
REFONTE DU SITE INTERNET WWW.EUROGICIEL.FR

VALIDATIONS

	NOM	FONCTION	DATE	SIGNATURE
ELABORATION	Adolfo REGALADO	Ergonome Web / Intégrateur XHTML	17/05/2009	
APPROBATION	Laurent BASSET	Responsable d'agence	17/05/2009	

SOMMAIRE

INTRODUCTION	3
1 OBJECTIFS DU SITE.....	4
2 ARCHITECTURE DE L'INFORMATION.....	4
2.1 SYSTEME D'ORGANISATION VISUELLE	4
2.2 SYSTEME DES ETIQUETES	5
2.3 SYSTEME DE NAVIGATION	5
2.4 SYSTEME DE RECHERCHE	6
3. DESIGN	7
3.1 LIENS	7
3.2 COULEURS	7
3.3 TEXTE	8
3.4 IMAGES	9
4. AUTRES PROBLEMES.....	10
4.1 LA PAGE CONTACT.....	10
4.2 LES FORMULAIRES	11

INTRODUCTION

L'objectif de ce document est de présenter quelques résultats d'une analyse rapide menée sur le site web du Groupe Eurogiciel.

Ces résultats démontreront la nécessité de changer certains aspects du site actuel pour améliorer l'ergonomie et la facilité d'utilisation.

Trois idées clés à prendre en compte avant de commencer toute analyse :

- 1) Si quelque chose est difficile à utiliser, je ne l'utilise pas.
- 2) Le temps moyen que passe un utilisateur sur un site web avant de partir vers une autre destination est de huit (8) secondes
- 3) La lecture sur l'ordinateur est 25% plus lente que sur papier

1.OBJECTIFS DU SITE

Le Groupe Eurogiciel cherche à augmenter ses effectifs et à attirer l'attention de possibles candidats. Sur le site actuel nous pouvons lire :

« Le recrutement demeure un axe prioritaire de notre stratégie de développement »

Une des plus importantes références pour en savoir plus sur une organisation est son site Web. Actuellement le site n'est pas très professionnel, pas très attrayant, surtout pour une cible spécialisée (informaticiens, développeurs, clients etc.) Pour motiver et faire que les internautes apprécient de venir sur le site et soient tentés d'entrer en contact avec l'organisation, il faudra concevoir le site pour eux. Pour atteindre cet objectif, **il existe une démarche, des règles, des bonnes pratiques et des méthodologies particulières** à mettre en pratique.

2. ARCHITECTURE DE L'INFORMATION

Cette analyse est basée sur quatre éléments qui composent l'architecture de l'information de toute interface web.

2.1 Système d'organisation visuelle :

L'important est de suggérer un modèle mental que les utilisateurs puissent rapidement comprendre. C'est important aussi d'éviter le trop-plein d'informations et de ne pas surcharger les pages d'informations inutiles.

« Chaque phrase, chaque expression, chaque mot doit se battre pour exister » Crawford Kilian / Writing for the Web 3.0

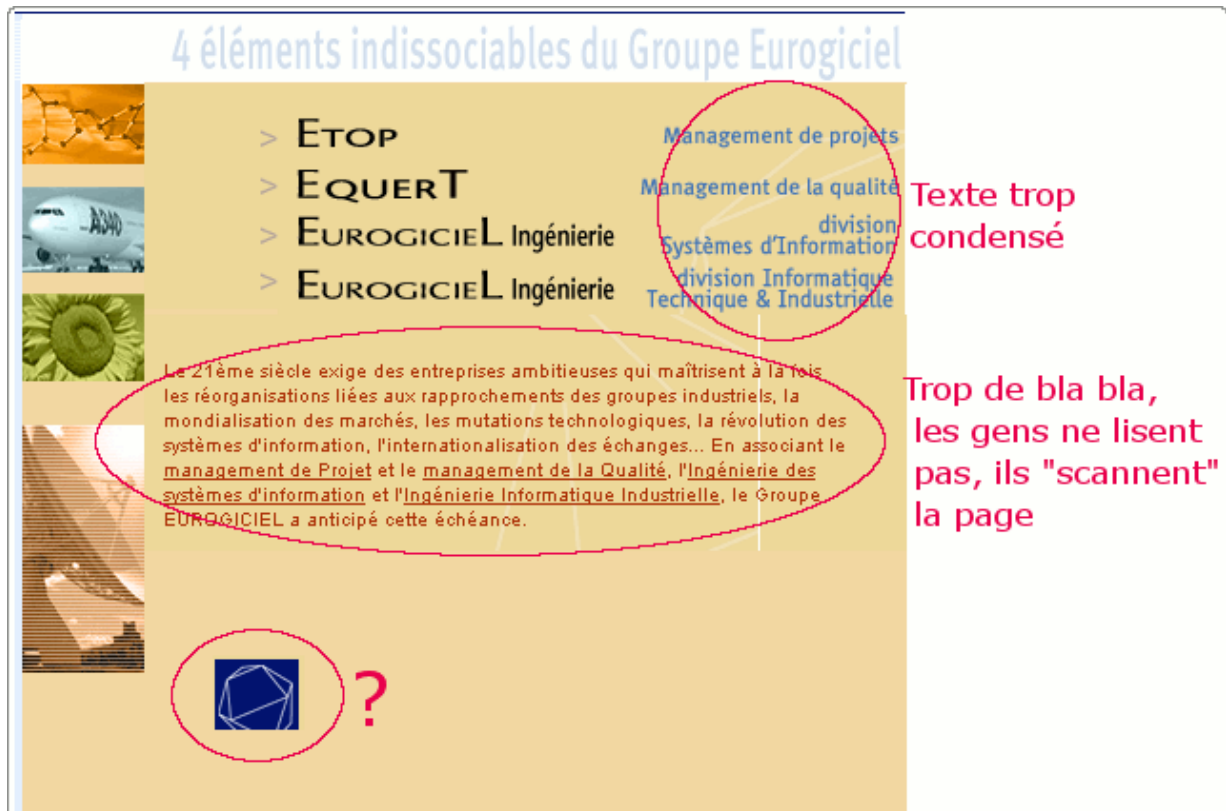


Figure 1. Mauvaise organisation visuelle sur la page d'accueil

2.2 Système des étiquettes (libellés) :

Le mot est l'élément principal sur lequel les internautes vont baser leurs décisions de navigation (du type « je clique ou je ne clique pas ? »).

Un des seuls moyens de transmettre aux utilisateurs des indices sur le contenu d'une rubrique consiste à lui associer un mot : on doit donc accorder une attention toute particulière au choix des termes.

Il faudra réviser tous les principaux libellés pour définir la pertinence, cependant on peut trouver un exemple concret sur :

L'option « *Forum emploi* » du système de navigation principal.

Un Forum est un espace virtuel qui permet de discuter librement sur plusieurs sujets divers. Sur la page je ne vois pas cet espace.

Il faudra peut être le changer par un autre libellé plus utilisé (conventions) comme « *Carriers* » ou « *Recrutement* ».

2.3 Système de navigation :

Le système de **navigation globale** est assez pertinent, les éléments qui se retrouvent à travers tout le site sont accessibles en permanence quelle que soit la page consultée. (Voir rubriques *actualités*, *groupe*, *forum emploi et métiers*). Par contre, le système de **navigation local** (type de navigation qui s'adapte en fonction de la rubrique de navigation globale consultée) est assez pauvre, trop condensé et peut amener à confusion à l'utilisateur.

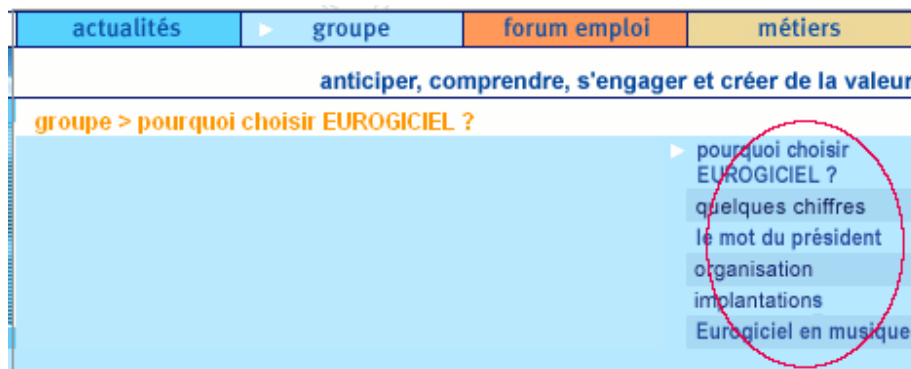


Figure 2. Eléments du système de navigation globale

Le système de **navigation contextuelle** (où c'est le contexte de la page qui va déterminer les contenus à lier) n'est lui pas très réussi. Liens pas très clairs et dans certains cas, absence de liens.

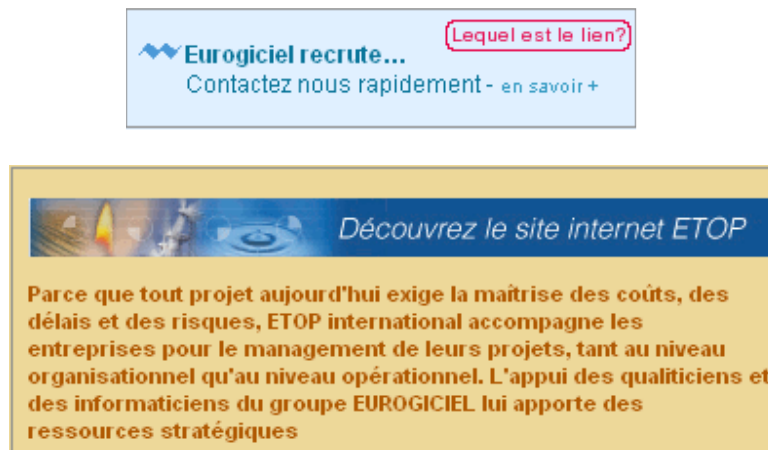


Figure 3. Texte avec un lien, lequel ?

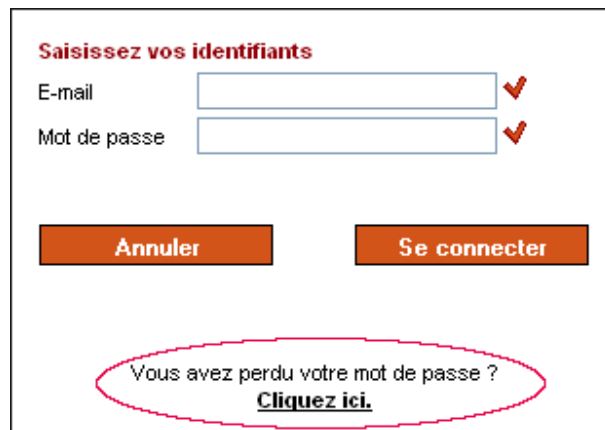
2.4 Système de recherche :

Il n'y a pas un système de recherche, pas vraiment nécessaire puisqu'il ne s'agit pas d'un site commercial.

3. DESIGN

3.1 Liens :

- Ne pas utiliser de terme générique, comme "cliquez ici". Utiliser plutôt les liens contextuels.



The image shows a login form titled "Saisissez vos identifiants". It contains two input fields: "E-mail" and "Mot de passe", each with a red checkmark to its right. Below the fields are two buttons: "Annuler" and "Se connecter". At the bottom, there is a link that says "Vous avez perdu votre mot de passe ? Cliquez ici." The link text "Cliquez ici." is underlined and circled in red.

Figure 4

Solution possible : récupérez votre [mot de passe perdu](#)

- Différencier les liens et les rendre facilement identifiables, voir les problèmes signalés sur la figure 3.

3.2 Couleurs :

- La présence des couleurs peut surcharger le traitement mental de la page. Il faut choisir les couleurs appropriées en fonction de la signification de base du message à faire passer.

Ex. N'utiliser le rouge que dans le cadre d'alertes et plus précisément, pour attirer l'attention sur de choses « qui ne vont pas ».

Le 21ème siècle exige des entreprises ambitieuses qui maîtrisent à la fois les réorganisations liées aux rapprochements des groupes industriels, la mondialisation des marchés, les mutations technologiques, la révolution des systèmes d'information, l'internationalisation des échanges... En associant le [management de Projet](#) et le [management de la Qualité](#), l'[Ingénierie des systèmes d'information](#) et l'[Ingénierie Informatique Industrielle](#), le Groupe EUROGICIEL a anticipé cette échéance.

Figure 5. Rouge utilisé sur un texte de présentation

- L'oeil et l'esprit ont une sensibilité instinctive aux contrastes. Le plus simple consiste à créer des pages neutres, équilibrées et homogènes. Le contraste sur certaines pages n'est pas optimisé, cela génère une mauvaise lisibilité du contenu. Voici un exemple sur la page Forum emploi.

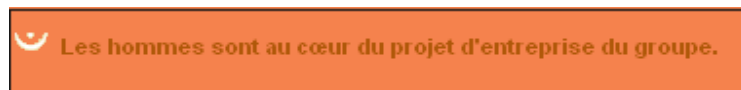


Figure 6. Mauvais contraste

3.3 Texte :

- La police sur l'image est un peu petite sur différentes pages, il faudra agrandir un peu plus la police sur le texte d'introduction pour améliorer la lisibilité (12 pixels sans-serif par exemple).



Figure 7. Police de 10px, trop petite

3.4 Images

- Ne pas utiliser les drapeaux pour représenter le choix de la langue, les drapeaux représentent les pays, pas les langues. C'est mieux d'utiliser des mots. Ex. [English](#) ou [EN](#)



Figure 8. Drapeau du Royaume Uni pour représenter la langue anglaise

- Il existe des images qui ne servent à rien et ne présentent même pas un caractère décoratif. Ex : sur la page *Références*



Figure 9. Image de la lune qui ne sert à rien

- Il y a des images qui ne sont pas complètes.



Figure 10. L'image « @ » est coupée

- Les images n'ont pas le texte alternatif (le texte alternatif offre une alternative textuelle au contenu non textuel d'une page web). Toute image doit avoir un attribut « alt ». C'est une obligation du standard HTML. Les images sans attribut « alt » sont inaccessibles. La chose est plus grave si on prend en compte qu'il existe beaucoup d'images qui font partie de contenus et ont une fonction pour la navigation.



Figure 11. Quatre images sans texte alternatif qui font partie du bandeau de navigation

4. AUTRES PROBLEMES

4.1 La page contact

- Présente une structuration assez complexe, cette fonctionnalité implique que l'utilisateur connaisse bien chaque partie du Groupe Eurogiciel, ce que n'est pas toujours évident.



Figure 12. Etape du contact

- Trop de clics pour dans les meilleurs des cas arriver à un programme de courrier électronique avec l'adresse communication@eurogiciel.fr
Et si l'utilisateur n'a pas un système de courrier électronique installé ? Voici le message d'erreur qu'il va recevoir.

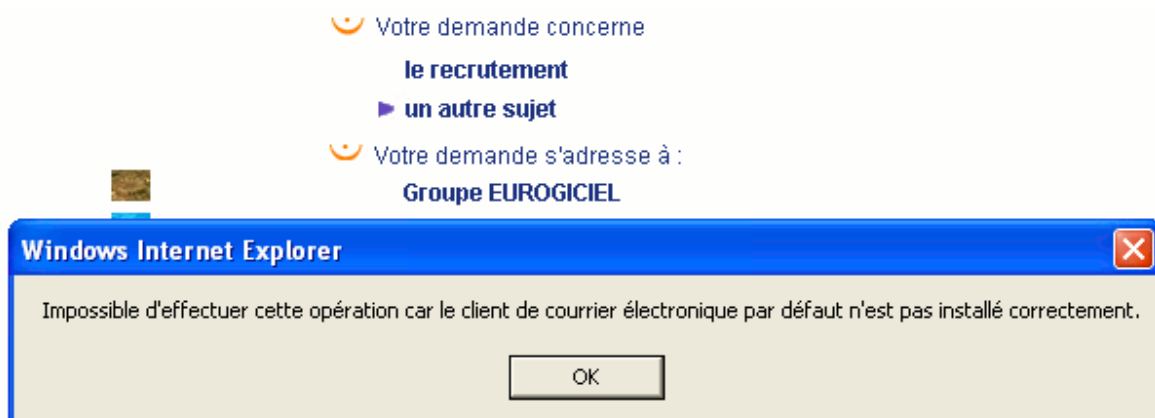


Figure 13 Message d'erreur

4.2 Les formulaires

- Il y a certains problèmes avec les formulaires d'inscription. Pour améliorer la lecture, libellé / information saisie, il est préférable de rajouter des couleurs, des lignes ou des distinctions visuelles qui aide l'utilisateur à atteindre son objectif.

Le graphisme ainsi que le positionnement des boutons d'action doivent permettre le guidage de l'utilisateur et le renforcement du caractère incitatif des actions les plus importantes. Ici on peut voir les principaux problèmes du formulaire actuel et une solution possible.

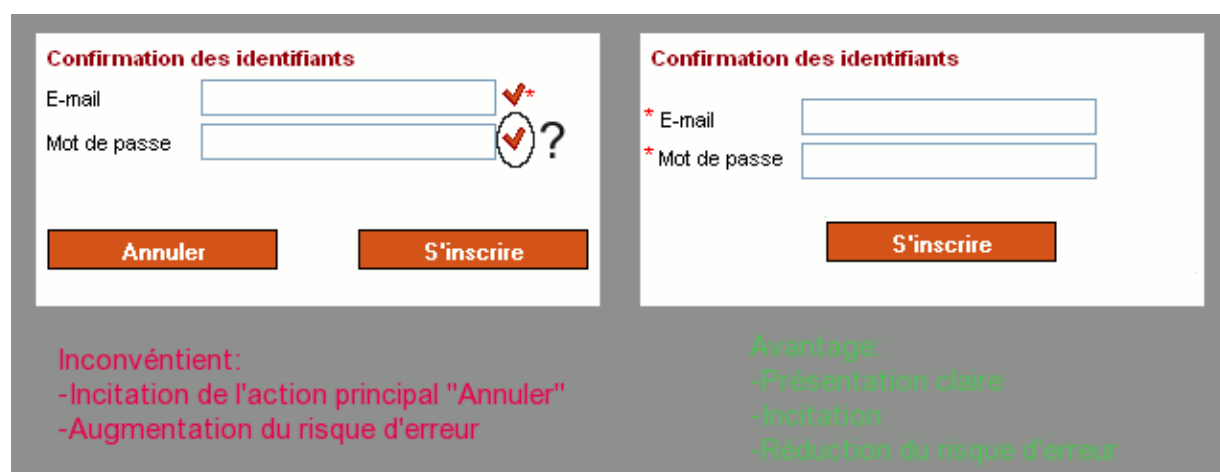


Figure 14.