



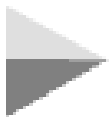
Université de Guelma 08 Mais 1945

1ere Année Master (IM)

Module: Interface Homme - Machine

Mr. Khaled HALIMI
h.kaled@yahoo.fr

Chapitre 03:



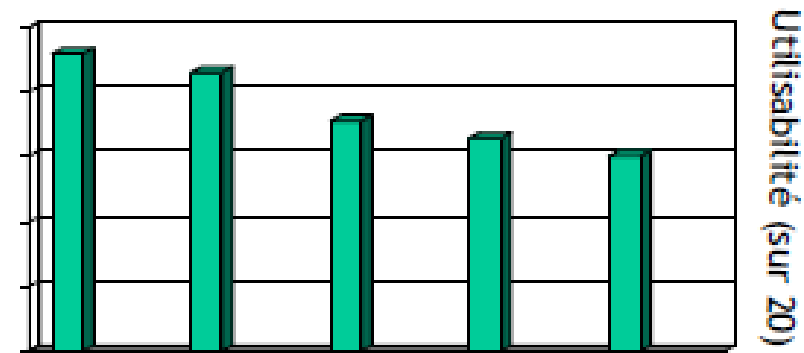
Critères ergonomiques

Ergonomie des interfaces WWW

ERGONOMIE DU WEB : IMPORTANCE

WEB

Utilisateurs novices et nomades



Ergonomie des interfaces Web

- 62% des acheteurs en ligne abandonnent au moins une fois en cours de transaction [Davis 99]
- 40% des consommateurs ne reviennent pas sur un site où leur première visite s'est soldée par un échec [cité par Nogier 05, p. 101]
- Formulaire en ligne : 40% d'incompréhension sur les sites d'offre d'emploi [Creative 99]

Un exemple : site Web IBM

- Ancien site : bouton de recherche et d'aide les 2 plus utilisés
- Refonte du site : 120% d'accès et 400 % de commandes en plus

ERGONOMIE DU WEB : QUELLE SPECIFICITE ?

GUI : LOGICIELS WIMP INTERACTIFS

- Interaction utilisateur importante et complexe : gestion événementielle
- Manipulation directe : importante et potentiellement très riche
- Navigation : aucune notion de parcours, sauf dans les menus
- Nécessite un effort d'apprentissage
- *Utilisateurs : Motivés*

WWW : « Network User Interfaces »

- Peu de gestion événementielle (même avec DHTML ou AJAX)
- Manipulation directe limitée : clic et saisie clavier
- Navigation centrale : liens, retour avant/arrière, localisation, signets...
- Simplicité, grande observabilité : pas ou peu d'apprentissage
- *Utilisateurs « PIP » : Prêssés, Ignorants et Paresseux*
- *Remarque: pas de WYSIWYG intégral*

ERGONOMIE DU WEB

NOUVELLES REGLES D'OR

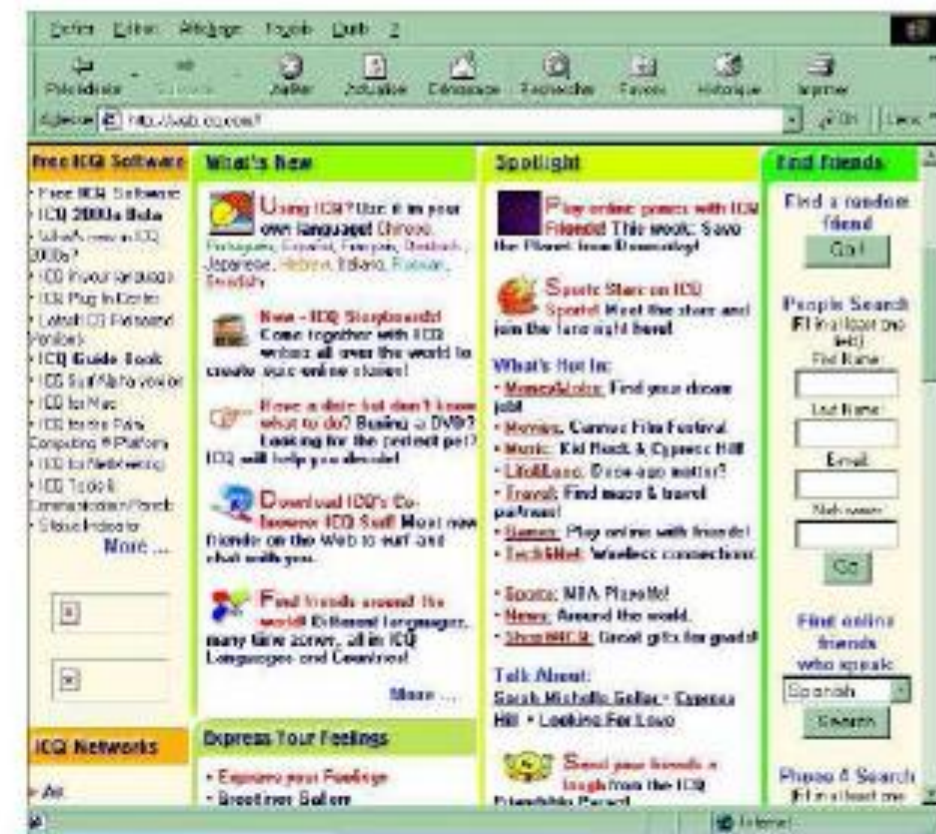
Objectif: facilité d'utilisation et prévisibilité sont au centre du modèle WWW

- Rester standard
 - Pas de solutions sophistiquées non valables sur tous les navigateurs
 - Pas de solutions propriétaires ou nécessitant l'installation de plug-in
- Rester simple
- Rester sobre
 - Pas plus de trois ou quatre couleurs principales par page
 - Ne pas multiplier les polices de caractères
 - Ne pas multiplier les images ou animations : effet sapin de Noël
- Respecter la page et son contexte
 - Le WWW n'est pas multi-documents / multi-contextes
- Toujours penser à l'effet utilisateurs PIP
- Eviter l'effet publicité

ERGONOMIE DU WEB

NOUVELLES REGLES D'OR

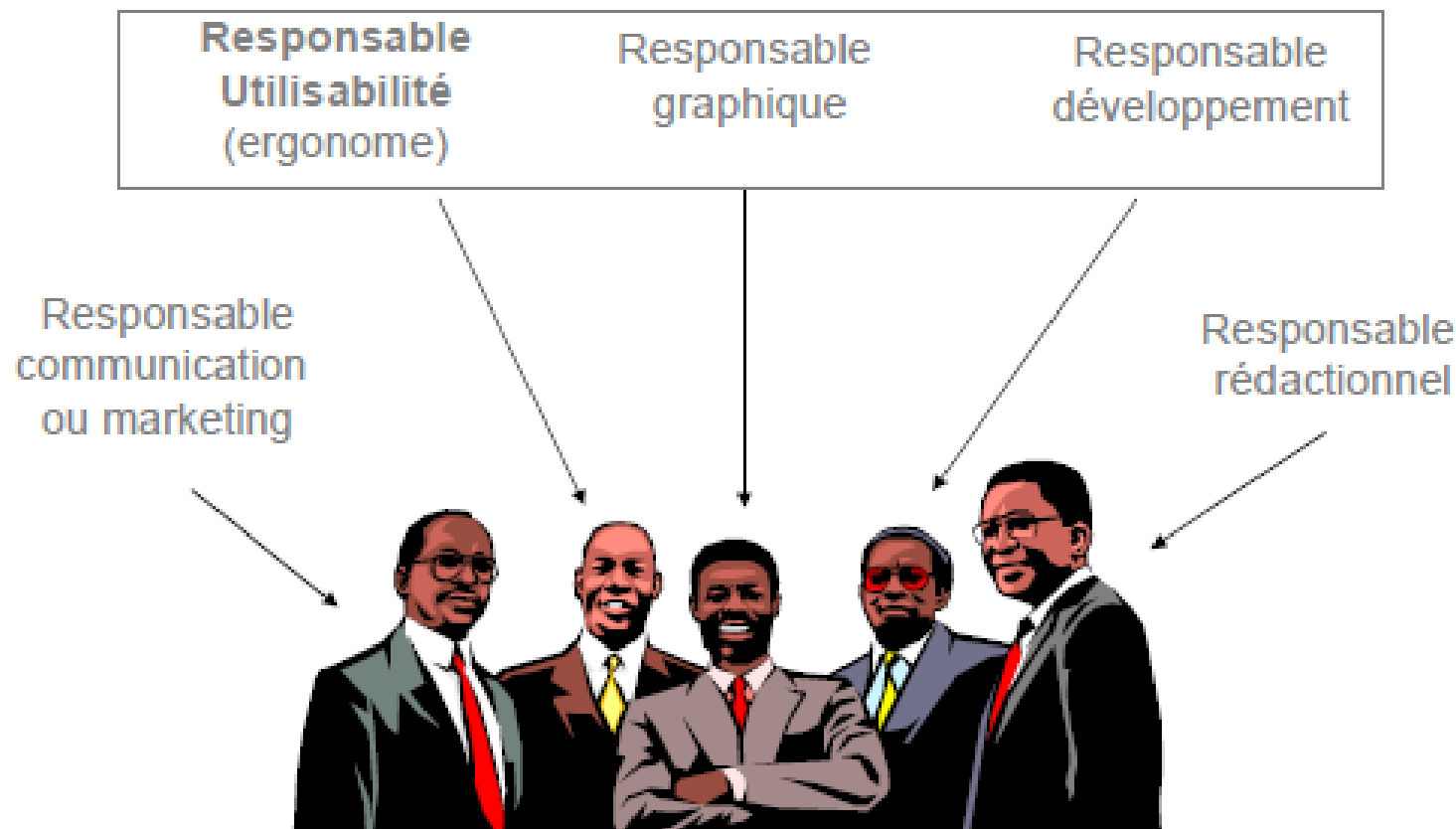
Contre-exemple - Rester sobre ?



CONCEPTION D'UN SITE WEB

Compétences variées

Un site WWW conçu par une personne unique est généralement mal conçu d'un point de vue ergonomique et/ou marketing



CONCEPTION D'UN SITE WEB

DEMARCHE DE CONCEPTION

1. **Ciblage du site** — définir les objectifs et le contenu du site, à coupler *impérativement* avec un ciblage des utilisateurs visés
2. **Structuration du site** — définir l'organisation des différentes rubriques et les protocoles de navigation, en fonction une fois encore des utilisateurs visés
3. **Finaliser l'implémentation** (chartre graphique, conception des interfaces, etc...) en tenant compte de recommandations ergonomiques et en ayant recours à des tests d'utilisabilité

TESTS D'UTILISABILITE

- Tout au long de la conception et le plus tôt possible
- Avec des utilisateurs novices correspondant à la cible visée
- **Tests de perception** — statiques, sur des visuels d'interface
- **Tests d'utilisabilité** — navigation sur un prototype significatif



CIBLAGE : IDENTIFICATION DU CONTENU ET DES USAGES

1. **Définition du service** et du public ciblé (âge, catégorie socioprofessionnelle, expérience informatique et Internet...)
2. **Analyse des besoins** — interview auprès d'un échantillon représentatif d'utilisateurs appartenant à la cible.

- ☐ Quelle réponse cherchez-vous à obtenir en consultant ce site ?
- ☐ Qu'attendez-vous en priorité de ce site ?
- ☐ Dans quel contexte êtes-vous amenés à consulter ce site ?
- ☐ Utilisez-vous déjà un autre site Web rendant ce type de service ? Quelles sont ses lacunes ?
- ☐ D'autres médias vous offrent-ils ce type de service ? Quelles sont leurs limites, leurs points forts ?

🔗 questions ouvertes : ne pas diriger l'expressions des besoins

3. **Tests d'utilisabilité** — Ces tests peuvent conduire à une remise en cause partielle du ciblage



CIBLAGE : ANALYSE DES BESOINS ET TEST D'UTILISABILITE

Évaluation critique des sites Web concurrents (soit par vous-même, soit avec un échantillon d'utilisateurs)

Exemple : check-list d'évaluation rapide IBM (*IBM Web Design Guidelines*)

- ☐ L'objectif du site est-il clairement perçu ?
- ☐ Le public ciblé peut-il clairement s'identifier ?
- ☐ Le site est-il utile et pertinent pour ce public ?
- ☐ Le site est-il intéressant et attirant ? De quel point de vue ?
- ☐ Le site permet-il aux utilisateurs de réaliser toutes les tâches qu'ils veulent accomplir ?
- ☐ Les visiteurs peuvent-ils facilement accomplir ces tâches ?
- ☐ Le contenu et l'organisation du site sont-ils cohérents avec l'objectif ?
- ☐ Les informations importantes sont-elles faciles à trouver ?
- ☐ Les informations présentées sont-elles claires, faciles à comprendre ?
- ☐ Le visiteur sait-il toujours où il en est et comment faire pour aller où il veut ?
- ☐ Le graphisme est-il agréable ?

CONCEPTION D'UN SITE WEB

STRUCTURATION DU CONTENU

Facteur essentiel d'utilisabilité : comment organiser la présentation de l'information pour qu'elle soit facilement identifiable et accessible

1. **Définition de l'architecture de communication** — Détermination de l'ensemble de l'information qui doit être présente sur le site
2. **Structuration** proprement dite — Organiser cette information pour la rendre accessible le plus aisément et intuitivement possible :
 - Caractérisation des différentes page Web
 - Vision dynamique : **navigation** entre les différentes pages

CONCEPTION D'UN SITE WEB

Conseil Général
Territoire de Belfort

Une nouvelle version du site sera en ligne dans quelques mois. Pour en être informé, inscrivez-vous à la liste de diffusion du site www.cg30.fr

Conseil général du Territoire de Belfort
Mairie du département

Place de la révolution française
90020 Belfort cedex

Tél : 03 84 90 90 90
Fax : 03 84 37 04 31

Dernières mises à jour :
8 mai 2002
Direction de la communication
conseil.generale@cg30.fr

vivre le Territoire

Consulter le magazine en ligne [en 54 numéros - avril](#)

Bienvenue sur le site
du Conseil général du Territoire de Belfort.

Territoire de Belfort

[géographie / histoire / patrimoine / économie / enseignement / sports / culture](#)

[Vivre le Territoire](#)

Actualités

La nouvelle saison de la Maison départementale de l'environnement

La Maison départementale de l'environnement

STRUCTURATION

(contre) exemple



Territoire de Belfort
Conseil général



[Mentions légales](#) | [Nous contacter](#) | [Plan de site](#) | [Newsletter](#) | [Rechercher](#)

des services, des infos au quotidien sur le Territoire de Belfort

Territoire de Belfort Présentation Le Conseil général Projets en cours L'agenda du Président Magazine Vivre le Territoire Marchés publics	Jeunesse-éducation Enfance Infos ados Droits civiques Scolarité Vie Étudiante	Personnes âgées Vivre à domicile Vivre en établissement L'accueil familial Allocation d'autonomie Transports Adresses utiles
Cadre de vie Recherche dans l'agenda Vie culturelle Sports et plein air Nature et environnement	Aides départementales Pour les particuliers Pour les associations Pour les professionnels	Emploi Au Conseil général Assistante territoriale

l'actualité
du Territoire de Belfort



Les rencontres
du Territoire



Informale
d'urgence



L'actualité du
Territoire



Le Mois du film
documentaire

NAVIGATION WEB

STRUCTURATION ET NAVIGATION

- **Importance** — navigation est l'activité principale sur le Web
- La **structure de navigation** qui a été définie doit permettre de définir les axes principaux de parcours du site : épine dorsale qui doit être explicite pour l'utilisateur

ARBORESCENCE DE NAVIGATION

Plusieurs types de structuration envisageables a priori

- Linéaire avec ou sans possibilité de retour-arrière
- En étoile
- Hiérarchique stricte ou lâche
- Acyclique (graphe)

★ Utilisateur perdu si site d'importance



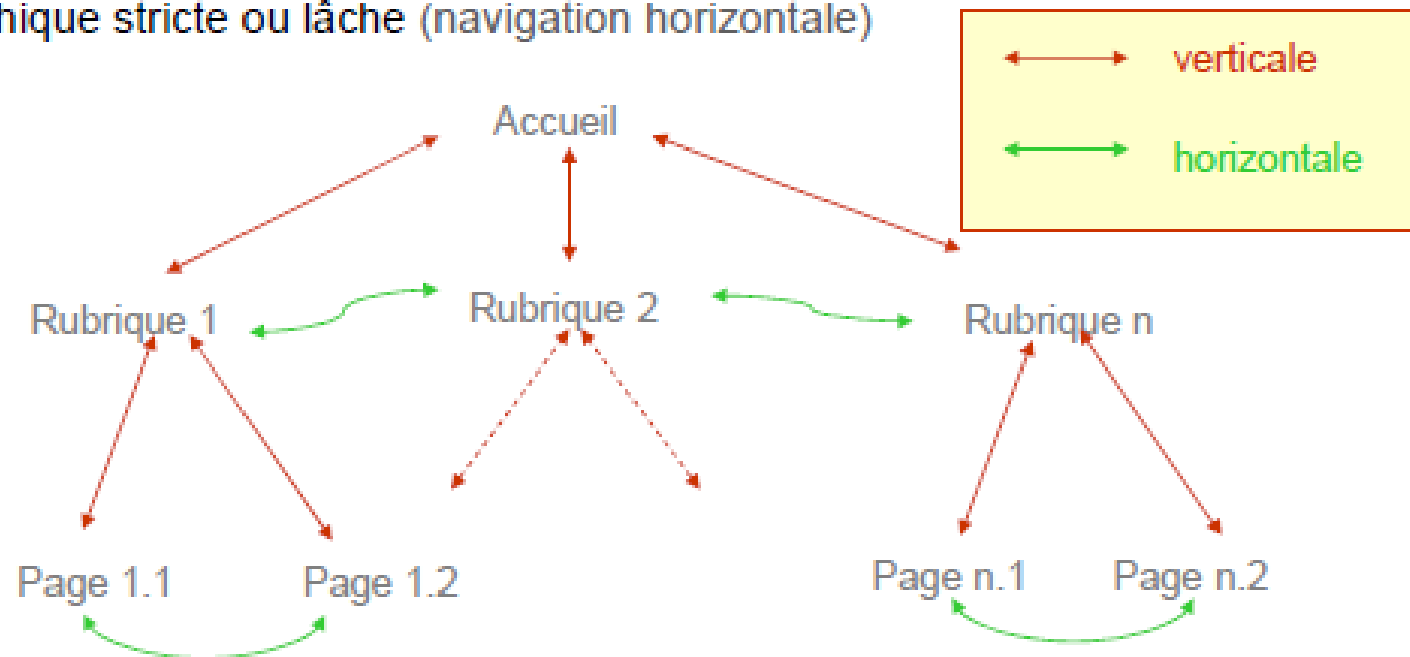
NAVIGATION WEB

ARBORESCENCE HIERARCHIQUE

Recommandations analogues à la navigation par menus (largeur d'abord)

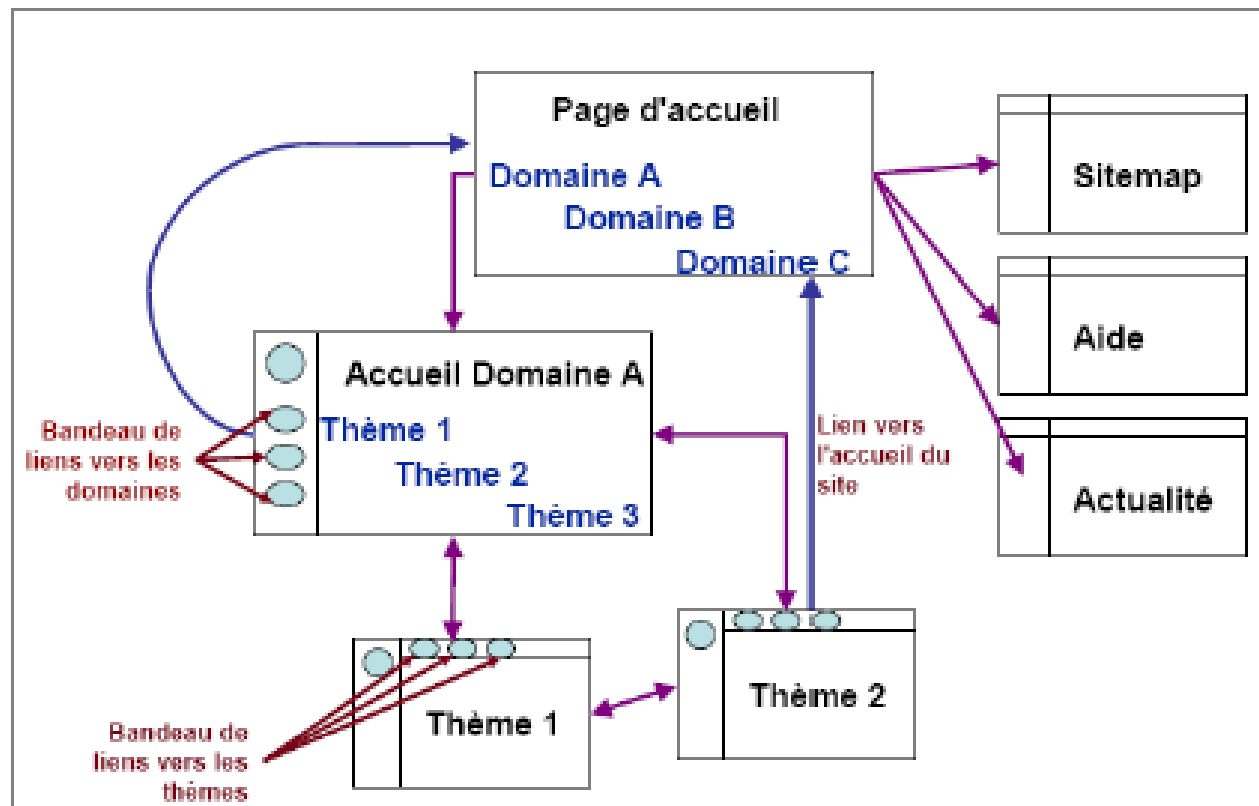
- ✓ Minimiser la profondeur du site (3-4 niveaux maximum)
- ✓ Optimiser le nombre de sous-chemins par rubrique : 8 sous-rubriques maximum
- ✓ Préférer une arborescence en arbre plutôt qu'en graphe

Hiérarchique stricte ou lâche (navigation horizontale)



NAVIGATION WEB

Exemple de structure de navigation hiérarchique souple



D'après J.M. Pujols – cours CNAM

- Accès direct à l'accueil et aux rubriques principales (« domaines »)
- Accès aux sous-rubriques du domaine courant
- Pages WWW globales (carte du site, aide, nouveautés...)

NAVIGATION WEB

RECOMMANDATIONS GENERALES

Règle d'or : le visiteur ne doit jamais se sentir perdu

Observabilité & Guidage

- Savoir se repérer dans le site en cours de navigation
- Être en mesure d'avoir une vision globale du site
- Comprendre les (sous) rubriques environnant la page consultée
- Pouvoir retourner directement à l'accueil de site
- Faciliter la navigation verticale et horizontale :
 - Rubriques principales toujours accessibles
 - Bandeaux de navigation

NAVIGATION WEB

SE REPERER : QUELQUES AIDES RECOMMANDEES

- Bandeau de navigation ou onglets **permanents** (inverse couleur pour la rubrique / sous rubrique courante)



- Affichage du chemin de progression
- Indiquer le titre de la page
- Rappel du titre en barre de navigation ou chemin de progression



NAVIGATION WEB

SE REPERER : EXEMPLES ET CONTRE-EXEMPLES...

 Retourner en haut de la page


PUBLICITE
voyages-sncf.com
20.000 HÔTELS À PRIX EXCEPTIONNELS !
Bruges : 70€* Rome : 75€*
Madrid : 69€* Los Angeles : 59€*
Paris : 62€*
Cliquez ICI

Le Monde.fr
» À la une
» Le Desk
» Opinions
» Archives
» Forums
» Blogs
» Exemples
» Culture
» Finances
» Météo
» Carnet
» Immobilier
» Emploi
» Shopping
» Nautisme
» Voyages
» Newsletters
» RSS

Le Monde
» Abonnez-vous 15€ par mois
» Déjà abonné au journal
» Le Monde Nouvelle Formule

Abonnez-vous au Monde.fr - 5€ Visitez Le Monde.fr © Le Monde.fr Conditions générales de vente Qui sommes-nous ? Aide

ACCUEIL ACTUALITÉ INTERACTIF CULTURE OPINIONS VOUS VOYAGES SERVICES

accueil | libé en pdf | archives | newsletter | emploi | annonces | abonnements | recherche |
libération : contacts | entrez dans libé |
libération | designed by neo05 |
licence | données personnelles | charte d'édition |

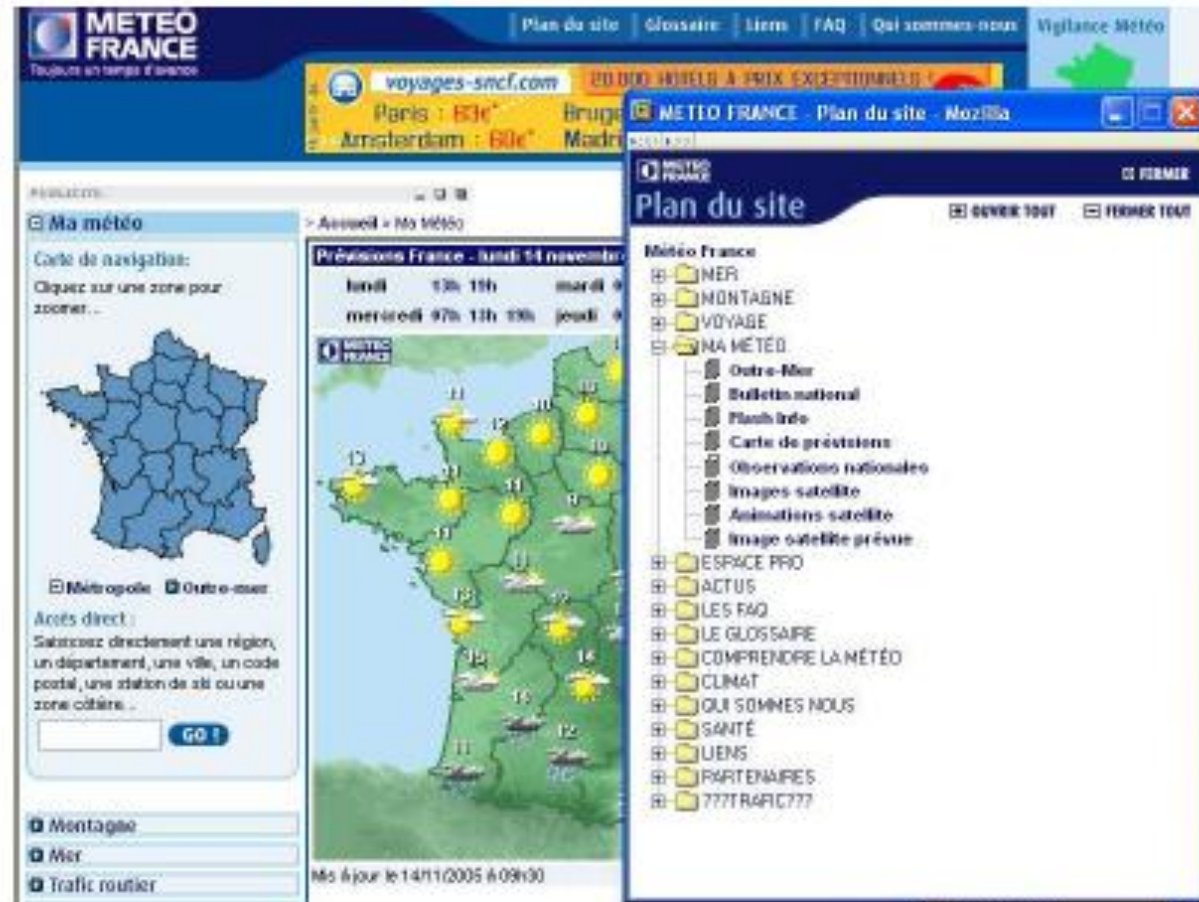
Recommandation

Si page Web trop longue, prévoir une barre de navigation de rappel à la fin

NAVIGATION WEB

SE REPERER : AVOIR UNE VISION GLOBALE DU SITE

- Bandeau de navigation ou onglets permanents
- Carte du site



NAVIGATION WEB : ZONES DE NAVIGATION

ZONES DE NAVIGATION WEB

- Plusieurs types de zones de navigation
 - ✓ Liens hypertextuels
 - ✓ Bandeaux de navigation (vertical ou horizontal)
 - ✓ Onglets
 - ✓ Menus

- Pas de solution idéale
 - ✓ Répartition des zones de navigations principales

Bandeau gauche	30 %	Menus	10 %
Bandeau en haut	18 %	Liens (catégories) en milieu de page	12 %
Onglets	30 %	Autres	6 %

NAVIGATION WEB : ZONES DE NAVIGATION

MENUS



Familiarité : analogie logiciels interactifs



Observabilité : masquage de l'information

Lenteur : précision de pointage

The screenshot displays the DARTY website interface. At the top, there's a header with the DARTY logo, 'le Contrat de Confiance', a phone icon with 'ACHAT PAR TÉLÉPHONE 6 JOURS SUR 7 DE 9H À 20H 0 821 082 082', and flags for 'DARTY EN SUISSE' and 'DARTY EN ITALIE'. Below this is a main navigation bar with buttons for 'ACCUEIL', 'MULTIMÉDIA', 'TÉLÉPHONIE', 'IMAGE & SON', 'GROS ELECTROMÉNAGER', 'PETIT ELECTROMÉNAGER', and 'ACCESSOIRES'. A search bar labeled 'RECHERCHE' is also present. On the left, a sidebar titled 'EN CONFIANCE' lists 'Livraison gratuite' and 'Choix de la date de livraison'. The main content area features a 'tout savoir' section with a cooking image and a list of product categories: 'Téléviseur / écran plat', 'Réception TV', 'DVD / magnétoscope', 'Home Cinéma', 'HIFI', 'Caméscope', 'Appareil photo numérique', and 'Baladeur numérique'. To the right, there's a section for 'Plaque de cuisson induction' with the text 'précision et sécurité sont ses atouts majeurs recettes !'. Below the main content, there's a banner for 'Tentez votre chance avec Flying Blue' by AIR FRANCE. At the bottom, there's a navigation bar with links like 'Accueil', 'Horaires et réservation', 'Infos et services', 'Voyageurs fréquents', 'Offre entreprises', 'A propos d'Air France', and 'Votre accès'. A dropdown menu for 'Flying Blue' is open, showing options like 'Bienvenue', 'Flying Blue en quelques mots', 'Votre compte', 'Réservation Express', 'Horaires', 'Act', 'Profiter de vos Miles', 'Avantages Elite', 'News et promotions', 'A votre service', and 'Adhérer en ligne'. There are also buttons for 'Flash info vols' and 'Actualité'.

Le Parler informaticien

La règle de base pour parler informaticien est fort simple : prenez un terme informatique en anglais et francisez-le. Exemples:

- Si, au restaurant, il réfléchit trop longuement devant la carte, dites-lui: " Héhoou!.. Tu as fait un timeout, ou quoi? "

- Dans un embouteillage, ne dites pas: " Cette route est toujours fort encombrée "; dites: " Ca s'arrange pas, la bande passante, sur cette route!"

- S'il vous raconte n'importe quoi, dites-lui: " T'as crashé ton registry, ou quoi ? "

S'il ne vous répond pas: " Hohééé?.. T'as fait un reset? " ou encore:" Ton cerveau a fait un GPF ? "

- Si vous désirez que votre ami diminue la sono, demandez-lui de " mettre la musique en background "

- Si un problème en implique un autre, et que celui-ci en implique un troisième, etc., dites-lui que ce problème est vraiment récursif

NAVIGATION WEB : ZONES DE NAVIGATION

LIENS HYPERTEXTUELS : RECOMMANDATIONS

- Liens à la dénomination explicite (éviter les *cliquer ici*) et courte
- Si liste à puces de liens, les puces doivent faire partie du lien
- Privilégier le bleu pour le texte des liens

✓ Couleur des liens sur le WWW

bleu	60%
noir	12 %
autres	28%

- Toujours marquer par une couleur différente les liens déjà visités

✓ 74% des sites respectent cette consigne

✓ Couleurs des liens visités

violet	54 %
bleu ciel	12 %
gris	11%

- Souligner le texte reste une manière très efficace de marquer un lien

✓ 80% des sites utilisent encore des liens soulignés

NAVIGATION WEB : ZONES DE NAVIGATION



Surannés, les liens soulignés en bleu ?



NAVIGATION WEB : ZONES DE NAVIGATION



Surannés, les liens soulignés en bleu ?

NAVIGATION WEB : ZONES DE NAVIGATION

ALSTOM | Transport

Alstom | Power Systems | Power Service | Transport

Plan du Site | Contacts | English 9

Accueil | Découvrir nous | Produits & Services | Actualités | Documentation | Carrières | Dans le monde

Raccourcis

- + Matériel roulant
- + Infrastructure
- + Systèmes clés en main
- + Services

Citadis Mag



Dernière édition : décembre 2007

[Accès au e-magazine](#)



Bienvenue chez Alstom Transport

Dans une logique de mobilité durable, Alstom Transport développe et propose la gamme de systèmes, d'équipements et de service la plus complète du marché ferroviaire.

[Plus...](#)

Actualité



Livraison de la première rame de série du MF2000

09 Jan 2008

Un an après la livraison et la mise en service de la rame de pré-série, la livraison des rames de série du métro parisien MF2000 a démarré le 3 janvier 2008.

Exhibition at the Grand Palais, Paris, from 29 December 2007 to 6 January 2008: "L'Art entre en gare"

Communiqués de presse

Alstom va fournir 126 voitures de métro à la ville chinoise de Hankou

Alstom Transport, avec ses partenaires chinois Puzhen et SATC, a remporté au sein d'un consortium* un contrat d'un montant total de 85,5 millions d'euros. La part d'Alstom s'élève à 25,5 millions d'euros. Le contrat porte sur la livraison à l'opérateur HVC de 126 voitures de métro destinées à la ville de Hankou, située à 1.200 kilomètres au sud-est de Pékin. Les voitures équiperont l'extension sud de la ligne 1.

Surannés, les liens soulignés en bleu ?

Lien en bleu

Soulignage sur passage pointeur

NAVIGATION WEB : ZONES DE NAVIGATION

RECOMMANDATIONS GENERALES

- Zones de navigation dans les zones visibles : « *banner blindness* »
 - ✓ Placer les zones de navigation à proximité des zones de contenu
 - ✓ Les liens à une hauteur supérieure à celle du logo souvent ignorés
- Eviter de dupliquer les zones de navigations : le même lien ne doit pas être présent à deux endroits différents sur la page
- Grouper dans une même zone les liens de même type
- Eviter logos et icones (sauf si très connus) pour marquer les liens
- Informer le visiteur si un lien conduit à autre chose qu'une page Web ou si il pointe sur un autre site

Exemple : icône à coté d'un lien vers un document PDF



icône de sortie de site



NAVIGATION WEB : ZONES DE NAVIGATION

RECOMMANDATIONS GENERALES : Contre-exemple

Eviter les logos pour marquer les liens: « effet publicité »



NAVIGATION WEB : ZONES DE NAVIGATION

RECOMMANDATIONS GENERALES : Contre-exemple

Ne jamais dupliquer une zone de navigation

The screenshot shows the website **www.pageauthor.com**. At the top, there is a banner with the text: "Your publications will circulate without a dime expended on advertising." To the right of the banner is a "Product Alert" box titled "DeskTop Communicator has arrived..." with a "Show me more" button. Below the banner is a navigation bar with links: Home, Samples, Free Download, Upgrade, Buy, and Support. On the left side, there is a vertical navigation menu with the following links: FREE TRIAL, PAGE AUTHOR, BUY, PAGE AUTHOR, UPGRADE, PAGE AUTHOR, DNL READER, SAMPLES, TERMS AND CONDITIONS, FAQ, and Samples. The main content area features a section titled "Page Author Version 4 - Out Now" with a sub-header: "Sell your e-publications with Page Author's new all in one DRM and Payment gateway feature". Below this is a five-step process diagram: 1. Set up an account with eSellerate at esellerate.mv01.com, 2. Use Page Author to set up your Digital Web Book with DRM, 3. Sell your Digital Web Book, 4. Customer purchases from within Digital Web Book, and 5. Manage your Digital Web Book sales with eSellerate's web based administration system. Below the diagram are two links: "Click here for more about DRM initiative" and "Step by step guide to setting up eSellerate". At the bottom, there is a "Latest Features" section with a sub-header "Multimedia Features" and a "FLASH ENABLED" badge. To the right of the badge are logos for "True Windows Media" and "QuickTime". Below the logos is a link: "See here for a sample tutorials on using Flash, Quicktime and Windows Media". On the far right, there is a "PAGE AUTHOR" logo and the text "WHAT CAN BE MADE WITH PAGE AUTHOR?".

NAVIGATION WEB

LIENS EXTERNES



Peut servir à montrer clairement que l'on est sorti du site maintenu



Fenêtre pop-up qui masque le contenu de la page initiale
Perte de l'historique de navigation : retour direct impossible

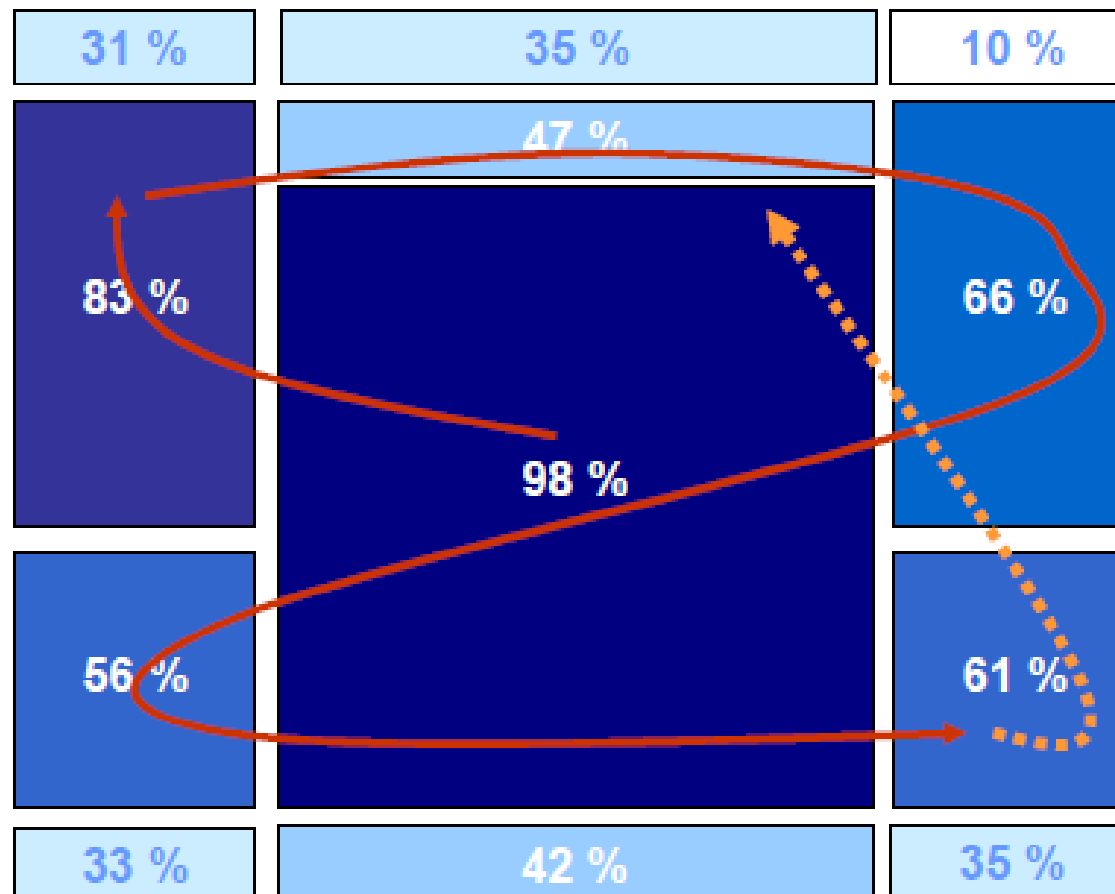
Recommandation

- Eviter sauf cas spécifique (charge cognitive, effet marketing...) l'ouverture d'une nouvelle fenêtre lors de la navigation à l'intérieur du site
- Nouvelle fenêtre recommandée si on sort du site à proprement parler (raison commerciale et déontologique)

PAGE WEB

VISUALISATION D'UNE PAGE WEB

[Gaillard et Reneault 02]

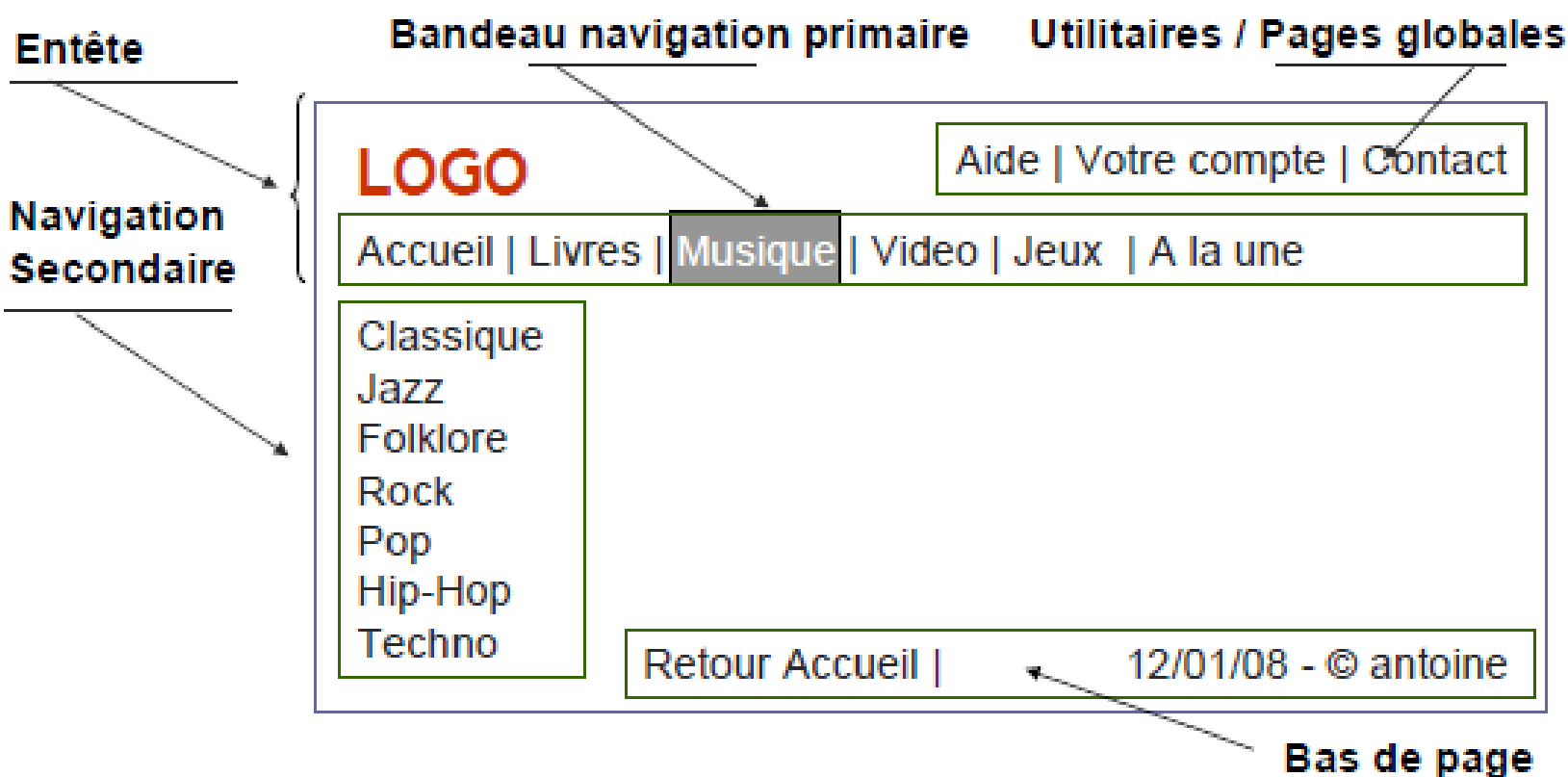


Rappel : parcours spécifique (en F) pour les pages de moteur de recherche

PAGE WEB

ORGANISATION D'UNE PAGE WEB

Les sites commerciaux suivent souvent le même schéma d'organisation optimisant la visualisation des pages Web : normalisation de facto (attente utilisateur forte)



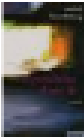
PAGE WEB

DISPOSITION DES INFORMATIONS

- Informations les plus importantes au centre vers le haut
- Regrouper les informations pour faciliter leur détection et compréhension
 - ✓ Proximité: la vision regroupe les informations proches
 - ✓ Similitude: on regroupe les images qui se ressemblent par leur forme
 - ✓ Continuité : la vision regroupe les informations alignées
- Jouer sur les imbrications (cadres...) pour favoriser les regroupements

76 résultats au total pour houellebecq

Résultats listés : 60

- 

1. [La possibilité d'une île - Prix Interallié 2005](#) (31 août 2005)
de Michel Houellebecq -- Broché
Note moyenne des commentaires : ★★★★★
Habituellement expédié sous 6 à 7 jours

Notre prix : **EUR 20,90**
[Neuf et d'occasion](#) à partir de **EUR 17,50**

 [Ajouter au panier](#)
[Ajouter aux z'envies cadeaux](#)
- 

2. [Les Particules élémentaires](#) (31 août 2000)
de Michel Houellebecq -- Poche
Note moyenne des commentaires : ★★★★★
Habituellement expédié sous 24 h

Notre prix : **EUR 6,18**
[Neuf et d'occasion](#) à partir de **EUR 5,50**

 [Ajouter au panier](#)
[Ajouter aux z'envies cadeaux](#)

PAGE WEB

TAILLE D'AFICHAGE

- Limiter la taille de la page (2 écrans au maximum en hauteur)
- Concevoir les pages pour un affichage adapté aux écrans des utilisateurs

	2004	2006	2007
Plus de 1024X768	-	25 %	31 %
1024 X 768	61%	59%	58%
800 X 600	34%	13 %	10 %
640 x 480 et moins	5%	3%	1%

- Gestion de la taille des fenêtres en largeur : deux approches opposées qu'on ne peut distinguer d'un point de vue ergonomique
 - ✓ Largeur des colonnes fixée
 - ✓ Largeur des colonnes adaptatives

Pas de réel critère ergonomique pour privilégier une des deux approches

PAGE WEB

COULEURS ET STYLES

- **Cohérence** – Utiliser une chartre graphique homogène sur tout le site
- La **page d'accueil** peut cependant se distinguer **très légèrement** (pour faciliter son identification)
- Tester l'affichage sur les navigateurs les plus usuels (couleurs et tailles de caractères en particulier)
 - ✓ Taille de caractères fixe (feuille de style)
 - ✓ Palette de couleur *web-safe* (256 couleurs)

2007	Monde	FR Gd Public	FR Prof.
Internet Explorer	86%	80 %	72 %
Mozilla / Firefox	12 %	16 %	22 %
Safari	2 %	3 %	2 %
autres	< 1%	1 %	4 %

2009	Monde
Internet Explorer	70 %
Mozilla / Firefox	25 %
Opera	2 %
Autres (dt Safari)	3 %

PAGE D'ACCUEIL

UNE PAGE WEB BIEN PARTICULIERE...

Signature du site, page qui **doit retenir l'attention** de l'utilisateur nomade en lui montrant ce qui peut l'intéresser

- Montrer et faire comprendre clairement les objectifs du site
- Donner quelques éléments d'information pour accrocher le visiteur
- Fournir des repères de navigation clairs vers les sous-domaines du site : inciter l'utilisateur à aller voir plus loin

Utilisateurs PIP : éviter

- Animation d'entrée, surtout non désactivable
- Peu d'animations dans la page : détournent l'attention + effet pub mal perçu
- Page illisible sans installation d'un *Plug-in*
- Page très belle mais vide de sens

Site très connu ou visant des *happy fews*

- Seul cas où on peut oser une page très belle ... mais vide de sens

2005

Flash	98 %
Java	88 %
Acrobat Reader	87 %
Quick Time	62 %

Real One	61 %
Sockwave	54 %
ViewPoint Media Player	51 %
SVG	13 %

PAGE D'ACCUEIL

EXEMPLES ET CONTRE EXEMPLES



Naturellement Sophistiqué
Célébrer une nouvelle ère qui transformera votre Noël.

Collection Noël 2005 →



← Nouvelles Cuisines
← Nouveaux produits VIP
Profitez de nos offres avant Noël ! →

La cuisine Chez soi Produits Offres Art on Demand* Recherchez les produits: Recherche →

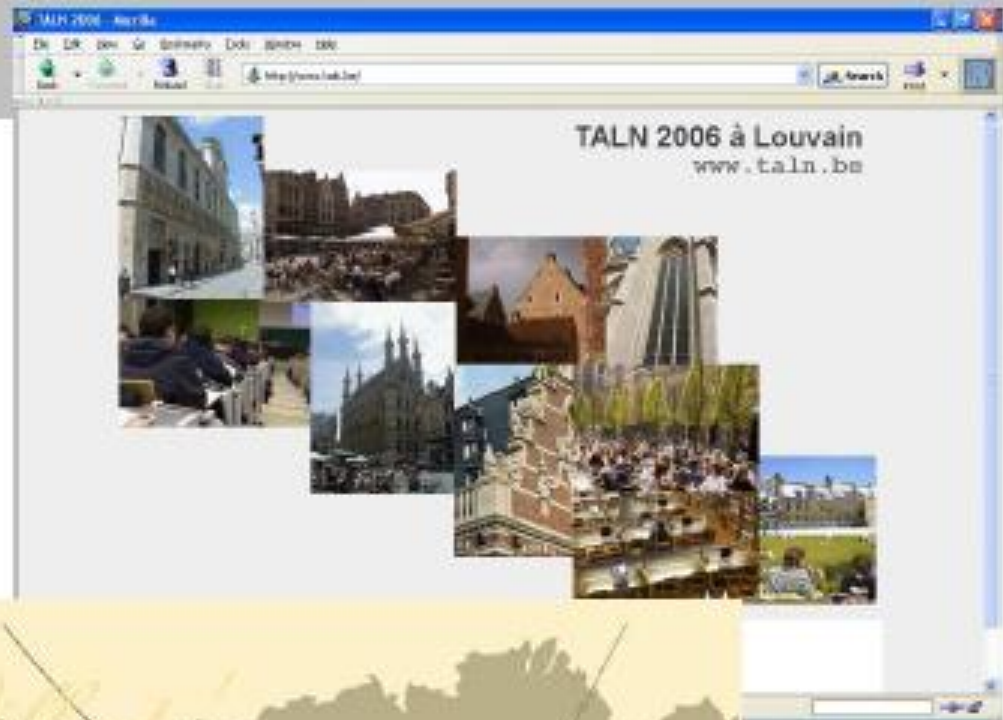
Cette Saison Rétrospective Nos services Magasins et carrières Newsletter Vos commentaires Espace presse

Bonjour, bienvenue sur le site www.habitat.net

[Support technique](#) [Renovation de produit](#) [Contribution](#)

PAGE D'ACCUEIL

EXEMPLES ... ET
CONTRE-EXEMPLES



FORMULAIRES

UNE AUTRE PAGE WEB BIEN PARTICULIERE !...

- Saisie d'information et non plus simple navigation
- Informations souvent personnelles et/ou paiement

Facteur de stress et cause principale d'abandon sur le Web

Montrer à l'utilisateur que ses actions sont annulables

RECOMMANDATIONS

- Titres et nom des champs explicites
- Limiter le nombres d'informations à saisir par formulaire
 - ✓ Un seul formulaire si moins de 20 informations à saisir
 - ✓ Plusieurs formulaires successifs si plus d'information (dans ce cas, liens : annuler, précédent, suivant)

- Guidage

Marquer la différence champs optionnels / obligatoires

- Prévention et gestion des erreurs essentielle

Recommandations générales toujours applicables

FORMULAIRES

EXEMPLE : SNCF

Recherche → Résultats → Votre choix → Commande → Confirmation 14/11/2005, 11:00 

1 Où et quand souhaitez-vous partir ?

Départ * Arrivée ☐ Trajet direct uniquement
 ou choisissez ici  ou choisissez ici  ou choisissez via

 Aller-Retour  Aller Simple

Aller * (JJMM/AAAA) Lundi 14/11/2005  à partir de 11h  *Champs obligatoires
Retour * (JJMM/AAAA)  à partir de 

2 Quel confort souhaitez-vous ?

Classe ☒ 2e classe ☐ 1e classe
Fumeur ☐ Oui ☒ Non ☐ Indifférent
Réservation ☒ Oui ☐ Non

3 Qui participe à ce voyage ?

Adulte (28 à 59 ans)	Jeune (12 à 25 ans)	Senior (60 ans)	Enfant (4 à 11 ans)	Enfant (0 à 3 ans)
1 	0 	0 	0 	0 

4 Avez-vous une carte de réduction, un abonnement ou un programme de fidélité ?

☐ Oui ☒ Non

5 Quel est le pays de réception ou de retrait des billets ?

FRANCE 

 [Rechercher maintenant](#)

FORMULAIRES

EXEMPLE : DIE BAHN

Page de demande

Demande

Information

Choix

Caisse



Recherche

Recherche détaillée

Origine et Destination

De: Gare/Arrêt



À: Gare/Arrêt

Via

Date & Heure

Aller:

Date:

Lu, 14.11.05



Heure:

11:10

Départ



Retour:

Date:



Heure:

Départ



Calcul de prix

Voyageurs:

1 Adulte



Ajouter voyageur



Pas de réduction



2nde classe



Voyage à l'étranger



Correspondance

Moyen de transport:

Tous



Plus



Préférer les correspondances rapides



Vélos admis

Chercher correspondance

Nouvelle demande

CONCEPTION D'UN SITE WEB : INTRANET

SPECIFICITE DES INTRANETS

- Utilisateurs captifs et experts : apprenabilité moins importante
- Plus grosse masse d'information : accès rapide
- Un Intranet mal conçu est également source de surcoûts

QUELQUES RECOMMANDATIONS D'ORGANISATION

- Calquer la structure du site sur celle de l'entreprise
- Fournir un index thématique structuré sur les connaissances de l'entreprise.
- Intégrer un moteur de recherche interne en s'attachant à son optimisation (recherche par sous-domaines d'activités etc...)