

Amélie **Boucher**



Ergonomie web

Pour des sites web efficaces

Préface d'Élie **Sloïm**

Avec la contribution de Sandrine **Burriel**

© Groupe Eyrolles, 2008,
ISBN : 978-2-212-12158-2

EYROLLES



Avant-propos

Pourquoi ce livre ?

Septembre 2007. Si l'on regarde rapidement ce qui se passe sur le Web francophone, on peut faire le constat suivant : il y a de plus en plus de sites, mais aussi de plus en plus d'internautes, qui utilisent le Web de plus en plus souvent, pour faire de plus en plus de choses. Encore plus intéressant, il existe un certain nombre d'activités pour lesquelles on ne peut plus se passer d'une interface web, ces dernières tendant à remplacer d'autres modes de communication (papier, téléphone, fax, logiciels et machines en tous genres).

Face à cette montée en puissance du Web dans nos vies, il importe de s'interroger sur les manières de fabriquer des sites Internet. Aujourd'hui, le développement de sites web est encore largement centré sur des problématiques de technologie, d'image et de marketing. La soumission de nos méthodes de conception à ces dimensions laisse souvent de côté ce qui devrait représenter le point de départ de tout projet web, à savoir la satisfaction et le confort de l'utilisateur final. Ainsi, la plupart des sites actuels manquent encore de l'essentiel : un vrai souci des internautes, de qui ils sont et de leurs besoins.

Avec ce livre, nous souhaitons proposer un début de réponse, à travers la présentation approfondie d'un mode de pensée et d'une trame méthodologique bien spécifiques. Nous essaierons de vous amener à connaître et prendre en compte vos visiteurs tout au long du processus de conception d'un site web et plus encore, tout au long de la vie de ce site. C'est ce que l'on appelle la conception centrée utilisateur.

Nous verrons que cette problématique n'est pas seulement une question d'humanisme ou d'éthique et qu'elle est capitale pour influencer le bon fonctionnement d'un site à tous les points de vue. En tenant compte de

LA SUITE SUR LE WEB Le site compagnon

Vous trouverez des compléments à cet ouvrage sur son site compagnon. Lorsqu'une ressource est disponible en ligne pour faciliter votre compréhension, nous vous l'indiquons à l'endroit approprié. Profitez aussi de ce site pour nous envoyer un message et nous dire ce que vous avez pensé de ce livre !

▶ www.ergonomie-sites-web.com

ses visiteurs, on peut ainsi s'attendre à optimiser le taux de transformation et de visite d'un site, mais aussi à réduire les coûts de développement et d'assistance. Concevoir un site orienté utilisateur permet de satisfaire les attentes que l'on a envers ce site, que ce soit d'un point de vue directement financier ou plus détourné (par exemple : augmentation des visites, de leur fréquence, du nombre de pages visitées, du nombre d'inscriptions à une newsletter, du nombre de créations de compte, etc.). Enfin, plus largement, la conception centrée utilisateur améliore la relation que peut entretenir un site, et souvent une marque, avec ses clients. Lorsque l'on analyse tous ces points, il paraît évident que la conception de sites web doit intégrer les questions d'ergonomie, voire en faire le cœur du processus de développement.

Notre objectif est donc de vous aider à transformer vos pratiques de conception actuelles en de véritables pratiques orientées utilisateur. Ce but, que l'on peut atteindre de manière assez simple, appelle de votre part quatre présupposés :

- Que vous soyez convaincu de l'importance de l'ergonomie et en connaissiez les objectifs.
- Que vous disposiez de connaissances de base sur l'humain en général et les règles ergonomiques afférentes.
- Que vous possédiez des connaissances sur les visiteurs de votre site.
- Que vous exploitiez ces connaissances et en obteniez de nouvelles par la mise en œuvre de méthodes de conception et d'évaluation.

Le contenu de cet ouvrage est destiné à vous donner les moyens de remplir ces quatre conditions, afin que l'ergonomie ne reste pas l'apanage des sites labellisés comme tels. En effet, on croit trop souvent ne pouvoir faire de sites ergonomiques que sous la houlette d'un ergonomiste, alors que c'est tout à fait faux. Il s'agit donc ici de sortir l'ergonomie de son statut de connaissance privilégiée, pour que ses principes de base puissent infiltrer l'ensemble des projets web. Ce que vous trouverez dans ce livre, c'est un condensé de nos connaissances et de notre expérience dans le domaine de l'optimisation du Web pour ses utilisateurs finaux.

À qui s'adresse ce livre ?

Ce livre s'adresse à tous ceux qui pensent que l'on doit concevoir des sites web pour des internautes et qui veulent comprendre les principes et méthodes que propose l'ergonomie web dans ce sens. Si vous lisez cet avant-propos, c'est probablement que vous êtes déjà intéressé par notre problématique, que vous débutez ou que vous souhaitiez approfondir vos connaissances. Si c'est le cas, qui que vous soyez, vous êtes au bon

endroit. Ce livre s'adresse en effet à tous les professionnels du Web (ou à ceux qui sont en passe de le devenir) et à tous les niveaux :

- décisionnaire, chef d'entreprise, responsable d'activité web, directeur de clientèle, responsable marketing ;
- chef de projet, concepteur fonctionnel, architecte de l'information, ergonomiste ;
- directeur de création, directeur artistique ;
- développeur, intégrateur, webmaster.

Selon votre métier, certains chapitres vous toucheront plus que d'autres, mais c'est tout au long du livre que vous trouverez de quoi nourrir votre pratique quotidienne. Le contenu de cet ouvrage vous intéressera particulièrement si vous souhaitez :

- vous persuader du bien-fondé de la démarche ergonomique et de l'importance de l'intégrer au cycle de conception ;
- vous former aux fondements, règles et méthodes de l'ergonomie afin d'en faire le socle de votre activité ;
- acquérir des connaissances de base en ergonomie pour vous ouvrir l'esprit, affûter votre sensibilité ergonomique et orienter votre pratique métier dans ce sens.

Vous n'avez besoin d'aucune connaissance préalable pour lire ce livre. Il vous sera toutefois plus facile de comprendre les exemples que nous citons si vous êtes habitué à naviguer sur le Web. Nous en appelons donc davantage à votre expérience d'internaute que de professionnel du Web.

Si vous débutez dans la conception web, essayez de lire ce livre dans l'ordre, chapitre après chapitre. En effet, nous vous fournirons au fur et à mesure les clés nécessaires à la compréhension des chapitres suivants.

Si vous êtes plus avancé dans votre connaissance de l'ergonomie web, vous pourrez sans doute vous dispenser de cette lecture linéaire et piocher à votre guise parmi les thématiques de cet ouvrage. Nous nous sommes attachés à fournir de larges approfondissements théoriques, afin que vous puissiez mieux vous approprier les concepts de base de l'ergonomie et comprendre ce qui les sous-tend. De même, le développement des approches méthodologiques (audit, analyse concurrentielle, tri de cartes, test utilisateur) vous donnera de multiples conseils avancés. Vous découvrirez ainsi toutes les subtilités de ces démarches et les meilleures manières de les appliquer en fonction de vos besoins et de vos possibilités.

Est-ce que mon site est concerné ?

Les principes et méthodes que vous trouverez dans ce livre peuvent s'appliquer à n'importe quel contexte Web (site grand public, site spécialisé, outil en ligne, intranet, extranet, etc.). La plupart sont d'ailleurs largement valables dans les contextes logiciels et applicatifs web. Vous verrez au fil des exemples que nos illustrations proviennent aussi bien de sites éditoriaux que de sites de commerce en ligne, de sites vitrines d'une activité ou encore de sites « outils ».

De même pour les thématiques abordées, dont le spectre est volontairement large : produits culturels, immobilier, banque, musique, alimentaire, institutionnel, édition, vêtements, etc. Cette diversité donne une dynamique intéressante pour illustrer chacun des principes évoqués, mais elle sert surtout à vous montrer que ces principes sont applicables quel que soit le contexte. Autrement dit, c'est vous qui êtes porteur des spécificités de votre projet web et l'ergonomie est là pour vous donner un cadre de réflexion, des objectifs génériques et des méthodes de travail.

Que vais-je trouver dans ce livre ?

Chapitre après chapitre, nous détaillerons ce qu'est l'ergonomie web, les principes et règles auxquels elle souscrit, ainsi que les méthodes par lesquelles elle se propose d'optimiser la qualité d'utilisation d'un site web.

Première partie – introduction à l'ergonomie web

La première partie de ce livre a pour vocation de vous présenter ce qu'est l'ergonomie web, en évoquant ses objectifs et ses moyens (au chapitre 1). Elle nous permet aussi d'aborder certaines idées reçues sur l'ergonomie web (chapitre 2). Nous vous expliquerons donc en quoi certaines réflexions très fréquentes dans les milieux web ne sont que des mythes, et comment vous pouvez vous en défaire pour arriver à une conception plus juste de ce qu'est l'ergonomie web.

Deuxième partie – dans la peau de votre internaute : les fondements de l'ergonomie

Nous entrerons ensuite dans le vif du sujet avec la première étape de votre travail, c'est-à-dire savoir qui sont vos internautes, ce qui les caractérise et comment prendre en compte ces informations pour y adapter votre site. Nous aborderons donc au troisième chapitre ce qui définit tous les internautes en tant qu'êtres humains et, plus précisément, quelques grandes lois que vous devez connaître pour concevoir un site web à

destination d'un humain. Le quatrième chapitre sera quant à lui consacré à ce qui définit *votre* internaute de manière individuelle. Nous terminerons par la méthode des personas, qui vous aidera à intégrer cette vision au jour le jour dans votre pratique.

Troisième partie – les règles de l'ergonomie web

La troisième partie de ce livre a pour ambition de vous transmettre les clés de l'ergonomie web : vous y apprendrez dans le détail ce qui fait qu'un site est plus ou moins ergonomique, à travers la prise en compte de 12 règles de base. Cohérence, compréhension, assistance, gestion des erreurs, satisfaction... : tout pour que votre internaute se sente à l'aise sur votre site et puisse avoir envie de revenir. Après la lecture du chapitre 5, vous verrez les choses autrement et plus rien ne vous échappera ! C'est définitivement la meilleure manière pour comprendre les objectifs de l'ergonomie à travers sa mise en application.

Facile à comprendre, abondamment illustrée d'exemples en tous genres, cette partie vous permettra de passer très rapidement à la pratique. Elle se termine en effet sur le chapitre 6, dédié à l'audit ergonomique, que l'on peut mener de manière plus ou moins formelle. Vous verrez qu'en considérant chacune des règles dans toutes vos décisions, vous parviendrez à une qualité d'utilisation toute nouvelle !

Quatrième partie – les étapes de la conception web : pensez votre site de A à Z

Si vous faites de la conception web dans le cadre de votre métier, cette partie constituera le moyen de donner un nouvel élan à votre pratique quotidienne. Nous y aborderons les thématiques de la définition de contenus, de l'analyse concurrentielle (chapitre 7), de l'architecture de l'information et des interactions (chapitre 8) et enfin du maquettage conceptuel (chapitre 9).

Cinquième partie – mettez votre site à l'épreuve

La dernière partie de ce livre est entièrement consacrée à deux méthodes privilégiées de l'ergonomie web, faisant intervenir des internautes pour qu'ils vous aident à comprendre leur manière de naviguer sur le Web. C'est en effet en les observant et en discutant avec eux que vous arriverez à leur fabriquer un site sur mesure.

À travers la méthode du tri de cartes (chapitre 10), vous apprendrez à optimiser à peu de frais votre architecture de l'information, en fonction de la façon dont les utilisateurs rangent et nomment les choses dans leur tête.

Enfin, avec la méthode du test utilisateur (chapitre 11), vous pourrez toucher ce qui fait vraiment la spécificité de la démarche ergonomique,

dans sa volonté d'être la plus proche possible des usages réels du Web et de ce qui les conditionne.

Remerciements

Ce livre n'existerait pas sans l'aide précieuse des personnes qui m'entourent. Un grand merci donc à :

- Muriel Shan Sei Fan, des éditions Eyrolles, dont le professionnalisme et l'expérience ont été fort appréciables tout au long du processus de préparation et d'écriture ; et pour être venue me pousser à concrétiser ce qui aurait pu germer longtemps encore. Avec elle, toute l'équipe Eyrolles : Sophie, Sandrine, Matthieu, Hind, Gaël, au travail irréprochable.
- Cyril Delapeyre, qui a réalisé au pied levé les illustrations de ce livre, habillant parfaitement le propos et en compensant l'austérité.
- Élie Sloïm, pour avoir préfacé cet ouvrage en sa position de qualitatif web. Élie est gérant de Temesis, fondateur et directeur du projet Opquast (référentiel de bonnes pratiques pour la qualité des services en ligne), entre autres.
- Emeric Thoa, responsable du site Ergologique et responsable international de la conception des contenus chez Ubisoft, pour la genèse de ce livre et le grand plaisir tiré de nos collaborations et discussions. Et parce que tu ne t'en tireras pas comme ça.
- Manu et tous les Rugama.
- Tous les gens qui m'ont appris à faire de l'ergonomie et du Web, puis ceux avec qui j'ai pu en faire tout au long de ces dernières années. La diversité des projets web et des interactions qu'ils supposent est ce qui me nourrit et me fait le plus avancer.
- Et juré, j'ai essayé de me retenir de remercier mes parents pour m'avoir permis de parler aux ordinateurs quand j'étais petite. Mais sans ça, je n'en serais sans doute pas là.