



**Transcription de la vidéo
SU3.4.2
Alis Vasile
Ministère roumain de la
culture et Institut national
pour la recherche et la
formation culturelle**

Module :	3. Stratégies et outils numériques pour le patrimoine culturel
Sous-unité :	3.4.2 Concevoir l'expérience numérique : processus et étapes pour les initiatives en ligne et sur site
Auteur :	Alis VASILE, experte en patrimoine culturel, ministère roumain de la culture et Institut national pour la recherche et la formation culturelles.
Réviseur technique :	Panagiota Polymeropoulou, Université ouverte hellénique
Réviseur scientifique :	Raluca Iulia Capotă, Institut national de recherche et de formation culturelle
Mots-clés :	conception de l'expérience numérique, gestion de projet, canaux de communication, publics, développement du contenu



Cette œuvre est protégée par une licence Creative Commons [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-NC-SA 4.0)].

Modèle par :



Groupe de recherche DAISY, Université ouverte hellénique (<http://daissy.eap.gr/en/>)

Qu'est-ce que la conception de l'expérience numérique ? Il s'agit essentiellement de tout ce que vous devez faire pour offrir une bonne expérience aux clients, aux visiteurs : une bonne expérience en tant qu'expérience globalement satisfaisante, impactante, engageante, qui suscite la réflexion et la loyauté.

Une bonne expérience pourrait être évaluée et considérée et, bien sûr, conçue, en termes d'opérabilité, de design attrayant et aussi d'impact - les retombées pour les visiteurs, les retombées immédiates et l'impact à long et moyen terme de l'expérience.

En termes d'opérabilité, nous devons rechercher ce que l'on appelle "l'expérience conviviale" : quelque chose de facile à utiliser, de très accessible, de très intuitif et, par opposition à une expérience compliquée, frustrante et chronophage, quelque chose d'engageant, de mémorable et de précieux, qui mérite que le visiteur, le client, y consacre du temps.

Le design doit être attrayant, agréable, mais aussi clair, net, simple, intuitif et, pourquoi pas, amusant. Il doit aussi, bien sûr, être conforme à nos lignes directrices en matière d'identité visuelle.

L'objectif principal serait probablement le contenu éducatif et informatif et les informations que le visiteur pourrait emporter avec lui, mais nous pourrions aussi chercher à nous amuser, à diffuser des informations générales à d'autres visiteurs potentiels et, pourquoi pas, à obtenir un impact à long terme et une communication positive de notre marque.

Cela étant dit, nous devons nous pencher sur les phases de la conception de l'expérience proprement dite.

Les étapes sont les mêmes que pour tout autre type de projet, les principales phases de la gestion de projet, d'une manière générale. Nous avons donc une première phase de préparation, au cours de laquelle nous évaluons et établissons ce que nous voulons faire de cette expérience numérique, ce que nous voulons fournir, ce que nous choisissons de communiquer et à qui nous voulons le faire. Nous devons donc choisir le contenu et les canaux de communication, mais aussi les moyens, les méthodologies, conformément à la stratégie, à la mission, aux objectifs généraux et spécifiques de notre organisation et si nous développons cette expérience numérique particulière dans le cadre d'un projet, nous devons voir quelles sont les directives générales pour ce projet particulier.

Nous devons également voir ce que nous pourrions faire sur le plan technique, et nous devons donc être informés pour effectuer des recherches sur les thèmes actuels et tendance, le format du contenu, peut-être même les directions suivies dans le contenu, dans la direction scientifique, pour voir quels canaux et quelles applications sont à la mode actuellement.

Si nous optons pour les plus récentes, nous pourrions obtenir un produit plus durable. Sinon, nous devrions peut-être opter pour des formules plus accessibles, plus connues et plus utilisées.

Quoi qu'il en soit, nous devrions également garder un œil sur la concurrence

pour voir ce que font les autres, pour voir si nous pouvons identifier les meilleures pratiques que nous pourrions utiliser dans notre produit en développement et, si ce n'est pas le cas, peut-être devrions-nous opter pour quelque chose de plus particulier, plus conforme à nos exigences, aux besoins de notre organisation.

Après avoir établi tout ce que j'ai mentionné précédemment, nous devrions obtenir les ressources nécessaires pour développer le produit numérique, c'est-à-dire l'expérience numérique.

Ainsi, en fonction de ce que nous voulons réaliser, nous devons également voir ce que nous pouvons réaliser, avec les ressources disponibles dans notre organisation. Nous devons donc adapter nos souhaits à la réalité et aux disponibilités.

Nous devons également en parler avec des spécialistes dans le domaine de l'informatique, et nous devons donc consulter - probablement en dehors de notre organisation - si nous n'avons pas notre propre département informatique dans l'organisation. Ce serait donc une bonne occasion pour nous d'améliorer nos connaissances et de les transformer en une ressource à long terme, également. N'oubliez pas de planifier les ressources habituelles, à savoir l'argent, le temps et le personnel, non seulement pour la phase de développement du projet et pour les premières étapes de la mise en œuvre et de l'évaluation, mais aussi pour le long terme. Gardez donc à l'esprit que vous devrez former le personnel non seulement au début mais aussi en cours de route et que nous aurons besoin de ressources pour mettre à jour, réviser le produit, l'expérience numérique, au fil du temps. Nous devons donc planifier à plus long terme.

Il est également très important de prendre en compte le public à ce stade. Nous devons donc déterminer les compétences numériques du public, du public existant et du public cible, ainsi que son appétence pour le numérique. Si le public ne souhaite pas prendre le temps d'expérimenter les technologies numériques, nous devrions peut-être reporter ce type d'expérience ou ce type de produit dans notre offre. Nous devrions également voir quels sont les canaux préférés de notre public existant et, évidemment, vérifier le profil des visiteurs, le profil des utilisateurs des plateformes disponibles et choisir la meilleure plateforme pour notre public, ainsi que les outils les plus faciles à utiliser sur le plan technologique.

N'oubliez pas que l'expérience numérique doit compléter l'expérience réelle du patrimoine, du produit culturel, et l'améliorer, sans la remplacer.

N'oubliez pas non plus de n'avoir que des produits de haute qualité ; s'ils ne le sont pas, ils ne seront pas appréciés par l'utilisateur et n'atteindront pas les objectifs que vous aviez en tête au départ. Il est donc préférable d'attendre d'avoir les ressources nécessaires pour développer un produit de haute qualité, plutôt que d'opter pour un produit de qualité moyenne.

Et bientôt, nous avons le produit terminé et il est conforme à tout ce que nous avons à l'esprit au début et maintenant nous le mettons en œuvre, peut-être le prototyper si nous avons assez de ressources et de temps pour cela. Quoi qu'il en soit, nous devons le tester, c'est clair, et nous devons le tester avec nos pairs, avec nos collègues, nous devons le tester nous-mêmes, sur nous-mêmes, et de préférence avec un groupe cible, en fonction de notre public cible. Si ce n'est pas le cas, testez-le simplement auprès d'un public aussi varié que possible, auprès de personnes aussi différentes que possible. N'oubliez pas de mettre en œuvre les modifications potentielles requises par le retour d'information que vous obtenez au cours de l'essai préliminaire... et, l'essai et la

révision, et l'amélioration, ne s'arrêtent jamais ; vous devez donc assurer le suivi du produit, voir comment le public y réagit, et également concevoir un formulaire d'évaluation permanent, soit pour la satisfaction générale, soit plus particulièrement pour les suggestions, par exemple, et l'améliorer en fonction du retour d'information que vous recevez.

Mais il faudrait aussi mettre à jour et réviser, en fonction des progrès technologiques, car les technologies numériques évoluent très rapidement...

Vous devez donc rester pertinent. Vous devez également voir si le canal que vous avez choisi est toujours pertinent sur le marché et, si ce n'est pas le cas, passer à un autre. Il doit s'agir d'une recherche permanente sur les opportunités numériques.

Essayez donc de viser la stabilité, la continuité, mais aussi l'innovation et de trouver un équilibre entre ces trois piliers.

Pour finir, quelques mots sur la conception de l'expérience numérique.

Faites en sorte qu'elle soit simple, accessible, conviviale, attrayante, peut-être addictive et qu'elle mérite qu'on y consacre du temps.

FIN DU SCRIPT



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

EUHeritage.

Skills for promotion,
valorisation, exploitation, mediation and
interpretation of European Cultural Heritage