

Introduction

Jumia est une grande plateforme de commerce en ligne offrant une large variété de produits. L'analyse ergonomique du site est essentielle, car la page présente beaucoup d'informations, ce qui influence directement l'expérience utilisateur.

Points forts

Le site est bien organisé grâce à des catégories claires qui permettent aux utilisateurs de trouver rapidement les produits recherchés. La barre de recherche est performante et propose des suggestions instantanées, facilitant la navigation. Le système de filtrage est également efficace, permettant de trier les produits selon le prix, la marque ou la note. Enfin, les promotions sont mises en avant de manière visible et attrayante, ce qui améliore l'expérience d'achat.

Points faibles

La page d'accueil est visuellement chargée avec de nombreuses images et bannières, ce qui peut distraire l'utilisateur. La navigation est parfois complexe à cause du nombre élevé de sous-catégories. La palette de couleurs (surtout le jaune et l'orange) est utilisée de manière excessive, créant un manque de confort visuel. De plus, la présence de nombreux pop-ups perturbe la navigation. Les produits sont souvent trop rapprochés, ce qui donne une impression de manque d'espace et de surcharge.

Solutions proposées

Il serait également utile d'améliorer la cohérence visuelle en unifiant le style des icônes, des boutons et des cartes produits. Une identité graphique plus homogène rendrait la navigation plus fluide et donnerait au site une apparence plus professionnelle.