

Petits conseils pour améliorer l'ergonomie de son site WEB

Un site à la fois beau, pratique et efficace : c'est l'idéal de tout webmaster, marketeur ou développeur. Pour y arriver, retour sur l'état de l'art en ergonomie et sur les tendances en matière de graphisme et de navigation

innovationPartners

28, avenue du Maréchal Foch
92260 Fontenay-aux-Roses

Téléphone : 01 43 50 95 25
Fax : 01 43 50 59 07
Site web : www.innopart.com

Avant propos : la recherche de l'équilibre

La recherche du bon équilibre entre le beau, le pratique et l'efficace est la définition de l'ergonomie appliquée à un site web. Cet équilibre est souvent difficile à mettre en œuvre car il nécessite la prise en considération de plusieurs critères, de différents éléments et d'une perception du site associant le contenu, la forme et la facilité de navigation entre les différentes informations.

Lorsque nous visitons un site Internet ...

Combien de fois sommes-nous déçus par le visuel d'un site ?

Combien de fois sommes-nous perdus dans la navigation entre les informations ?

Combien de fois ne trouvons-nous pas le contenu recherché ?

Une bonne ergonomie pour un site web peut se définir par un ensemble cohérent regroupant différentes composantes :

- La facilité d'utilisation (architecture du site et facilité de navigation)
- L'utilité du site (pertinence des contenus et des services proposés)
- Le design du site (le visuel et la charte graphique)

Le juste équilibre entre ses différents points permet d'adopter pour son site web une ergonomie optimale. Cette dernière produit une influence positive sur la fidélisation des visiteurs, sur la demande de renseignements (documentations) et sur l'achat en ligne (dans le cadre d'un site marchand).

En réalité, trouver cet équilibre de la façon la plus parfaite possible exige réflexion et savoir-faire.

L'objectif de ce document est de prodiguer quelques conseils simples, mais néanmoins importants, servant de base de réflexion pour atteindre cet équilibre qui fera de votre site Internet cet outil à la fois beau, pratique et efficace.

Conseil N° 1 : faites un site efficace et rapide

Plus la navigation de votre site est facile, plus le caractère utile de votre web sera mis en évidence. En effet, l'internaute d'aujourd'hui consulte un site Internet avec un regard de spécialiste. Il est visiteur passionné, féru de la technologie et de la vie du web. Il visite votre site parce que son contenu annoncé est sensé avoir, pour lui, un intérêt évident et important.

Les internautes actuels ont des besoins auxquels ils cherchent une réponse. La navigation à l'intérieur d'un site web doit donc répondre à cette attente et tendre vers la satisfaction de ces besoins. Elle doit permettre d'atteindre le plus facilement possible les informations et les réponses cherchées, sans détour ni artifice. Ainsi, par exemple, on voit de plus en plus sur les sites de commerces en ligne des guides d'achat intégrés directement dans le système de navigation et qui oriente l'internaute vers les contenus du site en fonction de ses besoins et non en fonction de rubriques prédéfinies.

L'efficacité réside également dans la maîtrise de la densité des informations à consulter. En effet, rien n'est plus désagréable pour un internaute, lors d'une recherche, de se retrouver avec une liste démesurée de résultats. Trop d'informations tue l'information.

C'est pour cette raison, que les moteurs de recherche internes aux sites web ont beaucoup évolué pour délimiter le champ de la recherche. Ainsi, il est recommandé aujourd'hui de structurer les résultats d'une demande en offrant une possibilité de second tri en permettant, par exemple, la segmentation des résultats par gamme de prix ou par type de produits.

L'internaute trouvera plus rapidement les réponses qu'il cherche. De son côté, le site aura de fait une image d'efficacité avec un contenu enrichi, mis en valeur et accessible. Tout le monde est gagnant.

Conseil N° 2 : repérage et sélection pour bien naviguer

Pour que l'ergonomie de navigation soit la plus facile possible, il faut que l'internaute puisse repérer en un coup d'œil les choix qui lui sont possibles. De la même façon, les liens doivent être très clairs pour permettre la sélection directe des informations à consulter.

Cela nécessite de gérer au mieux les menus, les barres de navigation et les liens.

Les menus : Actuellement et de plus en plus, les sites web sont construits de plus en plus avec des menus horizontaux en haut des pages d'accueil, complétés par des sous-menus verticaux (lorsque cela s'avère nécessaire). Ce type de présentation a le net avantage de bien délimiter la largeur du site et de mettre en évidence les points forts du contenu principal. Cette tendance est également liée à la densité du contenu de nombreux sites qui sont forcés d'organiser et de présenter les rubriques pour éviter des défilements interminables de pages web.

A éviter, l'utilisation de menus déroulants qui ne présentent pas au simple coup d'œil de l'internaute les différentes rubriques proposées par le site. En effet, il faut cliquer sur l'ensemble des menus déroulants pour accéder aux différentes possibilités offertes. Ce n'est donc ni rapide, ni efficace ...

Les barres de navigation progressive : Elles sont une véritable aide au repérage dans le site (on sait exactement où l'on est) et à la navigation ascendante. Les internautes n'y sont pas encore réellement habitués, pourtant ce système se révèle très utile dès lors que le site comprend au minimum trois niveaux de profondeur.

Les barres de navigation progressive permettent également de faire apparaître l'arborescence du site sans encombrer les menus principaux, et surtout les sous-menus qui ainsi ne se déroulent plus sur des longueurs interminables.

Il faut toujours garder à l'esprit que l'internaute oublie de toute façon, au fur et à mesure de sa consultation, le chemin parcouru et les actions qu'il vient de faire.

Les liens : Il est toujours important pour l'internaute de savoir d'une part où se trouvent les liens dans le site, mais surtout de les identifier de façon évidente. Ainsi, il est recommandé de laisser les liens dans une norme identique pour tout le site, soulignés et avec un effet visuel (changement de couleur par exemple) lorsque l'internaute positionne la souris dessus. L'utilisation de feuilles de style (CSS) est très utile dans ce cas de figure.

L'essentiel est de faire gagner du temps à l'internaute qui est en phase de repérage. Les intitulés des liens doivent donc être explicites et directes.

Conseil N° 3 : La charte graphique, faire du beau sans alourdir

Lorsque l'internaute arrive sur le site, il passe par trois étapes de visualisation qui doivent le marquer :

- L'identification : il s'agit du logo, de la marque ou des produits
- Le repérage : il s'agit des outils de navigation immédiatement accessibles (menu principal, moteur de recherche interne, inscription à la newsletter)
- Les informations complémentaires : il s'agit des éléments informatifs indispensables mais moins importants dans l'ergonomie de navigation (sécurisation des paiements, prise de contacts, conditions générales de vente).

La tendance actuelle au niveau des sites, qu'ils soient professionnels ou grand public, est à l'allègement des documents : utilisation des fonds blancs avec écriture noire. Le but est d'offrir une lisibilité maximum et conférer au site une image de modernité et de professionnalisme.

Les couleurs vives et les pages trop denses (textes et graphismes) se voient largement remplacées par des couleurs pastels (plus discrètes) et de larges espaces vides entre les zones de contenu (pages plus aérées et donc plus lisibles).

La mise en page est faite pour des écrans configurés en 1024. Cela permet d'avoir plus de place et de mieux organiser la mise en page des sites.

L'utilisation des images et photos, comme pour les animations, doit être équilibrée pour pouvoir à la fois exploiter ces possibilités intéressantes (ambiance, mise en évidence d'une particularité ou d'une promotion produit) sans alourdir le visuel (la mise en page) et la vitesse d'affichage des documents.

Beaucoup de sites d'entreprises ou d'associations jouent aussi sur l'aspect sobre du site. Sobriété ne voulant pas dire pauvre et laid. En effet, joliment et bien travaillée, la sobriété permet de donner un côté sérieux et professionnel au site.

Conseil N° 4 : votre site doit-il être tendance ou pas ?

Doit-on se conformer aux modes graphiques et aux tendances d'ergonomie de navigation ? Est-ce bénéfique dans tous les cas ?

En réalité, tout va dépendre du secteur d'activités dans lequel vous vous trouvez et de la cible que vous visez. Ce dernier point est fondamental.

En effet, si vous vous adressez à des professionnels spécifiques ou à du grand public, l'approche quant à la charte graphique et l'ergonomie de navigation peut être très différente. Il faut donc s'adapter et ne pas forcément suivre la mode générale, mais bien plutôt la tendance de votre catégorie de visiteurs.

Il y a trois choses essentielles à bien mémoriser pour obtenir la bonne réponse à cette question :

- Lorsque un internaute arrive sur un site web, il prend très peu de temps pour analyser la conformité du site avec l'objet de sa visite. En un coup d'œil, il doit voir si le site contient bien les informations qu'il est venu y chercher. Il faut donc lui donner les repères incontournables qui lui indiquent que le site web sur lequel il vient d'arriver est bien celui qu'il recherche. D'où la nécessité de s'adapter à ce qui se pratique dans le secteur concerné ...
- Un site qui fonctionne dans le temps est un site qui se crée sa propre image, une personnalité forte et spécifique. Il ne faut pas oublier que la fidélité passe notamment par la mémorisation, et la mémorisation par la reconnaissance. Dans ce cas, il est important d'utiliser le graphisme et la mise en page à bon escient : reprise des couleurs de l'entreprise, des logos, des slogans, uniformisation de la charte graphique pour tout le site.
- Créer un site « à la mode » peut paraître alors superficiel. En réalité il s'agit de la partie visible de l'iceberg. Et un site qui est dans l'air du temps fera preuve de son dynamisme et montrera sa capacité à s'adapter avec son temps.

Conseil N° 5 : comment améliorer l'ergonomie de votre site ?

L'internaute sera le seul à vous dire si votre site est facile d'utilisation, si il est efficace et si son contenu correspond à ses attentes.

Pour savoir si un site web possède la bonne ergonomie de navigation, il faut faire des tests en amont, des tests d'utilisation et enfin des évaluations qualité par des organismes experts.

Les tests en amont consistent à mettre un panel d'internautes en situation de navigation sur le projet du futur site internet. Cette approche est souvent riche d'enseignements et constitue un véritable outil d'aide à la décision quant aux grands choix d'ergonomie. Bien entendu, ces tests ne peuvent être mis en place que lorsque l'on se trouve en amont du développement d'un nouveau site.

Les tests d'utilisation sont très utiles dans le cas d'un nouveau site web, déjà en ligne et en exploitation. Il s'agit de constituer des groupes de tests entre visiteurs anciens et fidèles, et de nouveaux visiteurs. Les remontées seront intéressantes sur les deux niveaux : les anciens visiteurs auront des habitudes (vont-ils s'adapter à la nouvelle ergonomie ?) et les nouveaux découvriront l'outil (vont-ils se l'approprier facilement ?).

En tout état de cause, les statistiques du site seront aussi un excellent indicateur de l'évolution de l'utilisation du nouveau site : elles permettent de savoir où se situent les problèmes, qu'elles sont les pages les moins visitées (les moins accessibles ou au contenu peu intéressant pour le visiteur) et d'apporter ensuite les corrections nécessaires.

Les évaluations qualité sont effectuées lorsque le site est déjà en ligne, en exploitation, parfois depuis longtemps. Il s'agit de prestations assurées par des professionnels, experts du web, qui évaluent votre site en se mettant dans la situation de l'internaute visitant votre site.

L'intérêt de cette démarche réside dans le fait qu'ils ont, en plus de l'attitude du visiteur, le regard de l'expert et qu'ils sont en mesure de mettre le doigt sur les problèmes et les causes de ces problèmes. A partir des indications fournies par eux, il devient ensuite beaucoup plus facile de corriger.