

L'UTILISATEUR A TOUJOURS RAISON!

:RATIO

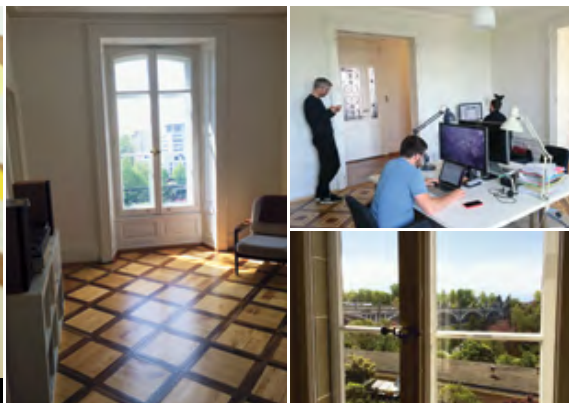
ARTICLE ÉCRIT PAR
VICTORIA MARCHAND

:RATIO EST LA PLUS GRANDE AGENCE SPÉCIALISÉE EN « EXPÉRIENCE UTILISATEUR » DE SUISSE ROMANDE. AFIN DE FAIRE CONNAÎTRE CETTE DISCIPLINE À MI-CHEMIN ENTRE L'ERGONOMIE ET LE WEB DESIGN, ELLE ORGANISE, DEPUIS DEUX ANS, LE COLLOQUE UX LAUSANNE QUI RÉUNIT DES EXPERTS DE CETTE DISCIPLINE.

Contrairement aux autres interviews qui se passent dans la salle de conférences, la rencontre avec Simon Farine et Yann Ringg, les deux fondateurs de :ratio, s'est tenue dans un petit boudoir aux boiseries et parquets d'époque rappelant que l'espace occupé par cette agence était à l'origine un appartement digne des immeubles bourgeois lausannois. Si le choix de cette pièce n'est pas anodin, l'emplacement du fauteuil réservé à l'invité l'est encore moins. Car de là, on découvre une vue imprenable et rare du Pont de Chaudron. Beau souci du détail! Quoi de plus normal pour des spécialistes en « expérience utilisateur » ou en UX (User Experience) qui, depuis 2009, n'ont eu de cesse de démontrer que l'humain passe toujours avant la technologie.



YANN RINGG ET SIMON FARINE, FONDATEURS DE :RATIO



QU'EST-CE QUE L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR ?

Selon la norme iso 9241-210, ce terme correspond « aux réponses et aux perceptions d'une personne qui résultent de l'usage ou de l'anticipation de l'usage d'un produit, d'un service ou d'un système ». Autrement dit, le UX tente de qualifier le bénéfice et vise à améliorer le ressenti de l'utilisateur lors de la manipulation d'une interface ou d'un objet fonctionnel. Une démarche essentielle pour les marques qui sont plus que jamais à la recherche d'attention sur la Toile. Ainsi, que l'on soit en train de basculer son site en responsive, que l'on veuille développer une application native ou que l'on planifie de se lancer dans l'Internet des objets, l'approche UX est une couche que l'on ne peut plus négliger.

C'est cette expertise qui est proposée chez :ratio, dont la mission est d'accompagner des agences web, de publicité ou d'événementiel à améliorer l'ergonomie et le graphisme de sites, d'applications mobile, d'intranet ou d'interfaces machines. Ce qui sous-entend que l'agence se retrouve souvent à devoir collaborer avec un autre prestataire. « Nous ne sommes pas des développeurs de sites, confirment ces deux responsables. On nous sollicite pour dessiner l'architecture de l'information, concevoir des *wireframes*, tester des pages ou le graphisme, faire des tests utilisateurs, etc. ». Si cette division du travail était difficile à comprendre voici quelques années, le passage au responsive a bien changé la donne. Concevoir un site pour des ordinateurs, des tablettes et des mobiles implique que l'on imagine des interfaces différentes non seulement en fonction de la taille des écrans mais également de l'usage que l'on en fera. « Les marques commencent à être sensibles à cet aspect, et il n'est plus rare que notre partenaire à l'interne soit un project manager dédié à l'expérience utilisateur. De même que nous pouvons tenir ce rôle pour nos clients afin de les aider à concevoir le cahier des charges du brief à destination d'une agence web. »

« J'EN AI MARRE DE MON SITE ! »

« Certains de nos clients arrivent avec ce constat. Consultant ou alimentant régulièrement leur site en contenu, ils ont envie d'en changer. Mais en va-t-il de même pour leurs clients? L'amélioration de l'interface utilisateur ne signifie pas qu'il faille tout mettre

à la poubelle. » À l'inverse, les mauvaises performances d'un site impliquent que l'on se penche sur son positionnement. « Quel est le profil du public visé (persona), quelle est la pertinence du parcours et du contenu proposé, quel est l'objectif de l'éditeur du site (image, vente, etc.)? Tous ces points vont avoir une incidence sur la conception du site et de l'écosystème médiatique qui devra l'accompagner tant online que sur les réseaux sociaux. » Résultat, la question du graphisme, que l'on croit souvent à tort comme cruciale, arrive après la compréhension du parcours client, de l'élaboration des points de contacts online et de la mise en place d'une architecture cohérente permettant un parcours fluide et logique sur toutes les interfaces proposées.

EST-CE CHER ?

Le monde du web ne cesse de spécialiser. Les marques qui n'en sont plus à leur premier essai ont compris que ce qui coûte désormais le plus, ce sont les erreurs de stratégie. L'approche UX, même si elle ne peut tout résoudre, permet de construire, à l'instar des architectes, les meilleurs plans possibles et donc de réduire les corrections qui ne manquent pas après le lancement de toute nouvelle interface. « Une fois que nos clients ont compris cette démarche, ils nous demandent régulièrement des prestations complémentaires. » Et il n'est pas rare que l'agence organise des ateliers de formation.

UXLAUSANNE

C'est ce qui l'a amenée à organiser un colloque de deux jours où conférences et ateliers permettent d'aborder et de mettre en pratique différentes thématiques liées à l'UX. La deuxième édition s'est tenue début juin et elle a réuni une centaine de personnes. « Nous croyons dans la formation continue. Que l'on soit un web designer, un marketeur, un créatif en train de lancer une start-up, il est essentiel d'appréhender les nouveaux usages que les développements technologiques nous proposent. » Les défis sont énormes, raison pour laquelle cette agence qui compte sept collaborateurs souhaite pour l'instant se focaliser sur la Suisse romande: « il y a tant à faire! »

WWW.8RATIO.CH