

28 Juin 2004

Ergonomie de la page d'accueil

Introduction

1. Qu'est-ce qu'une page d'accueil?
 2. Facilité d'accès
 3. Que mettre dans la page d'accueil?
 4. Comment présenter la page d'accueil : utilisabilité et conventions web
 5. Ecriture des contenus
 6. Publicité et auto-promotion
 7. Design et utilisabilité
 8. Un exemple
- Conclusion
Pour en savoir plus...

Introduction

La page d'accueil est un des thèmes récurrents en ergonomie web. Son rôle capital en fait une des pages les plus analysées d'un site. Point d'entrée fréquent dans le site, elle est aussi celle qui témoigne du plus grand nombre de visites.

Cet article présente les fonctions d'une page d'accueil ainsi que quelques règles simples à appliquer pour qu'elle soit utile et facile à utiliser. Nous évoquons uniquement les pages d'accueil des sites internet, et non des intranets, où les règles à appliquer sont différentes.

De plus, il existe beaucoup de recommandations valables pour l'ensemble d'un site web (en termes de cohérence, de lisibilité, de trouvabilité, de terminologie...), mais dont on ne parlera pas ici car elles ne concernent pas *spécifiquement* la page d'accueil.

1. Qu'est-ce qu'une page d'accueil?

On parle de "page d'accueil" pour désigner la principale page d'un site web, permettant l'accès aux autres pages du site et accessible par le nom de domaine.

Une vraie page d'accueil est une page qui sert, qui présente de l'information et permet de naviguer. Une page d'accueil n'est pas une splash page ou jump page, qui ne sont qu'une sorte d'introduction précédant la véritable page d'accueil. Certains sites proposent ainsi dans une page intermédiaire permettant de choisir la version du site (flash, html) ou la langue du site que l'on souhaite consulter. Or, ce type de page impose une étape de plus à l'utilisateur pour accéder aux contenus.

Il n'y a par exemple pas d'utilité réelle à faire choisir uniquement la langue dans une page intermédiaire. On doit à l'inverse (et parce que l'on connaît bien les caractéristiques des utilisateurs finaux) se baser sur la langue de la population majoritaire et la fournir par défaut, ou détecter le pays d'où le site est visité, et fournir la possibilité de changer de langue partout dans le site. En bref, il est préférable de trouver une solution alternative à de telles pages.

La page d'accueil doit réellement représenter le site dans son ensemble, donner des indices sur les contenus qu'il aborde, sur la société ou les personnes qui en sont responsables, sur l'actualité des mises à jour, etc.

2. Facilité d'accès

Concernant la facilité d'accès à la page d'accueil d'un site, on doit distinguer deux versants :

- La facilité d'accès initiale, lors de la première visite d'un site par exemple
- La facilité à retrouver le site dans ses favoris, dans un historique ou un enregistrement de page

2.1. L'adresse de la page d'accueil

Nous incluons dans cette problématique tout ce qui tourne autour de l'url du site : la page d'accueil doit être accessible de la façon la plus simple possible. Elle doit être associée uniquement au nom de domaine, et ne pas comporter d'autres extensions. L'adresse du site est représentée par celle de la page d'accueil.

2.2. Le titre de la page d'accueil

La page d'accueil doit avoir un titre qui définit à la fois sa nature (le nom du site, de la marque, etc.) et son utilité (ce à quoi sert ce site, ce qu'il contient en général). A défaut des autres pages, le titre que l'on donne à la page d'accueil ne doit pas uniquement mentionner ce qui compose la page, mais plutôt ce qui compose tout le site. On utilisera donc des termes génériques, permettant de définir tous les contenus accessibles à partir de la page d'accueil.

Ce sont souvent les pages d'accueil qui sont ajoutées aux favoris d'un navigateur. La façon dont ces favoris seront affichés dans le navigateur, le nom par défaut qu'ils porteront, dépend de l'attribut "title" que l'on aura affecté à la page.

On peut ajouter au titre une "favicon" (favicon en anglais), qui permet de retrouver le site facilement parmi les autres et de supporter l'identité visuelle générale du site. Cette image s'affichera avant le titre, que ce soit dans la barre d'adresses du navigateur, dans la listes de favoris ou l'historique.



2.3. Optimiser le temps de consultation

La page d'accueil étant souvent le point d'entrée dans le site, on doit l'optimiser pour permettre aux connaisseurs de trouver des informations pertinentes rapidement. Plus vite l'utilisateur trouvera sur la page d'accueil un lien susceptible de le mener vers ce qu'il cherche, plus la durée de recherche de cette information sera diminuée. On peut définir plusieurs manières d'optimiser la consultation de la page d'accueil :

Concernant le temps de téléchargement, on doit d'abord distinguer temps objectif et temps subjectif. Le temps objectif est le temps réel de chargement, le temps subjectif est le temps perçu de chargement. Ces deux paramètres ne sont en général pas exactement correspondants.

Concernant le temps objectif, l'idée est que les pages doivent se charger le plus rapidement possible afin de limiter le temps d'attente et donc d'inactivité de l'utilisateur. Ce temps de chargement est essentiellement la conséquence du poids des pages.

En résumé, le poids des pages tient presque exclusivement à l'intégration d'images. Les images et animations sont les éléments qui sont les plus lourds donc les plus lents à télécharger. Il ne faut pas essayer de supprimer les images / animations à tout prix, mais plutôt se questionner sur l'utilité de chacune d'entre elles, et adopter un format optimisé pour le web.

Limiter le poids des pages permet que le temps de chargement objectif (la durée réelle nécessaire pour afficher la page) soit réduit. Notre perception de cette durée n'est cependant pas uniquement le reflet de la réalité numérique. Il est possible de suggérer à l'utilisateur que ce temps de chargement est moins long.

On peut notamment spécifier des attributs "alt" sur chacune des images (et spécifiquement sur celles supportant la navigation). Ceci permet aux utilisateurs qui connaissent très bien le site mais ont une connexion lente de cliquer sur les boutons de navigation avant qu'ils ne s'affichent en image.

Enfin, optimiser le temps de consultation peut passer par l'introduction de raccourcis vers les mises à jour les plus récentes, donnant un indice direct aux utilisateurs sur la fraîcheur des contenus d'une rubrique donnée.

3. Que mettre dans la page d'accueil?

La page d'accueil est la page référence du site, le point de ralliement des internautes perdus. Un de ses rôles principaux est de donner accès aux fonctions principales du site, sans toutefois surcharger la page. Pour choisir les contenus à afficher en priorité sur la page d'accueil, le concepteur doit se poser la question de ce que cherche l'utilisateur référent en arrivant sur le site.

On doit en effet supporter les tâches majoritaires du site par la conception de la page d'accueil. Ce travail sera toujours la recherche d'un compromis entre trop et pas assez d'informations, entre densité informationnelle et facilité de la lecture : plus le nombre de liens est important, plus il est probable que l'utilisateur y trouve quelque chose qui soit susceptible de l'intéresser. Mais plus le nombre de liens est important, plus il est difficile pour l'utilisateur de repérer celui qui l'intéresse.

3.1. Assurer deux fonctions : navigation et information

» Navigation

Une page d'accueil sert d'abord à accéder aux contenus internes du site. Elle a donc une fonction de navigation, qui permet de mener aux contenus internes au site.

La page d'accueil doit respecter le principe de navigation commun à tout le site, mais on peut doubler cette navigation en insistant sur des éléments précis (thématique, en fonction des cibles, en fonction d'une actualité, etc.).

Les règles adoptées sur le site doivent être respectées sur la page d'accueil. Il n'est par exemple pas question de changer la couleur des liens parce que l'on est sur la page d'accueil. De la même manière, la navigation doit être la même qu'à l'intérieur du site: la page d'accueil a beau avoir un rôle particulier, on ne doit pas y remettre en cause les principes de navigation.

Une des règles à adopter sur la page d'accueil est de mettre en avant certaines rubriques du site. L'ordre dans lequel on les présente dans la barre de navigation est déjà un parti-pris, mais qui ne suffit pas toujours pour donner envie d'aller plus loin.

La page d'accueil doit permettre d'accéder aux pages de présentation de chacune des rubriques ou à des contenus plus spécifiques. Les liens contextuels, transversaux, sont un moyen de mettre en avant une des rubriques en disant plus que son nom.



Source : Page d'accueil du secteur Wizkids (Asmodée).

La gamme "Mechwarriors" est disponible dans le menu de navigation. Cet accès est doublé par une mise en avant textuelle, permettant de donner plus de détails sur la gamme.

» Information

La page d'accueil doit être utile au-delà de sa fonction de navigation. Elle doit permettre d'accéder aux informations les plus récentes. Le concepteur doit donc prévoir des raccourcis pour remonter du contenu pertinent des pages internes vers la page d'accueil.

Une page d'accueil peut se suffire à elle-même, si l'objectif de l'utilisateur en venant sur le site est uniquement de s'informer des mises à jour. La page d'accueil doit donc refléter la mise à jour des principales rubriques du site, en fournissant des raccourcis avec des indices de ce qui se trouve à l'intérieur des rubriques en questions (exemples de contenus, produits, services).

Une bonne page d'accueil ne doit pas être statique, elle doit refléter la vie du site et donner des indications implicites sur les mises à jour récentes.



Source : Page d'accueil du secteur Wizkids (Asmodée)

Bon nombre d'informations de la page d'accueil sont des liens vers des contenus récents, des indications sur les nouveaux produits ou les nouvelles mises à jour du secteur Wizkids.

3.2. Donner envie d'aller plus loin que la page d'accueil

Statistiquement, on sait que la page d'accueil est très visitée mais que souvent les utilisateurs consultent uniquement cette page d'accueil. Ce comportement est souvent du au fait que l'utilisateur comprend rapidement que le site ne correspond pas à ce qu'il cherche. Il s'agit pour nous de s'assurer que l'utilisateur ne manque pas des contenus susceptibles de l'intéresser du fait d'une mauvaise conception de la page d'accueil.

On ne peut concevoir une page d'accueil optimale que si l'on comprend les utilisateurs finaux, leurs buts et tâches. D'après l'analyse des tâches à réaliser sur votre site et la connaissance que vous avez de vos cibles utilisateurs, vous devez savoir ce que vos visiteurs viendront chercher en priorité.

Sachez donc mettre en avant les contenus les plus recherchés, au-delà de ce que VOUS voulez mettre en avant pour des raisons diverses, qu'elles soient d'ordre politique ou marketing.

Donner envie d'aller plus loin que la page d'accueil, c'est renseigner les visiteurs sur les contenus internes au site. L'utilisateur doit pouvoir très rapidement cerner à quoi le site va pouvoir lui servir. Il doit ainsi comprendre :

- Sur quel site il se trouve
- S'il existe des contenus susceptibles de l'intéresser
- Où se diriger en priorité

4. Comment présenter la page d'accueil : utilisabilité et conventions web

Les recommandations sur la présentation d'une page d'accueil ne sont pas uniquement le reflet des choix optimaux pour faciliter l'utilisation du site. On recommande de suivre les conventions en usage dans le domaine du web (c'est à dire respecter ce qui se fait le plus fréquemment), ce qui permet de capitaliser sur les apprentissages antérieurs des utilisateurs.

Même si ces conventions ne sont pas toujours parfaites d'un point de vue théorique, elles le deviennent car elles sont susceptibles d'être connues des internautes.

4.1. Éléments et emplacements de ces éléments

La page d'accueil est LA page spéciale d'un site web. Elle doit donc se distinguer par une mise en page spécifique. Cependant, les éléments clés du site doivent être cohérents avec les autres pages. Les éléments conventionnels d'une page d'accueil et leurs emplacements les plus fréquents sont les suivants :

1. Un logo
> Emplacement recommandé : coin supérieur gauche
2. Une baseline, consistant en quelques mots descriptifs du thème du site
> Emplacement recommandé : sous / à droite du logo
3. Un champ de recherche lorsque le site fournit un moteur de recherche
> Emplacement recommandé : coin supérieur droit
4. La navigation principale, avec une mise en valeur de la rubrique courante. Cela permet d'introduire dès la première page le principe de mise en valeur. On recommande aussi que le bouton accueil ne soit pas cliquable, renforçant cette idée que l'on est déjà sur la page d'accueil.
> Emplacement recommandé : navigation horizontale : haut du site / navigation verticale : à gauche du site, sous le logo
5. Une présentation textuelle du site orientée objectif utilisateurs (elle doit mettre en avant l'intérêt du site pour les utilisateurs)
> Emplacement recommandé : corps de la page, premier contenu à présenter
6. Les liens dits "utilitaires" (plan du site, contact, à propos de, presse, changement de langue, etc.)
> Emplacement recommandé : coin supérieur droit
7. Des remontées de contenu : soit en utilisant un facteur chronologique (on présente des raccourcis vers les dernières infos parues, les derniers produits sortis, etc.), soit en utilisant un facteur mise en avant (on présente des raccourcis vers les contenus que l'on veut pousser)
> Emplacement recommandé : corps de la page
8. Un pied de page (ensemble de liens reprenant la navigation principale ainsi que des liens utilitaires : plan de site, contact, mentions légales, etc.).
> Emplacement recommandé : bas de la page

Le choix des emplacements de ces éléments se base sur les emplacements les plus fréquemment utilisés. En ce qui concerne la répartition des contenus du corps de la page, on doit respecter la hiérarchie des contenus à présenter. Sommairement, plus un contenu est important, plus il est situé haut dans la page.

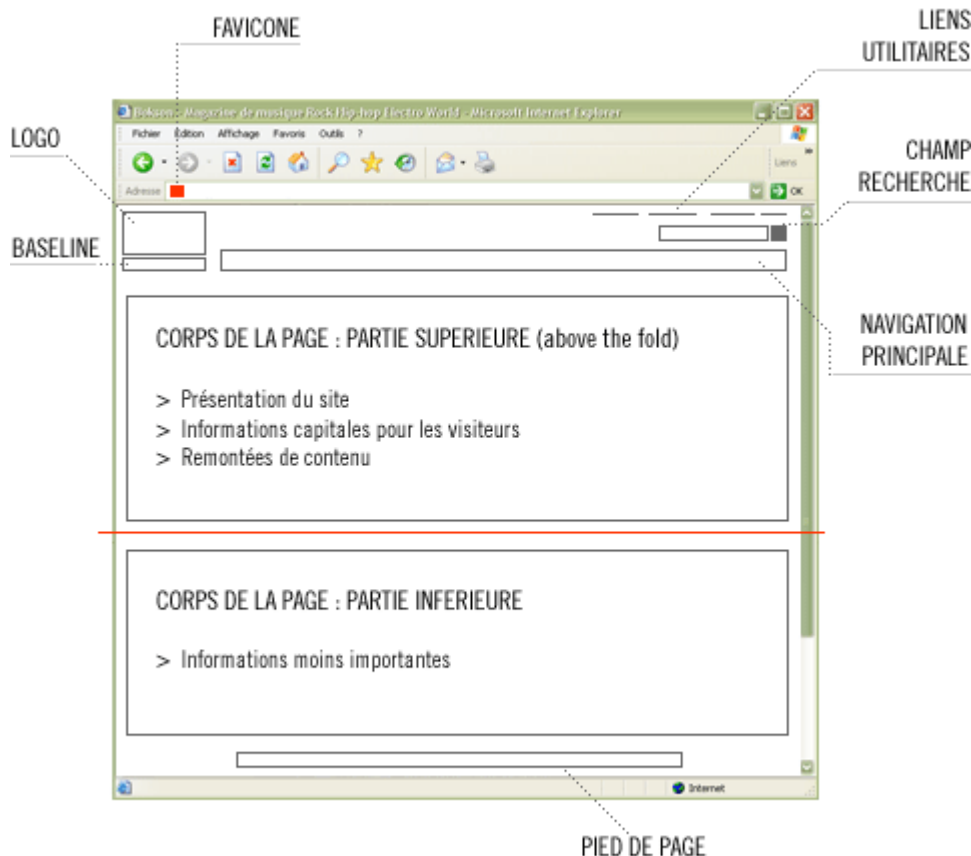
On définit une limite théorique correspondant au premier écran de visualisation (hauteur de 450 pixels environ pour une résolution cible de 800 x 600 pixels). Les anglophones réfèrent à l'espace supérieur à cette limite en parlant des informations "above the fold". Cette appellation est tirée de la métaphore du journal : les informations "above the fold" sont

celles que l'on voit même lorsque le journal est plié. C'est donc un espace clé, susceptible d'être vu par le plus grand nombre de personnes.

Cette notion est commune à toutes les pages d'un site web, mais, là encore, c'est une règle qui vaut plus qu'ailleurs sur la page d'accueil.

Enfin, le concepteur d'une page d'accueil doit veiller à construire des regroupements physiques des informations similaires ou comparables. Ce type de répartition aidera l'utilisateur à comprendre la logique de lecture de la page d'accueil, et donc à trouver plus rapidement ce qu'il recherche.

En fonction des informations ci-dessus, on peut dessiner un gabarit type de page d'accueil. Bien évidemment, les emplacements et ordres de grandeur des éléments ne sont pas à considérer comme des recommandations ultimes. Nous vous proposons donc ci-dessous UN exemple possible d'organisation d'une page d'accueil, respectant les principales conventions web.



4.2. Appellation de la page d'accueil

Pour la page d'accueil comme pour les autres, on ne déroge pas à la règle des conventions : plus un utilisateur consulte de sites où la page d'accueil est nommée "accueil" dans la barre de navigation, plus il s'attend à retrouver ce même terme sur d'autres sites.

Autrement dit, l'utilisateur apprend comment accéder à la page d'accueil et ce que l'on peut y trouver au fur et à mesure de sa connaissance du web. Nul besoin donc de chercher un terme original ou plus signifiant pour désigner la page d'accueil. Ce serait même une erreur. Dans le domaine des mots, il faut en général adopter le plus couramment utilisé.

En ce qui concerne l'appellation de la page d'accueil, ce respect des conventions est d'autant plus important que la page d'accueil est la page référence, celle sur laquelle l'utilisateur va revenir s'il se sent perdu et ne trouve pas ce qu'il cherche.

5. Ecriture des contenus

L'écriture des contenus de la page d'accueil est une des thématiques centrales à étudier. Il s'agit de trouver un moyen d'optimiser la détection d'informations selon les caractéristiques de la lecture web : plus qu'ailleurs, on doit pratiquer une écriture web (> lire l'article **Faciliter la lecture d'informations sur le web**).

En effet, la page d'accueil est le premier niveau de scan, celle que les utilisateurs "liront" le moins. La page d'accueil n'est vue que comme un moyen d'accéder aux contenus réellement intéressants. On est donc dans une problématique tout à fait différente d'une page de contenu.

Une écriture sous forme de listes, de paragraphes et de phrases courtes, de mots explicites, est une écriture qui convient particulièrement bien à la page d'accueil. On doit utiliser des termes factuels plutôt qu'un langage de type publicitaire.

En ce qui concerne la hiérarchie à donner aux contenus, on doit mettre en avant l'élément le plus important du groupe d'informations, l'élément discriminant.

6. Publicité et auto-promotion

On distingue sur un site les messages publicitaires renvoyant sur des sites externes et les éléments d'auto-promotion, qui veulent attirer l'attention sur un des produits du site par exemple.

Certains principes ergonomiques sont communs à ces deux types de message, notamment sur les règles à adopter pour ne pas faire fuir l'utilisateur. On parle ainsi de "banner blindness" pour évoquer le fait que les utilisateurs ont tendance à ignorer les zones de l'écran qui semblent contenir des messages publicitaires.

Concernant les éléments publicitaires, il semble plus approprié d'utiliser des bannières dynamiques que de multiplier leur nombre. Cette technique consiste à présenter un message différent à chaque rechargement de la page d'accueil.

Le moyen le moins "gênant" de faire de la publicité est qu'elle soit intégrée à la page, et qu'elle ne soit animée que si cela se justifie. La technique de la fenêtre pop-up est donc à bannir, et encore plus si elle nécessite un acquittement de la part de l'utilisateur (du type "je ne veux pas voir cette publicité"). De même pour les publicités "flottantes", recouvrant tout ou partie de l'espace visible de l'écran.

On devra bien différencier publicité externe et contenu interne au site, afin de ne pas confondre les utilisateurs sur le type de lien fourni. Dans l'un des cas, il sera envoyé sur un site externe, dans l'autre il sera dirigé vers un contenu spécifique du site.

7. Design et utilisabilité

Puisqu'une page d'accueil c'est l'image du site tout entier, le design doit jouer une place considérable. Quand on parle de design, on n'évoque pas forcément la multiplication d'images surdimensionnées. Il s'agit de trouver un juste équilibre, et de mesurer cet équilibre en fonction du type de site.

Il est en tout cas évident qu'une page d'accueil doit être visuellement plus tape à l'oeil qu'une page interne de contenu. Avant tout, elle doit donner envie. Et cette envie découle d'une expérience globale, résultat de contenus incitatifs mais aussi d'un design étudié.

Le rapport entre design et ergonomie doit être considéré de telle sorte que le design serve l'utilisabilité de la page d'accueil, en appuyant certains contenus, en mettant en valeur des groupes d'informations, en soulignant la hiérarchie d'importance des éléments par leur apparence, etc.

De nombreuses pages d'accueil incluent des éléments animés (mettons de côté les sites entièrement construits en flash). Concernant l'adéquation d'une animation, la question n'est pas forcément de se demander si l'on doit en intégrer ou pas, mais plutôt de savoir si sa présence apporterait une plus-value à la page d'accueil. Il est aussi recommandé de détecter si le système de l'utilisateur dispose du plug-in nécessaire. Si ce n'est pas le cas, on peut lui afficher une image statique à la place de l'animation.

8. Un exemple

Les points négatifs

- 1 Le logo cliquable même sur la page d'accueil
- 2 Pas de bouton "Accueil"
- 3 Pas de baseline
- 4 Le peu d'incitation sur l'image principale
- 5 Pas de présentation de l'objectif du site



Les points positifs

- 1 La navigation qui s'installe dès la page d'accueil
- 2 L'emplacement du moteur de recherche
- 3 Les liens textuels sur des contenus clés
- 4 Les dates, titres et liens vers les dernières news
- 5 Un lien vers la liste de toutes les news
- 6 L'inscription à la newsletter sur la page d'accueil
- 7 La hiérarchisation des remontées de contenu
- 8 La place laissée aux photos et design

Source: www.bokson.net

» Les points négatifs

1 - Le logo cliquable même sur la page d'accueil (Le logo est cliquable alors que l'on se trouve déjà sur la page d'accueil). On recommande en général de ne pas fournir de lien vers la page courante. Le logo Bokson devrait donc être cliquable partout sauf sur la page d'accueil.

2 - Pas de bouton "Accueil". Le lien "Accueil" n'apparaît en effet que dans les pages intérieures. Ce choix manque de cohérence. Les outils de navigation doivent rester homogènes quelque soit l'endroit où l'on se trouve dans le site. De plus, lorsqu'il n'existe pas de bouton "Accueil" sur la page d'accueil, on ne peut pas indiquer à l'utilisateur où il se trouve en mettant en valeur la rubrique consultée.

3 - Pas de baseline. Dans la même idée que le point précédent, l'absence de baseline descriptive manque pour accompagner le logo. Ce type d'élément permet de comprendre rapidement de quoi parle un site web et ce qu'il peut nous apporter.

4 - Le peu d'incitation sur l'image principale. La photo centrale est l'élément principal de la page d'accueil. Elle est cliquable et mène vers la chronique d'un disque. Cependant, l'utilisateur ne s'en rend compte qu'en cliquant sur l'image. On devrait préciser à quel événement ou à quel contenu correspond cette mise en avant (par exemple, chronique du dernier disque des Beastie Boys, 15.06.2004).

5 - Pas de présentation de l'objectif du site. Ce point est toutefois compensé par les autres éléments d'interface, très explicites et qui suggèrent que Bokson est un site traitant de musique (cf. les intitulés des rubriques, les noms des groupes, les photos des disques, les libellés des liens, etc.).

» Les points positifs

1 - La navigation qui s'installe dès la page d'accueil. Le fait que la barre de navigation (Rock, Electro, Hip Hop, World) soit présente dès la page d'accueil permet à l'internaute de l'utiliser en tant que référent, quelque soit l'endroit où il se trouve

dans le site. On apprécie que cette barre de navigation ne change pas en fonction de la page où l'on se trouve.

2 - L'emplacement du moteur de recherche. Le moteur de recherche est placé de manière conventionnelle, en haut à droite de l'interface. De plus, il est présenté de façon optimale : on fournit directement un champ de recherche et non un simple lien vers la page de recherche, et on fournit aussi un lien direct vers les options de recherche avancée.

3 - Les liens textuels sur des contenus clés. On sait que les liens du type "tous les artistes" ou "les dernières chroniques" sont susceptibles d'intéresser les visiteurs du site Bokson. On fournit donc une zone spécifique où sont placés ces liens génériques. L'emplacement de cette zone est critique, puisqu'elle se situe juste en-dessous du moteur de recherche. C'est une zone qui a de grandes chances d'être parcourue du regard.

4 - Les dates, titres et liens vers les dernières news. Les news sont une des rubriques mises à jour régulièrement. A ce titre, il est intéressant de fournir dès la page d'accueil des raccourcis vers les dernières news. On supporte ainsi la fonction informative de la page d'accueil : si l'utilisateur voit qu'il a déjà lu la dernière news publiée, il n'a pas besoin d'aller consulter la rubrique news pour voir s'il en existe une nouvelle. On lui facilite donc la tâche de recherche de contenus ajoutés depuis sa dernière visite.

5 - Un lien vers la liste de toutes les news. Il paraît très intéressant de placer un lien vers la rubrique mère à côté des raccourcis liés à des contenus spécifiques. Cela permet à l'utilisateur de considérer la rubrique sous un autre angle que lorsqu'elle est uniquement présentée en barre de navigation. Il peut se faire une idée plus précise de son contenu.

6 - L'inscription à la newsletter sur la page d'accueil. Si l'inscription à la newsletter est une action clé sur le site, si on doit la mettre en avant, il est intéressant de laisser la possibilité d'accomplir l'action la plus courante (à savoir s'inscrire) dès la page d'accueil.

7 - La hiérarchisation des remontées de contenu. La page d'accueil de Bokson est conçue de sorte que l'on comprenne bien l'importance relative accordée à chacune des remontées de contenu. Il existe différents niveaux :

- Niveau 1 : Mise en avant d'une chronique, supportée par une grande image, actualité forte de la page d'accueil
- Niveau 2 : Pour chaque rubrique, mise en avant d'un disque avec facing
- Niveau 2 : Pour chaque rubrique, mise en avant d'une interview avec photo associée
- Niveau 3 : Pour chaque rubrique, mise en avant des dernières chroniques sous forme de liens texte
- Niveau 4 : Pour les 5 dernières news : Date, titre, rubrique, image et lien

8 - La place laissée aux photos et design. Le contenu de la page d'accueil de Boskon est accompagné par un design adapté : l'importance des visuels est à la hauteur des attentes des utilisateurs, mais ne mange pas l'information.

Conclusion

L'ergonomie de la page d'accueil est une thématique complexe, pour laquelle il n'existe pas de réponse toute faite. La plupart des choix sont spécifiques au site, et doivent être faits en fonction des attentes supposées de la population cible. Quoiqu'il en soit, il faudra supporter à la fois les besoins liés à la navigation et ceux liés à la présentation d'informations dès la page d'accueil.

Des tests utilisateurs répétés sur l'organisation de la page d'accueil sont un très bon moyen de choisir parmi plusieurs possibilités d'organisation de l'information, sans nécessiter le développement de prototypes très aboutis. (> lire l'article **Recette de test utilisateur**).

Pour en savoir plus

» Ressources en ligne

Temps de chargement: une question moins simple qu'il n'y paraît
Vincent Bénard, Veblog, 2002.

Top Ten Guidelines for Homepage Usability. Jakob Nielsen, Alertbox, 2002.

The Truth About Download Time. Christine Perfetti, UIE, 2001.

pagedaccueil.com (Loïc Renaud) : études de cas, analyses transversales, chroniques sur le thème de la page d'accueil.

» Ressources externes

Nielsen, J. & Tahir, M. (2002). *L'art de la page d'accueil : 50 sites web passés au crible*. Eyrolles.
> lire la **chronique de l'Art de la page d'accueil sur Ergolab**

Van Duyne, D.K, J.A Landay & J.I Hong (2002). *Design of sites - Patterns, Principles and Processes for Crafting a Customer-Centred Web Experience*, Addison-Wesley. Pattern Group C: Creating a Powerful Homepage.

Krug, S. (2000). *Dont' Make me think*, New Riders. Chapitre 7 : The first step in recovery is admitting the Home Page is behind your control.

> Version française : *Zéro prise de tête*, Dunod. Chapitre 7, Garder le contrôle de la Home Page.
> lire la **chronique de Dont' Make me think sur Ergolab**

Nielsen, J. (1999). *Designing Web Usability : The Practice of Simplicity*, New Riders. Home Page, in Chapitre 4, Site Design.

> Version française : Conception de sites web : L'Art de la simplicité.

» A voir aussi sur Ergolab

L'art de la page d'accueil

Jakob Nielsen & Marie Tahir

» **Lire la chronique**

» <http://www.ergolab.net/livres/l-art-de-la-page-d-accueil.php>