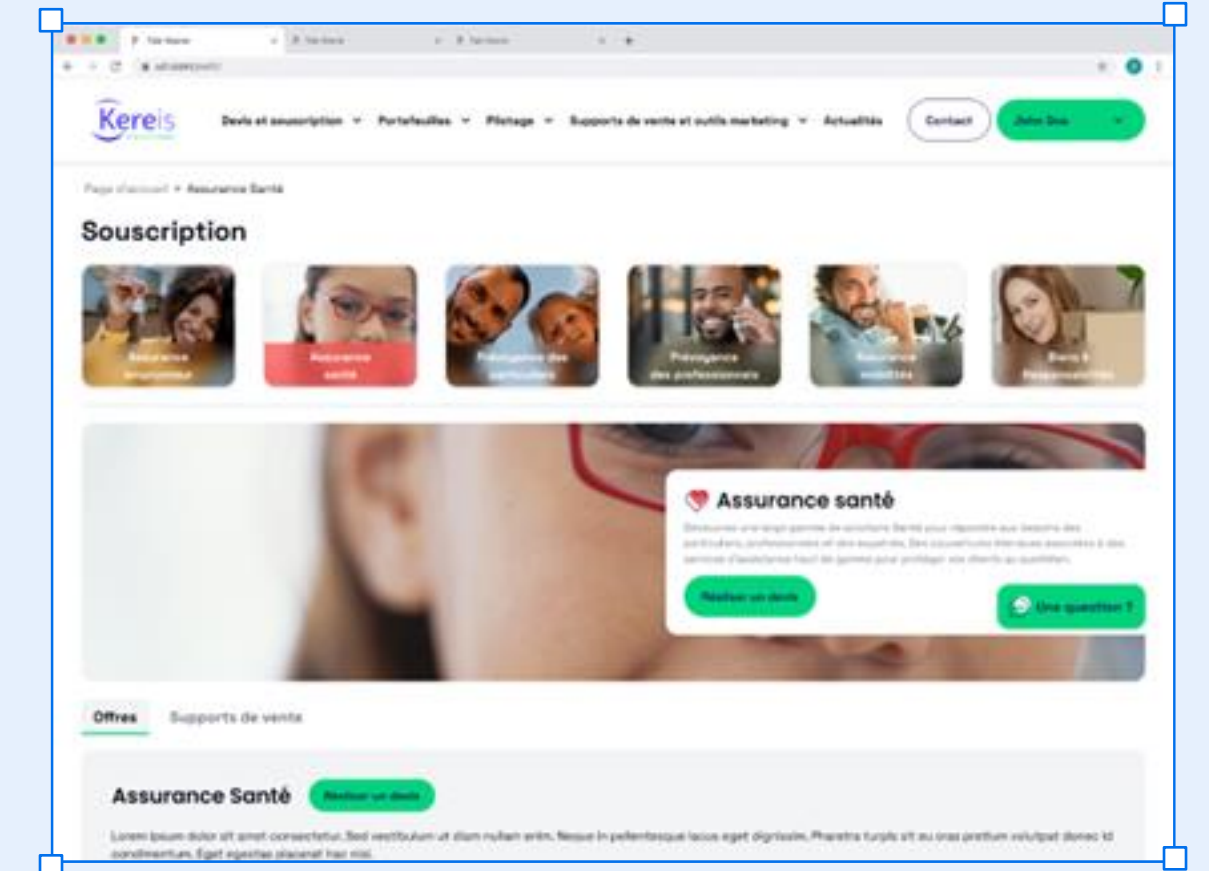
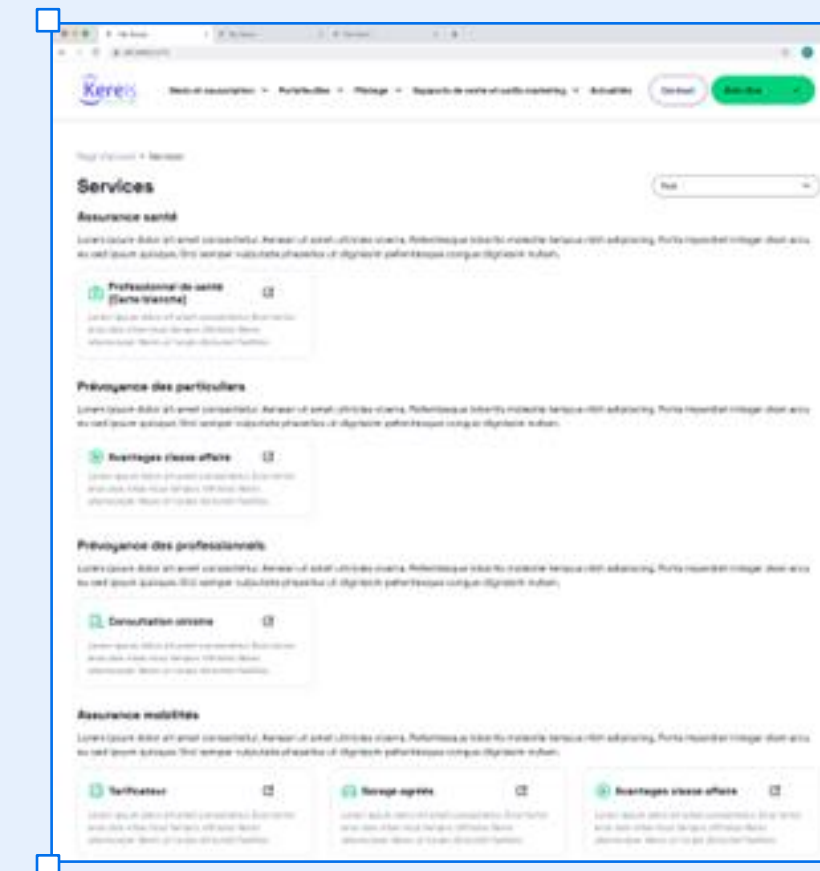
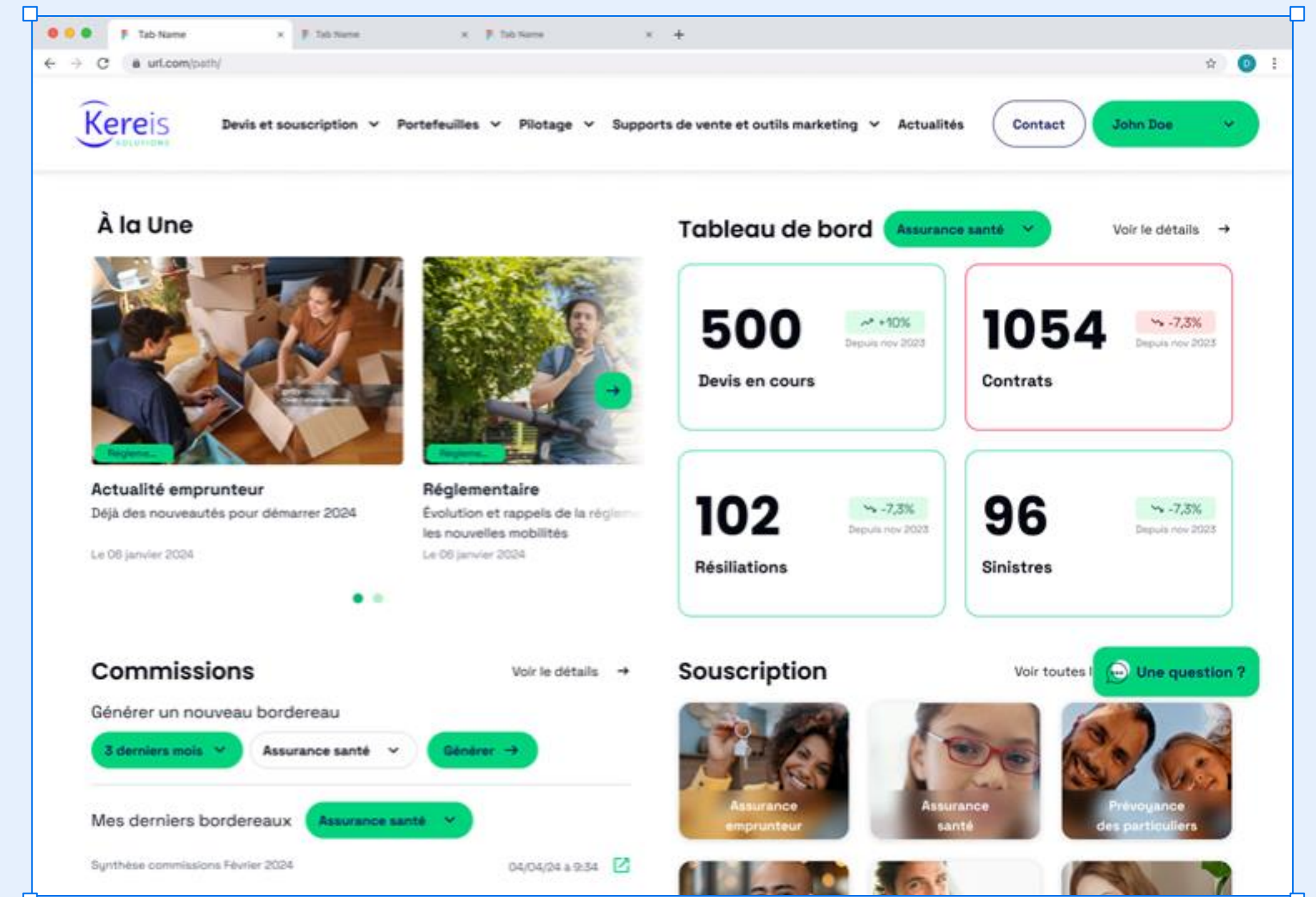
Wireframes et mapping du parcours

Conception

# Parcours haute fidélité

Concevoir, tester, et ajuster avant production une version au plus proche d'un produit fini.

 Visualisation	 Validation	 Réduction des risques
 Optimisation UX	 Collaboration	 Prise de décision



Dashboard et outil mid-user du persona courtier



Conception

# En évolution

Affiner les concepts à chaque étape en collaboration avec les parties prenantes



## Amélioration continue

Garantir des ajustements réguliers pour un design optimal.



## Réduction des erreurs

Corriger rapidement les incohérences pour garantir la fiabilité.



## Validation solide

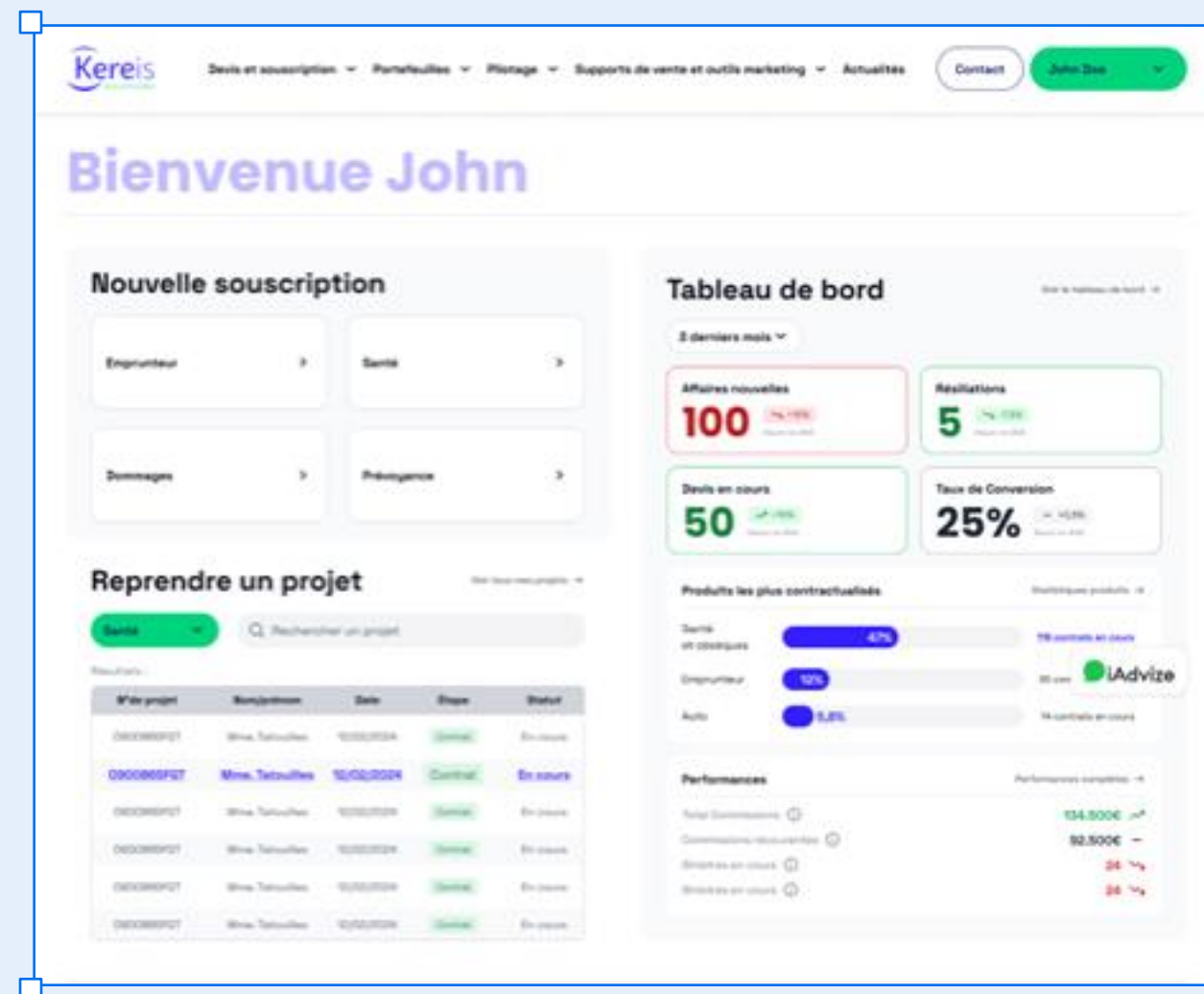
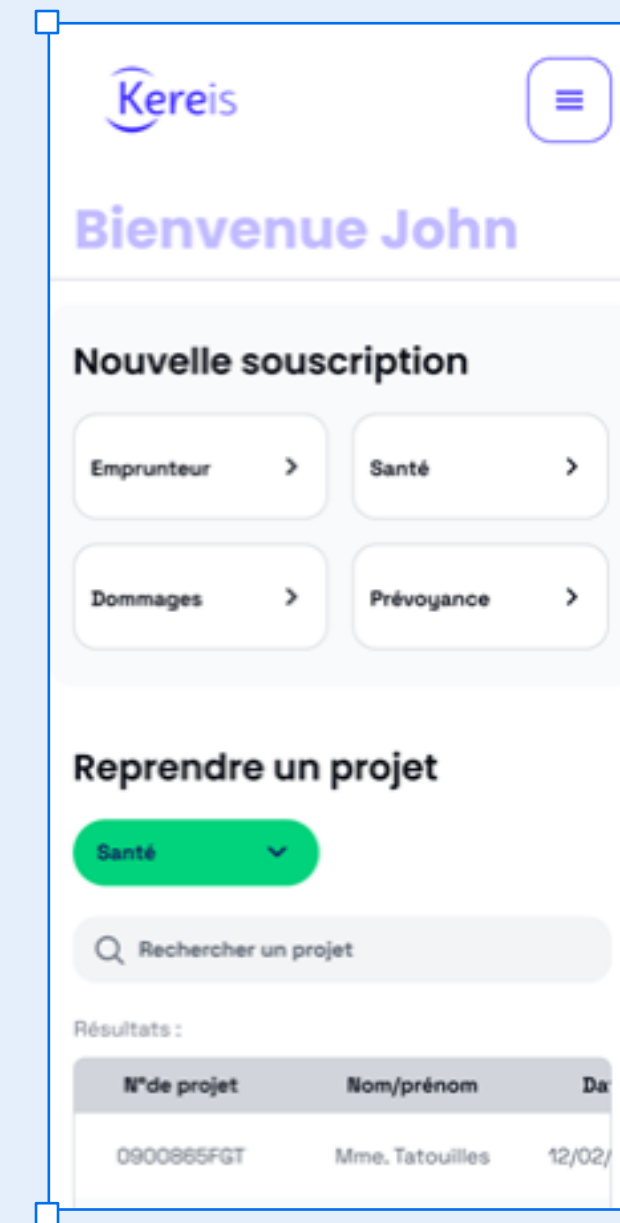
Valider chaque étape pour progresser en confiance.



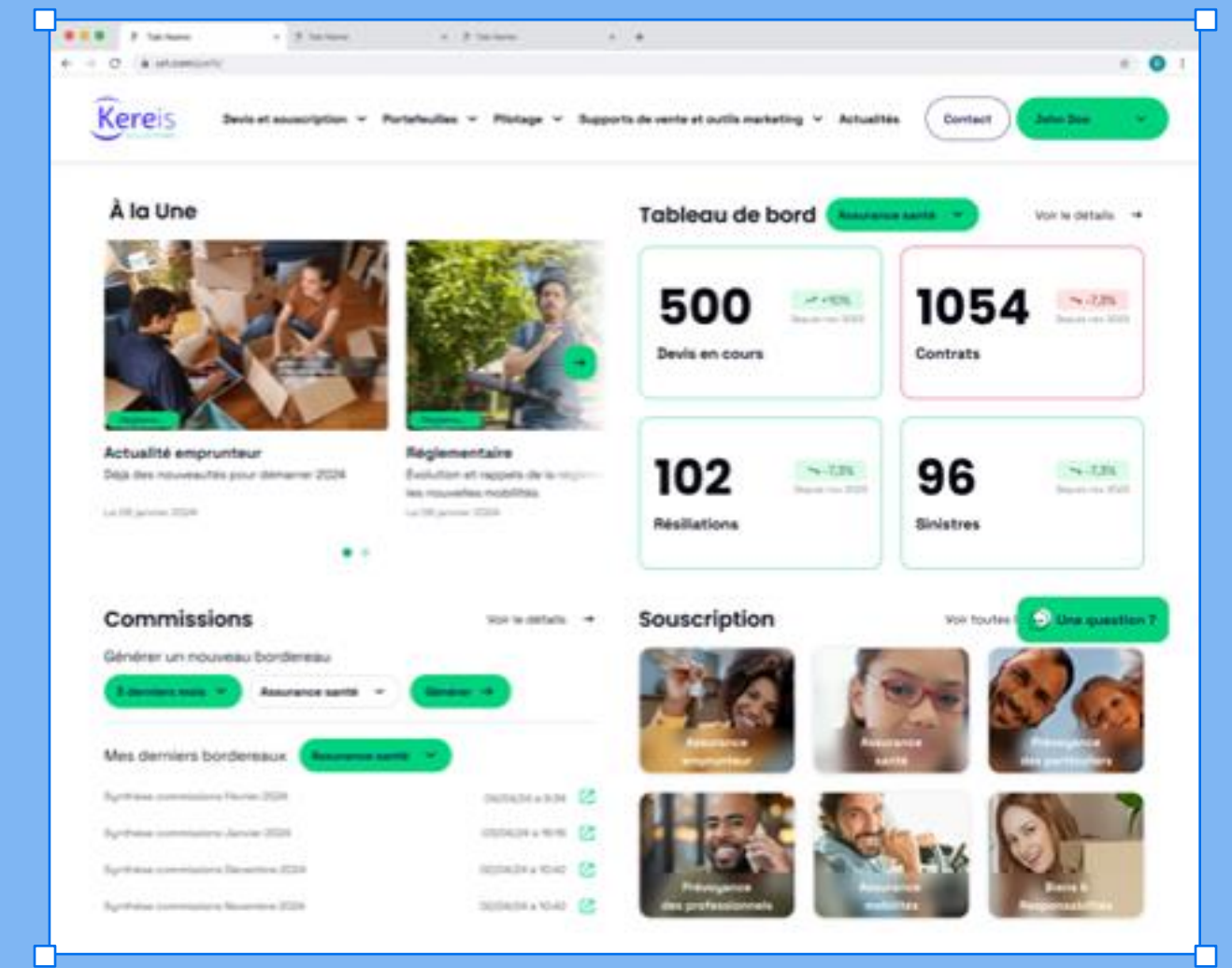
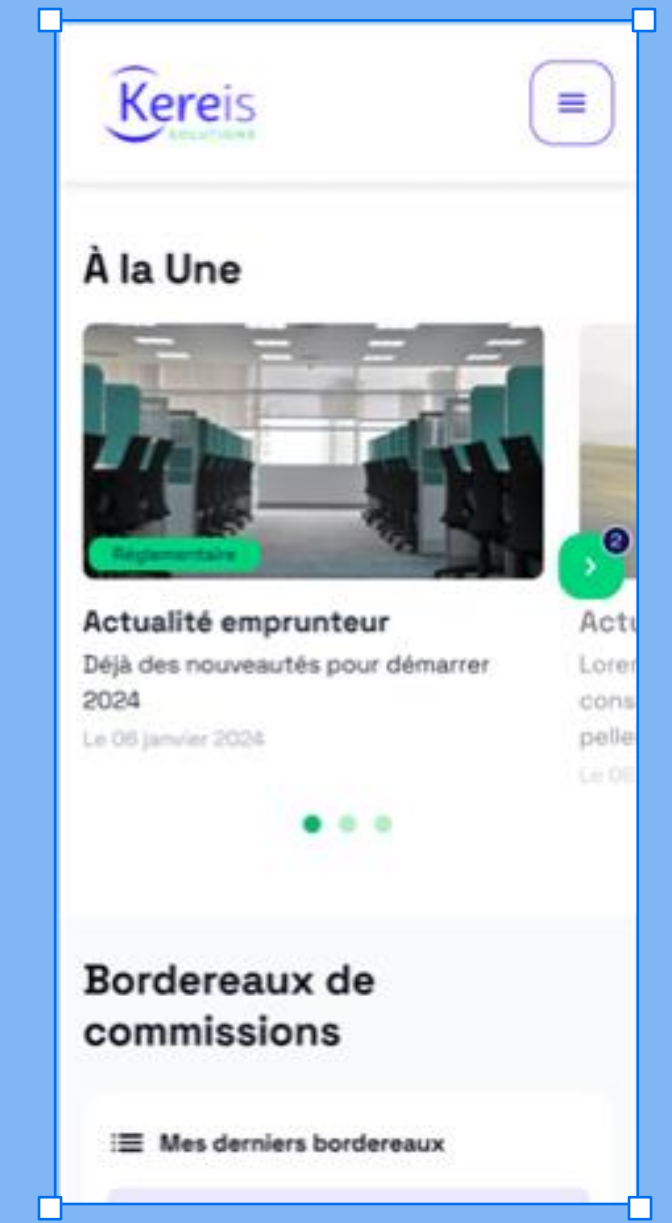
## Collaboration

Implication pour une vision partagée et sécurisée.

V1



V2



# Tester & analyser

I Des insights concrets pour des produits mieux adaptés

Compréhension et validation : Identifier les besoins et tester l'ergonomie.

Détection de problèmes : Repérer les incohérences et les points de friction.

Amélioration continue : Recueillir des retours pour itérer et affiner le design.

Engagement et satisfaction : Mesurer l'implication et le bonheur des utilisateurs.

Efficacité et optimisation : Évaluer la facilité d'utilisation et améliorer l'expérience.

Prise de décision éclairée : Informer les choix de design avec des données utilisateur.



Améliorer l'expérience courtier		
Page d'accueil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Mettre en valeur</b> le bloc de souscriptions/devis parmi les deux premiers de la page pour l'ensemble des utilisateurs</li> <li>• <b>Harmoniser l'expérience</b> entre les blocs "Souscription" et "Portefeuille" en proposant un débranchement direct au clic sur les éléments de gammes</li> <li>• <b>Allègement de la page d'accueil</b> via suppression des blocs « Commissions » et « Pilotage » et du double bloc « Actualité »</li> </ul>	<p><b>Objectifs :</b> améliorer la fluidité et simplifier les parcours pour faire adopter le portail</p>
Barre de navigation / menu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Privilégier un fonctionnement sur un seul niveau pour <b>gagner en efficacité</b></li> <li>• <b>Retravailler le wording</b> de la barre de navigation avec un groupe d'utilisateur</li> <li>• Réduire le nombre d'entrées pour se <b>concentrer sur les actions métier</b> (ex : actualité)</li> </ul>	<p><b>Objectifs :</b> simplifier la navigation et permettre une meilleure compréhension des actions pour favoriser les ventes croisées</p>
Devis & Souscription	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Retirer le bandeau</b> de souscription qui alourdit inutilement la page et encourage le défilement vers les offres Kereis Solutions</li> <li>• <b>Modifier le wording</b> du bouton « Commercialiser cette offre » en réutilisant le terme « encoder » qui est compris de tous et le mettre en meilleure visibilité (header ?)</li> <li>• <b>Prévenir les courtiers qu'ils ne réaliseront pas un devis par produits (logique de marketplace / comparateur)</b></li> </ul>	<p><b>Objectifs :</b> promouvoir efficacement les offres Kereis Solutions et favoriser l'encodage des courtiers</p>
Autres	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Détailier</b> la proposition de valeur des services (sujet des formations ?)</li> <li>• Permettre aux utilisateurs d'explicitier leur <b>demande de modifications</b> d'information personnelles</li> <li>• Permettre aux utilisateurs de <b>déclencher le tutoriel</b> "première connexion" quand ils le souhaitent</li> </ul>	<p><b>Objectifs :</b> capitaliser sur des améliorations « simples » pour enrichir l'expérience globale</p>

Mieux comprendre les enjeux métier

Conception

# Un produit affiné

| Affiner notre produit avec des retours utilisateurs

Optimiser l'UX : Améliorer l'expérience utilisateur selon les retours.

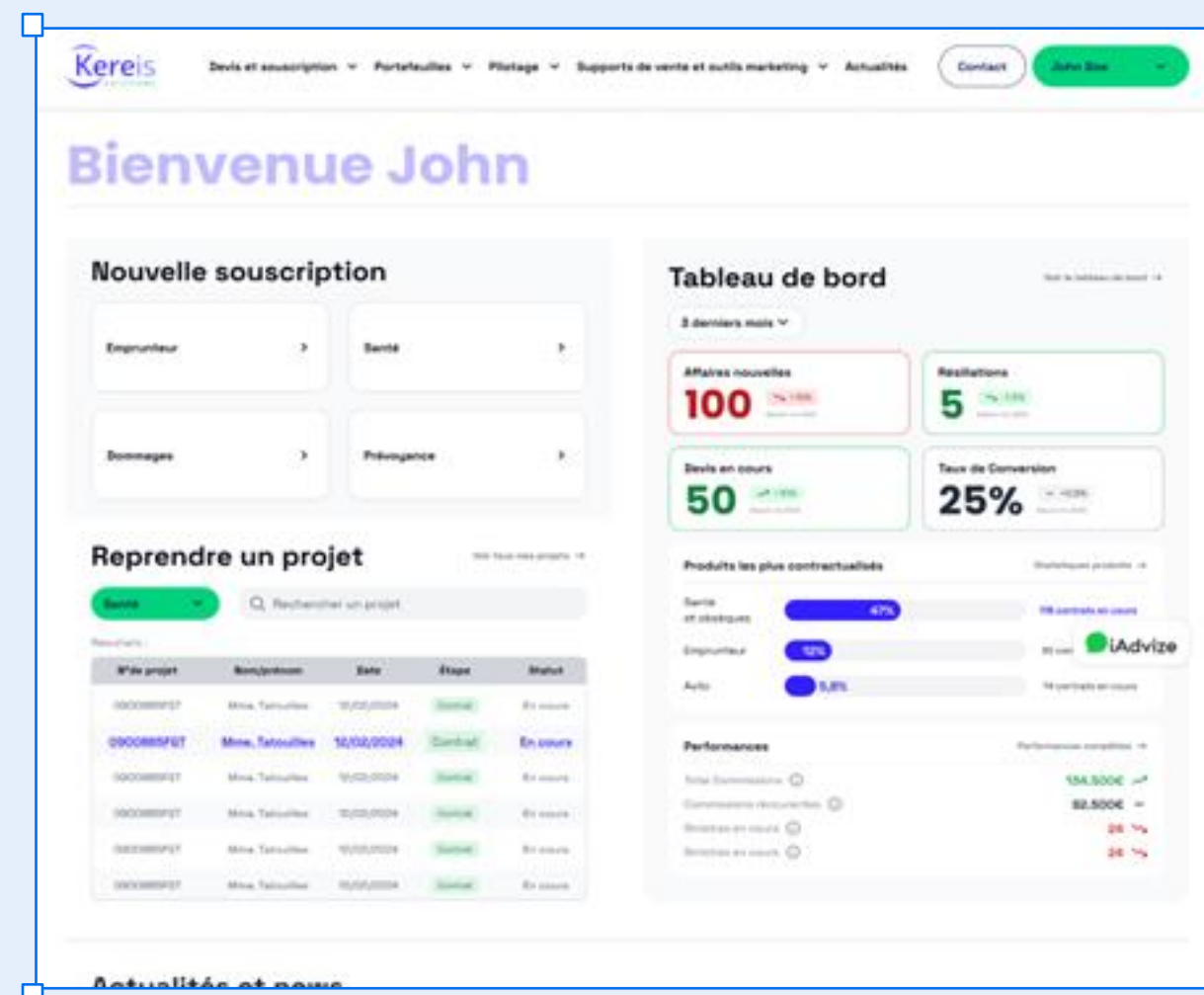
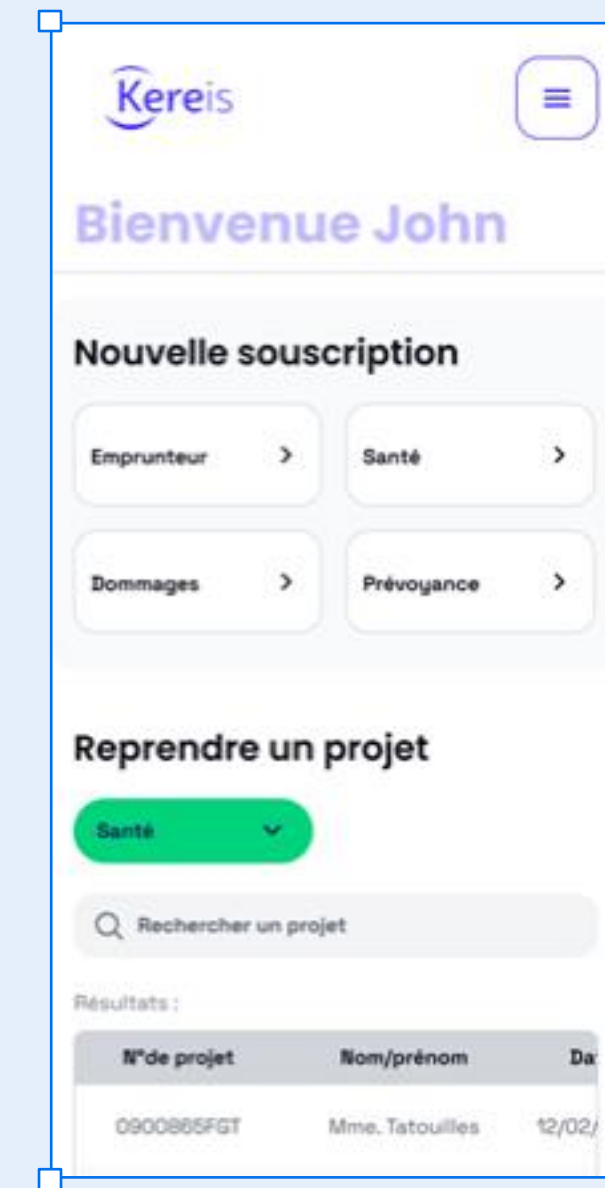
Valider les fonctionnalités : Tester et implémenter les changements impactants.

Agilité rapide : Réagir efficacement aux besoins des utilisateurs.

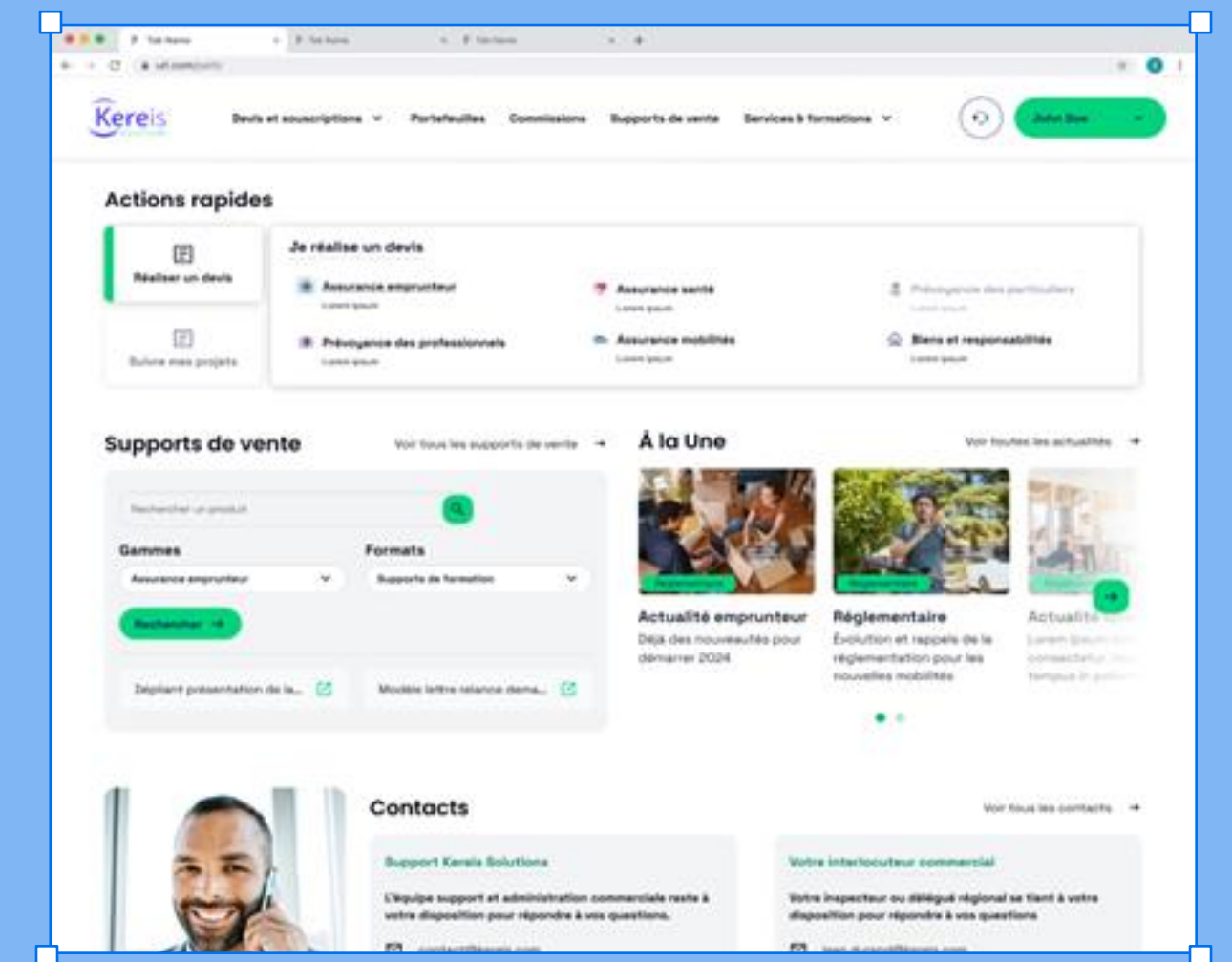
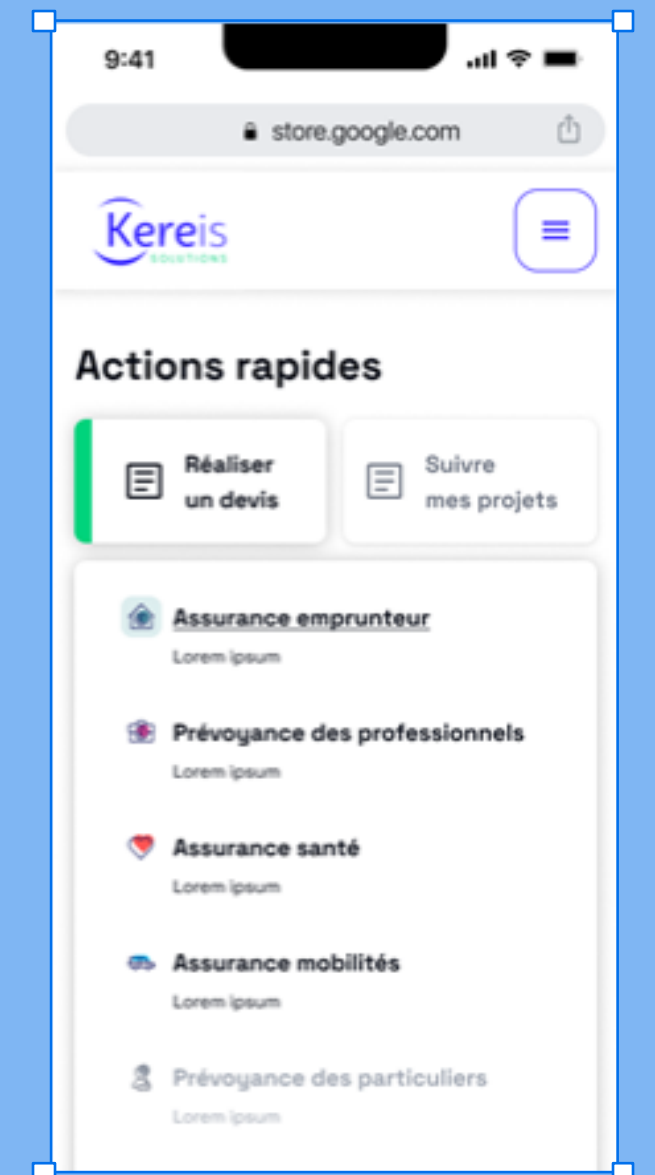
Lancement solide : Créer un MVP robuste pour 2024 avec les équipes.

Évaluation continue : Mettre en place un feedback systématique et collaboratif.

V1



MVP 2024



Scaling

# Des fondations solide et scalables

| Langage visuel et fonctionnel unifié

Cohérence : Uniformiser l'apparence et le fonctionnement.

Productivité : Réutiliser des composants pour accélérer le développement.

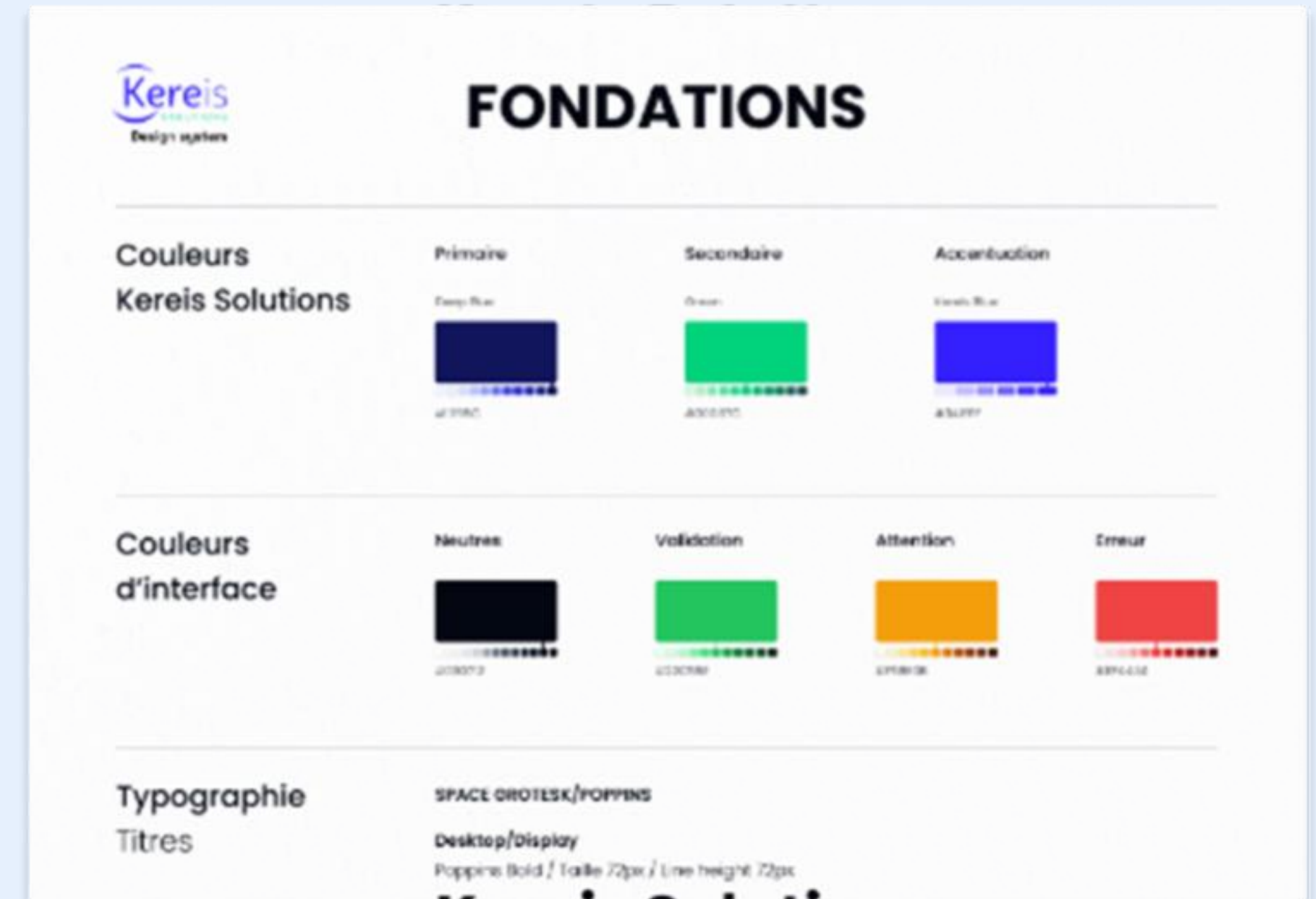
Maintenabilité : Simplifier les mises à jour et l'évolution des interfaces.

Collaboration : Aligner designers et développeurs sur des standards.

Accessibilité : Respecter les normes pour tous les utilisateurs.

Qualité : Améliorer la cohérence et la fiabilité des produits.

Scalabilité : Faire évoluer facilement le système avec l'organisation.



Assets de conception

Amélioration continue

# Tracking et optimisation

| Optimiser la collecte et l'analyse des données utilisateur

Définir les indicateurs clés : Identifier les KPI pertinents pour le suivi des performances.

Établir des méthodes de collecte : Déterminer les outils et processus pour recueillir les données.

Cartographier les parcours utilisateurs : Analyser les interactions et comportements des utilisateurs sur la plateforme.

Assurer la cohérence des données : Garantir l'intégrité et la précision des données collectées.

Préparer des rapports réguliers : Mettre en place un calendrier pour l'analyse et la présentation des résultats.

## 2.1 Répondre aux objectifs fixés 1/2

Favoriser l'encodage des courtiers et développer les ventes croisées

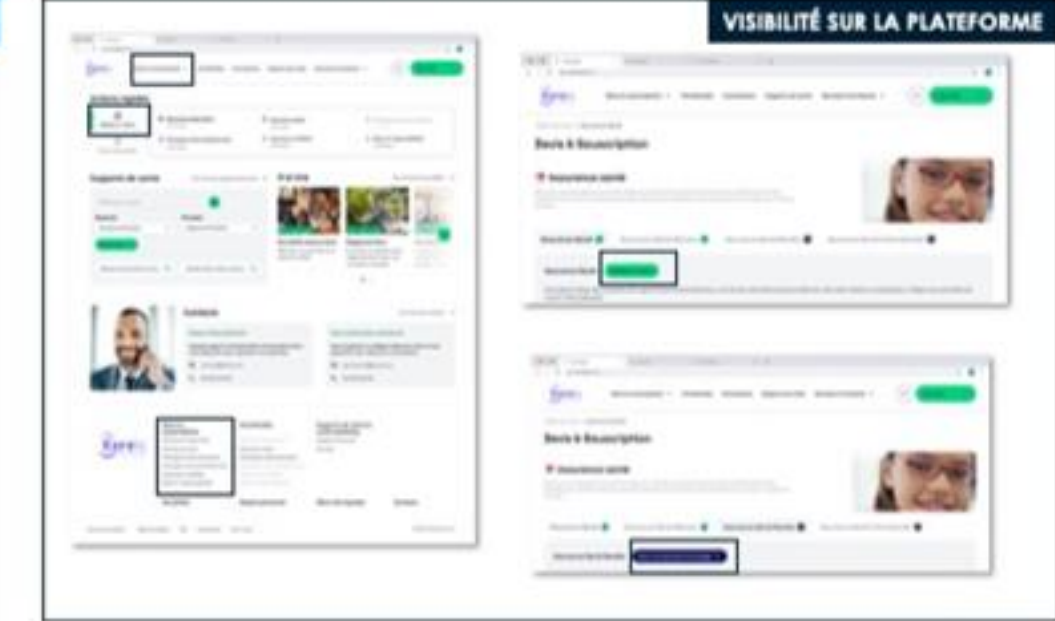
Le premier objectif de la plateforme Kereis Solutions est d'ordre « Business ». L'outil est un accélérateur d'opportunités via l'encodage des courtiers aux différentes gammes et le recrutement de nouveaux professionnels

### MÉTHODOLOGIE

Suivre des parcours pertinents en intégrant des tags sur des pages / des régions ciblées de la plateforme Kereis Solutions, comme :

- Les **débranchements** issus du bouton d'action « Réaliser un devis », sur la page d'accueil
- Les visites de la page « Souscriptions et Devis »
- Les **débranchements** issus de cette page « Souscriptions et Devis »
- La consultation des **informations produits** au sein de la page « Souscriptions et Devis »
- Les **demandes d'encodage**
- Le téléchargement des **documents de vente**, dans la page « Support de vente »
- La création de **nouveaux profils courtiers**

### VISIBILITÉ SUR LA PLATEFORME



Okuden.

## 2.2 Répondre aux objectifs fixés 2/2

Définir une stratégie d'amélioration de l'expérience utilisateur basée sur une analyse fine des indicateurs

Les équipes Marketing et Expérience Client ont également pour objectif de valider les parts pris graphiques développés pour la version 2024 de la plateforme et de créer une feuille de route d'améliorations qui se basent sur des cas d'usage

### MÉTHODOLOGIE

Analyser l'expérience utilisateur globale pour permettre de dresser une liste d'améliorations et la feuille de route associée. Évaluer le fonctionnement, la structure et la facilité d'utilisation de la plateforme via le suivi de

- L'utilisation des pages de la plateforme
- Les zones chaudes des pages les plus pertinentes
- La profondeur de scroll des utilisateurs
- Le temps passé sur le site
- Le retour en arrière après débranchement
- Le nombre de sessions ouvertes dans un certain laps de temps

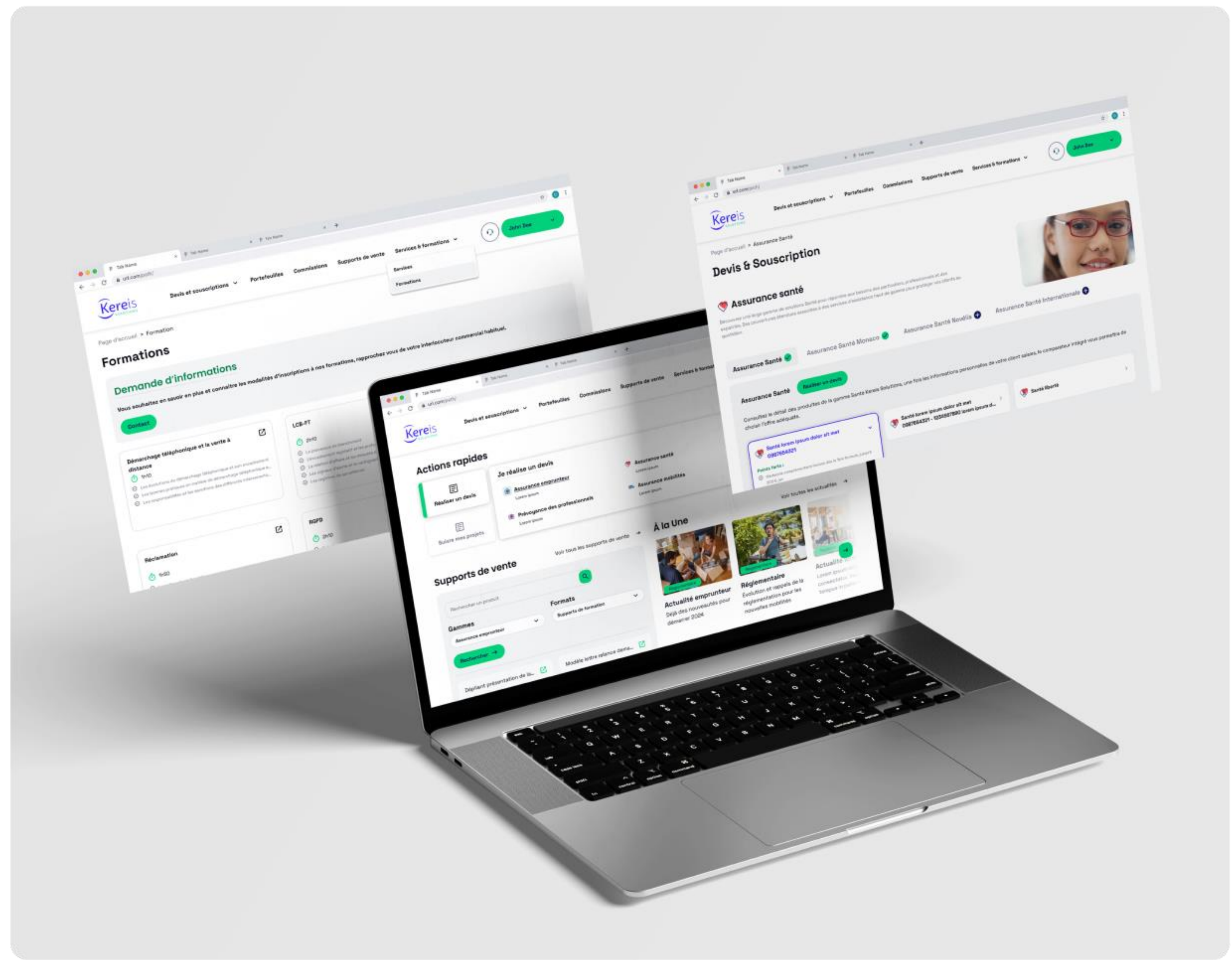
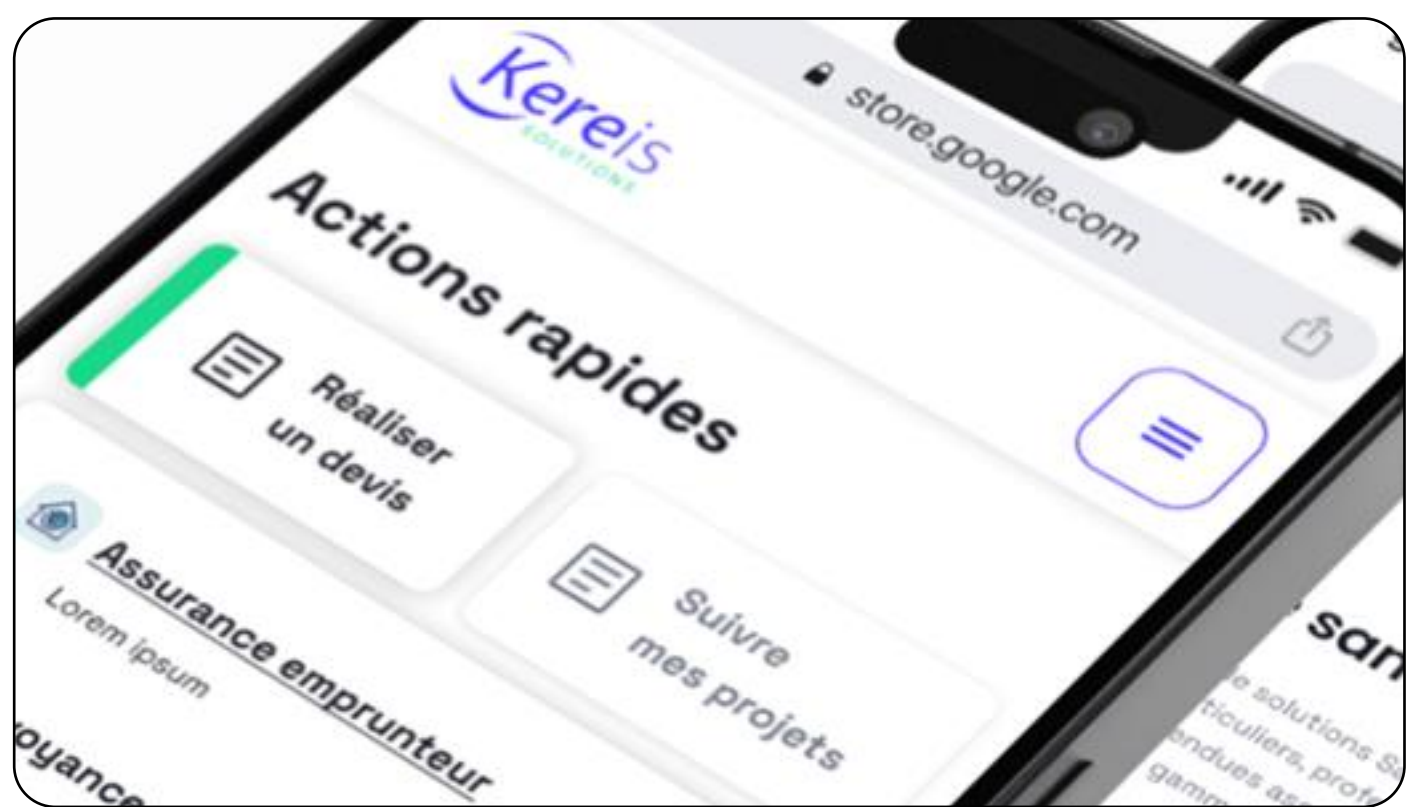
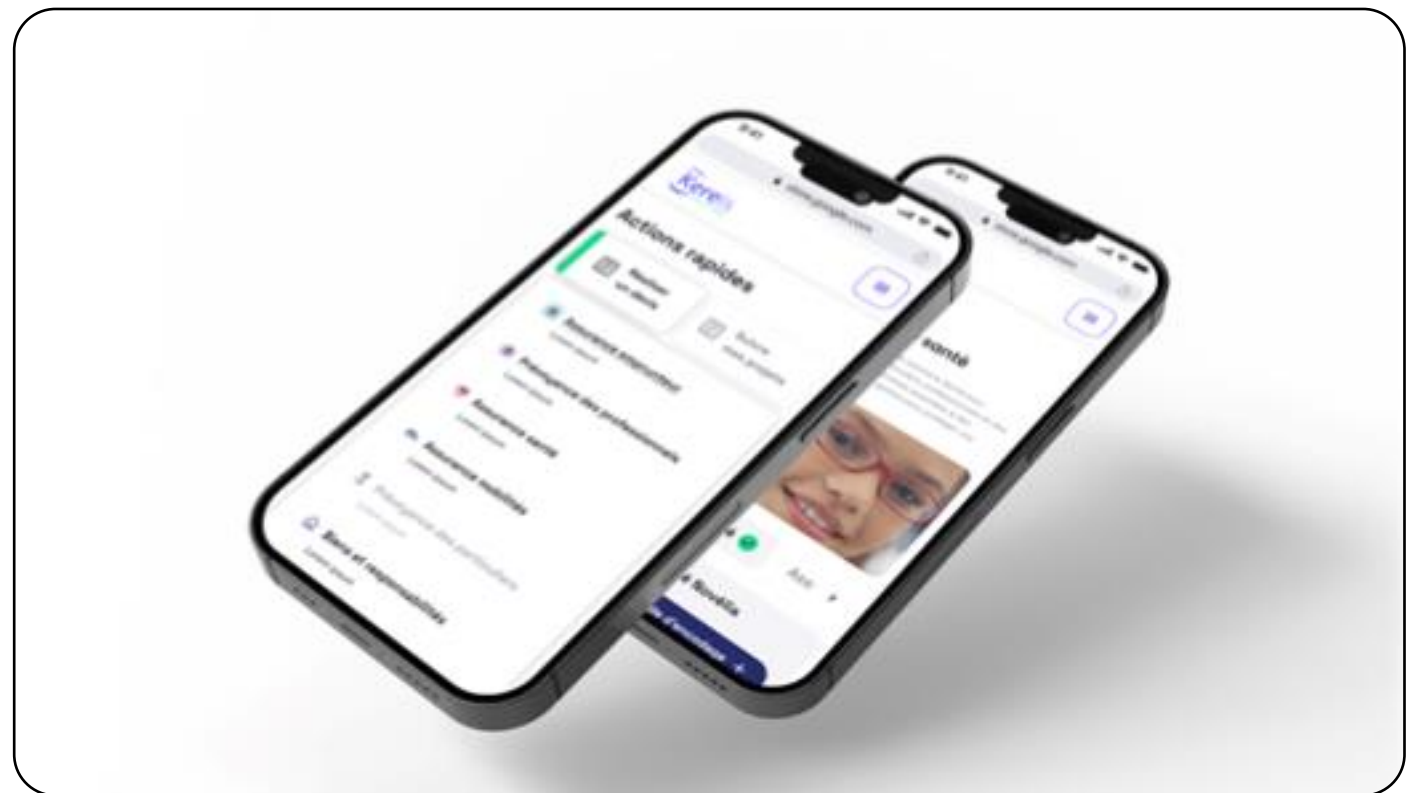
### VISIBILITÉ SUR LA PLATEFORME



Okuden.

Monitoring et compréhension de l'utilisation de l'outil

MVP 2024



# Résultats