

# Expérience utilisateur

## Cinq principes clés

Le succès de votre site dépend du degré de satisfaction des internautes qui le consultent. À mesure que l'usage d'Internet se développe dans le monde, les sites doivent redoubler d'efforts pour se démarquer de leurs concurrents et attirer les visiteurs. L'attention des internautes étant limitée, vous ne disposez que de quelques secondes pour leur offrir une expérience de qualité et leur prouver que vous êtes en mesure de leur fournir ce dont ils ont besoin.

L'application de ces cinq principes vous permettra d'offrir un confort de navigation optimal à vos visiteurs.



# 1 Concilier vos objectifs et ceux de vos visiteurs

Posez-vous cette question :

**"Comment offrir à mes visiteurs ce qu'ils souhaitent tout en atteignant mes propres objectifs ?"**

Trouvez comment concilier vos objectifs et ceux de vos visiteurs. Identifiez l'offre de base et les points forts de votre site, en vous concentrant sur un ou deux éléments clés. Bien que votre site puisse être performant à de nombreux niveaux, il est préférable que vous vous concentriez sur ses principaux atouts.

Chez Google, nous proposons un grand nombre de produits et de fonctionnalités, mais lorsqu'un internaute se rend sur Google.fr, nous savons précisément ce que nous attendons de lui : faire des recherches.

## Conseils

Avant de commencer, posez-vous ces questions :

- Comment vos visiteurs découvrent-ils votre site ?
- Que recherchent-ils ?
- Leur proposez-vous ce qu'ils recherchent ?
- Qu'attendez-vous d'eux ?
- Comment obtenez-vous la réaction souhaitée de leur part ?

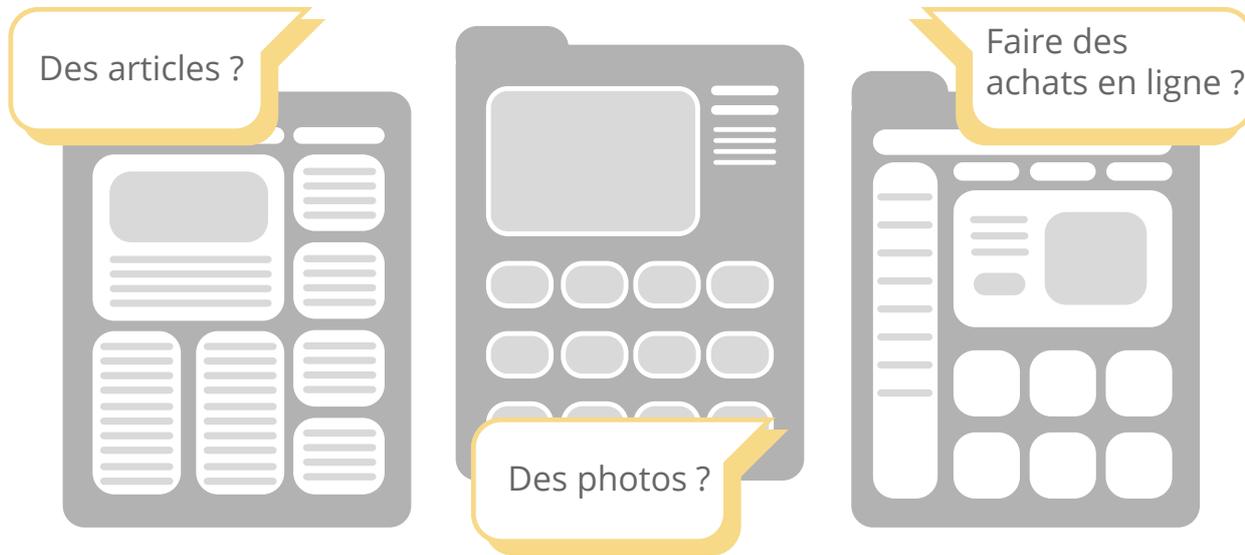
---

## Ressources

**Google Analytics** : outil gratuit de Google qui vous permet de mesurer votre trafic et de comprendre comment les visiteurs utilisent votre site actuellement. Vous pouvez également vous en servir pour tester les changements apportés à votre site et connaître leur impact sur les performances.

*<http://www.google.fr/analytics/>*

# Que **VEULENT MES VISITEURS ?**



## Exemple

*Vous avez un site d'actualités sur la technologie et vos réponses aux questions sont les suivantes :*

1. La plupart de vos visiteurs ont saisi une requête dans un moteur de recherche et ont été directement orientés vers la page de l'article.
2. Les visiteurs souhaitent accéder au contenu de l'article pour lequel ils ont effectué une recherche.
3. Vous leur proposez un article en pleine page sur la page de destination.
4. L'objectif est d'encourager les visiteurs à rester plus longtemps sur le site afin qu'ils consultent davantage de contenu.
5. Vous ne savez pas encore comment obtenir la réaction souhaitée de leur part.

La question 5 constitue le vrai défi. Vous devez prouver aux visiteurs qu'il existe d'autres contenus de qualité sur votre site et les inciter à en lire davantage. Vous pouvez accomplir cela en incluant quelques articles connexes ou populaires au bas de vos pages.

# 2 Utiliser une structure claire pour guider les visiteurs

Quelle que soit la page de destination sur laquelle arrivent les visiteurs, vous ne disposez que de quelques secondes pour capter leur attention et faire passer votre message, dans la partie au-dessus de la ligne de flottaison de ce premier écran. En utilisant une arborescence simple, vous indiquez clairement aux internautes la structure de votre site et mettez en avant ce que vous souhaitez leur présenter.

Gardez à l'esprit l'architecture des informations sur votre site. Organisez et affichez de manière cohérente les informations sur votre site afin que les visiteurs soient en mesure de faire la différence entre les pages familières et celles qui ne le sont pas. Si la structure de votre site Web n'est pas logique ni intuitive, les visiteurs seront perdus et ne sauront pas où aller ensuite. Cela ajoute à la frustration générale et risque d'inciter les visiteurs à quitter votre site.

## Conseils

Suivez ces conseils de conception simples pour créer la structure de votre page :

- **Contraste** : utilisez les options de couleur, de saturation ou d'opacité pour mettre en avant des éléments sur la page.
- **Taille** : n'hésitez pas à utiliser de GROS éléments en GRAS pour attirer l'attention sur les informations les plus importantes de la page.
- **Alignement** : utilisez un axe commun pour lier des éléments.
- **Espace vide** : attirez l'attention sur des éléments spécifiques en laissant un espace vide autour d'eux. En outre, votre page n'en sera que plus agréable à regarder.
- **Grille** : utilisez une grille simple pour présenter les éléments de votre page afin de créer une impression d'ordre et de structure.

---

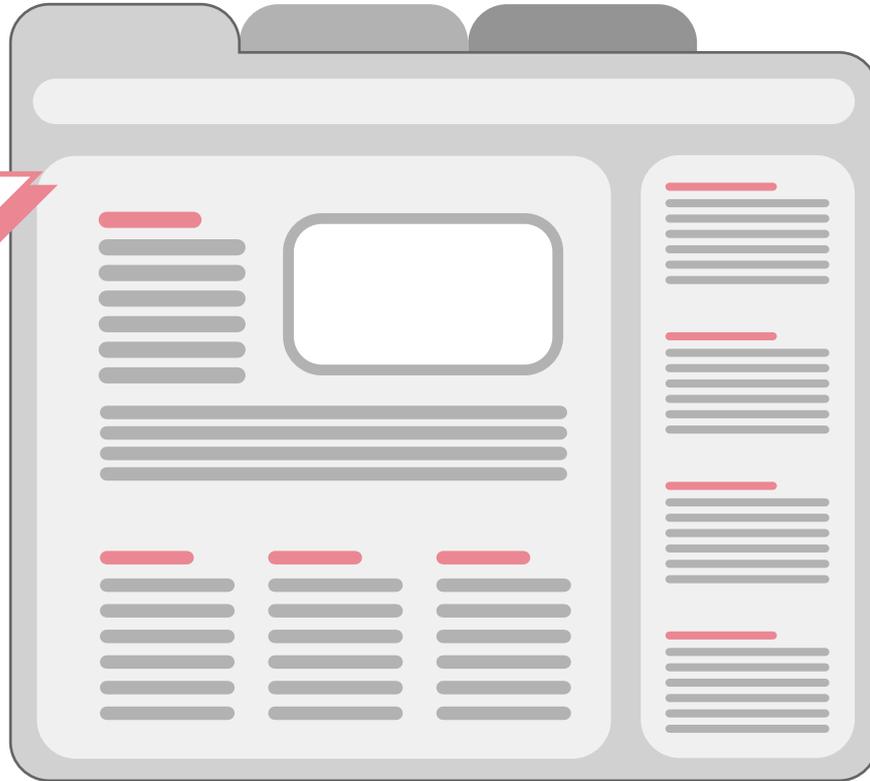
## Ressources

**Consignes aux webmasters** : la création d'une arborescence et d'un plan de site clairs permet aux robots d'exploration Google de trouver et de classer votre contenu plus facilement.

<http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=fr&answer=35769>

## Créer une **structure**

Contraste  
Taille  
Alignement  
Espace vide  
Grille



### Exemple

Les sites de journaux créent une structure par le biais d'une arborescence. Le tout dernier scoop ou l'actualité la plus importante dominent l'écran, afin que ce soit la première chose que l'on remarque sur la page. Les grands titres des autres sections sont affichés en gros et en gras afin que les visiteurs puissent facilement les repérer au cours de leur navigation. La taille et le contraste des photos et des titres permettent de guider les visiteurs sur la page.

# 3 Veiller à ce que les internautes sachent quelle action effectuer

Vos visiteurs doivent toujours savoir comment passer à l'étape suivante. Lorsqu'un internaute arrive sur votre page, il doit pouvoir identifier sans peine les éléments les plus importants et les actions à effectuer ensuite. Vous devez lui indiquer clairement comment passer à l'étape suivante, qu'il s'agisse de cliquer sur un bouton d'achat ou de lire un article connexe.

## Conseils

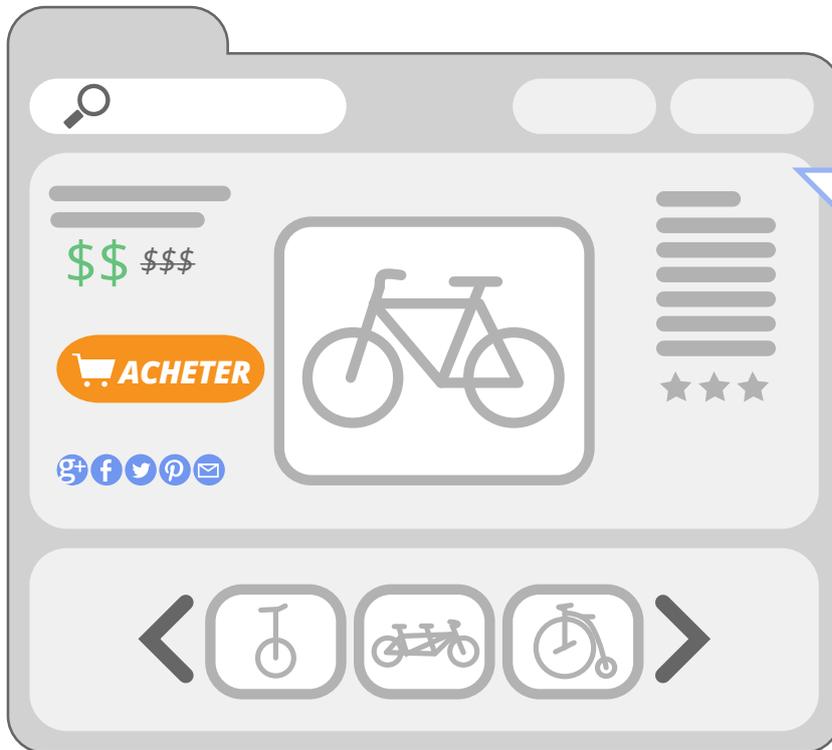
Pour créer des incitations à l'action efficaces, tenez compte des conseils ci-dessous :

- **Mise en valeur** : mettez en valeur votre incitation à l'action en jouant sur sa taille et sa couleur, en modifiant le contraste et/ou en laissant un espace vide autour.
- **Simplicité** : n'encombrez pas votre page avec un trop grand nombre d'incitations à l'action. Réfléchissez aux actions que vous souhaitez que vos visiteurs effectuent et mettez-les en valeur au niveau de la conception de votre site.
- **Incitation** : encouragez vos visiteurs à passer à l'action, en leur proposant des réductions, des cadeaux, une participation à un tirage au sort ou l'accès à des contenus supplémentaires, par exemple.
- **Proximité** : veillez à placer votre incitation à l'action à un endroit logique sur la page. Par exemple, si la page contient un article, vous pouvez placer l'incitation à l'action au bas de cet article.
- **Cohérence** : votre incitation à l'action doit figurer à plusieurs endroits sur votre site, tout en conservant une apparence cohérente.

## Ressources

**Événements Google Analytics** : mesurez l'impact des modifications apportées à votre mise en page et surveillez vos visiteurs afin de comprendre la façon dont ils interagissent avec votre site et comment cette interaction évolue. Les événements Google Analytics peuvent vous aider à mesurer cette évolution via l'analyse des clics sur des éléments prédéfinis de la page.

<http://www.google.fr/analytics/>



## Guider les actions

Mise en valeur  
Simplicité  
Incitation  
Proximité  
Cohérence

### Exemple

Dans l'exemple ci-dessus, l'incitation à l'action est évidente : via une structure claire, le site encourage les visiteurs à s'intéresser tout d'abord à l'image du produit, puis à cliquer pour obtenir davantage d'informations ou à acheter l'article en cliquant sur le bouton "ACHETER".

# 4 Adapter votre site à la situation de vos visiteurs

Vos visiteurs doivent pouvoir bénéficier d'un confort de navigation optimal sur votre site, à tout moment et où qu'ils se trouvent. Comment les internautes utilisent-ils votre site dans différentes situations ? Pensez notamment aux contraintes de temps et aux supports qu'ils utilisent (ordinateur ou appareil mobile).

## Conseils

Ces quelques conseils vous aideront à imaginer les différentes situations dans lesquelles vos visiteurs peuvent se trouver :

- **Situation** : dans quel contexte un internaute peut-il être amené à chercher des informations sur votre site ?
- **Limitation des fonctionnalités** : la version pour mobile de votre site ne doit inclure que les principales fonctionnalités (celles qui permettront à vos visiteurs de trouver ce qu'ils recherchent). Gardez les fonctionnalités avancées pour la version pour ordinateur de votre site.
- **Vitesse** : les internautes sont pressés, aussi veillez à ce que votre site se charge très rapidement. L'outil Google PageSpeed peut vous aider à optimiser le temps de chargement de vos pages.
- **Tolérance** : les internautes font parfois des erreurs, surtout avec leur mobile. Donnez-leur la possibilité d'annuler facilement une action et de revenir sur leurs pas, sans les obliger à passer par le bouton de retour à la page précédente.

## Ressources

**Outil pour améliorer la vitesse de chargement du site :**

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/>

Outil conçu pour vous aider à améliorer la vitesse de chargement de votre site.

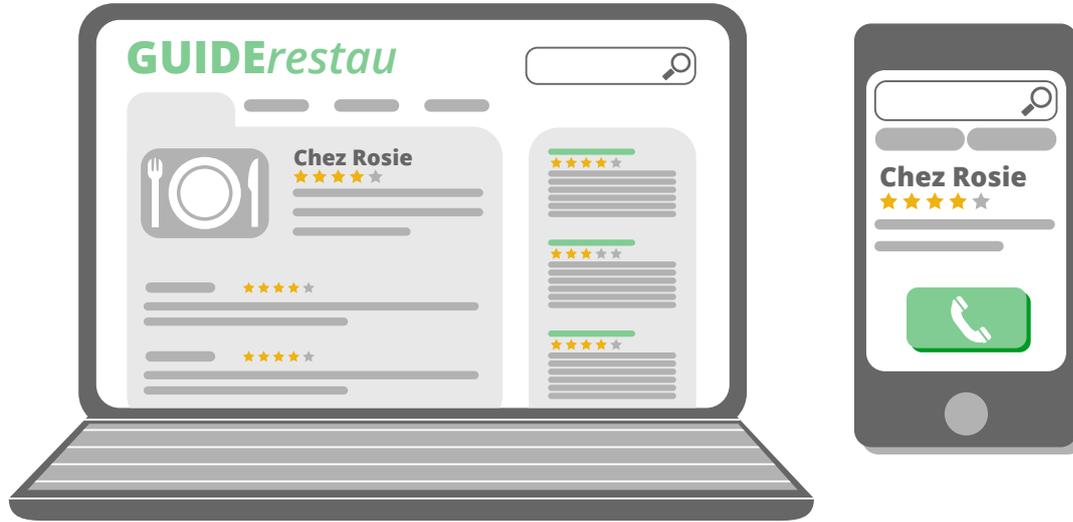
**Mobilisez-vous** : <http://www.mobilisezvous.fr>

Outil rapide pour voir comment votre site s'affiche sur un téléphone mobile. Cet outil fournit également de précieuses ressources pour vous aider à concevoir votre site pour mobile.

**DUDA mobile** : <http://gomo.dudamobile.com>

Duda Mobile s'est associé à l'initiative "Mobilisez-vous" de Google pour vous aider à créer un site pour mobile en quelques minutes.

# Tenir compte de la **situation de l'internaute**



## Exemple

Imaginons que votre site regroupe des avis sur des restaurants. Les visiteurs de votre site pour mobile sont probablement en mouvement. Ils consultent peut-être ce dernier tout en marchant dans la rue. Ils n'ont pas le temps de parcourir plusieurs pages d'avis sur des restaurants, comme ils le feraient sur leur ordinateur. Au lieu de cela, ils attendent de votre site qu'il les localise à l'aide de la fonction GPS de leur téléphone afin de leur proposer des restaurants bien notés, correspondant à leur recherche et situés à proximité. Vous pouvez même améliorer la navigation sur votre site pour mobile en n'affichant que les avis les plus courts et les plus populaires, dans la mesure où les mobinautes n'ont pas le temps de lire des avis trop longs.

Réfléchissez à la situation dans laquelle vos visiteurs se trouvent lorsqu'ils accèdent à votre site, afin de leur proposer une navigation adaptée.

# 5 Fidéliser les visiteurs occasionnels

Nous vous avons expliqué comment identifier ce que recherchent vos visiteurs et comment adapter la présentation de votre contenu à leur situation. Mais comment faire pour les inciter à revenir régulièrement sur votre site ? Pour fidéliser vos visiteurs, ce qui est vital pour toute activité commerciale, en ligne ou non, vous ne devez pas vous contenter de répondre à leurs questions. Il faut que votre site ait toujours quelque chose de nouveau à leur proposer.

## Conseils

Voici quelques techniques vous permettant de fidéliser vos visiteurs occasionnels :

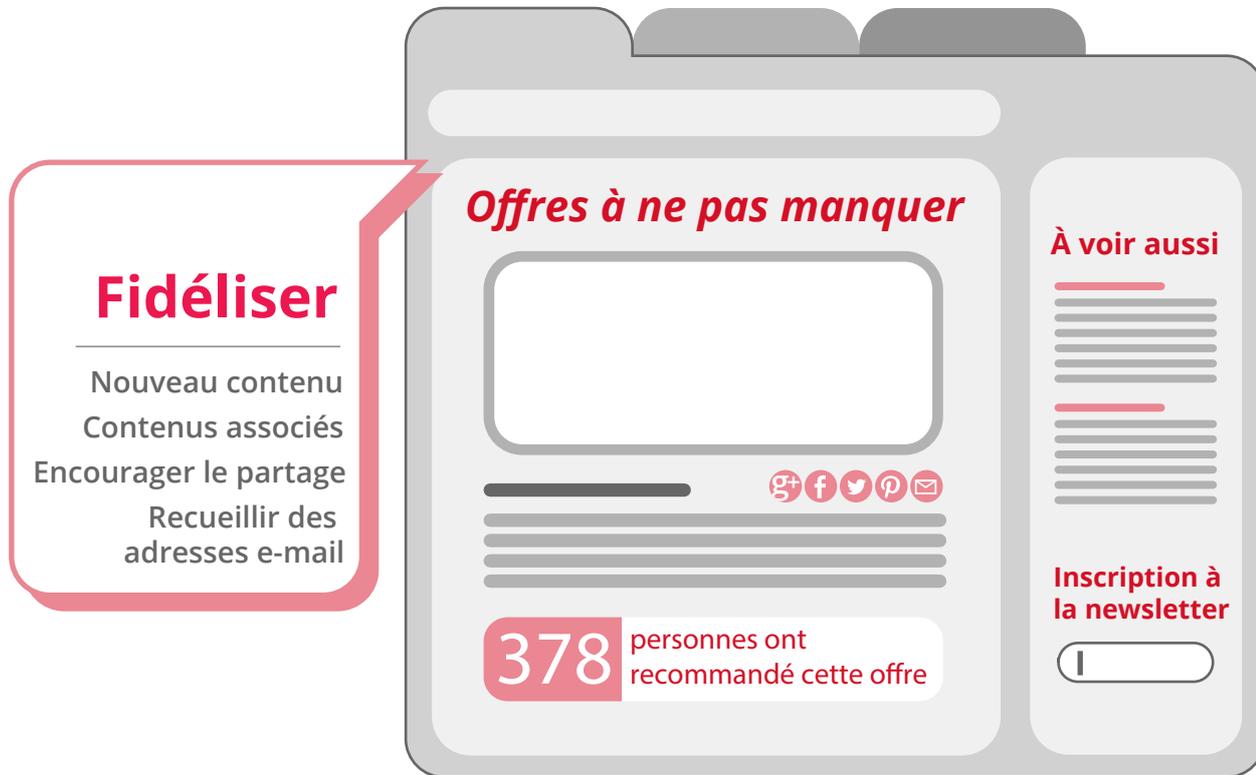
- **Renouvellement du contenu** : assurez-vous de proposer continuellement un contenu de qualité, régulièrement renouvelé, sur vos principales pages de destination.
- **Contenu populaire** : mettez en valeur vos contenus les plus populaires et indiquez combien d'internautes les ont consultés. Mettez à jour ces contenus de manière quotidienne afin que vos visiteurs aient toujours quelque chose de nouveau à découvrir.
- **Interaction sociale** : faites en sorte que vos visiteurs puissent facilement interagir avec votre contenu via leurs réseaux sociaux favoris. Ces réseaux proposent tous des widgets que vous pouvez utiliser pour permettre aux internautes de vous suivre. Une fois que vous avez intéressé vos visiteurs, pensez à attirer leur attention sur votre contenu le plus populaire pour les inciter à revenir régulièrement.
- **Adresse e-mail** : donnez les moyens aux internautes de s'abonner à votre liste de diffusion pour recevoir des mises à jour et/ou une newsletter.

## Ressources

Créer une page Google+

Permettre aux internautes de s'abonner à vos mises à jour via Google+

<http://www.google.com/+business/>



## Exemple

Votre site regroupe des offres parmi lesquelles les internautes peuvent faire des recherches. Dans un premier temps, vous pouvez inviter vos visiteurs à s'inscrire pour être avertis par e-mail lorsque de nouvelles offres correspondant à leurs critères de recherche sont disponibles. Vous pouvez également indiquer combien de personnes ont recommandé une offre afin que vos visiteurs puissent identifier les offres les plus populaires.