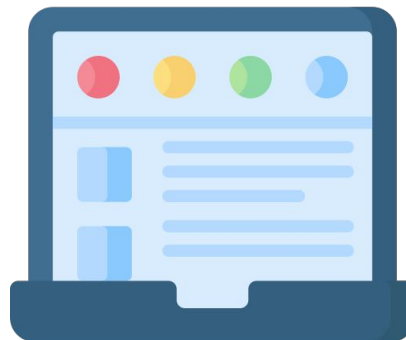


Auditer un site web

01. Auditer un site web (hybride)

Plusieurs critères

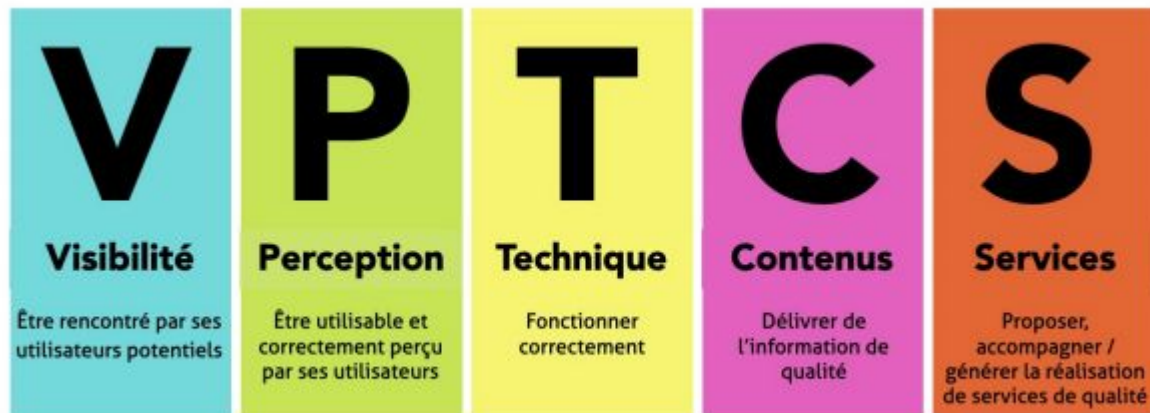
- Objectifs
- Efficacité
- Design
- Ergonomie
- Structure SEO
- Contenu
- Sécurité



Modèle VPTCS

02 . Modèle VPTCS

- Visibilité
- Perception
- Technique
- Contenus
- Services



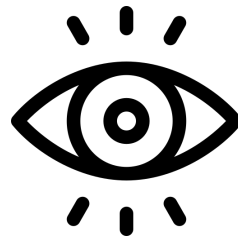
Le modèle VPTCS (Elie Sloïm et Eric Gateau – 2001)

03. La Visibilité

V

Pour déterminer dans quelle mesure cette exigence de visibilité est satisfaite, autrement dit, si un utilisateur va être en mesure de trouver le site quand il le recherche, vous allez évidemment devoir vous pencher sur le **référencement** et **l'optimisation** pour les moteurs de recherche, le **SEO**.

Mais pour un utilisateur, ce n'est pas la seule façon de trouver le site , vous pouvez tout à fait vous pencher sur les réseaux sociaux, le nom de domaine, le webmarketing, les liens entrants, etc.

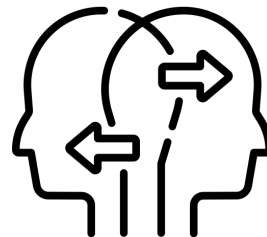


04. La Perception

P

Dans le domaine de la perception, vous allez vous pencher sur l'ensemble des aspects **ergonomiques**, qu'il va falloir déterminer :

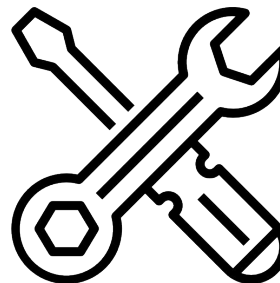
- les éléments de navigation
- la présentation
- les couleurs et leurs contrastes
- la facilité d'utilisation des formulaires...



05. La Technique

T

L'exigence de qualité technique va vous amener à travailler sur les fondamentaux en matière de performance, de sécurité, de compatibilité avec le parc de navigateurs et de périphériques, le respect des standards techniques : tout ce qui va contribuer à ce que le site fonctionne.



06. Le Contenus

C

Du côté des contenus, il va falloir se pencher sur la **qualité** de l'information en elle-même, à travers la fraîcheur de l'information, les sources, les droits de reproduction, la confiance concernant l'émetteur de l'information, qui est une condition fondamentale pour le succès d'un site.



07. Les Services

S

Pour finir, vous devrez également évaluer la capacité du site à accompagner des services, autrement dit, tout ce qui se passe après que l'utilisateur ait quitté le site.

Très souvent sur les sites, votre objectif de visite n'est pas l'accès aux contenus mais l'accès ou l'achat de services.

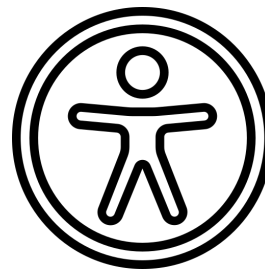
Dans ce domaine, vous trouverez donc tout ce qui concerne le e-commerce, le paiement, la livraison, les réclamations, les newsletters etc.



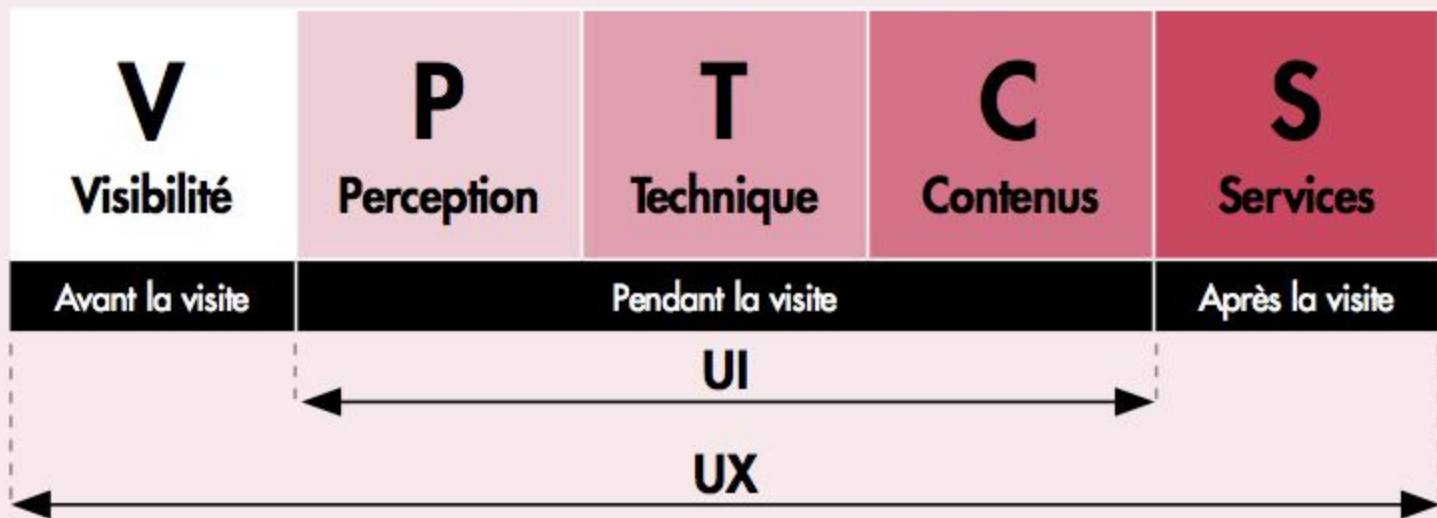
08. L'Accessibilité

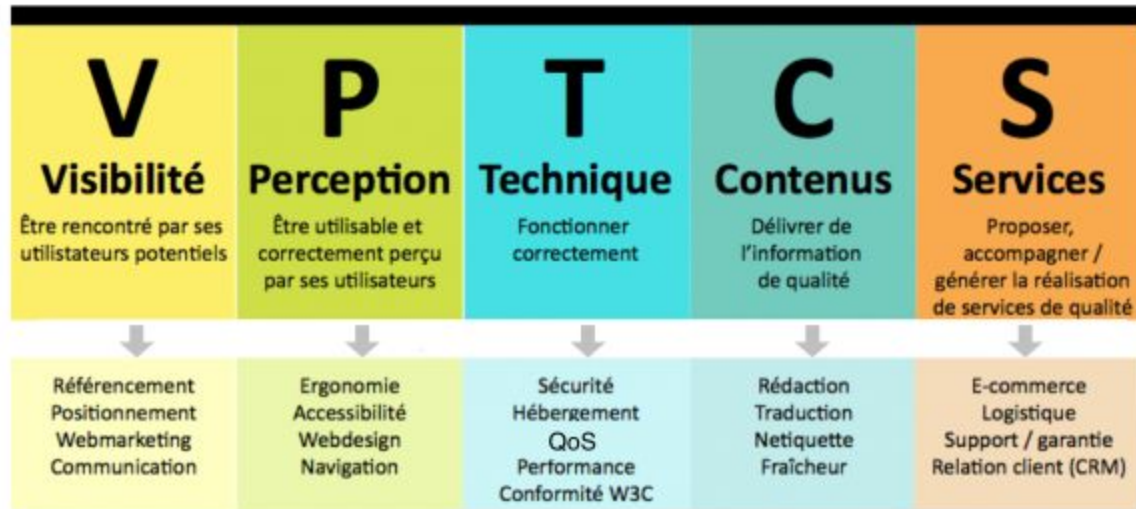
Bonus

C'est un sujet transversal. Vous allez le traiter en vous penchant sur les aspects ergonomiques, techniques et éditoriaux, autrement dit sur les parties perception, technique et contenus du modèle VPTCS.



Qualité web : le modèle VPTCS





Modèle complet

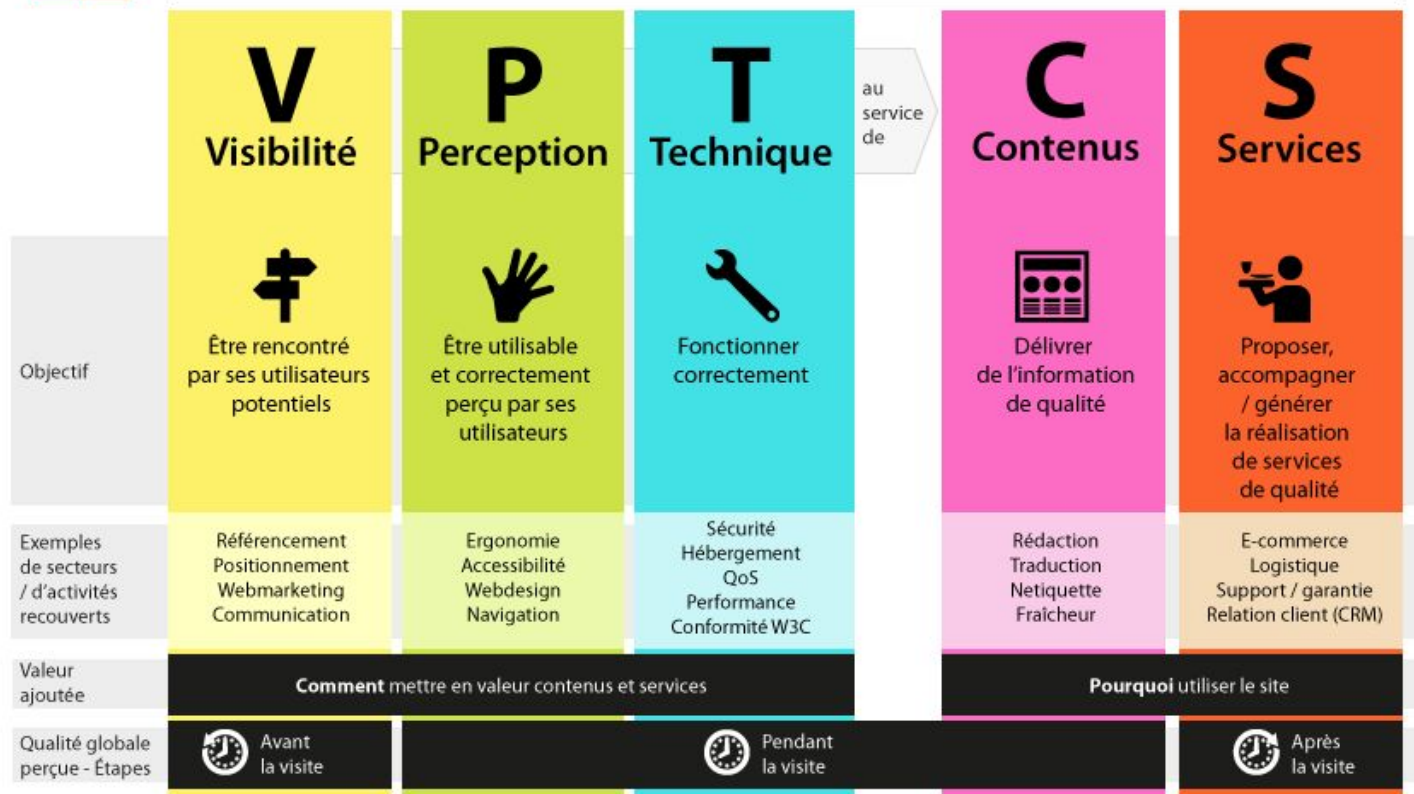


Modèle VPTCS

par Élie Sloïm et Éric Gateau (2001)*

La qualité web modélisée pour :

- Synthétiser les attentes des utilisateurs
- Expliquer les qualités attendues
- Fournir une vision transversale de l'ensemble des métiers en contribuant à la qualité web



* voir <http://temesis.com/ressources/articles/le-metier/criteres-generaux-d-evaluation-de.html>
 Infographie Delphine Malassingne (2015) sous licence CC BY SA (voir <http://w3qualite.net/demarche/modele-vptcs-infographie/>)
 D'après *Qualité Web - Les bonnes pratiques pour améliorer vos sites* (2012) (voir <http://qualite-web-lelivre.com/>)

icônes « the Noun Project » :
 Jakob Vogel, Simple Icons, John Caserta,
 Arthur Shlain, CK, Dmitry Baranovskiy

Checklist

09. Checklist qualité

Ce référentiel se compose de 226 critères, ou bonnes pratiques, organisé en 19 thématiques

- Contenus
- Données personnelles
- E-Commerce
- Formulaires
- Identification et contact
- Images et médias
- Internationalisation
- Liens
- Navigation
- Newsletter
- Présentation
- Sécurité
- Serveur et performances
- Structure et code

Type d'audit

10. Identifiez votre type d'audit

3 types d'audit

Le check rapide

Il vise à identifier au moins les points majeurs qui impactent la qualité, en positif comme en négatif. Il ne vise pas l'exhaustivité, mais les principaux risques de blocage ou de dégradation de l'expérience utilisateur.

L'audit détaillé

À l'inverse, il sera beaucoup plus complet quant aux défauts relevés, qu'ils soient massifs ou très localisés, ou encore très spécifiques. Il vise à recueillir un maximum d'informations.

L'audit de conformité

Il se différencie surtout par son caractère binaire : il ne s'agit plus d'évaluer l'importance des risques, ou de chercher des points majeurs. Vous devez dans ce cas simplement vérifier si chacune des différentes règles du référentiel est parfaitement respectée ou non, quel que soit l'impact.

11. Page obligatoire

Les premières pages de votre échantillon sont les pages clés, ou obligatoires, dans le cas d'un audit de conformité soumis à des règles formelles. Votre échantillon doit inclure en règle générale :

- La page d'accueil
- La page contact (ou son équivalent)
- Le plan de site (s'il est présent)
- La page de mentions légales (ou Conditions générales de ventes, Conditions générales d'utilisation, etc.)
- Une page de résultats d'une recherche à l'aide du moteur interne du site, s'il existe
- Une page d'erreur 404, obtenue avec l'URL d'une page inexistante sur le site.

12. Points forts et faibles + préconisations

La principale section de votre rapport d'audit va indiquer **les points forts** et **les points faibles** du site ou du service. Les résultats détaillés de votre audit vont évidemment indiquer tous les défauts relevés. Mais il est tout aussi important d'indiquer quels sont **les points positifs, les critères conformes**.

Pour deux raisons principales :

- Ceci permet en effet de consolider la **légitimité de l'audit et de faciliter l'appropriation de ses résultats** par les intervenants de l'équipe concernée, chef de projet, designer, intégrateur, développeur et rédacteurs. Cela sera beaucoup plus délicat si votre retour se limite à une énumération d'erreurs, sans reconnaissance du travail qu'ils ont réalisé.
- En second lieu, indiquer précisément les atouts qualité du site va permettre d'**éviter autant que possible que les futures corrections ou modifications ne viennent les compromettre**. Cela arrive plus souvent qu'on ne le croie !

Exercices

Tools

13. Outils

Yanis Elmaleh

Objectifs :

- <https://www.dareboost.com/fr>

Efficacité :

- <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights>
- <https://developers.google.com/web/tools/lighthouse>
- <https://tools.keycdn.com/>

Design :

- <https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/wcag-contrast-checker>

Ergonomie :

- <https://www.ibm.com/able/toolkit>
- <https://www.ibm.com/able/toolkit/tools>

Structure SEO

- <https://wave.webaim.org/extension>
- <https://surferseo.com>
- <https://sitechecker.pro>

Contenu

- <https://www.scolarius.com>
- <https://seoscout.com/tools/keyword-analyzer>

Sécurité / Dev:

- <https://www.wappalyzer.com>
- <https://redbot.org>
- <https://recx.co.uk>
- <https://validator.w3.org>

RGAA

- <https://www.numerique.gouv.fr/publications/rgaa-accessibilite/methode/criteres/#contenu>

Documenter un audit

Projet en groupe (random)