

LE TEST D’UTILISABILITÉ À CINQ PERSONNES

Cinq vraies personnes font de vraies tâches en pensant à voix haute, et l'équipe regarde sans aider. On corrige, puis on refait un tour avec cinq autres plutôt que quinze d'un coup.

AUSSI APPELÉ test utilisateur, test en pensée à voix haute PRINCIPLE QU'IL APPLIQUE apprendre avant d'engager, fiche P-08

SE PRÉPARE EN 3 à 5 jours, pour écrire les tâches et recruter cinq personnes SE FAIT EN une journée par tour, débrief compris LEVIER PRINCIPAL Qualité (FTR)

D'APRÈS J. Nielsen et T. Landauer, A Mathematical Model of the Finding of Usability Problems, 1993 · J. Nielsen, Why You Only Need to Test with 5 Users, 2000 · S. Krug, Rocket Surgery Made Easy, 2010

CE QUE ÇA RAPPORTE

Impact sur le TTM		Moyen
Impact sur la qualité (FTR)		Élevé
Impact sur l'Opex / Capex		Moyen

CE QUE ÇA COÛTE

Coût d'implémentation		Faible
Difficulté d'implémentation		Moyen
Difficulté de maintien		Moyen

Faible Moyen Élevé N/A (sans objet)

1 Le problème auquel ça s’applique

Et ce qu'il vous coûte chaque année

CE QUE VOUS VOYEZ DÉJÀ

- Le parcours a passé la recette. Personne ne l'a vu utilisé par quelqu'un qui ne le connaît pas.
- L'abandon est suivi chaque semaine. Personne ne sait où le client renonce.
- Le comité débat une heure d'un libellé que cinq clients trancheraient.

OÙ PART L'ARGENT

Le client qui abandonne a déjà coûté son acquisition. Il part chez un concurrent, ou appelle pour finir au téléphone ce que l'écran devait faire seul.

L'ORDRE DE GRANDEUR, À LA LOUCHE

Comptez-le sur vos chiffres. Un ordre de grandeur suffit pour décider d'essayer.

COMBIEN DE FOIS / AN parcours commencés dans l'année	×	CE QUE ÇA COÛTE À CHAQUE FOIS part qui abandonne × part des envois qui aboutissent × marge d'un dossier abouti	×	PART QU'ON ÉVITE abandons dus aux problèmes trouvés et corrigés	=	GAIN / AN à écrire au crayon, après le premier tour
---	---	--	---	--	---	--

QUAND ÇA NE SERT À RIEN

Pour départager deux versions presque identiques. Cinq personnes ne mesurent pas un écart de deux points (fiche O-55).

2 Comment ça marche

La mécanique, en clair

L'IDÉE EN UNE PHRASE

Cinq personnes trouvent la plupart des problèmes graves. La sixième montre surtout ce que les cinq premières ont déjà montré. Le budget sert mieux au tour suivant, après correction.

LES GESTES, DANS L'ORDRE

- Écrire trois à cinq tâches réalistes, avec le but du client, jamais le chemin à suivre.
- Recruter hors de l'entreprise cinq personnes du segment visé, ni collègues, ni proches.
- Leur demander de penser à voix haute, et ne jamais aider pendant la tâche.
- Noter où chacun bloque, hésite ou se trompe, avec ses mots, sans interpréter.
- Débrief le jour même, et retenir les trois problèmes les plus graves.
- Corriger ces trois-là, puis refaire un tour avec cinq autres personnes.

CE QU'IL FAUT AVOIR SOUS LA MAIN

Le prototype, le formulaire ou le courrier, une pièce calme, un animateur, deux observateurs qui se taisent. À distance, un partage d'écran suffit.

LE SIGNE QUE ÇA A MARCHÉ

Le chef de projet se retient de montrer où cliquer. Au débrief, il ne défend plus l'écran qu'il avait validé.

3 Les pièges de l’implémentation

Ce qui fait rater, et ce qu'on fait à la place

AU LANCEMENT Tester avec des collègues

Ils connaissent les mots maison et devinent ce que l'écran veut dire. Les vrais blocages ne se montrent pas.

→ Recruter hors de l'entreprise, dans le segment visé, contre une petite indemnité.

AU LANCEMENT Demander un avis au lieu de regarder faire

« Ça vous plaît ? » donne des opinions polies. Seule la tâche montre où ça bloque.

→ Une tâche à accomplir, et les questions seulement à la fin.

PENDANT Aider le participant

Un indice donné en cours de tâche efface le problème qu'on était venu trouver.

→ Se taire, noter, et répondre par une question : « que feriez-vous chez vous ? »

PENDANT Tester quinze personnes d'un coup

Les dix dernières retrouvent les mêmes problèmes, et le budget du second tour est parti.

→ Cinq, corriger, puis cinq autres sur la version corrigée.

DANS LA DURÉE Le rapport de quarante pages

Il arrive trois semaines après le test. Entre-temps l'écran a changé, et personne ne le lit.

→ Débrief le jour même : trois problèmes, un responsable et une date pour chacun.

4 Un exemple

Cas type du tertiaire

L'OBJET

La demande de crédit à la consommation en ligne d'une banque de détail, du simulateur à l'envoi.

CE QUI CLOCHE

Trois clients sur quatre qui commencent une demande ne l'envoient jamais.

CE QU'ILS REGARDAIENT AVANT

Le taux d'abandon global, chaque semaine. Il bougeait à peine, et ne disait pas où.

LES CHIFFRES DE DÉPART

À relever avant le premier tour.

96 000 demandes commencées en ligne par an

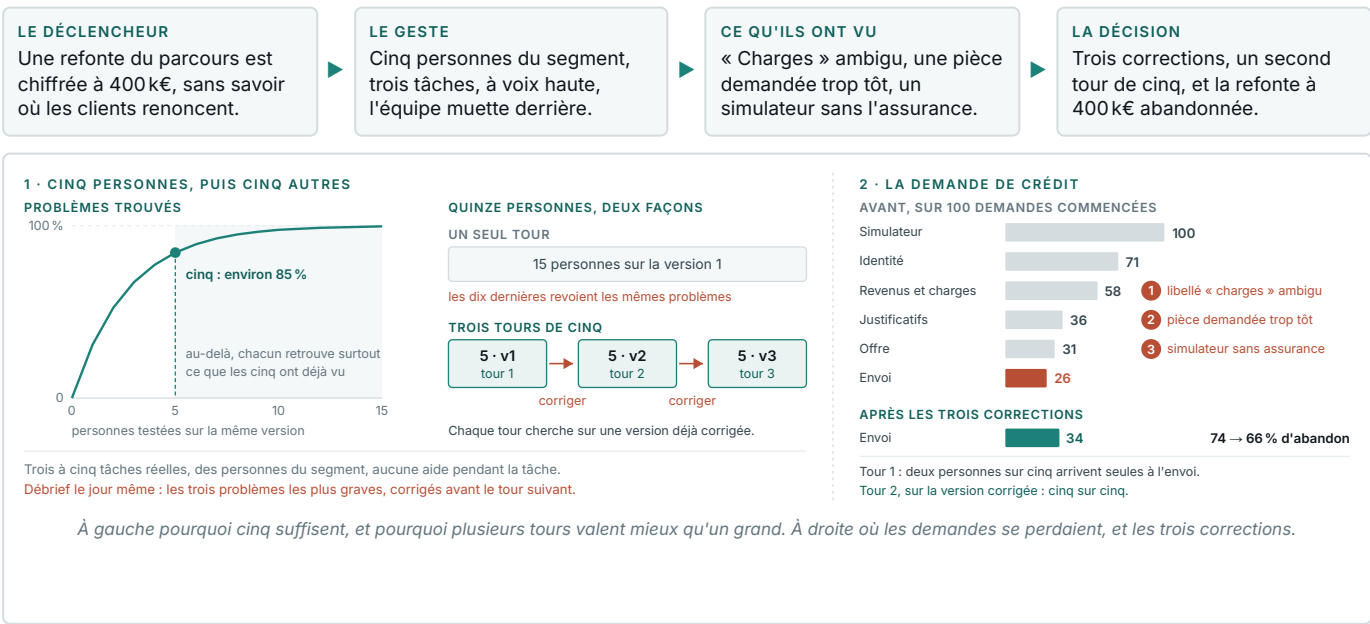
74% abandonnées avant l'envoi

38% des demandes envoyées finissent en crédit signé

350 € de marge nette par crédit, sur sa durée

CE QU'ILS ONT FAIT

Deux tours de cinq personnes, à trois semaines d'écart, et trois corrections entre les deux.



Ce que ça vaut

Une fourchette, et d'où elle sort

Le nombre de visiteurs ne change pas. Ce qui change est la part qui arrive au bout sans aide.

LES DEMANDES ENVOYÉES EN PLUS

7680 par an

96 000 demandes × (74 → 66 % d'abandon), soit 8 points

LES CRÉDITS SIGNÉS EN PLUS

2900 par an

7 680 demandes × 38 % qui finissent en crédit signé

EN MARGE

0,88 à 1,17 M€ par an

hypothèse : 300 à 400 € de marge nette par crédit, autour des 350 € relevés

CE QUI EST ÉVITÉ

400 k€ de refonte

pour environ 16 k€ : dix participants, quatre jours d'équipe, trois corrections développées

Trois problèmes coûtaient un million par an. Aucun ne demandait de refaire le parcours.