



**CÉCILE M.**  
**PRODUCT**  
**DESIGNER**

*Cécile  
Martini*

# À PROPOS DE MOI

---

Je suis **Cécile Martini**, Lead UX/UI designer depuis quelques années, en évolution vers le Product Design.

J'aime concevoir des produits utiles, accessibles et cohérents, en alliant stratégie, design et faisabilité technique.

Mon approche mêle **design thinking, stratégie produit** et **delivery opérationnel**.

Ce portfolio illustre ma progression ; de la refonte d'écosystèmes complexes à la création d'expériences fluides et orientées impact.

## Ma vision du Product Design :

Créer des expériences durables et performantes, centrées sur la valeur utilisateur et la cohérence produit.



# SOMMAIRE

---

## 1. La Poste Solutions Business

Une démarche de transformation produit complexe

## 2. Espace client pro

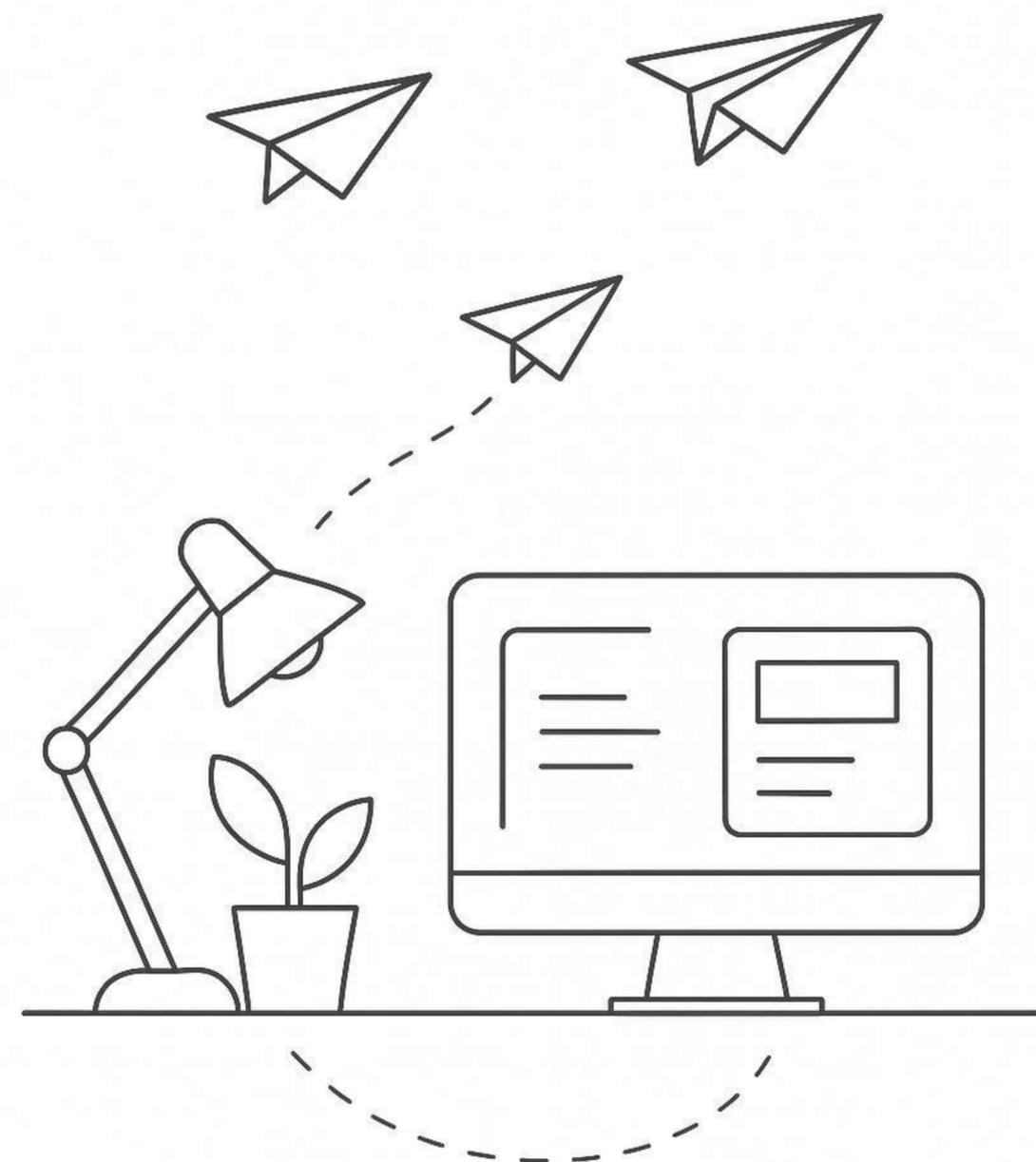
Un projet mature en design opérationnel

## 3. Portail .com1

Un projet orienté recherche et collaboration terrain

## 4. Good trip

Un projet personnel full-cycle



# LA POSTE SOLUTIONS BUSINESS

---

Quand je suis arrivée sur ce projet, La Poste Solutions Business n'avait ni stratégie produit, ni cohérence design.

Mon rôle : poser les fondations d'un produit unifié, durable et orienté utilisateurs.

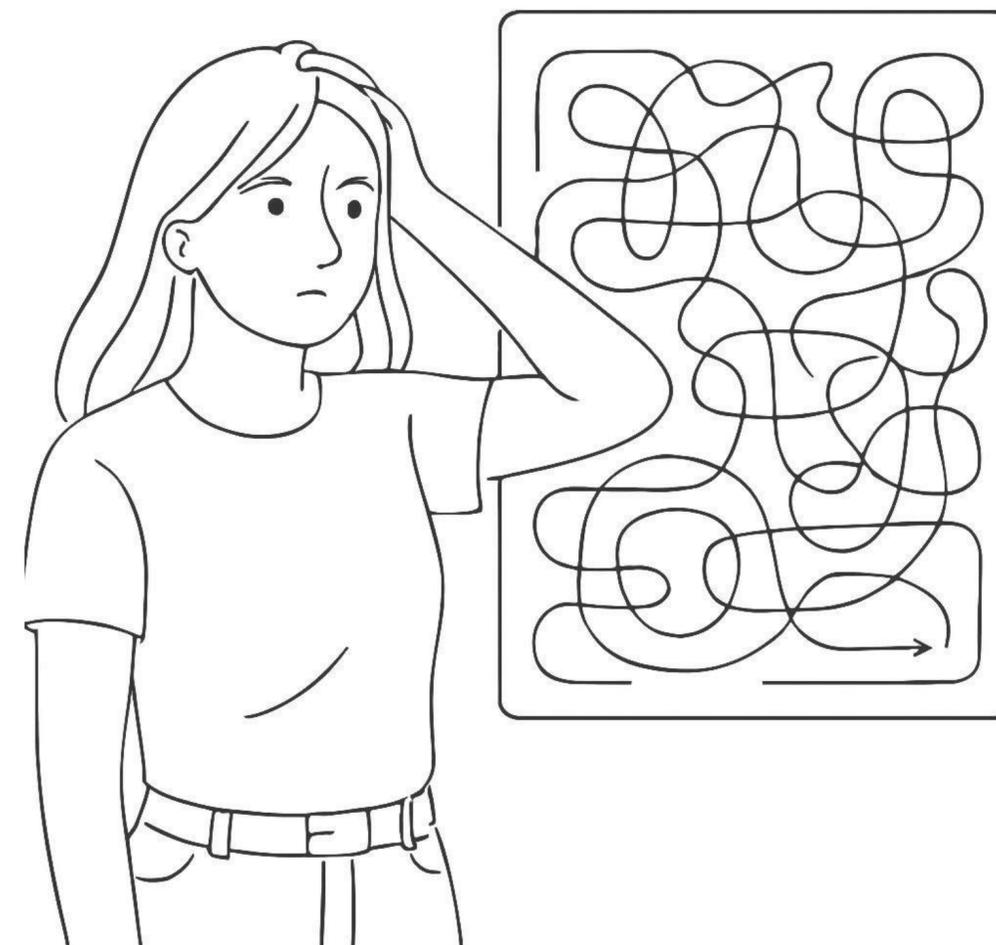
**Rôle : Product designer** (pilotage produit, stratégie design & cadrage transverse)

**Durée : 1 an et demi**

## Contexte

Site BtoB destiné aux entreprises de plus de 10 salariés ou réalisant plus de 2 M€ de CA.

Un produit fragmenté entre **plusieurs BU concurrentes**, sans **gouvernance claire**, avec une **dette UX/UI** importante et **peu de données sur les usages réels**.



## Défi principal

Créer une **vision produit unifiée** et initier une **transformation vers le mode produit**, tout en structurant les premiers chantiers UX/UI cohérents.

# LA POSTE SOLUTIONS BUSINESS

---

## Démarche

### Phase 1 : Explorer & comprendre

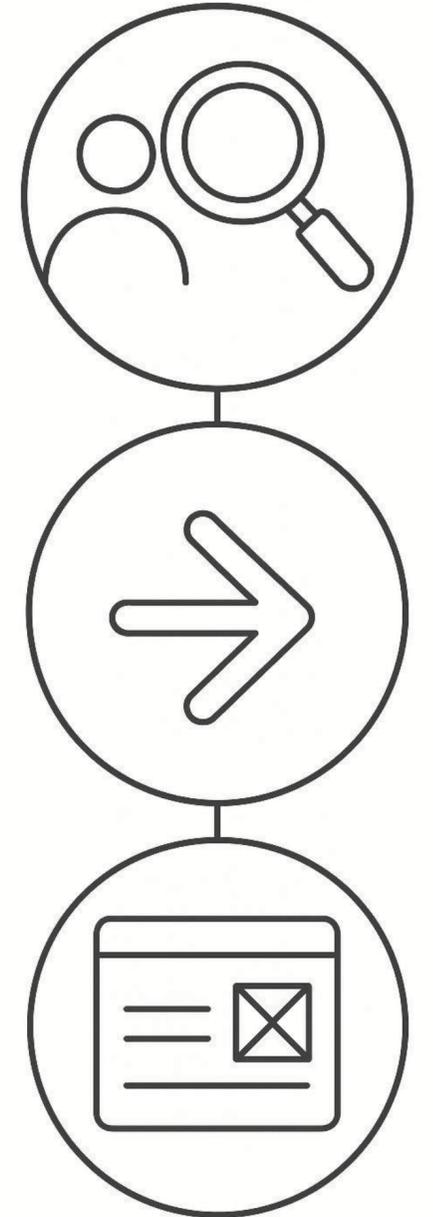
- Audit UX/UI de l'existant, identification des **points de friction** et **opportunités business**.
- **Entretiens** avec les BU et premières **recherches utilisateurs** (questionnaire quanti – 150 répondants).
- Benchmark concurrentiel.
- Installation de Contentsquare pour suivre les **comportements utilisateurs**.

### Phase 2 : Donner une direction (Design stratégique)

- Création d'un **Élévator Pitch Produit** validé avec les parties prenantes.
- Ateliers de **tri de cartes** et **zoning** avec les BU pour co-construire le plan du site.
- Mise en place d'un **planning à 5 ans** pour structurer la transformation produit.

### Phase 3 : Concevoir & livrer (Design opérationnel)

- Cadrage UX pour chaque mission, ateliers de co-conception, userflows, wireframes, maquettes UI.
- Mise en place du **Design System** transverse et d'un **référentiel UX writing**.
- Lancement de **tests utilisateurs récurrents** dans les missions UX/UI.



# LA POSTE SOLUTIONS BUSINESS

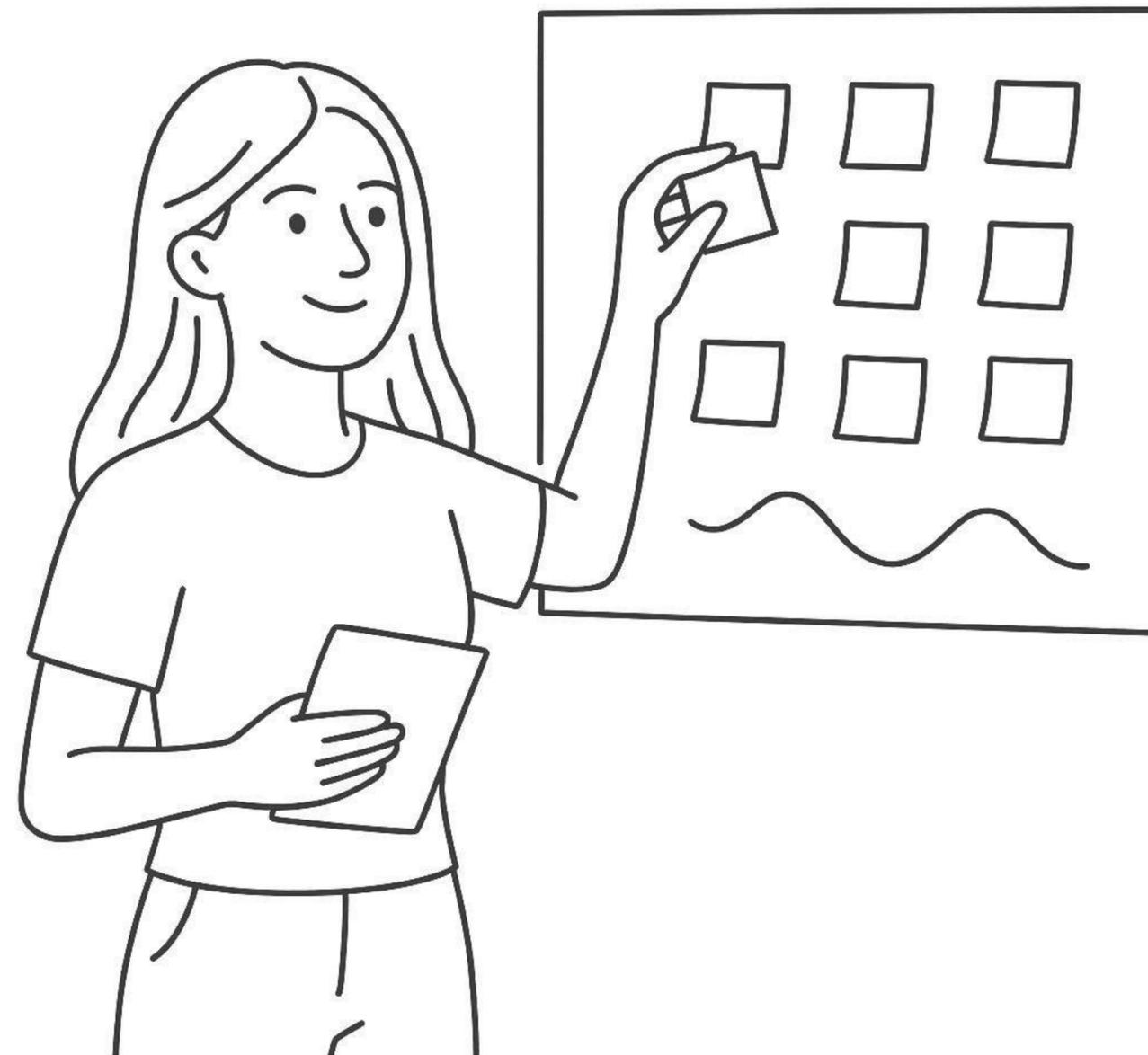
---

## Impacts

- Passage d'un site éclaté à une **vision stratégique unique**.
- Déblocage de budgets DS, UXR et transverses.
- Mise en place d'une **gouvernance design** entre équipes UX/UI, tech et métiers.

## Résultats attendus

- **Data** : avoir une vision complète des parcours utilisateurs
- **Trafic** : amener du trafic vers l'Espace client Business
- **Cohésion** : consolider la cohésion produit



Ce projet m'a appris la diplomatie, la patience et la politique interne.

J'y ai consolidé ma posture de **product designer stratégique**, entre vision, cohérence et impact à long terme.

# ESPACE CLIENT PRO

---

Quand j'ai intégré l'équipe de l'Espace client Pro, le produit fonctionnait déjà en mode agile et produit.

Mon rôle : apporter une vision UX/UI transversale pour renforcer la cohérence du produit, simplifier les usages et optimiser l'expérience de bout en bout.

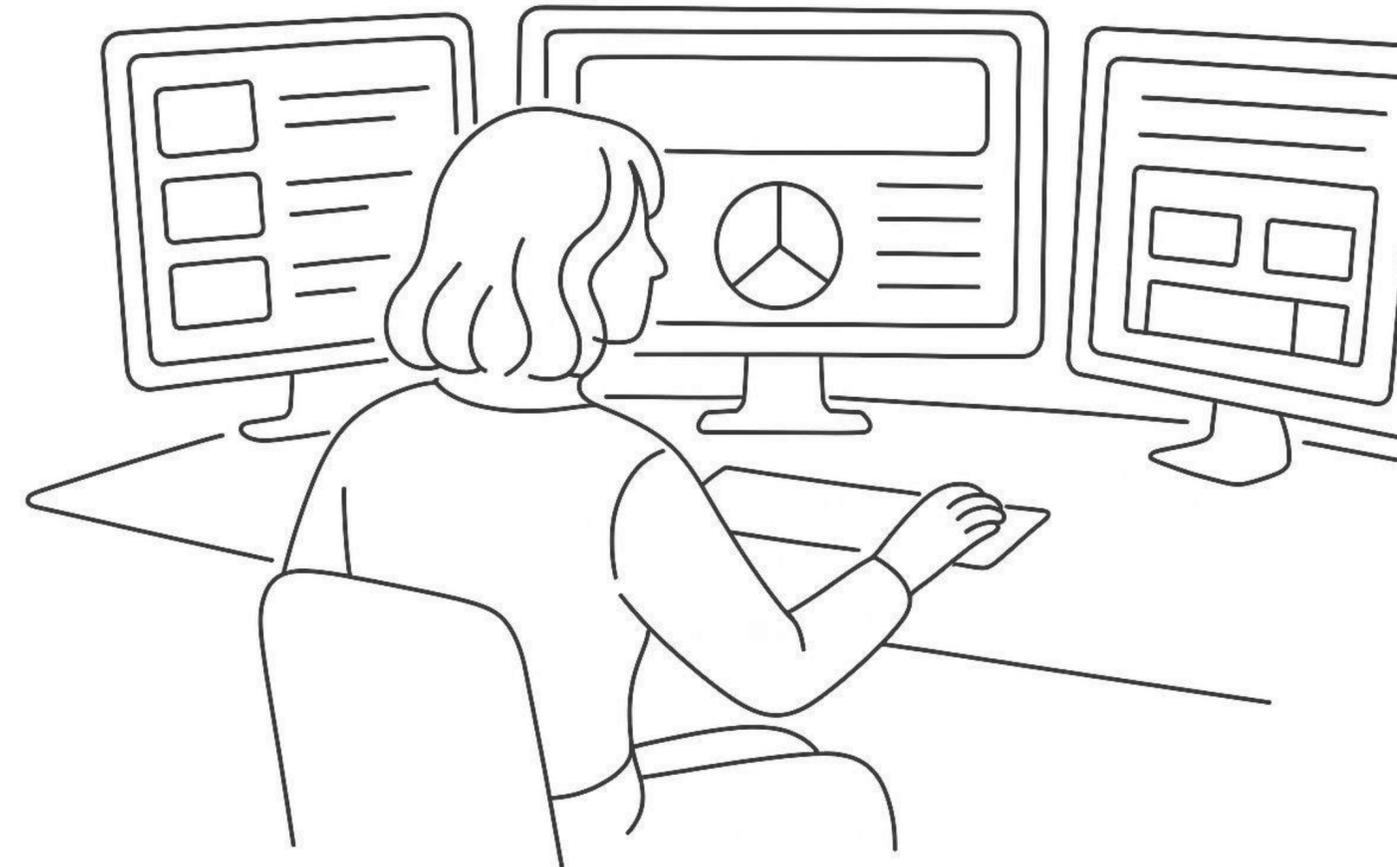
**Rôle :** Lead UX/UI (design opérationnel & Lean UX)

**Durée :** 2 ans

## Contexte

Espace client professionnel du site laposte.fr, dédié aux entreprises de moins de 10 salariés et indépendants.

Produit déjà en mode produit, avec des PO et PM en place, mais confronté à des parcours fragmentés et une dette UX/UI sur les pages socles.



# ESPACE CLIENT PRO

---

## Approche Lean UX

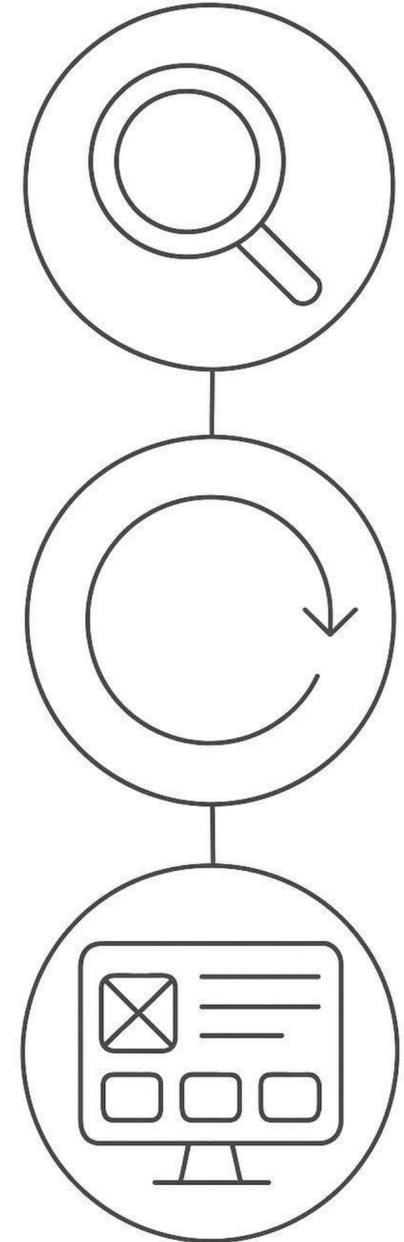
Une démarche itérative centrée sur la collaboration entre UX, PO, PM et développeurs.

Chaque nouveau chantier (page ou fonctionnalité) suivait la même séquence :

1. **Kick-off produit** → Analyse du backlog, définition des hypothèses et priorisation.
2. **Recherche & exploration** → Atomic research, bench, analyse data, interviews exploratoires.
3. **Co-conception & tests utilisateurs** → Wireframes, prototypes, itérations.
4. **Maquettage UI & recette** → Création d'écrans responsive, cas d'erreur, skeletons, pair testing.

## Travaux clés

- Refonte de la **page d'accueil en tableau de bord** pour piloter l'activité dès la connexion.
- Refonte des pages **Commandes, Factures et Contrats**, pensées comme des outils de suivi.
- **Architecture de l'information** retravaillée via tri de cartes pour redéfinir le plan du site (matrice de similarité, dendrogramme).



# ESPACE CLIENT PRO

---

## Résultats

- 33 utilisateurs rencontrés
- 20h d'interviews
- +300 écrans UI livrés
- +11 % de fréquence d'usage de l'Espace client Pro

## Impacts

- Expérience clarifiée et plus intuitive sur les pages clés.
- Cohérence accrue entre les différents parcours.
- Meilleure collaboration UX/PO/PM/DEV autour de l'itération continue.
- Vision plus data-driven pour orienter les futures optimisations.



Ce projet m'a appris à affiner mes process dans un environnement agile déjà structuré, à trouver le bon équilibre entre design opérationnel et impact produit, et à défendre la valeur du test utilisateur dans chaque livraison.

# PORTAIL .COM1 (INTRANET LA POSTE)

---

Quand j'ai intégré le projet .com1, l'intranet des postiers était dense, peu intuitif et souvent perçu comme un outil "imposé".

Mon rôle : concevoir une page d'accueil claire, utile et adaptée à leur quotidien, dans un environnement contraint comme SharePoint.

**Rôle :** UX/UI Designer (Recherche & Co-conception)

**Durée :** 6 mois

## Contexte

Portail interne (.com1) destiné aux postiers pour centraliser l'information et les ressources métier.

L'outil devait rester simple, accessible à tous les profils ; y compris ceux avec une faible appétence technologique ou des connexions internet limitées.



## Défi principal

Refondre la page d'accueil du portail .com1 pour simplifier l'accès à l'information, faciliter la prise en main et améliorer la pertinence des contenus, **tout en respectant les contraintes de SharePoint.**

# PORTAIL .COM1 (INTRANET LA POSTE)

---

## Démarche

Tout le projet a été mené main dans la main avec les postiers, depuis la compréhension de leurs usages jusqu'à la conception de la nouvelle page d'accueil.

## Création de personae

- Collecte d'informations sur les profils et besoins types (interviews)
- **Segmentation des usages** (agents de terrain, encadrants, services supports...).
- Construction de **profils et de scénarios pour orienter la conception**.

## Immersion et focus groups

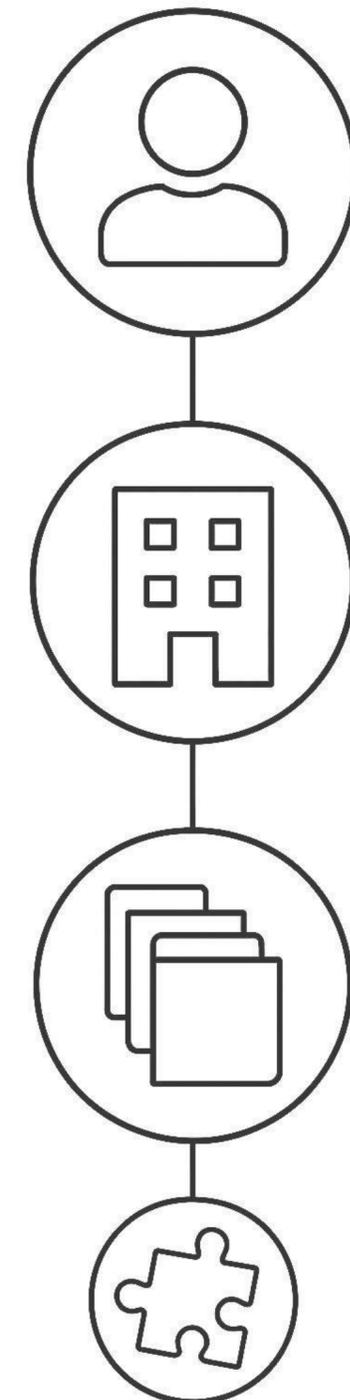
- **Observation en bureau de poste** pour comprendre le contexte réel d'usage.
- Échanges avec les postiers sur les **irritants de l'intranet actuel**.

## Tri de cartes avec les utilisateurs

- Ateliers en présentiel et sessions digitales.
- Objectif : **hiérarchiser et structurer les contenus** pour définir le nouveau plan du site.

## Atelier de zoning collaboratif

- Construction de la **page d'accueil idéale** avec les utilisateurs (**wireframes papier**).
- Discussions et consensus sur les priorités de contenus et de mise en page.



# PORTAIL .COM1 (INTRANET LA POSTE)

## Résultats

- Nouvelle **page d'accueil** co-construite avec les utilisateurs.
- **Architecture de l'information clarifiée** et hiérarchie des contenus redéfinie.
- Expérience adaptée à tous les niveaux d'aisance numérique.
- Contenus priorisés selon la **valeur perçue par les postiers**.

## Impacts

- Plus grande appropriation du portail par les équipes terrain.
- Réduction des frictions dans la navigation quotidienne.
- Meilleure compréhension et utilisation des ressources internes.
- Valorisation du travail des postiers grâce à une approche participative.



“ Ce projet m'a montré la puissance du 'faire avec' : écouter, observer et co-construire avec les utilisateurs change tout, même pour un intranet sous contraintes.

# GOOD TRIP (PROJET PERSONNEL)

---

Après un road trip en Asie, je me suis rendu compte du temps passé à construire mon itinéraire : jongler entre blogs, forums et budgets serrés. C'est de là qu'est né good trip, un projet personnel pensé pour aider les voyageurs à créer automatiquement leur itinéraire idéal selon leurs envies, leur temps et leurs moyens.

**Rôle :** Product Designer

**Durée :** Projet personnel continu

## Contexte

Projet personnel né d'un besoin vécu : simplifier la préparation de voyage pour les backpackers.

Un concept de plateforme web et mobile permettant de générer un itinéraire personnalisé à partir d'un questionnaire complet, en centralisant toutes les informations utiles (lieux, budgets, transports, hébergements).



## Problématique

Comment aider les voyageurs à organiser leur voyage, simplifier la recherche d'informations et construire le meilleur itinéraire en fonction de leurs envies ?

# GOOD TRIP (PROJET PERSONNEL)

---

## Démarche

Tout le processus a été conçu comme un vrai projet produit : recherche, conception, prototypage et test.

## Benchmark UX & analyse de la concurrence

Étude des principales plateformes de voyage (Google Trips, Triplt, Booking, Skyscanner...) pour identifier leurs forces et limites.

## Questionnaire et interviews utilisateurs

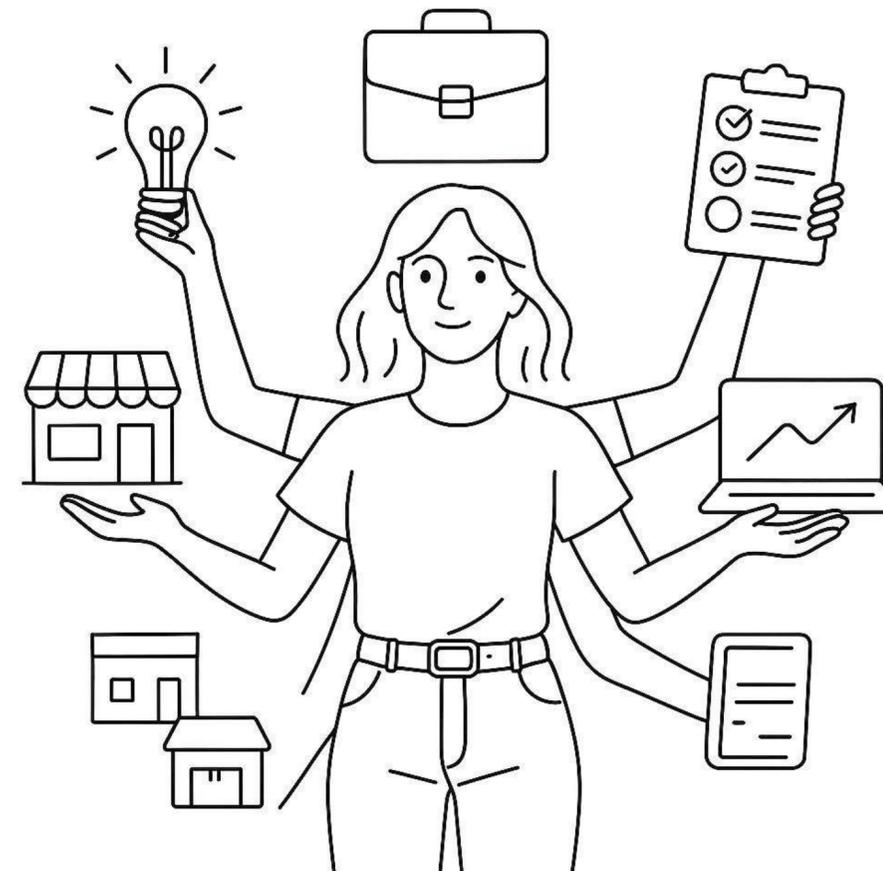
Collecte d'insights sur les besoins réels des backpackers : budget, contraintes, envies, niveau d'autonomie.

## Personas & scénarios d'usage

Construction de profils voyageurs et priorisation des besoins à couvrir en version MVP.

## UX & wireframes

Définition du parcours utilisateur et des écrans clés (onboarding, questionnaire, génération d'itinéraire, favoris).



## UI & Design system

Création d'un design system complet, respectant les normes d'accessibilité RGAA, avec un univers vert et naturel en référence à la liberté et à l'aventure.

## Prototypage

Conception d'un prototype fonctionnel de l'application mobile, pour valider les parcours et les interactions.

# GOOD TRIP (PROJET PERSONNEL)

---

## Solutions conçues

- **Questionnaire intelligent** pour générer automatiquement un itinéraire personnalisé.
- **Plateforme centralisée** regroupant toutes les infos pratiques (transports, hébergements, points d'intérêt).
- **Mode offline** pour rester accessible en voyage.
- **Fonction communautaire** : signalement de problèmes ou partage d'expériences entre voyageurs.

## Résultats

- Création d'un **design system** (palette, composants, typographie, accessibilité).
- **Prototype mobile fonctionnel**, facilitant la projection utilisateur.
- **Business plan posé** pour une éventuelle phase de développement.



“ Good trip incarne mon envie de concevoir des produits utiles, concrets et accessibles.  
Ce projet m'a permis d'expérimenter l'ensemble du cycle produit , de la recherche utilisateur jusqu'à la stratégie business.

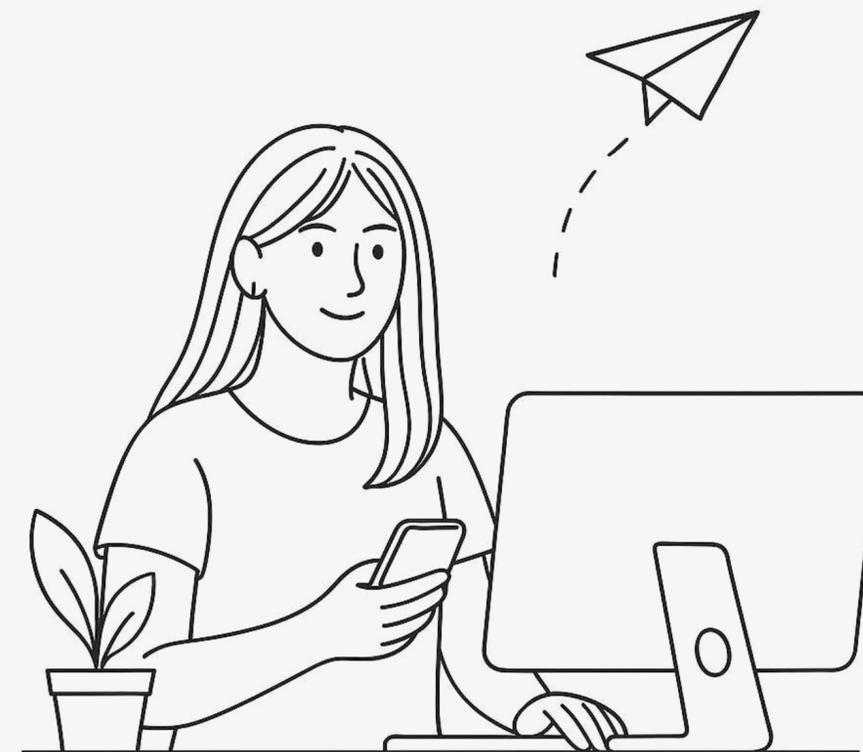
# MERCI !

---

**Ces projets m'ont appris à concevoir avec sens et stratégie.**  
**Aujourd'hui, je veux continuer à construire des produits qui allient valeur utilisateur, cohérence et impact business.**

## Mes apprentissages clés

- Conduite du changement en contexte complexe
- Posture produit et vision stratégique
- Culture du test & amélioration continue
- Cohérence et accessibilité au cœur du design



## Contactez-moi

 | [\*\*hello@cecilemartini.fr\*\*](mailto:hello@cecilemartini.fr)

 | **+33 (0)6 76 66 63 77**

 | [\*\*www.linkedin.com/in/cecilemartini-75\*\*](https://www.linkedin.com/in/cecilemartini-75)



**Créer des expériences claires  
dans des contextes complexes.**

*Cécile  
Martini*