

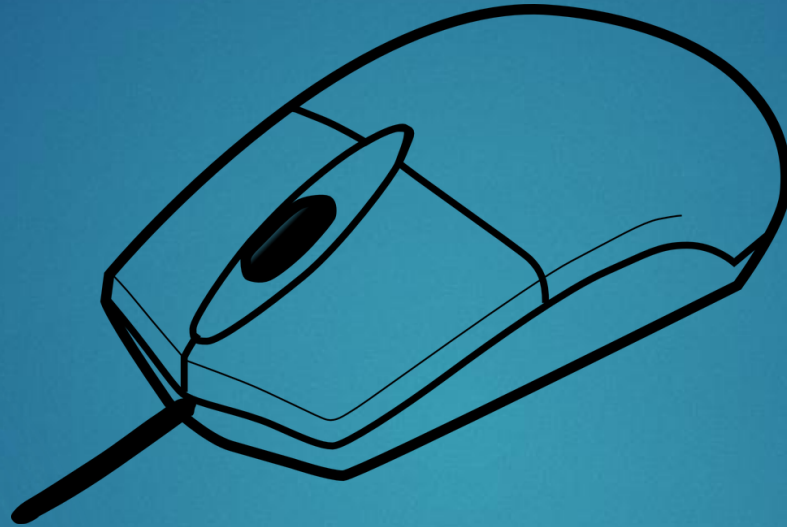
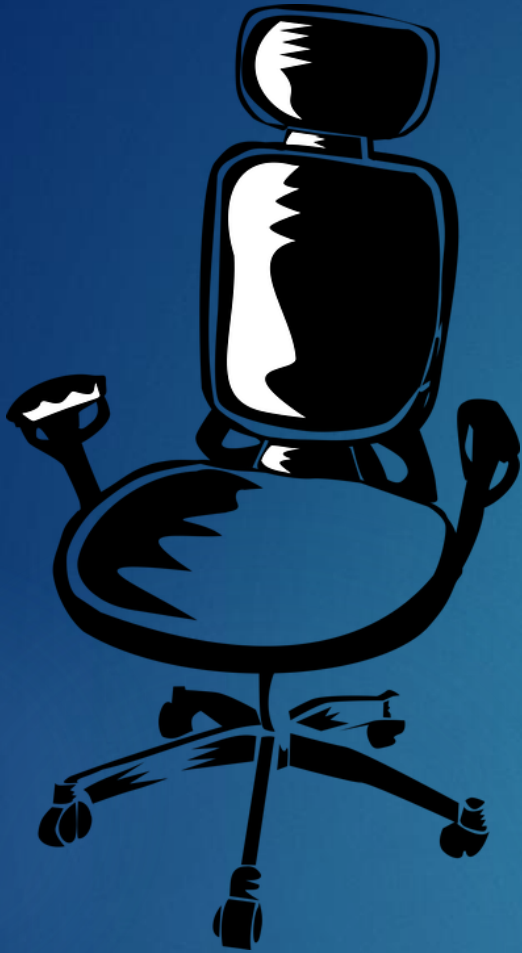
Ergonomie web

ALEXIS DUCERF – 2017

alexis.ducerf@deercoders.com

WAS IST DAS ?





L'ergonomie est partout ! L'ergonomie a pour objectif d'adapter tous ces objets afin de vous faciliter la vie.

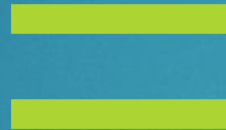
Utilité

Répondre à un besoin



Utilisabilité

Faciliter la satisfaction du besoin

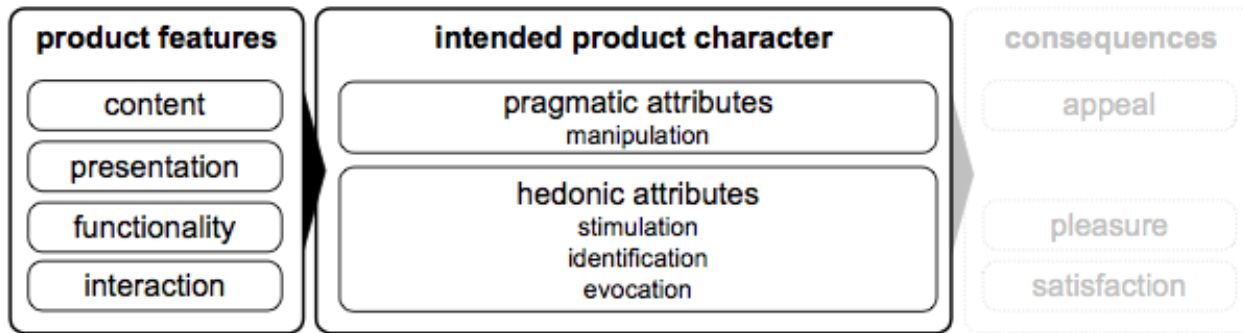
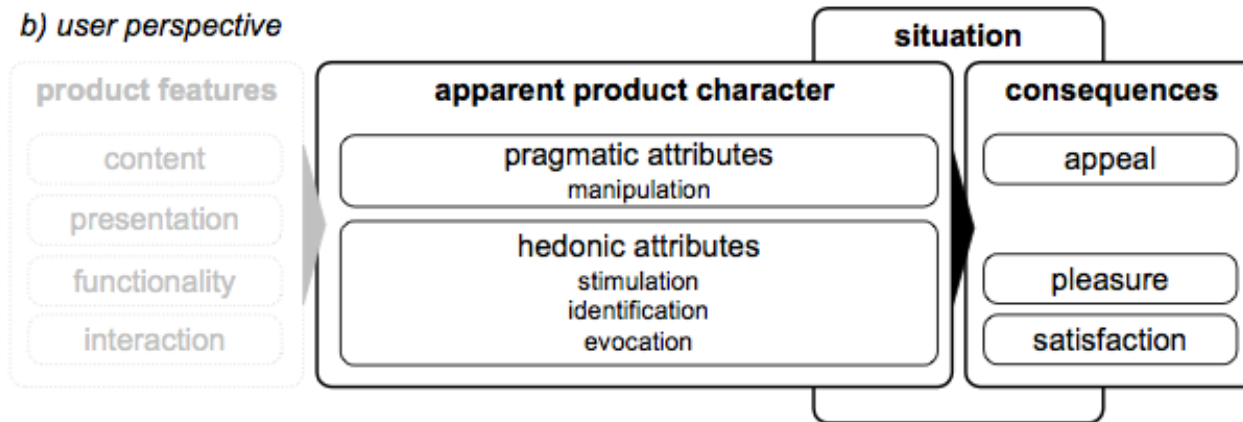


Design + Ergonomie

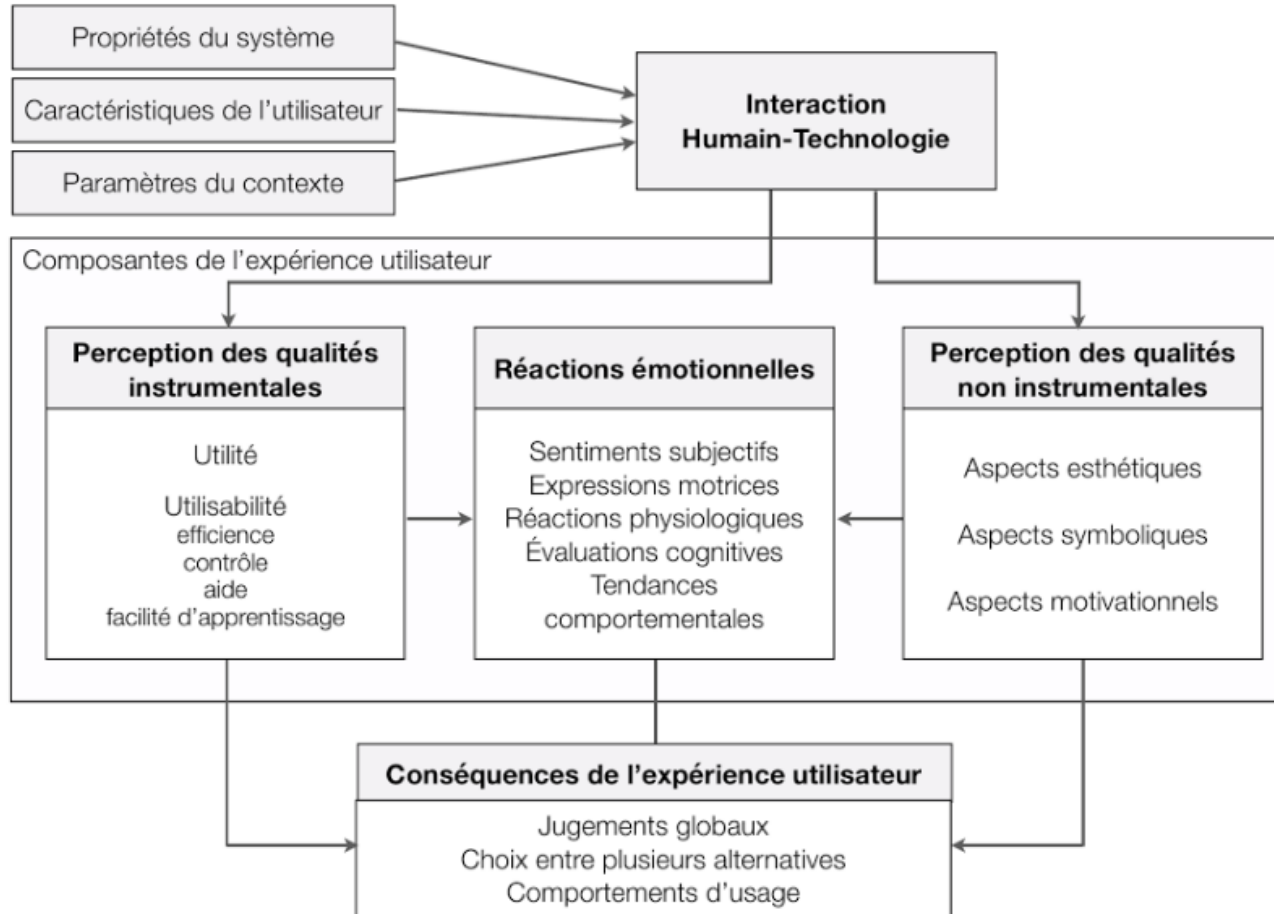
=



Quelques principes

a) designer perspective*b) user perspective*

Modèle d'Hassenzahl



Modèle de Mahlk

Les théories de la Gestalt (1910)

Loi de la bonne forme

Le cerveau tente de former deux
bonnes images



Loi de la continuité

Le cerveau tente de ne former
qu'une seule ligne



Loi de la proximité

Le cerveau forme trois groupes



Loi de la similitude

Le cerveau place ensemble les éléments qui ont la même forme/couleur



Loi de destin commun

Les parties en mouvement ayant la même trajectoire sont perçus comme faisant partie de la même forme.



Loi de la clôture

Notre cerveau tente de fermer la
forme



Travaux pratiques

16

- Chercher dans des logos ou des parties de site des applications de ces différentes applications.
- Trouver un exemples où la connaissance de ces règles permettent de déterminer un axe d'amélioration pour l'UX.

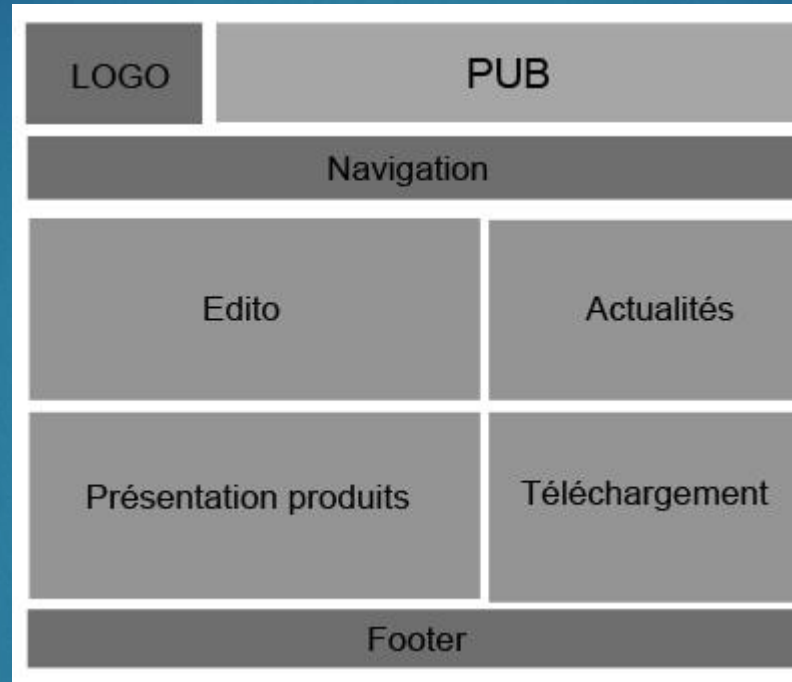
Dès maintenant

17

- ▶ L'ergonomie ne doit pas se réfléchir à la fin du projet
- ▶ Faire une analyse des concurrents en amont
- ▶ Privilégier des zonings , wireframes et mockup en début de projet

Zoning

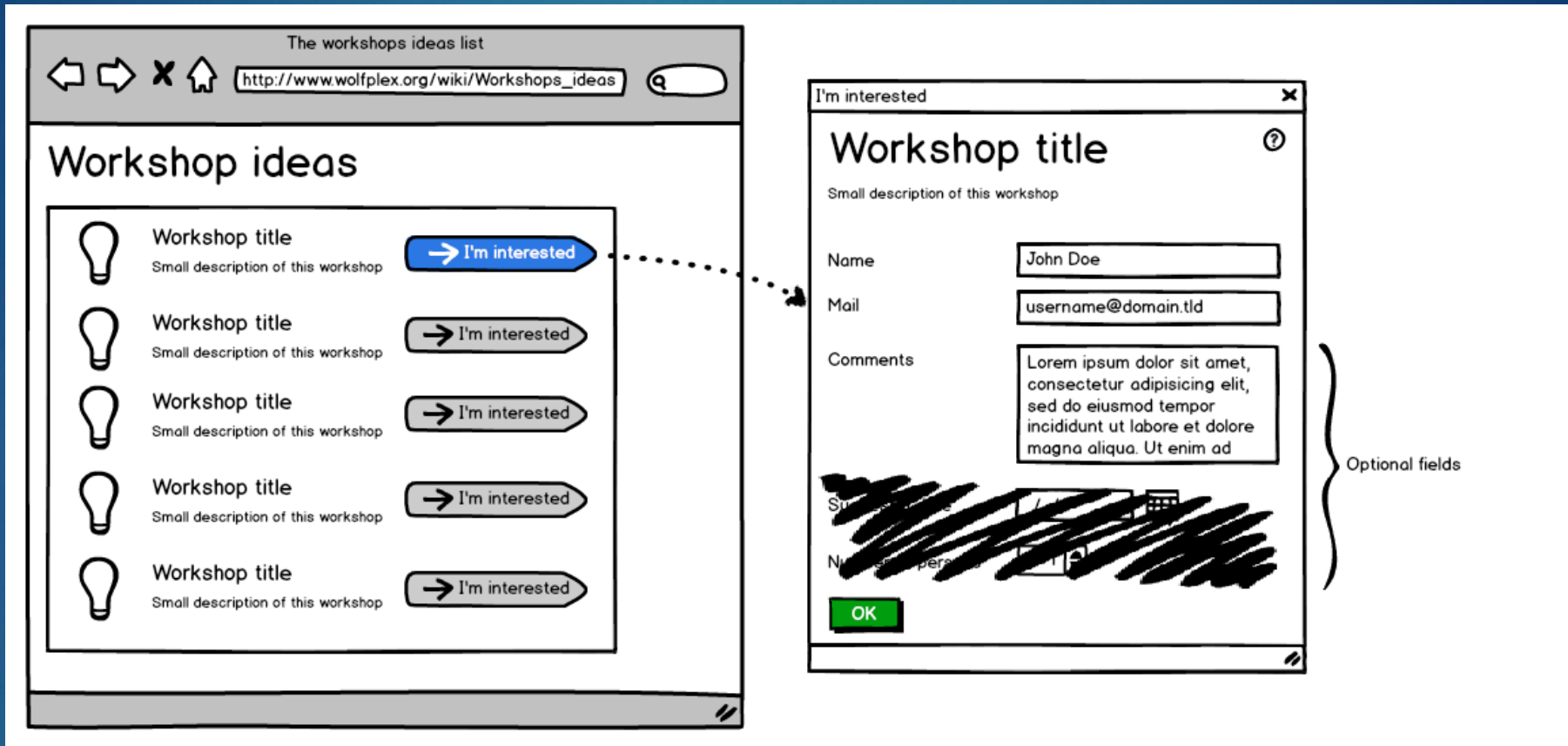
18



On délimite seulement les zones de notre projet

Wireframes

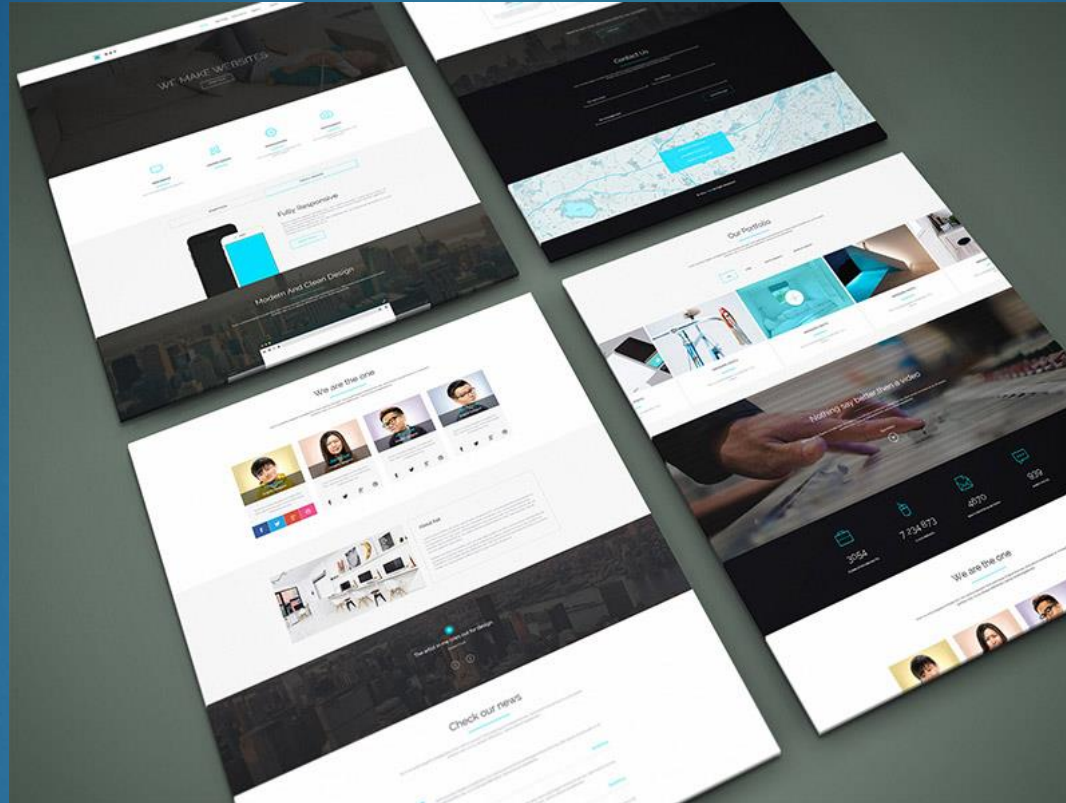
19



On utilise le zoning pour placer nos différents éléments

Mockup

20



C'est la phase final, la mise en place de la maquette

Travaux pratiques

21

La société Deetify veut mettre en place un nouveau site de streaming musical et vous demande de l'aider :

- Chercher les différents concurrents et lister les différences au niveau du marché (prix, diffusion, bonus, parts de marché, supports, équipe ...) dans un tableur
- Chercher les différents concurrents et lister les différences au niveau du design (UI + UX) dans un tableur
- Créer un zoning + wireframe de la homepage

La règles des 3 clics

22

- ▶ À ne pas prendre à la lettre
- ▶ Limiter le parcours client
- ▶ Limiter la complexité

Gamification / Ludification

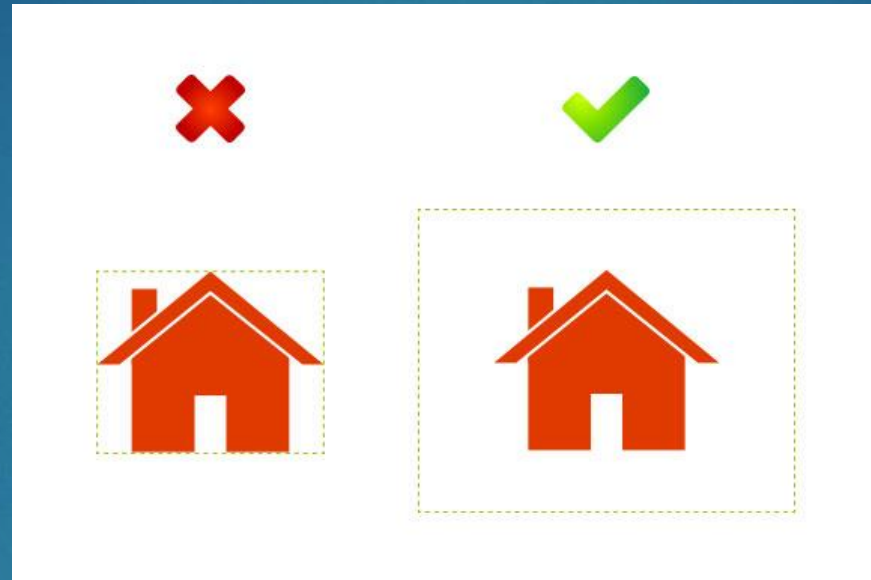
23

Le fait de transformer une tâche anodine en jeu.

- Principe de récompense
- Collecte de points
- Échanges entre joueurs

La loi de Fitts

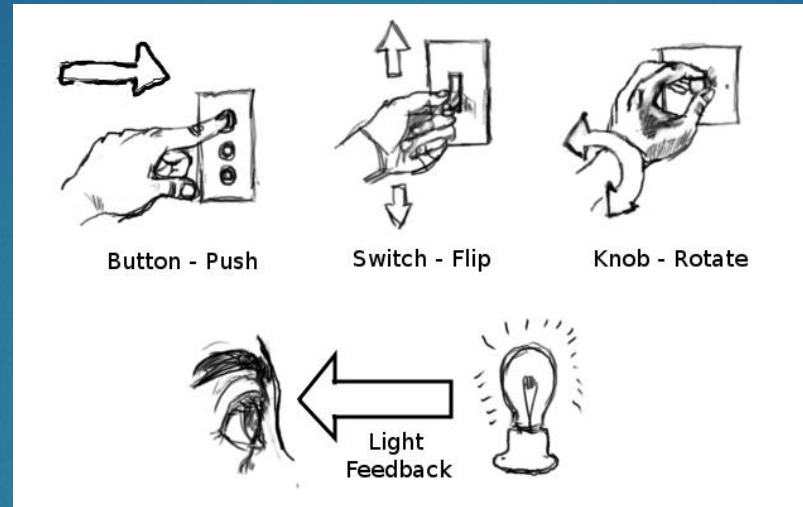
24



Plus la cible est proche et **grande** et plus vite l'utilisateur pourra cliquer dessus

Concept d'affordance

25



L'action est suggérée par les caractéristiques d'un objet.

Attention aux affordances erronées (l'utilisateur pense pouvoir cliquer)

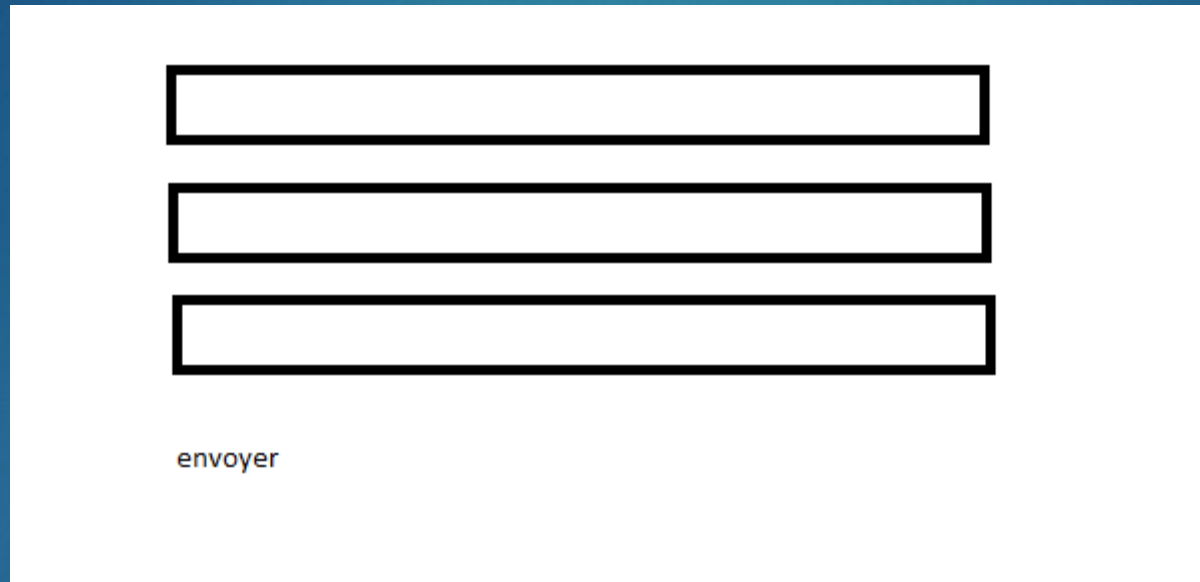
Le nombre de Miller / loi de Hick

26

- ▶ La grande question sur la vie, l'univers et le reste est ... 7 (+/- 2) !
- ▶ La loi de Hick nous dit que plus il y a de choix, plus l'utilisateur prend de temps à décider. De plus, il est préférable d'avoir un seul groupe d'élément plutôt que plusieurs petits.

Travaux pratiques

27



A screenshot of a web form on a white background. It consists of three horizontal text input fields stacked vertically. Below the input fields is a button labeled 'envoyer' in a small, dark font.

Transformer ce formulaire grâce aux règles vues précédemment.

Focus group

28

- ▶ Retour d'utilisateurs en groupe
- ▶ Il n'est pas comparable à un test utilisateur qui sera fait seulement avec une personne

Persona

29



Soeur Martine

Prix moyen : 10€

Navigation sur ordinateur

Aisance information : 1/5

Heures de visites : 08h-09h

"in nomine Patris, et Filii, et Spiritus"



Jean-Urbain Lio

Prix moyen : 30€

Navigation sur Smartphone

Aisance information : 4/5

Heures de visites : 22h-23h

"elle a le regard qui tue tchikita"

Créer des profils pour juger de l'utilisation du site pour des personnes différentes.

Avantage des personas

30

- Se pencher sur sa cible
- Humaniser la cible
- Donner des objectifs à la cible

Travaux pratiques

31

La société Deetify veut mettre en place un nouveau site de streaming musical et vous demande de l'aider :

- Créer trois personas pour notre site en essayant d'imaginer le maximum d'informations

Quelques règles

- ▶ Organiser son site de façon logique (par exemple trier les éléments par catégories)
- ▶ Optimiser les menus
- ▶ Privilégier des liens transversaux pour aider l'utilisateur dans sa navigation entre les différentes pages

Organisation

34

- ▶ Éviter d'afficher trop d'informations
- ▶ Réduire la quantité de mots sur les pages
- ▶ N'afficher que les principaux éléments de la navigation
- ▶ Afficher les éléments optionnels seulement si nécessaire

Organisation

35

- ▶ Privilégier un fond uni et éviter les images de fond
- ▶ Limiter les animations et ne pas faire d'animations simultanées
- ▶ Utiliser le remplacement d'informations au clic ou au survol

Travaux pratiques

36

La société LDLC souhaite augmenter son taux d'inscription, elle vous propose de revoir son formulaire *via* des wireframes. Elle souhaiterait avoir au moins 2 propositions différentes.

<https://secure.ldlc.com/Account/LoginPage.aspx?action=new>

Cohérence

37

- ▶ Conserver toujours la même navigation
- ▶ Conserver les mêmes termes (par exemple : panier et/ou commande)

Conventions

38

- ▶ $> 80\%$ = standard / $> 50\% - 79\%$ = convention
- ▶ « Je préfère ce que je connais »
- ▶ Respecter les conventions de placement (barre de recherche, navigation)
- ▶ Convention de nommages (Accueil / Panier ...)

- ▶ Il faut toujours informer l'utilisateur sur sa localisation (couleurs sur menu, fil d'Ariane ...)
- ▶ Donner de l'information ponctuelle (lien déjà visité, survol de lien ...)
- ▶ L'information peut aussi servir pour le stress marketing

Compréhension

40

- ▶ Il est parfois utile de privilégier des icônes pour améliorer la compréhension
- ▶ Les symboles et codes doivent être clairs
- ▶ Évitez les métaphores

- ▶ Il faut toujours guider l'utilisateur dans sa navigation, par exemple grâce à des flèches.
- ▶ Vous pouvez utiliser les principes d'affordances pour accompagner l'utilisateur (voir les éléments cliquables ...).
- ▶ Privilégiez des phrases à l'infinitif ou à l'impératif pour préciser la présence d'une action.
- ▶ « prémachez » le travail de l'utilisateur (heure avec google calendar).
- ▶ Fournissez de l'aide explicite en proposant des produits (par exemple un barrette de RAM pour aller avec la carte-mère).

Gestion des erreurs

42

- ▶ Optimisez vos formulaires pour qu'ils préviennent des erreurs (champs obligatoires)
- ▶ Ajouter des libellés pour les cas spécifiques
- ▶ Demander une confirmation pour les actions risqués
- ▶ Créer une page 404

Rapidité

43

- ▶ Il faut offrir à l'utilisateur des outils pour gagner en rapidité
- ▶ L'utilisation des raccourcis clavier (google document)
- ▶ Relancer une commande déjà livrée
- ▶ Prédiction de mots (google)
- ▶ Éviter de faire « cliquer » du texte à l'utilisateur

- ▶ Pas de scrolljacking ! Éviter les actions au scroll.
- ▶ Ne pas ajouter d'éléments à l'utilisateur sans son accord (par exemple une assurance au panier)
- ▶ Évitez l'affichage de pop-ups spontanées et de sons.
- ▶ N'envoyez pas l'utilisateur sur une autre page sans son accord (play store par exemple)

Accessibilité

45

- ▶ Pas de flash
- ▶ Ne pas forcer de résolution, privilégier du responsive
- ▶ Utilisez les normes ARIA

Satisfaction utilisateur

46

- ▶ Possibilité d'avoir une aide rapide (chat, support)
- ▶ Possibilité de désinscription à une newsletter
- ▶ Permettre la prévisualisation du produit fini
- ▶ Permettre à l'utilisateur d'intervenir pour modifier le produit (google translate)

Travaux pratiques

47

La société crus-classes, se rend compte d'un taux de rebond trop excessif et vous demande votre aide pour comprendre pourquoi.

<http://www.crus-classes.com/>

Tests

A/B testing

49

Créer deux versions du sites (avec des petites modifications) pour visualiser la conversion.

Tri de cartes

50



► www.optimalworkshop.com



- ▶ doisjeutiliser.fr
- ▶ ux-fr.com
- ▶ uxchecklist.github.io