

Master 2 RSD - Ergonomie Web Interrogation Ecrite 1 /2024 Durée : 45 Minutes	Nom & Prénom	Gr.	Note/10

Partie 1 : Questions à Choix Multiples (+ 1 : Juste ; -1 : Fausse ; 0 : Pas de réponse)

1. Quel est l'objectif principal de l'ergonomie web ?
 - Maximiser les profits de l'entreprise
 - Faciliter l'interaction entre l'utilisateur et le site web
 - Réduire les coûts de développement
 - Accroître le nombre de pages web disponibles

2. Quels sont les deux critères pour qu'un site soit ergonomique ?
 - Accessibilité et design
 - Utilité et utilisabilité
 - Efficacité et performance
 - Lisibilité et clarté

3. La loi de Hick est basée sur :
 - La mémoire à long terme
 - La difficulté de choisir parmi un grand nombre d'options
 - L'optimisation des couleurs sur un écran
 - L'ergonomie des outils de travail

4. Quelle est la principale cause de « Web rage » ?
 - La lenteur de connexion
 - Une mauvaise expérience utilisateur (UX)
 - Le manque de contenu interactif
 - L'absence de graphismes modernes

5. Que stipule la loi de Miller ?
 - L'utilisateur peut se rappeler en moyenne 7 éléments (+ ou - 2)
 - L'utilisateur préfère les interfaces sombres
 - Les utilisateurs mémorisent mieux les vidéos que les textes
 - Une interface web doit contenir au moins 7 fonctionnalités

6. Que signifie l'affordance sur un site web ?
 - La capacité d'un objet à évoquer son utilisation
 - Le design minimaliste
 - L'adaptabilité aux appareils mobiles
 - L'utilisation des couleurs vives

7. Quel est l'avantage d'utiliser des méthodes participatives en ergonomie ?
 - Elles réduisent les coûts de développement
 - Elles permettent d'intégrer directement les retours des utilisateurs finaux
 - Elles accélèrent la mise en production
 - Elles simplifient le design visuel

8. Pourquoi est-il difficile de quantifier le retour sur investissement de l'ergonomie web ?
- Parce que les utilisateurs ne partagent pas leurs avis
 - Parce que les métriques qualitatives sont difficiles à mesurer
 - Parce que l'ergonomie n'a pas d'impact réel sur les ventes
 - Parce que l'investissement est souvent minime

Partie 2 : Exercice d'optimisation de formulaires d'inscription en Ligne (2 points)

Un site de commerce en ligne veut optimiser la conversion de son formulaire d'inscription. Actuellement, deux versions sont testées :

1. **Version 1 (Formulaire classique)** : Un bouton Soumettre de largeur 150 px et de hauteur 30 px et situé à une distance verticale de 600 px sous le dernier champ de saisie.
2. **Version 2 (Formulaire optimisé)** : Un bouton Soumettre de largeur 300 px et de hauteur 50 px et situé à une distance verticale de 200 px sous le dernier champ de saisie du formulaire.

Questions :

1. Calculez les temps moyens T_1 et T_2 en secondes nécessaires pour atteindre le bouton 'Soumettre' dans les deux versions. Utilisez les paramètres de la loi de Fitts suivants : une moyenne de 200 ms pour le temps de réaction initial et un index d'efficacité du mouvement de 100 ms.:

Réponse :

Puisque le développement est vertical nous devons considérer les hauteurs des boutons dans les calculs.

Version 1 : (0,50 pt)

$$D = 600 \text{ px}, H=30 \text{ px}, T_1 = 0,200 + 0,100 \times \text{Log}_2(1 + 600/30)$$

$$T_1 \approx 0,639 \text{ secondes}$$

Version 2 : (0,50 pt)

$$D = 200 \text{ px}, H=50 \text{ px}, T_2 = 0,200 + 0,100 \times \text{Log}_2(1 + 200/50)$$

$$T_2 \approx 0,432 \text{ secondes}$$

2. Que concluez-vous de ces calculs ?

La **Version 2** optimise l'expérience utilisateur en réduisant la distance au bouton et en augmentant sa taille, conformément à la **loi de Fitts**. Cela permet un clic plus rapide, améliorant ainsi les taux de conversion. (1 pt)