


Les 12 règles de l'ergonomie Web



Règle 1 : Architecture

Un site web doit être bien rangé de telle sorte que  y trouve ce qu'il est venu y chercher.

Architecturer l'information veut dire organiser le contenu par catégorie (groupes de contenus) puis le structurer de façon hiérarchique (du plus au moins important).

- 💡 Effectuer des groupements logiques. Exemples : la gestion des utilisateurs, la gestion des événements, ...
- 💡 Mettre les contenus les plus importants en évidence.
- 💡 Créer des menus intuitifs qui permettent d'assurer que le choix entre les items du menu soit facile.



Règle 2 : Organisation visuelle

Chacune des pages d'un site web doit être bien organisée, c'est-à-dire simple, bien rangée et aérée.

- 💡 Imposer une hiérarchie dans les textes. h1, h2, h3, ... à utiliser pertinemment.
- 💡 Eviter de vouloir mettre trop d'information, pas de surcharge. Privilégier l'essentiel.
- 💡 Faire simple et précis. Exemples : indiquer l'action sur un bouton comme « enregistrer » ou « rechercher ». Les textes du menu doivent être très clairs et de préférence courts, évitez les redondances 'offres/forfaits'
- 💡 Nettoyer chaque page de son contenu superflu !




Gérer un menu :

1. Mettez le menu horizontalement en haut ou verticalement à gauche.
2. Si besoin d'un menu secondaire, placez-le verticalement à gauche.
3. Le menu de navigation doit comporter entre 4 et 7 éléments.
4. Évitez à l'internaute de scroller pour accéder aux derniers éléments de votre menu.




Règle 3 : Cohérence

Un site capitalise sur l'apprentissage interne. En d'autres mots,  se forge une manière de naviguer dans les pages du site. On parle d'expérience dite d'utilisation. Il est primordial de la préserver afin de garantir une navigation la plus efficiente possible.

- 💡 Préserver au maximum le positionnement des éléments. Exemple, sur toutes les pages ajouter est un bouton avec un gros + à droite.
- 💡 Préconiser des appellations cohérentes : toujours employer les mêmes termes et non des synonymes. Si des verbes sont utilisés, toujours continuer avec des verbes. Si des mots sont employés, continuer avec des mots...
- 💡 Mettre en évidence les éléments cliquables en respectant une uniformité (textes qui se soulignent au survol)




Règle 4 : Conventions

Un site capitalise sur l'apprentissage externe.  a déjà beaucoup surfé sur la toile. Il a acquis une expérience sur la logique de fonctionnement d'un site. Inévitablement, il applique ses connaissances, par habitude.

- 💡 Conserver les localisations habituelles de certains éléments. Exemples : inscription / connexion à gauche en haut, titre principal en haut, ...
- 💡 Respecter les standards, se méfier des originalités. Par exemple _ X signifie rétrécissement et fermeture.




Règle 5 : Information

Un site informe  et lui répond. Idéalement, le site fournit des informations de qualité sans nécessiter de recherches trop longues.

- 💡 Informer sur votre identité et vocation/services proposés. Par exemple, un slogan/logo informe utilement à ce sujet.



Règle 6 : Compréhension

Un site doit bien choisir ses mots et symboles ; il ne s'agit pas de balancer de l'information. Il s'agit de chouchouter  pour qu'il reste sur le site et/ou revienne.

La méthode des **Personas** pour les ergonomes.

Un **persona** est un personnage fictif représentatif d'un groupe d'utilisateurs pour une application web. Cela aide à centrer le développement sur les utilisateurs. Exemples : Colette, 66 ans en recherche d'aventures mais pas à l'aise avec les technos. Lucien, 16 ans, accros aux technos/vidéos/images.






Test de la grand-mère :

1. Tester le site soi-même
2. Faites tester le site par des profils différents : ami, compagne, parent, grands-parents, ... et puis demandez-lui :
 - « De quoi parle le site ? »
 - « Quels produits sont vendus sur le site » etc. afin de constater si le site est intuitif et facilement compréhensible



Règle 7 : Assistance

Un site doit offrir une aide implicite (non visible) et explicite à .

- 💡 Auto-compléter les informations connues. Par exemple, une application pour les étudiants de l'école demande le département dans lequel l'étudiant se trouve, il faut proposer un choix parmi les possibilités connues. L'utilisateur ne doit pas encoder manuellement "informatique".



Règle 8 : Gestion des erreurs

Un site doit prévoir/éviter les erreurs éventuelles de l'utilisateur et offrir une aide le cas échéant.


Les formulaires sont une source principale d'erreurs.

- 💡 Utiliser les labels avec justesse.
- 💡 Jongler avec les différents types d'input permis par le HTML 5.
- 💡 Utiliser les bons éléments pour les bonnes actions

Radio button	Checkbox
<div>Radio Buttons <input type="radio"/> Option 1 <input checked="" type="radio"/> Option 2 <input type="radio"/> Option 3 <input type="radio"/> Option 4</div>	<div>Checkboxes <input checked="" type="checkbox"/> Option 1 <input type="checkbox"/> Option 2 <input type="checkbox"/> Option 3 <input checked="" type="checkbox"/> Option 4</div>
1 seul choix possible	0 ou plusieurs possibilités
Question booléenne (oui-non)	Question multi-réponses
Choix obligatoire. Exemple type de paiement : Visa ou Master Card	Choix optionnel. Exemple inscription newsletter



Règle 9 : Rapidité

Un site ne doit pas faire perdre de temps à . Il est important de garantir la rapidité d'accès à l'information recherchée et la fluidité avec laquelle on y accède.




Le mythe des 3 clics :

La légende dit « Pour que notre site soit simple à utiliser, on veut que toutes les informations soient accessibles en trois clics »




Règle 10 : Liberté

C'est  qui commande (ou du moins doit en avoir l'impression). On s'attend à qu'un site fonctionne selon le principe action-réaction. Une action génère une réaction ; ne pas contrarier cette logique.



Eviter les déclenchements automatiques d'actions au survol.



Respecter les actions standards (du web).  permet de quitter.

Règle 11 : Accessibilité



Le site facilite l'accès pour tous : ceci englobe l'accessibilité physique mais aussi technologique.


Physique : html 5 développe des éléments permettant une plus grande accessibilité.

Technologique : Un site peut être consulté sur des matériels très divers.



Règle 12 : Satisfaction de

La dernière règle mais, en vrai, c'est la première. Amen !

La satisfaction de  nécessite de prendre en compte les besoins de vos personas en tant qu'êtres humains, mais aussi, et surtout leurs besoins en tant qu'internautes spécifiques dans un contexte spécifique, avec des objectifs spécifiques.

Source : Amélie Boucher (<http://www.ergolab.net/>) - Bibliothèque : Octobre 2011- 3ème édition du livre Ergonomie web (Amélie Boucher, éditions Eyrolles)