
CRITIQUE – Kinshasadigital.com

I. RESUME DU PROJET	2
II. ORGANIGRAMME DE L'AGENCE	2
III. RESULTATS UX RESEARCH ET PROCESS	2
1. Besoins du client : Kinshasa Digital.....	2
2. Utilité du produit : Rapport de la critique	3
3. Besoins des utilisateurs : Personas.....	3
IV. RESULTATS DETAILLES DE LA CRITIQUE UI.....	4
1. Critères retenus et page évaluée.....	4
2. Points forts	5
3. Points à corriger et à améliorer.....	6
CONCLUSION.....	7

I. RESUME DU PROJET

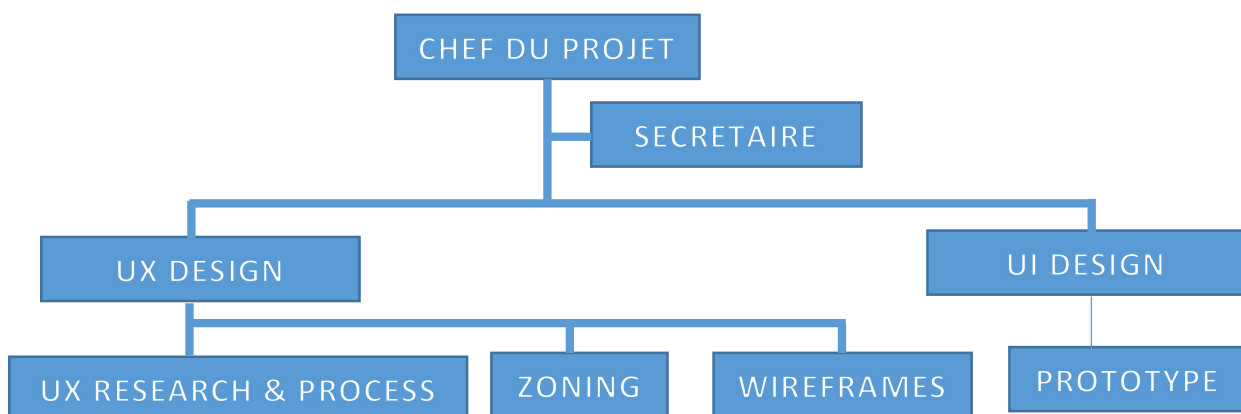
Ce rapport a pour objectif de vous transmettre les points positifs et les voies d'amélioration détectées par la critique du site Kinshasa Digital, à l'adresse <https://www.kinshasadigital.com>.

Auditeur : **4-DEV Agency**

Date de la critique : vendredi 19 – mars – 2021

Le choix entre refonte et évolution du site étant à déterminer, l'évaluation porte en particulier sur l'intérêt éventuel d'une démarche d'amélioration progressive.

II. ORGANIGRAMME DE L'AGENCE



- | | |
|--------------------------|--|
| 1. Chef du Projet | : Sacré |
| 2. Secrétaire | : Eminence |
| 3. UX Research & Process | : Sacré – Van – Randy – Merdie - Eminence |
| 4. Zoning | : Kevin – Romial – Jordie – Akelax – Marcos |
| 5. Wireframes | : Kevin – Romial – Jordie – Akelax – Marcos |
| 6. Prototype | : Sacré |

III. RESULTATS UX RESEARCH ET PROCESS

1. Besoins du client : Kinshasa Digital

- Augmenter le trafic sur son site internet ;
- Critiquer le site afin de :
 - ✓ Relever les failles ;
 - ✓ Proposer les améliorations.

2. Utilité du produit : Rapport de la critique

En vue d'accroître son trafic et la clientèle via son site internet, cette critique permettra de relever les failles afin de les améliorer pour un meilleur parcours utilisateur.

3. Besoins des utilisateurs : Personas

a) DEVA Agency

Caractéristiques

- Nom de la société : DEVA Agency
- Secteur d'activité : Marketing et Publicité
- Taille de l'entreprise : 2 – 10 employés
- Chiffre d'affaire : 200 000 €
- Siège sociale : Kinshasa
- Type de société : société commerciale / société civile
- Services : Publicité et marketing
- Spécialisation : Digital Marketing, communication et social Marketing
- Date de création : 2019
- Contact : +243 854 385 177
- Client de la Kinshasa Digital : Non

Attentes

- Le changement du marché pour le numérique est une préoccupation pour le DG de DEVA Agency afin de toucher le monde actuel
- Avoir un site internet permettant l'Agence d'être visible et bien référencer
- Etant professionnelle du Design, il a une main mise sur l'apparence et le fonctionnel, d'où l'accompagnateur qui doit concevoir le site internet est appelé à respecter les principes du UX/UI Design.

b) Company Leagues

Caractéristiques

- Nom de la société : Company Leagues
- Secteur d'activité : Spots
- Taille de l'entreprise : 150– 201 employés
- Chiffre d'affaire : 450 000 €
- Siège sociale : Brussel /Belgique
- Type de société : Entreprise individuelle
- Spécialisation : Company Sport, Sport Community, Sports Leagues
- Date de création : 2013
- E-mail : info@companyleagues.be
- Contact : +324 76 78 56 05
- Site : <https://www.companyleagues.be>
- Client de la Kinshasa Digital : oui

Attentes

- A l'heure où le travail à distance devient la norme, l'objectif est clair : rassembler.

Rapport de la critique du site « Kinshasadigital.com »

- Autour des compétitions, tout est mis en place pour faire vivre la magie du sport au sein de toute l'entreprise
- Avoir une meilleure organisation en vue d'une simplicité d'admission et de gestion des fédérations.

c) Jaune Congo **Caractéristiques**

- Nom de la société : Jaune Congo
- Secteur d'activité : Agriculture
- Taille de l'entreprise : 11 – 50 employés
- Chiffre d'affaire : 75 000 €
- Siège sociale : Kinshasa
- Type de société : Société des personnes (Associés)
- Spécialisation : Agriculture, vente en ligne et livraison à domicile
- Date de création : 2013
- E-mail : info@jaunecongo.com
- Contact : +243812325230
- Site : <https://www.jaunecongo.com>
- Production : 1 tonne de fruits et légumes chaque semaine
- Client de la Kinshasa Digital : oui

Attentes

- Devenir une entreprise de premier plan dans le secteur d'Agriculture
- Vente des produits agricoles transformés ou non en circuit court, via internet ou vente directe
- Transformer le site en plate-forme de vente ouverte à d'autres producteurs et transformateurs, afin qu'elle devienne une sorte de « RUNGIS » en ligne.

IV. RESULTATS DETAILLES DE LA CRITIQUE UI

1. Critères retenus et page évaluée

La critique a été effectuée sur base des critères d'usabilité, disponible sur <https://www.amberscript.com/fr/accessibilite-numerique/que-signifie-l-utilisabilite-terme-lie-a-l-accessibilite-numerique> :

- Utilité
- Utilisable
- Navigable
- Accessible
- Compréhensible
- Simple

La critique a porté sur les contenus de la page d'accueil : <https://kinshasadigital.com>

2. Points forts

a) Code

Le code source de la page débute par une déclaration de type de document dont la syntaxe est conforme à celles recommandées par le W3C

b) Contact

La page propose au moins un moyen de contact plus facilement accessible directement sur la barre de navigation. Et aussi elle propose un chat

c) Contenus

Les titres de chaque section permettent de les identifier correctement.

d) Formulaire

- En cas de saisie des données non autorisées dans le formulaire de contact, les raisons de non envoi de données sont indiquées à l'utilisateur
- En cas de rejet des données saisies dans le formulaire de contact, toutes les données saisies peuvent être modifiées par l'utilisateur

e) Hyperliens

Les hyperliens internes et externes sont différenciés ?

f) Identification

- L'identité de l'agence est indiquée
- La page expose la nature des contenus et service proposés
- L'adresse complète et numéro de téléphone de l'agence sont accessibles depuis toutes les pages du site

g) Internationalisation

Le code source de la page indique la langue principale du contenu

h) Mobile

- Le page ne bloque pas les fonctionnalités de zoom du navigateur
- Le page s'adapte aux terminaux mobile

i) Navigation

- La navigation sur la page ne provoque pas l'ouverture des fenêtres surgissantes (popups)
- La page est intégralement utilisable au clavier et la navigation s'effectue dans un ordre prévisible

j) Présentation

- Le style ne justifie pas le texte
- La taille des polices est exprimée en taille variable et non pas en taille fixe
- Bonne cohérence des couleurs sur la page

k) Sécurité

La page comporte une adresse sécurisée

l) Serveur et performance

L'adresse de la page fonctionne avec ou sans préfixe www.

3. Points à corriger et à améliorer

1.1. Priorité élevée : image sans alternative

Quelques images ne sont pas dotées d'une attribut **alt**, spécifiquement sur l'image de Facebook. Un utilisateur de lecteur d'écran n'aura pas accès à cette information. Ce défaut va également pénaliser l'indexation et le référencement du site.

Les codes ne respectent pas du tout les normes de la w3c. question de les faire passer au test et corriger les erreurs pour optimiser l'accessibilité.

1.2. Priorité basse

- La page d'accueil manque un slogan contrairement à ce qu'on a vu aux concurrents
- La page ne propose pas un moteur de recherche interne
- Le bouton « PLANIFIER UN APPEL » moins important sur la première section car il y en a déjà dans la barre de navigation
- Ajouter une icône d'appel sur le bouton « PLANIFIER UN APPEL »
- Difficulté de comprendre le message de la première section sinon pour une cible qui est la leur
- La barre de navigation doit rester toujours fixe quand on défile
- Mauvaise qualité des photos
- La page ne permet pas aux partenaires anglophone d'avoir accès aux informations
- Utilisation de beaucoup des polices (Roboto, sans-serif, tahoma, Montserrat et Ubuntu) pour une page
- La section « nous avons le plaisir de travailler avec » sera mieux d'être placée avant la section du formulaire de contact. Aussi mettre les liens sur les photos des partenaires
- Dans la section « nous accompagnons vos projets », les boutons ne sont ni simple, ni navigable, car ça nous amène sur la même chose et parfois nulle part. Le titre du formulaire « Demander un devis » est mal orthographié
- Les textes sur les détails des applications déjà développées sont peu visibles
- Le projet du Ministère de la santé en RDC nous ramène sur la page d'accueil de la Kinshasa Digital une fois cliquer
- La couleur de font de la section « Prêt ? » devait être rouge pour garder l'harmonie des couleurs. Même chose avec son bouton qui pourra garder la forme du bouton « DEMANDER UN DEVIS » de la première section.
- Le paragraphe sur la préinscription à la KDA ne retrouve pas sa place après le titre du formulaire de contact car cela ne concerne pas le contact à la KD. Elle est aussi mal orthographiée.
- Le bouton « ENVOYER » du formulaire de contact doit être placé entre les deux derniers paragraphes après les champs de saisie.
- Il n'est pas possible de revenir rapidement à la première section depuis la dernière section. Il est important de placer un bouton flottant à côté du bouton flottant de chat pour faciliter la navigation vu que la page est longue.

Rapport de la critique du site « Kinshasadigital.com »

- Un clic sur la mention légale modifie la présentation du bouton « PLANIFIER UN APPEL » de la barre de navigation en affichant une bordure rouge dans le fond jaune.

CONCLUSION

La page présente les points forts à conserver ou à consolider en cas d'amélioration ou d'une refonte. Parmi ceux-ci, il faut souligner en particulier :

- La charte graphique cohérente à travers l'ensemble des sections de la page d'accueil, et qui garantit des contrastes de couleurs suffisant.
- La navigation dans le site et ses éléments d'indexation pour le moteur de recherche
- Les informations d'identification essentielles pour établir une relation de confiance avec l'utilisateur