

Capitalisation sur expérience web – conférence de 4 h

Objectifs

En se fondant sur des approches ou des démarches éprouvées, étudiées, testées et référencées, l'objectif de ces conférences est de :

- Connaître les bons principes.
- Savoir ce qui fonctionne ou non.
- Et surtout être capable de l'expliquer au client.

Introduction

Cette conférence se fonde sur la Loi de Nielsen :

"Les utilisateurs passent plus de temps sur d'autres sites que le vôtre, c'est là qu'ils construisent leur expérience".

À partir d'études comportementales réalisées ces 3 ou 4 dernières années, un certain nombre de principes se dégagent. Il existe désormais des tendances convergentes concernant la façon d'agir ou de réagir des internautes.

Déroulement

Tordre le cou à quelques clichés

Cliché 1 : Internet c'est facile et fun

Cliché 2 : L'internaute cherche l'info maximale au plus vite

Cliché 3 : Les internautes détestent scroller

Les tendances actuelles à la simplification des sites

Les zones de lectures d'une page web

Conséquences sur les méthodes de navigation

Barre de navigation

Navigation structurale et navigation contextuelle

Arborescence hiérarchique

Mode de "lecture" web

Mode recherche versus mode consommation

La règle des 3

L'écran en 3 zones

La règle des 3 clics

La page d'accueil – le splash screen

Les effets de terminaison

Tâche - sous-tâche versus unité d'information

Définition d'un effet de terminaison

Applications

Réalité et perception

Temps réel versus temps perçu

Temps de chargement versus temps de recherche

Les bonnes pratiques

Liste / checkbox / popup dans les sites transactionnels

Utilisation de la couleur

Interface d'action et interface d'état

Le guidage de l'utilisateur