FRONT-COMMERCE

Publié Novembre 2023

UX & INNOVATION

LIVRE BLANC

UX SENSORIEL À L'ÉRE DIGITAL

Comment incorporer l'attrait sensoriel dans votre design UX, et créer une expérience utilisateur engageante et mémorable.

CONTENU

1. Introduction : Les avancées de l'UX sensorielle

2. Qu'est-ce que l'UX sensoriel ?

3. Pourquoi l'UX sensorielle est-elle importante ?

4. Créer une expérience immersive et multisensorielle en ligne.

5. Limites techniques

6. Création d'une interface utilisateur pour un produit qui nécessite du goût, de l'odorat ou du toucher.

7. Étude de cas : Devialet

8. L'avenir des expériences sensorielles

9. Une marque prête pour l'avenir

INTRODUCTION : LES AVANCÉES DE L'UX SENSORIELLE

Dans le contexte concurrentiel du secteur du commerce, les entreprises s'efforcent d'établir des liens durables avec leurs clients. Les expériences sensorielles offrent un moyen puissant de cultiver ces liens émotionnels, en gravant profondément l'empreinte de la marque dans l'esprit des consommateurs.

Le système limbique, centre de contrôle émotionnel du cerveau, absorbe les signaux sensoriels, déclenchant des réponses affectives et façonnant les souvenirs. À l'heure où les achats en ligne transforment le paysage de la vente, la création d'expériences sensorielles est devenue capitale pour les marques qui cherchent à se distinguer.

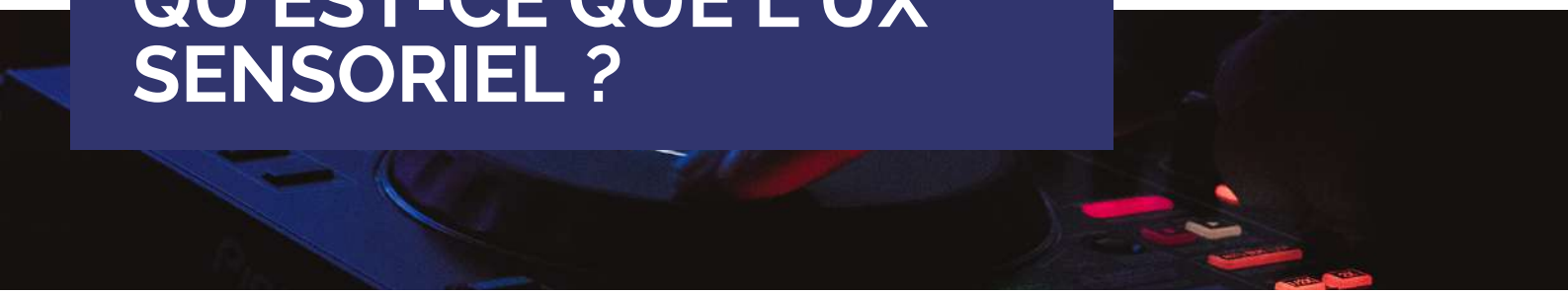
Alors que les sens visuels et auditifs sont facilement satisfaits par des images de haute qualité, des vidéos attrayantes et une musique de fond captivante, la stimulation des sens du goût, du toucher et de l'odorat représente un défi unique. L'essor du design UX sensoriel a ouvert un monde de possibilités, permettant aux marques d'évoquer des expériences sensorielles vivantes par le biais de descriptions écrites évocatrices et de visuels immersifs.

Le développement de technologies de pointe élargit encore les possibilités de conception sensorielle de l'interface utilisateur, qui s'étendent au-delà des produits physiques pour englober les environnements digitaux. Le retour haptique, autrefois réservé aux consoles de jeu, fait désormais son entrée dans les smartphones, offrant aux utilisateurs une sensation de toucher par le biais de vibrations. Les diffuseurs de senteurs, à l'origine réservés aux séances d'aromathérapie, sont désormais intégrés dans les expériences de réalité virtuelle, permettant aux utilisateurs de percevoir l'essence des paysages virtuels.

90% of the information processed by the brain is visual.

Ces avancées soulignent le potentiel de transformation du design UX sensoriel pour façonner l'avenir des expériences digitales. En exploitant la puissance de la technologie pour solliciter plusieurs sens, les marques peuvent cultiver des liens émotionnels plus profonds avec leurs clients, ce qui favorise la fidélité à la marque et la réussite de l'entreprise.

QU'EST-CE QUE L'UX SENSORIEL ?



L'expérience sensorielle de l'utilisateur est une nouvelle approche. Elle vise à améliorer l'expérience de l'utilisateur en faisant appel à chacun de ses sens par voie digitale grâce à l'utilisation de divers stimuli sensoriels (vue, son, toucher et odorat) dans la conception UX afin d'améliorer la perception globale et l'engagement à l'égard d'un produit ou d'un service.

En créant une expérience holistique, immersive et mémorable qui fait appel aux cinq sens, une marque peut créer un lien émotionnel qui aura un impact positif sur son client.

Par exemple, voir un magnifique coucher de soleil, entendre un morceau de musique nostalgique ou sentir un parfum familier peut susciter une forte réaction émotionnelle. Ce lien entre nos sens et nos émotions explique pourquoi les expériences sensorielles sont si puissantes et mémorables.

POURQUOI L'UX SENSORIEL EST-IL IMPORTANT ?

Intégrer l'attrait sensoriel en UX améliore la perception et l'interaction des utilisateurs avec un produit ou service. Essentiel pour créer une expérience mémorable, il va au-delà des éléments visuels et auditifs, stimulant l'engagement et la satisfaction, renforçant le lien émotionnel et favorisant la fidélité.

5 RAISONS DE PRIVILÉGIER L'UX SENSORIELLE

1. Meilleur engagement de l'utilisateur

L'introduction d'éléments sensoriels dans l'interface utilisateur permet non seulement de captiver les utilisateurs, mais aussi d'approfondir leur lien avec le produit ou le service. Au-delà des repères visuels et auditifs, une approche multisensorielle transforme l'expérience de l'utilisateur en un voyage plus immersif et mémorable. Lorsque les utilisateurs s'engagent avec un produit par le biais de différents sens, leur satisfaction globale augmente de manière significative.

2. Déclencher des émotions

Le lien profond entre nos sens et nos émotions est un outil puissant pour les concepteurs. Concevoir des expériences qui stimulent plusieurs sens peut susciter de fortes réactions émotionnelles chez les utilisateurs. Qu'il s'agisse d'une poussée d'excitation, d'une vague de bonheur ou d'une touche de nostalgie, l'impact émotionnel des interactions riches en sens améliore l'expérience globale de l'utilisateur. Il est toutefois essentiel de reconnaître la subjectivité des réponses émotionnelles, car les individus peuvent réagir différemment aux mêmes stimuli.

3. Renforcer la notoriété de la marque

La mémorisation joue un rôle crucial dans la reconnaissance de la marque. Lorsque les utilisateurs associent des émotions positives à une expérience riche en sensations, celle-ci s'incruste davantage dans leur mémoire. Cette mémorisation accrue renforce non seulement le lien entre les utilisateurs et la marque, mais contribue également à la fidélisation à long terme.

4. Différenciation des concurrents

Dans un marché saturé d'options, l'intégration de l'attrait sensoriel dans la conception UX offre un avantage unique qui va au-delà des différentiateurs conventionnels. Une expérience utilisateur distinctive, marquée par un engagement multisensoriel, attire non seulement l'attention mais laisse également une impression durable.

5. Atteindre un public plus large

Les préférences humaines sont diverses et les individus font appel à des sens différents. En incorporant une variété d'éléments sensoriels dans la conception, les professionnels de l'UX peuvent créer une expérience utilisateur plus complète et plus inclusive. Cette approche élargit l'attrait du produit ou du service, le rendant accessible à un public plus large, augmentant ainsi l'impact et l'efficacité globaux.

CRÉER UNE EXPÉRIENCE UTILISATEUR IMMERSIVE ET MULTISENSORIELLE EN LIGNE

La connexion entre nos sens et nos émotions est ce qui rend une expérience puissante et mémorable.

L'UX sensorielle vise à améliorer la perception globale et l'engagement à l'égard d'un produit ou d'un service en faisant appel à chacun des cinq sens dans un environnement digital.

Elle stimule l'engagement et la satisfaction des utilisateurs en leur offrant une stimulation sensorielle au-delà des éléments visuels et auditifs. Cela permet d'établir un lien émotionnel plus fort entre les utilisateurs et un produit, un service ou une marque.

6 méthodes pour créer une expérience utilisateur multi-sensorielle

1. Identifiez les sens que vous souhaitez solliciter

Avant de concevoir votre site web, il est important de déterminer quels sens vous souhaitez solliciter et comment. Commencez par identifier les stimuli sensoriels les plus appropriés à votre produit ou service. Par exemple, un vendeur de vin peut vouloir utiliser le son et l'image d'un bouchon qui saute pour créer une expérience plus immersive.

2. Utiliser des éléments interactifs

Pour solliciter le sens du toucher de l'utilisateur, utilisez des boutons ou d'autres éléments interactifs qui fournissent un retour haptique lorsque l'on clique dessus ou que l'on tape dessus. Cela permettra à l'utilisateur de ressentir une sensation physique lorsqu'il interagit avec votre marque, ce qui rendra l'expérience plus attrayante et immersive.

3. Utiliser des visuels de haute qualité

Pour éveiller le sens de la vue de l'utilisateur, utilisez des images et des vidéos de haute qualité en rapport avec le contenu et l'objectif du site web. Vos visuels peuvent s'éloigner de votre produit lui-même. Par exemple, un imprimeur de photos peut trouver plus efficace d'utiliser des vidéos de personnes montrant des émotions positives plutôt qu'une simple photo d'une impression.

4. Utiliser des effets sonores et musique

Pour solliciter le sens de l'ouïe, utilisez de la musique de fond ou des effets sonores pour créer une atmosphère plus immersive. Il est important de tenir compte du contexte dans lequel se trouve l'utilisateur. Les effets sonores peuvent ne pas être efficaces si l'utilisateur se trouve dans un lieu public, par exemple.

5. N'ignorez pas le poids du texte

Pour éveiller le goût et l'odorat de l'utilisateur, donnez-lui des informations sur la nourriture et les boissons, ou sur des odeurs qui peuvent être perçues par d'autres moyens.

Considérez le potentiel sensoriel caché de chaque élément

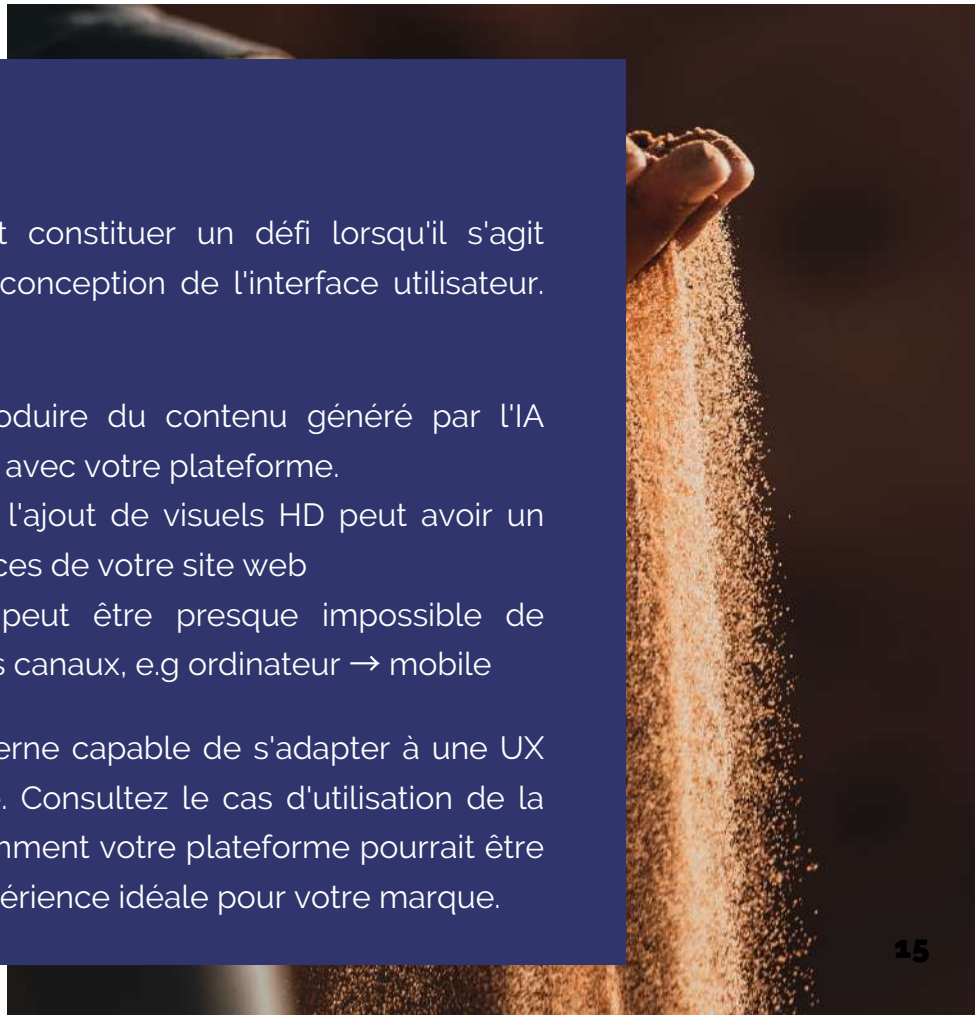
Les mots évoquent le goût

Les images peuvent évoquer des odeurs

Les sons simulent le toucher

6. Tester et optimiser

Grâce aux tests et des retours des utilisateurs, ainsi qu'aux processus de conception itératifs, vous serez en mesure d'optimiser et d'améliorer votre expérience utilisateur de manière appropriée. La surcharge sensorielle peut avoir un effet négatif, en particulier lorsque vous essayez de trouver le bon équilibre.



Limites techniques

Les limitations techniques peuvent constituer un défi lorsqu'il s'agit d'intégrer l'attrait sensoriel dans la conception de l'interface utilisateur. Par exemple :

- Les outils nécessaires pour produire du contenu généré par l'IA peuvent ne pas être compatibles avec votre plateforme.
- Sans la technologie appropriée, l'ajout de visuels HD peut avoir un impact négatif sur les performances de votre site web
- Sans un front-end adapté, il peut être presque impossible de reproduire votre UX sur différents canaux, e.g ordinateur → mobile

Une architecture e-commerce moderne capable de s'adapter à une UX innovante peut être la voie à suivre. Consultez le cas d'utilisation de la page suivante pour comprendre comment votre plateforme pourrait être la clé de la mise en œuvre d'une expérience idéale pour votre marque.

CRÉER UNE UX EFFICACE POUR UN PRODUIT QUI NÉCESSITE DU GOÛT, DE L'ODORAT OU DU TOUCHER

L'UX va déterminer la manière dont nous percevons les produits que nous goûtons, touchons ou sentons. Malgré l'absence d'odeurs ou de textures dans un monde digital, il est possible de cibler divers stimuli sensoriels de manière synthétique. Considérez le potentiel sensoriel caché de chaque élément.

Vue

- Images et vidéos : Vibrantes et contrastées, elles suscitent des émotions, attirent l'attention et créent un équilibre.
- Mises en page : Bien pensées, elles facilitent la navigation et l'utilisation.
- Motion design : Il anime avec précision et effet votre produit.

Odeur

- Utilisez des images et des textes descriptifs pour stimuler l'odorat et encourager l'imagination et la mémoire.
- Envisagez d'ajouter des senteurs réelles après l'achat, comme un emballage parfumé.
- Encouragez les utilisateurs à décrire l'odeur de votre produit dans leurs commentaires ou explorez la technologie olfactive pour une expérience plus immersive.

Son

- Effets sonores : Feedback et mise en évidence des actions clés.
- Sons de fond : Immersion et création d'ambiance.
- Voix off : Informations et conseils supplémentaires.

Goût

- Faites appel au goût grâce à des vidéos descriptives.
- Utilisez des images pour présenter des aliments ou des boissons en faisant appel au sens du goût.
- Décrivez le goût à l'aide de mots qui captivent l'imagination ou la mémoire de l'utilisateur.

Toucher

- Améliorez l'expérience de l'utilisateur en lui donnant un retour d'information physique lorsqu'il appuie sur un bouton.
- Utilisez des images avec des textures pour transmettre la sensation d'un produit.
- Montrez des images d'une personne en train de toucher votre produit, avec des gros plans pour une perspective détaillée.

CASE CLIENT: DEVIALET

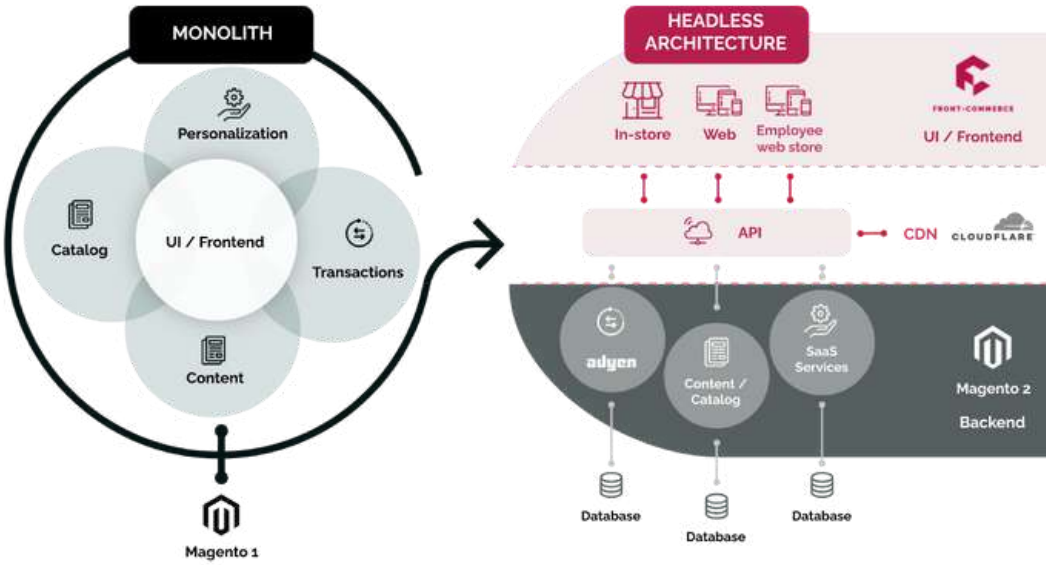
Devialet est une entreprise française de technologie audio qui produit des haut-parleurs et des amplificateurs haut de gamme pour les marchés B2C et BtoB. La boutique en ligne de Devialet touche des clients dans 37 pays. En 2020, Devialet a dû relever le défi d'une meilleure expérience utilisateur, avec un design personnalisé qui correspondrait au design haut de gamme et au son puissant produit par ses produits. Cette expérience utilisateur devait également répondre aux normes actuelles en termes de performance.

Evolution architecturale

Migration de Magento 1 vers Magento 2

Découplage du frontend et du backend

Mise en place d'une plateforme de commerce headless



“Le challenge pour Devialet ? Disposer d’une meilleure UX, avec un design personnalisé qui répond aux normes actuelles en termes de performances.”

– Frédéric Martinez, PH2M

LA SOLUTION : OPTIMISER ET AMÉLIORER

Bien que le site web existant était techniquement parfait avant la replatforme, en découplant le back-end et le front-end et en implémentant Front-Commerce, une fluidité a pu être apportée à l'UX du site web qui n'était pas possible auparavant.

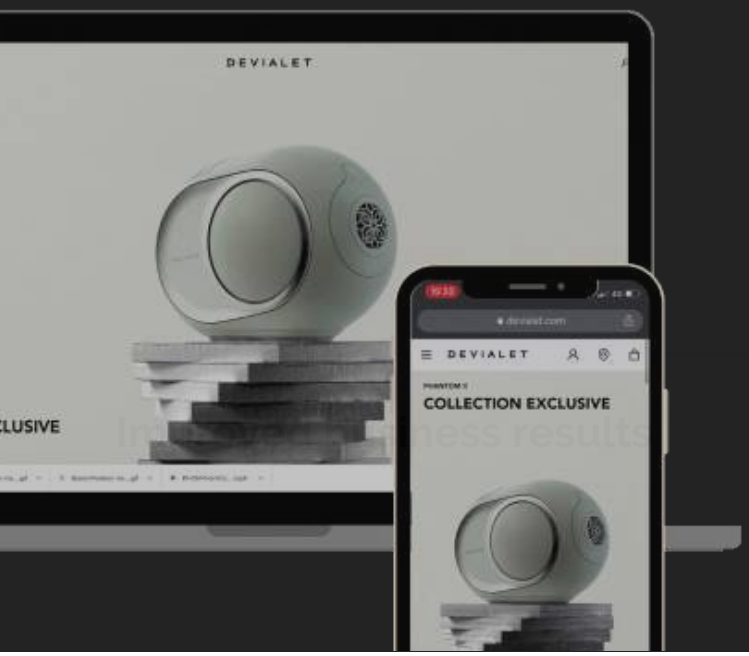
Après avoir décidé de migrer vers Magento 2, Devialet a choisi une approche headless pour permettre à ses intégrateurs de se concentrer sur le frontend sans se soucier de l'impact que le développement pourrait avoir sur le backend. La séparation de ces métiers a créé l'autonomie nécessaire en interne pour évoluer avec les besoins changeants du consommateur.

Fonctionnalités personnalisées

En travaillant ensemble, plusieurs problèmes internes ont été améliorés. Par exemple, Front-Commerce a désormais une meilleure compatibilité avec les CDN. C'est intéressant lorsqu'il y a des pics de trafic web, comme ce fut le cas pour Devialet, dont la relance de la plateforme coïncidait avec le lancement d'un nouveau produit. Ce projet nous a également permis d'optimiser la mémoire et la résilience.

"We make things possible by removing technical barriers for our clients."

– Pierre Martin
CTO, Front-Commerce



"Front-Commerce nous a fourni une formation adaptée à notre contexte et au type de personnes à former. Le projet s'est ensuite déroulé dans un contexte de confiance mutuelle où nous avons pu partager nos difficultés et bénéficier d'un accompagnement très réactif et définitivement expert ! Les équipes de Front-Commerce sont également présentes pour nous apporter des conseils qui dépassent le simple cadre de la PWA."

– Benjamin Braillon, Devialet

+100%
Taux de Conversion

+25%
Trafic organique

95
Score Lighthouse

"Les résultats obtenus sont au-delà de nos espérances et nous savons qu'il y a encore de la marge pour aller plus loin, notamment sur mobile. "

– Benjamin Braillon
Omnichannel Manager, Devialet

L'AVENIR DES EXPÉRIENCES SENSORIELLES

Au fur et à mesure que la technologie progresse, nous prévoyons une intégration plus sophistiquée des éléments sensoriels dans les interactions digitales. Les technologies émergentes telles que la réalité virtuelle et augmentée offrent des possibilités d'immersion au-delà des écrans traditionnels.

La personnalisation jouera un rôle central, l'analyse des données et l'IA permettant d'adapter les éléments sensoriels aux préférences individuelles. Les expériences adaptatives, qui s'ajustent dynamiquement en fonction du comportement de l'utilisateur, deviendront de plus en plus courantes.

Les attentes portent sur une intégration multisensorielle transparente, synchronisant les stimuli visuels, auditifs, haptiques et olfactifs pour un parcours holistique de l'utilisateur. Les considérations éthiques concernant la vie privée et le consentement des utilisateurs seront fondamentales.

L'impact de l'UX sensorielle s'étendra au-delà des interfaces digitales, influençant les soins de santé, l'éducation et le divertissement : pour réduire le stress ou améliorer l'apprentissage, par exemple.

Les expériences sensorielles dans l'UX seront marquées par l'innovation technologique. En restant à l'écoute de ces développements, les concepteurs peuvent élever les expériences des utilisateurs et établir de nouvelles normes pour l'engagement digital.

Les dernières tendances et technologies en bref :

- L'utilisation de la réalité virtuelle et augmentée pour créer des expériences immersives dans l'espace de consommation est de plus en plus fréquente.
- Les assistants digitaux ont mûri et il est aujourd'hui possible d'aller plus loin avec l'interface vocale pour interagir avec les clients.
- Le marketing personnalisé et expérientiel favorise l'innovation technique, et les services et intégrations sur le marché s'améliorent.
- S'il n'est pas encore possible de sentir des parfums à l'aide de nos appareils mobiles, des progrès sont en cours.

UNE MARQUE PRÊTE POUR L'AVENIR

Le commerce en ligne évolue rapidement et la seule façon de suivre le rythme est d'introduire de l'agilité, et être techniquement prête à s'adapter. Cela inclut la conception et les capacités UX. Entreprendre la transformation digitale maintenant vous préparera aux obstacles de demain.

Une architecture moderne permet une marque à se démarquer de ses concurrents en améliorant le parcours de l'utilisateur. Jusqu'à récemment, les entreprises devaient revoir complètement leurs systèmes tous les trois ans. Avec une approche de headless, les barrières techniques à la transformation digitale sont levées. La création d'une expérience utilisateur à l'image de la marque via une plateforme performante, flexible et prête pour l'avenir est désormais accessible à tous.

> “Vous devez vous tourner vers l'avenir, devancer vos clients et être prêt à les accueillir lorsqu'ils arrivent.”
>
> — Marc Benioff

Pour aider à réduire les défis liés à la construction d'une expérience e-commerce ergonomique, Front-Commerce a construit une vitrine PWA complète, qui est 100% personnalisable en termes d'UX. Notre FEaaS rassemble un mélange de standards web actuels et futurs pour créer une adaptation sur mesure afin que les détaillants puissent se concentrer sur la définition de l'expérience de leur marque.

La migration progressive d'un frontend-as-a-service a un impact financier positif évident, améliorant les coûts à long terme et l'optimisation des marges. L'intégration transparente des services et des fonctionnalités dans la conception créative et leur gestion indépendante permettent aux développeurs de passer 15 % de temps en moins sur les tâches frontend. Les équipes chargées des produits, de la conception et du marketing peuvent désormais travailler mieux et en tandem.

Dans un marché centré sur le consommateur, une UX performante est primordiale. Avec une interface digitale sur mesure et une architecture headless, vous pouvez fournir un contenu attrayant et précieux à partir de différentes sources, en créant une UI personnalisée qui répond aux besoins de vos clients et leur offre l'expérience de la marque qu'ils recherchent.

Placez votre client au premier plan. Donnez à vos équipes les moyens d'offrir une expérience de marque authentique dans un contexte digital avec les outils dont elles ont besoin.

LE MOMENT OÙ NOUS NOUS VANTONS

Front-Commerce est la seule interface digitale qui améliore l'expérience du client, du commerçant et du développeur, en même temps.

Front-end ultra-rapide basé sur les normes PWA et MACH, nous aidons les marques à faire évoluer leur plateforme e-commerce actuelle vers une approche commerce headless en intégrant le back-end de leur choix avec la stack technique de Front-Commerce basée sur React, NodeJS et GraphQL.

Front-Commerce découple le front-end et le back-end pour ses clients afin de fournir une expérience front-end à la pointe de la technologie et une architecture "headless". Notre solution est compatible avec la plupart des backends, ce qui nous permet de nous intégrer facilement dans vos systèmes. Vous pouvez rester en contact avec vos clients et nous gardons toutes les considérations techniques à jour.

Notre fact sheet

clicez ici !

Contactez Front-Commerce
contact@front-commerce.com

Quelques marques propulsées par Front-Commerce

JEROME DREYFUSS · DEVIALET · CENTRAKOR · KAPORAL

autobernard.com · collégien Depuis 1947 · FABRIQUE DE STYLES · BONNE GUEULE

THUASNE · eden botanicals · ROBERTET · CHAÎNE THERMALE DU SOLEIL · PetDistrib