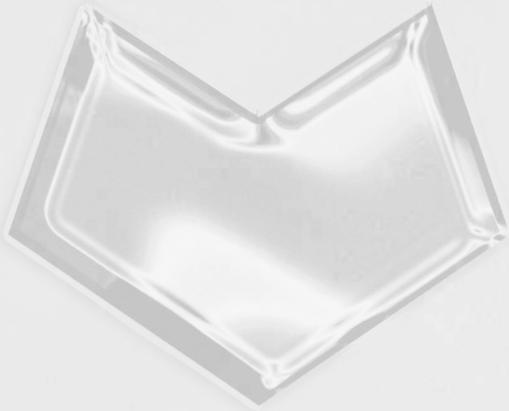
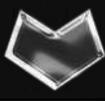


portfolio  
**design + art direction**



**About**

Product Designer with 10 years of experience  
based in Paris



## ABOUT ME

Designer produit avec 10 ans d'expérience, issu de la direction artistique, intervenant aujourd'hui sur des produits complexes dans le retail, la banque, l'assurance, la santé et la tech.

Le rôle est de représenter les utilisateurs tout en équilibrant besoins business, contraintes techniques et exigences réglementaires pour construire des produits réellement utiles.

## HOW I WORK

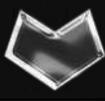
Chaque mission débute par la prise de brief et un pré-cadrage permettant de clarifier le besoin réel, d'identifier les enjeux clés et d'aligner l'ensemble des parties prenantes.

Vient ensuite la phase de conception, où la solution est construite en tenant compte des usages, du contexte métier, des contraintes techniques et de la réglementation.

Avant la livraison, un travail est mené avec les équipes pour préparer l'industrialisation du produit : documentation, règles d'usage, et mise en place d'un plan de suivi de la performance (tracking, indicateurs).

Le produit entre alors dans une boucle d'amélioration continue, guidée par la donnée et les retours terrain.





## THE TOOLS I USE

Les outils conditionnent la manière dont les projets sont cadrés, conçus, livrés et suivis dans le temps. Chaque logiciel correspond à un usage précis et débloque des compétences concrètes, qu'il s'agisse de conception, de collaboration, de pilotage ou d'analyse de la performance.



**Figma + Figjam** | Animation d'ateliers, wireframing, conception d'interfaces, prototypage



**Adobe Creative Cloud** | Création d'identités visuelles, contenus multimédias et vidéos brutes ou en motion



**Google Workspace** | Rédaction de documentation projet, présentations et tableaux de pilotage



**UserTesting** | Tests utilisateurs, interviews modérées, questionnaires quantitatifs, analyse des comportements



**Zeroheight** | Documentation de design system, règles d'usage des composants, passerelle produit / technique



**ContentSquare** | Analyse des parcours utilisateurs, suivi de la performance et détection des points de friction



**Jira** | Pilotage de la production, structuration des backlogs, coordination d'équipes pluridisciplinaires



**Microsoft Office** | Comme Google Workspace, adaptation en fonction des licences disponibles



**Google Analytics** | Analyse de trafic, suivi d'adoption fonctionnelle, prise de décision basée sur la donnée



Crédit Agricole Assurances



Carrefour



BNP Paribas



ELSAN care



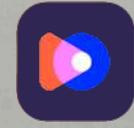
ByMyCar avec Brentt



Groupe Coursier.fr

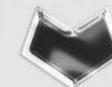


Attijariwafa bank



Touch To Buy

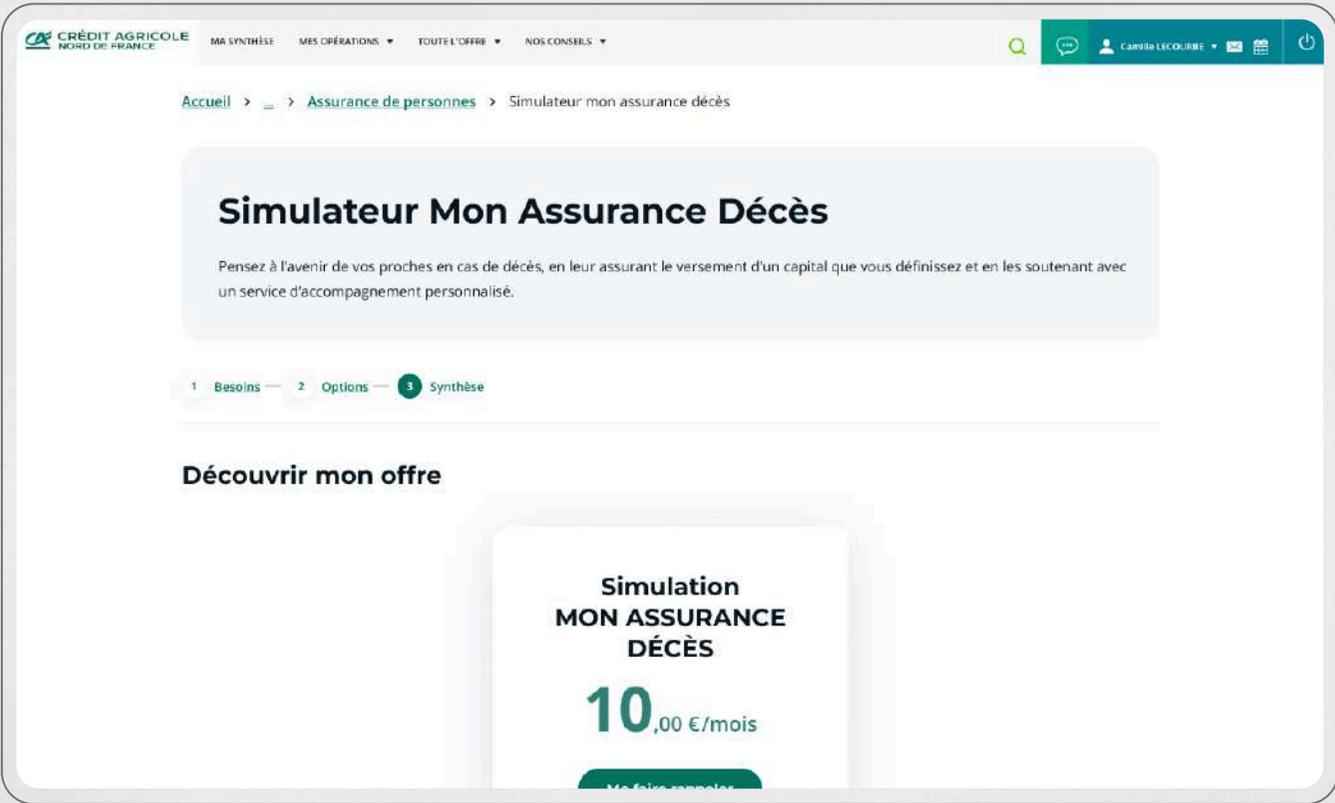




## ASSURANCES OBSÈQUES ET DÉCÈS

Crédit Agricole Assurances a engagé une révision réglementaire majeure sur ses produits de prévoyance, imposant une refonte complète des parcours de souscription Obsèques et Mon Assurance Décès, utilisés quotidiennement par les conseillers et les clients en autonomie.

Le Design Studio est en phase de structuration, avec un besoin fort d'industrialisation des pratiques et d'alignement transverse.



The screenshot shows the user interface for the 'Simulateur Mon Assurance Décès' (My Death Insurance Simulator) on the Crédit Agricole Nord de France website. The page features a navigation bar with 'MA SYNTHÈSE', 'MES OPÉRATIONS', 'TOUTE L'OFFRE', and 'NOS CONSEILS'. The main heading is 'Simulateur Mon Assurance Décès', followed by a sub-heading: 'Pensez à l'avenir de vos proches en cas de décès, en leur assurant le versement d'un capital que vous définissez et en les soutenant avec un service d'accompagnement personnalisé.' Below this is a progress indicator with three steps: '1 Besoins', '2 Options', and '3 Synthèse', with '3 Synthèse' being the active step. The main content area is titled 'Découvrir mon offre' and displays a large card with the text 'Simulation MON ASSURANCE DÉCÈS' and a prominent price of '10,00 €/mois'.



## PROBLÉMATIQUES

L'absence totale de tunnel digital pour Mon Assurance Décès limitait fortement l'autonomie client et la performance commerciale.

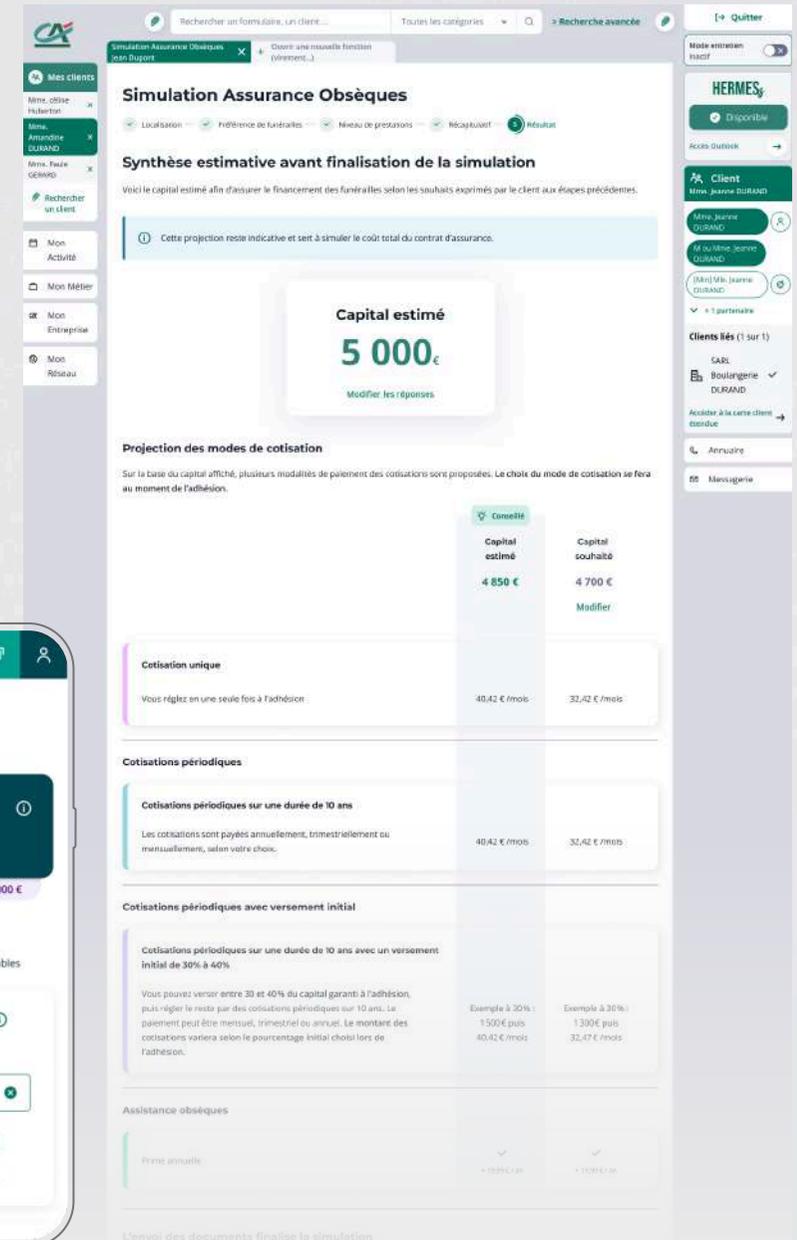
Le parcours Obsèques, quant à lui, exposait l'entreprise à des risques réglementaires, avec une expérience complexe et peu lisible pour les conseillers.

## APPROCHE PRODUIT

Chaque sujet démarre par une reformulation du brief afin de clarifier les contraintes juridiques, métier et techniques.

Un travail de discovery est mené via analyses réglementaires, cartographie des irritants, interviews conseillers et tests utilisateurs pour définir les étapes critiques et structurer un socle produit robuste.

Les parcours sont ensuite conçus à partir du Design System interne, prototypés, testés, puis livrés avec un accompagnement étroit des équipes de développement pour garantir la conformité RGAA et la cohérence multi-device.





# LIVRABLES ET IMPACT

Fiches de cadrage projet issues de la reformulation des briefs, intégrant contraintes réglementaires, enjeux métier et objectifs business.

Synthèses de discovery croisant analyse réglementaire, benchmark concurrentiel et interviews utilisateurs.

Story mapping et matrices impact / effort permettant la priorisation produit.

Maquettes haute définition, synthèses de tests utilisateurs et plans de tagage pour le suivi de la performance.

# COMPÉTENCES

Création de produit from scratch en environnement réglementé.

Traduction de cadres juridiques complexes en expériences exploitables.

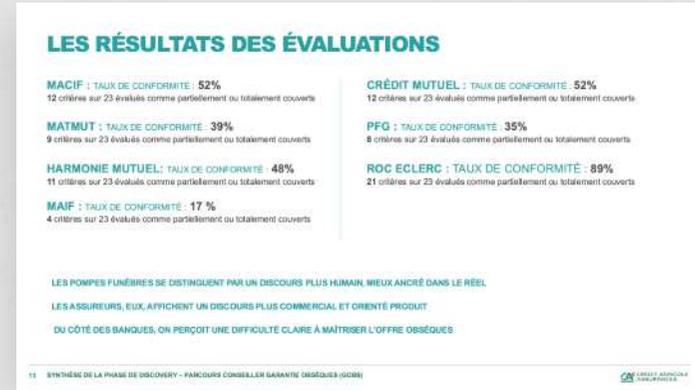
Prise de décision produit structurée et priorisée.

Accompagnement de la conformité RGAA vers le design.

Conception UI via design system et pratiques designOps.

Définition de la performance et logique d'amélioration continue.

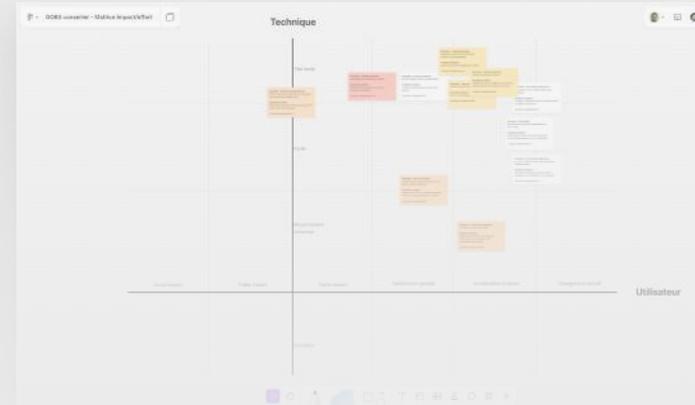
Coordination transverse dans des contextes à forte contrainte.



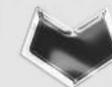
Synthèse benchmark réglementaire



Mapping de l'existant en termes de devoir de conseil



Matrice impact / effort des besoins utilisateurs



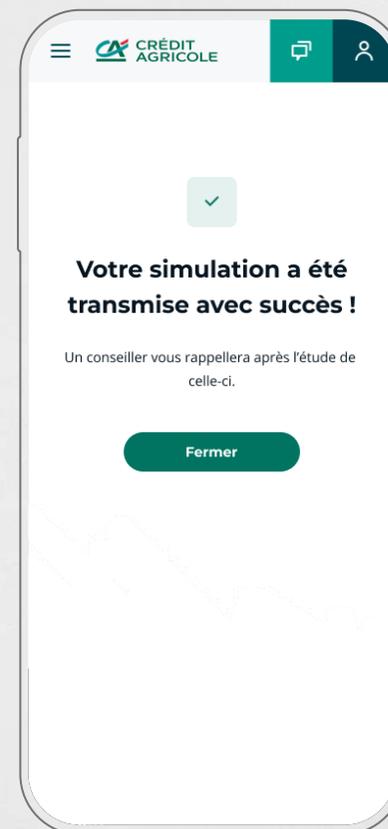
## PERFORMANCES

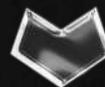
Création de produit from scratch, refonte en environnement réglementé, accessibilité RGAA, design system, DesignOps, pilotage transverse et suivi de performance.

**88% des adhésions** | Mon Assurance Décès (MAD) sont désormais dématérialisées.

**2 578 simulations** | réalisées sur le simulateur MAD en un mois.

**45 critères ACPR validés** | conformité atteinte sur le parcours Assurance Obsèques (contre 20 initialement)



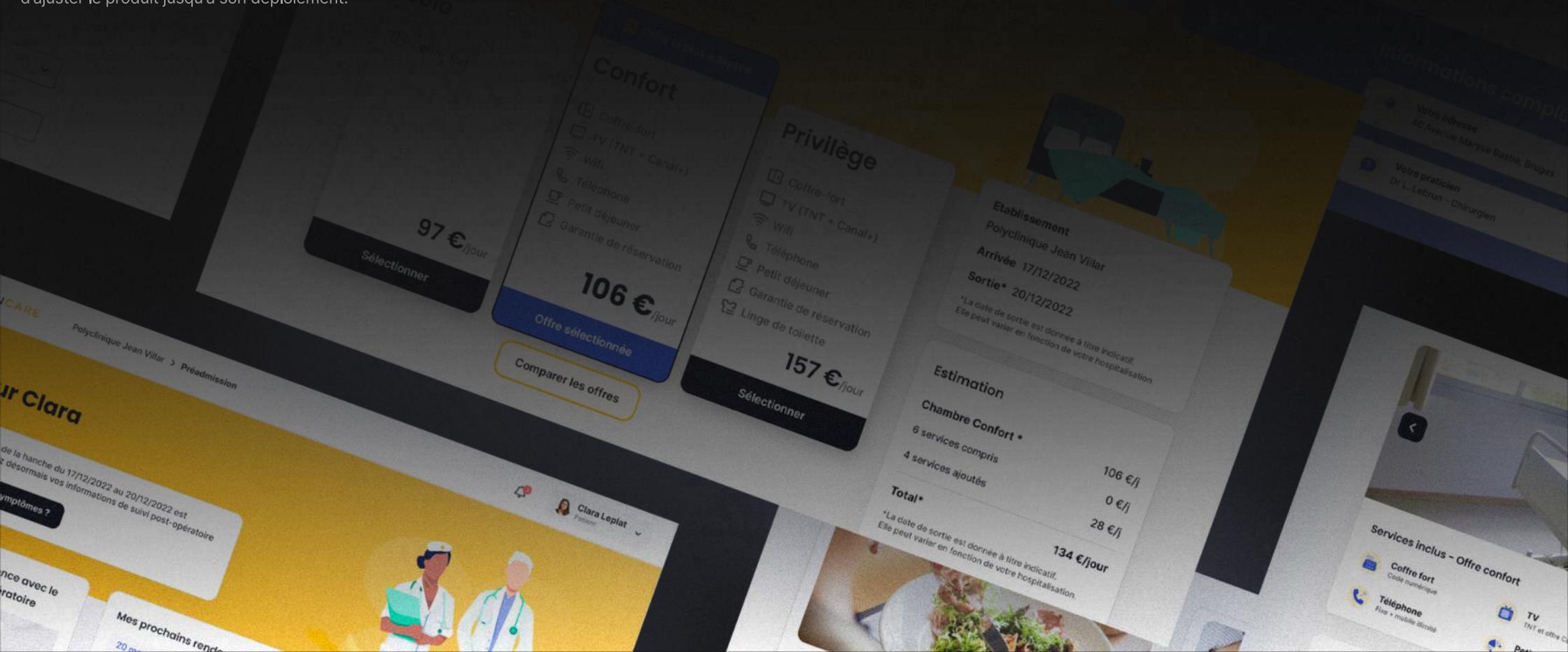


## Leader de l'hospitalisation privée en France

SEAMLESS est un produit national destiné aux 140 cliniques du groupe ELSAN pour digitaliser et sécuriser l'ensemble du parcours de pré-admission patient.

En tant que lead product designer, le rôle a consisté à structurer le produit dans un contexte médical complexe tout en pilotant une équipe de 4 designers. Le travail s'est appuyé sur des ateliers de cadrage avec les product managers, développeurs et équipes métiers afin d'aligner vision, faisabilité et valeur business.

L'ensemble du parcours a été conçu en UX/UI avec une direction artistique dédiée et une cartographie fine des moments critiques du patient. Des tests utilisateurs réguliers ont permis d'ajuster le produit jusqu'à son déploiement.

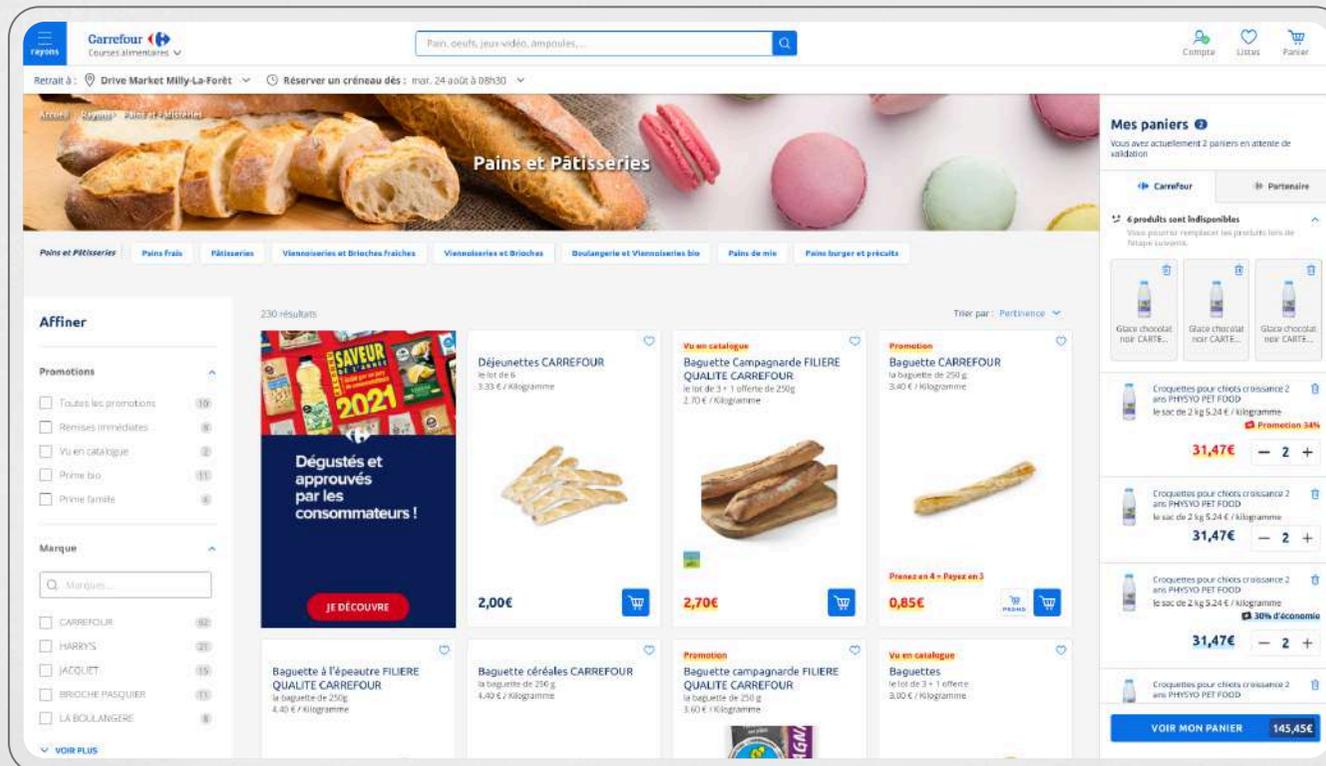




## E-COMMERCE ET SERVICES DIGITAUX

Carrefour.fr est la plateforme e-commerce du groupe, utilisée pour la vente au détail et au gros, sur web et mobile, dans un contexte international structuré en SAFE.

Intégration au sein du Creative Studio pour accompagner la structuration design, industrialiser les pratiques UX/UI et améliorer la performance des parcours clés du site.





## PROBLÉMATIQUES

Une plateforme riche mais fragmentée, avec des parcours hétérogènes et une forte dette UX impactant la performance business.

Difficultés de référencement et d'accès aux pages magasins, empêchant les utilisateurs de trouver simplement leur point de vente.

Absence de tunnel digital pour la vente de fioul, jusque-là réalisée uniquement par téléphone dans un contexte marché fortement tendu lié au COVID.

Un parcours Help & Desk inefficace générant un volume élevé d'appels non qualifiés et une faible autonomie des clients.

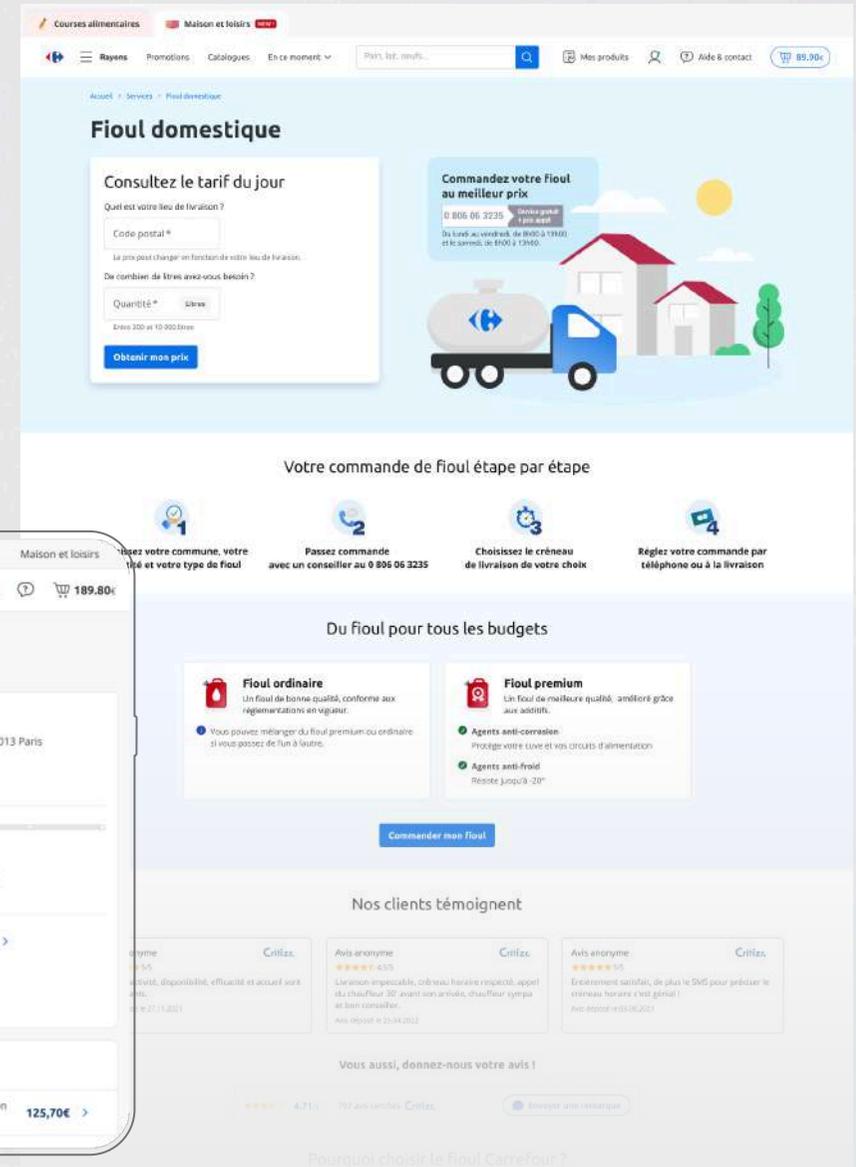
## APPROCHE PRODUIT

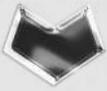
Travail au sein d'un studio transverse en lien direct avec plusieurs squads rattachées à des périmètres métier distincts.

Accompagnement des équipes business et des chefs de projet sur l'ensemble de la chaîne de valeur produit, depuis la compréhension des enjeux business jusqu'à la livraison.

Cadrage des sujets à partir des indicateurs de performance existants, analyses data, ateliers de priorisation et représentation des attentes utilisateurs pour éviter toute dérive produit.

Conception UX/UI en itération continue, avec tests utilisateurs réguliers, validation terrain et collaboration étroite avec les équipes data.





# LIVRABLES ET IMPACT

Fiches de cadrage et analyses data permettant d'objectiver les décisions produit avant lancement.

Synthèses de tests utilisateurs issus de panels ciblés et de tests guérilla.

Wireframe UX documentées.

Maquettes haute définition pour les parcours e-commerce, services, magasin, fioul et support client, conforme au design system groupe.

# COMPÉTENCES

Optimisation de parcours e-commerce à grande échelle en environnement international.

Prise de décision data-driven à partir de heatmaps, analytics et indicateurs business.

Conception de tunnels digitaux dans des contextes métiers complexes.

UX research appliquée à des produits transactionnels à fort trafic.

UI responsive alignée avec un Design System groupe.

Coordination transverse designers, PO, développeurs et métiers dans un cadre SAFE.



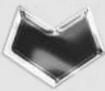
Collaboration avec le pôle data pour énumérer des hypothèses



Synthèse des tests utilisateurs avec une approche quantitative



Analyse de l'existant concernant le mini-panier



# PERFORMANCES

Les résultats suivants reflètent l'impact de plusieurs chantiers menés sur des périmètres produits distincts, chacun avec ses propres enjeux business, utilisateurs et techniques.

## Amélioration des Optins lors des cookies

De 250K à 4M d'opt-ins | en 8 mois.

62 000 mails et 21 000 SMS | entre janvier et octobre.

## Création parcours Fioul

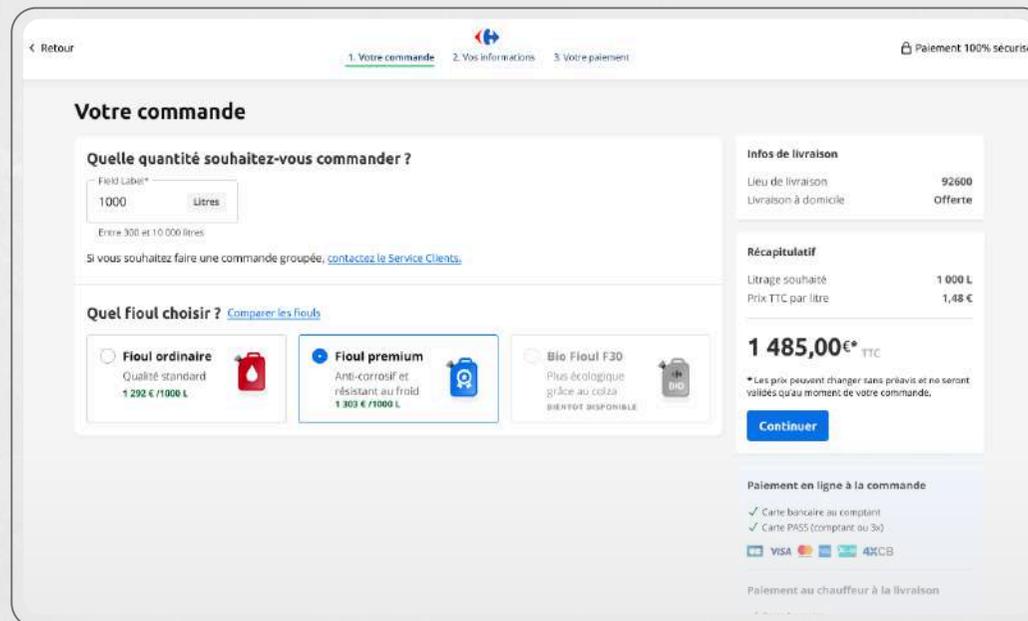
19K vues / semaine | au lancement de la landing page.

83 % des utilisateurs | déclarent utiliser uniquement la version digitale.

## Refont Help & Desk

Part d'appels non qualifiés | de 56 % à 24 %.

Taux de succès « obtenir de l'aide » | de 19 % à 58 %.



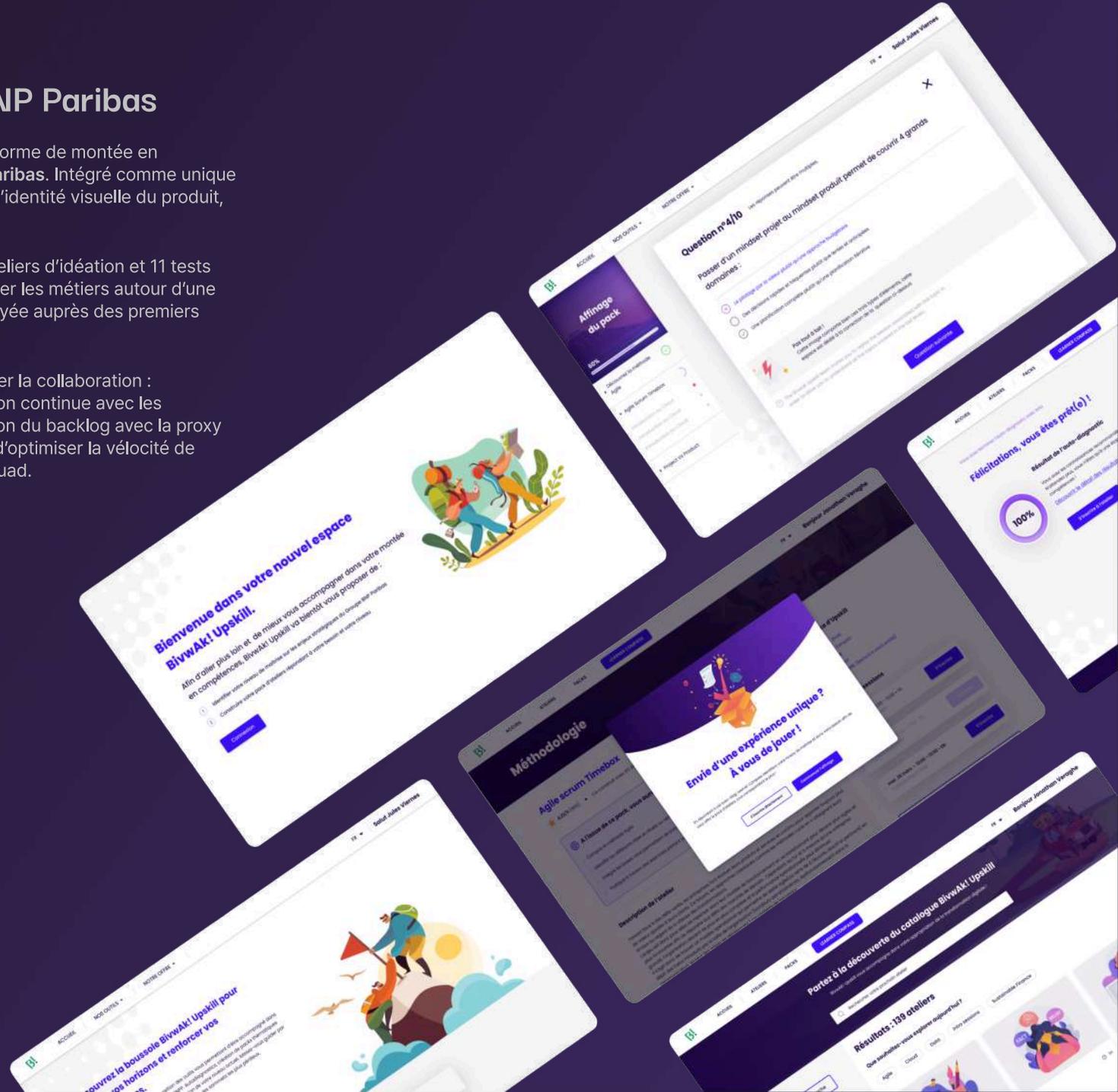


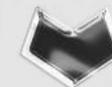
# E-learning pour les collaborateurs BNP Paribas

Au sein du hub d'innovation **BivwAk!**, conception du MVP d'une plateforme de montée en compétences destinée aux 200 000 collaborateurs du groupe **BNP Paribas**. Intégré comme unique designer dans une squad de 8 personnes, le rôle couvrait l'UX, l'UI et l'identité visuelle du produit, avec un objectif clair : livrer un MVP fonctionnel en quatre mois.

Le cadrage du produit s'est appuyé sur 12 interviews utilisateurs, 6 ateliers d'idéation et 11 tests utilisateurs afin de sécuriser la compréhension des parcours et d'aligner les métiers autour d'une vision commune. Dès le deuxième mois, la plateforme était déjà déployée auprès des premiers collaborateurs BNPP, avec 75 % des écrans développés et intégrés.

Une organisation de travail spécifique a été mise en place pour fluidifier la collaboration : préparation des sprints en amont avec le product owner, co-conception continue avec les développeurs pour anticiper les contraintes techniques, et structuration du backlog avec la proxy PO afin d'aligner user stories et maquettes. Cette approche a permis d'optimiser la vélocité de l'équipe et d'installer durablement une culture produit au sein de la squad.





التجاري وفا بنك  
Attijariwafa bank

## DIGITALISATION DU PARCOURS AGENCE PHYGITAL

Attijariwafa Bank a engagé une refonte complète de son flagship au Maroc, impliquant la création d'un parcours digital intégré à l'architecture intérieure de l'agence.

L'enjeu était de concevoir une expérience cross-device mêlant espaces physiques, bornes interactives et mobile afin de moderniser la relation client en agence.

التجاري وفا بنك  
Attijariwafa bank

Découvrez  
Attijari mobile

REPONIBLE SUR  
Google Play

Disponible sur  
App Store

1 Euro égal  
10,80 Dirham  
marocain

17 oct. 20 oct. 1 nov.

● Avec rendez-vous ● Sans rendez-vous

- Rami A Rendez-vous à 14h avec monsieur Aziz
- Hasna K Rendez-vous à 14h15 avec monsieur Kehb
- Amani D Numéro 86 - temps estimé à 8min

CAC 40 : 5 094 -0,72% Dow Jones : 26 190 +0,04% Nasdaq : 7 530 -0,53% EUR/USD : 1,1337\$



## PROBLÉMATIQUES

L'absence de parcours digital structuré en agence rendait l'attente client passive et peu informative.

Les collaborateurs manquaient d'outils pour gérer efficacement les rendez-vous, les plannings et l'orientation des clients dans un espace profondément réaménagé.

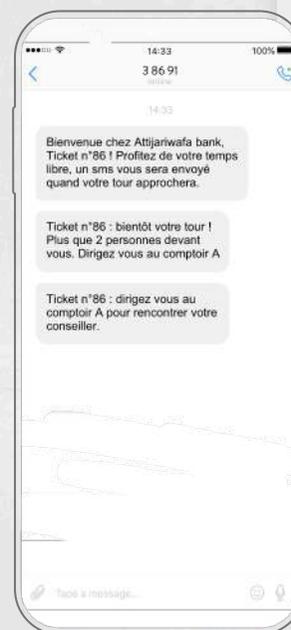
## APPROCHE PRODUIT

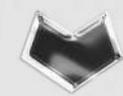
Le projet a débuté par une immersion terrain afin d'observer les usages réels en agence et d'identifier les points de friction entre clients et conseillers.

Un travail étroit a été mené avec les architectes et la direction artistique pour intégrer le digital directement dans l'architecture intérieure du flagship et concevoir une expérience phytale cohérente.

Des entretiens collectifs avec les équipes opérationnelles et la direction ont permis d'aligner les enjeux métier, relationnels et organisationnels.

La conception s'est appuyée sur des ateliers de co-conception afin de structurer les scénarios d'usage et définir des flux cross-device réalistes dans des délais contraints.





## LIVRABLES ET IMPACT

User flow couvrant smartphone, bornes interactives, écrans en agence et workflows SMS.

Maquettes haute définition pour l'ensemble des supports digitaux.

Synthèse du discovery des focus group et de l'observation terrain.

Spécifications UX/UI livrées à l'agence d'intégration en charge du développement.

Fiche technique des équipements digitaux pour le déploiement du dispositif phygital.

## COMPÉTENCES

Conception de parcours phygitaux cross-device.

Analyse terrain et observation des usages en environnement physique.

Traduction des enjeux métiers en scénarios d'usage concrets.

Design collaboratif en délais courts avec équipes créatives.

UX/UI pour objets connectés (IoT).

Gestion de projet avec équipes pluridisciplinaires : designers, architectes, directions artistiques.

Capacité à traduire des enjeux métiers et spatiaux en expériences utilisateurs concrètes.

Acculturation au phygital auprès des équipes métier.



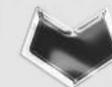
Définitions des équipements pour assurer une expérience complète



Localisation des équipements dans un espace physique



Vidéo démonstrative résumant tous les cas d'usages



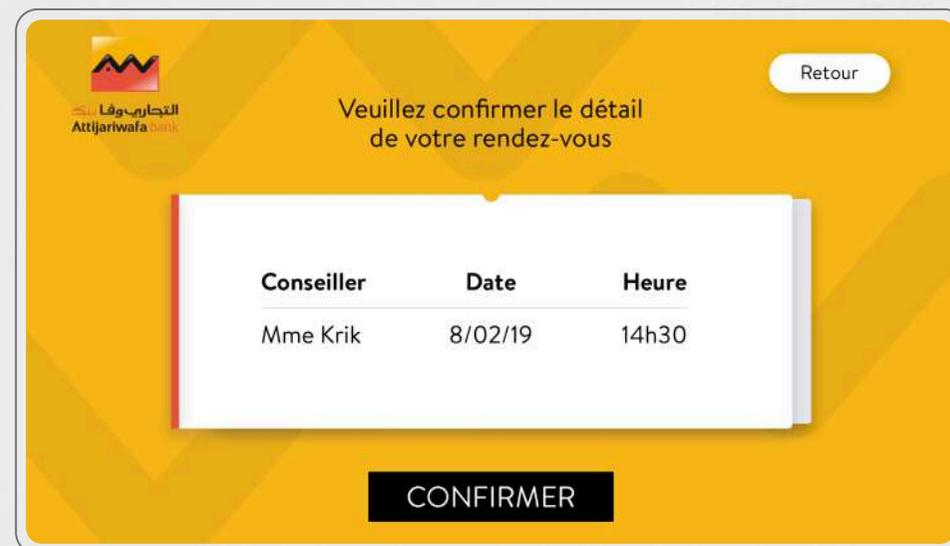
## PERFORMANCES

Les résultats reflètent l'efficacité de la démarche de conception rapide sur un projet pilote à forte visibilité stratégique.

**4 supports digitaux** | smartphone, borne interactive, iPad, écrans agence livrés prêts à intégrer.

**3 jours d'observation terrain** | analyse fine des interactions clients / collaborateurs.

**2 focus group** | alignement métier avec équipes et direction.





## REFONTE DE L'ÉCOSYSTÈME DIGITAL B2B

Coursier.fr est un spécialiste du transport express B2B en Île-de-France, dont le site ne reflétait plus ni la qualité de service ni la richesse de l'offre commerciale.

Mission confiée directement par la direction pour repenser intégralement l'expérience digitale, clarifier les messages clés et renforcer les éléments de réassurance auprès des clients professionnels.

Le projet a mêlé UX, direction artistique et production de contenus, avec l'organisation de shootings photo et vidéo pour valoriser l'expertise terrain de l'entreprise.

La refonte complète du site, conçue et intégrée en HTML/CSS/JavaScript dans des délais courts, a permis d'augmenter le taux de conversion de 4,1 % en cinq mois et de réduire le taux de rebond de 7 %, tout en posant les bases d'une première ouverture vers le B2C.



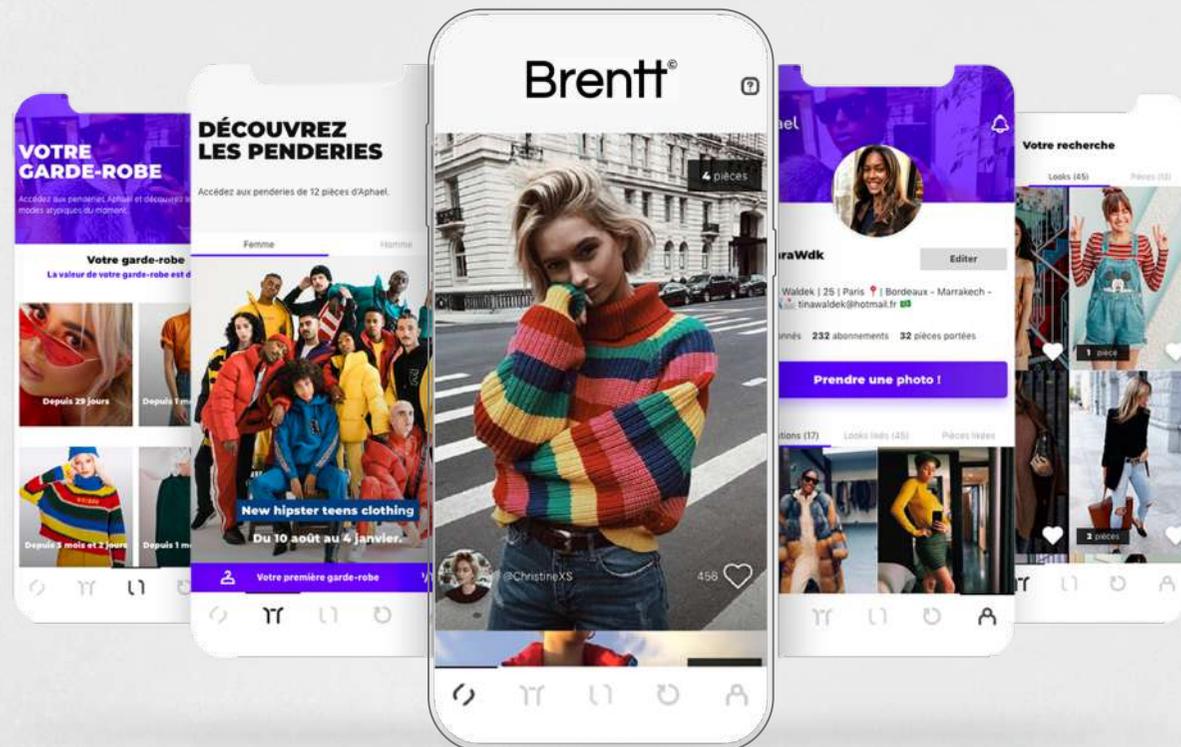


# BYmy)CAR

## INCUBATION DANS LE SECTEUR DE L'HABILLEMENT

ByMyCAR est un réseau national de concessions automobiles ayant lancé un incubateur interne pour explorer de nouveaux business models digitaux.

Dans ce cadre, le groupe initie le projet **Brentt**, un service de location mensuelle de garde-robe. Suite à un premier lancement non concluant, la startup engage une refonte complète de son positionnement afin de transformer un ancien réseau social de vêtements en véritable produit d'abonnement, porté par une application mobile iOS / Android et un site e-commerce.





## PROBLÉMATIQUES

Le produit existant ne répondait pas à un besoin utilisateur clair et souffrait d'un manque de proposition de valeur lisible.

L'offre était perçue comme gadget, sans usage récurrent, ni traction business suffisante. La startup devait trouver rapidement un nouveau modèle viable tout en structurant une équipe produit encore très immature.

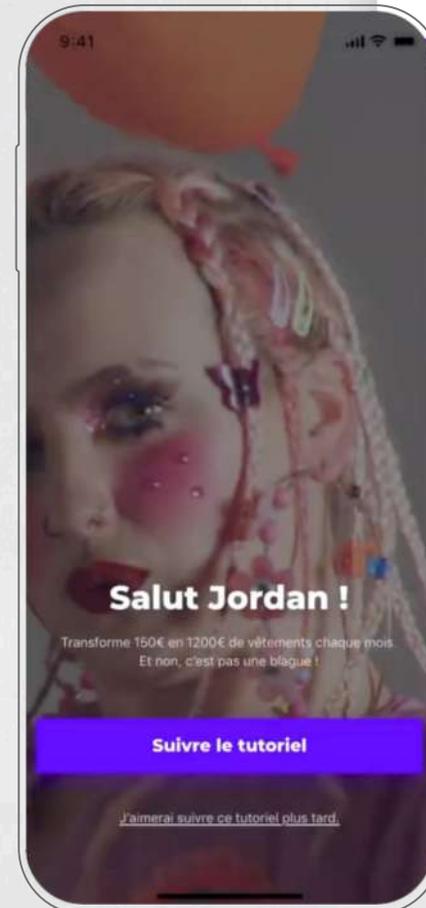
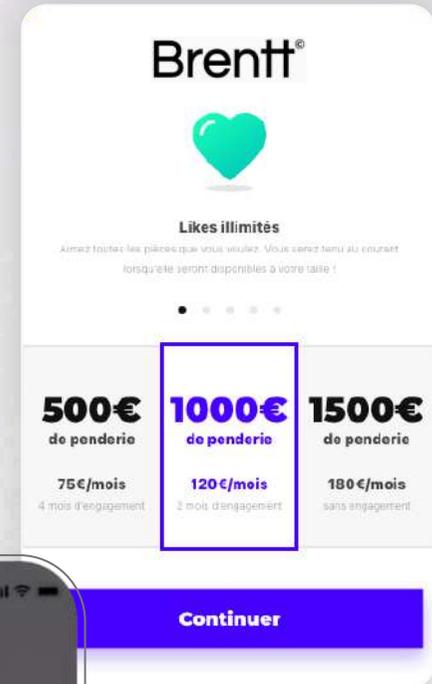
## APPROCHE PRODUIT

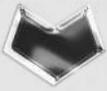
L'entrée sur le projet se fait par une phase d'immersion terrain afin de comprendre les usages réels liés à l'habillement et à la gestion de garde-robe.

À partir des enquêtes quantitatives et qualitatives, micro-trottoirs, interviews utilisateurs et formalisation de personas, une nouvelle vision produit est définie puis partagée avec l'ensemble de l'équipe.

Au fil du projet, la mission évolue d'un rôle de product designer vers une responsabilité de direction produit, avec la mise en place d'une méthodologie participative impliquant marketing, tech et direction pour piloter le repositionnement de la startup.

Le produit est ensuite structuré autour d'un backlog priorisé, de roadmaps, de prototypes testés et d'un suivi étroit de la production en collaboration avec le CTO et les équipes externes en charge du développement de l'application mobile.





# LIVRABLES ET IMPACT

Audit UX de l'application mobile.

Personas, synthèses d'enquêtes terrain et recommandations stratégiques pour orienter le repositionnement.

Backlog produit complet prêt pour développement, couvrant site web, application mobile et tunnel d'abonnement.

Maquettes haute définition, prototypes fonctionnels et assets visuels pour les supports digitaux.

Pitch deck pour investisseurs et business model pour accompagner la levée et la communication.

# COMPÉTENCES

Design pour application mobile iOS et Android et CMS responsive.

Construction de produit digital from scratch en contexte startup.

Repositionnement stratégique basé sur la recherche utilisateur et business.

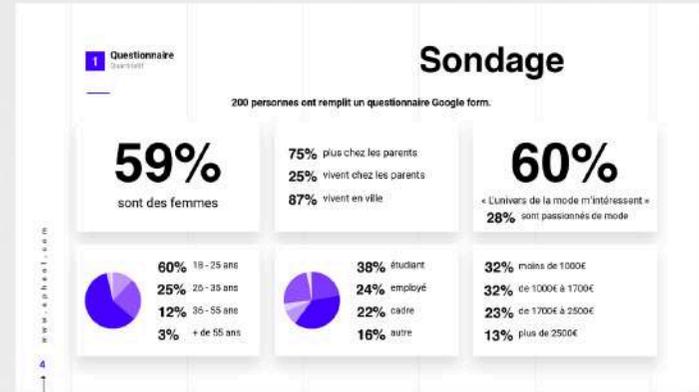
Pilotage de la vision et roadmap produit, définition de KPIs et structuration du go-to-market.

Création d'une identité de marque.

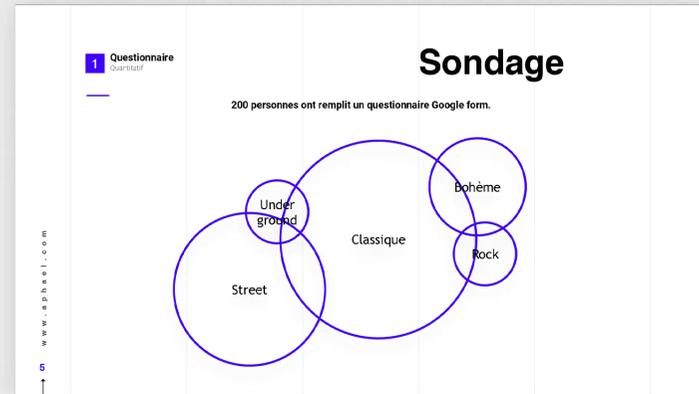
Management d'équipe pluridisciplinaire et coordination avec partenaires techniques externes.



Personas basés sur des questionnaires quantitatifs et qualitatifs



Synthèse d'un questionnaire quantitatif pour orienter la cible



Synthèse d'un questionnaire quantitatif pour orienter les achats





## Player vidéo interactif B2C cross-canal

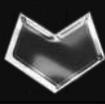
Skoleom est une solution développée par Touch To Buy visant à transformer la vidéo en véritable canal de conversion e-commerce grâce à un player interactif permettant d'acheter des produits sans interrompre le visionnage. Le projet s'inscrit dans une logique d'innovation technologique mêlant vidéo, interaction temps réel et performance marketing.

L'enjeu principal était de concevoir un player différenciant, capable de réduire drastiquement les frictions d'achat tout en conservant une expérience émotionnelle forte.

Une attention particulière a été portée à l'emotional design du player, avec un traitement visuel d'onde à chaque interaction et un sound design immersif renforçant l'engagement. En parallèle, une timeline marketing a été intégrée pour inciter à l'action au bon moment du visionnage, transformant la vidéo en véritable levier de conversion.

Le produit a été pensé comme une solution plug and play, compatible avec l'ensemble des sites e-commerce et des réseaux partenaires.





## AVAILABILITY AND COLLABORATION

Aujourd'hui, l'objectif est de m'inscrire dans une relation de confiance durable avec mes clients, en freelance et privilégiant le remote.

L'approche recherchée repose sur une forte capacité d'adaptation aux enjeux business, réglementaires et organisationnels de chaque entreprise, avec une implication réelle dans la structuration des produits et des équipes.

Certes, chaque mission est pensée comme un partenariat orienté performance, mais la vraie valeur ajoutée réside dans la qualité de la relation humaine : créer de la confiance, redonner de l'élan aux équipes et construire ensemble un produit dont chacun peut être fier.

Au plaisir d'échanger prochainement avec vous autour de vos projets et de vos enjeux.



Téléphone | +33 6 68 91 90 53



Email | [j.balendek@gmail.com](mailto:j.balendek@gmail.com)



LinkedIn | [Jordan Balende](#)

portfolio  
**design + art direction**



**About**

Product Designer with 10 years of experience  
based in Paris