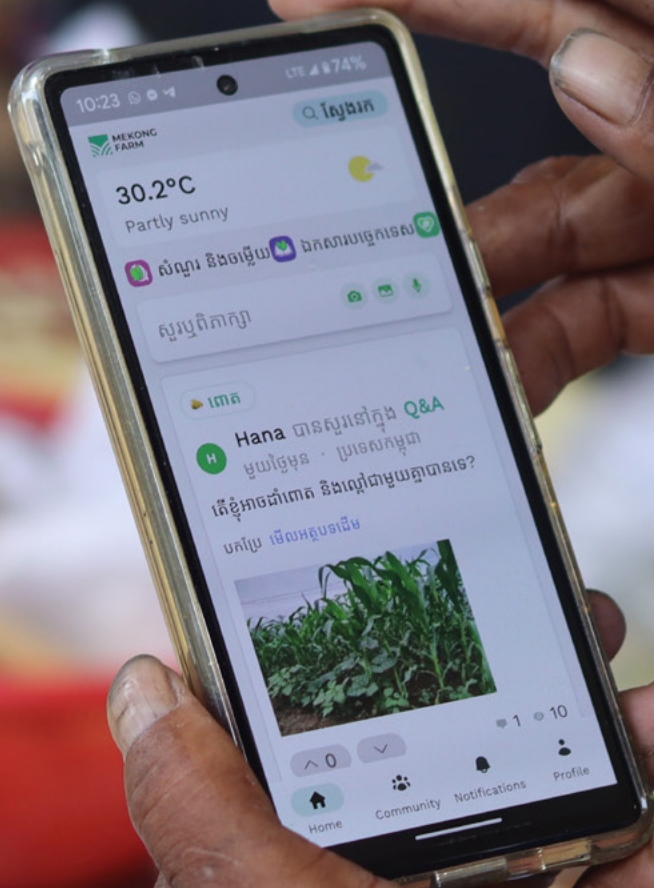


GUIDE DE DESIGN UX

Pour aider les entreprises agritech à améliorer l'expérience utilisateur de leurs solutions numériques



La GSMA est une organisation mondiale qui rassemble l'écosystème de la téléphonie mobile afin de découvrir, de développer et d'offrir des innovations fondamentales qui favorisent des conditions commerciales et des changements sociétaux positifs. Notre vision consiste à exploiter toute la puissance de la connectivité pour le bien des consommateurs, du secteur et de la collectivité. Représentant les opérateurs de téléphonie mobile et des entreprises de l'ensemble de l'écosystème du mobile et des secteurs connexes, la GSMA travaille pour ses membres dans le cadre de trois grands piliers : Connectivité pour le bien, Services et solutions pour le secteur et Sensibilisation. Son action consiste ainsi à faire évoluer les politiques publiques, à s'attaquer aux grands défis sociétaux d'aujourd'hui, à soutenir la technologie et l'interopérabilité qui font fonctionner la téléphonie mobile et à offrir la principale plateforme mondiale de rassemblement de l'écosystème mobile à l'occasion des événements MWC et M360.

Chez Bopinc, nous connectons les consommateurs à faibles revenus aux choix dignes de demain. Nous pensons que les meilleurs produits doivent être disponibles là où ils sont le plus utiles. Des start-ups aux multinationales, nous aidons les entreprises à concevoir et à distribuer des produits, des services et des *business models* viables et inclusifs.

Notre équipe diversifiée, composée d'innovateurs, d'entrepreneurs et de créatifs du monde entier, relie le secteur privé et le secteur du développement. Grâce à une écoute attentive des consommateurs, nous découvrons leurs besoins, ce qui nous permet de concevoir des produits et des services qu'ils souhaitent réellement utiliser.

Notre travail a un impact réel sur les populations à la base de la pyramide. Qu'il s'agisse d'améliorer les récoltes, d'augmenter les revenus ou de faciliter l'accès à une assurance, nous savons concilier l'impact social et la performance économique sur un marché de plus de quatre milliards de consommateurs à faibles revenus.

Accélérateur GSMA AgriTech

L'Accélérateur GSMA AgriTech œuvre en faveur de chaînes alimentaires équitables et durables qui autonomisent les agriculteurs et renforcent les économies locales. Nous réunissons et soutenons l'industrie du mobile, les acteurs du secteur agricole, les innovateurs et les investisseurs dans le domaine de l'agritech pour lancer, améliorer et développer des solutions numériques efficaces et commercialement viables qui améliorent les conditions de vie des petits agriculteurs des pays en développement.

Soutien de la GIZ

L'Accélérateur GSMA AgriTech bénéficie du soutien financier du ministère fédéral allemand de la coopération économique et du développement (BMZ), au nom de la *Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH*. La GIZ est une entreprise fédérale qui opère dans le monde entier pour soutenir le gouvernement allemand dans la réalisation de ses objectifs de coopération internationale pour le développement durable.



Implemented by



Remerciements

La GSMA tient à remercier les personnes suivantes, qui ont aimablement offert leur temps et leurs connaissances pour la création de ce guide. La GSMA tient également à remercier les membres de la cohorte de l'Accélérateur GSMA AgriTech pour leur participation au programme et pour avoir autorisé l'utilisation de leurs études de cas dans le cadre du présent guide.

Bopinc

Auke Douma, Johan van der Schaaf, Adjoa Akowuah, Shihab Uzzaman, Mudia Imasuen

GSMA

Matt Strickland, Ahmed Javed, Kevin Genga, Dunstan Adongo

Membres de la cohorte de l'Accélérateur GSMA AgriTech

eProd (Jan Willem van Casteren), Esoko (Solomon Mensah Tematey), Farmspeak (Peter Okonmah), Greenovator (Thein Soe Min), Jokalante (Ndeye Amy Kebe), MooMe (Ahmed Ben Achballah), OKO (Simon Schwall), TDX (Benjamin Asideu), Winich (Winner Attai)

Table des matières

1. Introduction	4
2. Contexte	7
3. Apprenez à connaître vos utilisateurs	10
1. Comprendre la réalité numérique de vos utilisateurs	12
2. Choisir la bonne méthode de recherche	14
3. Transformer vos observations en informations exploitables	16
4. Mettez vos utilisateurs à l'aise	18
1. Dérouler le tapis rouge	20
2. Créer un environnement familier	22
3. Refléter les modes de fonctionnement du monde agricole	24
4. Concevoir des interfaces conviviales	26
5. Fidélisez vos utilisateurs	28
1. Faciliter la saisie des données	30
2. Rendre l'expérience efficace	33
3. Rendre l'expérience gratifiante	35
6. Développez votre produit, pas vos problèmes	38
1. Garder le contrôle	40
2. Optimiser là où ça compte	42
3. Maintenir la cohérence	44
7. Conclusion	46
8. Annexe : fiches pratiques	48

01. Introduction



À propos de ce guide

Ce guide a été créé à l'intention de l'ensemble des personnes qui développent des produits numériques destinés aux acteurs du monde agricole dans les pays à revenu faible ou intermédiaire (PRFI). Les utilisateurs peuvent être des agriculteurs, des agents, des intermédiaires agricoles (collecteurs/agrégateurs), des conseillers ou d'autres parties prenantes du secteur agricole.

Il s'adresse aux concepteurs, développeurs, chefs de produit et partenaires communautaires qui souhaitent créer une expérience pertinente et satisfaisante pour les utilisateurs ayant un faible niveau de littératie numérique, en particulier (mais pas uniquement) dans le contexte des exploitants agricoles à faibles revenus. Pourquoi ? Parce qu'une expérience utilisateur (UX) bien conçue permet à ces utilisateurs d'accéder plus facilement aux outils numériques qui leur sont proposés et d'en exploiter pleinement les fonctionnalités.

Bien que ce guide se concentre sur la conception d'une UX adaptée aux applications mobiles, une grande partie de son contenu s'applique également à d'autres canaux numériques : USSD, IVR, OBD, SMS ou autres.

Il existe une abondance de documents consacrés à la conception d'une bonne interface utilisateur, mais ils se réfèrent rarement à la situation pratique

des utilisateurs des PRFI, souvent confrontés à de multiples obstacles : mauvaise connexion Internet, données limitées, téléphones anciens, écrans fissurés, difficultés d'apprentissage de l'utilisation d'un smartphone. Les réalités et les contraintes qui s'appliquent à la création d'une solution numérique dotée d'un budget limité sont également souvent négligées. Ce guide s'adresse principalement aux entreprises agritech qui souhaitent améliorer ou élargir des solutions numériques existantes, mais il peut également aider celles qui développent un produit entièrement nouveau.

La GSMA et Bopinc ont réuni les enseignements tirés de l'Accélérateur GSMA AgriTech. Ce programme a permis à neuf entreprises agritech, ayant chacune sa propre solution numérique destinée aux agriculteurs, de bénéficier d'un ensemble de services d'assistance technique, notamment d'un soutien à la conception UX. Ensemble, nous avons organisé 20 ateliers d'itération produit d'une semaine, pendant lesquels nous avons mené des recherches utilisateurs et animé des sessions d'idéation et de co-création dans le but d'améliorer le design des solutions numériques proposées par ces entreprises. Le présent guide s'appuie sur les leçons tirées de ces sessions, ainsi que sur la participation et l'expérience des membres de la cohorte de l'Accélérateur et des équipes de Bopinc et du programme GSMA AgriTech.

Membres de la cohorte de l'Accélérateur GSMA AgriTech :



eProd (Kenya)



Esoko (Ghana)



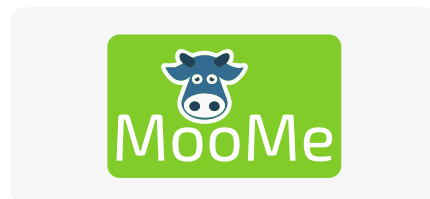
Farmspeak (Nigéria)



Greenovator (Cambodge)



Jokalante (Sénégal)



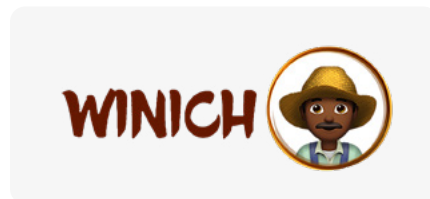
MooMe (Tunisie)



OKO (Mali)



TDX (Ghana)



Winich (Nigéria)



Un atelier d'itération produit chez eProd. ©Bopinc

Comment utiliser ce guide

Que vous soyez en train de créer une application mobile, un outil web ou un simple service par SMS, ce guide a pour objectif de vous accompagner dans le développement de solutions d'agriculture numérique destinées aux marchés à faibles revenus.

Il est organisé en différents chapitres qui traitent chacun d'un enjeu spécifique : apprendre à connaître ses utilisateurs, les mettre à l'aise, les fidéliser pour en faire des utilisateurs réguliers, optimiser et développer votre solution numérique sans la rendre trop complexe à utiliser et à gérer. Chaque chapitre présente les défis et les priorités associés aux différentes étapes du développement produit, ainsi que des stratégies de conception, des conseils pratiques et des études de cas tirées de l'expérience de l'Accélérateur GSMA AgriTech.

À la fin du guide, vous trouverez un ensemble de fiches pratiques utilisées par la GSMA et Bopinc dans le cadre de l'Accélérateur. Elles vont d'un simple canevas pour noter les enseignements tirés de la recherche utilisateur à des modèles de création de persona, de parcours utilisateur ou de feuille de route produit. Ces fiches constituent un outil pratique pour toute personne désireuse d'explorer, de concevoir ou de développer de nouvelles fonctionnalités ou un produit entièrement nouveau.

Enfin, ce guide ne constitue pas un ensemble de règles figées. C'est un simple point de départ, que vous pouvez utiliser, remettre en question et adapter. Quoi qu'il en soit, restez avant tout à l'écoute de vos utilisateurs : ce sont eux les véritables experts de leur expérience.

02. Contexte



Avant de vous lancer

Ce guide se concentre sur le design UX, mais celui-ci n'existe pas en vase clos. Il est étroitement lié au design de l'interface utilisateur (UI), qui détermine l'apparence et le fonctionnement des produits numériques pour l'utilisateur. Au cœur de ces deux concepts se trouve la conception centrée sur l'utilisateur (UCD), une philosophie de conception

plus générale qui guide notre manière d'aborder la résolution de problèmes.

Les sections suivantes expliquent les notions de design UX et design UI, pour vous aider à mieux comprendre en quoi elles sont liées et la manière dont elles sont abordées dans ce guide.



Qu'est-ce que le design UX ?

La conception de l'expérience utilisateur (UX), généralement appelée « design UX », consiste à créer une expérience pertinente et satisfaisante pour les utilisateurs de produits ou services numériques. Elle va au-delà de l'apparence d'un produit ou d'un service pour couvrir son fonctionnement, la manière dont il s'utilise et son efficacité à aider l'utilisateur à atteindre ses objectifs.

Le design UX prend en compte chaque étape du parcours utilisateur dans l'adoption d'une solution numérique, de la première impression à la création d'un compte, l'exécution de tâches ou la demande d'assistance. Une bonne expérience élimine les points de frictions et renforce la

confiance des utilisateurs, en particulier pour ceux qui ont peu l'habitude du numérique. Ce sont souvent les petits détails qui amènent les utilisateurs à se sentir frustrés ou autonomes.

Le processus UX comprend généralement des études réalisées auprès des utilisateurs (la « recherche utilisateur »), la création de personas, la génération d'idées (ou « idéation »), la réalisation de maquettes filaires (« wireframes »), la création de prototypes, les tests d'utilisabilité, et plusieurs cycles d'itération. La plupart des décisions sont guidées par des informations et données utilisateurs avérées, et non simplement par des opinions ou considérations purement esthétiques.



Qu'est-ce que le design UI ?

La conception de l'interface utilisateur (UI), généralement appelée « design UI », se concentre sur les éléments visuels et interactifs d'un produit numérique, c'est-à-dire tout ce que l'utilisateur voit, touche ou entend, et ce sur quoi il clique. Elle couvre ainsi les boutons, les icônes, la typographie, les couleurs, l'agencement des écrans et les éléments sonores.

Si l'UX détermine le fonctionnement d'un produit ou service, l'UI détermine son apparence et son comportement. Une UI bien conçue est visuellement cohérente, accessible et facile à

naviguer. Elle guide clairement l'utilisateur et renforce l'usabilité à l'aide de retours visuels et de repères graphiques. L'UI est également le point de rencontre entre le produit et l'image de marque, car elle véhicule l'identité visuelle de l'entreprise qui développe le produit.

Le design UI ne se fait pas de manière isolée. Il soutient et reflète les objectifs définis par le design UX. On peut le considérer comme la couche finale, qui rend l'UX non seulement utilisable, mais aussi attractive et engageante.



Qu'est-ce que la conception centrée sur l'utilisateur ?

La conception centrée sur l'utilisateur (ou UCD, de l'anglais *user-centered design*) est à la fois une philosophie et un processus de conception qui place les utilisateurs, en particulier ceux dont les besoins sont souvent négligés, au cœur de chaque décision. Au lieu de s'appuyer sur des hypothèses ou une approche centrée sur la technologie, l'UCD commence par la compréhension des personnes qui utiliseront le produit ou le service. Elle permet de concevoir des produits et des services véritablement adaptés aux besoins des utilisateurs. Il ne s'agit pas seulement de concevoir pour les utilisateurs, mais de réfléchir avec eux à chaque étape.

L'UCD constitue la base du design UX et UI, en influençant la manière dont les problèmes sont formulés et les solutions validées. Elle nous rappelle qu'un bon design ne commence pas par un produit ou une technologie. Il ne commence pas non plus derrière un écran ou avec une équipe de développeurs brillants. Il commence par les utilisateurs.

L'UCD est une méthodologie de conception itérative, fondée sur la recherche, qui guide le passage de l'idée au produit fini. Le design UX et le design UI s'inscrivent tous les deux dans ce processus. Le cheminement est rarement linéaire : il est ponctué de hauts et de bas,

de détours, d'avancées rapides ou de phases plus lentes.

L'UCD comprend généralement trois grandes étapes : la découverte, la conception et le développement. Dans la phase de découverte, des études réalisées auprès des utilisateurs permettent de mettre en lumière les problèmes rencontrés par ces derniers. La phase de conception correspond à la génération d'idées susceptibles d'apporter des solutions à ces problèmes. Elle englobe également la création de prototypes pour tester ces idées auprès des utilisateurs, ce qui peut nécessiter plusieurs itérations. Enfin, la phase de développement correspond à la création de la solution. Il est ensuite important de suivre et de mesurer l'adoption et l'impact de la solution. Cela donne lieu presque toujours à de nouvelles suggestions qui entraînent des itérations supplémentaires dans le processus UCD.

Tout au long de ce processus, l'expertise en matière d'UX et d'UI revêt une importance cruciale. Elle permet de donner du sens aux informations recueillies auprès des utilisateurs, de clarifier les concepts, de construire et de tester des prototypes et, en fin de compte, de concevoir votre solution numérique.

03. Apprenez à connaître vos utilisateurs



Introduction

Avant de concevoir, repenser ou adapter votre solution numérique, vous devez comprendre à qui elle s'adresse réellement. Qui sont vos utilisateurs ? À quoi ressemble leur quotidien ? Quels sont les problèmes qu'ils rencontrent ? Comment utilisent-ils leur téléphone portable, s'ils en ont un ? Dans le secteur agricole, les utilisateurs peuvent être des agriculteurs, des agents, des coopératives, des agrégateurs ou des gestionnaires d'entrepôts. Dans tous les cas, la conception d'une bonne UX passe par une bonne compréhension de leur univers.

Ce chapitre vous permettra de poser les bases d'une expérience utilisateur réussie, en vous aidant à comprendre la réalité numérique de vos utilisateurs, à choisir une approche de recherche adaptée à vos objectifs et à vos contraintes, et à synthétiser ce que vous aurez appris sous la forme d'informations exploitables par votre équipe.



Trois étapes pour mieux comprendre vos utilisateurs :

1. Comprendre la réalité numérique de vos utilisateurs

Pour concevoir des outils efficaces, vous devez d'abord comprendre l'environnement numérique dans lequel évoluent vos utilisateurs. Cela inclut les appareils qu'ils utilisent, leurs compétences numériques, leur utilisation d'Internet et leur connaissance des applications. Ces différents éléments influencent la nature des solutions numériques qui fonctionneront (ou ne fonctionneront pas).

2. Choisir la bonne méthode de recherche

Il n'existe pas de méthode de recherche adaptée à toutes les situations. Nous vous aiderons à déterminer comment combiner entretiens, observations, outils en ligne et exercices sur le terrain, en fonction de vos objectifs, de votre calendrier et de votre public cible.

3. Transformer vos observations en informations exploitables

La recherche ne consiste pas seulement à recueillir des informations et des commentaires auprès des utilisateurs. Elle repose également sur ce que vous voyez, entendez et ressentez, et sur la capacité à transformer ces observations en informations concrètes et exploitables. Nous vous proposons des méthodes pratiques pour synthétiser vos conclusions et prioriser les actions à entreprendre.

1. Comprendre la réalité numérique de vos utilisateurs

Avant de vous lancer dans la conception de votre produit ou service, il est important d'analyser les habitudes et l'environnement numérique de vos utilisateurs. Par exemple :

- Quelle est la nature des téléphones portables qu'ils utilisent ? Utilisent-ils des applications mobiles ?
- Sont-ils à l'aise avec les applications ou préfèrent-ils utiliser les SMS ou l'USSD ?
- Ont-ils l'habitude du mobile money ?
- Dans quelle mesure ont-ils l'habitude de taper, de cliquer ou d'enregistrer des notes vocales ?

Connaissez-vous l'environnement numérique dans lequel évoluent vos utilisateurs et savez-vous comment il influence leur comportement ?

Dans les milieux agricoles à faibles revenus, l'expérience numérique des utilisateurs peut être influencée par des contraintes pratiques : téléphones basiques, utilisation limitée des données Internet en raison de leur coût, appareils abîmés par un usage intensif dans les champs, faible lisibilité en plein soleil ou mauvaise qualité du signal. Leur aisance avec les outils numériques peut varier considérablement, allant des utilisateurs quotidiens de WhatsApp à ceux qui évitent complètement les smartphones. Le fait de bien comprendre ces réalités vous permet de prendre des décisions éclairées sur les fonctionnalités à développer, la manière de les concevoir et le niveau d'assistance dont les utilisateurs pourraient avoir besoin.



De simples téléphones mobiles aident les agriculteurs à gérer leurs finances, mais les écrans endommagés et l'éblouissement peuvent rendre la lecture des informations difficile. ©Bopinc

Voici cinq domaines à explorer pour évaluer la réalité numérique de vos utilisateurs :



Accès/possession d'un téléphone portable

Les utilisateurs possèdent-ils leur propre téléphone, ou est-ce qu'ils en partagent un avec leur famille ou leurs collègues ? Est-ce qu'ils utilisent un smartphone ou un téléphone basique ? Quel est l'état de leur appareil en termes d'autonomie de batterie, de lisibilité de l'écran, de mémoire ou de système d'exploitation ?



Connectivité et accès à Internet

La couverture réseau est-elle suffisante dans les zones où les utilisateurs vivent et travaillent ? Vont-ils souvent sur Internet ou seulement lorsque cela est absolument nécessaire ? Dans quelle mesure le coût des données Internet influence-t-il leur comportement ? Il est important de noter que pour les utilisateurs de téléphones basiques qui ont un accès Internet limité, les canaux de type USSD, IVR, OBD et SMS peuvent faciliter la fourniture de services numériques.



Littératie numérique

Les utilisateurs ont-ils l'habitude d'utiliser des applications ou des menus mobiles ? Savent-ils effectuer des tâches simples, comme l'envoi d'un message ou la recherche d'un contenu enregistré ? Est-ce qu'ils connaissent les icônes de base ou est-ce qu'ils ont besoin d'un texte d'explication ? Est-ce qu'ils savent mettre à jour une application ?



Connaissance et habitude des applications

Quelles sont les applications qu'ils utilisent fréquemment ? WhatsApp, Facebook, YouTube ou les services de mobile money ? Est-ce qu'ils communiquent avec ces applications par le biais de messages vocaux, d'émojis ou d'actions tactiles ? Le fait de connaître ces informations vous permettra d'adapter votre design au comportement habituel des utilisateurs.



Langue et paramètres du téléphone

Quelle est la langue paramétrée sur le téléphone des utilisateurs ? Est-ce qu'ils lisent leurs SMS en anglais, en swahili, en bengali ? Est-ce qu'ils utilisent l'alphabet romain ou un alphabet local ? Si votre produit requiert un certain niveau d'alphabétisation ou de maîtrise linguistique, assurez-vous que votre contenu correspond aux préférences des utilisateurs.



Les agriculteurs se servent des téléphones mobiles pour leurs tâches quotidiennes, mais le type d'appareil, ses paramètres et la manière dont ils y ont accès influencent l'utilisation des services numériques. ©Bopinc

2. Choisir la bonne méthode de recherche

Après avoir analysé la réalité numérique de vos utilisateurs, l'étape suivante consiste à en apprendre davantage sur leurs besoins, leurs habitudes et leurs motivations. Pour ce faire, vous devrez choisir une méthode de recherche qui vous apporte les informations manquantes tout en étant adaptée aux réalités du terrain.

Utilisez-vous une méthode de recherche adaptée à vos objectifs, à vos ressources et à l'environnement de vos utilisateurs ?

Dans les milieux agricoles, il n'est pas toujours facile de réaliser des études auprès d'utilisateurs. L'accès

Internet est souvent limité, les déplacements peuvent prendre plus de temps que prévu, et les participants se montrent parfois réticents à répondre à des questions détaillées. Il est donc important de choisir une méthode (ou une combinaison de méthodes) qui fonctionne sur le terrain, et pas seulement sur le papier.

Il n'est pas nécessaire d'avoir un budget conséquent pour recueillir des données utiles. Ce qui importe, c'est d'adopter une démarche rigoureuse et méthodique pour écouter, observer et valider les propos et les comportements des personnes interrogées.



Observer la manière dont les utilisateurs naviguent sur leur téléphone révèle souvent des enseignements que les entretiens seuls ne permettent pas de capturer. ©Bopinc

Voici six conseils pour vous aider à choisir et définir votre approche de recherche :



Associez questions et observation

Les déclarations des utilisateurs ne correspondent pas toujours à ce qu'ils font en réalité. Associez les entretiens à des observations ou des démonstrations de manipulations par les utilisateurs pour vous rendre compte de leur comportement effectif. Cela s'applique par exemple à la manière dont ils utilisent leur portable au quotidien ou dans leurs activités agricoles.



Choisissez des méthodes adaptées à vos objectifs

Souhaitez-vous comprendre des comportements, tester des réactions à une idée ou collecter des données à grande échelle ? Les entretiens et les discussions de groupe (FGD) permettent d'approfondir un sujet, les enquêtes par questionnaire permettent de couvrir des échantillons importants, tandis que les activités pratiques, consistant par exemple à présenter un prototype en demandant aux personnes interrogées de regrouper ou de classer les fonctionnalités par ordre d'intérêt, permettent de recueillir leur avis sur ce qui leur semble le plus pertinent.



Rencontrer les participants dans leur propre environnement permet de les mettre en confiance et de recueillir de plus riches informations. ©Bopinc



Veillez à ce que les sessions soient brèves et ciblées

Vos utilisateurs ont des vies bien remplies. Ne les submergez pas avec une longue liste de questions. Concentrez-vous sur ce qui est le plus important et testez vos questions à l'avance avec une personne de votre entourage pour vérifier qu'elles sont suffisamment claires et précises, notamment si elles ont été traduites.



Adaptez-vous à l'environnement de vos utilisateurs

Dans la plupart des cas, les visites en personne sont les plus efficaces, surtout lorsqu'il s'agit d'utilisateurs ayant une littératie numérique limitée ou qui ne connaissent pas votre équipe. Il est conseillé de rencontrer les personnes interrogées dans un endroit où elles se sentent à l'aise. Si vous les rencontrez sur leur ferme ou à leur domicile, vous pourrez également observer leur environnement quotidien. Les méthodes à distance, telles que les entretiens téléphoniques ou les notes vocales, peuvent convenir pour les questions de suivi, ou pour les utilisateurs qui ont l'habitude du numérique. Choisissez toujours ce qui convient à vos utilisateurs, et pas seulement ce qui vous arrange.



Soyez flexible dans votre approche

Prévoyez de la souplesse dans votre plan de recherche. Les personnes que vous souhaitez interroger peuvent ne plus être disponibles ou être accompagnées par un tiers lors d'un entretien individuel. Il est important d'avoir un plan logistique solide, mais tout aussi important de pouvoir l'adapter. Si vous vous déplacez en groupe, divisez-vous en deux équipes. Vous entendrez et observerez plus de choses, et vous pourrez comparer ce que vous avez noté.



Interrogez différents profils d'utilisateurs

Essayez de recueillir le point de vue d'utilisateurs issus de différents contextes, avec des profils variés en termes de métier, sexe, niveau d'éducation et connaissance de votre solution (ou de produits/ services similaires). Cela vous permettra d'identifier des tendances et des cas particuliers qu'un groupe homogène ne permettrait pas de faire ressortir. Chaque utilisateur est différent.

3. Transformer vos observations en informations exploitables

La recherche ne s'arrête pas lorsque vous quittez le terrain ou cessez d'enregistrer. Pour exploiter vos observations, vous devez les synthétiser, les hiérarchiser et les transformer en informations utiles pour orienter les décisions produit.

Transformez-vous les données brutes en enseignements clairs et exploitables par votre équipe ?

Il est fort probable que vous terminerez la recherche utilisateur avec quantité de notes, citations et impressions éparses. Cette surcharge d'informations ne sera toutefois d'aucune utilité pour votre équipe.

L'objectif consiste plutôt à « distiller » ce que vous avez appris pour en tirer des informations précises et ciblées qui mettent en lumière les comportements et les besoins des utilisateurs, ainsi que les opportunités qu'ils vous offrent. C'est ce qui transforme la recherche utilisateur en orientations concrètes pour la conception.

Voici cinq conseils pratiques pour obtenir des informations exploitables. À la fin de ce guide, vous trouverez une série de fiches pratiques que vous pourrez télécharger et imprimer pour vous aider dans cette démarche de rationalisation des résultats de recherche.



Regrouper les notes et observations aide les équipes à identifier les tendances et à transformer les résultats de la recherche en insights utilisateurs clairs. ©Bopinc



Catégorisez vos observations

Classez vos notes, citations ou points clés par thèmes, tels que l'utilisation de l'application, la confiance, les points de friction ou les habitudes quotidiennes. Vous pouvez également les trier entre observations positives, neutres et négatives, afin d'identifier ce qui fonctionne bien et ce qui pose problème. Ces catégorisations permettent de repérer des tendances communes dans l'expérience des utilisateurs.

Conseil : dans la mesure du possible, essayez de faire ce travail pendant que vous êtes sur le terrain (ou en fin de journée), lorsque les informations sont encore fraîches dans votre esprit.



Rédigez des constats clés

Résumez chaque catégorisation sous la forme d'une phrase claire et concise. Par exemple : « Les utilisateurs préfèrent la voix au texte, car cela leur semble plus personnel et plus facile à utiliser sur un appareil partagé. »



Des outils tels que des fiches pratiques et des post-it aident les équipes à représenter visuellement et de manière collaborative les parcours utilisateurs, les points de friction et ce qui est le plus important à améliorer. ©Bopinc



Créez des personas

Un persona est un profil fictif succinct qui représente un utilisateur type, sur la base de données réelles. Une simple fiche d'une page est suffisante, pour autant qu'elle reflète les comportements spécifiques, les outils utilisés et les obstacles rencontrés. Évitez les objectifs vagues du type « *veut gagner plus d'argent* ». Décrivez plutôt ce que fait l'utilisateur, les difficultés qu'il rencontre et ce qui pourrait réellement l'aider. Vous pouvez créer plusieurs personas.



Cartographiez le parcours utilisateur

La carte du parcours utilisateur est une représentation visuelle du processus suivi par un utilisateur pour atteindre un objectif spécifique lorsqu'il interagit avec un produit ou un service (à concevoir). Elle décrit les différentes étapes franchies par l'utilisateur, notamment ses actions, ses points de contact, ses impressions et ses points de friction.



Identifiez les points de friction et les opportunités

Faites ressortir les difficultés rencontrées par les utilisateurs. Ces « points de friction » sont généralement des aspects de votre produit ou service qu'il est possible d'améliorer. Ils peuvent être de nature sociale, financière, pratique ou informationnelle. Ils peuvent se manifester dans les champs, à domicile ou au marché. Notez les domaines dans lesquels il serait possible de faciliter, d'accélérer ou d'améliorer les choses. Ces opportunités peuvent constituer le point de départ de la génération d'idées.



Hiérarchisez les actions à mener

Vous allez probablement découvrir plus de choses que ce que vous êtes en mesure d'exploiter. Utilisez une matrice simple (par exemple, valeur pour l'utilisateur vs effort nécessaire pour résoudre le problème) pour vous aider à déterminer ce qui est important à résoudre en priorité par rapport à ce qui peut attendre.

04. Mettez vos utilisateurs à l'aise



Introduction

Ce chapitre donne des conseils pour concevoir des expériences utilisateur qui encouragent les petits exploitants agricoles à adopter des solutions d'agriculture numérique qui améliorent leurs pratiques agricoles. Pour la plupart des agriculteurs, remplacer des méthodes traditionnelles par des solutions numériques sur un téléphone portable représente un changement radical, qu'il ne faut pas sous-estimer. Cela les oblige en effet à abandonner des routines et des comportements de longue date pour se fier à une application ou un appareil dont ils n'ont pas l'habitude et qui aura une incidence sur leurs conditions de vie.

Beaucoup d'utilisateurs sont novices dans l'utilisation de solutions d'agriculture numérique sur portable. Comment les aider à adopter votre produit ou service ?

Au chapitre 3, vous avez appris à mieux connaître vos utilisateurs. Vous allez maintenant chercher à identifier ce qui pourrait les aider à devenir des utilisateurs de votre solution. Ce chapitre présente quatre stratégies de conception qui peuvent aider votre équipe à créer des expériences numériques plus efficaces et conviviales, pour que votre solution numérique soit accessible et rassurante, et non une source de confusion ou de frustration.



Quatre stratégies de conception pour aider les utilisateurs à se familiariser avec votre solution numérique

1. Dérouler le tapis rouge

Pour qu'une personne utilise votre produit, il faut que l'inscription et la prise en main (*onboarding*) soient aussi simples que possible. Nous vous donnerons quelques conseils pour dérouler le tapis rouge à vos utilisateurs.

2. Créer un environnement familier

Veillez à ce vos utilisateurs puissent se reconnaître dans votre produit. Il est essentiel que leur expérience numérique reflète leur réalité quotidienne.

3. Refléter les modes de fonctionnement du monde agricole

Il est important que votre solution numérique soit également conforme aux pratiques, activités et usages de la vie agricole.

4. Concevoir des interfaces conviviales

Il n'est pas facile de concevoir des interfaces qui puissent être naturellement comprises par vos utilisateurs. Heureusement, il existe quelques astuces pour vous mettre sur la bonne voie.

1. Dérouler le tapis rouge

Lorsqu'il s'agit d'adopter une nouvelle technologie, le plus dur est souvent de commencer. Vos utilisateurs potentiels se montreront probablement hésitants, voire réticents, à utiliser votre application pour la première fois, surtout si leur expérience du numérique est limitée. Il est donc important de les accueillir au mieux, en « déroulant le tapis rouge ».

Traitez vos utilisateurs potentiels comme des stars de cinéma. Faites en sorte que leur découverte de l'application soit aussi fluide et accueillante que possible.

Un processus d'*onboarding* confus ou trop complexe peut rapidement décourager un nouvel utilisateur. Dans la plupart des cas, vous ne pouvez pas compter sur leur curiosité, leur esprit d'initiative ou leurs compétences pour les inciter à adopter votre solution numérique. Pour garantir un bon départ et instaurer la confiance, envisagez les approches suivantes.



Onboarding facilité

La phase d'*onboarding* est la première expérience d'un utilisateur avec votre application. Elle va du premier écran ouvert jusqu'à la compréhension de son fonctionnement. Rendez ce parcours aussi fluide que possible en guidant les utilisateurs pas à pas, à l'aide de visuels clairs et d'un minimum de texte. Un processus d'*onboarding* bien conçu contribue à mettre les utilisateurs à l'aise et réduit le risque d'abandon avant même qu'ils ne commencent à utiliser l'application.



Inscription rapide

L'inscription est souvent le premier obstacle auquel sont confrontés les utilisateurs potentiels. Veillez à ce que le processus soit court et ciblé. Ne demandez que les informations absolument nécessaires pour démarrer. Les formulaires trop longs ou les étapes qui manquent de clarté peuvent décourager les utilisateurs, surtout lorsqu'ils doutent encore de l'intérêt de l'application. Dans la mesure du possible, proposez une option de découverte de l'application sans inscription, qui permet aux utilisateurs potentiels d'explorer l'application avant de s'engager. Le mode découverte peut réduire l'obstacle de l'inscription en suscitant l'intérêt et la confiance.



Formulaires efficaces

Les formulaires doivent être brefs, simples et faciles à compléter sur un téléphone portable. Utilisez des boutons, des icônes et des menus déroulants plutôt que de longs champs de texte. Si possible, activez la saisie vocale pour les utilisateurs ayant un faible niveau d'alphabétisation. Pensez à découper

le processus d'inscription en plusieurs étapes : recueillez d'abord les informations indispensables, puis demandez les détails complémentaires ultérieurement pour personnaliser les fonctionnalités. Cela facilite la progression de l'utilisateur et réduit le risque d'abandon.



Tutoriels accessibles

Les tutoriels aident les utilisateurs à se servir de l'application, surtout lorsqu'ils n'ont pas l'habitude des smartphones. Veillez à ce qu'ils soient brefs et à dominante visuelle. Utilisez des illustrations, des commentaires enregistrés, des vidéos ou des icônes pour expliquer clairement les actions, tout en faisant attention à la consommation de données. Vous pouvez même envisager de personnaliser le tutoriel à l'aide d'un personnage ou d'une mascotte numérique. Dans la mesure du possible, proposez des formats légers ou consultables hors ligne pour garantir une accessibilité maximale.



Agents

Les agents qui font déjà partie du parcours utilisateur peuvent offrir un soutien précieux lors de la phase d'*onboarding*, en aidant les utilisateurs à s'enregistrer et en leur expliquant les principales fonctionnalités. Ils contribuent ainsi à renforcer la confiance, notamment chez les utilisateurs hésitants ou novices en matière d'outils numériques. Si les agents peuvent réduire considérablement le taux d'abandon au niveau de l'*onboarding*, il est important de concevoir votre produit de manière à ce que, au fil du temps, les utilisateurs puissent le naviguer de manière autonome, sans assistance continue.

Étude de cas : OKO

MALI



Création d'un outil de souscription efficace et performant pour les agriculteurs

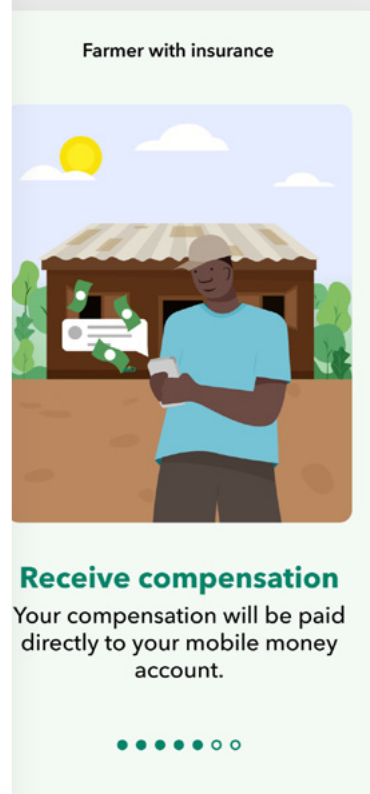
OKO propose une assurance récolte basée sur les données météorologiques, qui cible les petits exploitants agricoles du Mali. Cette assurance offre une protection précieuse aux agriculteurs confrontés à des conditions météorologiques et climatiques de plus en plus imprévisibles, qui les exposent à des pertes de rendement désastreuses. Elle est conçue pour verser automatiquement des indemnités aux agriculteurs qui subissent des pertes de rendement dues à des événements climatiques extrêmes. OKO a mis en place un réseau d'agents et de partenaires

pour présenter le produit, faciliter la souscription et encaisser les primes.

Baucoup d'agriculteurs ne connaissent pas le concept de l'assurance récolte, ce qui complique le travail des agents OKO pour atteindre leurs objectifs de souscription. Dans le but d'encourager et de faciliter la souscription, l'entreprise a repensé l'application qui permet aux agents d'expliquer le fonctionnement de l'assurance et d'enregistrer les assurés.

The original registration form is a long, vertical form titled "OKO Agent". It contains several input fields: "Season" (dropdown menu with "2025 A Barley" selected), "Region" (dropdown menu with "Central" selected), "District" (dropdown menu with "Buikwe" selected), "Sub-County" (dropdown menu with "Buikwe" selected), "First Name", "Last Name", "Birth Date (Optional)" (calendar icon, format "dd/mm/yyyy"), "Gender" (radio buttons for "Male" and "Female"), "Field Size", "Phone Number", "Agent ID", and "National ID Number (Optional)". A black "ADD" button is at the bottom.

The new registration form is titled "Registration" and is more compact. It features a "Crop" section with buttons for "Maize", "Sorghum", "Rice", "Millet", "Cotton", and "Other". The "Plot size" section has a text input "10" and a unit selector "ha". The "Plot location" section includes "Latitude" (12.6392° N), "Longitude" (8.0029° W), and a "More info" link with a gear icon. The "Coverage" section shows "1.000.000" and "CFA" with a "More info" link. The "Insurance premium" section shows "55.000" and "CFA" with a "More info" link. A green "Continue" button with a right arrow is at the bottom.



Design d'origine

L'application initiale permettait uniquement d'enregistrer les agriculteurs, sans aider les agents à expliquer le produit pour convaincre les agriculteurs de souscrire l'assurance. Elle comprenait un long formulaire de souscription sur une seule page, qui ne permettait pas l'enregistrement groupé de plusieurs agriculteurs - ce qui aurait été pratique pour les agents qui organisent des présentations de groupe dans les villages.

Nouveau design

La nouvelle version de l'application contient des illustrations et des descriptions pour aider les agents à mieux expliquer l'assurance récolte, le processus de souscription et les conditions d'indemnisation. Le formulaire d'origine a été remplacé par un processus en quatre étapes (localisation, renseignements personnels, police et paiement), avec une fonctionnalité de souscription groupée qui permet aux agents d'enregistrer plusieurs agriculteurs à la fois. Avec d'autres modifications mineures du design UX/UI, ces améliorations facilitent la présentation et la souscription du produit.

2. Créer un environnement familier

Pour introduire une nouvelle solution numérique, en particulier auprès d'utilisateurs ayant une expérience limitée des interfaces digitales, il est essentiel de créer un environnement familier. Cela aide à instaurer la confiance, tout en réduisant la courbe d'apprentissage et en favorisant l'appropriation de l'outil.

Votre solution numérique doit être perçue comme une extension naturelle de l'environnement agricole de l'utilisateur.

L'équipe produit doit concevoir une interface intuitive et adaptée au quotidien des agriculteurs. D'un point de vue UX, cela implique de comprendre leurs habitudes quotidiennes, leurs pratiques (agri)culturelles et leurs interactions sociales. Ces éléments doivent être traduits dans l'interface utilisateur pour offrir une expérience visuelle cohérente, familière et facile à comprendre.

En adoptant une approche centrée sur l'utilisateur et en intégrant des éléments familiers dans le design, les développeurs peuvent créer des interfaces mobiles accessibles, engageantes et valorisantes pour les

utilisateurs qui ont une littératie numérique limitée. Les quatre conseils suivants vous aideront à vous appuyer sur l'environnement quotidien de vos utilisateurs pour améliorer leur expérience avec votre solution numérique.



支A Langage adapté

L'utilisation d'un langage adapté rend votre application plus familière et accueillante. Dans la mesure du possible, proposez l'interface dans les langues ou dialectes locaux, et utilisez un vocabulaire simple et courant que les utilisateurs comprennent facilement. Évitez les termes techniques, les formulations trop formelles ou les abréviations peu connues. Un langage clair renforce la confiance et facilite l'appropriation.

👉 Touche personnelle

Une touche personnelle permet d'humaniser votre produit et de le rendre moins technique. Elle peut consister à mentionner le nom de l'utilisateur dans les notifications, à afficher l'agent/agence avec qui il est en contact ou à faire référence à des lieux ou cultures locales. Ces petits détails renforcent le sentiment de proximité et transmettent l'idée que l'application a été conçue spécialement pour l'utilisateur.

📷 Éléments visuels

Des éléments visuels bien choisis aident à surmonter les obstacles liés au manque d'alphabétisation et favorisent la reconnaissance immédiate. Utilisez des images, icônes et couleurs inspirées de l'environnement local (cultures et outils habituels, style vestimentaire, paysages). Ces repères visuels aident les utilisateurs à s'orienter et réduisent leurs hésitations lors des premières utilisations de l'application.

📱 Modèles familiers et interactions connues

Si les utilisateurs utilisent déjà des applications comme WhatsApp, Facebook ou les plateformes de mobile money, appuyez-vous sur ces modèles mentaux existants. Reprendre des schémas et des codes de fonctionnement similaires – comme les barres de navigation en bas de l'écran, les gestes de balayage ou les icônes de validation – permet aux utilisateurs de comprendre votre solution de manière plus intuitive, tout en limitant le besoin d'explication ou de formation.

Étude de cas : Greenovator

CAMBODGE

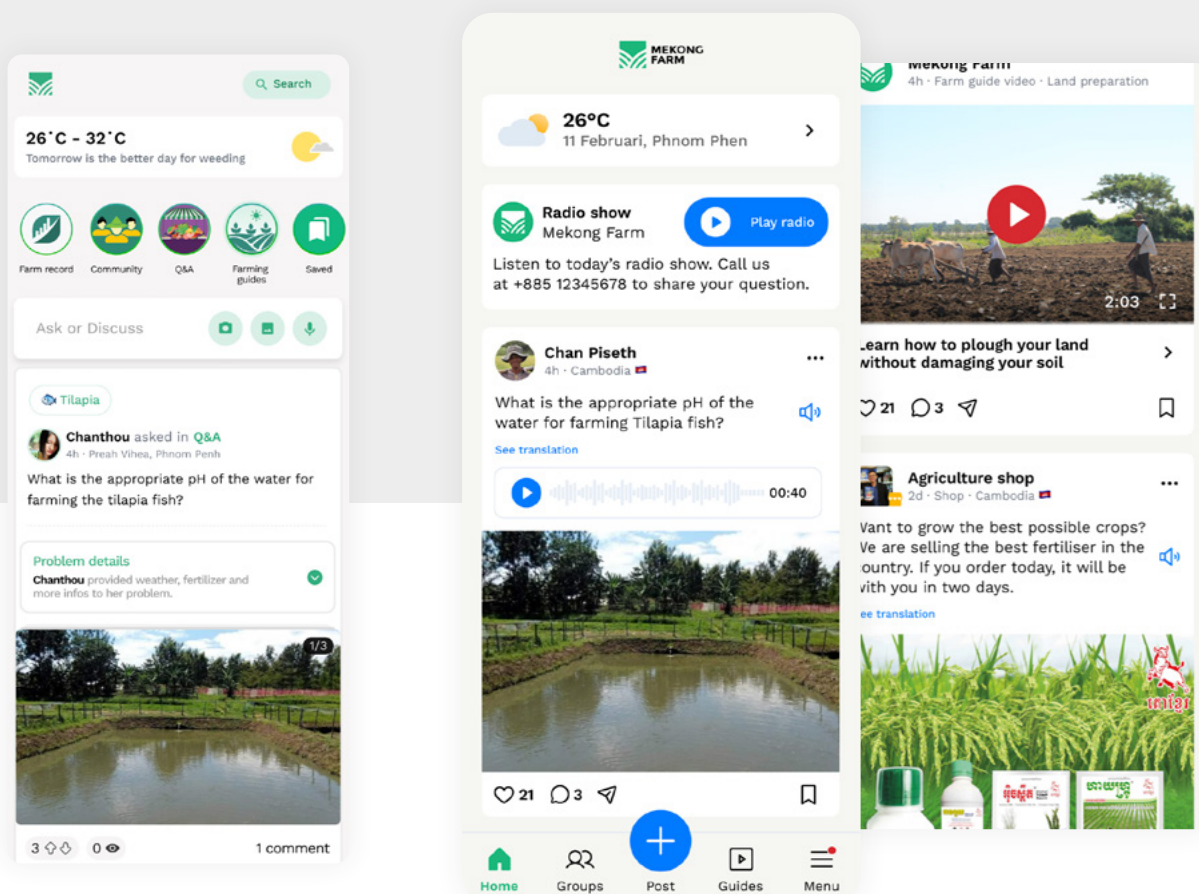


Utilisation de la technologie vocale pour créer une application accessible aux agriculteurs

Greenovator est une entreprise agritech basée au Myanmar. En 2023, elle a lancé Mekong Farm, une plateforme communautaire destinée aux agriculteurs du Cambodge. L'application propose un fil d'actualités qui permet aux agriculteurs d'échanger (à la manière de Facebook), de poser des questions liées à l'agriculture et de recevoir les conseils d'autres agriculteurs ou spécialistes. Elle offre également d'autres fonctionnalités, notamment des prévisions

météorologiques, des liens commerciaux et des guides pratiques sur les techniques agricoles.

Pour lancer un produit réellement utile, Greenovator voulait concevoir une application adaptée aux besoins des agriculteurs cambodgiens, qui n'étaient pas à l'aise avec la saisie de texte sur mobile et avaient parfois des difficultés à lire les petits caractères à l'écran.



Design d'origine

L'application Mekong Farm comprenait un fil d'actualité sur l'écran d'accueil, avec des boutons menant aux autres fonctionnalités. Cet ensemble dense de contenus rendait l'interface difficile à utiliser pour les agriculteurs. Pour demander un conseil ou répondre à un post, les utilisateurs devaient taper un message sur un écran déjà très chargé.

Nouveau design

La recherche utilisateur a montré que beaucoup d'entre eux avaient l'habitude des messages vocaux. Greenovator a donc mis à jour l'application en y intégrant des fonctionnalités de dictée vocale (voix → texte) et de lecture audio (texte → voix). Les agriculteurs peuvent désormais poser leurs questions par enregistrement vocal et appuyer sur un bouton pour écouter les messages publiés par d'autres utilisateurs. La voix a également été intégrée dans le processus d'inscription et de navigation. Pour signaler clairement cette fonctionnalité, tous les éléments liés à la voix sont indiqués en bleu vif. L'interface du fil d'actualités a également été simplifiée, et des améliorations ont été apportées aux processus d'inscription, d'onboarding et de navigation.

3. Refléter les modes de fonctionnement du monde agricole

La conception d'une interface mobile adaptée aux besoins des petits exploitants agricoles doit refléter les processus, les activités et les habitudes qui rythment leur travail au quotidien. Cet aspect est particulièrement important si votre solution numérique a pour but de les aider à mieux gérer leur exploitation, à améliorer leurs pratiques agricoles ou à recevoir des conseils agronomiques.

Plus votre solution reflète et améliore les pratiques agricoles existantes, plus elle est susceptible d'être adoptée par les utilisateurs.



La plupart des agriculteurs suivent des étapes spécifiques en fonction des saisons, comme la préparation des terres, les semis, l'entretien des cultures ou la récolte. Par exemple, pendant la saison des semis, ils peuvent avoir besoin de conseils sur l'espacement des semences, ou de prévisions météorologiques pour choisir le bon moment de semer. Pour ceux qui élèvent du bétail, leur quotidien peut être rythmé par des routines d'alimentation ou le suivi des traitements vétérinaires.

Le design de votre solution doit refléter les méthodes déjà utilisées par les agriculteurs pour noter des informations, communiquer et prendre des décisions agricoles. Il peut également les aider à enregistrer des informations qu'ils ne conservaient pas précédemment, ce qui est un moyen d'améliorer leurs pratiques.



Au bon endroit au bon moment

Si votre produit diffuse de l'information auprès des agriculteurs, assurez-vous que le contenu est adapté à leurs besoins. Il est inutile d'envoyer des conseils sur la récolte de pommes de terre à quelqu'un qui cultive du riz. De même, veillez à ce que l'information leur parvienne au bon moment, par exemple juste avant les semis ou la récolte. Ainsi, au lieu d'être jugé inutile, votre produit deviendra progressivement un conseiller précieux.



Comprendre les pratiques et les problèmes

Menez une recherche approfondie pour comprendre précisément comment travaillent les agriculteurs dans votre chaîne de valeur. Quelles sont les cultures qu'ils pratiquent ? Comment s'occupent-ils de leurs animaux ? Comment tiennent-ils les registres de leur exploitation ? Quels sont les problèmes qu'ils rencontrent ? Une fois que vous comprenez réellement leurs pratiques et leurs difficultés, vous êtes à même de concevoir une solution qui leur apportera des améliorations.



La patience est essentielle

Dans l'agriculture, il est nécessaire de suivre le rythme des saisons. Vous devrez peut-être attendre plusieurs mois avant de pouvoir tester votre produit. À la différence d'autres secteurs, vous ne pouvez pas tester, ajuster ou lancer votre solution chaque semaine. En conséquence, vous devez définir clairement ce que vous souhaitez tester à chaque saison - et faire preuve de patience pour attendre les résultats.

Étude de cas : MooMe

TUNISIE

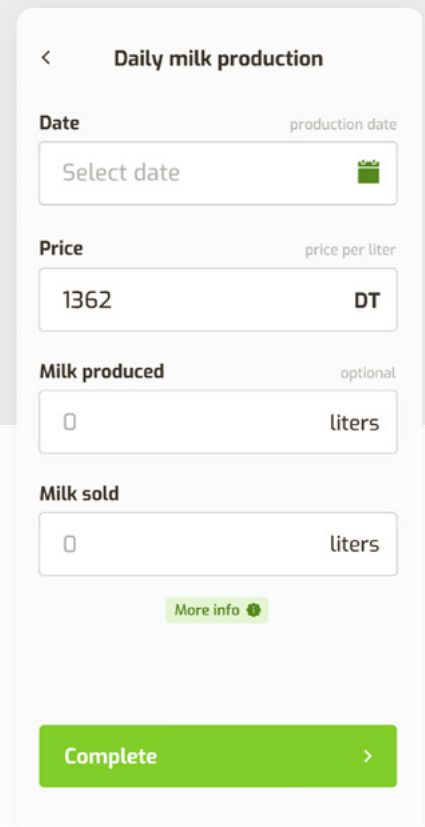
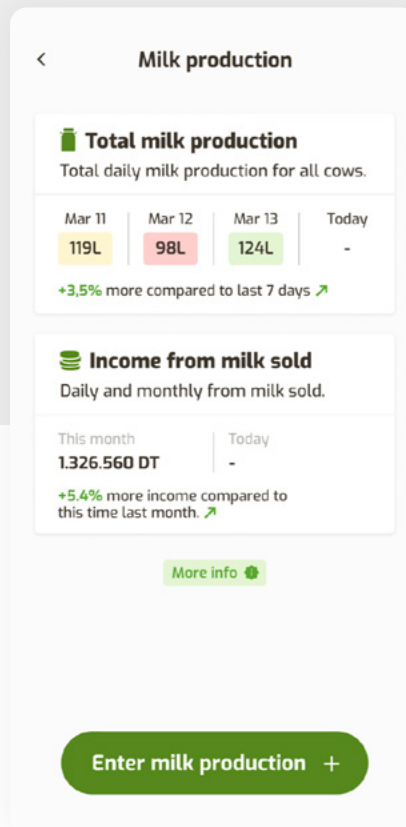


Numérisation de la gestion des exploitations laitières

MooMe a développé une application qui permet de numériser la tenue des registres chez les petits éleveurs laitiers, qui possèdent généralement entre cinq et dix vaches.

La première version de l'application avait déstabilisé de nombreux éleveurs. Trop de fonctionnalités, une navigation peu évidente et une palette de couleurs trop vives rendaient l'application difficile à utiliser. Au lieu d'y trouver des informations utiles, les utilisateurs étaient perdus : ils ne savaient pas ce qu'ils étaient censés trouver, où appuyer, ni comment naviguer. En conséquence, ils enregistraient rarement leurs données.

Pour aider les éleveurs à passer de la tenue de registres traditionnelle à une solution numérique sur mobile, il était nécessaire de simplifier l'application. Une attention particulière a également été portée à son adaptation aux pratiques quotidiennes des éleveurs et aux cycles de croissance et de production laitière du troupeau. L'application propose ainsi des fonctionnalités de base au départ, tout en permettant aux utilisateurs de passer progressivement à des fonctionnalités plus détaillées à mesure qu'ils s'habituent à l'outil.



Design d'origine

L'écran ci-dessus présente des informations sur la production laitière. Pour générer un rapport, les éleveurs devaient choisir la période concernée, puis naviguer vers une autre section de l'application pour saisir leur production quotidienne, ce qui engendrait un décalage entre la saisie des données et les informations relatives à la production laitière.

Nouveau design

Il existe désormais un lien direct entre la saisie des données de production et la consultation des informations. Les éleveurs peuvent voir la production laitière des jours précédents, ainsi que les revenus générés par la vente du lait. Ils peuvent également suivre le taux de conversion alimentaire après avoir saisi les quantités de nourriture données au troupeau. Chaque information est présentée sous forme de « carte », ce qui permet de mieux la mettre en évidence. L'objectif principal était la simplicité, pour ne pas décourager les nouveaux utilisateurs.

4. Concevoir des interfaces conviviales

Pour qu'une solution d'agriculture numérique ait réellement un impact, la clarté et la simplicité sont essentielles. Les interfaces surchargées de fonctionnalités, de texte ou de jargon technique peuvent rapidement dérouter et décourager les utilisateurs. Pour être efficace, l'expérience utilisateur doit être intuitive et offrir une utilité immédiate, y compris pour ceux qui ont une littératie numérique limitée.

Pour y parvenir, le design doit prendre en compte le contexte de l'utilisateur. Pensez aux endroits et aux moments auxquels il utilise votre produit, à ce qui peut le distraire et aux informations dont il a le plus besoin à ce moment-là. L'objectif est de ne présenter que les champs et les données qui lui permettent de passer à l'étape suivante, sans qu'il ait besoin de réfléchir. Les conseils suivants offrent des idées concrètes pour concevoir une solution numérique simple et facile à naviguer.



« Less is more »

Limiter le 'bruit visuel'

Votre application a-t-elle vraiment besoin de toutes ces fonctionnalités ? Est-il vraiment nécessaire d'afficher autant d'informations ? Que pouvez-vous masquer ou déplacer ailleurs ? De nombreuses équipes produisent du mal à garder une interface claire et épurée. Avec le temps, les applications peuvent devenir un patchwork de fonctionnalités et d'options : faites preuve de prudence avant d'en ajouter de nouvelles à l'écran. Concentrez-vous uniquement sur ce qui est vraiment essentiel et essayez de réduire les sollicitations visuelles.

Limiter les choix

Essayez de limiter le nombre d'éléments cliquables sur un écran. Plus un utilisateur a d'options, plus le choix devient difficile. Idéalement, pour un public ayant peu l'habitude du numérique, les utilisateurs doivent pouvoir naviguer simplement : revenir en arrière, avancer, consulter un détail, puis retourner à une vue d'ensemble, par exemple.



Discussions lors d'un atelier d'itération produit avec Farmspeak pour déterminer les fonctionnalités sur lesquelles se concentrer. ©Bopinc



La convivialité passe par une bonne hiérarchie

Une hiérarchie claire permet aux utilisateurs d'identifier rapidement les éléments les plus importants d'un écran. Cela donne à l'application une apparence organisée et prévisible, qui guide les utilisateurs à travers les pages et les flux sans confusion. En l'absence de hiérarchie, tout entre en compétition pour attirer l'attention, ce qui se traduit par une expérience plus compliquée pour l'utilisateur.

Hiérarchie architecturale

Il s'agit de la structure de l'application. Regroupez les informations qui sont liées et organisez les menus, les sections et les étapes de manière à refléter la façon dont les utilisateurs pensent et travaillent naturellement. Une bonne structure permet aux utilisateurs de trouver rapidement ce qu'ils cherchent, avec un minimum d'étapes.

Hiérarchie visuelle

La hiérarchie visuelle utilise la taille, la couleur, le contraste et la disposition des éléments pour guider l'attention de l'utilisateur. Les éléments visuellement forts attirent le regard vers les actions les plus importantes, tandis que les éléments plus discrets ou plus petits indiquent des informations secondaires. Cela rend les écrans plus lisibles et plus rapides à comprendre.

Hiérarchie textuelle

Utilisez différentes tailles, épaisseurs et espacements des polices pour indiquer l'importance des différents éléments textuels. Des titres clairs et un corps de texte bien différencié facilitent la lecture et la navigation, en particulier pour les utilisateurs ayant une faible littératie ou une expérience numérique limitée.

Étude de cas : Jokalante

📍 SÉNÉGAL

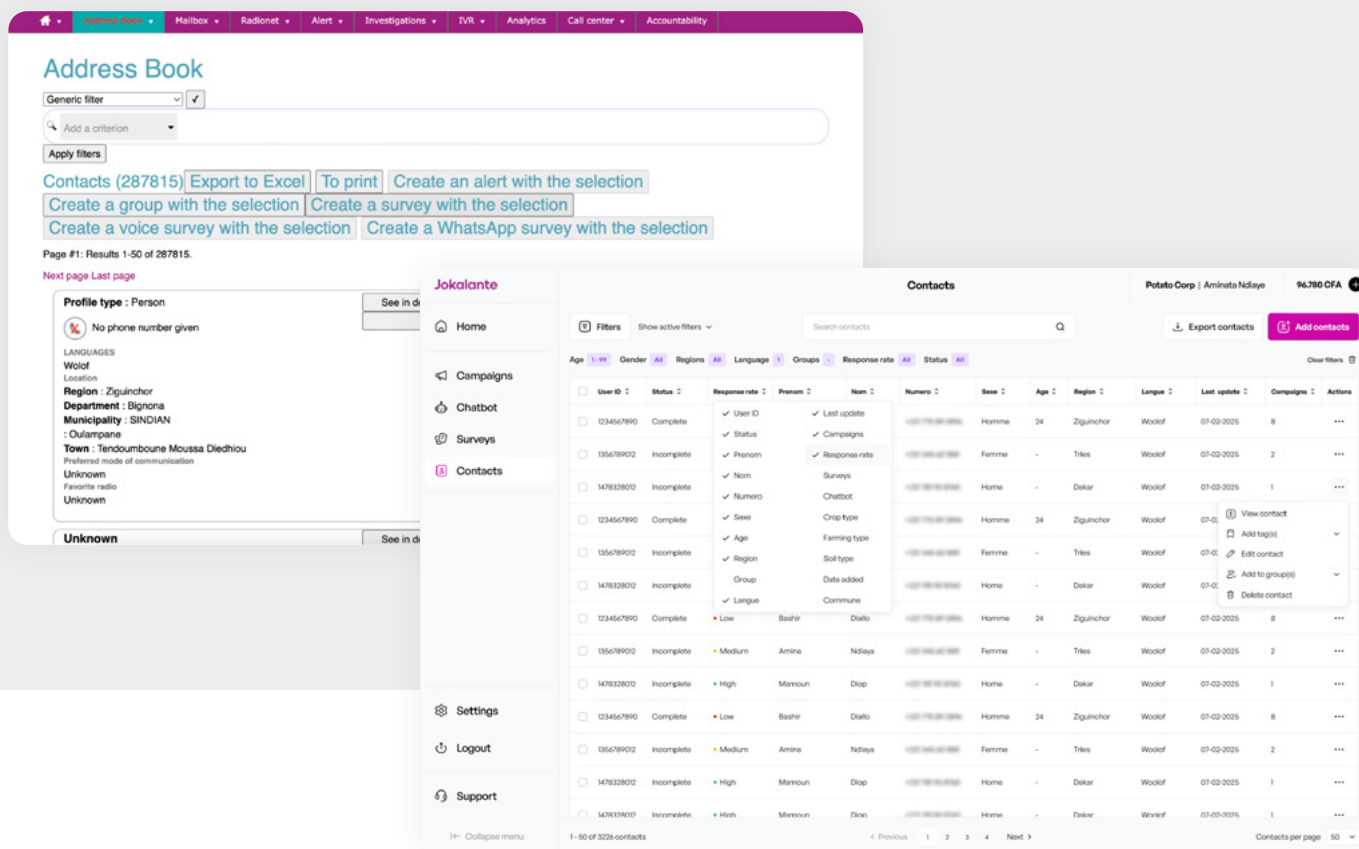


Création d'une interface simplifiée pour une plateforme de communication

Jokalante a développé une plateforme de communication B2B pour la diffusion de messages vocaux, SMS et WhatsApp auprès de larges publics. Une grande partie de sa clientèle est composée d'organisations à but non lucratif qui souhaitent mettre en place des campagnes d'information à destination de groupes d'agriculteurs.

Bien que la plateforme offre de nombreuses fonctionnalités, il était difficile de s'y retrouver,

de comprendre comment créer une campagne ou d'accéder à une vue d'ensemble des contacts ou des campagnes existantes. En raison de la complexité du design, les équipes des clients avaient du mal à utiliser la plateforme de manière autonome, ce qui obligeait le personnel de Jokalante à gérer les campagnes à la place des clients. La plateforme a donc été repensée pour créer une interface beaucoup plus conviviale qui permet aux clients de l'utiliser de manière autonome, sans assistance.



Plateforme d'origine

L'ancienne plateforme n'avait pas de hiérarchie claire. La barre de menu supérieure affichait (trop) de fonctionnalités d'importance variable. Le nombre excessif de boutons d'action gris créait une surcharge visuelle, et le carnet d'adresses ne fournissait pas une vue d'ensemble claire des contacts. Il était également difficile de savoir comment afficher, ajouter, modifier ou supprimer des contacts.

Nouvelle plateforme

Le menu a été simplifié et déplacé vers la gauche de l'écran. Il ne présente que les fonctionnalités clés de la plateforme, chacune représentée par une icône claire. L'interface a été repensée pour mettre le contenu au centre de l'expérience. L'onglet « Contacts », visible ici, montre l'ensemble des contacts. Un bouton rose bien visible permet d'ajouter des contacts, et les utilisateurs peuvent également filtrer et exporter des contacts. Deux menus flottants ont également été introduits pour afficher ou masquer des colonnes, et pour consulter, modifier ou supprimer un contact.

05. Fidélisez vos utilisateurs



Introduction

Faire essayer votre produit à un utilisateur représente déjà une victoire, mais il est encore plus important de l'inciter à en faire un usage récurrent. L'usage répété de votre produit est ce qui fait sa valeur, car cela signifie que les utilisateurs s'en rappellent, lui font confiance et l'intègrent dans leurs activités. En d'autres termes, votre produit commence à être adopté.

La plupart des outils numériques ne révèlent leur véritable valeur que lorsque les utilisateurs s'en servent de manière fréquente et régulière. Comment encourager les utilisateurs à y retourner ?

L'usage répété ne s'instaure pas spontanément. Vos utilisateurs ont de nombreuses priorités concurrentes : sur leur exploitation agricole, chez eux, et aussi sur leur téléphone. Certains sont encore en train d'apprendre à se servir du numérique, ils utilisent peut-être des appareils partagés ou bas de gamme, et ne se connectent à Internet que lorsqu'ils en ont vraiment besoin. Si votre produit ne donne pas l'impression d'en valoir la peine, il sera rapidement abandonné.

L'usage répété se produit lorsque votre produit est facile à retrouver, rapide à utiliser et clairement avantageux. Dans ce chapitre, nous allons explorer trois stratégies de conception pratiques pour parvenir à ce stade.



Trois stratégies de conception pour fidéliser les utilisateurs

1. Faciliter la saisie des données

Pour l'utilisateur, la saisie de données est souvent le prix à payer pour tirer de la valeur de votre solution, mais elle peut vite devenir contraignante. En simplifiant les formulaires de saisie et en demandant les informations au bon moment, vous réduisez l'effort demandé et favorisez un usage régulier.

2. Rendre l'expérience efficace

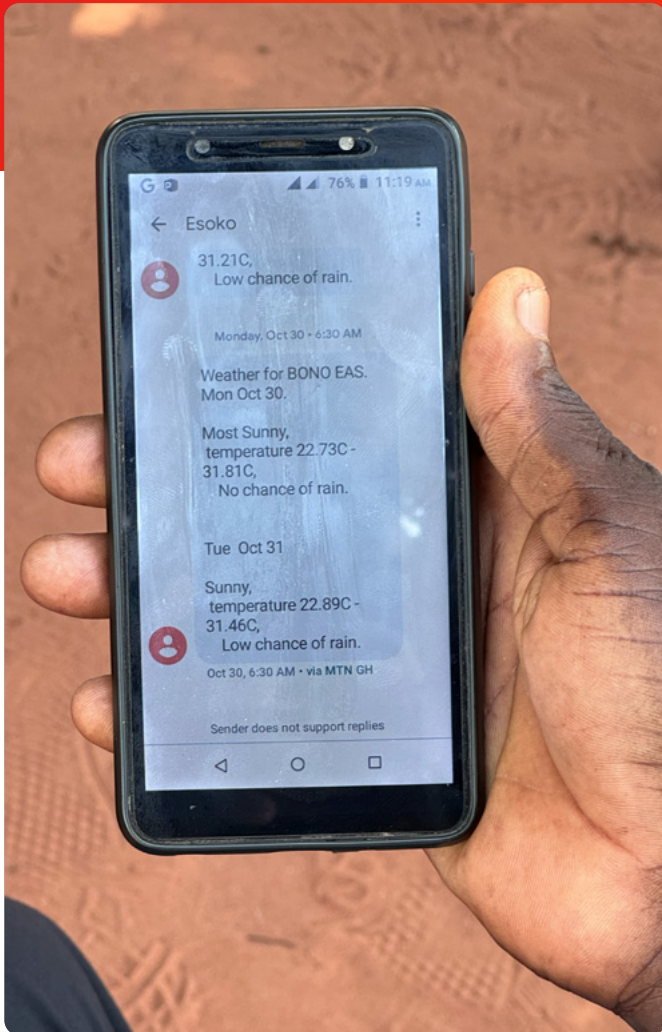
Même motivé, votre utilisateur finira par abandonner si la plateforme lui paraît lente ou peu pratique. Des parcours rapides et ciblés offrent une expérience plus agréable. Plus l'interaction est fluide, plus les utilisateurs auront envie de revenir.

3. Rendre l'expérience gratifiante

Si les utilisateurs perçoivent un avantage à revenir (informations plus pertinentes, gain de temps, récompenses concrètes, etc.), ils continueront à utiliser votre produit. Mettre en avant ces bénéfices favorise l'adoption à long terme.

1. Faciliter la saisie des données

La plupart des solutions d'agriculture numérique requièrent que les utilisateurs saisissent régulièrement des données, qu'il s'agisse d'informations personnelles lors de l'inscription, de l'enregistrement des données de production, de vente ou d'achat, ou de l'actualisation des stocks. Pourtant, c'est souvent à cette étape que les utilisateurs décrochent. Pourquoi ? Parce que cette saisie est perçue comme une corvée, surtout lorsqu'il faut taper sur un petit écran, répéter systématiquement des étapes fastidieuses ou composer avec une mauvaise connexion internet.



Un agriculteur ghanéen consulte une prévision météo, fournie par Esoko, sur son téléphone. ©Bopinc

La saisie des données est-elle fluide ou fastidieuse ?

Pour favoriser un usage répété, il faut réduire au minimum les points de friction. Des formulaires bien pensés, des rappels opportuns et des notifications adaptées peuvent transformer une contrainte en une étape naturelle du quotidien. Cet aspect revêt une importance particulière pour les utilisateurs qui n'ont pas l'habitude du numérique ou qui ont une littératie limitée. Plus la tâche est facile à comprendre et à réaliser, plus ils auront envie de revenir. Bien conçue, la saisie numérique peut être plus facile que sur papier.



Séquençage intelligent

Organisez les questions et les champs de saisie dans le même ordre que celui que les utilisateurs suivent naturellement dans leur travail quotidien. Par exemple, si un agriculteur récolte généralement sa production avant de calculer les paiements, l'application doit refléter ce déroulement. Le respect de l'ordre naturel des tâches rend l'expérience plus intuitive et facile à comprendre.



Moins de saisie, plus de clics

Sur un petit écran, la saisie est souvent lente et source d'erreurs, surtout pour les utilisateurs qui ont peu l'habitude de taper du texte ou qui ont une littératie limitée. Dans la mesure du possible, utilisez des boutons, des cases à cocher, des menus déroulants ou des suggestions préremplies plutôt que des champs de texte ouverts. Cette approche accélère la saisie des informations et facilite la navigation dans l'interface.



Utilisation de valeurs par défaut

Faites gagner du temps aux utilisateurs et réduisez les points de frictions en préremplissant automatiquement les informations qui ont un caractère récurrent. Il peut s'agir de la date du jour, de la localisation de l'utilisateur ou du produit qu'ils ont enregistré en dernier. Les petites aides de cette nature peuvent faire une grande différence dans la fluidité de l'application.



Envoi de notifications opportunes

Au lieu de demander aux utilisateurs de saisir beaucoup de données en une seule fois, répartissez-les dans la journée au moyen de rappels envoyés au bon moment. Envoyez une alerte au moment d'événements tangibles, comme la fin d'une livraison ou le nourrissage des animaux. Un bref message reçu au bon moment semblera plus utile et moins contraignant.



Rappels polis

Des messages d'alerte trop nombreux peuvent lasser les utilisateurs et les détourner de l'application. Privilégiez des notifications brèves, amicales et respectueuses qui correspondent au comportement des utilisateurs. Un bref rappel du type « N'oubliez pas d'enregistrer les ventes d'hier » fonctionne bien mieux qu'un message insistant ou générique.



Saisie accompagnée

Indiquez toujours clairement la nature des informations que les utilisateurs doivent saisir. Utilisez des étiquettes de champ, des exemples ou des indices, comme par exemple : « Poids en kilogrammes » ou « Quantité en sacs ». Cela permet aux utilisateurs d'accomplir la tâche sans se poser de questions, tout en évitant les erreurs.



Ajout d'explications complémentaires

Il peut arriver que les utilisateurs ne comprennent pas pourquoi on leur demande certaines données. L'ajout d'une petite icône « en savoir plus » (qui ouvre une fenêtre pop-up contenant une brève explication) est un moyen de favoriser la compréhension et de faciliter l'apprentissage dans l'application.



Flexibilité dans la saisie

La vie est imprévisible, tout comme les habitudes de vos utilisateurs. Permettez-leur de saisir leurs données rétroactivement si nécessaire et de corriger facilement leurs erreurs. La flexibilité dans la saisie rend votre application plus tolérante et plus humaine.



Prévention des erreurs

Aidez les utilisateurs à éviter les erreurs en signalant les entrées suspectes ou inhabituelles avant qu'elles ne soient enregistrées. Par exemple, si un agriculteur enregistre 800 kg de maïs provenant d'une seule parcelle, affichez un bref message lui demandant de vérifier le chiffre. Ces fonctionnalités renforcent la confiance dans l'outil et améliorent la qualité des données.

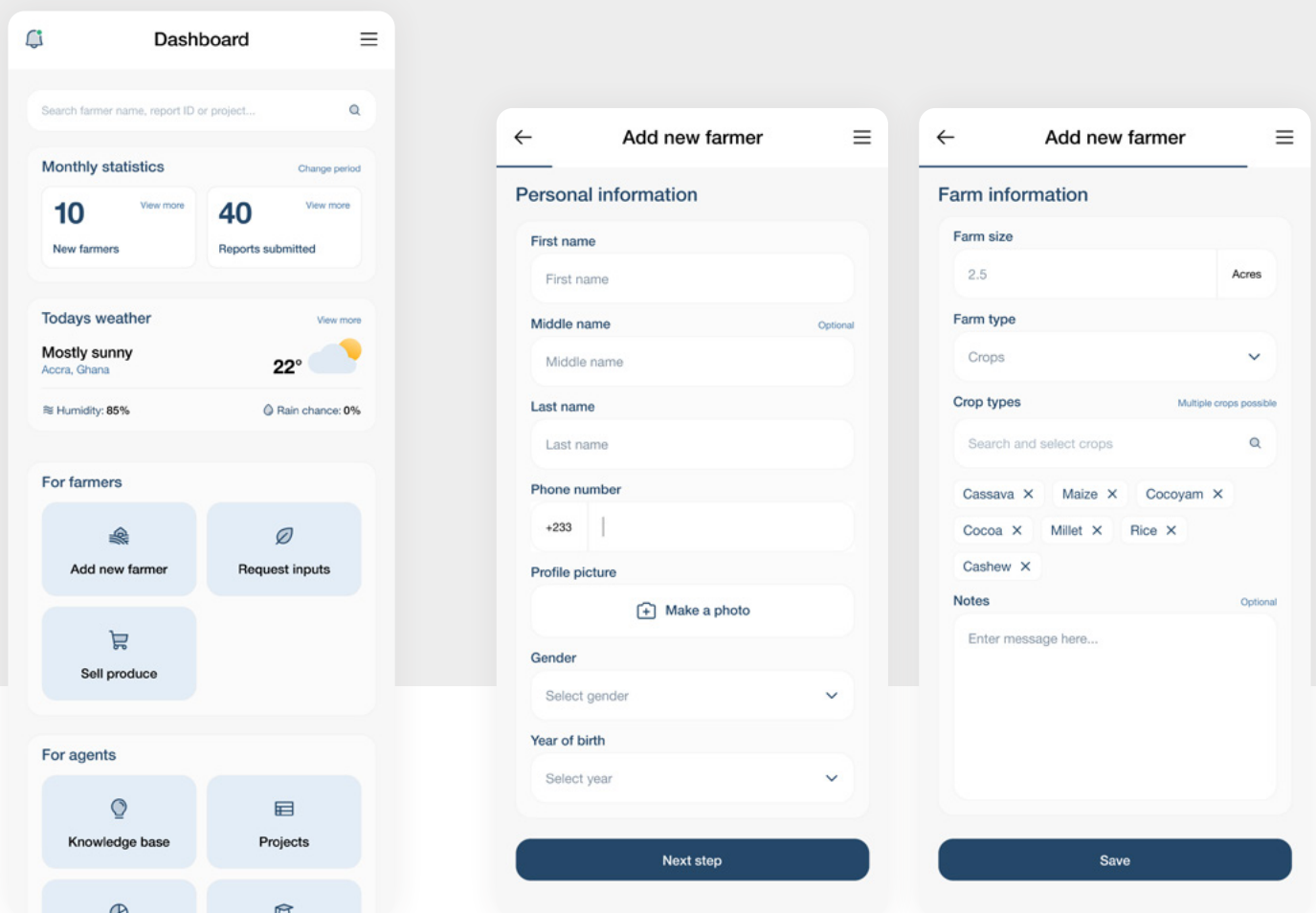
Étude de cas : Esoko

GHANA

Aider les agents à inscrire les agriculteurs

Esoko est une entreprise ghanéenne qui fournit des services de contenu à un large public rural. La société a progressivement élargi son offre pour inclure la collecte de données, le profilage biométrique, l'analyse de données et les services de communication, ce qui lui permet aujourd'hui de fournir des services essentiels à plus d'un million d'agriculteurs.

Esoko a mis en place un large réseau d'agents qui l'aident à commercialiser ses services. Malgré l'existence de quelques outils numériques pour gérer et rationaliser ces services, il manquait à Esoko un outil permettant de numériser les opérations de ses agents. L'équipe s'est rendu compte que le travail des agents pouvait être optimisé au moyen d'une application qui leur permettrait d'inscrire efficacement les agriculteurs pour leur fournir des services de contenu appropriés.



Nouveau design

Une application pour tablettes et téléphones portables a été conçue en collaboration avec Esoko pour aider les agents à inscrire les agriculteurs. L'inscription commence par la validation du numéro de téléphone de l'agriculteur à l'aide d'un mot de passe à usage unique (OTP). Les étapes suivantes sont regroupées par thème (renseignements personnels, localisation de l'exploitation, informations sur l'exploitation et nature des cultures) pour guider les agents et les agriculteurs tout au long du processus.

Tous les champs ont des titres et des descriptions précises. Ainsi, même les agents inexpérimentés peuvent rapidement comprendre comment remplir le formulaire. Autant que possible, celui-ci contient des menus déroulants ou des boutons de sélection. Une fois que le formulaire d'inscription est complété, les agriculteurs ont la possibilité de relire les informations saisies et de suggérer des modifications pour corriger les erreurs éventuelles.

2. Rendre l'expérience efficace

Un agriculteur très occupé n'a pas le temps d'attendre que les écrans se chargent, de parcourir des menus complexes ou d'appuyer sans cesse sur son écran. Si votre produit lui semble compliqué, il ne l'intégrera pas à son mode de vie. Il a besoin d'une plateforme qui va droit au but et qui fonctionne même lorsque la connexion ne fonctionne pas.

Combien d'étapes sont nécessaires pour réaliser une action ?

La simplicité et la rapidité des interactions sont primordiales pour créer des habitudes. Lorsque l'utilisateur sait qu'il ne lui faudra pas longtemps pour accomplir une tâche, il la fera beaucoup plus volontiers.



Priorisez les actions clés

Facilitez au maximum la recherche des fonctionnalités les plus importantes, en évitant de les dissimuler derrière des icônes peu familières ou des menus difficiles d'accès. Placez-les sur l'écran d'accueil ou dans le menu principal. Un accès direct aux tâches fréquentes (p. ex. saisie des ventes ou contrôle des stocks) permet de gagner du temps et de réduire la frustration.



Éliminez le superflu

Simplifiez l'expérience utilisateur en supprimant tout ce qui n'est pas essentiel. Les étapes supplémentaires, les formulaires trop longs ou les options rarement utilisées ralentissent les utilisateurs et créent de la confusion. Privilégiez des parcours simples et ciblés, en vous rappelant que bon nombre d'utilisateurs sont susceptibles de faire plusieurs choses à la fois ou d'utiliser l'application dans des environnements extérieurs très fréquentés.



Conservez la connexion

Aidez les utilisateurs à reprendre là où ils se sont arrêtés sans avoir à recommencer. Évitez de redemander les informations de connexion ou les informations déjà saisies lorsque l'application se ferme ou perd le signal. Pour les utilisateurs qui travaillent sur des téléphones partagés ou basiques, le fait de conserver la connexion, ainsi que les brouillons ou les saisies partielles, peut faire la différence entre terminer une tâche et l'abandonner.



Co-création d'idées pour la refonte de la plateforme d'eProd. ©Bopinc



Prévoyez un usage hors ligne

Ne partez jamais du principe que les utilisateurs disposent d'une connexion stable. Permettez-leur de saisir et de stocker des données hors ligne, puis de les synchroniser automatiquement lorsqu'ils se reconnectent au réseau. Signalez clairement les données enregistrées localement et celles qui sont synchronisées, afin que les utilisateurs gardent le contrôle même lorsqu'ils travaillent dans des zones reculées.



Évitez la fatigue décisionnelle

L'excès de choix amène les utilisateurs à se sentir dépassés ou à sélectionner la mauvaise option. Proposez des valeurs par défaut ou mettez en avant les options les plus courantes, en affichant par exemple les trois paramètres les plus utilisés au lieu de dix. Cela permet de simplifier l'expérience utilisateur en la rendant plus claire et plus rapide à naviguer.

Étude de cas : TDX

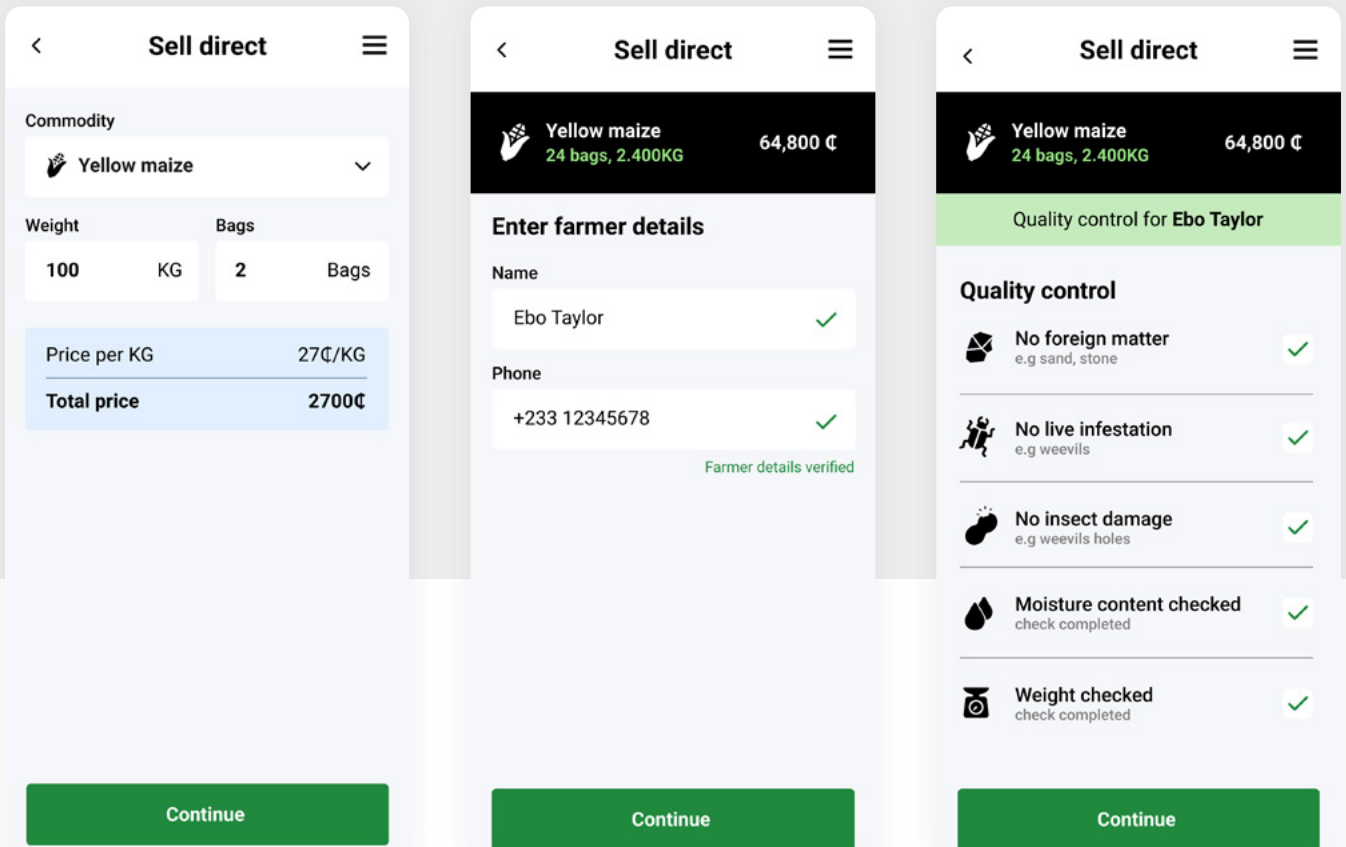
GHANA



Aider les agrégateurs à enregistrer efficacement les achats

TDX est une plateforme agritech ghanéenne qui vise à numériser le commerce de produits de base. Son objectif est de faciliter l'achat de denrées directement auprès des petits exploitants agricoles pour les acheteurs, les négociants, les exportateurs et les investisseurs, tout en aidant les agriculteurs à obtenir de meilleurs prix en éliminant les intermédiaires qui ne les rémunèrent pas à la juste valeur de leurs produits. Les agrégateurs, qui travaillent en étroite collaboration avec les agriculteurs, jouent un rôle essentiel dans le bon fonctionnement du système.

TDX facilitait déjà les échanges entre les agrégateurs et les acheteurs, mais sans disposer des outils numériques nécessaires pour garantir un processus efficace et évolutif. À la suite d'une étude de terrain, l'équipe a identifié le besoin d'un outil qui permettrait aux agrégateurs de gérer les achats et les paiements de manière plus indépendante, tout en fournissant à TDX des données de terrain en temps réel. Les agrégateurs avaient besoin d'un système qui simplifie la communication avec les agriculteurs et améliore la transparence des paiements et des prix de marché, tout en ayant la capacité de fonctionner avec une connectivité limitée.



Nouvel outil numérique

Une application orientée tâches a été conçue pour numériser les opérations des agrégateurs. Ces derniers peuvent enregistrer directement les achats effectués auprès des agriculteurs, en consignnant en quelques clics le type de produit, la quantité et la qualité. L'identification et la vérification biométrique sont optionnelles. Les utilisateurs peuvent également consulter sur un seul écran le statut des commandes, les paiements et les commissions à recevoir. Une fois l'achat enregistré, les agriculteurs reçoivent une confirmation par SMS.

En privilégiant la fonctionnalité plutôt que l'esthétique, TDX offre aux agrégateurs une application intuitive et facile à utiliser, qui fonctionne aussi bien en ligne que hors ligne. Le parcours numérique permet de gagner du temps et de simplifier les étapes par rapport aux méthodes traditionnelles sur papier, tout en améliorant également la transparence des transactions.

3. Rendre l'expérience gratifiante

Les utilisateurs reviennent vers ce qui leur apporte de la valeur. C'est donc ce que votre produit doit faire. Lorsque les utilisateurs prennent conscience de la valeur effective du produit, ils sont plus enclins à l'adopter durablement.

Qu'est-ce que vos utilisateurs gagnent à revenir ?

La récompense n'a pas besoin d'être spectaculaire. Elle doit simplement être utile. Si les utilisateurs constatent une amélioration de leur activité, un gain de temps ou une valeur ajoutée, ils reviendront. Mais ils ne s'en rendront peut-être pas compte par eux-mêmes. Vous devez donc la mettre en avant.



Montrez les progrès réalisés

Aidez les utilisateurs à voir le chemin parcouru en leur montrant les progrès réalisés au fil du temps. Cela peut être aussi simple qu'un message du type « Vous avez enregistré 50 nouveaux agriculteurs ce mois-ci » ou un tableau de bord qui suit les activités clés. Même si les utilisateurs ne suivent pas eux-mêmes ces éléments, le fait de valoriser leurs efforts contribue à mettre en avant la valeur apportée par un usage régulier de l'application.



Présentez les données dans le bon contexte

Les données ne se lisent pas toutes sur la même échelle temporelle. Les fluctuations quotidiennes de la production d'œufs sont normales, tandis que les volumes de récolte doivent être comparés d'une saison à l'autre. Présentez les données sous une forme adaptée aux réalités du terrain pour éviter de fausser leur interprétation ou de susciter de fausses alertes face à des variations normales.



Fournissez des informations utiles, et pas seulement des données brutes

Les chiffres bruts sont souvent difficiles à interpréter, surtout pour les utilisateurs qui ont peu l'habitude des chiffres et des statistiques. Transformez les données en informations claires au moyen de graphiques simples, de codes couleur ou de brefs messages comme « La semaine écoulée a été votre semaine la plus active jusqu'à présent ». Aidez les utilisateurs à comprendre la signification des données et leur importance.



Fractionnez les informations

Le fait de présenter trop de données à la fois peut submerger les utilisateurs et créer de la confusion. Divisez l'information en sous-sections faciles à comprendre et, dans la mesure du possible, laissez aux utilisateurs le choix des informations qu'ils souhaitent consulter, par exemple : « ventes de la semaine » ou « état du stock ». Cela leur permet de se concentrer sur ce qui est le plus pertinent pour leur activité.



Célébrez la persévérance

Même les petites victoires méritent d'être reconnues. Un simple message tel que « Bravo ! Vos enregistrements sont à jour » peut alimenter la satisfaction du travail accompli et renforcer les bonnes habitudes. Des commentaires positifs réguliers permettent aux utilisateurs de se sentir valorisés et de rester motivés.



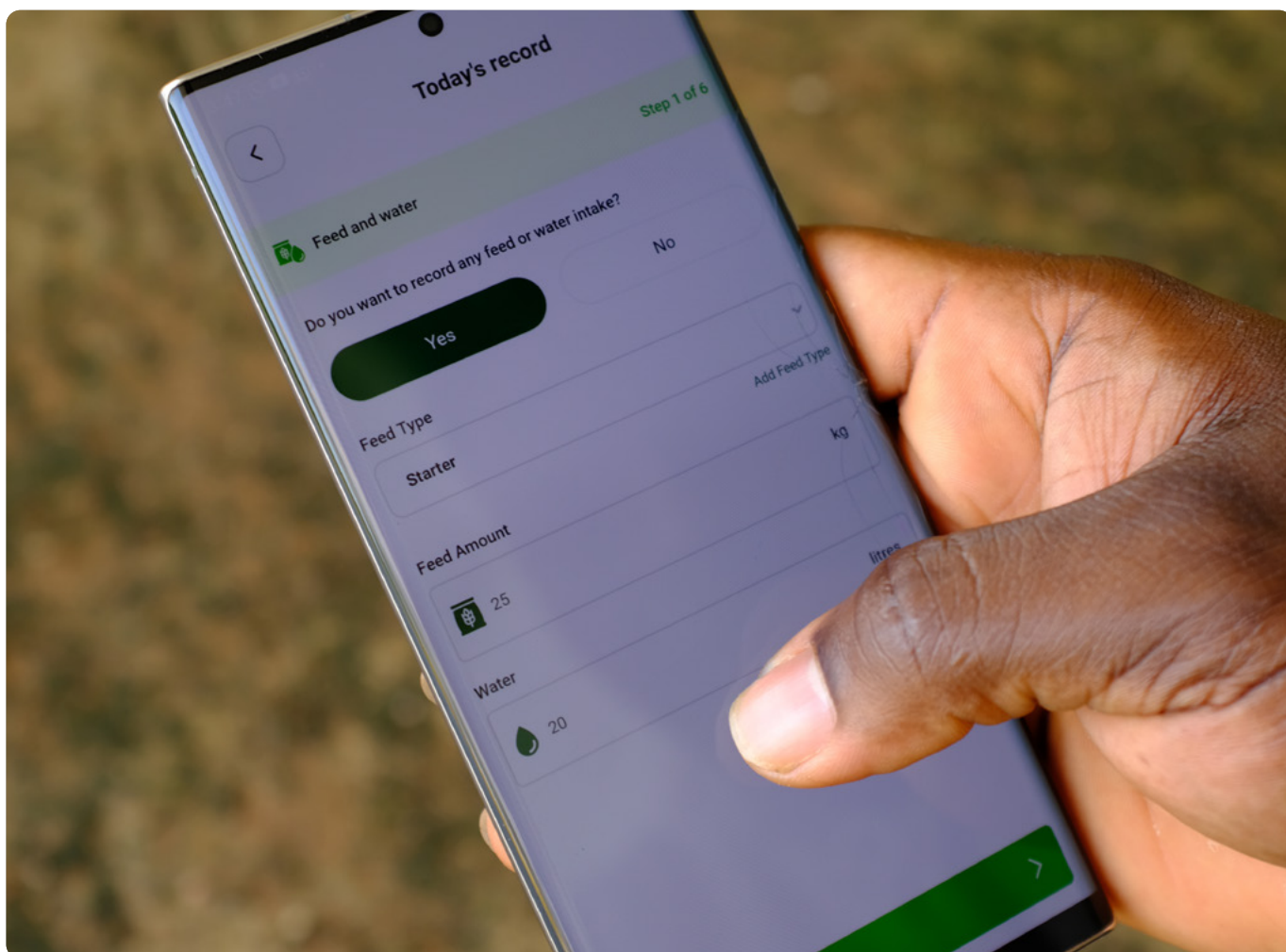
Offrez des incitations

Encouragez l'engagement des utilisateurs grâce à de petites récompenses. Il peut s'agir de badges, de réductions ou de l'accès à des fonctionnalités débloquées avec un usage régulier. Même des récompenses symboliques, comme un badge « or » après avoir complété cinq tâches consécutives, peuvent favoriser un sentiment d'accomplissement qui contribue à fidéliser l'utilisateur.



Faites en sorte que les données enregistrées aient une valeur concrète

Aidez les utilisateurs à percevoir la valeur concrète de leurs données. Cela peut prendre la forme d'un résumé d'activité destiné à un fournisseur d'intrants, d'un historique des transactions pour demander un prêt ou de rapports communiqués à une coopérative. Lorsque les utilisateurs constatent que leurs données ont un intérêt pratique, ils seront plus enclins à poursuivre leur utilisation de la plateforme.



L'application Farmspeak permet aux éleveurs de volailles de saisir facilement leurs données quotidiennes. ©Bopinc

Étude de cas : Farmspeak

NIGÉRIA



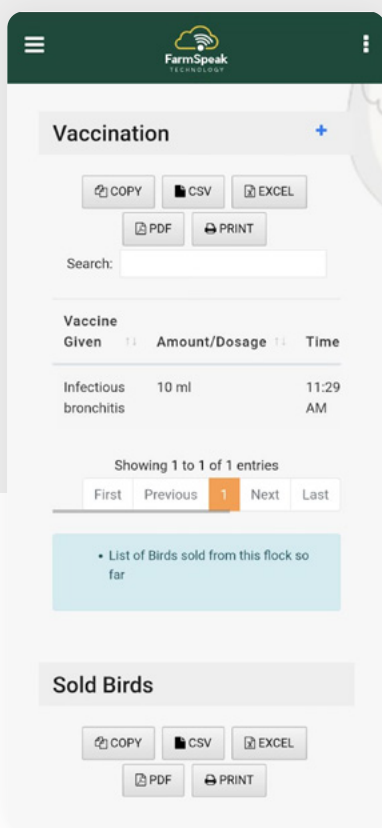
Des informations sur votre élevage, directement sur votre téléphone

Farmspeak aide les aviculteurs du Nigeria à optimiser leur activité. Son application, FS Manager, leur apporte un soutien technique pour gérer leur élevage de manière efficace et professionnelle. Elle leur permet notamment de consigner leurs activités quotidiennes, par exemple la quantité d'aliments distribués, le poids des volailles ou le nombre d'œufs collectés.

L'équipe de Farmspeak avait développé une application riche en fonctionnalités. Cependant, une étude utilisateur a révélé que cette abondance

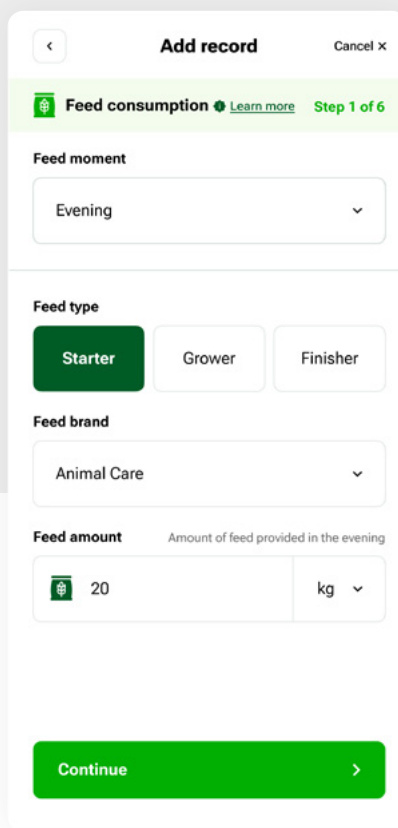
de fonctionnalités prêtait à confusion, et que certaines n'étaient presque jamais utilisées. De plus, l'application web ne permettait pas une utilisation hors ligne, ce qui la rendait peu pratique sur le terrain.

En repensant l'application, il a été décidé de supprimer les fonctionnalités superflues et de recentrer le concept sur une saisie de données simples qui permet d'obtenir des informations utiles sur la productivité. L'application a également été reconstruite pour fonctionner hors ligne.



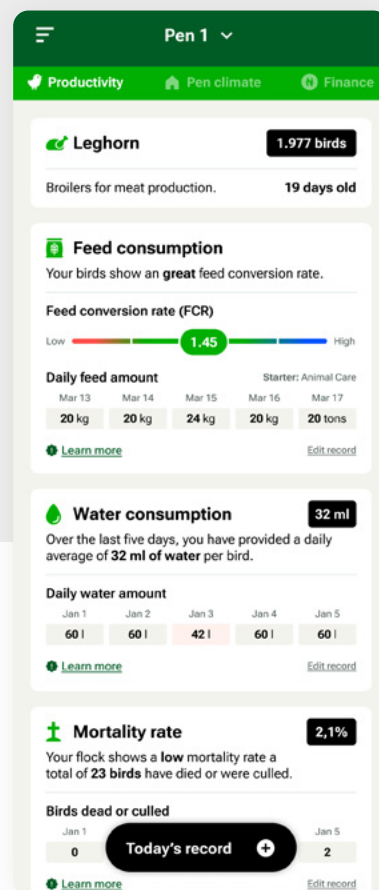
Design d'origine

Dans l'application d'origine, les aviculteurs devaient saisir quotidiennement les quantités d'aliments distribués, les traitements vétérinaires et le poids moyen des volailles. Cependant, il n'y avait aucune forme de « récompense » associée à la saisie des données, ce qui faisait que de nombreux aviculteurs n'actualisaient pas leurs données, ou le faisaient de manière très irrégulière.



Nouveau design

La nouvelle application s'efforce de rendre la saisie des données aussi simple que possible. Le processus a été revu dans son intégralité et un tableau de bord a été ajouté pour afficher immédiatement l'interprétation des données enregistrées. Les éleveurs peuvent ainsi facilement surveiller la santé et la croissance des poulets de chair ainsi que la productivité des poules pondeuses à l'aide de différents indicateurs. Enfin, l'application offre de nombreuses possibilités de personnalisation, permettant aux éleveurs de se concentrer sur les données les plus pertinentes pour eux.



06. Développez votre produit, pas vos problèmes



Introduction

Au cours des premières années de développement d'un produit numérique le principal défi consiste à attirer les utilisateurs sur votre plateforme. Vos ressources sont limitées et vous avez démarré avec des moyens modestes. Vous avez peut-être même pris quelques raccourcis dans la conception et le développement pour construire votre produit dans les limites de votre budget. Aujourd'hui, votre entreprise commence à se développer, votre équipe s'agrandit, vous accueillez peut-être de nouveaux segments d'utilisateurs, vous êtes implanté dans plusieurs pays et vous commencez probablement à ajouter de nouvelles fonctionnalités.

Dans le même temps, vos utilisateurs et vos partenaires deviennent de plus en plus exigeants, ce qui fait émerger un nouveau défi : faire en sorte que votre produit continue de bien fonctionner, qu'il reste simple, facile à utiliser et aussi performant que possible.

Sans une attention particulière, les produits peuvent rapidement devenir encombrés, confus ou difficiles à maintenir. Une croissance mal gérée des fonctionnalités conduit souvent à des produits « patchwork » qui sont difficiles à comprendre, aussi bien pour les utilisateurs que pour votre propre équipe. Ce risque est encore plus grand dans des environnements à ressources limitées, où les utilisateurs ont peu de temps, peu de données ou peu de confiance dans le numérique, et où votre entreprise peut manquer de moyens pour soutenir un produit de plus en plus complexe. Il est donc essentiel d'avoir une bonne stratégie de croissance pour que votre produit reste solide, évolutif et fiable sur le long terme.

Dans ce chapitre, nous explorons trois stratégies concrètes de design pour vous aider à perfectionner et développer votre solution agritech, en faisant en sorte qu'elle reste gérable au fil de son évolution, en maintenant sa cohérence et en l'optimisant là où cela a le plus d'importance.



Trois stratégies de design pour vous aider à développer efficacement votre solution numérique

1. Garder le contrôle

Un produit ou un service en croissance peut rapidement devenir ingérable. Rester discipliné, en sachant quoi ajouter, quoi supprimer et quand dire non, permet à votre solution numérique de rester utile et pérenne dans le temps.

2. Optimiser là où ça compte

Priorisez vos efforts de croissance. Concentrez vos améliorations sur les flux et les fonctionnalités qui ont un impact réel sur la réussite et les résultats commerciaux des utilisateurs.

3. Maintenir la cohérence

La confiance des utilisateurs se renforce lorsque l'expérience utilisateur leur paraît prévisible et familière. La cohérence au niveau de la navigation, de la terminologie et des éléments visuels réduit la confusion et renforce la confiance, en particulier chez les utilisateurs qui sont encore en train de développer leur maîtrise du numérique.

1. Garder le contrôle

À mesure que votre solution et votre équipe grandissent, il devient facile de perdre de vue l'essentiel. De nouvelles fonctionnalités s'ajoutent, les parcours se complexifient, et l'expérience devient plus difficile à maintenir, aussi bien pour vos utilisateurs que pour votre équipe.

Votre solution reste-t-elle simple, adaptée à un déploiement à grande échelle, et facile à gérer à mesure qu'elle se développe ?



Regroupez les fonctionnalités par segment d'utilisateurs

Organisez votre produit ou service de manière à ce que chaque segment d'utilisateurs (agriculteurs, agents, gestionnaires, etc.) puisse l'utiliser selon ses besoins et préférences. Les fonctionnalités les plus pertinentes pour leur contexte doivent être facilement accessibles, tandis que celles qui ne les concernent pas doivent être mises en retrait.



Priorisez sans compromis

Ne développez que les fonctionnalités clairement soutenues par une demande utilisateur ou ayant un fort potentiel d'impact pour l'entreprise. Si quelque chose ne répond pas à un besoin réel ou détourne l'attention de votre valeur fondamentale, il vaut mieux dire non, même si cela semble être une bonne idée.



Supprimez les fonctionnalités à faible valeur ajoutée

Ce n'est pas parce qu'une fonctionnalité existe qu'elle doit être conservée. Si elle est rarement utilisée ou n'apporte pas de valeur ajoutée évidente, envisagez de la simplifier ou de la supprimer complètement. Cela allège l'interface et rend la solution plus facile à gérer.



Réglez la dette de conception

En tant que start-up, vous accumulez inévitablement une dette de conception et de développement. Vous avez peut-être pris des raccourcis, trop simplifié certaines fonctionnalités, laissé des incohérences ou ignoré certaines erreurs. Cela arrive. Assurez-vous de corriger ces éléments avant de vous concentrer sur l'expansion de votre produit ou service.

Maintenir une solution numérique sous contrôle est une véritable discipline, qui implique de faire des choix, de rester concentré et de construire dans une logique de croissance durable, et pas simplement d'expansion à court terme.



Pensez plateforme plutôt que produits

Si vous créez des outils pour plusieurs types d'utilisateurs (p. ex. agriculteurs, agents et gestionnaires), veillez à ce qu'ils fonctionnent ensemble dans le cadre d'une plateforme cohérente. Évitez de traiter chaque outil comme un produit indépendant. Ils doivent être connectés et faire partie d'un même écosystème.



Construisez pour une croissance progressive et durable

Concevez votre solution de manière à ce qu'elle puisse évoluer avec votre entreprise sans nécessiter une refonte complète - par exemple pour intégrer de nouvelles cultures, régions ou catégories d'utilisateurs. Une structure claire et des modèles de conception réutilisables vous aideront à évoluer sans ajouter de complexité.



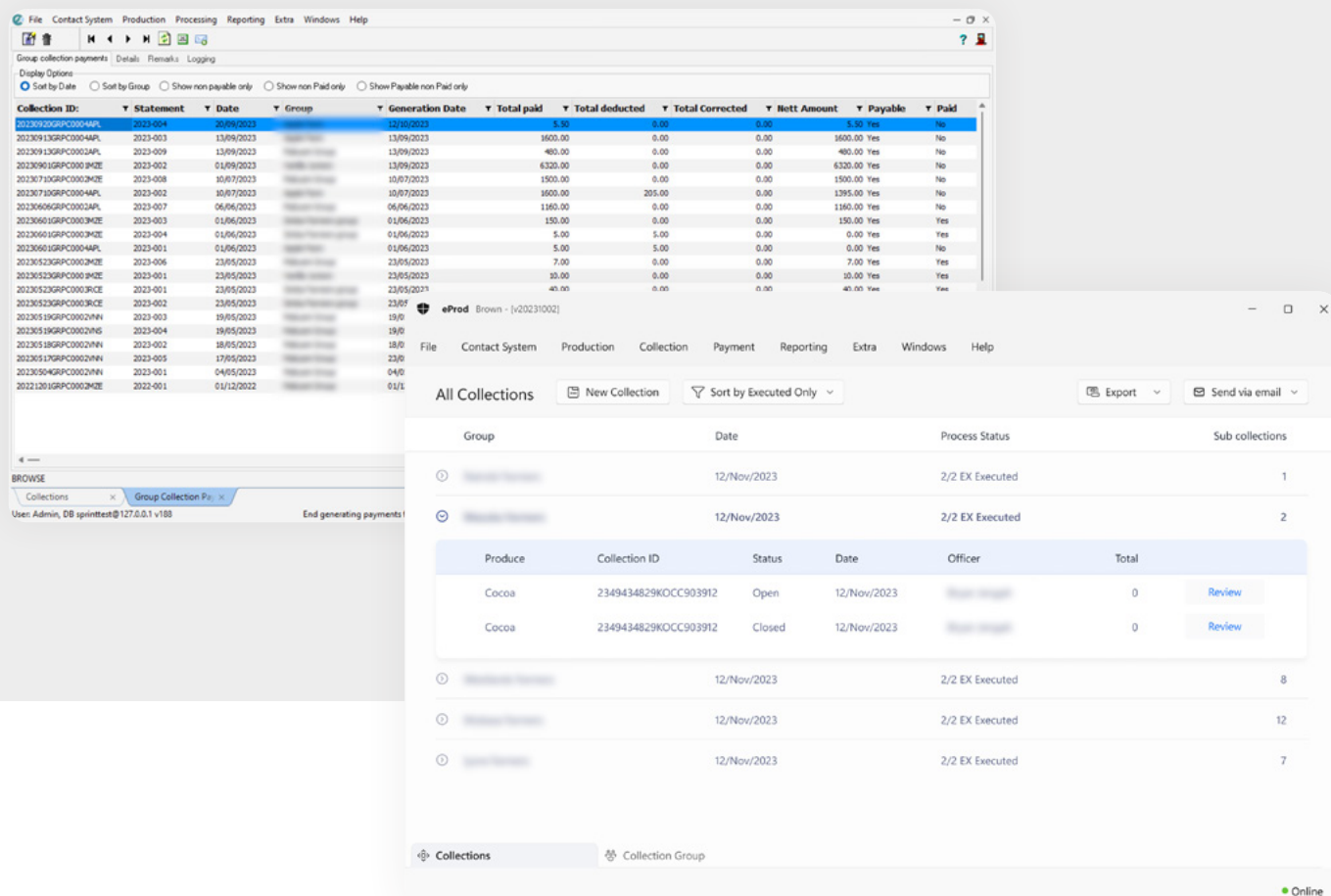
Documentez les choix de conception

Tenez un simple registre des raisons qui ont motivé les décisions clés de conception, comme l'agencement des écrans, le nom des champs ou les flux de processus. Notez également les idées ou fonctionnalités qui ont été examinées puis rejetées, avec les raisons de la décision. Cela permettra aux équipes futures de maintenir la cohérence, d'éviter de reproduire les erreurs passées et de capitaliser sur ce qui fonctionne déjà.

Simplification d'un logiciel de chaîne de valeur arrivé à maturité

Actif dans de nombreuses chaînes de valeur et dans différents pays, eProd propose une solution complète de planification des ressources d'entreprise (ERP) destinée aux entreprises agricoles ou agroalimentaires qui souhaitent gérer plus efficacement leur chaîne d'approvisionnement. Le logiciel est fourni avec une application web pour l'entreprise, ainsi qu'une application mobile pour l'enregistrement des produits collectés sur le terrain.

La première version du logiciel eProd a été développée il y a vingt ans. Depuis, il a connu de nombreuses itérations et mises à jour. L'ajout progressif de nombreuses fonctionnalités a rendu la solution très complète, mais a également entraîné une courbe d'apprentissage abrupte pour les nouveaux utilisateurs. Même les utilisateurs existants ne parvenaient pas à exploiter pleinement le logiciel en raison de sa complexité.



Plateforme d'origine

La plateforme eProd comportait une multitude de fonctionnalités dans une interface surchargée. Les libellés des boutons n'étaient pas parlants pour les utilisateurs, et les repères de navigation manquaient de clarté. Même après une formation spécifique, les utilisateurs que nous avons interrogés déclaraient avoir des difficultés à utiliser le logiciel.

Nouvelle plateforme

Un design plus moderne et épuré a été créé pour le logiciel de bureau et l'application mobile d'eProd, à l'issue de deux ateliers. L'objectif de cette refonte était de concevoir des interfaces plus simples et conviviales, avec moins d'étapes, de clics et d'options. L'architecture de l'information et la structure sous-jacente ont été en grande partie conservées afin d'éviter une refonte complète du logiciel, sachant que la plupart des suggestions d'amélioration concernaient l'interface utilisateur.

2. Optimiser là où ça compte

La croissance d'un produit ou d'une entreprise n'est pas un processus linéaire. Il y a souvent de nombreuses choses, grandes ou petites, que vous souhaitez améliorer dans votre solution numérique, mais vous ne disposez pas toujours des ressources nécessaires pour tout traiter.

Faire évoluer un produit ou un service est un exercice d'équilibre. Faut-il donner la priorité aux demandes des utilisateurs, au potentiel commercial, ou à la correction des bugs ? Il est essentiel de définir les bonnes priorités. Les efforts d'optimisation doivent

se concentrer sur ce qui compte vraiment : les tâches critiques qui créent de la valeur pour vos utilisateurs et pour votre entreprise.

Concentrez-vous sur les améliorations qui apportent un réel bénéfice à vos utilisateurs et à votre entreprise.

En vous focalisant sur l'impact utilisateur et business, vous augmentez la valeur de votre solution numérique sans gaspiller d'efforts sur des éléments secondaires ou peu rentables.



Concentrez-vous sur les parcours les plus utilisés

Commencez par les parcours essentiels sur lesquels les utilisateurs comptent le plus, comme l'enregistrement des ventes, l'ajout d'agriculteurs ou la vérification des niveaux de stock. Ces flux doivent être aussi fluides et fiables que possible, car même des problèmes mineurs dans les zones à fort trafic peuvent avoir un impact considérable sur la satisfaction des utilisateurs et les résultats commerciaux.



Remédiez aux frustrations fréquentes, même mineures

Des problèmes apparemment insignifiants, comme un écran qui met du temps à charger ou un bouton difficile à cliquer, peuvent gravement nuire à l'expérience globale s'ils se répètent au quotidien. Résoudre ces points de friction permet d'améliorer rapidement l'usabilité sans avoir à repenser la totalité du design.



Simplifiez les écrans critiques

Allégez les écrans surchargés et concentrez-vous uniquement sur l'essentiel. Les pages les plus consultées (comme les tableaux de bord, les enregistrement de transactions ou les journaux d'activité) doivent être faciles à lire, avec des actions claires et bien mises en avant. Évitez l'encombrement et minimisez les distractions visuelles.



Appuyez-vous sur les retours du terrain

Les agents de terrain, le support client et les entretiens utilisateurs sont parmi vos meilleures sources d'information. Ils peuvent vous aider à repérer les points de friction, les étapes qui prêtent à confusion ou les solutions mises au point par les utilisateurs pour les contourner. Basez vos décisions sur l'expérience concrète des utilisateurs, et non sur ce qui pourrait sembler logique derrière votre bureau.



Utilisez des données comportementales pour orienter les améliorations

Les outils d'analyse d'application peuvent vous montrer où les utilisateurs abandonnent, combien de temps prennent les tâches et quels champs sont fréquemment ignorés. Utilisez ces données pour identifier les points faibles dans vos parcours et concentrez vos efforts sur ce qui gêne réellement un usage fluide de votre solution.



Testez dans des conditions réelles

Avant de déployer des modifications, assurez-vous qu'elles fonctionnent bien dans les conditions réelles de vos utilisateurs. Cela implique de les tester sur des téléphones plus anciens, avec une connectivité limitée, et auprès d'utilisateurs qui n'ont pas la plus grande aisance face au numérique. C'est le seul moyen de vérifier que votre solution tiendra la route au quotidien.

Étude de cas : Winich Farms

NIGÉRIA

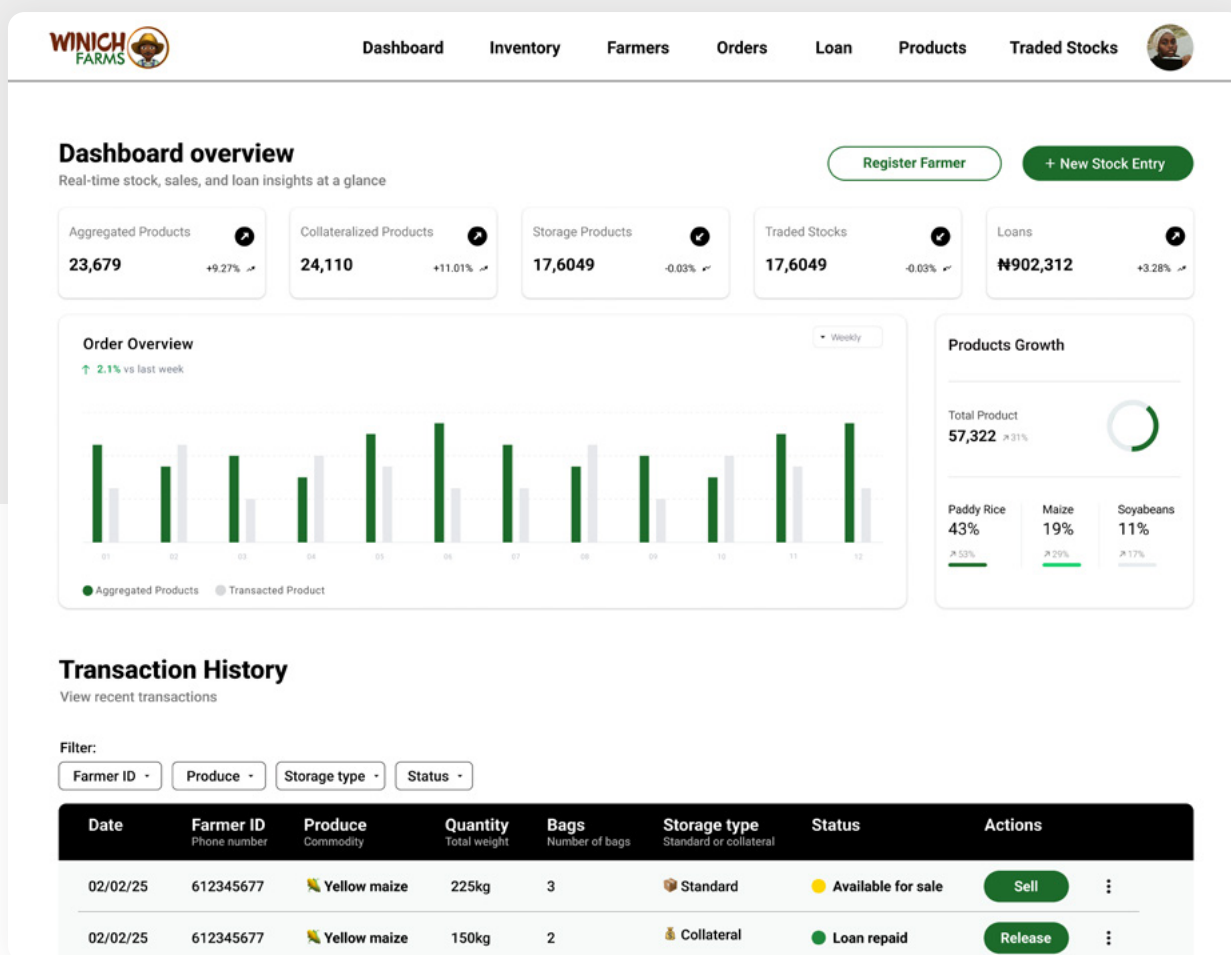


Optimisation des flux de traitement des commandes avant l'expansion d'un produit

Basée à Lagos, au Nigéria, Winich Farms met en relation les petits exploitants agricoles avec les acheteurs et les transformateurs grâce à sa plateforme d'agrégation. Alors que l'entreprise se préparait à lancer un système de prêts adossés à des garanties (pour permettre aux agriculteurs de stocker leurs produits dans des centres de distribution en échange de paiements anticipés), l'équipe avait besoin d'améliorer le suivi et la gestion des stocks sur l'ensemble des sites.

Avant de participer à l'Accélérateur GSMA AgriTech, Winich n'avait pas de tableau de bord structuré

pour la gestion des commandes. Les opérations d'entreposage étaient gérées manuellement ou à l'aide d'outils internes basiques, sans possibilité de segmenter les produits par type de contrat (par exemple, vente régulière ou garantie). Avec l'évolution du modèle commercial, il est devenu évident que la logistique représentait un véritable goulot d'étranglement. Sans système clair, il existait un risque de confusion, d'inefficacité et de perte de confiance, d'autant plus que les prêts adossés exigent un niveau élevé de transparence et de traçabilité.



Nouveau tableau de bord

L'équipe a identifié la gestion des commandes comme un domaine à fort impact qu'il était primordial d'améliorer avant de passer à l'étape supérieure. Un tableau de bord de traitement des commandes a été conçu pour apporter structure, visibilité et contrôle dans la gestion des stocks. Le personnel des entrepôts peut désormais enregistrer les entrées de stock, classer les produits par type de contrat et suivre les mouvements de stock

dans les différents centres. Une segmentation par couleur et des reçus automatisés réduisent les erreurs humaines, et les éléments liés aux prêts (comme les calculs automatiques et le suivi) y sont intégrés. En concentrant ses efforts sur cette étape critique du processus, Winich est désormais en mesure de développer ses services en toute confiance, sans risque de rupture opérationnelle.

3. Maintenir la cohérence

Pour de nombreux utilisateurs dans les zones rurales et les marchés à faibles revenus, les solutions numériques peuvent encore représenter un territoire inconnu. Des mises en page incohérentes, des boutons peu clairs ou des changements dans la navigation peuvent rapidement éroder la confiance et créer de la frustration. Si vous souhaitez faire évoluer votre solution, vous devrez faire très attention à maintenir la cohérence des interfaces.

Est-ce que chaque partie de votre plateforme semble familière, prévisible et fiable ?

Pour maintenir la cohérence de votre plateforme, vous devez créer un environnement qui apprend à vos utilisateurs comment utiliser votre solution. Par exemple : les champs de texte sont blancs, les boutons sont colorés, les titres sont grands, le corps du texte est petit, le vert indique quelque chose de positif, le rouge indique quelque chose de négatif.

Si vous respectez systématiquement ces repères d'usage (et bien d'autres encore), vous éliminez l'incertitude. Lorsque les utilisateurs n'ont pas besoin de réapprendre comment fonctionne chaque écran, ils font moins d'erreurs, avancent plus rapidement et restent plus longtemps. Surtout, ils auront moins besoin du support de votre équipe.

Même s'il faut un œil attentif pour repérer les incohérences, il n'est pas nécessaire d'être un expert en design pour créer une interface utilisateur plus cohérente. Ce qu'il faut avant tout, c'est de la rigueur et une gestion minutieuse du design pour définir les composants et les appliquer de manière constante. Il est également utile d'observer régulièrement de vrais utilisateurs interagir avec votre produit ou service, dans le cadre de simples tests d'acceptation, pour repérer les moments où le parcours se brise ou semble déroutant.



Recherche utilisateur sur l'application de bureau MooMe avec une grande ferme laitière en Tunisie. ©Bopinc



Utilisez des modèles mobiles familiers

Restez fidèles aux styles de navigation et d'interaction de base que les utilisateurs connaissent déjà à travers des applications comme WhatsApp, Facebook ou les services de mobile money. Des interfaces familières réduisent la courbe d'apprentissage et aident les utilisateurs à se sentir en confiance dès le début.



Pensez en termes de composants

La plupart des interfaces sont composées d'un ensemble d'éléments relativement standards : menu, barre de navigation, champs de texte, fiches d'information, panneaux inférieurs (*bottom sheets*) et fenêtres modales. Standardisez ces composants et appliquez-les de manière cohérente sur l'ensemble de votre plateforme.



Créez un langage visuel clair

Une utilisation cohérente des couleurs, polices et icônes aide les utilisateurs à comprendre plus facilement l'application, surtout lorsqu'il s'agit d'utilisateurs semi-alphabétisés qui s'appuient davantage sur les repères visuels. Un langage visuel clair renforce également l'identité de votre marque et construit une relation de confiance dans le temps.



Construisez un système de design

Un système de design est un ensemble complet de normes, de directives et de composants réutilisables qui encadrent la conception et le développement de vos produits numériques de manière cohérente et évolutive. C'est un travail conséquent au départ, mais qui fournit à votre équipe une base solide pour faire évoluer vos produits. Cela aide également à gérer le *turnover* et à intégrer de nouveaux designers.



Veillez à la cohérence des actions

Lorsque les utilisateurs effectuent des tâches similaires (comme ajouter un nouvel enregistrement, confirmer une transaction ou soumettre un rapport), veillez à ce que les étapes, les boutons et les messages soient identiques sur toute la plateforme. La cohérence des actions renforce le sentiment de maîtrise et réduit les erreurs.



Synchronisez les mises à jour sur tous les canaux

Si vous proposez plusieurs canaux (p. ex. application mobile, plateforme web, SMS et USSD), veillez à ce que l'expérience utilisateur soit harmonisée sur tous ces canaux, qu'il s'agisse du design visuel, du langage utilisé ou de l'ordre des étapes. Une expérience cohérente renforce la confiance et réduit la confusion lorsque les utilisateurs passent d'un canal à l'autre.



Testez la cohérence avec les utilisateurs

Même avec un bon design, de petites incohérences peuvent apparaître avec le temps. Organisez régulièrement des tests d'acceptation utilisateur ou des sessions d'observation avec de vrais utilisateurs afin de repérer les endroits où les modèles se brisent ou où les écrans paraissent inhabituels. Cela permet de détecter les problèmes à un stade précoce et de garantir une expérience prévisible.



07. Conclusion



Conclusion

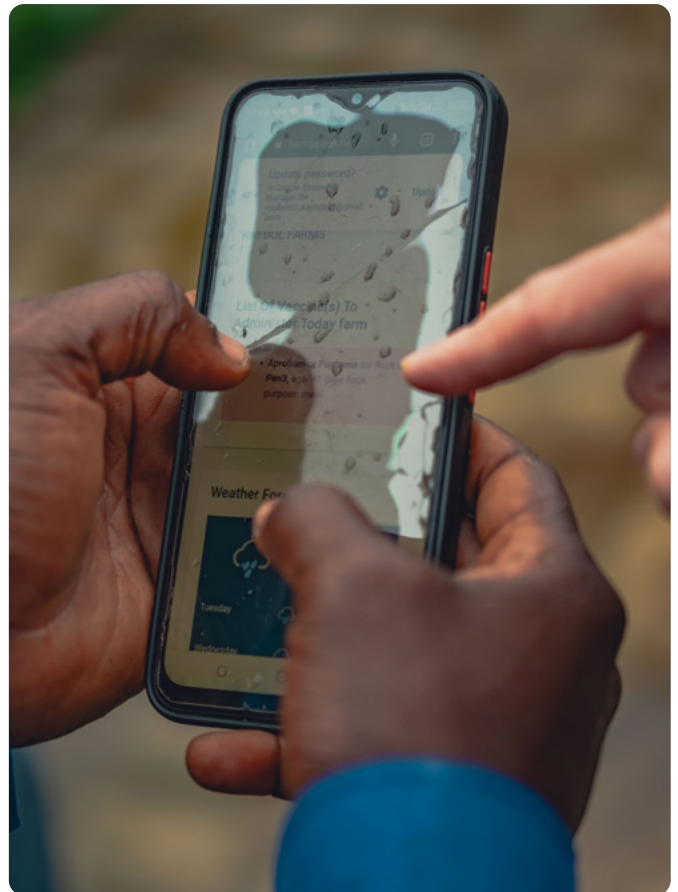
Le cheminement qui mène de la compréhension des utilisateurs à la conception, au développement et à la croissance d'une solution efficace et durable pour l'agriculture numérique est un processus graduel qui demande de la patience, un apprentissage continu et de nombreux ajustements en cours de route.

Créer des solutions numériques efficaces et inclusives exige de l'empathie, de la curiosité, de la rigueur, du travail et des compétences. Tout au long de ce guide, nous avons présenté des stratégies de conception pour vous accompagner dans ce parcours. Il montre comment de petites décisions réfléchies, qu'il s'agisse d'un formulaire simplifié, d'une notification bien placée ou d'une cohérence visuelle, peuvent transformer l'expérience utilisateur.

Nous avons insisté sur l'importance de bien connaître vos utilisateurs. Sans cette compréhension, même les fonctionnalités les plus avancées risquent de ne pas répondre aux besoins réels. À partir de cette base, nous avons montré comment concevoir des solutions numériques qui paraissent intuitives et familières, en particulier pour les utilisateurs qui ont peu l'habitude du numérique. Des stratégies telles que la mise en place d'un *onboarding* clair, l'utilisation de repères qui font référence au monde réel ou la simplification de la navigation peuvent aider à transformer des utilisateurs novices et hésitants en utilisateurs confiants. Pour favoriser un engagement durable, le design de votre solution doit réduire les obstacles, faire gagner du temps et encourager un usage régulier.

À mesure que votre produit ou service évolue, il est tentant d'ajouter des fonctionnalités, de viser davantage d'utilisateurs ou de s'étendre rapidement à de nouveaux marchés. Cependant, une croissance non maîtrisée conduit souvent à plus de complexité, de confusion et de découragement chez les utilisateurs. Les solutions numériques les plus réussies ne sont pas celles qui possèdent le plus de fonctionnalités, mais celles qui restent ancrées dans les besoins quotidiens des utilisateurs. Elles sont cohérentes, utiles et facilitent un peu plus la vie à chaque utilisation.

En fin de compte, une bonne expérience utilisateur (UX) ne cherche pas la perfection, mais les progrès. Elle repose sur une écoute attentive, des améliorations continues et une attention constante portée aux personnes derrière les écrans. Concevoir avec soin et clarté ne permet pas seulement de créer de meilleures solutions numériques – cela permet aussi de développer la confiance et la fidélité des utilisateurs pour avoir un impact durable.



Un éleveur de volailles montre comment il utilise l'application Farmspeak. ©Bopinc

08. Fiches pratiques



Fiches pratiques



Téléchargez toutes les fiches pratiques

Dans le cadre de l'Accélérateur GSMA AgriTech, Bopinc et la GSMA ont animé 20 ateliers d'itération produit d'une semaine, au cours desquels des recherches utilisateurs et des sessions d'idéation et de cocréation ont permis d'identifier des pistes d'amélioration pour la conception des produits numériques.

Pour structurer ces ateliers et faciliter les échanges, une série de fiches pratiques a été créée. Ces fiches vont d'un simple canevas vierge pour capturer les

enseignements issus de la recherche utilisateur à des modèles pour créer des personas, des cartes de parcours utilisateur ou des feuilles de route produit.

Si vous participez à la conception ou au développement d'une solution numérique pour l'agriculture, vous pouvez télécharger, imprimer et utiliser ces fiches. Elles peuvent vous aider à structurer votre processus d'idéation et, nous l'espérons, à améliorer l'expérience utilisateur de votre solution.

1. Bilan de la recherche terrain

Format d'impression : A3

Une fiche simple pour consigner rapidement les enseignements d'une journée de recherche terrain. Nous imaginons qu'avec votre équipe, vous avez parlé à de nombreux utilisateurs pendant la journée. Cette fiche vous aide à capturer les principaux enseignements tant qu'ils sont encore frais. C'est un exercice rapide, que vous pouvez faire debout, en moins de 20 minutes.

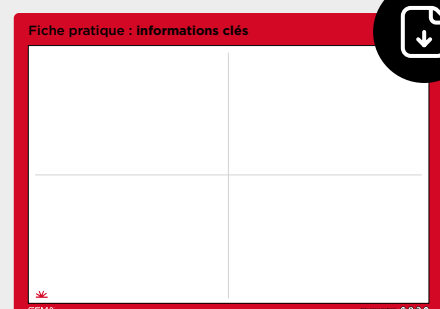


2. Informations clés

Format d'impression : A1

Cette fiche vierge offre un potentiel important. Après votre recherche terrain, vous devrez analyser et structurer tous les enseignements recueillis. En équipe, notez chaque enseignement sur des notes autocollantes, puis regroupez-les par thèmes : pratiques agricoles, usage de l'application, difficultés rencontrées, bugs, cas limites, idées de nouvelles fonctionnalités...

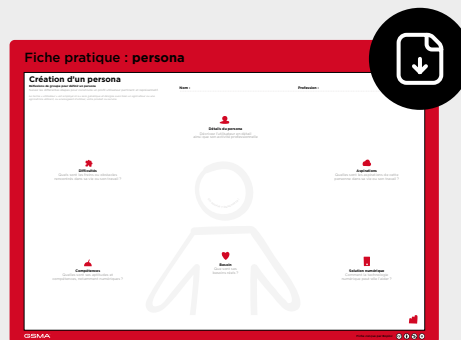
Si vous avez recueilli des données auprès de différents segments d'utilisateurs, il est recommandé d'utiliser une fiche distincte pour chaque segment.



3. Persona

Format d'impression : A3

Cette fiche permet de créer un persona, c'est-à-dire un personnage fictif représentant un type d'utilisateur spécifique, sur la base de la recherche utilisateur et des données de terrain. Les personas permettent à votre équipe de mieux comprendre les besoins des utilisateurs.



4. Carte du parcours utilisateur

Format d'impression : A1

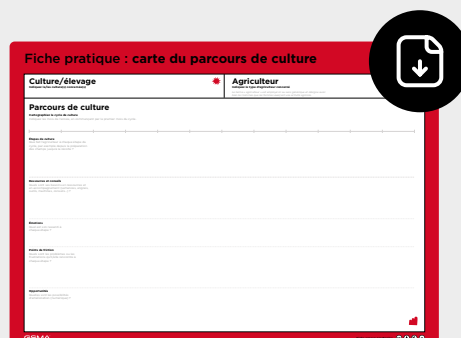
Il s'agit d'une représentation visuelle des étapes qu'un utilisateur suit pour atteindre un objectif spécifique avec un produit, un service ou un système. Elle détaille ses actions, les points de contact, ses ressentis et les difficultés rencontrées. L'objectif est d'identifier les opportunités d'amélioration.



5. Carte du parcours de culture

Format d'impression : A1

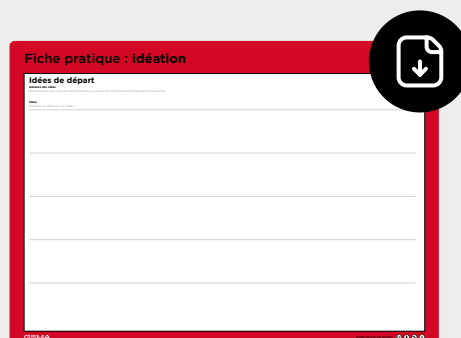
Cette fiche permet de créer une carte du parcours de culture. Elle est similaire à la carte du parcours utilisateur, mais s'applique à représenter une saison pour une culture spécifique ou un agriculteur. Là encore, l'objectif est d'identifier des pistes d'amélioration dans le parcours.



6. Idéation

Format d'impression : A1

Cette fiche est dédiée à la capture d'idées. Lors de la cartographie des enseignements ou des parcours utilisateurs, vous avez sans doute généré des idées pour améliorer votre produit. Cette fiche vous permet de regrouper et d'organiser ces idées par thèmes.



7. Approfondissement des idées

Format d'impression : A1

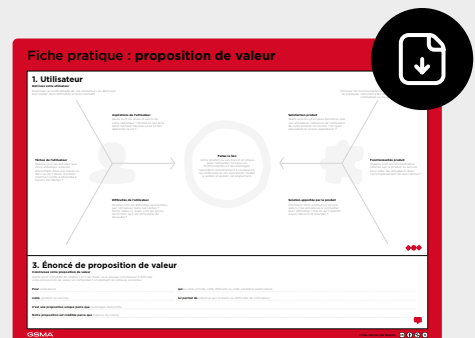
Cette fiche vous aide à approfondir jusqu'à cinq idées identifiées lors de l'idéation. Elle permet de les structurer, de les affiner et de les présenter clairement, pour qu'elles soient bien comprises par toute l'équipe.



8. Proposition de valeur

Format d'impression : A3

Cette fiche sert à définir ou redéfinir votre proposition de valeur. Une proposition de valeur répond à la question essentielle que se posent vos utilisateurs : *Pourquoi devrais-je utiliser ce produit ou service ?* Cette fiche vous aide à préciser la valeur apportée par votre solution numérique.



9. Wireframing

Format d'impression : A1

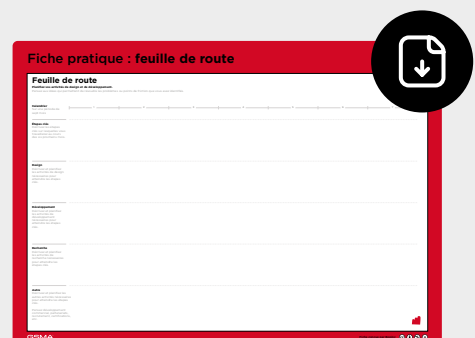
Une fiche simple mais efficace pour concevoir des wireframes de base à l'aide de notes autocollantes. Elle est conçue pour accueillir exactement neuf notes rectangulaires de taille standard, alignées horizontalement. Vous pouvez ainsi esquisser rapidement des fonctionnalités ou des parcours.



10. Feuille de route

Format d'impression : A1

Cette fiche vous permet de détailler une feuille de route pour le développement de votre produit sur une période de sept mois. Elle vous aide à planifier les principales étapes en tenant compte des activités de conception, de développement et de recherche.



GSMA Head Office
1 Angel Lane
London EC4R 3AB
United Kingdom

gsma.com

GSMA
**Mobile for
Development**

M4D

