

UX – Core Web Vitals

---

# L'UX technique entre vitesse et erreurs

Boris Schapira

Slides : [boris.schapira.dev/ssq4](https://boris.schapira.dev/ssq4)  (~3,3 Mo)

# Présentation de votre speaker



**Boris Schapira**

Solution Expert | Contentsquare



# Sommaire

01

## Contentsquare

Des Analytics à « Find & Fix »

02

## Pourquoi la Qualité technique ?

Rappels SEO et exécutions Web

03

## Comment démarrer ?

Acteurs, stratégies, gouvernance

04

## Les pièges du marché

Entre bonne volonté et pragmatisme

05

## Exemples de clients

Études de cas

06

## La technique ?

Un pilier, mais pas le seul

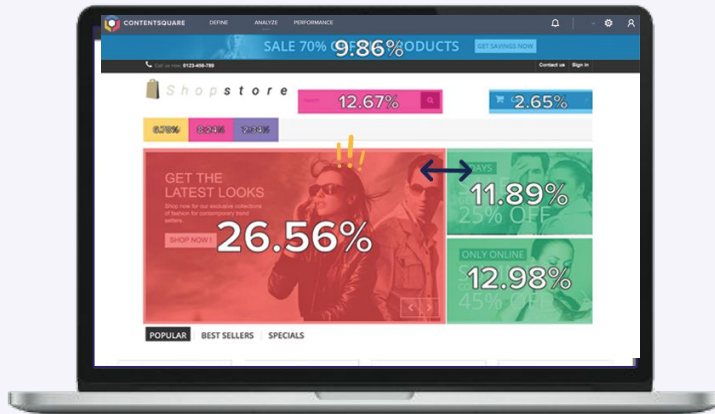
01

---

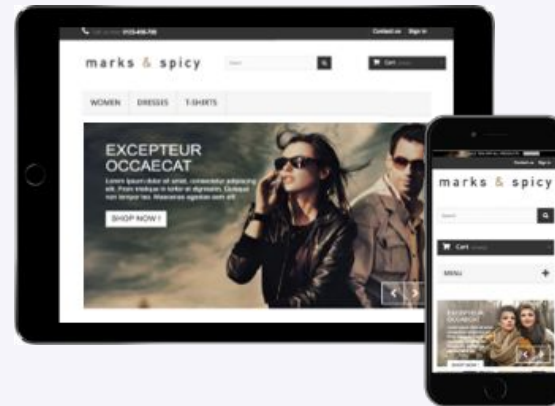
# Contentsquare

Des Analytics à « Find & Fix »

# Nous analysons l'expérience utilisateur sur l'ensemble des canaux Web et App



Desktop



Mobile



Apps

**1 seul tag seul** posé sur votre site et qui se déploie à travers toutes vos pages grâce à une **ligne de code unique**.

C'est simple et rapide. Tous les éléments sont traqués (cliquables ou non).

**Aucun plan de taggage** et ce, quels que soient les changements opérés sur votre site.

Une fois installé, les premières données sont collectées.

**Aucune configuration nécessaire**

# Contentsquare Experience Analytics Cloud

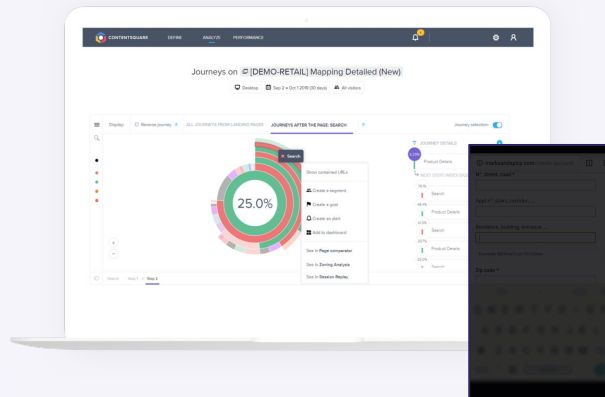


“

**Contentsquare Find&Fix** fait le lien entre les équipes techniques et commerciales et permet à ses utilisateurs d'identifier et de résoudre les erreurs techniques impactant le plus leurs revenus.

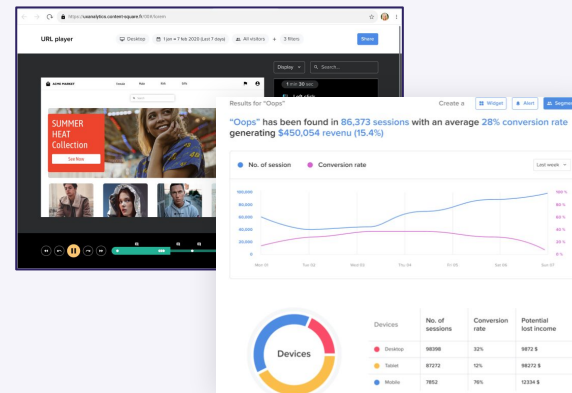
# Cas d'usages réactifs

Comprendre les causes d'une mauvaise conversion



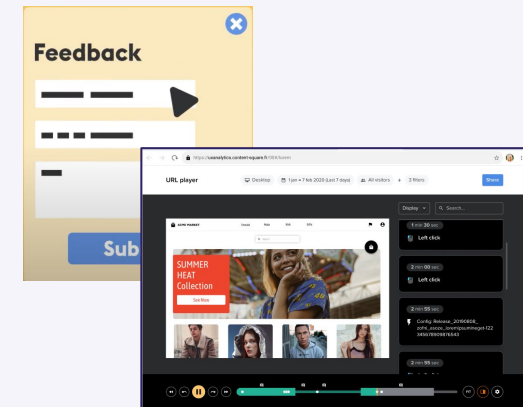
« Mon web analytics montrent que mes visiteurs décrochent au milieu du paiement, mais pourquoi ?

Aider les clients individuellement et détecter les comportements frauduleux



« J'ai besoin de savoir ce que tape mon client dans un formulaire. Je dois aussi vérifier des comportements suspects.

Faciliter et prioriser les actions à prendre suite aux feedbacks clients via outil VOC

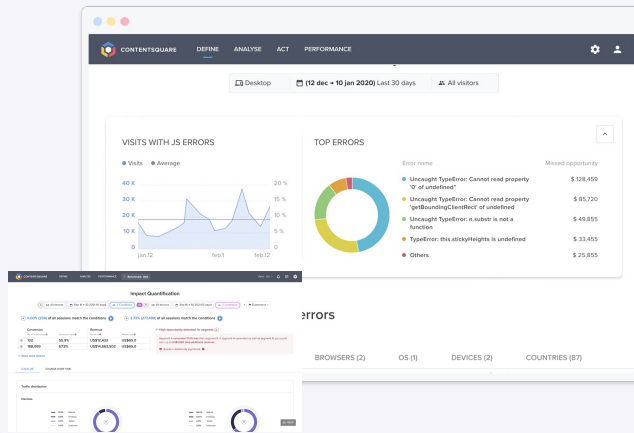


« Mes clients se plaignent, mais je ne comprends pas pourquoi ni l'étendue du problème.



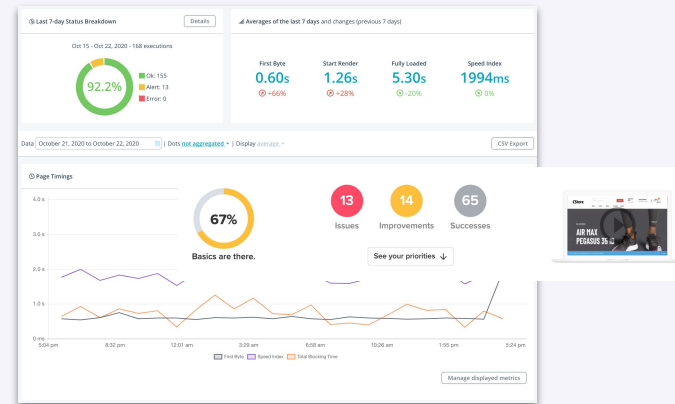
# Cas d'usages proactifs

Détecter, valider, quantifier  
et cibler les frictions



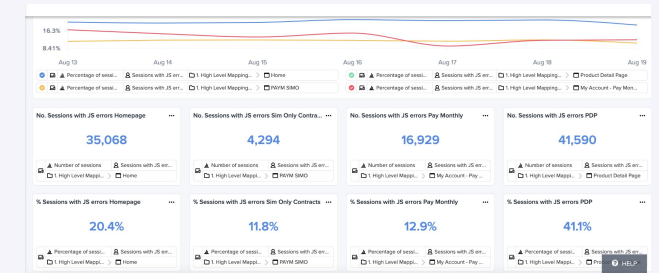
« Je veux identifier, valider, quantifier les problèmes qui touchent mes clients le plus, rapidement. Je veux pouvoir réengager les client-es concerné-es.

Monitorer proactivement  
les sites web pour la  
meilleure performance et  
le meilleur SEO



« Je veux que mes pages et scénarios clés soient au top des standards de performance actuels, et devancer mes concurrent-es.

Etre alerté·e quand une  
erreur technique se répète  
ou s'amplifie



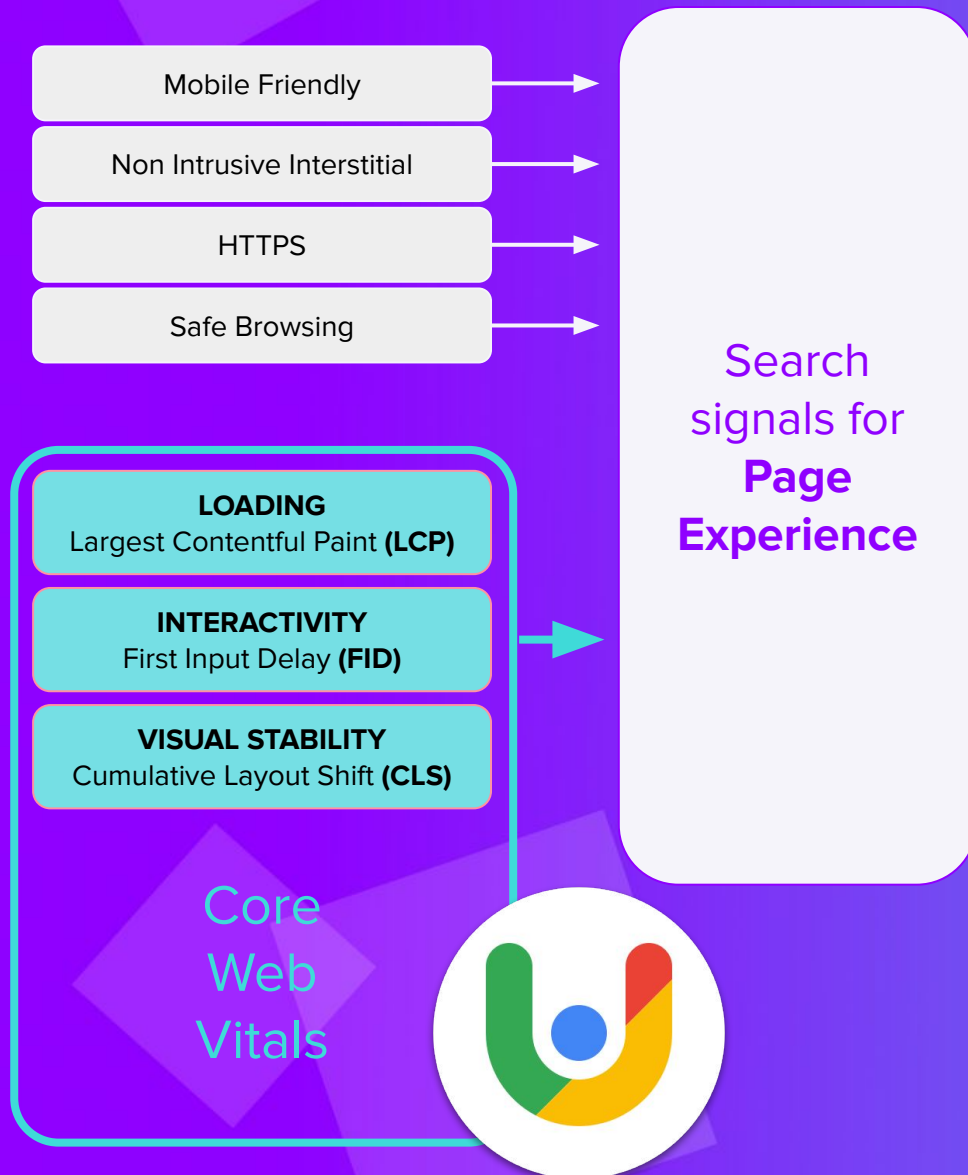
« Comment être certain·e que je ne passe pas à côté d'une dégradation brutale de l'expérience proposée par mon site ?

02

---

# Pourquoi la Qualité technique ?

Rappels SEO et exécutions Web



# Google Page Experience

## Mobile & Desktop

- Mai 2021 : déploiement Page Experience pour les SERPs mobile
- Février 2022 : généralisation aux SERPs sur ordinateurs de bureau

**Données** : utilisateurs et utilisatrices **authentifiées** de **Chrome**, sans passphrase, qui ont opté pour la synchronisation d'historique et l'envoi de rapports d'usages statistiques.

**Indicateurs** : en constante évolution

**Impact** : toutes choses égales par ailleurs.

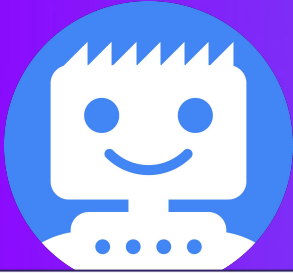


# Crawl Budget

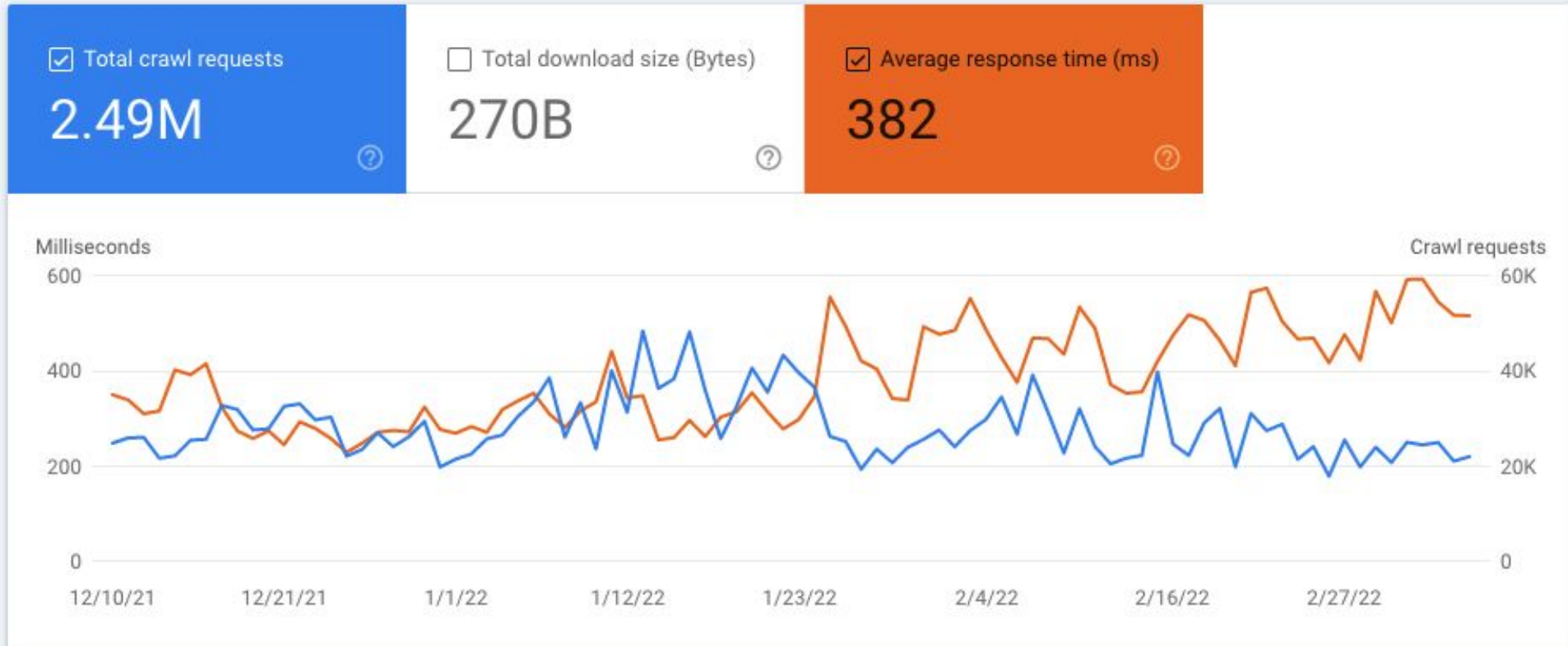
## Better, Faster, Stronger

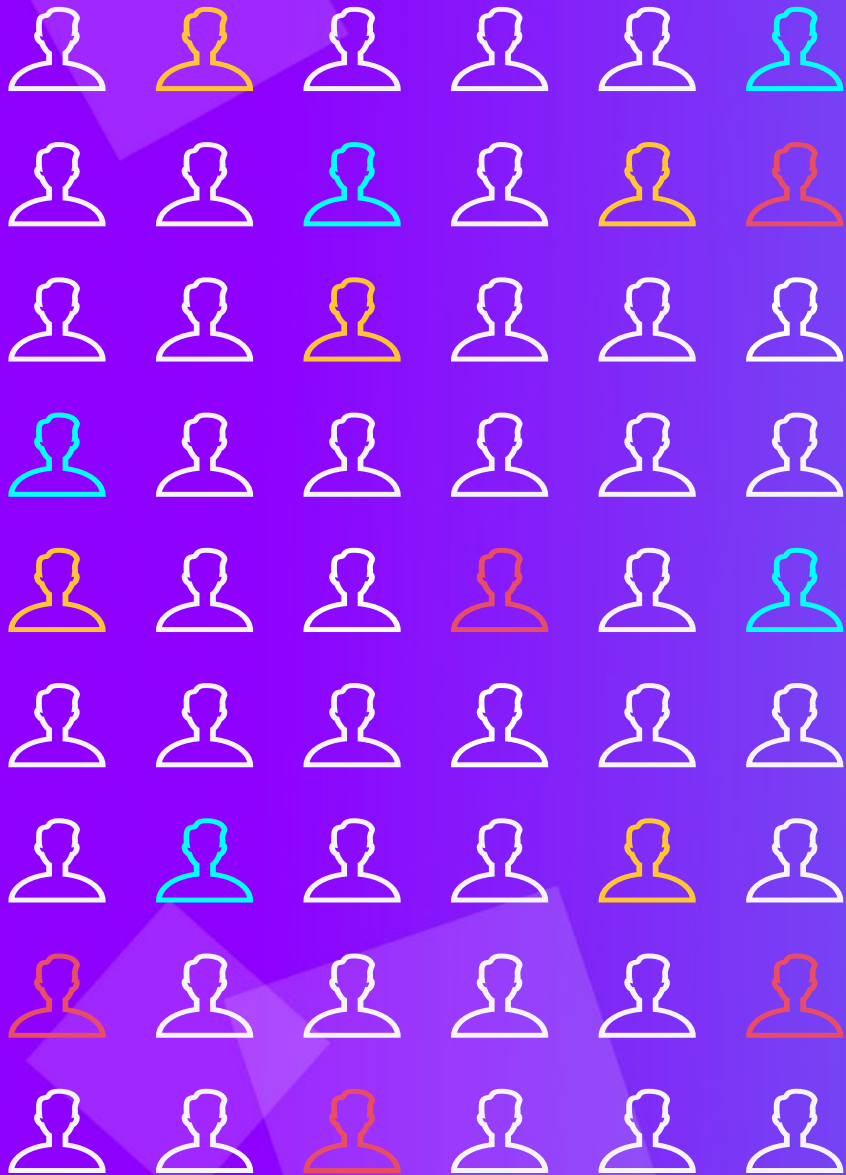
**Crawl Budget** : nombre de pages que Googlebot explore et indexe sur un site Web dans un laps de temps donné.

Un site plus **rapide** améliore la quantité de pages crawlées parce que le serveur est considéré comme étant en **bonne santé** et le robot est en mesure de collecter les informations nécessaires dans le temps imparti.



# Crawl Budget





# Contextes d'exécution

## Un site, un million d'usages

**Back-end** : des environnements contrôlés, souvent redondés à l'identique, à la configuration maîtrisée, outillés pour la télémétrie.

**Front-end** : connaissance très survolée des expériences et facteurs de variations.  
*Les retours clients ne suffisent pas.*

Problème de **culture** de ce qu'est l'UX.  
L'UX n'est pas qu'un design. C'est un usage.

Et **une de ses réalités** est la performance.

03

---

# Comment démarrer ?

Outils, stratégies, gouvernance

# Vrai problème = vrai marché

Contenus

Infrastructures

Services

Expériences fluides

Messages optimisés

Images de qualité

Polices d'écriture



# Vrai problème = vrai marché

Contenus

| Infrastructures

| Services

Content Delivery Networks

Proxy d'images

Digital Asset Management

CMS / E-Commerce

# Vrai problème = vrai marché

Contenus

Infrastructures

Services

Lab Monitoring & Alerting

Analytics & APMs

Error Handling Services

Voice of Customers

# Observabilité complémentaire



## Synthétique

Robots de test automatisés parcourent les pages et effectuent des audits pour trouver des problèmes et suggérer des correctifs

- + Rapides
- + Reproductibles
- + Tests
- *Biais de modélisation*



## Données d'Utilisation

Données collectées de manière active ou passive, lors de vrais usages, permettant une analyse des parcours et des frictions

- + Corrélation Business
- + Analyse Parcours
- + Problèmes cachés
- *Biais d'appréciation ou de contexte*

# L'optimisation, pour quels gains ?

- Amélioration du Time-To-Fix
- Réduction du Cost-To-Fix, des Coûts de Non-Qualité (CNQ) visibles et invisibles, et des risques opérationnels
- Amélioration de l'acquisition
- Amélioration des revenus  
*(mais possible baisse de la conversion/transformation, attention)*

04

---

# Les pièges du marché

Entre bonne volonté et pragmatisme

# Avancer à son rythme



## Compétences

Rares, et donc chères

- Profil Marketing + technique
- Analyses longues, coûteuses
- Services complexes à prendre en main
- Difficulté à former des juniors



## Transversalité

Des problématiques transverses à plusieurs départements

- Mettent à jour les frictions internes
- S'opposent à des problèmes de culture
- Vive le RACI !



## Directionnalité

Un problème, plusieurs solutions

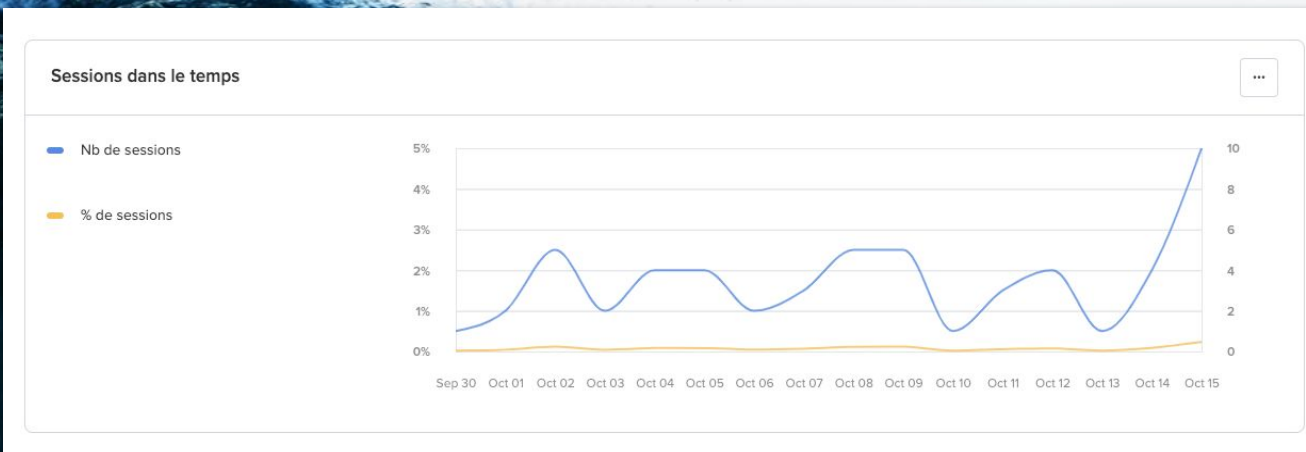
- Action par l'impact
- Référentiels, gestion de la dette, externalisation de fonctionnalités
- Agilité métier, micro-optimisations, maximum locaux

05

---

# Exemples de clients

Études de cas



**421 sessions impactées par 71 erreurs uniques**  
0.6% de tout le trafic (69,736 sessions) entre October 1, 2021 à October 15, 2021

ERREURS URL **PAGES** NAVIGATEURS OS DEVICES PAYS

JS Error API Error CS - Mapping de réfé... Rechercher une page

1	Checkout Step 3 - Payment Erreurs uniques: 7	59 (12%)
2	Checko Erreurs uniques	(12%)

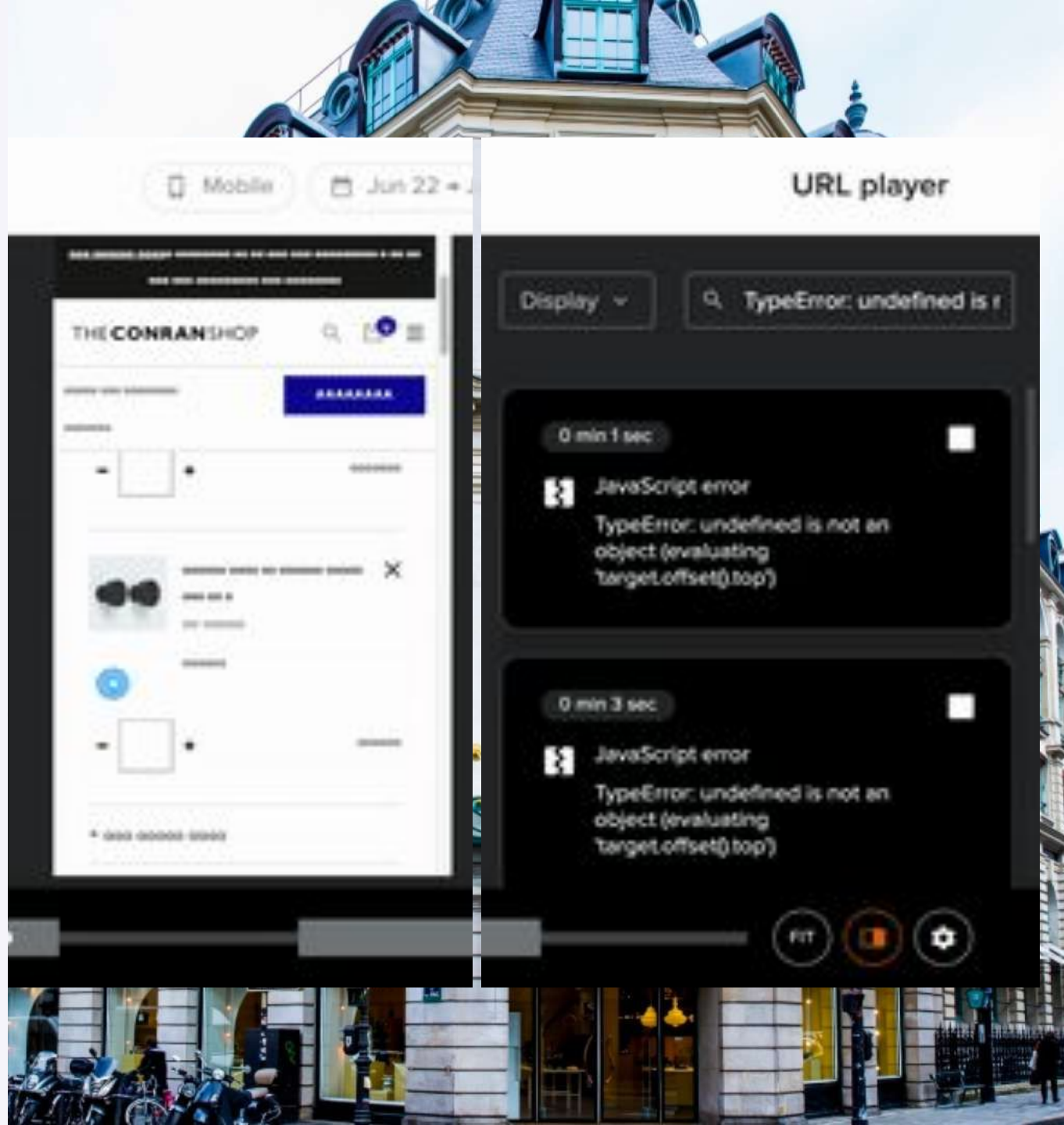
# AKEWATU

## CTA inactif – 73k€

Erreurs API présentes uniquement chez 12 % des visiteurs•euses. Dans les logs serveurs : noyées dans la masse.

Problème difficile à corriger sans compréhension du **contexte** et du **parcours** menant à l'erreur.





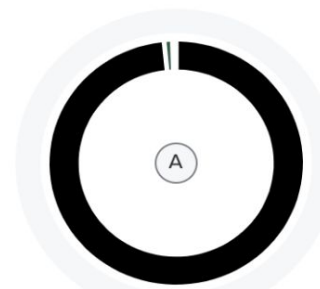
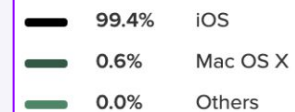
# THE CONRAN SHOP

## JavaScript suppression impossible

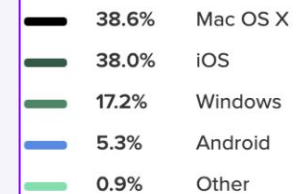
Erreur JS empêchant un usage  
(suppression produit).

Contexte **iOS uniquement** – Gain à 5  
chiffres ACV

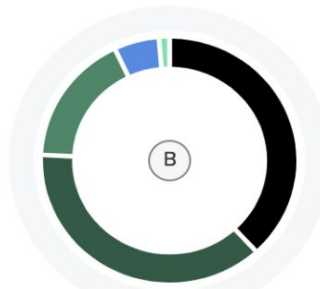
WITH  
ERROR



WITHOUT  
ERROR



[See details](#)



WORST INCREASE NB  
REQUESTS

**+19%**

+54 on Desktop PDP

WORST INCREASE  
FULLY LOADED TIME

**+15.7%**

+3.8s on Desktop HP

CUMULATIVE  
LAYOUT SHIFT

**No Impact**

PDP Desktop

(MEDIAN TOTAL BLOCKING TIME)

**15673 ms**

+14,78% with 3P

START RENDER  
LARGEST CONTENTFUL PAINT  
SPEED INDEX

**No Impact**

WORST INCREASE  
VISUALLY COMPLETE  
(SYTE COMPONENTS APPEARING)

**+190%**

+16.33s on Desktop HP

WORST INCREASE  
WEIGHT

**+11%**

+604KB on Mobile  
PDP

GOOGLE REFERENCE  
(TOTAL BLOCKING TIME)

**300 ms**

PDP Mobile

(MEDIAN TOTAL BLOCKING TIME)

**5400 ms**

+31% with 3P

# ANONYME

## Impact d'un service tiers

Proposer une fonctionnalité sans la développer ou l'intégrer via une solution en interne ? Facile, il suffit de l'externaliser côté client avec un service tiers.

Tests A/B, Recommandation, Click-to-Chat, réassurance... mais comment savoir si le bénéfice est supérieur au coût que cela a sur l'UX ?

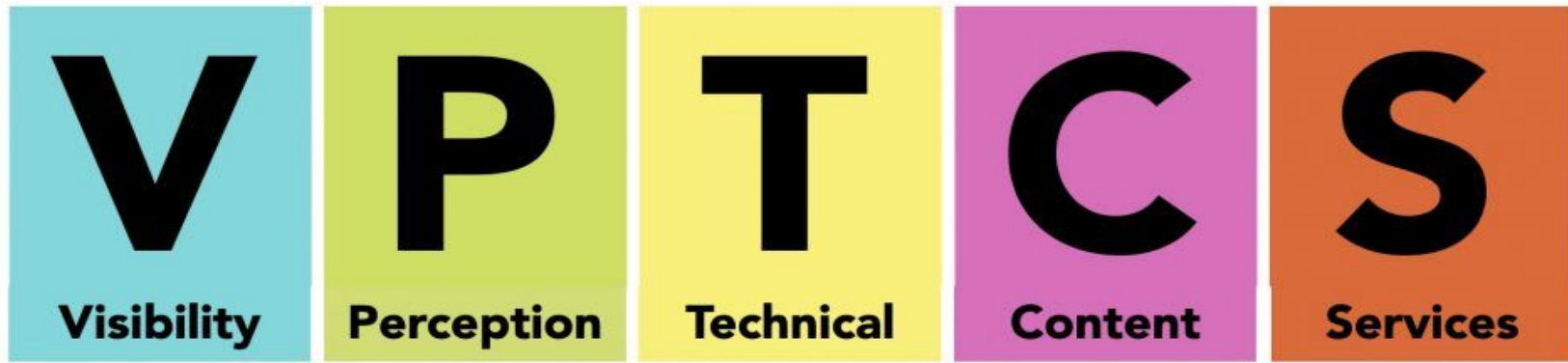
À l'aide de Speed Analysis, ce client a évalué l'impact d'un service tiers avant de décider (ou non) de le mettre à disposition de tous•tes.

06

---

# La technique ?

Un pilier, mais pas le seul






© CC-BY-SA

# Merci à tous !

---

Place à vos questions !

Envie de travailler avec moi  
en [Performance Web](#)  ou [Accessibilité](#) ,  
ou sur d'autres domaines encore ?  
[Contentsquare recrute](#) .

boris.schapira@contentsquare.com | +33 6 64 42 92 14 | contentsquare.com



# Jargon employé et termes anglophones

**Analytics** : outils de télémétries intégrés aux sites permettant de savoir comment ils sont utilisés par les internautes.

**Cost-To-Fix** : investissement nécessaire à la résolution d'un ou plusieurs problèmes.

**Find & Fix** : nom d'une ligne de produits chez Contentsquare, dédiée à la recherche (Find) et la remédiation (Fix) des problèmes.

**Plan de taggage** : document décrivant l'organisation et le processus d'implémentation sur un site web des tags analytics, afin de s'assurer qu'ils transmettent le bon niveau de données.

**SEO** : Search Engine Optimization. En français : optimisation pour les moteurs de recherche.

**SERPs** : Search Engine Result Pages. En français : pages de résultats des moteurs de recherche. Les classements au sein de ces pages peuvent dépendre du matériel utilisé lors de la recherche.

**Speaker** : Intervenant

**Tag** : dans un contexte Analytics, portion de code JavaScript qui collecte et envoie des données au service de télémétrie depuis un site web.

**Time-To-Fix** : temps nécessaire à la correction d'un ou plusieurs problèmes.

**UX** : User Experience. En français : Expérience Utilisateur.