

FONDAMENTAUX DE LA CONCEPTION DE SITES POUR MOBILE : SATISFAIRE LES MOBINAUTES ET GÉNÉRER DES CONVERSIONS

Google™



SOMMAIRE

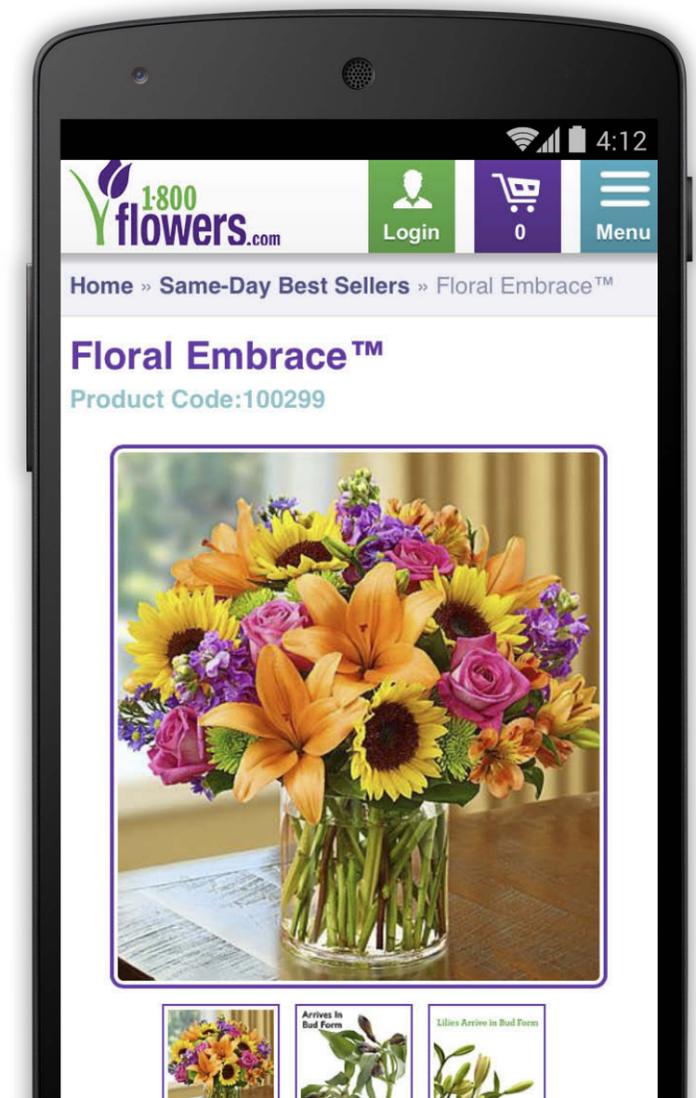
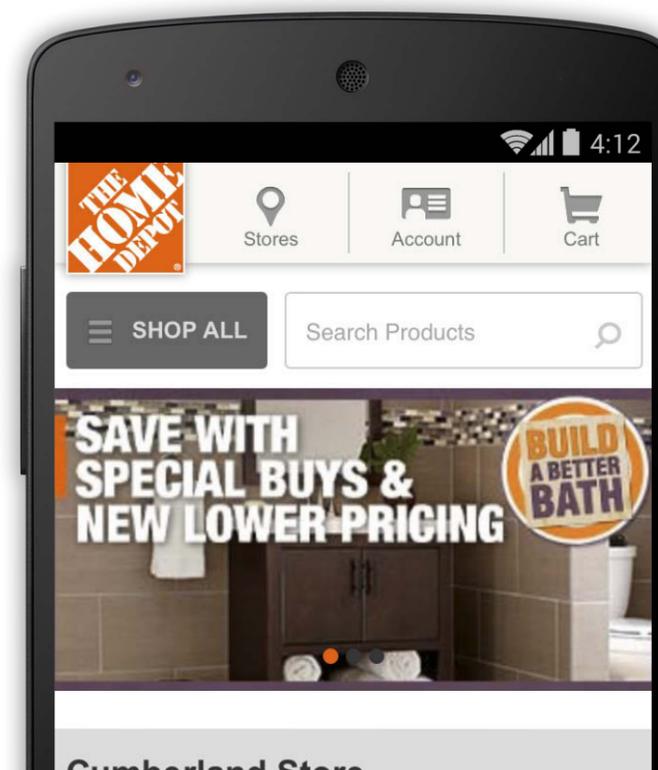
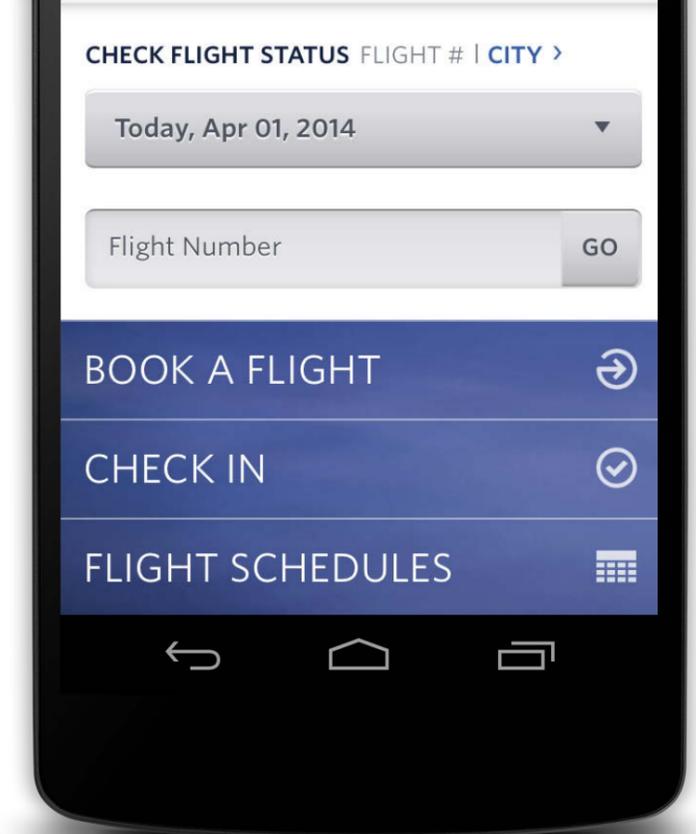
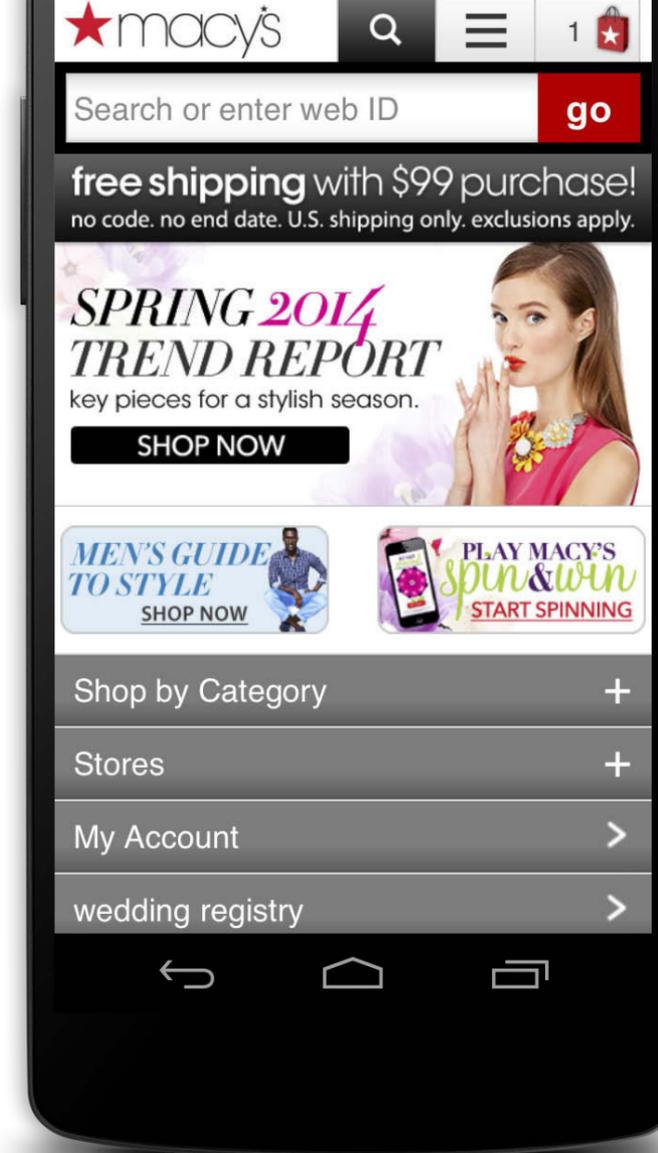
- INTRODUCTION 03
- MÉTHODOLOGIE 04
- **PAGE D'ACCUEIL ET NAVIGATION SUR LE SITE 05**
- **RECHERCHE SUR LE SITE 11**
- **COMMERCE ET CONVERSIONS 17**
- **SAISIE D'INFORMATIONS DANS DES FORMULAIRES 24**
- **ERGONOMIE ET FORMAT MOBILE 31**
- **LISTE DE CONSEILS TECHNIQUES 40**

INTRODUCTION

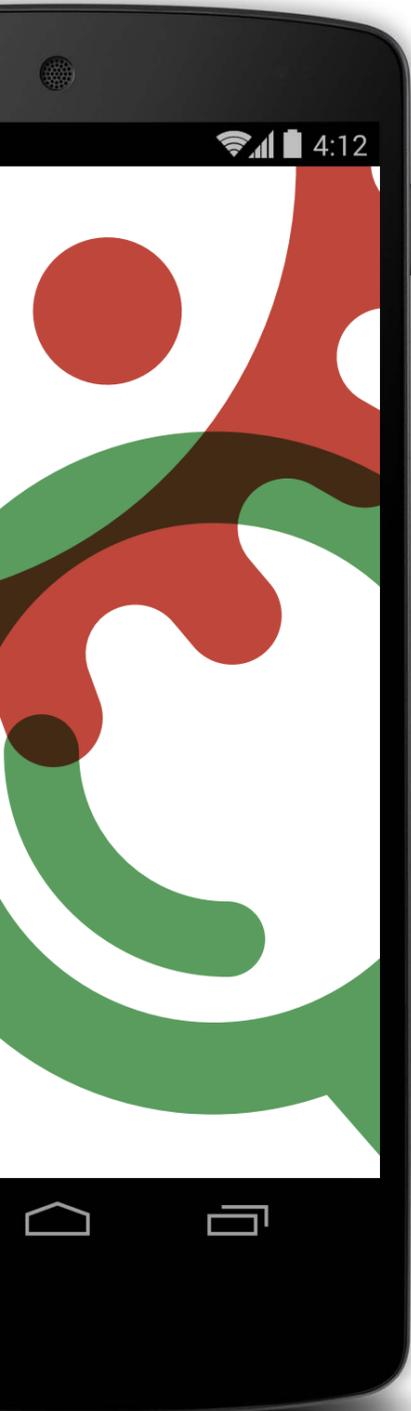
Les consommateurs utilisent de plus en plus leur mobile pour effectuer des recherches et se renseigner. Il devient donc impératif pour les entreprises de renforcer leur présence sur ce support. Mais quelles sont les caractéristiques d'un site pour mobile efficace ?

Pour répondre à cette question, Google et AnswerLab ont mené une enquête de marché destinée à analyser les interactions d'un panel de mobinautes avec différents sites pour mobile.

Notre objectif : identifier les bonnes pratiques à suivre lors de la conception d'un site pour mobile



MÉTHODOLOGIE

- 
- 🔍 L'enquête, qui totalise 119 heures d'entretiens menés en présence de participants de Chicago et de San Francisco, consistait à analyser l'ergonomie de différents sites sur les mobiles.
 - 🔍 Les participants étaient invités à effectuer des tâches clés en utilisant leurs propres smartphones (Android et iOS).
 - 🔍 Sur chaque site, les participants devaient effectuer une tâche assimilée à une conversion (par exemple, un achat, une réservation ou une recherche de forfaits/tarifs). Ils étaient invités à donner leurs impressions à voix haute tout au long de l'opération, puis à indiquer leur degré de satisfaction concernant chaque site.
 - 🔍 Les responsables de l'enquête ont également évalué l'expérience utilisateur sur chaque site et la facilité à effectuer les tâches. Les erreurs et les problèmes rencontrés sur les sites ont été consignés et classés par ordre de gravité.

L'enquête nous a permis d'identifier **25 principes à respecter lors de la conception de sites pour mobile**, que nous avons répartis dans cinq sections :

- **Page d'accueil et navigation sur le site**
- **Recherche sur le site**
- **Commerce et conversions**
- **Saisie d'informations dans des formulaires**
- **Ergonomie et format mobile**

Pour chaque principe, nous présentons des enseignements tirés de notre enquête et des notions clés pour la conception de votre site, illustrés d'un exemple de site les appliquant efficacement.

Notion clé



Le point commun que l'on retrouve dans toutes les sections est que les mobinautes ont généralement un objectif bien précis. Ils s'attendent à ce qu'un site pour mobile réponde rapidement et facilement à leurs besoins, comme ils l'entendent. Un site optimal doit être conçu pour répondre aux besoins des utilisateurs dans le contexte particulier dans lequel ils se trouvent, tout en proposant un contenu suffisamment riche.



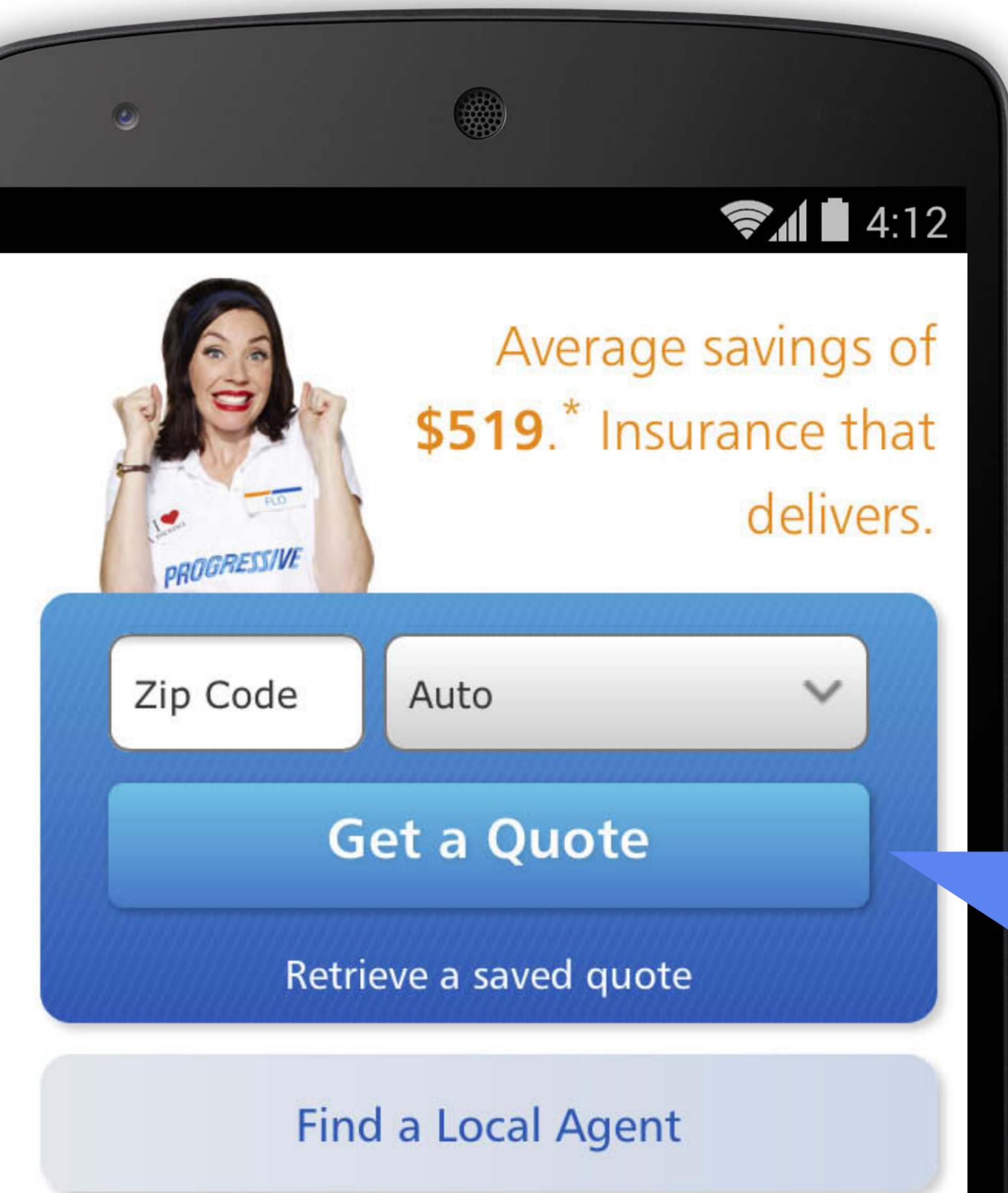
PAGE D'ACCUEIL ET NAVIGATION SUR LE SITE



Sur un ordinateur, une page d'accueil sert souvent à la fois de page de bienvenue, de zone de communication et d'espace promotionnel. En revanche, sur un mobile, elle doit plutôt permettre aux mobinautes d'accéder au contenu qu'ils recherchent. Dans cette section, nous examinons les principes à suivre pour créer une page d'accueil permettant aux mobinautes de trouver rapidement ce qu'ils recherchent.

PRINCIPES

- 1 METTEZ EN ÉVIDENCE VOS INCITATIONS À L'ACTION**
- 2 OPTEZ POUR DES MENUS COURTS ET PRÉCIS**
- 3 PERMETTEZ AUX MOBINAUTES DE REVENIR FACILEMENT À LA PAGE D'ACCUEIL**
- 4 N'ABUSEZ PAS DES PROMOTIONS**



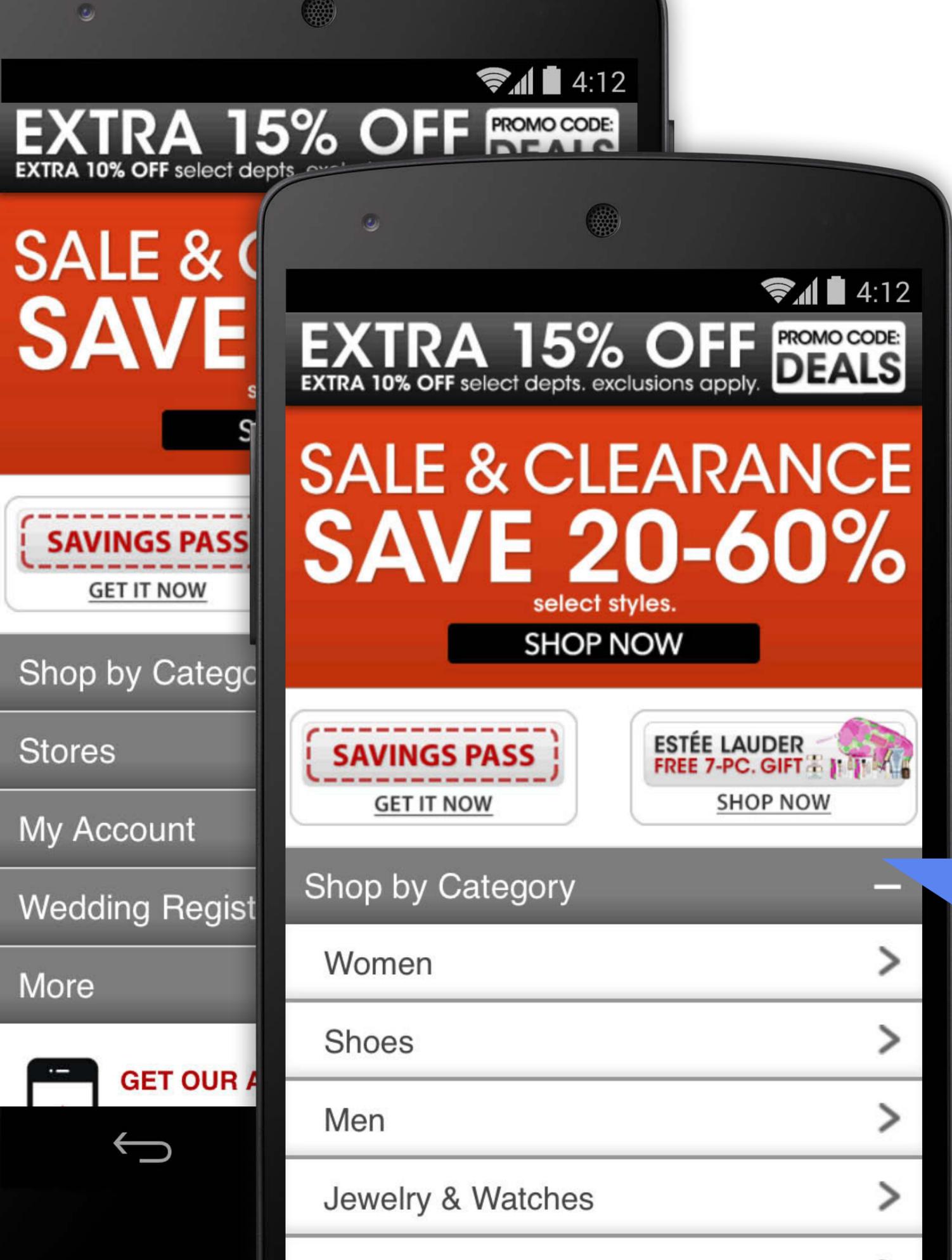
1. METTEZ EN ÉVIDENCE VOS INCITATIONS À L'ACTION

Efforcez-vous de placer vos principales incitations à l'action dans les zones les plus visibles, car les mobinautes peuvent facilement passer à côté de certains éléments de menu. L'enquête a montré que les participants arrivaient plus facilement à effectuer leurs tâches lorsque les incitations à l'action les plus importantes se trouvaient dans le corps principal du site, et que les tâches secondaires étaient accessibles via des menus ou placées sous la ligne de flottaison. Vos incitations à l'action ne sont probablement pas les mêmes sur mobile et sur ordinateur. Pour savoir où les afficher, le mieux de vous mettre à la place de vos visiteurs.

Notion clé

Affichez vos principales incitations à l'action dans les zones les plus visibles de votre site.

Exemple : version mobile du site de Progressive



2. OPTEZ POUR DES MENUS COURTS ET PRÉCIS

Un menu complet peut être adapté à la version pour ordinateur de votre site. Toutefois, les mobinautes n'ont généralement pas la patience de parcourir une longue liste d'options pour essayer de trouver ce qu'ils recherchent. Efforcez-vous de limiter au maximum le nombre d'éléments affichés dans vos menus. Par exemple, les responsables d'un grand magasin ont choisi de créer des catégories de produits plus précises sur leur site pour mobile. Ils ont ainsi pu présenter aux participants de l'enquête une liste plus courte et plus claire que celle du site pour ordinateur.

Notion clé

Sur mobile, un menu plus court comportant différentes catégories facilite la navigation.

Exemple : version mobile du site de Macy's

3. PERMETTEZ AUX MOBINAUTES DE REVENIR FACILEMENT À LA PAGE D'ACCUEIL

Lorsque les mobinautes parcourent votre site, ils ont besoin de pouvoir revenir facilement à votre page d'accueil initiale. Dans l'enquête, les participants s'attendaient à ce que le logo en haut d'une page les ramène à la page d'accueil et se montraient agacés lorsque ce n'était pas le cas.

Notion clé

Utilisez votre logo comme bouton de retour vers votre page d'accueil.

Exemple : version mobile du site de 1800 Flowers





LAS VEGAS



PARIS



VENICE



SALE

4. N'ABUSEZ PAS DES PROMOTIONS

Les promotions et annonces peuvent éclipser le contenu affiché à proximité et gêner les mobinautes dans leurs tâches. Sur l'un des sites pour mobile utilisés lors de l'enquête, les participants ont été distraits par une grande bannière promotionnelle et n'ont pas vu les boutons de navigation affichés en dessous. Résultat : il ne leur a pas été facile de se renseigner sur les offres de l'entreprise.

Notion clé



Veillez à ce que vos promotions ne perturbent pas la navigation des visiteurs et à ce qu'elles soient clairement séparées de vos incitations à l'action.

Pour les promotions d'applications, les participants de l'enquête préféraient les bannières (qu'ils pouvaient facilement fermer) plutôt que les grandes annonces interstitielles.

Exemple d'écran fourni seulement à titre indicatif



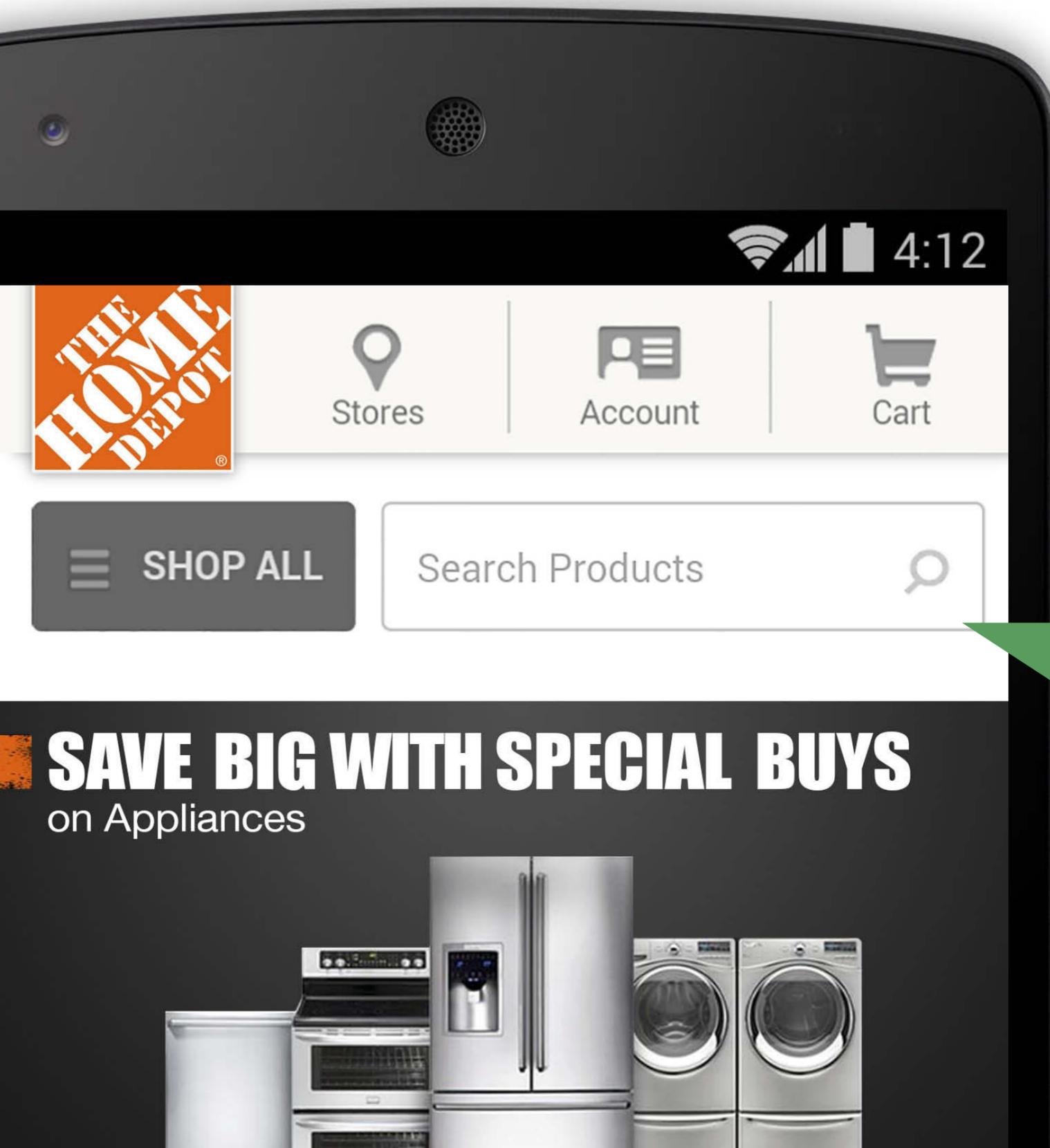
RECHERCHE SUR LE SITE



La fonction de recherche sur votre site est essentielle, car elle permet aux mobinautes de trouver rapidement les informations dont ils ont besoin. Cette section vous propose des conseils pour optimiser l'efficacité de cette fonction.

PRINCIPES

- 5 ASSUREZ-VOUS QUE LA FONCTION DE RECHERCHE SUR VOTRE SITE EST BIEN VISIBLE**
- 6 VEILLENZ À CE QUE LES RÉSULTATS DE RECHERCHE SUR VOTRE SITE SOIENT PERTINENTS**
- 7 AMÉLIOREZ L'ERGONOMIE DE LA FONCTION DE RECHERCHE SUR VOTRE SITE GRÂCE À DES FILTRES**
- 8 GUIDEZ LES MOBINAUTES POUR LES AIDER À OBTENIR DE MEILLEURS RÉSULTATS DE RECHERCHE SUR VOTRE SITE**



5. ASSUREZ-VOUS QUE LA FONCTION DE RECHERCHE EST BIEN VISIBLE SUR VOTRE SITE

En général, les mobinautes utilisent la fonction de recherche lorsqu'ils veulent trouver des informations spécifiques. Vous devez donc bien la mettre en évidence sur votre site. Lors de l'enquête, les participants préféraient que la fonction de recherche comporte une zone de texte et soit facilement visible en haut d'une page.

Notion clé

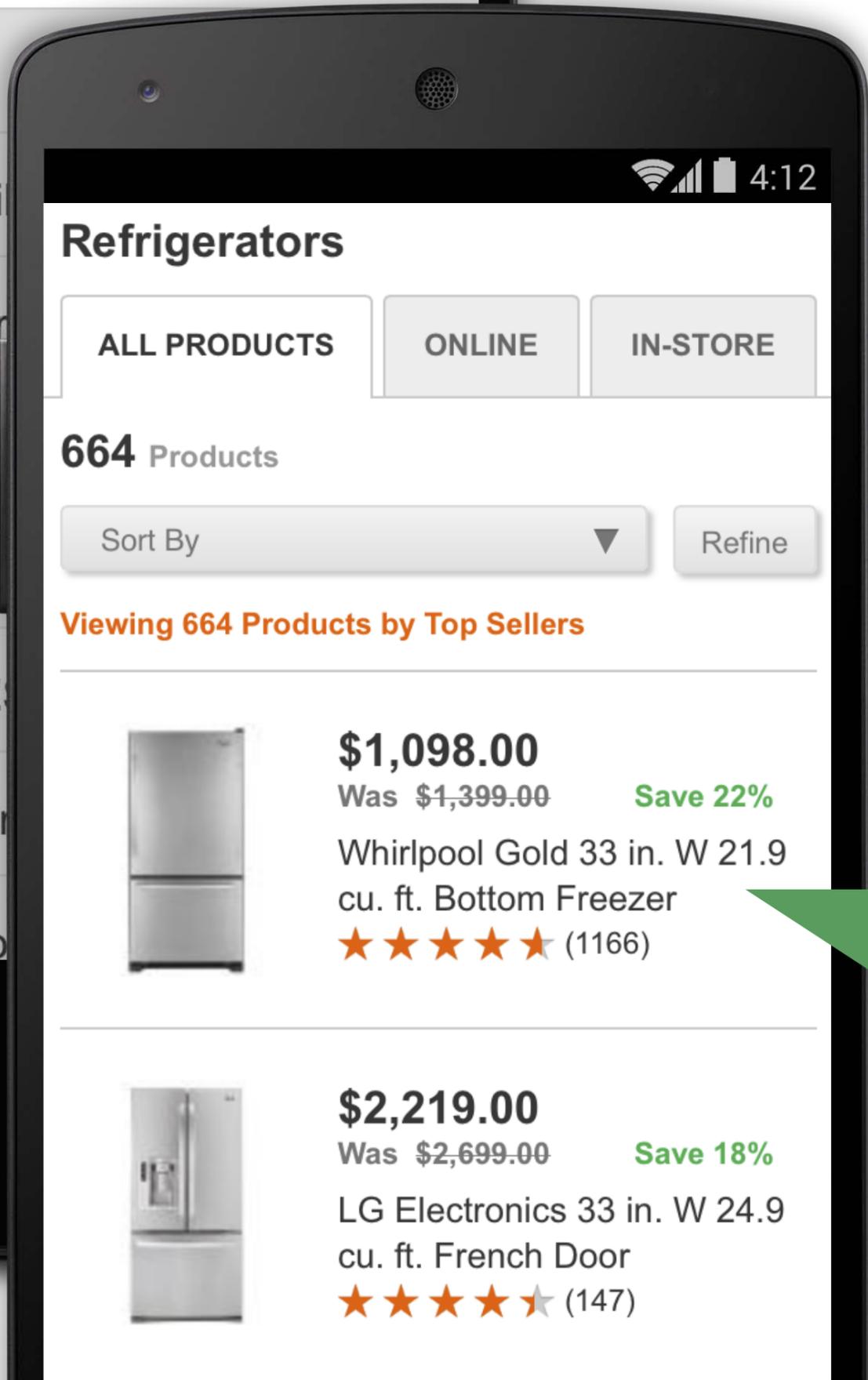


En haut de votre page d'accueil, placez une zone de texte permettant aux mobinautes d'effectuer des recherches sur votre site.

Exemple : version mobile du site de The Home Depot

Refr| × CANCEL

refrigerator
refrigerator fi
refrigerator fr
refrigerator v
refrigerator s
CATEGORIE
Refrigerator
Refrigeratio



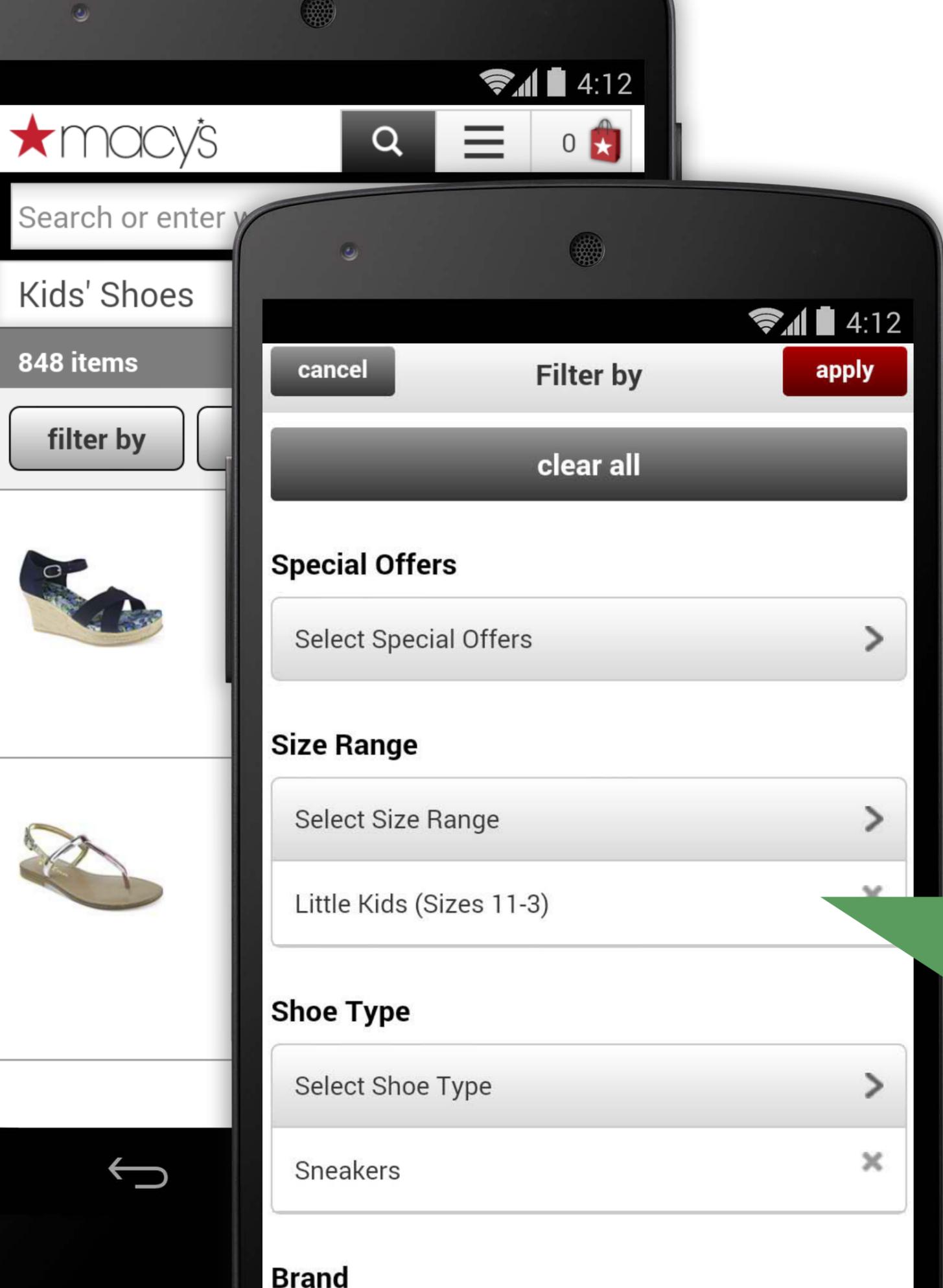
6. VEILLEZ À CE QUE LES RÉSULTATS DE RECHERCHE SUR VOTRE SITE SOIENT PERTINENTS

Les participants de l'enquête ne perdaient pas de temps à parcourir plusieurs pages de résultats de recherche. Ils se fiaient plutôt aux premiers résultats affichés pour évaluer l'efficacité de la fonction de recherche d'un site. Il est donc important que votre première page de résultats soit la plus pertinente possible. Pour faciliter la tâche des mobinautes utilisant des écrans de petite taille, offrez-leur des fonctions de recherche intelligente (telles que la saisie semi-automatique et la correction orthographique).

Notion clé

Assurez-vous que la fonction de recherche de votre site affiche en priorité les résultats les plus pertinents. Pensez également à proposer des fonctions de recherche intelligente (telles que la saisie semi-automatique et la correction orthographique).

Exemple : version mobile du site de The Home Depot



7. AMÉLIOREZ L'ERGONOMIE DE LA FONCTION DE RECHERCHE SUR VOTRE SITE GRÂCE À DES FILTRES

Les participants de l'enquête appréciaient d'utiliser des filtres pour affiner leurs résultats de recherche et n'hésitaient pas à quitter les sites qui n'offraient pas cette possibilité. Toutefois, vous devez éviter que vos visiteurs ne se retrouvent dans une impasse lorsqu'ils utilisent des filtres. Par exemple, le site d'un concessionnaire automobile permettait aux participants de choisir des configurations qui n'existaient même pas. Facilitez les recherches de vos visiteurs en leur indiquant le nombre de résultats qu'ils obtiendront s'ils utilisent un filtre particulier.

Notion clé

Aidez les mobinautes à trouver les informations qu'ils recherchent grâce à des filtres (tout en évitant qu'ils ne génèrent aucun résultat).

Exemple : version mobile du site de Macy's

8. GUIDEZ LES MOBINAUTES POUR LES AIDER À OBTENIR DE MEILLEURS RÉSULTATS DE RECHERCHE SUR VOTRE SITE

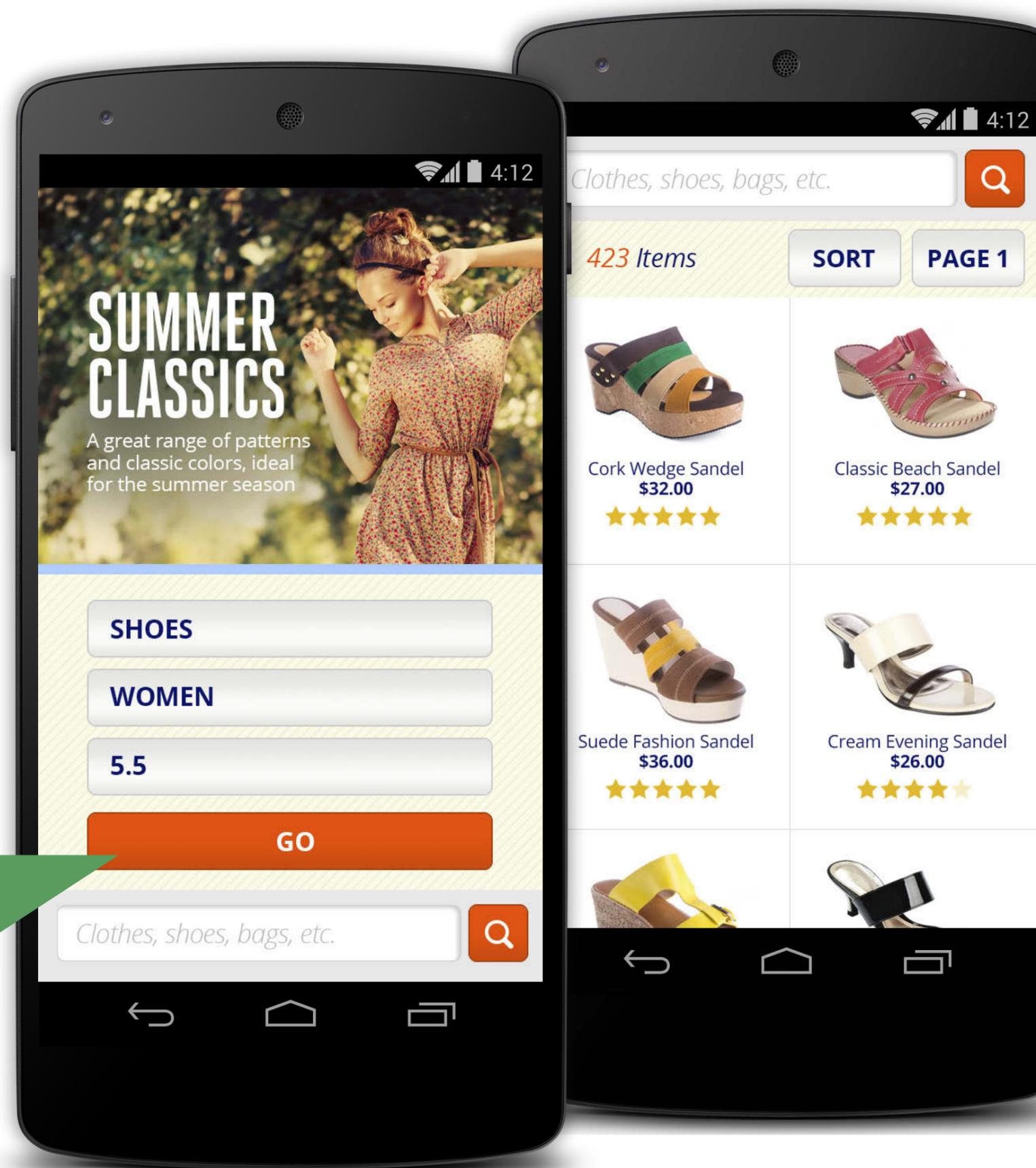
Si votre site propose des services à plusieurs segments de clients, il peut être judicieux de poser quelques questions à vos mobinautes avant qu'ils n'effectuent leurs recherches. Vous leur permettrez ainsi d'obtenir des résultats correspondant au segment de contenu qui les intéresse le plus. Par exemple, lorsque les participants de l'enquête effectuaient une recherche sur le site pour mobile d'un grand revendeur de chaussures, ils devaient d'abord indiquer leur sexe et leur pointure.

Notion clé

Si vous pouvez facilement classer vos offres par segment, n'hésitez pas à poser quelques questions préalables à vos visiteurs afin d'améliorer la pertinence des résultats de recherche.



Exemple d'écran fourni seulement à titre indicatif



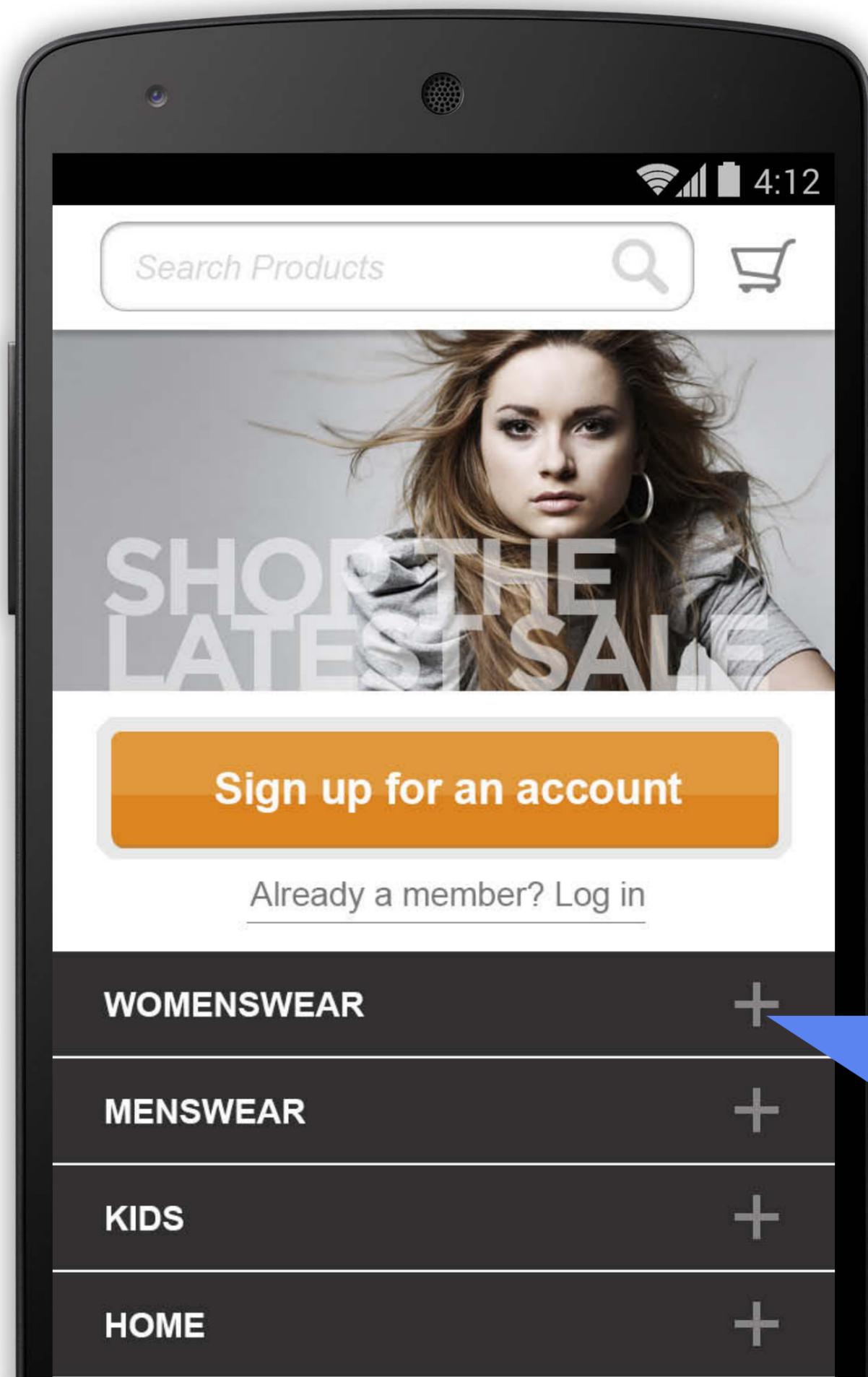


COMMERCE ET CONVERSIONS

Aujourd'hui, le parcours client devient de plus en plus complexe et les mobinautes préfèrent réaliser leurs conversions comme bon leur semble. Dans cette section, nous vous expliquons comment générer des conversions en offrant un maximum de liberté à vos visiteurs.

PRINCIPES

- 9 DONNEZ AUX MOBINAUTES L'OCCASION DE CONSULTER VOS OFFRES AVANT D'EFFECTUER LEUR CONVERSION**
- 10 DONNEZ AUX MOBINAUTES LA POSSIBILITÉ D'EFFECTUER DES ACHATS EN TANT QU'INVITÉ**
- 11 UTILISEZ DES INFORMATIONS EXISTANTES POUR FACILITER LA TÂCHE DES VISITEURS**
- 12 AFFICHEZ DES BOUTONS APPEL DIRECT POUR LES TÂCHES COMPLIQUÉES**
- 13 AIDEZ LES MOBINAUTES À FINALISER FACILEMENT LEUR CONVERSION SUR UN AUTRE APPAREIL**



9. DONNEZ AUX MOBINAUTES L'OCCASION DE CONSULTER VOS OFFRES AVANT D'EFFECTUER LEUR CONVERSION

Si vous incitez trop rapidement les mobinautes à s'inscrire sur votre site, ils risquent d'être moins enclins à réaliser une conversion. Lors de l'enquête, les participants n'appréciaient pas que les sites leur demandent de s'inscrire afin de poursuivre leur opération (surtout s'il s'agissait d'une marque peu connue). Avant de fournir leurs informations personnelles, ils souhaitent parcourir le contenu du site afin de se faire une idée des offres disponibles.

Notion clé



Permettez à vos visiteurs de consulter votre site sans qu'ils aient besoin de créer un compte.

Exemple d'écran fourni seulement à titre indicatif

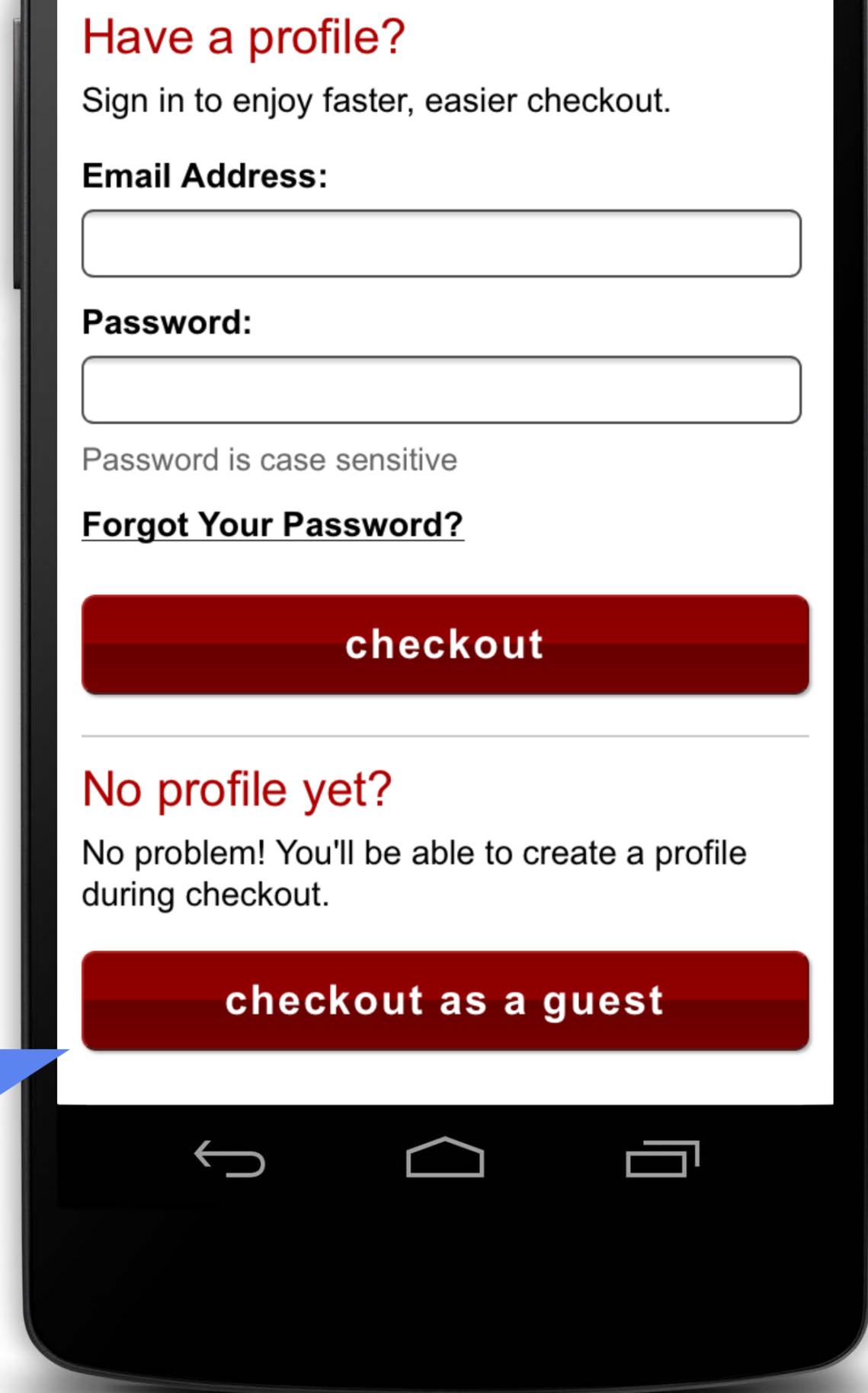
10. DONNEZ AUX MOBINAUTES LA POSSIBILITÉ D'EFFECTUER DES ACHATS EN TANT QU'INVITÉ

Même pour effectuer un achat, les participants de l'enquête ne souhaitent pas forcément créer un compte sur le site du revendeur. Pour eux, le paiement en tant qu'invité était à la fois "pratique", "simple" et "facile [et] rapide". Ils n'appréciaient pas qu'un site leur demande de s'inscrire pour poursuivre leur achat (surtout s'ils n'en voyaient pas l'utilité).

Notion clé

Permettez à vos visiteurs de payer en tant qu'invité et expliquez-leur concrètement les avantages d'une inscription.

Exemple : version mobile du site de Macy's



11. UTILISEZ DES INFORMATIONS EXISTANTES POUR FACILITER LA TÂCHE DES VISITEURS

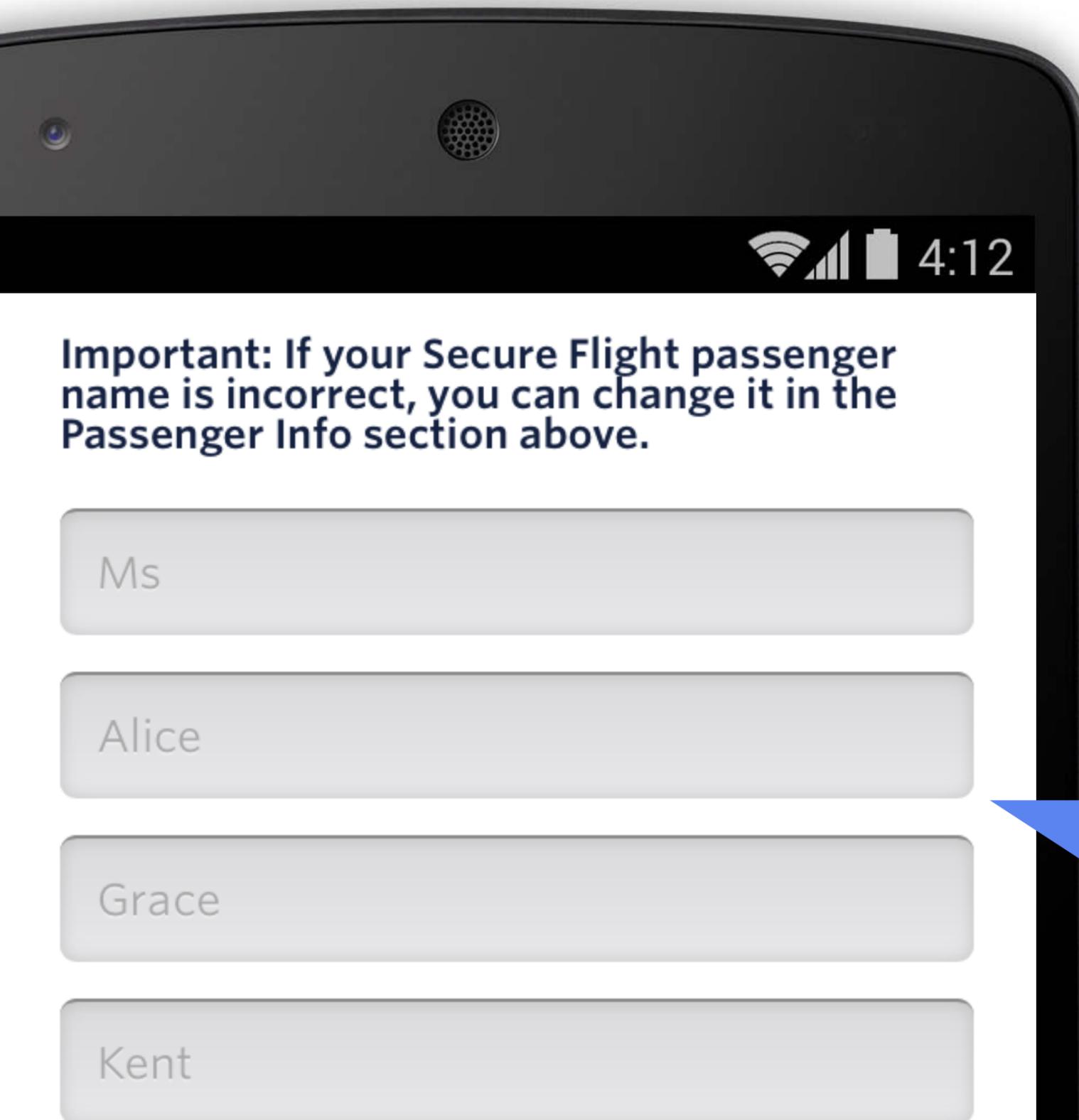
Si les mobinautes sont déjà inscrits, mémorisez leurs préférences et remplissez-les automatiquement dans les champs correspondants. S'ils sont nouveaux sur votre site, proposez-leur de passer par un service de paiement tiers qu'ils utilisent déjà. Lors de l'enquête, plusieurs sites de vente au détail offraient aux mobinautes la possibilité d'utiliser des services de paiement tiers. Les clients étaient ainsi plus enclins à effectuer des achats tandis que les sites pouvaient récupérer leurs informations de livraison et les remplir au préalable.

Notion clé



Pour faciliter les tâches de conversion, exploitez les informations dont vous disposez déjà et/ou utilisez des services de paiement tiers.

Exemple : version mobile du site de Delta



12. AFFICHEZ DES BOUTONS APPEL DIRECT POUR LES TÂCHES COMPLIQUÉES

Donnez aux mobinautes la possibilité de vous appeler d'un simple clic lors des étapes du processus de conversion nécessitant la saisie d'informations compliquées ou sensibles.

Notion clé

Affichez un bouton Appel Direct bien visible pour éviter que les mobinautes n'abandonnent l'entonnoir de conversion lorsqu'ils doivent saisir des informations complexes.

Au lieu de remplir des formulaires compliqués sur leur appareil mobile, les participants de l'enquête appréciaient de pouvoir appeler le service financier de l'entreprise pour effectuer une tâche par téléphone.

Exemple : version mobile du site de Progressive

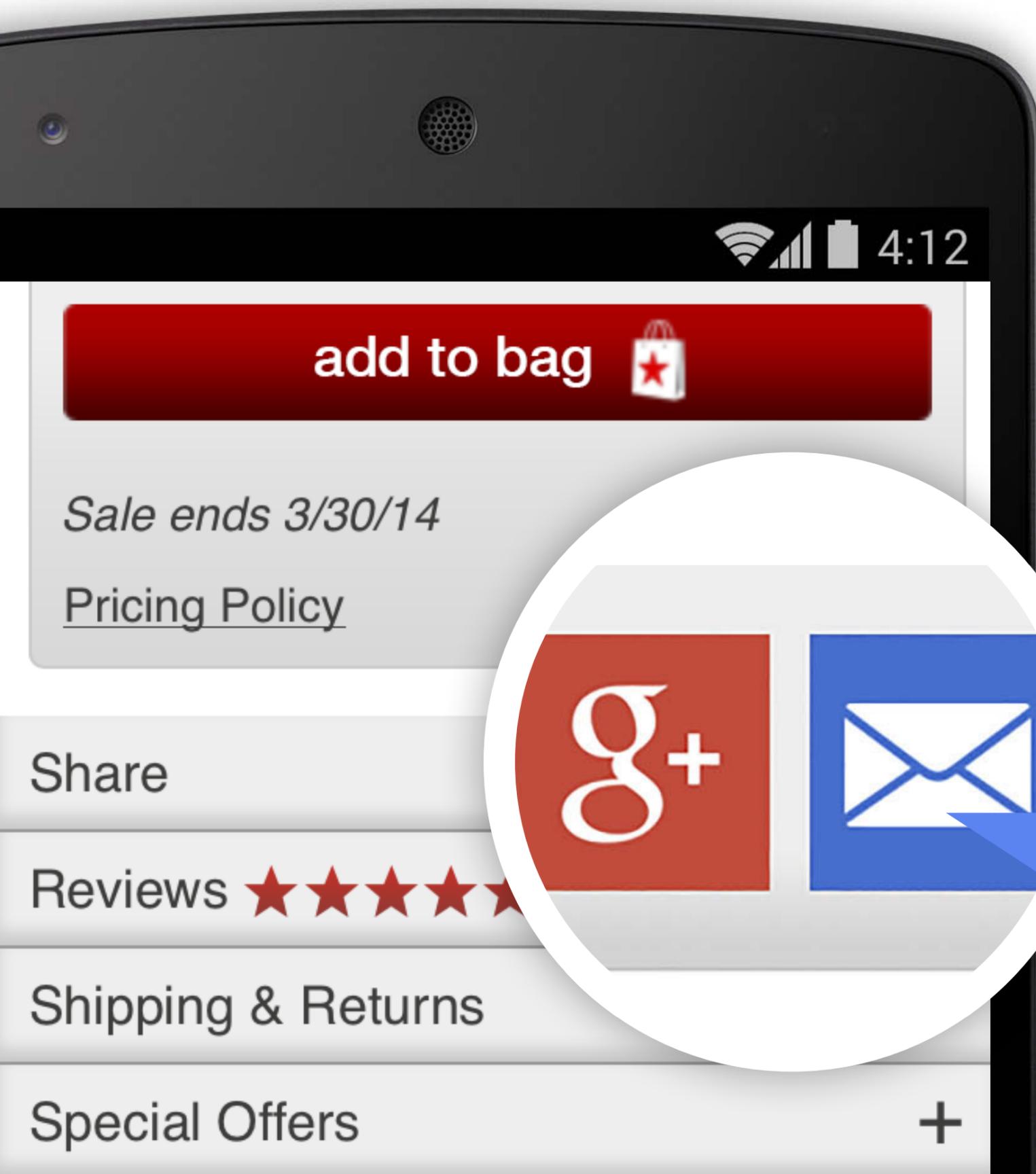
Please review our [Privacy Policy](#) and information about our use of [consumer reports](#).

Okay, start my quote.

[No, thanks.](#)

> FAQs

NEED HELP? ☎ 1-877-649-0149



13. AIDEZ LES MOBINAUTES À FINALISER FACILEMENT LEUR CONVERSION SUR UN AUTRE APPAREIL

Les participants de l'enquête n'étaient pas tous disposés à effectuer une conversion sur leur appareil mobile. Afin d'éviter que les mobinautes ne quittent votre entonnoir de conversion, donnez-leur la possibilité d'enregistrer ou de partager facilement leurs informations sur plusieurs appareils. Par exemple, un site dédié aux opportunités de carrière permettait aux participants de transférer des offres d'emploi vers leur boîte e-mail afin d'y postuler plus tard.

Notion clé

Lorsqu'ils effectuent des recherches, les mobinautes souhaitent parfois différer leur conversion. Donnez-leur la possibilité de poursuivre facilement leur parcours client sur un autre appareil grâce au partage sur les réseaux sociaux, à l'envoi par e-mail ou à l'enregistrement de leur panier d'achat.





SAISIE D'INFORMATIONS DANS DES FORMULAIRES

SAISIE D'INFORMATIONS DANS DES FORMULAIRES



Que ce soit pour effectuer un achat, demander un devis ou s'inscrire à une liste de diffusion, votre visiteur doit pouvoir réaliser une conversion en toute simplicité. Cette section vous explique comment limiter les risques d'abandon à la fin de l'entonnoir de conversion en permettant aux mobinautes de remplir facilement des formulaires.

PRINCIPES

- 14 SIMPLIFIEZ LA SAISIE D'INFORMATIONS**
- 15 CHOISISSEZ LE MODE DE SAISIE LE PLUS SIMPLE POUR CHAQUE TÂCHE**
- 16 AFFICHEZ UN CALENDRIER LORS DE LA SÉLECTION DE DATES**
- 17 UTILISEZ DES LIBELLÉS ET UNE VÉRIFICATION EN TEMPS RÉEL POUR LIMITER LES ERREURS DANS LES FORMULAIRES**
- 18 CRÉEZ DES FORMULAIRES EFFICACES**

The image shows a smartphone screen displaying a form titled "Phone". At the top, there is a status bar with signal strength, Wi-Fi, battery, and the time 4:12. Below the title, a subtitle reads "In case we need to contact you about this transaction." The form contains three main sections: "DEVICE TYPE" with a dropdown menu showing "Cell"; "COUNTRY" with a dropdown menu showing "United States (+001)"; and a text input field labeled "Area/City code and telephone number". At the bottom of the screen, a numeric keypad is visible, with buttons for digits 1-9, *, #, 0+, and a "Next" button.

14. SIMPLIFIEZ LA SAISIE D'INFORMATIONS

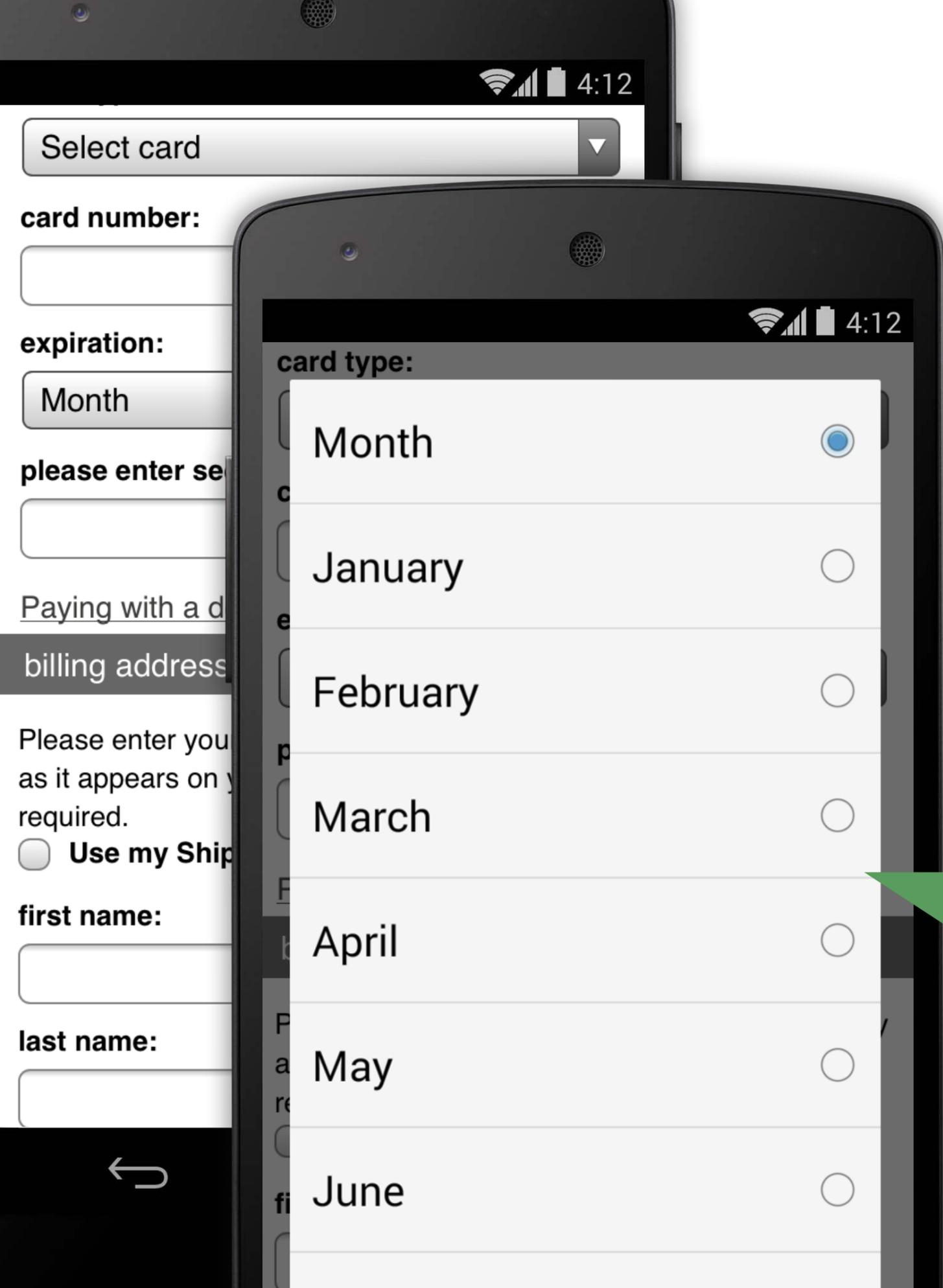
Les participants de l'enquête étaient contents qu'un pavé numérique s'affiche automatiquement lorsqu'ils devaient saisir des valeurs telles que des codes postaux ou des dates de naissance. Une fois qu'ils avaient terminé de saisir leurs informations, ils appréciaient également de passer automatiquement au champ suivant dans les formulaires. À l'inverse, ils étaient agacés de devoir appuyer plusieurs fois sur des champs minuscules et d'avoir à activer manuellement le pavé numérique de leur clavier téléphonique.

Notion clé



Affichez un pavé numérique lorsque les mobinautes doivent saisir des nombres et faites-les passer automatiquement au champ suivant une fois qu'ils ont fini de remplir leurs informations.

Exemple : version mobile du site de Delta



15. CHOISISSEZ LE MODE DE SAISIE LE PLUS SIMPLE POUR CHAQUE TÂCHE

Lorsque les participants de l'enquête devaient sélectionner une option dans une liste réduite, ils préféraient appuyer sur une grande icône de basculement plutôt que saisir du texte ou sélectionner un élément dans un menu déroulant. Lorsque la liste comprenait un grand nombre d'options, le menu déroulant traditionnel était la méthode la plus simple. Choisissez le mode de saisie le plus simple en fonction de la tâche à effectuer. Veillez également à ce que les zones d'activation tactiles soient suffisamment grandes et facilement identifiables.

Notion clé



Demandez-vous quel est le meilleur mode de saisie pour chaque champ de vos formulaires sur les mobiles. Que vous choisissiez un bouton de basculement ou un menu déroulant, veillez à ce que les mobinautes puissent facilement le sélectionner.

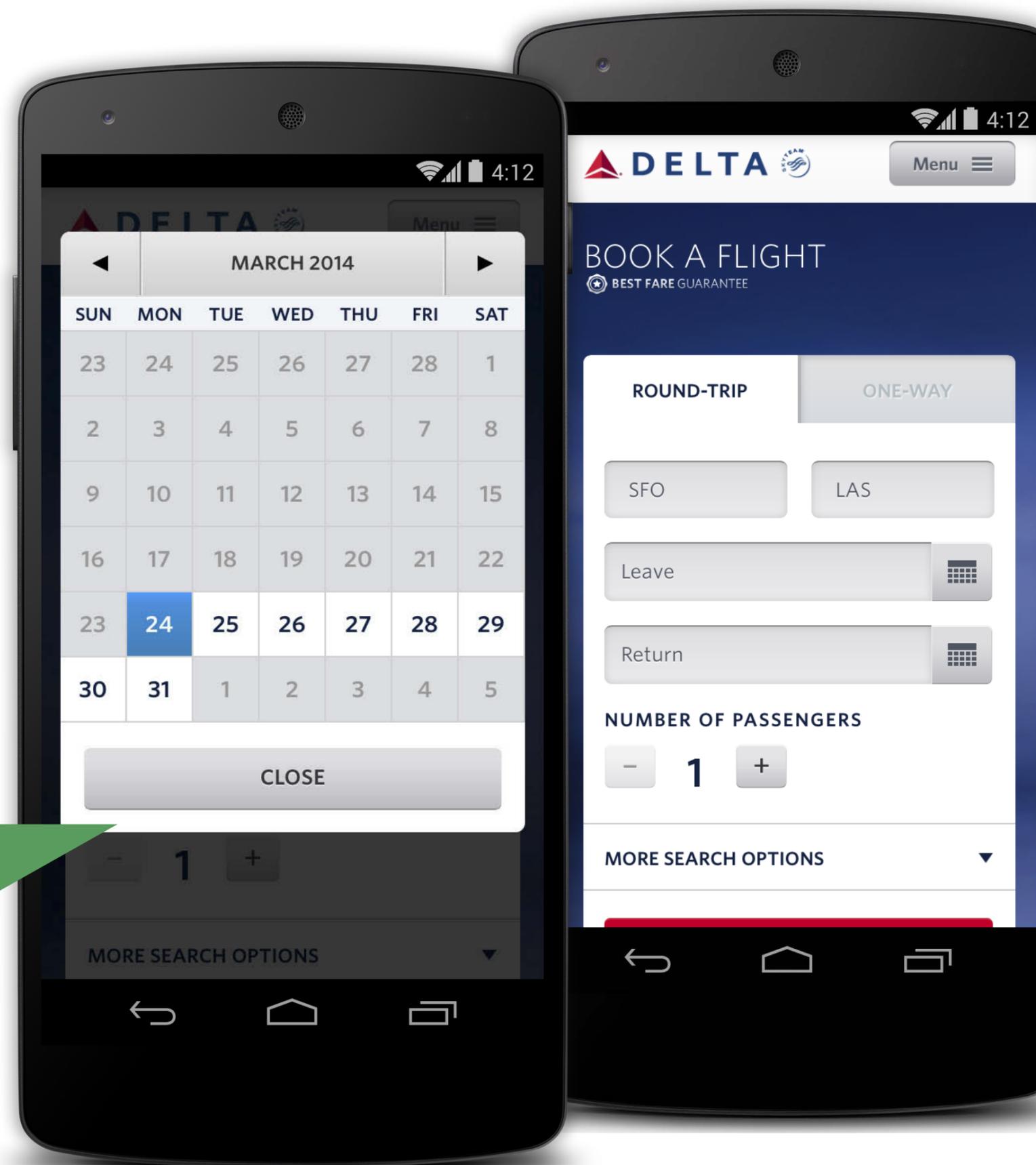
Exemple : version mobile du site de Macy's

16. AFFICHEZ UN CALENDRIER LORS DE LA SÉLECTION DE DATES

Lors de la réservation d'un vol, les participants de l'enquête ne se souvenaient pas toujours des dates exactes du week-end suivant. Pensez à afficher un calendrier lorsque vos visiteurs doivent sélectionner des dates. Ainsi, ils ne seront pas obligés de quitter votre site afin de consulter leur application d'agenda. Afin d'éviter toute confusion, assurez-vous que les libellés sont suffisamment clairs lorsque les mobinautes doivent sélectionner des dates de début et de fin.

Notion clé

Afin d'éviter que vos visiteurs ne quittent votre site, donnez-leur la possibilité de sélectionner des dates en affichant un calendrier avec des instructions claires.



Impressing friends and family or to simply dressing up any room in the home. [Read More...](#)

1. Select Your Item

- | | | |
|----------------------------------|---------------|------------------|
| <input checked="" type="radio"/> | Large | (\$69.99) |
| <input type="radio"/> | Medium | (\$59.99) |
| <input type="radio"/> | Small | (\$49.99) |

2. Your Recipient

Zip / Postal Code

Please enter a valid Zip Code

(zip/postal code)

Location Type

Residence

Delivery Notes: Gifts cannot be delivered to P.O. Boxes or APO installations.

17. LIMITEZ LE NOMBRE D'ERREURS DANS LES FORMULAIRES GRÂCE À DES LIBELLÉS ET LA VÉRIFICATION EN TEMPS RÉEL

Utilisez des libellés clairs dans vos formulaires et assurez-vous qu'ils sont visibles lorsque les mobinautes saisissent leurs informations. Par exemple, l'un des participants de l'enquête avait indiqué par erreur son adresse postale dans le champ de l'adresse e-mail, car seul le mot "adresse" était visible. De plus, l'ajout de libellés dans les champs du formulaire s'est révélé problématique. En effet, les participants ne disposaient plus d'aucune instruction si le libellé disparaissait de l'écran au moment de la saisie. Une fois les informations indiquées, vérifiez en temps réel si elles contiennent des erreurs avant l'envoi du formulaire. Vous éviterez ainsi aux mobinautes d'avoir à le renvoyer en cas de problème.

Notion clé

Utilisez des libellés bien visibles pour guider les mobinautes. Pensez également à effectuer une vérification en temps réel pour leur indiquer si le formulaire contient des erreurs avant l'envoi.



Exemple : version mobile du site de 1800 Flowers

18. CRÉEZ DES FORMULAIRES EFFICACES

Évitez les actions répétitives dans vos formulaires (affichez seulement le nombre de champs nécessaires) et utilisez la saisie automatique des informations. Si vos formulaires comportent plusieurs étapes, affichez une barre de progression en haut de l'écran pour que les mobinautes sachent où ils en sont. Les participants de l'enquête étaient intimidés par un formulaire comportant plusieurs étapes, dont la première s'avérait particulièrement compliquée. En revanche, ils se sont montrés nettement plus à l'aise pour remplir un autre formulaire plus simple qui leur détaillait clairement chaque section suivante. Ils appréciaient également les formulaires à plusieurs étapes dans lesquels les informations qu'ils avaient déjà remplies (telles que leur nom et leur code postal) étaient déjà renseignées.

Notion clé

Réduisez le nombre de champs dans vos formulaires et mettez en place la saisie automatique des informations lorsque cela est possible. Utilisez des barres de progression clairement intitulées afin d'aider les mobinautes à remplir les formulaires en plusieurs étapes.

Exemple : version mobile du site de Progressive

The image shows two smartphones displaying a mobile form interface. The top phone shows a navigation bar with 'START', 'VE', 'DETAILS', and 'RATES'. The bottom phone shows a form with fields for 'Last Name', 'Suffix', 'Mailing Address', 'Apt./Unit #', 'City', 'P.O. Box or Military Address', and 'Date of Birth'. A callout bubble with a star icon points to the 'City' field, which contains '44107'.

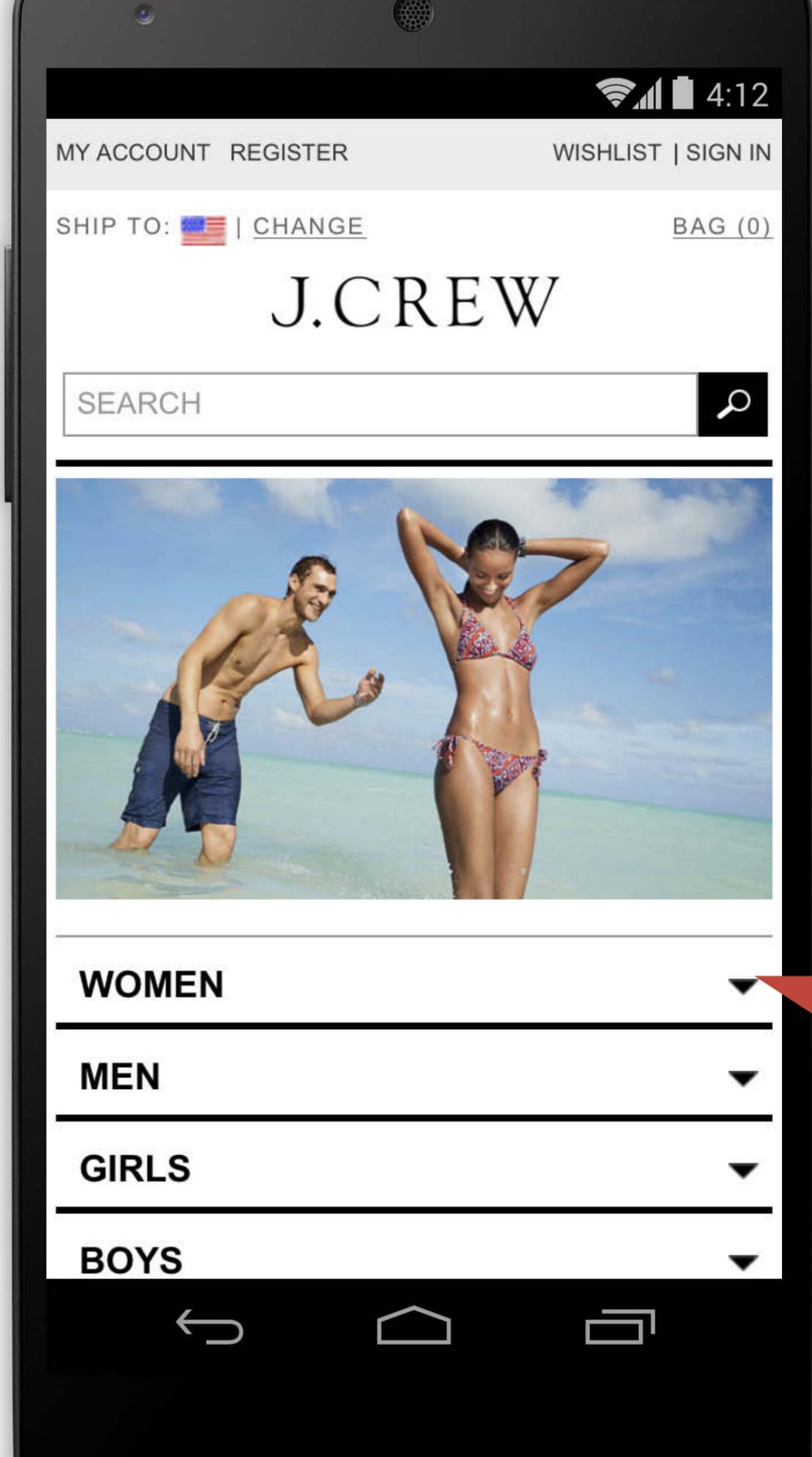


ERGONOMIE ET FORMAT MOBILE

Les mobinautes apprécient les petits détails qui leur facilitent la tâche. Dans cette section, nous vous expliquons comment créer un site entièrement adapté aux mobiles et aux besoins particuliers de leurs utilisateurs.

PRINCIPES

- 19 OPTIMISEZ L'INTÉGRALITÉ DE VOTRE SITE POUR LES MOBILES**
- 20 ÉVITEZ AUX MOBINAUTES DE DEVOIR PINCER POUR ZOOMER**
- 21 DONNEZ AUX MOBINAUTES LA POSSIBILITÉ D'AGRANDIR LES IMAGES DE VOS PRODUITS**
- 22 INDIQUEZ AUX MOBINAUTES QUELLE ORIENTATION D'ÉCRAN EST LA PLUS ADAPTÉE POUR VOTRE SITE**
- 23 ÉVITEZ AUX MOBINAUTES D'AVOIR À OUVRIR PLUSIEURS FENÊTRES DANS LEUR NAVIGATEUR**
- 24 ÉVITEZ D'INDIQUER "SITE COMPLET"**
- 25 EXPLIQUEZ CLAIREMENT AUX MOBINAUTES POURQUOI VOUS AVEZ BESOIN DE CONNAÎTRE LEUR POSITION GÉOGRAPHIQUE**



19. OPTIMISEZ L'INTÉGRALITÉ DE VOTRE SITE POUR LES MOBILES

Évidemment, il était plus simple pour les participants de l'enquête de parcourir un site optimisé pour les mobiles que d'essayer de consulter un site pour ordinateur sur leur appareil mobile. En fait, les sites proposant à la fois des pages standards et des pages optimisées pour les mobiles se sont révélés encore moins ergonomiques que les sites entièrement conçus pour les ordinateurs.



Notion clé

Votre site offrira une meilleure ergonomie si toutes vos pages sont optimisées pour les mobiles.

Exemple : version mobile du site de J Crew

20. ÉVITEZ AUX MOBINAUTES DE DEVOIR PINCER POUR ZOOMER

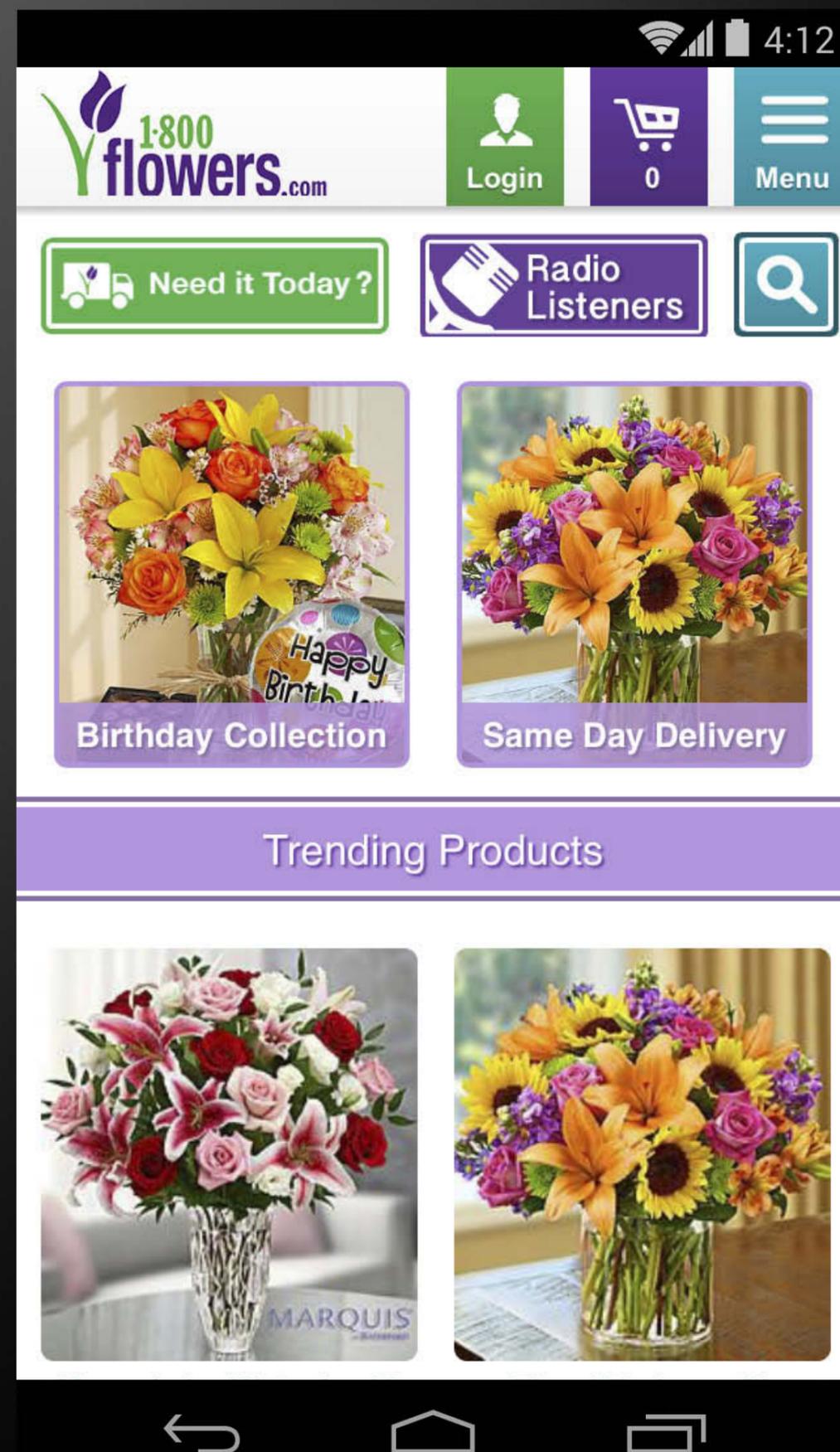
Les participants de l'enquête étaient agacés de devoir faire des zooms avant et arrière. De plus, il leur arrivait parfois de passer à côté d'éléments importants, tels que des messages et des incitations à l'action. Lorsque vous concevez votre site pour mobile, veillez à ce que les mobinautes n'aient jamais à modifier la taille de l'affichage. Certains sites pour mobile empêchent même les mobinautes de pincer pour zoomer (si vous avez conçu votre site correctement, ils ne se rendront même pas compte que cette fonctionnalité a été désactivée).

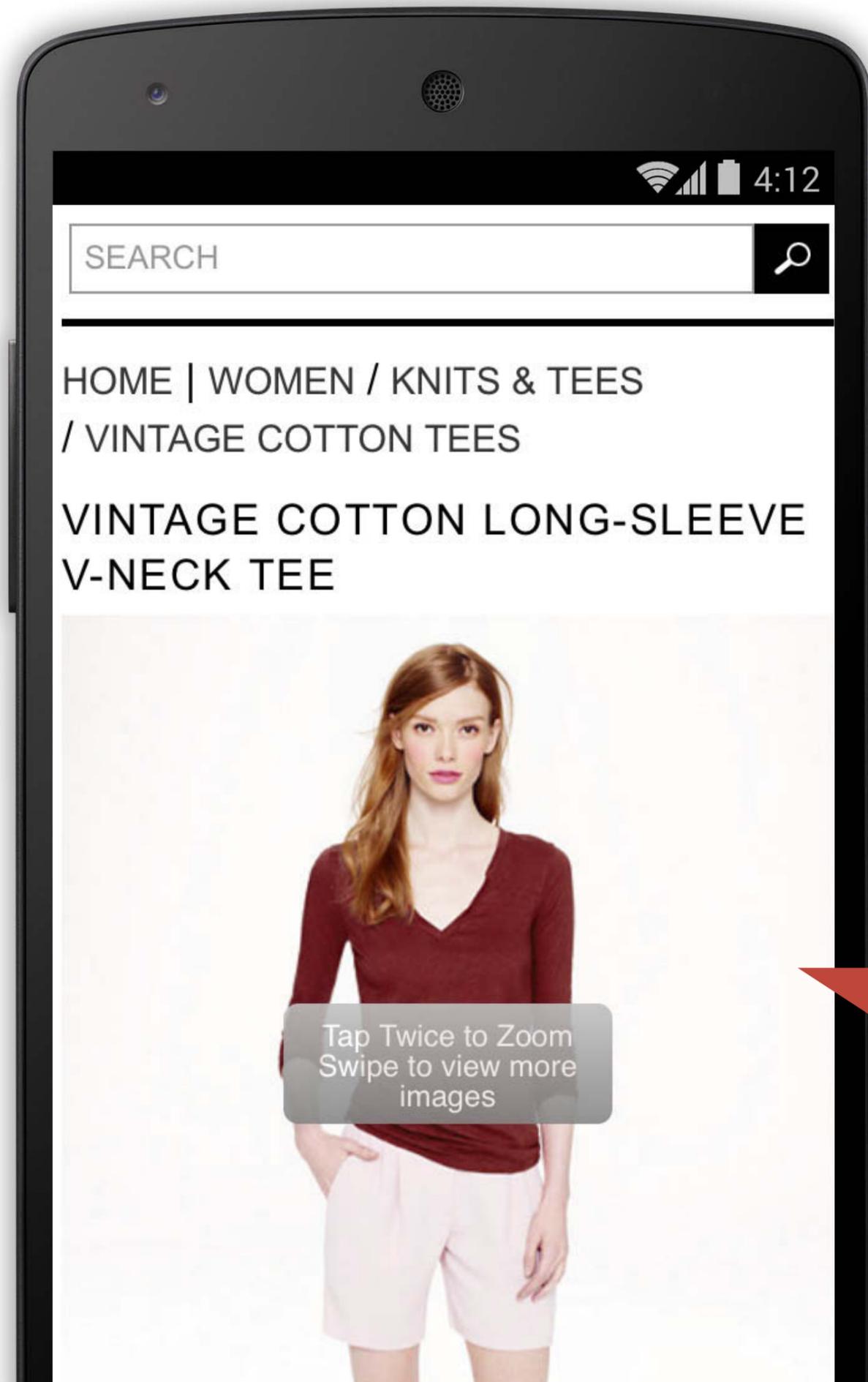
Notion clé



S'ils doivent zoomer sur vos pages, vos visiteurs risquent de passer à côté de vos incitations à l'action. Concevez votre site de sorte à leur éviter ce genre de désagrément.

Exemple : version mobile du site de 1800 Flowers





21. DONNEZ AUX MOBINAUTES LA POSSIBILITÉ D'AGRANDIR LES IMAGES DE VOS PRODUITS

Vos clients veulent voir ce qu'ils achètent. Sur les sites de vente au détail, les participants de l'enquête s'attendaient à pouvoir afficher les produits en gros plan et en haute résolution pour les voir de plus près. Lorsque cette fonction n'était pas disponible, cela les agaçait.

Notion clé



Ajoutez des gros plans de haute qualité pour vos images les plus importantes (par exemple, les photos de produits).

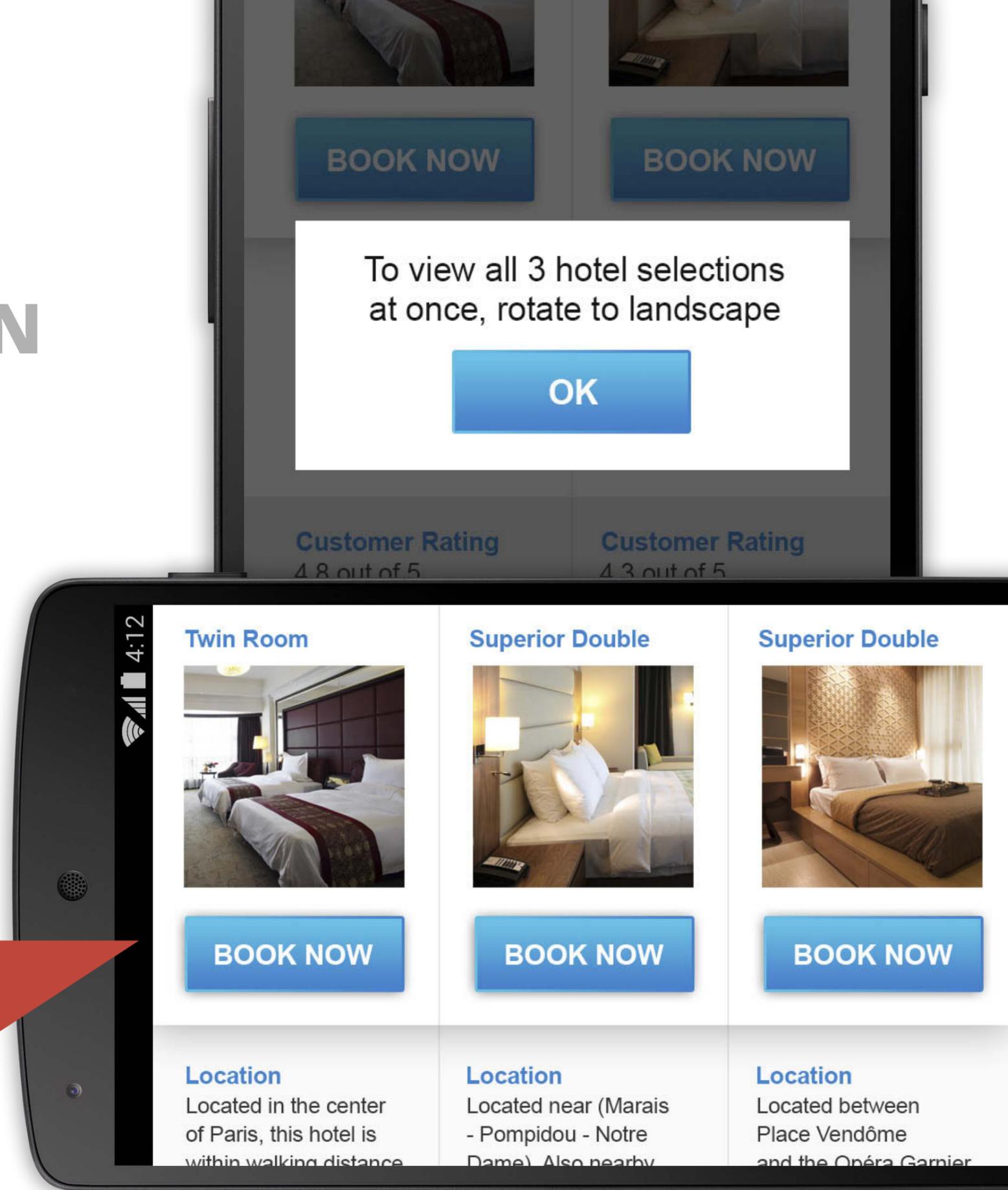
Exemple : version mobile du site de J Crew

22. INDIQUEZ AUX MOBINAUTES QUELLE ORIENTATION D'ÉCRAN EST LA PLUS ADAPTÉE POUR VOTRE SITE

En général, les participants de l'enquête évitaient de tourner leur écran, sauf lorsqu'ils y étaient obligés (par exemple, pour lire un texte plus petit ou regarder une vidéo). Concevez votre site pour les formats paysage et portrait ou indiquez aux mobinautes que votre site est optimisé pour une certaine orientation d'écran. Dans ce cas, assurez-vous que vos incitations à l'action importantes restent visibles même si les visiteurs ne veulent pas tourner leur écran.

Notion clé

Indiquez aux mobinautes si votre site est optimisé pour le mode portrait ou paysage, mais veillez à ce que vos incitations à l'action importantes soient toujours visibles, quelle que soit l'orientation de l'écran.

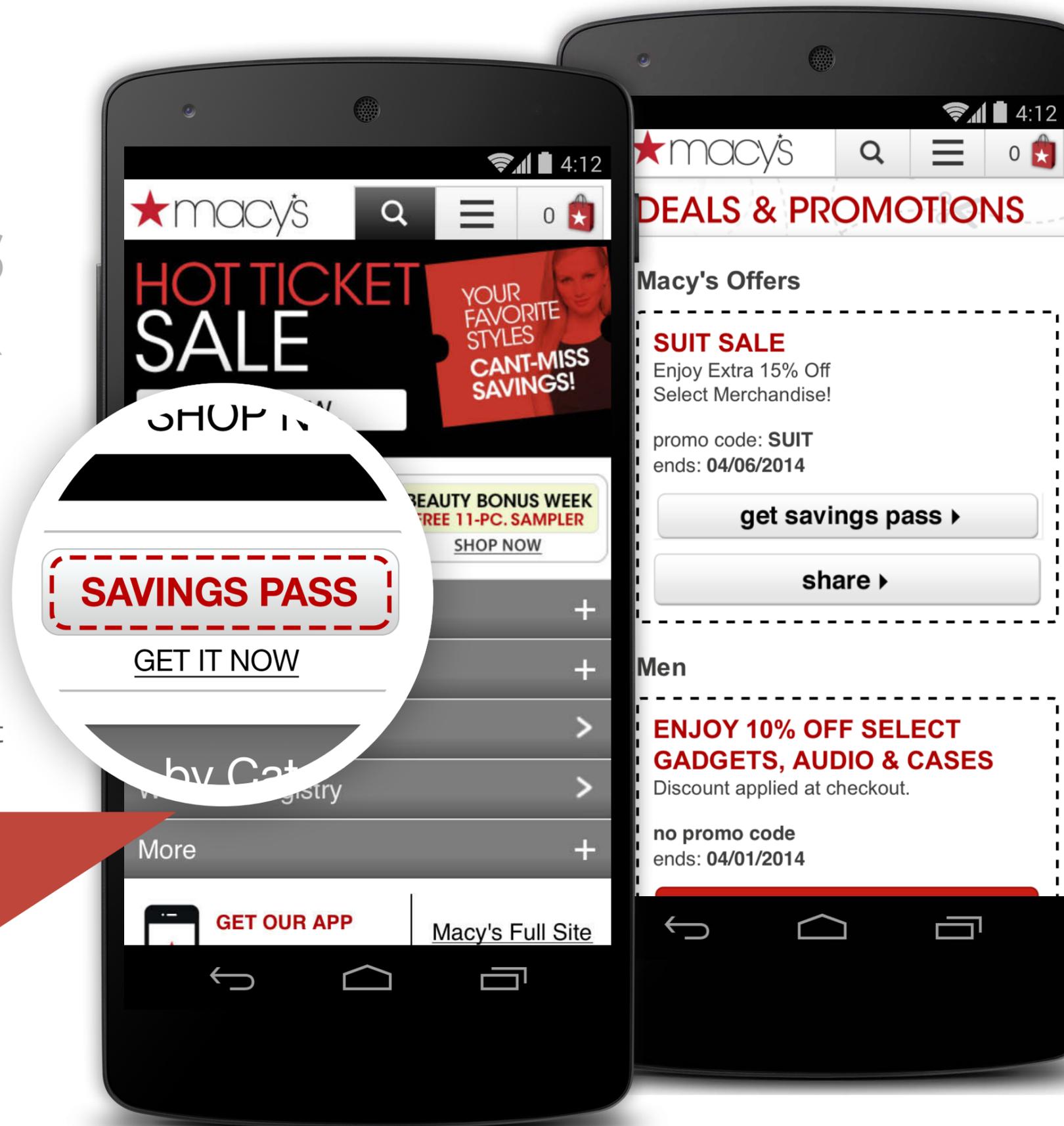


23. ÉVITEZ AUX MOBINAUTES D'OUVRIR PLUSIEURS FENÊTRES DANS LEUR NAVIGATEUR

Il n'est pas toujours évident de basculer entre plusieurs fenêtres sur un smartphone, sans compter que vos visiteurs risquent de ne plus savoir comment revenir sur votre site. Efforcez-vous de n'utiliser qu'une seule fenêtre en évitant d'en ouvrir d'autres pour vos incitations à l'action. Lors de l'enquête, il arrivait également aux participants d'ouvrir de nouvelles fenêtres afin de rechercher des coupons. Pensez à proposer ces informations directement sur votre site pour éviter que les mobinautes n'aient à les chercher ailleurs.

Notion clé

Veillez à ce que vos incitations à l'action n'ouvrent pas de nouvelles fenêtres et ajoutez les fonctionnalités nécessaires à votre site pour éviter que les mobinautes ne changent de fenêtre.



24. ÉVITEZ D'INDIQUER "SITE COMPLET"

Lorsque les participants voyaient l'option "Site complet", ils croyaient que le site pour mobile n'était qu'un condensé et qu'il valait mieux consulter la version complète. L'un des participants préférait même le site pour ordinateur, car selon lui, il proposait "nettement plus d'informations" (alors que la version pour ordinateur et celle pour mobile offraient le même contenu). Pour éviter ces erreurs d'interprétation, utilisez plutôt un intitulé tel que "Site pour ordinateur" au lieu de "Site complet".

Notion clé

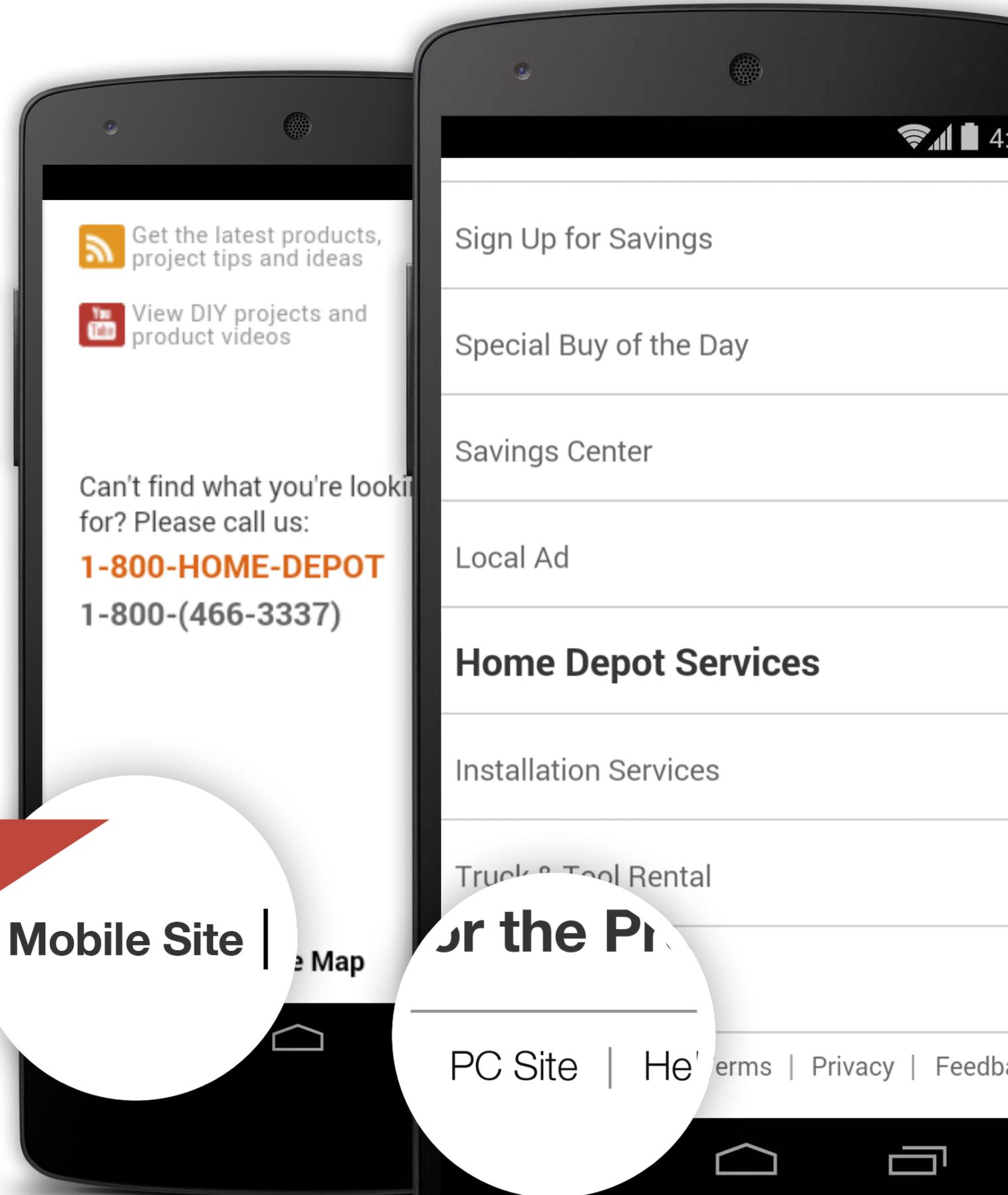
Donnez aux mobinautes la possibilité de passer d'une version à l'autre de votre site. Toutefois, veillez à utiliser des libellés tels que "Site pour ordinateur" plutôt que "Site complet" afin d'indiquer clairement que les deux versions offrent une expérience complète.



Mobile Site | [Map](#)

for the Pr

PC Site | [He](#) | [Terms](#) | [Privacy](#) | [Feedb](#)



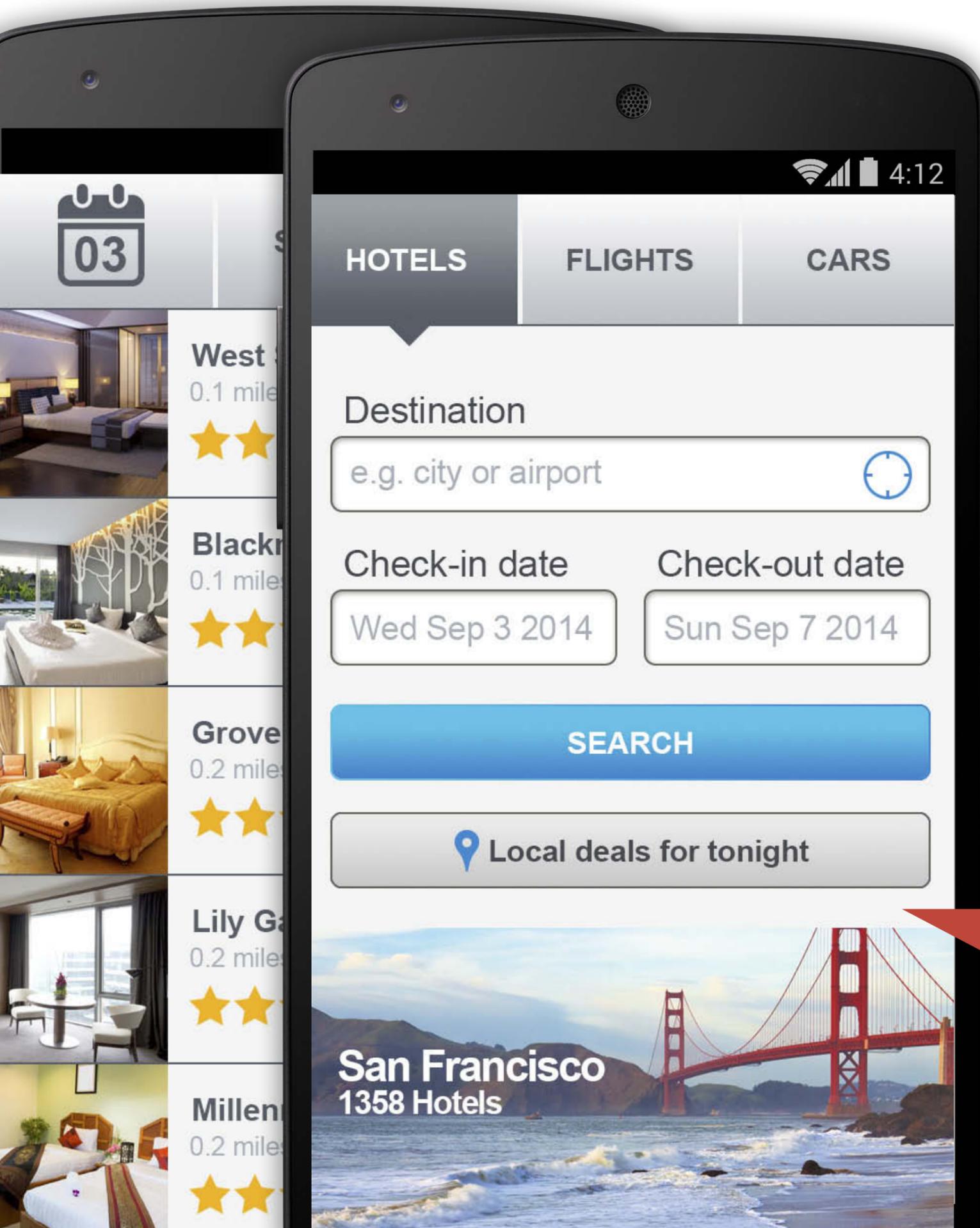
25. EXPLIQUEZ CLAIREMENT AUX MOBINAUTES POURQUOI VOUS AVEZ BESOIN DE CONNAÎTRE LEUR POSITION GÉOGRAPHIQUE

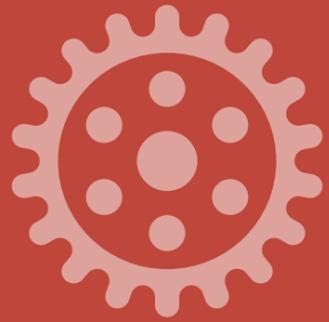
Les mobinautes doivent toujours savoir pourquoi vous leur demandez leur position géographique. Pendant l'enquête, des participants qui essayaient de réserver un hôtel dans une autre ville ne comprenaient pas pourquoi un site de voyage, qui avait détecté où ils se trouvaient, leur suggérait des chambres dans leur ville actuelle. Par défaut, ne remplissez pas les champs relatifs aux emplacements géographiques. Affichez plutôt un bouton d'incitation à l'action (avec un libellé clair, tel que "Rechercher à proximité") pour que les mobinautes les remplissent eux-mêmes.

Notion clé

Expliquez toujours clairement pourquoi vous avez besoin de la position géographique des mobinautes et en quoi ces informations auront un impact sur leur expérience.

Exemple d'écran fourni seulement à titre indicatif





LISTE DE CONSEILS TECHNIQUES

LISTE DE CONSEILS TECHNIQUES

Afin qu'un site pour mobile soit efficace, il ne suffit pas qu'il soit bien conçu : il est également important qu'il soit au point techniquement. Voici quelques conseils qui vous aideront à éviter les problèmes les plus courants.



VEILLEZ À CE QUE VOS ANNONCES POUR MOBILE REDIRIGENT LES MOBINAUTES VERS VOTRE SITE POUR MOBILE

Si vous ne configurez pas correctement vos annonces pour mobile, elles risquent de rediriger les mobinautes vers la version pour ordinateur de votre site.



POUR UNE NAVIGATION OPTIMALE, RÉDUISEZ LE NOMBRE DE TÉLÉCHARGEMENTS

Regroupez et préchargez le contenu de votre site pour mobile afin de permettre des téléchargements plus volumineux, mais moins nombreux.



TESTEZ VOTRE SITE SUR DIFFÉRENTS APPAREILS

Testez votre site sur plusieurs navigateurs et appareils afin de garantir des performances optimales.



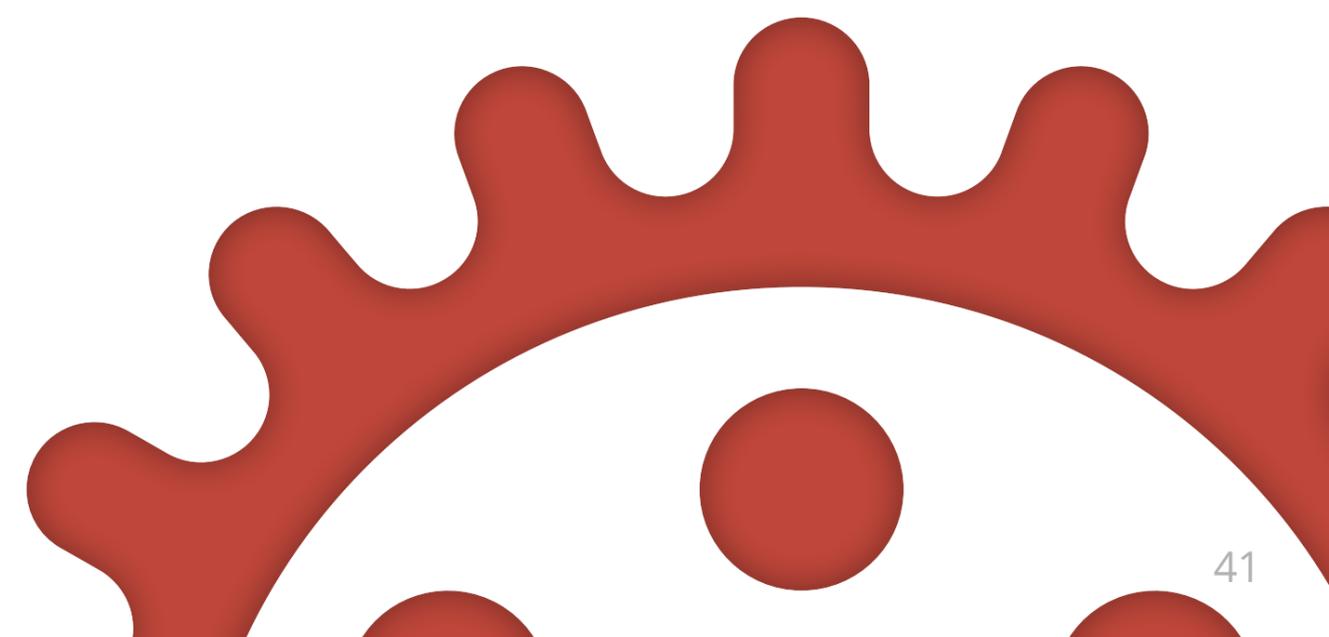
ASSUREZ-VOUS QUE LE CONTENU DE VOTRE PAGE SE CHARGE DANS UN ORDRE LOGIQUE

Consultez votre page comme le ferait un mobinaute afin d'anticiper d'éventuels problèmes.



INTÉGREZ GOOGLE ANALYTICS ET LE SUIVI DES CONVERSIONS SUR VOTRE SITE POUR MOBILE

Assurez-vous que les conversions sur mobile sont suivies séparément des conversions sur ordinateur.





Google™