

C&C 2 Ergonomie WEB

Fiche n° 3

Six nouvelles règles fondamentales de l'ergonomie et du design web (2)

Nota : Concernant la mise en place technique du site, je veux attirer votre attention sur vos capacités à coder en dur : xHTML et éventuellement CSS ou PHP ou JavaScript, plutôt qu'à utiliser des CMS (et équivalents), qui ne vous permettent pas d'avoir totalement la main sur l'ergonomie et le design du site.

Nous continuons cette semaine l'exploration des grands principes de l'ergonomie/design web. Dans la fiche n°2, nous avons vu 6 règles. En voici six nouvelles, que je vous présente comme la suite des précédentes.

N'oubliez pas que nous travaillons une conception centrée sur l'utilisateur. Ce n'est qu'en tenant compte des règles de base de l'ergonomie que vous pourrez satisfaire les personnes qui visitent votre site. Toutes les règles présentées ici se conjuguent les unes aux autres ; je les présente séparément dans un but de clarté pédagogique. Cette fiche est aussi l'occasion pour nous d'engranger des idées afin de mettre en place l'ergonomie de votre propre site web.

Règle n° 7 : Anticipez les clics de votre internaute

Retenez que c'est l'élément le plus logique, celui qui a permis la prise de décision (de cliquer ou non) qui doit être cliquable.

Dirigez donc votre internaute (dans la bonne direction !) grâce aux **affordances** (*voir la définition de ce mot dans la fiche n°1*) : ils doivent repérer quasi-instantanément ce qui est cliquable sur votre site, et ce qui est *actionnable* (champ de saisie, formulaire, etc.)

Que pensez-vous de l'affordance de ce site ? Les parties actionnables apparaissent-elles clairement ? : <http://www.micro-hs.com/>

Et ici : <http://www.milliondollarhomepage.com/>

Règle n° 8 : Le site doit prévoir que l'internaute se trompe

Il faut tout faire pour éviter à votre internaute une erreur de clic ou de saisie. Certains sites poussent cette règle jusqu'à l'extrême :

Exemple : allez sur <https://www.king-jouet.com/exec/login.aspx?ReturnUrl=%2fmy%2fcommandes.htm>

Tapez un e-mail fictif à la syntaxe erronée. Que remarquez-vous ? Comment King Jouet s'y prend-il pour éviter les erreurs de saisie ?

➔ En ergonomie web, ce principe s'appelle **la correction à la volée**.

Enfin, dans les messages d'erreur, faites preuve de courtoisie (ne pas remettre en cause les capacités de l'utilisateur ; évitez de le blesser). D'ailleurs, on ne parlera pas d'« erreur » à son internaute. On peut éventuellement évoquer un « oubli ». La présentation d'une fenêtre d'alerte/erreur Javascript (ou pop-up...) est absolument à proscrire. Notez qu'un message d'erreur doit toujours être accompagné d'une suggestion de solution pour corriger l'erreur.

Exemple : allez sur <https://www.americanexpress.com/fr-fr/charge-cards/apply/personal/af-platinum?intlink=fr-amex-cardshop-details-apply-AirFranceKLM-AmericanExpressPlatinum-btm>

On vous propose d'acquérir une carte proposée par cette banque américaine. Remplissez le formulaire de façon aberrante (par exemple saisissez des lettres lorsqu'on vous demande votre numéro de téléphone). Que se passe-t-il ? Trouvez-vous que les erreurs sont bien gérées ? avec courtoisie ? **Ce n'est pas forcément le cas, d'autant plus que la correction en rouge peut être jugée traumatisante par certains internautes... (souvenirs de l'école !)**

Règle n° 9 : Évitez à l'internaute de lui faire perdre son temps.

L'internaute est de nature impatiente. Vous devez donc optimiser la navigation pour lui permettre de surfer sur votre site avec rapidité.

- Pensez à la **loi de Fitts** (fiche n°1) : les internautes doivent pouvoir cliquer rapidement sur des boutons de grande taille.
- Évitez tout clic inutile à votre internaute. Exemple : Allez sur cette page <https://www.livredepoche.com/livre/comment-je-suis-devenu-super-heros-9782253259855> ... et cliquez sur « Acheter le livre ». Un outil va s'ouvrir. Observez-le, jugez de sa pertinence. Ne pourrait-on pas économiser des clics ?

Règle n°10 : C'est l'internaute qui commande

L'internaute doit toujours avoir le contrôle sur le site (tout au moins, il doit en avoir l'impression). C'est lui qui donne les ordres, et l'ordinateur répond en conséquence. Vous devez donc éviter de brider ou de contraindre votre internaute. Par exemple, n'empêchez jamais le fonctionnement normal du site (laissez la possibilité de copier un contenu textuel, de faire une capture d'écran, de cliquer sur le bouton *Back* du navigateur, etc.)

*Exemple : Alex Franck, un ergonome allemand, s'est amusé à créer un site « contraignant ». Il vous empêche de cliquer et le passage d'une page à l'autre se fait uniquement par le survol de la souris (« **action au rollover** »). Attention à ne pas cliquer une fois sur le site ... vous risquez d'avoir des surprises ! → <http://www.dontclick.it/> (sous Firefox uniquement).*

De façon générale, le système informatique ne doit pas forcer ou contraindre l'utilisateur à quoi que ce soit. Il est assez courant de voir des contenus affichés en préambule de celui demandé par l'internaute, ou d'avoir affaire à des messages du type « *Votre vidéo démarrera dans 30 secondes...* ». Évitez, autant que possible, ce genre de procédés. C'est ce que font de nombreux sites avec les boutons du type « *Passer l'introduction* » ou « *Accès direct au site* »...

Règle n° 11 : Le site doit être d'accès facile

Veillez à l'accessibilité technologique de votre site. Vous devez proscrire les messages du type « *Ce site est optimisé pour une consultation sous le navigateur XXX, en résolution YYY. Veuillez donc vous y conformer* ».

Essayez plutôt d'avoir recours à des technologies web facilement accessibles par le grand public (ou du moins par votre population cible). Si cela n'est pas possible, informez-en votre internaute et proposez-lui un lien pour mettre à jour son système.

Règle n°12 : L'internaute doit être satisfait

La règle n° 12 prime sur toutes les autres. C'est la seule qui vous autorise à remettre en question toutes les autres.

Les onze règles précédentes participent toutes de la volonté de satisfaire l'internaute. Si vous réussissez à les prendre en compte, vos visiteurs seront très satisfaits de la qualité d'utilisation de votre site. Mais en plus, il est nécessaire que votre site :

- soit UTILE en fournissant un contenu intéressant à son public.
- Qu'il propose un service de QUALITÉ.
- Et qu'il soit FIABLE techniquement.

Comme vous l'avez constaté tout au long de ce cours, on n'est jamais à l'abri d'une erreur, même sur des sites très contrôlés. Trouvez-vous normal, par exemple, qu'en tapant « **Bureau de poste** » dans la zone de recherche de <https://www.laposte.fr/> ... l'internaute obtienne des résultats très décevant et sans rapport avec ce qu'il est venu chercher. Faites le test.

Ces règles doivent devenir un réflexe à la fois en conception et en évaluation d'interfaces.

Pour terminer, en écho à la règle n°10, lisez ces articles sur la tendance « zéro clic » :

Prenez au moins 15 mn pour lire les deux articles en prenant des notes

<https://annebeckers.com/quest-ce-que-la-recherche-zero-clic/>

<https://www.blogdumoderateur.com/google-deux-recherches-sur-trois-terminent-sans-clic/>

Normalement, il doit vous rester un peu de temps à la fin de cette fiche : utilisez-le librement, avec votre groupe de travail, pour travailler à la mise en place technique de votre site.

Concrètement, je vous conseille de travailler à établir un plan global du site (si votre site fait 4 ou 5 pages, attribuez-vous une page chacun par exemple, ou bien nommez un architecte en chef qui distribuera les rôles selon vos qualités individuelles), puis commencez à mettre en forme la page principale d'accueil.

