

Design Web

Guy Lapalme
IFT3225

Différences du web

- vs l'impression
 - 72dpi vs 300 dpi
 - configuration de l'écran et du navigateur
- vs film ou télévision
 - usager est près de l'écran
 - usager est seul
 - interactivité (limiter le nombre de clics?)
- complémentaire aux autres modes
 - télévision, journaux, publicités
- push vs pull

Site web

contraintes vs opportunités

- beau
- simple à utiliser
- un but précis
- **bien intégré au reste de la communication de l'entreprise**

Étapes pour la création d'un site corporatif

I - Contexte de la communication

- Identité de l'annonceur
- Positionnement
- Valeurs
- Concurrents et leur communication
- Publics visés (comportement p/r web)
- Moyens de communication précédents
- Interaction avec autres moyens de communication

2 - Objectifs du site

- par rapport au site lui-même
 - cohérence à l'intérieur d'un site ou de plusieurs sites
 - optimisation de la mise-à-jour contenu/interface
 - autre moyen de communication (e-mail, tel, adresse)
- par rapport à l'institution
 - informer/rassurer les actionnaires ou employés
 - faire connaître la marque
- par rapport à la stratégie de l'entreprise
 - fédérer des efforts
 - améliorer la productivité
 - site transactionnel
 - amener des gens dans les magasins physiques
 - connaître les habitudes des clients

3-Promesse faite à l'internaute (type de site)

- Informatif
 - infos pratiques (santé, actualité)
 - site contributif
- Persuasif
 - faire connaître son système de valeur pour le faire partager
- Incitatif
 - susciter un comportement *positif* de l'internaute
- de réalisation
 - vivre des expériences

4-Architecture de l'information

- Catalogue en ligne
- Bons de commande
- Showroom
- Tests
- Dépliants
- Jeux, concours, forums de discussions, témoignages

5-Scénarisation

- **présentation**
 - sommaire / détaillée
 - plate / interactive
 - veut-on une implication physique ou non ?
- **continuité visuelle**

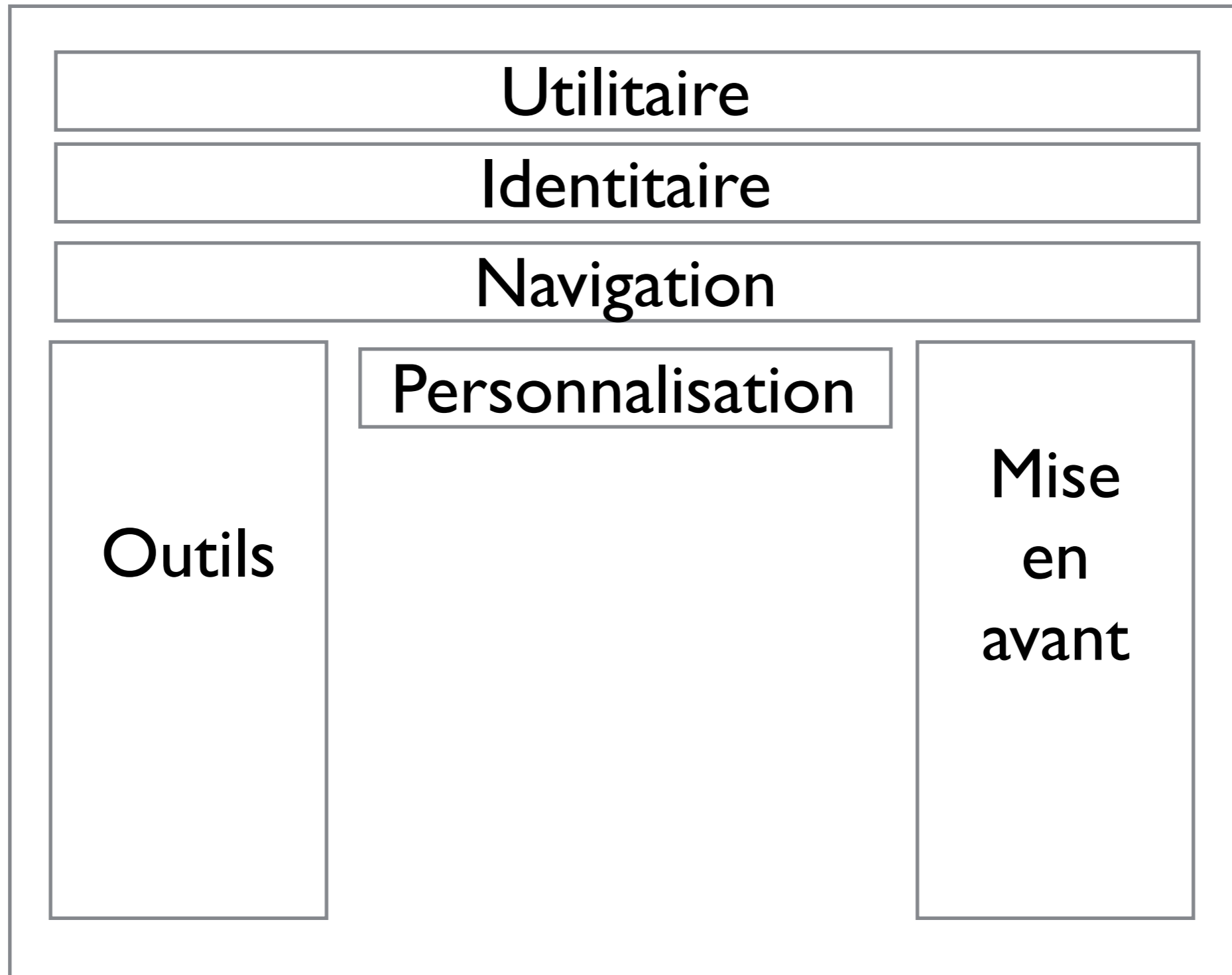
6-Contraintes d'usage

- Navigation
 - hiérarchique / arborescente
 - réseau
- Types de machines, logiciels

Architecture de l'information

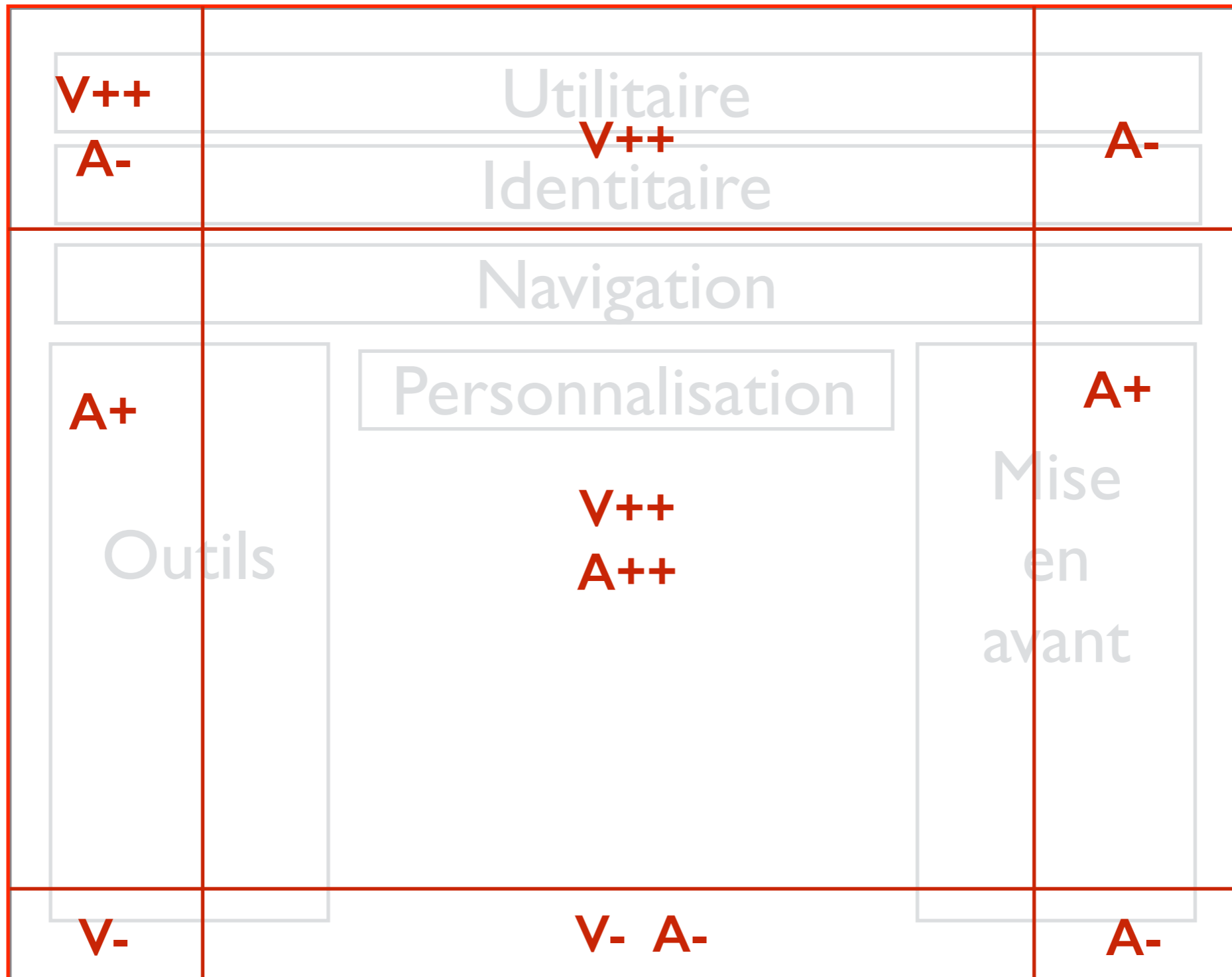
- Faciliter
 - l'accès à l'information
 - les actions à accomplir
 - feedback de l'utilisateur
- Établir une arborescence du site et les types de navigation permis
- Important
 - pour le coup d'oeil (première impression)
 - crédibilité du site

Zones des pages



Zones des pages

V:visible
A:accessible



Principes de rédaction

- 80% des utilisateurs lisent en diagonale
- lecture à l'écran 25% plus lente que sur papier
- Usagers veulent l'information rapidement

Donc

- Écriture en pyramide inversée
 - Titre évocateur
 - 1^{ier} paragraphe est le résumé
- Ne pas répéter l'information
- Microcontenus
 - titres et sous-titres
 - courts paragraphes
 - listes à puce
 - fragmenter sur plusieurs pages (pas de défilement)

Présentation

- **Couleur**
 - minimiser le nombre (7 ± 2)
 - ne pas trop s'y fier
 - attention aux sens prédéfinis
- **Polices**
 - pas plus de 4
 - systématiques
 - sans serif, non justifié
- **Icones**
 - peu, très culturels
 - combiné avec du texte ou infobulle

Présentation des liens

- Sur les mots-clés (pas de cliquer ici)
- Mettre en évidence des mots différents
- Ne pas répéter les mêmes liens sur la même page
- Prévenir que le lien mène vers un document volumineux
- Suffisamment grands ou en fin de phrase
- Liens externes
 - être annoncés
 - amener de la nouvelle infos
 - être tenus à jour

Ergonomie d'un site web

I- Compatibilité

- Parler le langage de l'utilisateur
- Logique cohérente avec la tâche
- Menus pour gestion des ventes
 - Éditer [Ventes, Commandes, Stock]
 - Imprimer ...
 - Envoyer ...

ou

- Ventes [Éditer, Imprimer, Envoyer]
- Commandes ...
- Stocks ...

2 - Guidage

- Incitation
 - griser les commandes non disponibles
 - afficher les commandes permises
 - afficher le format des données
- Groupement, distinction
- Retour utilisation
 - changement d'interface lors du traitement
 - indiquer les modes de fonctionnement
 - message d'attente lors de traitements longs
- Lisibilité

3 - Homogénéité

- Fenêtres avec le même type d'agencement
- Même sémantique pour les boutons de souris
- Syntaxe cohérente
 - tous des verbes ou tous des noms

4-Flexibilité

- Clavier ou souris
- Commandes fréquentes de partout
- Changement de préférences par les utilisateurs
- Accès rapide aux menus

5-Contrôle de l'utilisateur

- Possibilité d'interrompre des longs traitements
- Retour-arrière possible (undo)
- Validation des opérations irréversibles

6-Traitement des erreurs

- Protection contre les erreurs par guidage et validation
- Correction des erreurs
 - message d'erreur là où l'utilisateur est censé regarder
 - mettre l'erreur en évidence
 - message d'erreur explicite, bref et non réprobateur

7-Concision

- N'afficher que les informations pertinentes
- Réduire le nombre d'actions élémentaires
 - dialogue simple
 - minimiser les saisies
 - ne rien demander de se rappeler ou calculer que le système peut déduire

Crédibilité (trust) sur le Web

- Présumée : d'un ami plutôt qu'un étranger
- Réputée : communauté, prix Nobel, académie
- Surface : apparence, première page, impression
- Expérience : on se fait sa propre opinion

Importante pour que les gens viennent
et restent sur un site

Moyens d'améliorer la crédibilité

- Site actualisé régulièrement (date de mise-à-jour)
- Qualité graphique
- Références au monde physique
 - adresse postale, téléphone, e-mails
 - noms de personnes
- Éviter les publicités *pas rapport* avec le site
- Séparer clairement les publicités
- Éviter liens morts et les fautes d'orthographe
- Ajouter citations, pointeurs, références