



Test Mastère User Experience

Audit du site E-commerce “L’atelier d’Amaya”

Par **Razafindrakoto Faniry Julian**

Septembre 2024



Pain points

01

Performances du site

02

Accessibilité

03

Tunnel d'achat



Ergonomie Générale et Expérience Utilisateur

Pour commencer, je vérifie les performances globales du site web en me basant sur les différents web core vitals que je peux obtenir grâce à l'outil “Lighthouse” de pagespeed insights. Je vérifie ces data sur mobile et sur le bureau.

À partir de ces data, je peux cibler les paramètres nécessitant des améliorations et des optimisations. Sachant que les performances d'un site web sont essentielles pour fluidifier le parcours des utilisateurs (ou prospects).

PS : je réalise le test en mode navigation privée pour éviter les erreurs de mesure de performances causées par les extensions que j'utilise sur mon navigateur.



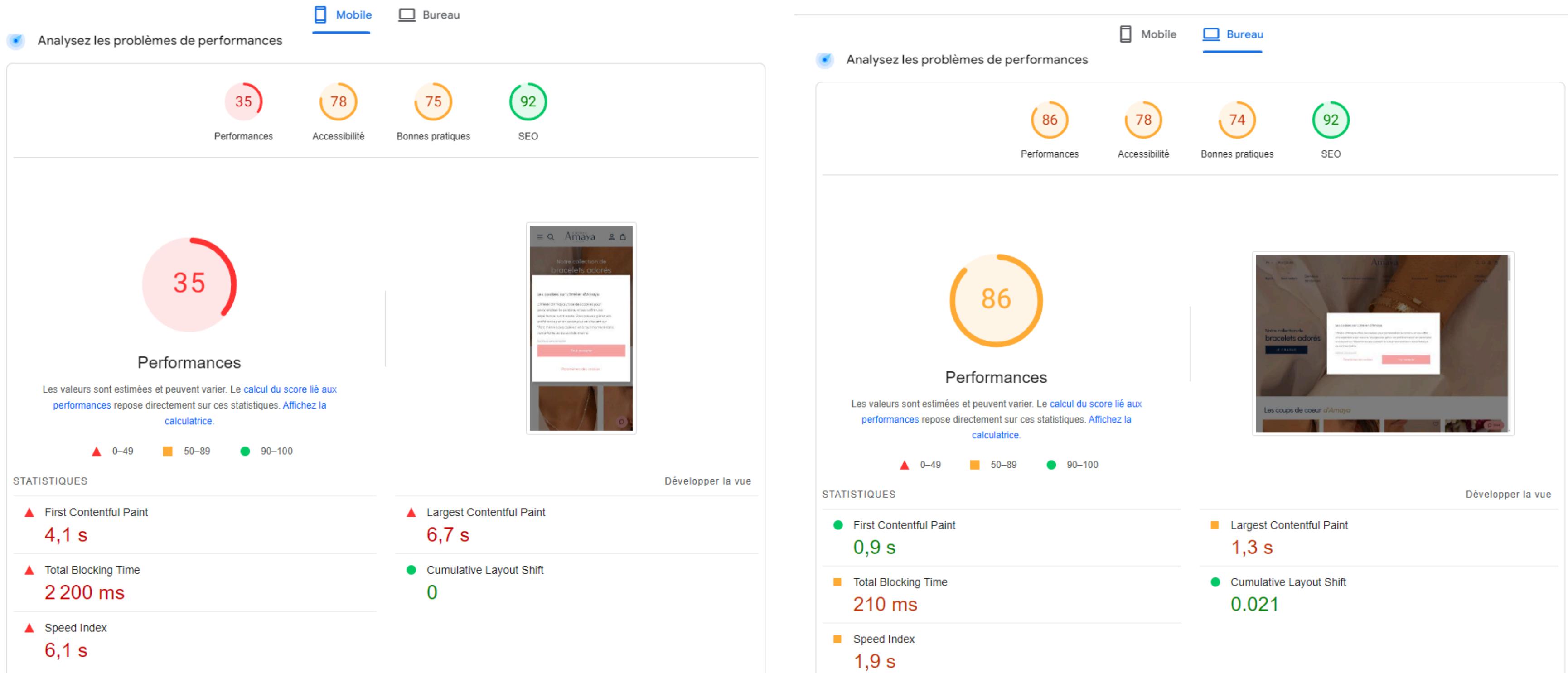
Performances

Le site de l'Atelier Amaya présente des problèmes de performance, avec un score de 35/100 sur mobile. Les temps de chargement sont trop longs (First Contentful Paint à 4,1 s et Largest Contentful Paint à 6,7 s), principalement en raison d'images non optimisées et de scripts JavaScript bloquants. Ces ralentissements nuisent à l'expérience utilisateur. Des optimisations d'images et une réduction du JavaScript sont nécessaires pour améliorer la rapidité du site.

Le site sur bureau est performant avec un bon temps de chargement, mais il reste de légères optimisations à apporter pour atteindre un score parfait.



Performances



Accessibilité

Le site de l'Atelier Amaya sur bureau et sur mobile présente des lacunes en accessibilité, notamment au niveau du contraste des couleurs, des labels d'accessibilité pour les lecteurs d'écran, et de la navigation clavier, ce qui peut nuire à l'expérience des utilisateurs malvoyants ou en situation de handicap.

Pour vérifier l'accessibilité globale du site internet, en plus de l'outil “lighthouse” j'ai utilisé l'outil accessScan.

10 Failed Elements

- 1 d'Amaya
- 2 À graver
- 3 Nouveautés
- 4 Découvrir
- 5 Prix doux
- 6 Bijoux à graver
- 7 collection
- 8 Nouveauté
- 9 de bijoux
- 10 notre histoire

It's seems like your website isn't inclusive or accessible to people with disabilities. Let's change that!

154

We found 154 issues on your page

Issue severity



Issues detected by category

54	Readability	52	Graphics	20	Titles
12	Clickables	8	Forms	5	Orientation
2	General	1	Tables	0	Menus
0	Document	0	Carousels		

In the report you'll find the results for dozens of tests focusing mainly on these categories:

- Screen-reader** adjustments (blind users)
- Keyboard navigation** adjustments (motor impaired)
- UI, design and readability** adjustments (vision impaired)

Par exemple, Les champs obligatoires d'un formulaire doivent inclure l'attribut aria-required="true" afin que les utilisateurs aveugles utilisant des lecteurs d'écran soient informés de leur caractère obligatoire.

Analyseur de Contraste des Couleurs (CCA)

Analyseur de Contraste des Couleurs (CCA) Édition Affichage Développement

Couleur de premier plan
HEX #15234A

Couleur d'arrière-plan
HEX #A07B73

Exemple
exemple de contraste texte

Résultats WCAG 2.1

Ratio de contraste 4,1:1

▼ 1.4.3 Contraste (minimum) (AA)
Paraphrasé Texte (incluant les images-textes) a un ratio de contraste d'au moins 4.5:1 pour un texte de taille "normale" et d'au moins 3:1 pour les grands textes (d'au moins 18pt / 24px, ou gras et d'au moins 14pt / 18.5px), à moins que le texte soit purement décoratif.

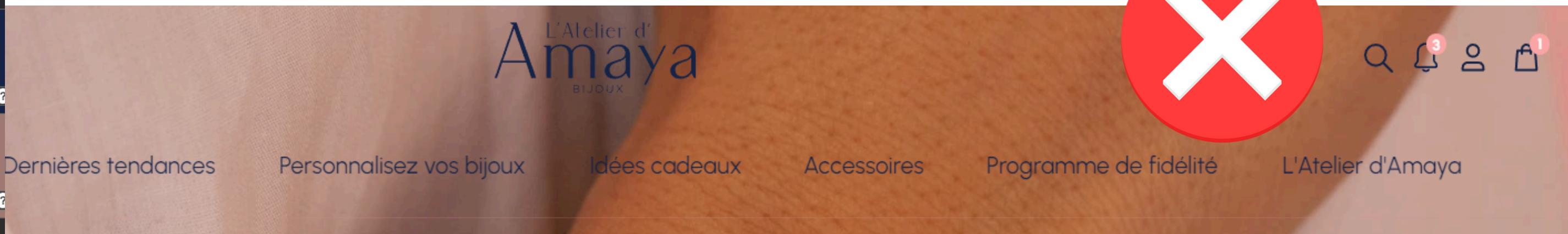
Non conforme (texte normal) Conforme (grand texte)

▼ 1.4.6 Contraste (amélioré) (AAA)
Paraphrasé Texte (incluant les images-textes) a un ratio de contraste d'au moins 7:1 pour un texte de taille "normale"; et d'au moins 4.5:1 pour les grands textes (d'au moins 18pt / 24px, ou gras et d'au moins 14pt / 18.5px), à moins que le texte soit purement décoratif.

Non conforme (texte normal) Non conforme (grand texte)

▼ 1.4.11 Contraste du contenu non textuel (AA)
Paraphrasé La présentation visuelle des composants de l'interface utilisateur (leurs états – incluant l'indicateur de focus – et frontières) et les objets graphiques ont un ratio de contraste d'au moins 3:1 par rapport aux couleurs adjacentes.

Conforme (composants UI et objets graphiques)



Le contraste entre l'image en arrière-plan du header et le texte/icônes/logo n'est pas optimal. Il est difficile de distinguer le texte par rapport à l'arrière-plan du header.



Un tote bag Isis édition limitée offert dès 100€ 

FR ▾ BOUTIQUES

L'Atelier d'
Amaya
BIJOUX



3

1

Bijoux

Best-sellers

Dernières tendances

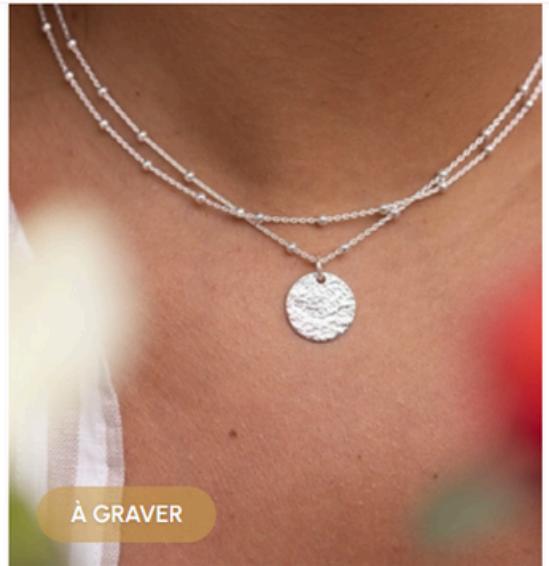
Personnalisez vos bijoux

Idées cadeaux

Accessoires

Programme de fidélité

L'Atelier d'Amaya



Collier double rang perlé et médaille Maya ...

98 €



75 €



59 €



55 €

< ⋯ ⋯ ⋯ ⋯ >

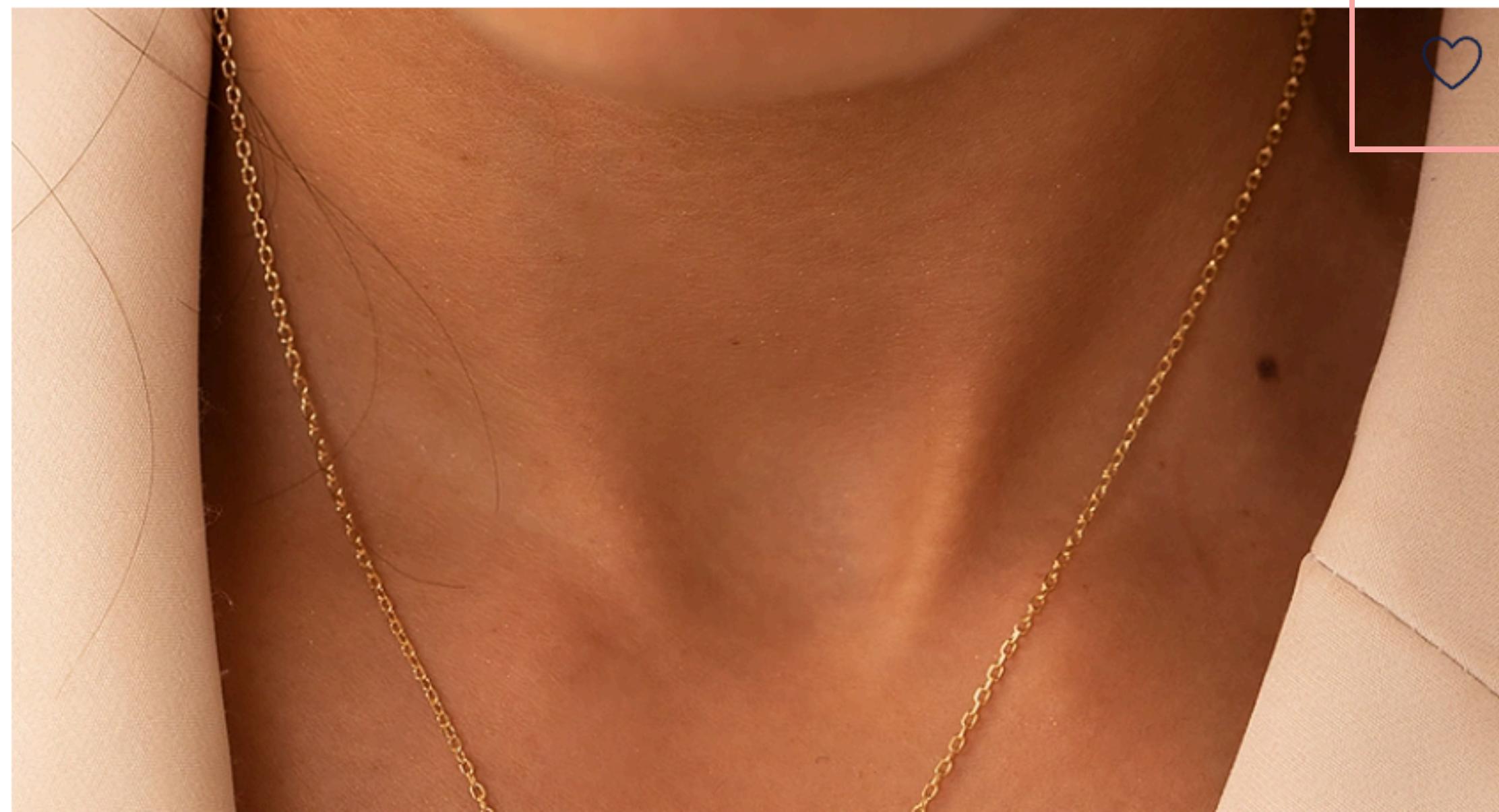
• • •

Image de l'article : non cliquable



Titre long

J'ai également constaté que sur la version bureau, nous ne pouvons pas cliquer sur l'image afin d'ouvrir la page de description de l'article. Pourtant, sur mobile, cela fonctionne très bien. Du point de vue de l'utilisateur, il m'a été compliqué d'accéder à l'article sur le bureau. Sachant qu'il n'y a ni effet de survol ni bouton permettant d'ouvrir la page de description . De plus, les titres des articles sont trop longs.



Système de like difficile à observer

J'ai cherché longtemps pour voir qu'il y avait un système de Like sur les articles

Bijoux *femmes*



DÉCOUVRIR NOS BIJOUX EN ARGENT 925

DÉCOUVRIR NOS BIJOUX EN PLAQUÉ OR



Bagues



Boucles d'oreilles



Bracelets



Colliers



Nouveautés



Bijoux à graver



Liberty®



Compositions

Certains boutons ne sont pas assez mis en avant et ne sont pas alignés

Aucun moyen de savoir si l'image est cliquable ou non

Tunnel d'achat

difficile de savoir si on peut modifier la quantité (pas assez explicit)

FR ▾ BOUTIQUES

L'Atelier d'
Amaya
BIJOUX

Mon panier

	Quantité	Prix
Collier chaîne carrée facettée et médaille rectangle oeil zircon vert Argent 925	1	94,00 €
Argent 925		
Collier chaîne malle carrée facettée Argent 925 : Collier chaîne malle carrée facettée		
Médaille rectangle oeil zircon vert Argent 925 : Médaille rectangle oeil zircon vert		

Je souhaite un emballage cadeau

[Modifier](#) [Supprimer](#)

Votre commande est un cadeau livré directement au destinataire ?

Sous-total 94,00 €

Total TTC de la commande 94,00 €
ou 3 fois 31,33 € sans intérêt.

Plus que 6,00 € d'achat pour bénéficier de la livraison offerte !

[VALIDER MON PANIER](#)

Départ de votre commande le 30 septembre

Ajouter un code promo ou un bon fidélité

Code [APPLIQUER](#)

[Aide](#)

PS : sur mobile, c'est bien optimisé

Merci, votre compte client a bien été créé.

Livraison

2

Adresse de livraison

Nom *	Prénom *
RAZAFINDRAKOTO	Faniry Julian
Société	
Indiquez un lieu	
Ce champ est obligatoire.	
Code postal *	Ville *
Ce champ est obligatoire.	Ce champ est obligatoire.
Pays *	Numéro de téléphone mobile *
France	+33 6 12 34 56 78
Ce champ est obligatoire.	

Récapitulatif	
Sous-total du panier	94,00 €
Livraison	0,00 €
Retrait sous 3 à 7 jours - Livraison en boutique	
Total de la commande	94,00 €
1 produit dans votre panier	+

Mon Compte

Informations du compte



Mes informations

Faniry Julian RAZAFINDRAKOTO

razafj33@gmail.com

[Modifier](#)

[Modifier le mot de passe](#)



Mes communications

Vous n'êtes pas abonné(e) à notre newsletter. Tout comme nous, vous adorez les bijoux ? Choisissez de recevoir nos actualités et nos offres en vous inscrivant à nos newsletters !

[Je m'inscris à la newsletter](#)

[Gérer les adresses](#)

Carnet d'adresses

Adresse de facturation par défaut

Vous n'avez pas spécifié d'adresse de facturation par défaut.

[Éditer l'adresse](#)

Adresse de livraison par défaut

Vous n'avez pas spécifié d'adresse de livraison par défaut.

[Éditer l'adresse](#)

J'ai créé un compte pour vérifier le tunnel d'achat de la bijouterie. Je constate que malgré cela , je dois à nouveau renseigner les informations essentielles que j'ai mentionnées pendant la création de mon compte. Cela ralentit le processus d'achat

Scénarios

01

Personas

Experience map / journey map





CAMILLE

- 34 ans
- Chef de projet marketing digital
- habite à Saintes
- Mariée, mère de deux enfants (5 et 8 ans)

BESOINS

- Acheter des bijoux symboliques pour sa famille (colliers personnalisés, bracelets avec les prénoms de ses enfants).
- Trouver des produits de qualité, élégants et à prix raisonnable.
- Accéder rapidement aux informations de personnalisation et livraison.

HABITUDE D'ACHAT

Effectue des achats en ligne pour des produits mode, enfant et accessoires de décoration.

PAIN POINTS

- Difficulté à trouver des produits personnalisés adaptés à ses besoins.
- Informations de livraison peu claires.
- Navigation mobile compliquée lorsqu'elle a peu de temps

PROFILS PSYCHOLOGIQUES

Personnalité : Organisée, pratique, orientée vers le bien-être de sa famille.

Valeurs : Authenticité, personnalisation, expérience d'achat agréable.

COMPORTEMENTS

- Préfère le shopping en ligne, principalement le soir quand ses enfants dorment.
- Accorde une grande importance aux avis clients avant de prendre une décision.
- Sélectionne souvent l'option de personnalisation et utilise la fonctionnalité de recherche pour filtrer par type de produit.



Experience Map de Camille

Étapes	Actions	Pensées & Émotions	Points de Friction	Opportunités
Déclencheur	Recherche « bracelet personnalisé enfants » sur Google.	« Je veux un bijou qui symbolise mes enfants. »	Résultats de recherche peu clairs.	Améliorer l'accessibilité
Navigation sur le site	Arrive sur la page d'accueil, explore les catégories « Personnalisation ».	« Trop d'options, où dois-je aller ? »	Libellés des menus peu explicites, surcharge visuelle.	Simplifier la structure du menu et mettre en avant les options.
Sélection d'un Produit	Filtre les bracelets par type, sélectionne un modèle à personnaliser.	« Est-ce que c'est le bon modèle ? »	Manque de filtres par popularité/style.	Ajouter des filtres adaptés et suggestions populaires.
Personnalisation	Ajoute les prénoms, tente de visualiser le rendu final.	« Je ne peux pas voir la gravure, ça m'inquiète... »	Pas de prévisualisation dynamique.	Intégrer un outil de prévisualisation en temps réel.
Ajout au Panier & Achat	Ajoute au panier, mais hésite à finaliser.	« Vais-je vraiment aimer le résultat ? »	Informations de livraison peu mises en avant.	Mettre en avant les délais de livraison et options de retours.
Post-Achat	Reçoit le bijou, l'offre à ses enfants.	« Je suis ravie, mais j'aurais aimé plus d'options de visualisation. »	Expérience de visualisation limitée.	Envoyer des photos ou vidéos du bijou gravé avant expédition.



MAXIME

- 28 ans
- Traffic manager
- habite à Paris
- En couple, sans enfants

BESOINS

- Trouver un bijou unique pour offrir lors d'occasions spéciales (anniversaire, Saint-Valentin).
- Un site rapide avec une expérience de paiement simplifiée.
- Accéder facilement aux nouveautés et aux collections les plus populaires.

HABITUDE D'ACHAT

Achète rarement des bijoux pour lui-même, mais fréquemment pour sa compagne.

PAIN POINTS

- Trop d'options sans clarté sur les tendances ou best-sellers.
- Délais de livraison parfois longs ou mal expliqués.
- Difficulté à évaluer le rendu réel du produit à partir des images disponibles.

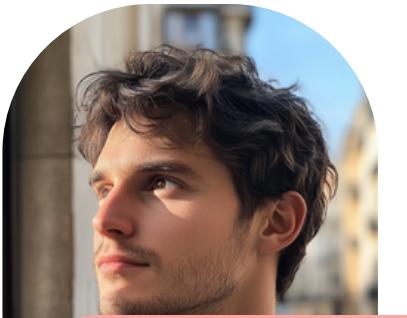
PROFILS PSYCHOLOGIQUES

Personnalité : Efficace, aime se démarquer.

Valeurs : Exclusivité, qualité, rapidité de décision.

COMPORTEMENTS

- Compare rapidement plusieurs options, regarde les avis.
- Prend des décisions rapides, mais est sensible aux recommandations (« Meilleurs choix »).
- Préfère des options d'achat express (Apple Pay, Paypal).



Experience Map de Maxime

tapes	Actions	Pensées & Émotions	Points de Friction	Opportunités
Déclencheur	Recherche « collier élégant pour femme » avant l'anniversaire.	« Je veux quelque chose de spécial pour elle. »	Trop de choix sans recommandations.	Mettre en avant les best-sellers et les sélections d'experts.
Navigation sur le site	Arrive sur la page, explore rapidement les catégories « Cadeaux ».	« Est-ce que ça va lui plaire ? »	Manque de visibilité sur les avis clients.	Ajouter une section « Cadeaux populaires » avec avis visibles.
Filtrage & Sélection	Filtre par prix, explore les options de livraison express.	« Est-ce que ça arrivera à temps ? »	Détails de livraison non visibles dès la sélection.	Ajouter un filtre « Livraison Express » clairement affiché.
Ajout au Panier & Paiement	Sélectionne un collier, mais hésite sur l'option de gravure.	« Dois-je le personnaliser ou non ? »	Pas de conseil sur les avantages de la personnalisation.	Ajouter des suggestions automatiques sur les personnalisations.
Finalisation de Commande	Procède au paiement mais est frustré par le manque d'options rapides.	« Pourquoi je ne peux pas utiliser Apple Pay directement ? »	Options de paiement limitées.	Intégrer des options de paiement express (Apple Pay, Google Pay).
Réception & Évaluation	Reçoit le bijou, l'offre à sa compagne.	« Elle adore ! Mais j'aurais aimé plus de clarté sur la livraison. »	Informations de livraison peu détaillées.	Proposer une notification de suivi en temps réel.



ÉLISE

- 40 ans
- Directrice des Ressources Humaines dans une grande entreprise
- habite à Toulouse
- Mariée, 2 adolescents

BESOINS

- Trouver des bijoux élégants, modernes, et de haute qualité pour des occasions spéciales (réunions, soirées professionnelles).
- Avoir des options de paiement flexibles (paiement en plusieurs fois) et des garanties sur la qualité du produit.
- Un service client réactif et des informations de livraison rapides et précises.

HABITUDE D'ACHAT

Achète en ligne des bijoux haut de gamme et des accessoires de mode de temps à autre. Elle recherche des pièces élégantes, sophistiquées, et adaptées à son statut professionnel.

PAIN POINTS

- Manque de clarté sur la qualité des matériaux (or, argent, pierres précieuses).
- Doutes sur le positionnement haut de gamme de certaines collections (designs similaires à des bijoux moins chers).
- Délais de livraison parfois plus longs que prévu, ce qui la dissuade d'acheter des articles pour des événements proches.

PROFILS PSYCHOLOGIQUES

Personnalité : Ambitieuse, méticuleuse, attentive aux détails.

Valeurs : Professionnalisme, élégance, statut social.

COMPORTEMENTS

- Consulte minutieusement les descriptions de produits avant de prendre une décision d'achat.
- Compare les bijoux avec d'autres marques concurrentes pour s'assurer de la qualité et du prix.
- Passe plus de temps à lire les avis clients et à examiner les photos avant d'acheter, surtout pour les articles de plus de 200 euros.



Experience Map d'Élise

Étapes	Actions	Pensées & Émotions	Points de Friction	Opportunités
Déclencheur	Cherche un bijou sophistiqué pour un événement spécial.	« Il me faut quelque chose qui fasse classe. »	Manque de mise en avant des collections haut de gamme.	Créer une section « Bijoux de Prestige » pour les événements.
Navigation sur le site	Accède à la catégorie « Collections », explore les options de luxe.	« Ce modèle est-il vraiment de qualité ? »	Descriptions des matériaux peu détaillées.	Ajouter des informations précises sur les matériaux et la fabrication.
Filtrage & Comparaison	Filtre par prix élevé, compare plusieurs colliers.	« Lequel convient le mieux à ma tenue ? »	Comparaison difficile sans visuels sur mannequin.	Intégrer des photos portées et des suggestions selon le style.
Ajout au Panier & Paiement	Sélectionne un modèle mais hésite à cause des options de garantie.	« Puis-je le retourner si ça ne me convient pas ? »	Informations de retour/échange non explicites.	Ajouter une section « Garantie » visible sur la page produit.
Finalisation de Commande	Finalise l'achat avec paiement en plusieurs fois.	« Cela me rassure de pouvoir échelonner le paiement. »	Option de paiement flexible parfois cachée.	Mettre en avant les options de paiement flexible dès le panier.
Post-Achat	Reçoit le bijou et l'utilise lors de son événement.	« Il est parfait, mais j'aurais aimé plus de transparence sur la livraison. »	Détails de suivi peu clairs après l'achat.	Proposer un tracking précis et des notifications à chaque étape.

Recommandations

01

Performances du Site

02

Personas

Experience map / journey map

03

Personas

Experience map / journey map



Performances du Site

Optimisation des Images :

Convertir les images en format WebP pour réduire le poids tout en maintenant une bonne qualité visuelle. Mettre en place le lazy-loading pour les images situées en bas de page afin de ne charger que ce qui est visible à l'écran.

Réduction du JavaScript et des Scripts Bloquants :

Identifier et réduire les scripts JavaScript non essentiels en utilisant Google Lighthouse et Webpack. Charger les scripts de façon asynchrone (async) ou en différé (defer) pour minimiser le blocage du rendu.

Compression GZIP et Minification :

Activer la compression GZIP pour les fichiers CSS et JS. Minifier le CSS et le JavaScript pour réduire le temps de chargement.

Amélioration des Core Web Vitals :

Cibler les métriques de Google Core Web Vitals : Largest Contentful Paint (LCP) et First Input Delay (FID), en optimisant les tailles de ressources et en simplifiant le DOM.

Accessibilité

.

Amélioration du Contraste des Couleurs :

Revoir la palette de couleurs pour assurer un contraste suffisant entre le texte et l'arrière-plan (ratio recommandé : 4.5:1 minimum pour le texte normal).

Adapter la couleur du texte dans le header (ex. texte blanc sur fond d'image) ou ajouter un fond semi-transparent pour améliorer la lisibilité.

Optimisation des Attributs ARIA :

Ajouter des attributs aria-label et role pour les lecteurs d'écran sur tous les boutons et champs de formulaire. Inclure l'attribut aria-required="true" pour les champs obligatoires afin de signaler leur importance aux utilisateurs malvoyants.

Accessibilité

.

Rendre les Images et les Boutons Accessibles :

Rendre toutes les images cliquables (surtout celles des articles sur desktop) et intégrer des indications de survol (hover) pour signaler leur interactivité.

Revoir la structure des boutons pour qu'ils soient accessibles via la navigation clavier (tabindex) et ajouter des focus indicators clairs.

Création d'une Version « Accessibilité » :

Proposer une option d'adaptation de l'interface (ex. « Mode Accessibilité ») qui ajuste automatiquement les contrastes, les tailles de police, et l'espacement des éléments pour les utilisateurs ayant des besoins spécifiques.

Tunnel d'Achat et Expérience d'Achat

.

Rationalisation du Tunnel d'Achat :

Réduire le nombre d'étapes dans le processus de paiement. Fusionner les pages de confirmation d'adresse et de choix de livraison.

Pré-remplir automatiquement les informations d'adresse et de contact si l'utilisateur est connecté.

Ajout de Méthodes de Paiement Rapides :

Intégrer des options de paiement express telles qu'Apple Pay, Google Pay, et Paypal.

Proposer un bouton « Achat en 1 clic » pour les utilisateurs connectés avec des adresses enregistrées.

Tunnel d'Achat et Expérience d'Achat

.

Amélioration de la Transparence des Informations :

Afficher les frais de livraison et les délais dès la page produit et non uniquement au moment de finaliser le panier.

Intégrer une section visible sur les politiques de retour et d'échange, avec un lien rapide vers les informations détaillées.

Personnalisation Dynamique et Visualisation :

Ajouter un outil de prévisualisation dynamique pour les produits personnalisés afin de voir le rendu en temps réel.

Permettre aux utilisateurs de voir leur historique de personnalisation et de comparer plusieurs options de gravure avant d'ajouter au panier.

Tunnel d'Achat et Expérience d'Achat

.

Optimisation des Champs de Saisie :

Ajouter des indicateurs de progression (ex. 1/3, 2/3, 3/3) pour guider l'utilisateur dans le processus d'achat.

Mettre en avant les erreurs de saisie de manière plus explicite avec des indications visuelles et des messages clairs.

Suivi de Livraison et Notifications :

Proposer un tracking de livraison en temps réel avec notifications par SMS ou email pour chaque étape (en préparation, en cours de livraison, livré).

Ajouter un récapitulatif visuel de la commande avec des images miniatures des articles dans les emails de confirmation pour rappeler à l'utilisateur ce qu'il a commandé.

Merci pour votre attention !

06 24 22 45 10

razafindrakotofaniryjulian@gmail.com

