



AUDIT ERGONOMIQUE

Bourgoin Juliette - Verneuil Cyril

2017-2018

Université de Valenciennes

**Master Design Graphique
et Design d'interaction**



SOMMAIRE

Présentation

4-9

L'annonceur	6
La problématique	7
Le public cible	8
Les supports disponibles	9



Site web

10-19

Les métriques	11-12
L'arborescence	13
La navigation	14
Le zoning des pages	15-17
Le graphisme	18
Les formulaires	19

Application mobile

20-23

La création d'un compte	21
L'utilisation d'un compte	22
Le zoning de l'application	23

Borne interactive

24-25

L'utilisation du service	25
--------------------------	----

Conclusion

26-30

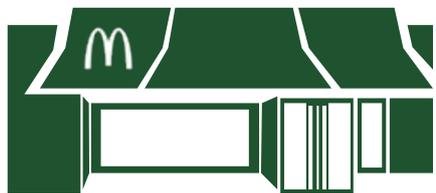
Résumé de l'usage	27
Les préconisations	28
Bilan	29
Les références	30





PRÉSENTATION

L'ANNONCEUR EN SIX POINTS



1 300

Nombre de restaurants



70 000

Nombre de salariés

21
ANS

d'années d'existances



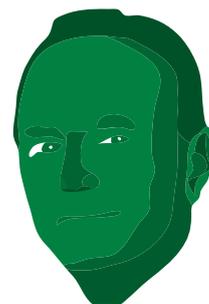
2 000 000

Repas servis chaque jour



70%

Agroalimentaire français



RAY KROC

Créateur de MacDonald's

LA PROBLÉMATIQUE

Elle est divisée en trois grandes parties chacune répondant à un besoin.

1

**PRÉSENTATION
DE L'ACTUALITÉ
ET VALEURS DE
L'ENTREPRISE**

2

**FAVORISER LE
RECRUTEMENT
ET L'ASPECT
COMMERCIAL**

3

**AUGMENTER LA
CONSOMMATION
DES PRODUITS**

LE PUBLIC CIBLE



LES SUPPORTS DISPONIBLES

En 2013,

McDonald's se lance dans la commande en ligne. En donnant la possibilité de commander ses produits de n'importe quel endroit, la marque veut offrir à sa clientèle confort et efficacité. Il suffit de passer commande par différents supports numériques puis payer et venir récupérer sa commande au restaurant choisi.



SITE WEB

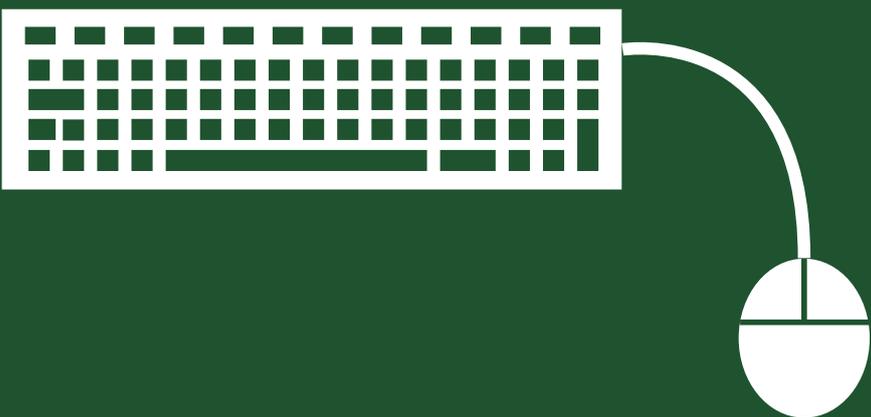
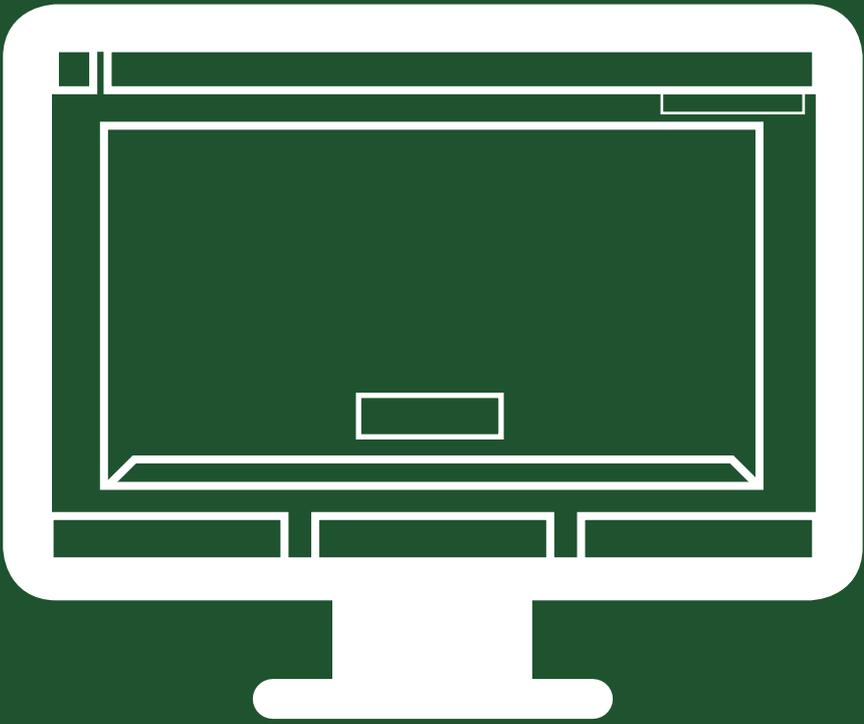


**SUPPORTS
MOBILES**



**BORNES
INTERACTIVES**

SITE WEB



LES MÉTRIQUES

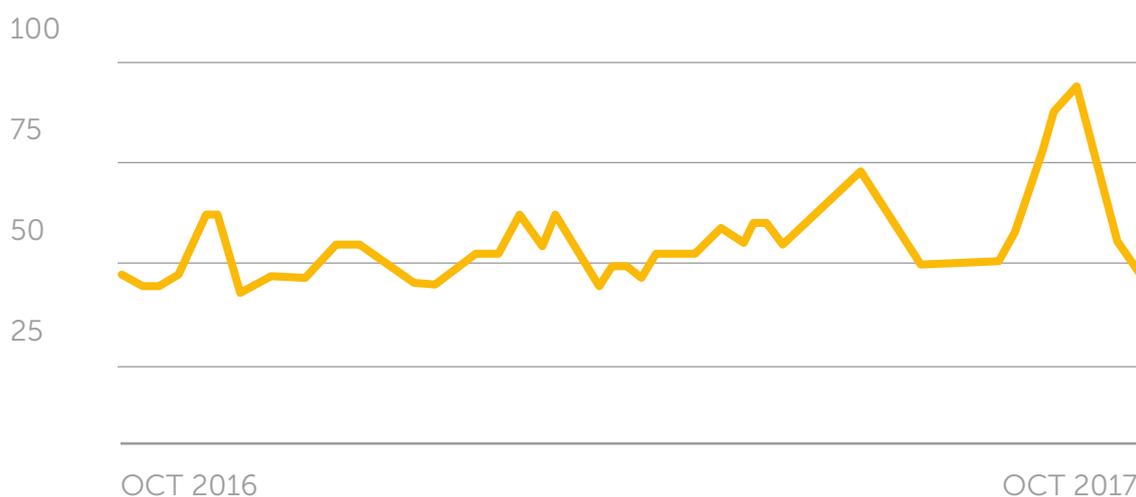
Statistiques des recherches et mots clés associés au site McDonald's France

Sur le long d'une année, nous observons des pics d'intérêts au niveau des recherches du site McDonald's dans le moteur de recherches Google. Les sujets et requêtes associés à ses recherches tournent autour des cadeaux et promotions de la marque.

Ce constat permet d'analyser le besoin des utilisateurs qui cherchent dans un premier temps à s'informer sur les actualités du moment.

Le site de McDonald's répond donc à un besoin d'informations et présentations des produits.

Mot-clé : **McDonald's**



Statistiques sur l'année

Requêtes associées 		En progression 			
1	verre mcdo 2017				Record
2	mcdonalds monopoly 2017				Record
3	mcdonalds.fr/schtroumpfs				Record
4	verre coca cola mcdo 2017				Record
5	cheerz				Record

Requêtes associées à la recherche

Sujets associés 		En progression 			
1	Hamburger végétarien - Sujet				+1 200 %
2	Le Fondateur - Film				+750 %
3	Verre - Récipient				+750 %
4	Livraison - Sujet				+170 %
5	Coca-Cola - Boisson				+160 %

Sujets associés à la recherche

L'ARBORESCENCE

Arborescence

L'arborescence est peu profonde, quatre niveaux principaux de profondeur et six de largeur. Elle est constituée de manière à partir du général pour aller au particulier.

La dénomination des catégories a été travaillée. L'information a été catégorisée et organisée en plusieurs parties répondant à son cœur de cible et son public principal.

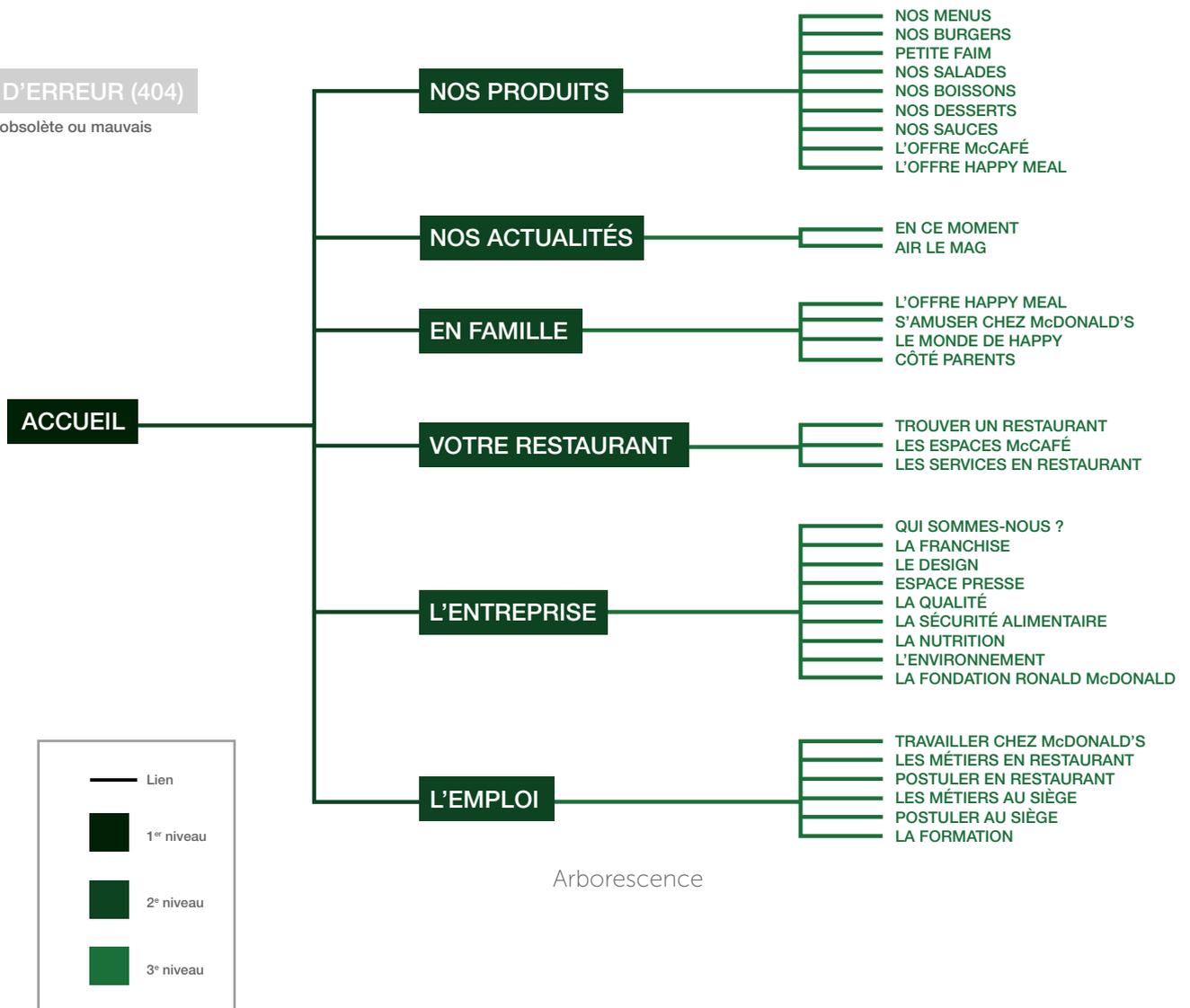
Exemple : En famille (titre adressé aux familles et leurs enfants).

Le contenu des pages est fidèle au libellé de la page. Un pronom est présent dans la dénomination des pages.

Exemple : Nos produits, votre restaurant, l'entreprise

Ces derniers permettent de personnaliser le rapport entre le contenu et l'utilisateur.

PAGE D'ERREUR (404)
Lien obsolète ou mauvais



LA NAVIGATION

L'utilisateur doit toujours connaître sa position dans le site web. McDonald's met en place un fil d'ariane présent dans la partie produit. Celui-ci est cliquable et rend facilement compréhensible le niveau de commande où il se situe lors de l'achat d'un menu.

Des sous-menus se déroulent lors du passage du pointeur dans le menu principal. Ils augmentent l'accessibilité des pages et listent le contenu.



Menu principal

Capture d'écran des menus

Menu secondaire

ACCUEIL > NOS PRODUITS > NOS MENUS > LE MENU MAXI BEST OF

Fil d'ariane

LE ZONING DES PAGES

L'architecture de l'information est claire, les éléments prioritaires sont placés en haut de page pour une visibilité directe. La structure des pages reste homogène, des partis pris sont mis en place notamment pour les pages : « En famille », « l'entreprise » et « l'emploi » qui utilisent une image en fond.

La page d'accueil

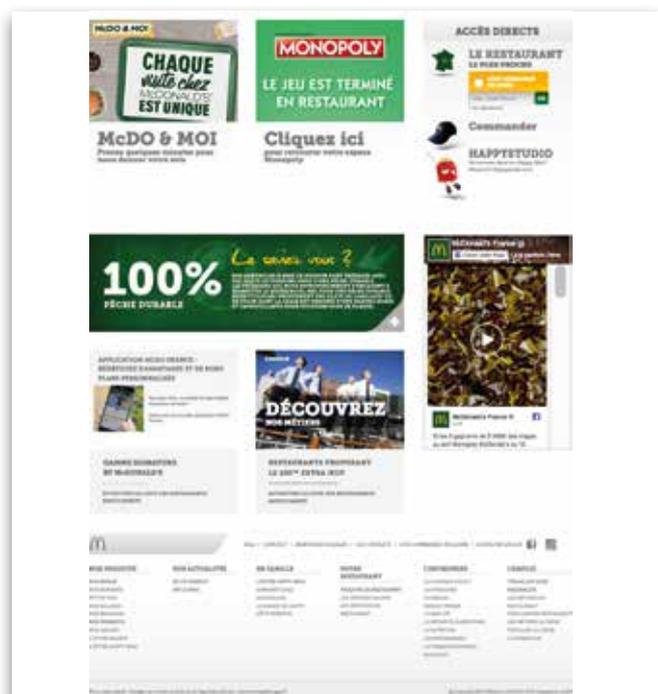
La page d'accueil se compose d'un carrousel présent en haut de la page dans lequel défile les actualités et les produits du moment.

Après un léger scroll, l'utilisateur a accès à des sous rubriques d'informations, comme « Donner son avis », « Espace jeu du moment », « Le Saviez vous », « Découverte de nos métiers », un accès direct pour commander et trouver le restaurant le plus proche ainsi qu'un espace réservé à la promotion des réseaux sociaux.

Toutes ces parties permettent de ramener l'utilisateur dans les pages principales que contient le menu principal. Elles permettent de comprendre directement le sujet du site. La promesse éditoriale est tenue car cette page contient un contenu correspondant (exemple : visuels de burgers) à celui de la restauration et met en valeur le logo et le menu.



Page d'accueil



Déroulé de la page d'accueil

Nos produits

La page contient une liste des différents menus et choix possibles. Un visuel est à chaque fois disponible. La partie droite de l'écran est utilisée pour proposer des fonctionnalités particulières.

Exemple : accès direct à la page « desserts » (sans passer par un menu), possibilité de rechercher le restaurant le plus proche.



Page « Nos produits »

Nos actualités

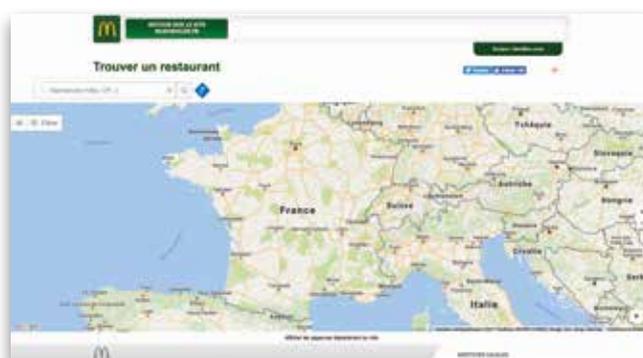
Identique à la page « nos produits », on trouve sur la droite de l'écran un rappel de la fonctionnalité : rechercher un restaurant. Les deux tiers restant sont utilisés pour placer des actualités.



Page « Nos actualités »

Votre restaurant

Le menu disparaît pour laisser apparaître un bouton « retour sur le site McDonald's ». Une barre de recherche est placée en haut de la carte pour localiser les restaurants de la marque.



Page « Votre restaurant »

En famille, l'entreprise, l'emploi

Une image de fond est placée en dessous des liens hypertextes. Des articles annexes sont mis en avant grâce à une image sur le côté droit.



Page « En famille »



Page « L'entreprise »



Page « L'emploi »

Mon compte

Cette page permet l'accès aux informations relatives au compte utilisateur (points fidélité, commandes,...).



Page « Mon compte »

McDonald's à l'international

Ce même site web est présent dans plusieurs pays d'Europe (Belgique, Pays-Bas, Grèce...). Le contenu est adapté au mode de vie des consommateurs. La dénomination des pages n'est plus la même et l'arborescence est repensée.

LE GRAPHISME

Une charte graphique a été utilisée lors de la création du site. Une homogénéité visuelle permet une expérience agréable à l'utilisateur. La qualité graphique des images est suffisante pour allier bonne qualité et optimisation lors de leurs chargements.

Les textes sont lisibles, mais certains liens hypertextes ne semblent pas explicites. Ils peuvent se confondre avec des phrases non cliquables. L'utilisation d'images de fond ajoutée à un problème d'identification des hypertextes peut perdre l'utilisateur.

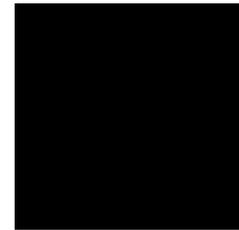
Trois couleurs



Vert forêt
R29 V83 B48
C86 M40 J89 N41



Jaune tournesol
R251 V222 B32
C2 M9 J88 N0



Noir
R0 V0 0B
C0 M0 J0 N100

M MUSEO
SLAB

A robust slab with Museo's friendliness
100 100 300 300 500 500 700 700 900 900 1000 1000

Conçue par Jos Buivenga et publiée par la fondrie typographique « Exliijbris » en 2009.

JE CONTINUE

Utilisation de formes rectangulaires



Respect de l'identité visuelle de Mac Donald's

LES FORMULAIRES

Formulaires

Les formulaires sont découpés en plusieurs parties. Un indicateur montre à l'utilisateur le nombre d'étapes restantes (1-2-3). La nature du champ de texte (exemple : Mot de passe) est placée directement à l'intérieur. Les indications se situent en haut pour permettre une bonne compréhension des champs.

Les entrées obligatoires sont indiquées après la saisie des informations. Le changement d'état est représenté par la couleur verte ou rouge (selon une bonne ou mauvaise saisie). Elles ne sont pas visibles dès une première utilisation.

La saisie des dates est facilitée par l'apparition d'un calendrier permettant de choisir facilement le mois, jour et année de naissance de la personne.



Décomposition des tâches

Rappel de l'identité du site par l'utilisation du logotype



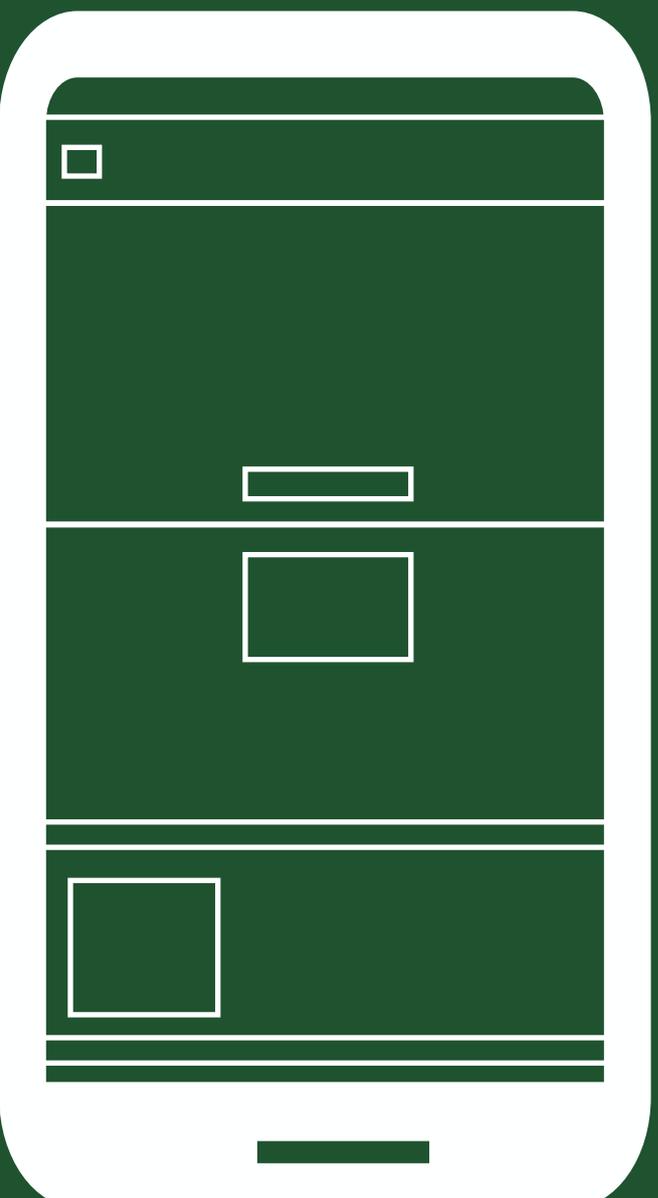
Zone d'identification

Zone de création de compte

Contrat d'utilisation

Page de connexion (mobile)

APPLICATIONS MOBILE



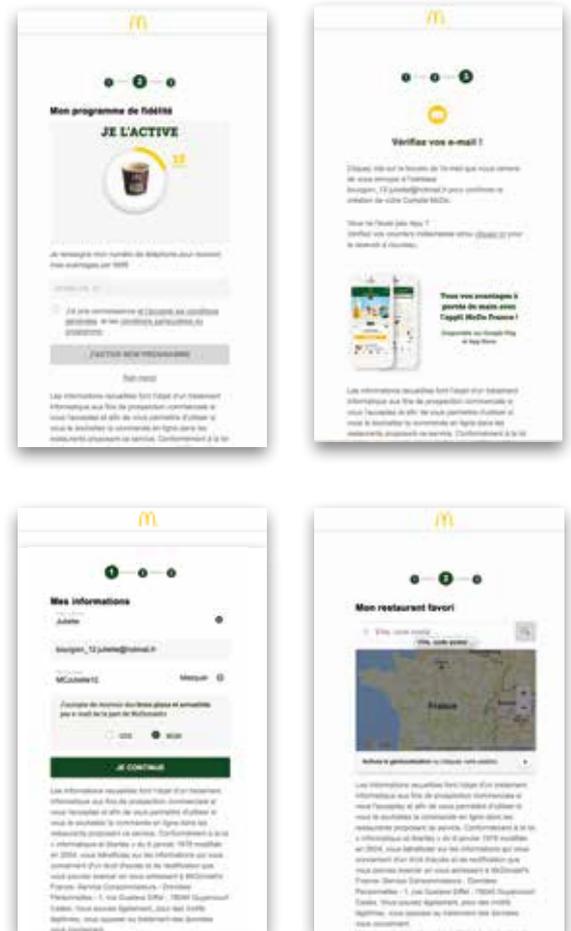
LA CRÉATION D'UN COMPTE

Android et iOS

L'application McDonald's est hybride (support entre l'application et l'interface web) pour permettre la mise à jour du contenu facilement. L'application n'a pas à être modifiée. Elle est déclinée sur Android et iOS. Des conventions différentes sont mises en place par les deux écosystèmes pour la création de l'interface utilisateur.

iOS utilise par convention une barre de menu placée en bas de l'interface pour basculer entre les pages de l'application.

Android utilise une logique d'onglets déroulants en haut à gauche de l'écran.



Étapes de création d'un compte

Création d'un compte

La création d'un compte McDonald's est segmentée en plusieurs étapes. Elle se classe dans la catégorie « première utilisation ».

L'action utilisateur est découpée en quatre étapes :

1. Enregistrement adresse mail et création d'un mot de passe

L'utilisateur se retrouve confronté aux formulaires. Des données basiques lui sont demandées, e-mail, nom et prénom ainsi que la création d'un mot de passe.

2. La sélection d'un restaurant

Selon la localisation trouvée grâce aux cookies, les restaurants de la ville localisée sont proposés à l'utilisateur.

3. Activation du programme de fidélité

4. Vérification de l'email renseigné



Demande d'activation du compte



Première connexion au site web

L'UTILISATION D'UN COMPTE

Passer une commande

Les informations personnalisées sont placées en haut de l'UI : rappel du restaurant choisi, état (ouvert, fermé), localisation et services accessibles ou non. L'icône panier est située en haut à droite par convention. Un bouton binaire permet de sélectionner l'état de sa future commande (emporter ou sur place).

On note la présence d'une tab menu composée de :

Mes promotions, cadeau du moment, en ce moment, signature by McDonald's, Nos menus, nos sandwiches, petite faim, produits à partager, nos boissons, nos desserts, nos salades, happy meal, frites et sauces.

Pour commander un produit, un menu délimite les différents choix de produits possibles mis à disposition de l'utilisateur. Un visuel lui permet de repérer les types de produits qui l'intéresse (exemple : boissons, sandwiches, desserts).

Pour une meilleure expérience, l'application met en place un système de silhouettes graphiques qui afficheront les produits sélectionnés.

Cette méthode donne une bonne visualisation immédiate de la commande entière qui va être achetée.

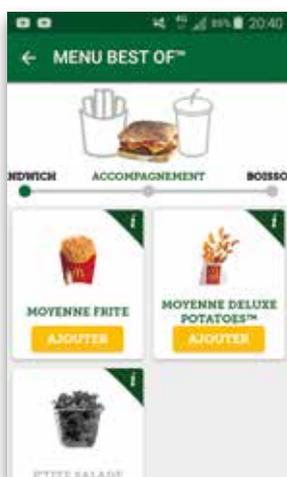
Composition du panier

L'utilisateur peut composer son panier en sélectionnant les produits grâce aux boutons « ajouter ». Une animation métonymique s'active pour représenter l'action d'ajout au panier virtuel. La page Panier a le rôle de confirmer les articles choisis sous forme de listes (sans visuels). L'utilisateur a la possibilité de rajouter ou supprimer des articles à l'aide d'icônes + et -. Après validation, un message de sécurité apparaît. L'utilisateur doit retaper son mot de passe pour accéder à la suite du paiement.

La page récapitulatif et paiement contient les informations suivantes :

- Total de la commande
- Restaurant sélectionné (dans lequel se rendre pour retirer la commande)
- Type de commande (emporter ou sur place)
- Un texte explicatif indique l'heure maximum de retrait de la commande.

Des boutons représentant les modes de paiements sont cliquables et mis en valeur (par leurs tailles et leurs couleurs). Les modes de paiement proposés s'adaptent en fonction des données collectées sur l'utilisateur (exemple : proposition de payer par PayPal). Un sms est ensuite envoyé pour confirmer la validation de la commande et fournir le code nécessaire pour la retirer au restaurant.



Silhouettes lors de la commande

LE ZONING DE L'APPLICATION

Dès l'ouverture, une pop up apparaît. Par une infographie, elle met en avant les nouveaux sandwiches du moment.

Note : Selon si l'utilisateur est connecté à son compte certains contenus sont réajustés. La construction de l'application incite la connexion ou la création d'un compte (sinon il n'est pas possible de commander en ligne).

La page « Nos actualités » (première page) contient trois parties : restaurant choisi, programme fidélité et produits. Des icônes sont utilisées pour attirer l'œil de l'utilisateur sur les rubriques.

La page « Nos restaurants » contient comme le support web traditionnel une Google map pour localiser les points de vente.

La page « Nos produits », utilise la tab menu pour surfer entre les rubriques et lister les menus et burgers possibles.

La charte graphique appliquée est cohérente avec celle du site web. La couleur verte et la typographie utilisées sont identiques. La couleur jaune du logo est reprise pour mettre en avant les boutons « ajouter au panier ». Une page information indiquée par le bouton « i » donne accès à des informations précises sur la composition des produits. Pour une bonne lisibilité des données, des tableaux agrémentés de couleurs organisent l'information.

L'utilisation de photographies donne envie d'acheter le produit et permet à un individu de prévisualiser le sandwich qu'il va acheter.

Affordance des boutons

La Loi de Fitts est appliquée. La taille des boutons est correcte (exemple : smartphone Galaxy Core Prime, bouton ajouter produit fait 2,5 cm de largeur 5 mm de hauteur).

L'utilisation de l'ombrage renforce la visibilité des boutons. Les comportements tactiles utilisés sont le « taper/glisser ».



Page d'accueil



Page « commander »

JE CONTINUE

Bouton « Je continue »

BORNE INTERACTIVE



L'UTILISATION DU SERVICE

Les bornes sont destinées à être utilisées à répétition. Elles doivent permettre des achats rapides. Le contenu est donc perçu selon des conditions spécifiques : le monde environnant la borne et les files d'attente.

La forme d'une borne rappelle celle du smartphone. Par cette ressemblance l'utilisation intuitive du support se crée. Elle renvoie à des conventions comprises par l'utilisateur. La manipulation tactile est standardisée par le smartphone.

L'utilisation d'une borne se décompose en plusieurs étapes :

1. Choix : emporter, sur place ou retrait d'une commande internet (usage de pictogrammes)
2. Liste des offres et produits affichés en conséquence
3. Validation du panier
4. Paiement
5. Retrait de la commande avec ticket ou service en salle

Page d'accueil

Liste des produits

Un encart destiné aux actualités occupe un quart de l'écran (placé en haut de l'UI). Sur la gauche, une liste interactive contient les catégories de produits.

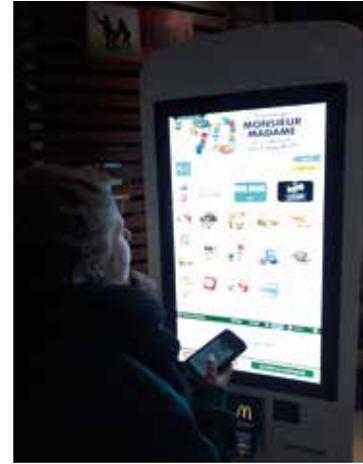
La partie centrale met en avant les offres ou burgers disponibles (visuel et titre, si en rupture de stock le visuel est grisé).

La partie du bas est consacrée à l'espace panier. Il contient l'affichage des informations : total de la commande, informations nutritionnelles, produits pour enfants, accès handicapé. Cette partie évolue en fonction des choix de l'utilisateur (ajout du produit sélectionné).

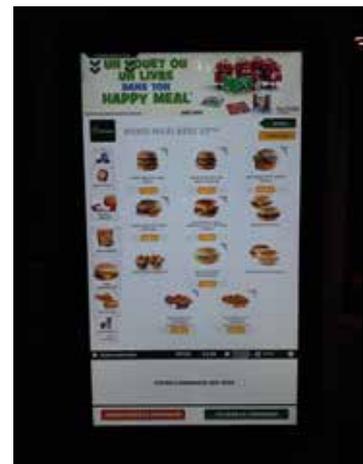
En bas de l'interface deux boutons imposants permettent d'abandonner (utilisation du code couleur rouge) ou de valider (utilisation du code couleur vert) la commande.

Des pop ups intrusives apparaissent tout au long de l'expérience pour proposer des produits en plus à l'utilisateur.

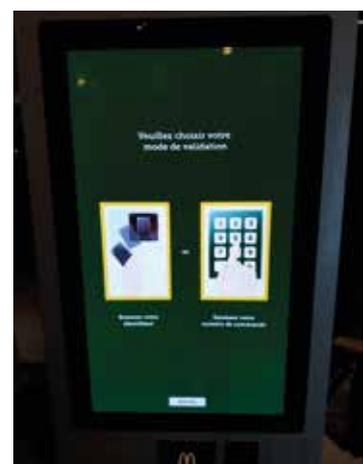
NOTE : L'absence d'un fil d'ariane ne permet pas à l'utilisateur de connaître sa position dans l'offre (menu) sélectionnée.



Menu principal



Liste des produits



Paiement à la borne



CONCLUSION

RÉSUMÉ DE L'USAGE

Les trois supports par leurs constructions sont utilisés de différentes manières

Support web traditionnel

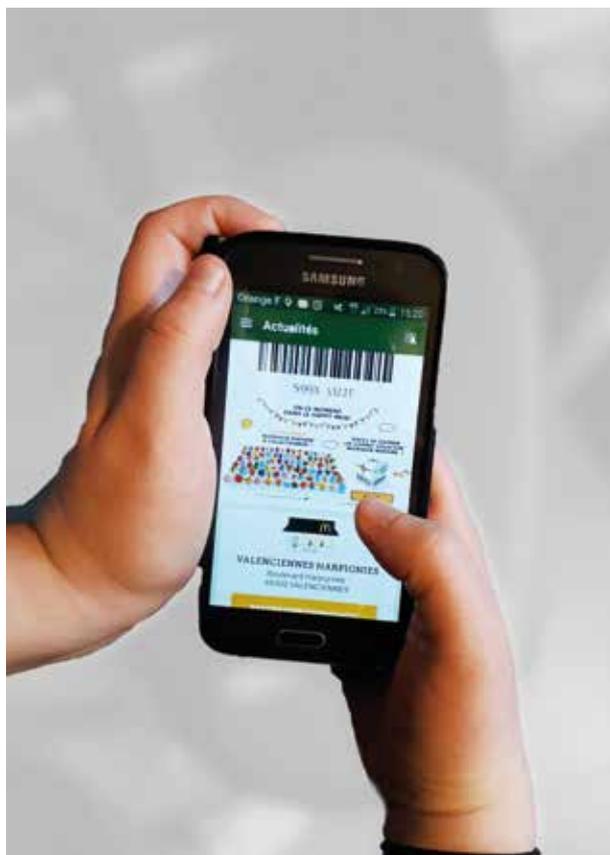
Apporter les informations recherchées à l'utilisateur, présenter les produits et informer des nouveautés.

Support Mobile – application

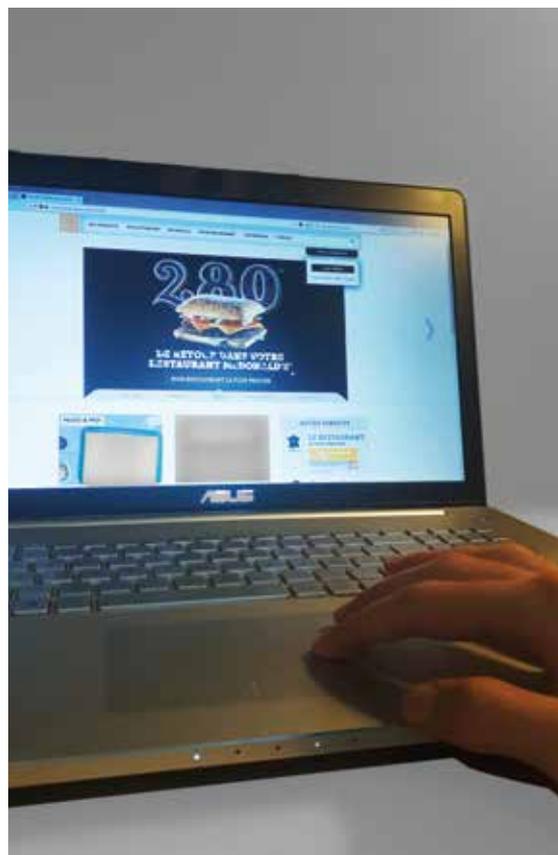
Utilisation en mobilité, commander des produits et fidélisation de l'utilisateur grâce à un compte fidélité avec accès aux promotions personnalisées.

Borne interactives

Passer une commande rapide en ayant un aperçu du futur paiement et des produits disponibles.



Prise en main de l'application



Prise en main du site web

LES PRÉCONISATIONS

Pour une meilleure expérience utilisateur, voici nos préconisations :

Partie site web

Pour les pages : « en famille », « notre entreprise » « l'emploi »

L'utilisation d'une image chargée en fond peut générer une mauvaise lisibilité du contenu. Positionnés par dessus, les liens hypertextes sont traités comme des textes standards. Il est difficile de les identifier sans passer le pointeur par dessus.

✓ Les liens hypertextes peuvent être encadrés pour ressembler à un élément cliquable.

Les formulaires n'indiquent pas les éléments obligatoires sans une première validation des informations saisies.

✓ Une astérisque à côté des champs de textes indiquera les éléments nécessaires à saisir.

Le menu est remplacé par un bouton (retour sur le site) dans la page « Nos restaurants ».

✓ Ce changement n'est pas justifié du point de vue de l'utilisateur, il suffit de remettre le menu.

Partie application

L'accès aux pages (picto « i ») informations des produits n'est pas une zone cliquable assez importante.

✓ Il faut le positionner en dehors du visuel produit par exemple.

Le bouton binaire « emporter ou sur place », n'est pas visible facilement dans l'interface utilisateur. Il se confond dans la tab menu.

✓ Un bandeau jaune permettrait de mettre en valeur l'information.

Partie bornes interactives

Les pop ups intrusives contiennent des produits type : café etc ..., elles apparaissent subitement et peuvent gêner l'utilisateur.

✓ Un encart dans l'interface peut être réservé pour faire apparaître l'annonce plus subtilement.



Résolution hyperlien



Résolution carte



Résolution passage d'une commande

Les supports web et mobiles de la marque McDonald's permettent de répondre aux besoins des utilisateurs. Elles informent, présentent les produits et donnent la possibilité de les précommander en ligne.

Le site web traditionnel réussit à mettre en place une architecture de l'information cohérente. Le contenu est organisé et hiérarchisé en fonction des besoins types des utilisateurs (les actualités en page d'accueil). Une bonne dénomination des pages permet de facilement se diriger vers le contenu recherché. Le pronom placé devant les titres du menu véhicule les valeurs de la marque.

La partie produit commence du général (les offres) pour aller au particulier (produit précis). Un fil d'ariane est présent et permet à l'utilisateur de connaître et modifier sa position.

Pour promouvoir les nouveaux produits, le carrousel permet d'afficher différentes infographies dans la même zone. Il est facile de le modifier pour renouveler les promo-

tions des nouveaux sandwiches (évolutif).

La quantité de données que l'utilisateur doit saisir dans les formulaires est équilibrée. La segmentation des étapes de création de compte permet de ne pas décourager l'utilisateur.

L'application est réfléchie pour une prise en main du smartphone à deux mains. Le tactile se compose de taper/glisser. Les boutons sont abordables par leurs aspects graphiques et leurs tailles. L'utilisation de silhouettes graphiques remplacées par un visuel lors de la sélection d'un produit permet une meilleure compréhension de la commande.

Les bornes interactives sont claires et simples d'utilisation, elles doivent permettre des achats rapides.

La mise en avant des produits par une photographie est importante pour un restaurant. Elles donnent envie à l'utilisateur d'acheter le produit. L'homogénéité graphique entre les différents supports permet une expérience utilisateur plus agréable.

LES RÉFÉRENCES

Tendance du mot clé « MacDonald's » en France

Google. (2017).

Repéré à : <https://trends.google.fr/trends/explore?geo=FR&q=%2Fm%2F07gyp7>

Règle des trois clics

Usabilis. (2016).

Repéré à : <http://www.usabilis.com/mythe-regle-3-clics/>

Basic patterns for mobile navigation

Uxplanet. (2017).

Repéré à : <https://uxplanet.org/basic-patterns-for-mobile-navigation-d12a87686efe>

Ergonomie des interfaces

Guide pratique pour la conception des applications web, logicielles, mobiles et tactiles

Nogier, J-F., Bouillot T., Leclerc J. (2017).

Ergonomie des interfaces. Paris, France : éditions Dunod.

