

UX – Core Web Vitals

---

# L'UX technique entre vitesse et erreurs

Boris Schapira

Slides : [boris.schapira.dev/ssq4](https://boris.schapira.dev/ssq4)  (~1,8 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

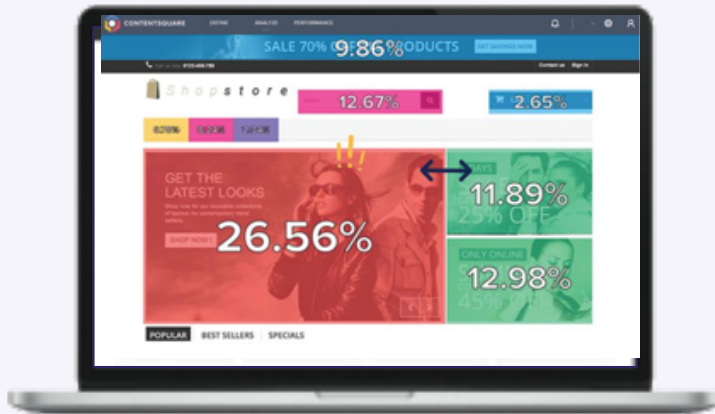
01

---

# 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

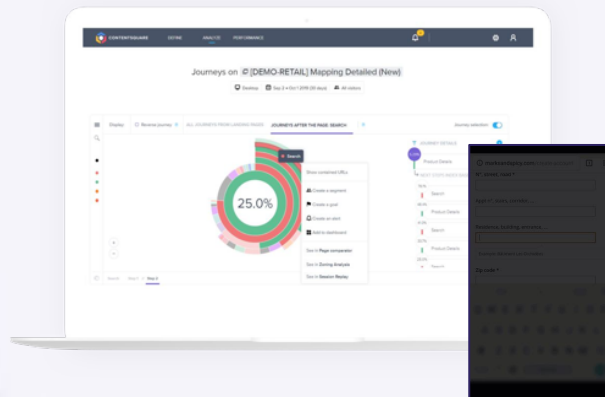


“

**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.

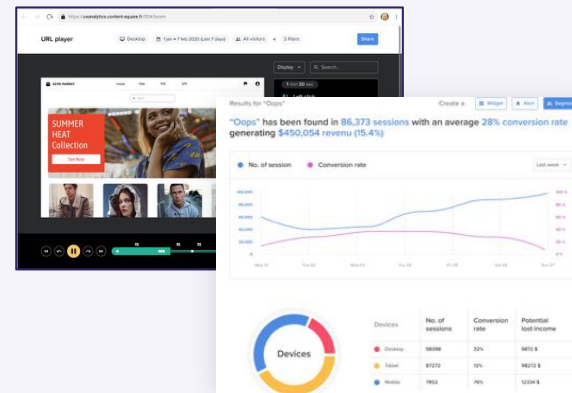
# Cas d'usages réactifs

Comprendre les causes  
d'une mauvaise  
conversion



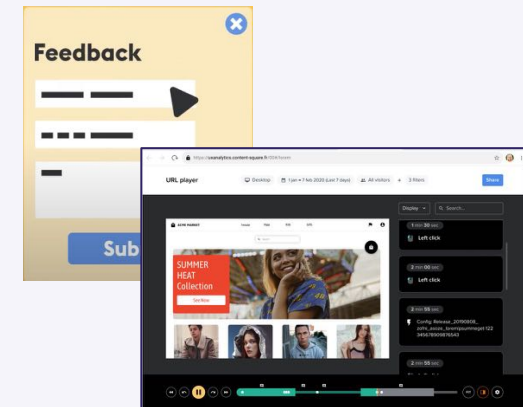
« Mon web analytics montrent que mes visiteurs décrochent au milieu du paiement, mais pourquoi ?

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

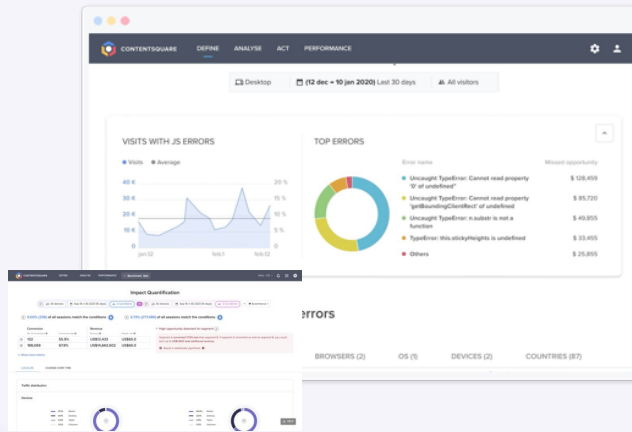


« Mes clients se plaignent, mais je ne comprends pas pourquoi ni l'étendue du problème.



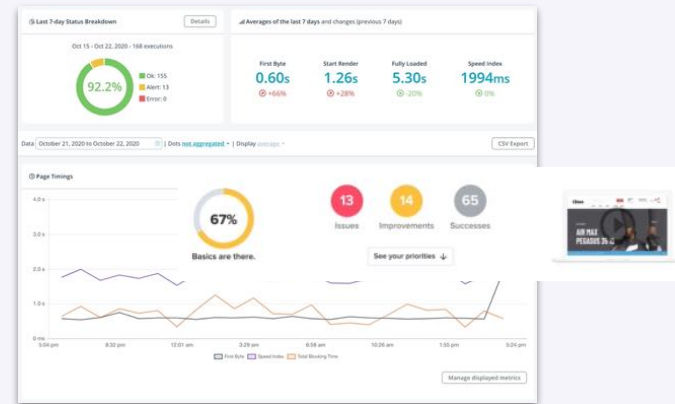
# Cas d'usages proactifs

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



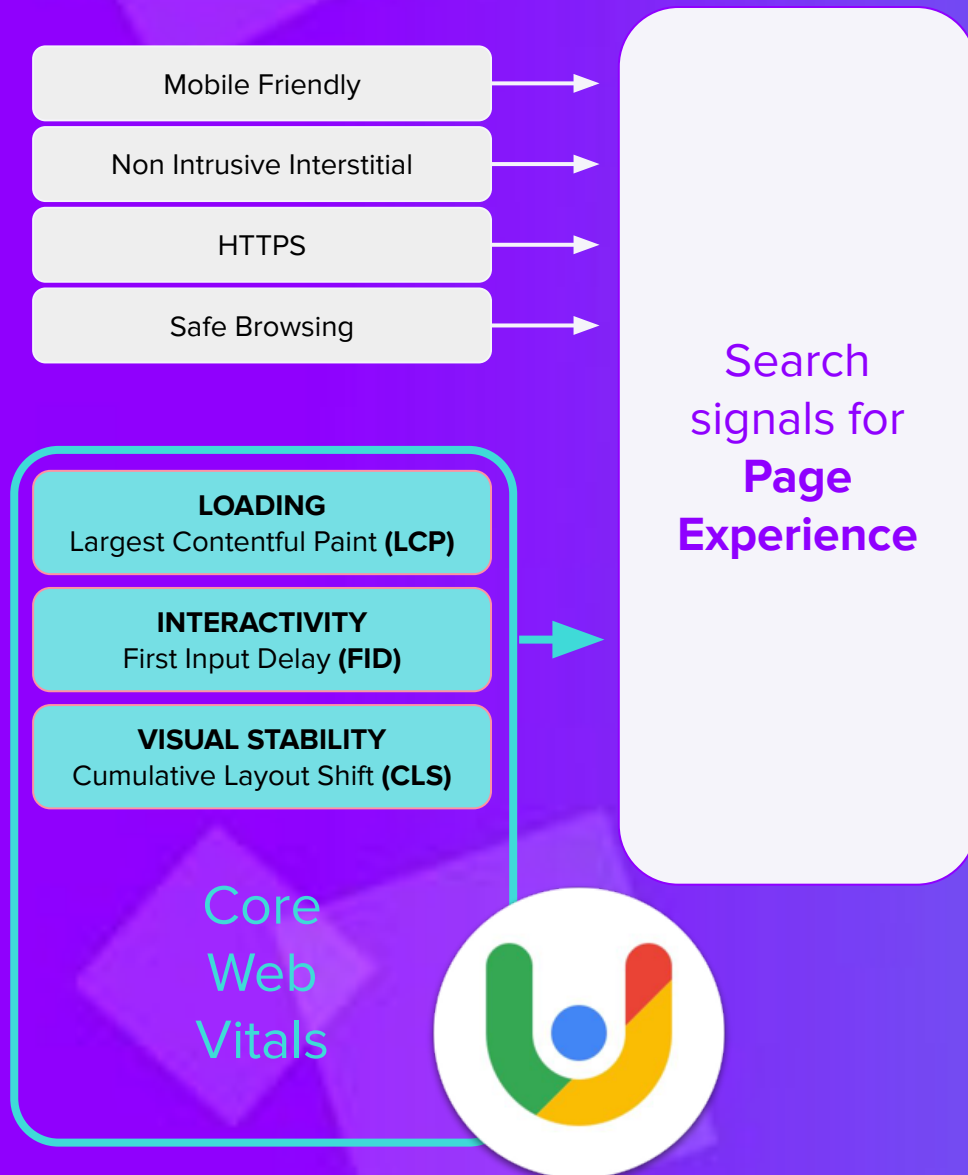
« Comment être certain·e que je ne passe pas à côté d'une dégradation brutale de l'expérience proposée par mon site ?

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.

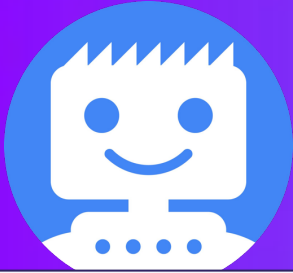


# Crawl Budget

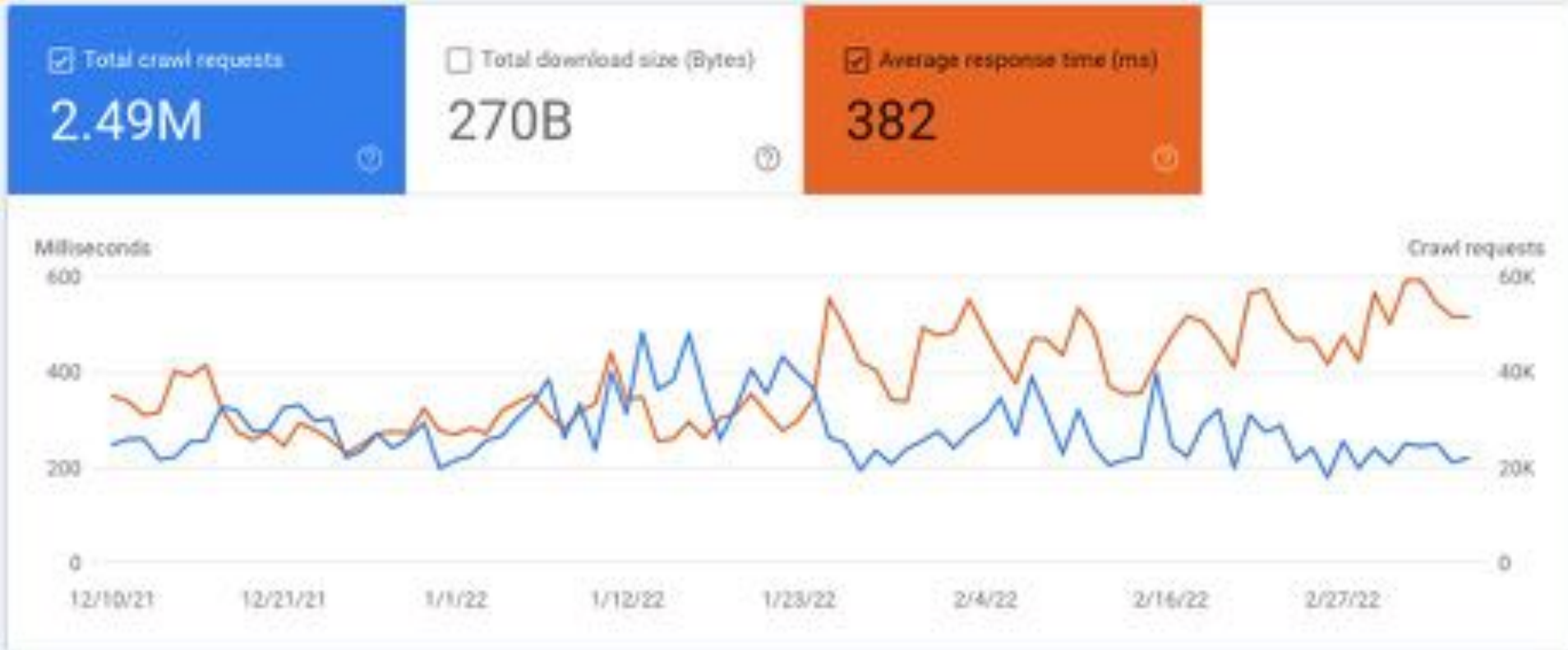
## Better, Faster, Stronger

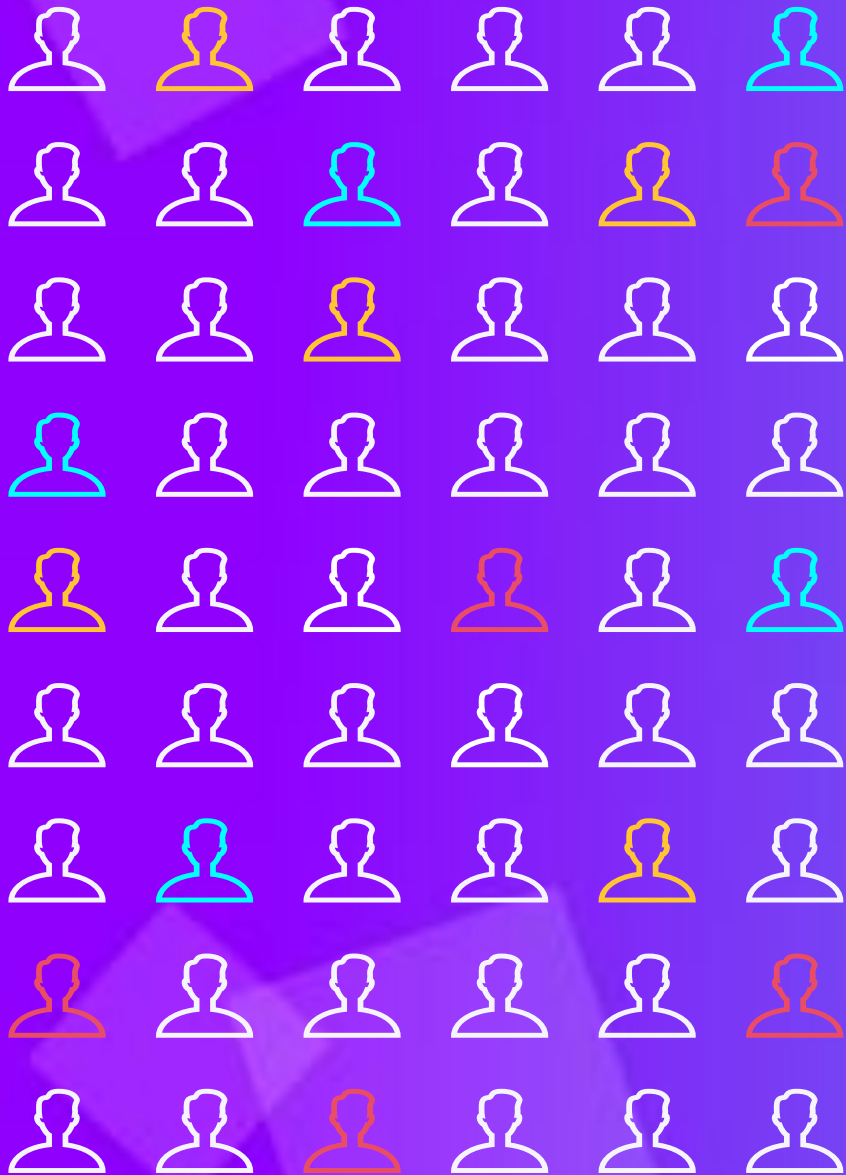
**Crawl Budget** : nombre de pages que Googlebot explore et indexe sur un site Web dans un laps de temps donné.

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

# 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.

Sessions dans le temps



## 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 ré...

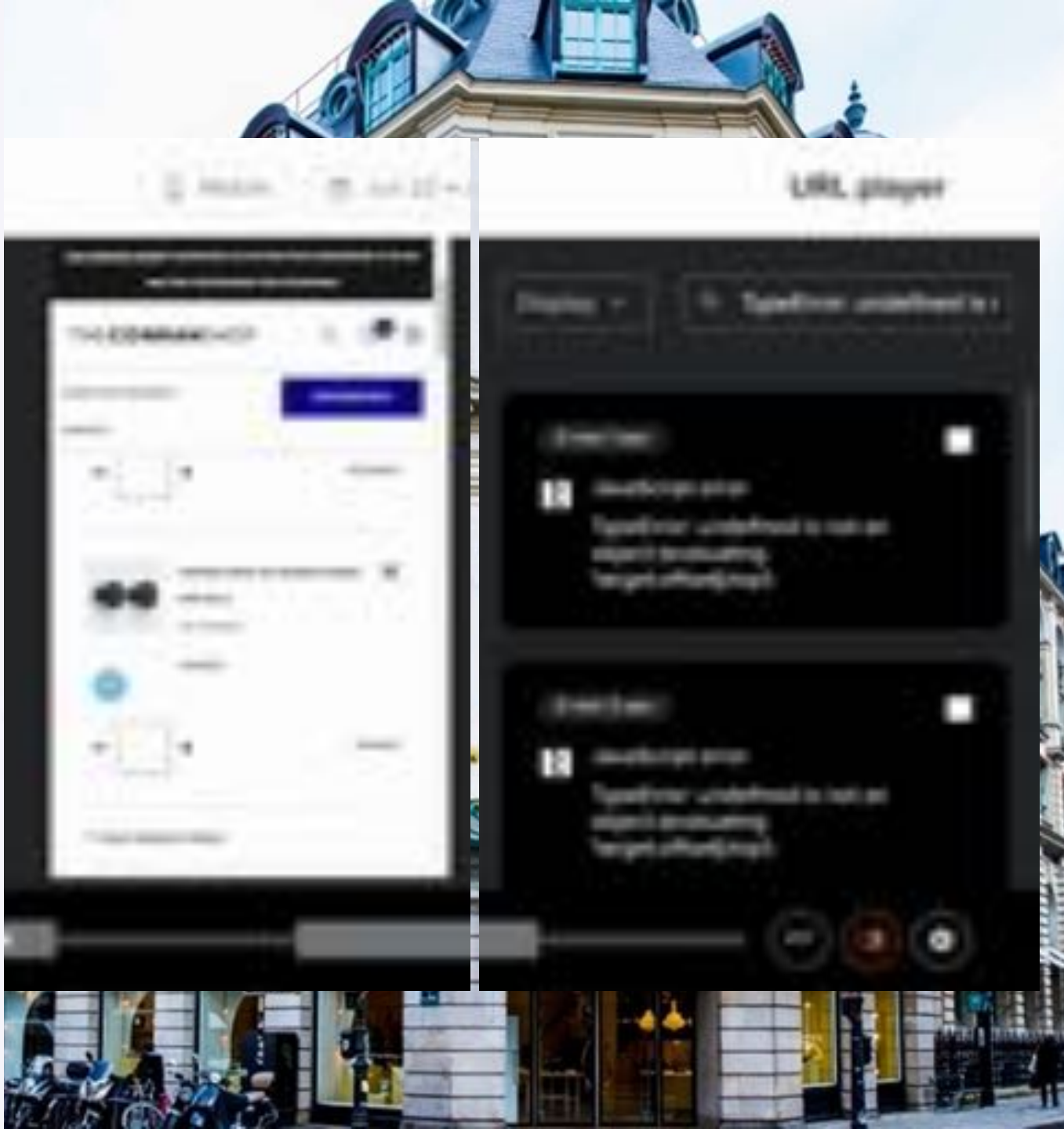
Rechercher une page

Checkout Step 3 - Payment

Erreurs uniques: 7

59 (12%)





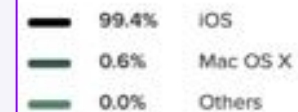
# THE CONRAN SHOP

## 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



# 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.