

DATA'EYES

Journée VISU - 25 mai 2018

Proposition de communication

Présentation orale

Concevoir un dashboard pour des utilisateurs persuadés de ne pas en vouloir

Designing a data visualisation for the average Joe

Benoît Lucet - Dataveyes

English Abstract

Leboncoin, the number one platform for classified ads in France, entrusted Dataveyes to conceive a dashboard for its professional clients: car dealers, real estate offices, recruiters, etc. Leboncoin needed to create an effective tool that generates interest of professionals in their ads performance statistics, and brings them back regularly to the platform.

But how can we design such a tool for professionals who precisely told us during interviews that they should spend as little time as possible behind their computer? People whose job is, first and foremost, repairing cars, meeting clients and the likes? People who do not care that much about data, statistics or KPIs? In this talk, we will share the conception's story of an unwanted but eventually successful dashboard.

Résumé de la présentation

Contexte

Leboncoin, célèbre plateforme de petites annonces entre particuliers, développe aussi des services pour les vendeurs professionnels. Un de ses enjeux consiste à faire mûrir l'usage qu'ont ces professionnels de la plateforme, pour qu'ils y consacrent plus de temps, et de budget. Pour cela, Leboncoin souhaitait proposer à ses utilisateurs "pro" un dashboard de suivi de la performance de leurs annonces. La conception de ce dashboard a été confiée à Dataveyes.

Problème

Nos premières interviews utilisateurs ont révélé la difficulté de cette mission : les professionnels ciblés, des opérationnels des secteurs de l'immobilier, l'automobile et l'emploi, ont peu de temps à consacrer à la plateforme, et se disent peu intéressés par les données affichées par Leboncoin. Peu d'entre eux mesurent de façon fine la performance de leurs annonces, et tous estimaient que des indicateurs de performance traditionnels, comme les audiences ou les taux de clic, ne leur apporteraient aucune information vraiment utile

pour leur travail quotidien.

Tout l'enjeu de notre mission était ainsi de concevoir un tableau de bord qui favorise sur la plateforme Leboncoin l'engagement d'utilisateurs, qui eux, ne voyaient pas l'intérêt d'y passer plus de temps.

Approche

Les interviews nous ont aussi été très utiles pour trouver des solutions. En observant les utilisateurs dans leurs tâches quotidiennes, nous avons compris quelles informations pourraient avoir de la valeur à leurs yeux. Nous avons donc changé d'approche : plutôt que de suivre la performance de leurs annonces, nous leur avons proposé de suivre leurs opportunités ratées de rencontrer des acheteurs. Être informé des annonces inefficaces, sous-performantes, est très utile pour les professionnels interviewés : cela les aide à modifier rapidement les annonces qui posent problème, et à optimiser le budget qu'ils y ont alloué.

Un peu plus tard dans le projet, nous avons réalisé des tests utilisateurs pour tester nos approches visuelles des données. Ces tests nous ont beaucoup aidé à simplifier l'interface, et nous ont confortés dans l'utilisation de couleurs simples, qui parlent d'elles-mêmes - vert, jaune, rouge - , renforcées par des badges et des smileys. Les métaphores physiques, comme les jauges qui se remplissent, aident aussi les utilisateurs à s'approprier cette nouvelle page.

Conclusion

Des interviews utilisateurs approfondies, ainsi que des tests d'utilisabilité, nous ont permis de comprendre précisément les besoins et les blocages des professionnels ciblés. Grâce à cette approche centrée sur les utilisateurs nous avons travaillé le jeu de données sous un angle différent, et avons produit une interface de visualisation des données utile au quotidien. Selon l'enquête menée par Leboncoin au lancement de cette nouvelle page, deux tiers des utilisateurs se sont dits satisfaits de cette nouvelle interface, un tiers s'est même dit "très satisfait".