

La qualité de l'expérience utilisateur : clé d'une stratégie web rentable

Résumé : Pour garantir une expérience utilisateur de qualité et s'assurer de la rentabilité du site, les outils existent. Certains sites les utilisent, les autres naviguent sans savoir si le gouvernail fonctionne...

Temesis.com – Novembre 2007

Pour beaucoup d'entre nous, le web c'est un peu comme une Formule 1 qui se conduirait sans permis, mais avec un tableau de bord de 2 CV !

En effet, Internet met l'informatique, les millions de serveurs du réseau et le nombre colossal d'informations qu'ils stockent entre les mains de 'monsieur tout le monde'.

Cependant, et c'est paradoxal, l'interface web ressemble à celle des ordinateurs des années 70 : pas de fenêtre, une présentation sous forme de pages et des commandes par bouton. Or l'informatique des années 70 était réservée à des utilisateurs expérimentés, à l'inverse d'Internet qui s'adresse au grand public, majoritairement novice en informatique !

Résultat : la plupart des utilisateurs considèrent le web comme difficile à utiliser : « un gigantesque méli-mélo où on a vite fait de se perdre ». A tel point que 'surfer' est considéré comme un loisir...

L'expérience utilisateur détermine la rentabilité d'un site web

Il y a quelques années, C. Moore (IBM 'Internet Operations' - NY Times 30 août 99) dressait un tableau catastrophique : « Sur le site web IBM, la fonction la plus populaire est le bouton de recherche, parce que personne n'arrive à naviguer (...) la seconde fonction la plus populaire est le bouton d'aide, parce que la fonction de recherche n'est pas opérationnelle ».

IBM décide donc de revoir le design de ses sites s'appuyant sur des principes ergonomiques simples tels que l'homogénéité de présentation et l'accès rapide aux pages les plus fréquemment utilisées.

En mars 1999, dans le mois qui suit le redémarrage, le trafic augmente de 120% sur le site de commerce électronique tandis que les ventes grimpent de 400% !

Effectivement, un site facile à utiliser génère du trafic et donc des bénéfices. C'est d'ailleurs pourquoi les sites les plus populaires sont aussi les plus faciles à utiliser.

Qu'est-ce qu'une expérience utilisateur réussie ?

L'utilisateur demande d'un site web qu'il réponde à ses questions. La qualité d'un site dépend, à ses yeux, de plusieurs critères :

- Son utilité : l'internaute attend que le site lui fournisse le service répondant directement à son besoin.
- Sa lisibilité : les pages doivent être claires, faciles à comprendre et rapides à afficher. Le contenu doit être adapté à la lecture à l'écran et au média web.
- Sa navigation : la structure du site doit répondre à la logique de l'utilisateur, s'appuyant sur ses besoins et non sur l'organisation interne de l'entreprise.
- Son objectivité et son pragmatisme : l'information doit être présentée sans parti pris ni effet de marketing. Elle doit être exploitable concrètement.
- Sa réactivité : l'utilisateur voit dans le web un moyen de gagner du temps. Il s'attend à une réponse rapide.

Comment mesurer la qualité de l'expérience utilisateur ?

L'observation du comportement de l'utilisateur, le test d'utilisabilité, permet d'évaluer objectivement la qualité de l'expérience utilisateur : A-t-il pu réaliser correctement les tâches prévues sur le site ?

Le test d'utilisabilité est l'occasion de voir l'internaute en situation et d'observer les problèmes qu'il rencontre, les questions qu'il se pose et les services qu'il apprécie ou non. Ces différentes observations vont permettre aux équipes de conception d'améliorer la facilité d'utilisation du site.

Garantissant une expérience utilisateur de meilleure qualité, ces équipes optimisent la fréquentation de leur site et donc sa rentabilité.