

Contact facturation : facturation@ccmbenchmark.com - 01 47 79 48 01
Contact formation : formation@ccmbenchmark.com - 01 47 79 51 08

Expérience utilisateur (UX) digitale: quelle ergonomie pour votre site web?

Objectif de la formation

- Appréhender les pistes à suivre pour améliorer la qualité de son site.

A l'issue de ces deux jours, chaque participant repart avec une cartographie ergonomique approfondie de son site et des pistes concrètes d'optimisation.

A qui s'adresse cette formation ?

Les responsables de sites Internet, chefs de projets, responsables de la communication, directeurs artistiques, concepteurs et développeurs, responsables marketing online qui veulent se donner les moyens de faire monter leur site web en

Progression pédagogique :

Premier jour

1. Ce qu'est l'ergonomie

- Définition
- Les facteurs de succès d'un site web
- L'apport de l'ergonomie intégrée à la conception

2. Comment naviguent les internautes

Les recherches sur les interactions entre l'homme et l'ordinateur fournissent les règles de base indispensables à connaître pour faire les bons choix lors de la conception de son site. Nous verrons plus particulièrement en quoi la mémoire et les lois de la perception visuelle conditionnent le rapport au site.

- Comment les internautes naviguent sur les sites web
- Comment ils les perçoivent
- Les processus cognitifs de traitement de l'information : définition et principes de base sur la mémoire, la perception et l'attention
- Quelles informations doit trouver l'internaute ?
- Comment présenter les informations ?

3. Les bonnes pratiques de l'ergonomie

En nous appuyant sur les meilleurs exemples des sites actuels, nous verrons comment concevoir un site à

l'ergonomie optimisée qui prenne en compte les besoins et les habitudes de navigation des internautes dans toute leur diversité.

- Les propriétés d'une interface homme-machine qui conditionnent son utilisabilité
- Réussir sa page d'accueil
 - Qu'est-ce qu'une bonne page d'accueil ?
 - Rendre son site attractif dès la page d'accueil
 - Instaurer un climat de confiance
 - Concevoir les bons outils de navigation
 - Proposer les bonnes portes d'entrée pour bien guider ses visiteurs
- Faciliter l'immersion dans son site
 - Faciliter la circulation descendante, ascendante et transversale
 - Faciliter le repérage au cours d'une visite
 - Simplifier les logiques de parcours
 - Bien combiner les modes d'accès
 - Concevoir un moteur de recherche performant
- Réaliser des pages attractives
 - Soigner la lisibilité à l'écran
 - Savoir utiliser les illustrations et animations (photos, 360°, vidéos...)
 - Tirer le meilleur parti des interfaces riches
- Optimiser les espaces fonctionnels de son site
 - Savoir établir le contact
 - Réussir ses formulaires
 - Mettre en avant sa newsletter
- Ergonomie et référencement

Deuxième jour

Cette seconde journée sera consacrée à la mise en pratique du bagage théorique vu précédemment. Chaque participant sera amené à réaliser une analyse complète de son propre site ainsi qu'un diagnostic ergonomique du site des autres participants. Chaque analyse fera l'objet d'une mise en commun et aboutira à l'élaboration d'une synthèse des forces et faiblesses de chaque site. Le travail personnel portera notamment sur les points suivants :

1. Étude de la performance et du niveau de séduction de la page d'accueil

- Identification de l'éditeur du site
- Clarté de l'offre de contenus et de services
- Présentation et design de la page
- Structure et taille de la page

2. Analyse de l'ergonomie et de l'aisance de la navigation

- Qualité de l'architecture et pertinence des rubriques
- Homogénéité de la structure de navigation
- Performance de la circulation descendante, ascendante et transversale
- Facilité de repérage au cours d'une visite
- Qualité des outils de recherche

3. Diagnostic du design et de la présentation

- La charte graphique
- Qualité et pertinence des illustrations
- Lisibilité des textes
- Mise en valeur de l'offre (animations, photos, vidéos, etc.)

4. Performance de l'interactivité et de la qualité de la relation client

- Qualité et accessibilité des outils de contact
- Attractivité de la newsletter et facilité d'inscription
- Performance de l'approche avant-vente
- Performance du processus d'achat en ligne

La formation sera animée par Frédéric Falletta

Les moyens pédagogiques

Support de formation

- Pour les formations en **présentiel**, un support de cours sera remis à chacun des participants.
- Pour les formations en **visionconférence**, une synthèse de la formation sera envoyée aux participants qui auront également la possibilité de revoir la session pendant une semaine après la date de la formation.

Locaux - Matériel fourni

- Nos salles sont équipées du matériel de vidéo-projection pour le formateur
- Accès à Internet en wifi dans tous nos locaux
- Pour les formations qui nécessitent des ateliers sur ordinateur, nous disposons de salles équipées d'ordinateurs pour les participants

CCM Benchmark Group conserve l'intégralité des droits d'auteurs relatifs au contenu de ces formations et supports de cours. Toute reproduction, modification ou divulgation à des tiers, sous quelque forme que ce soit, est formellement limitée.

Les moyens d'évaluation mis en oeuvre et suivi

A l'issue de la formation chaque stagiaire complète un **questionnaire d'évaluation**. Une copie peut-être fournie sur demande.

L'**attestation de présence** est envoyée par courrier avec la facture, à l'issue de la formation.

Convention de formation

Dès votre inscription, une convention de formation vous est envoyée. Celle-ci doit nous être retournée signée avant le début de la formation.

CCM Benchmark Group est un organisme de formation professionnelle enregistré sous le numéro **11 75 58575 75** auprès du préfet de région d'Ile-de-France.

Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

Durée de la formation

La durée totale de la formation est de **14 heures**.