

Site concurrent



<https://todolistme.net/>



Performances



Accessibilité



Bonnes
pratiques



SEO



PWA



Publisher
Ads



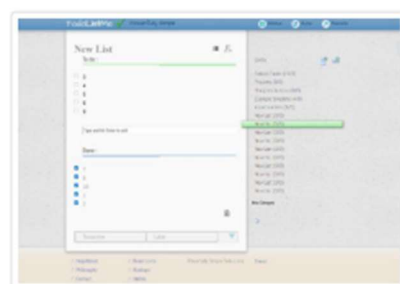
Performances

Les valeurs sont estimées et peuvent varier. Le [calcul du score lié aux performances](#) repose directement sur ces statistiques. [Affichez la calculatrice.](#)

▲ 0–49

50–89

90–100



STATISTIQUES

Développer la vue

First Contentful Paint

0,9 s

Total Blocking Time

0 ms

Speed Index

1,5 s

Largest Contentful Paint

1,1 s

▲ Cumulative Layout Shift

0,286

Notre application



<http://127.0.0.1:63955/todo-list-app/index.html>



Performances



Accessibilité



Bonnes
pratiques



SEO



PWA



Publisher
Ads



Performances

Les valeurs sont estimées et peuvent varier. Le [calcul du score lié aux performances](#) repose directement sur ces statistiques. [Affichez la calculatrice.](#)

▲ 0–49 50–89 90–100



STATISTIQUES

Développer la vue

First Contentful Paint

0,5 s

Largest Contentful Paint

0,5 s

Total Blocking Time

0 ms

Cumulative Layout Shift

0,229

Speed Index

0,5 s

Dans le cadre de l'amélioration de l'application, une analyse comparative de la performance entre notre application de gestion de tâches et celle d'un concurrent a été effectuée. Cette évaluation nous permet de saisir où nous nous situons sur l'échelle de performance et d'identifier les domaines nécessitant des améliorations pour offrir une expérience utilisateur optimale.

Performance Générale

Notre application montre une performance prometteuse sur plusieurs fronts. Le "First Contentful Paint" (FCP), qui mesure la rapidité avec laquelle le contenu est rendu sur la page, se situe à 0,5 seconde, tandis que notre concurrent enregistre un FCP de 0,9 seconde. Cela indique que notre contenu est accessible plus rapidement, ce qui est crucial pour maintenir l'attention de l'utilisateur.

Le "Largest Contentful Paint" (LCP), qui reflète le temps nécessaire pour charger le contenu principal de la page, est également meilleur dans notre application, avec un temps de 0,5 seconde contre 1,1 seconde pour le concurrent. Ces mesures démontrent notre capacité à livrer rapidement les informations essentielles aux utilisateurs.

Optimisation du Cumulative Layout Shift (CLS)

Cependant, notre analyse a révélé une opportunité d'amélioration du "Cumulative Layout Shift" (CLS), où notre score est de 0,229. Le CLS mesure la stabilité visuelle et les changements inattendus dans la mise en page. Bien que notre score soit compétitif, il y a place à l'amélioration pour minimiser les déplacements de contenu qui peuvent affecter l'expérience utilisateur.

Stratégies d'Optimisation

Pour améliorer le CLS et par extension l'expérience utilisateur, nous envisageons les ajustements suivants :

Stabilisation des Éléments Dynamiques : Réserver de l'espace pour les éléments dynamiques tels que les listes de tâches, pour éviter les changements inattendus de mise en page.

Optimisation des Ressources Média : La définition des dimensions pour les images et autres médias avant leur chargement peut prévenir les ajustements de dernière minute dans la mise en page.

Analyse et Optimisation des Scripts : Une révision de nos scripts et feuilles de style peut réduire l'impact sur la mise en page, améliorant ainsi le CLS.

Conclusion

Bien que notre application affiche une performance solide en comparaison avec un concurrent direct nous pouvons proposer des ajustements. Ces ajustements particulièrement autour du CLS, visent à peaufiner l'expérience utilisateur pour que notre application de gestion de tâches soit non seulement performante mais aussi agréable à utiliser.

Autre

Les applications ne contiennent actuellement pas de publicités, mais si vous envisagiez d'en introduire voici ce à quoi vous devriez porter attention :

Chargement Asynchrone des Publicités : Utilisez des scripts de chargement asynchrones pour les publicités. Cela permet au contenu principal de votre site de se charger sans être bloqué par les publicités, améliorant ainsi le temps de chargement perçu par l'utilisateur.

Taille et Optimisation des Médias : Assurez-vous que les images ou vidéos publicitaires sont bien optimisées en termes de taille sans compromettre la qualité. Utilisez des formats d'image modernes comme WebP pour des images de haute qualité avec des tailles de fichier réduites.

Emplacements Stratégiques : Placez les publicités de manière à ce qu'elles n'interfèrent pas avec l'expérience utilisateur. Évitez les emplacements qui pourraient entraîner des clics accidentels ou qui cachent le contenu principal.

Éviter le Décalage de Mise en Page (CLS) : Réservez de l'espace pour les publicités dans la mise en page de votre site pour empêcher tout changement inattendu de la mise en page lorsque les publicités se chargent. Cela contribue à réduire le CLS, un facteur important pour les performances web.

Utiliser des Plateformes Publicitaires Performantes : Choisissez des réseaux publicitaires qui ont une bonne réputation en matière de performances et de respect de la vie privée des utilisateurs. Certaines plateformes offrent des options de chargement optimisées pour minimiser l'impact sur les performances.

Limitation du Nombre de Demandes : Trop de publicités ou de demandes de réseaux publicitaires peuvent ralentir votre site. Limitez le nombre de publicités affichées simultanément et envisagez de les charger progressivement à mesure que l'utilisateur fait défiler la page.

Considérations sur l'Expérience Utilisateur : Tenez compte de l'expérience utilisateur globale. Les publicités ne doivent pas être intrusives ni nuire à l'engagement de l'utilisateur avec votre contenu principal.