

Mobilisez vous pour le Responsive, nos recommandations

Nous vous parlions en janvier 2013 sur ce blog de la montée en puissance du smartphone et des adaptations indispensables qu'il faudrait inventer pour que les mobinautes naviguent avec autant de plaisir sur votre site à partir d'un ordinateur ou à partir d'un smartphone.

Ce constat reste valable et le phénomène s'amplifie, et est même devenu la norme

comme le montrent les chiffres ci-dessous.

- 61% des français possèdent un smartphone
- 1h19 en moyenne sur un smartphone par jour en France
- 65% des consommateurs connectés commencent leur parcours d'achat sur un smartphone (en France) ; si vous vendez en ligne, vous ne pouvez ignorer cette donnée !
- 7,3 milliards de cartes SIM sont désormais utilisées à travers le globe (moyenne 1 par être humain) : la concurrence est donc mondiale, opportunité d'exporter, risque d'être concurrencé sur son propre marché.

Votre site ou votre boutique doit donc absolument être visible et surtout lisible sur un smartphone.

Les techniques permettant une adaptation d'un site quel que soit le lecteur utilisé (ordinateur, tablette, smartphone) sont désignées par le terme « **responsive design** ».

Sachez que la taille de visualisation va varier de environ 24 pouces soit 61 cm de diagonale à 5.1 pouces soit 13 cm de diagonale, soit un rapport de 1 à 5 !

La taille de l'écran est un facteur important mais pas le seul ; pensez aux **différences d'ergonomie et d'usage de chaque outil** de lecture.

Fort de notre expérience, nous vous proposons quelques recommandations non exhaustives pour aller vers le responsive design :

- **Penser « mobile first »**, c'est-à-dire concevez votre site pour un écran tactile de smartphone puis adaptez le à l'écran d'un ordinateur. On inverse ici la démarche qui était auparavant de créer le site pour un écran d'ordinateur, puis de l'adapter à l'environnement d'un smartphone. Pas facile de changer ses habitudes !
- **Multiplier les pavés cliquables** : pratiquant vous-même la navigation sur un site à partir d'un mobile, vous avez expérimenté la difficulté voire la galère pour accéder à un lien positionné sur un mot. Et à l'inverse la facilité et le bonheur de cliquer sur des zones mieux délimitées parfois par une image.
- **Adapter la taille des contenus**, c'est aussi optimiser pour les grands écrans. Si vous devez proposer un site visualisable facilement sur un smartphone, il reste des utilisateurs de votre site à partir d'un ordinateur, et dans ce cas, les écrans sont de plus en plus imposants.

Profitez de cet espace pour véhiculer votre image à travers de belles photos sous forme de diaporama ou de fond.

- **Supprimer certains contenus** (vidéo, image ou texte) ? That is the question ! Aux débuts du responsive, on imaginait ou on supposait que le mobinaute commençait la visite sur un site et s'il voulait approfondir utilisait son ordinateur pour accéder à une information plus détaillée. Que nenni ! le mobinaute est avant tout un internaute et il veut accéder au même contenu. On adapte donc le contenu par sa taille et son positionnement.
- **Faciliter la viralité** ; on constate que l'usage du smartphone est orienté massivement vers la consultation et la conversation sur ses réseaux sociaux. Sachant cela, mettez bien en évidence tous les appels au partage sur votre site. Le mobinaute a plus que n'importe quel usager de votre site, le réflexe « réseaux sociaux ». Que du bénéfice pour vous, afin que votre message soit diffusé largement.
- **Éviter les pages trop lourdes**, surtout pour l'accueil. En effet, l'accès aux réseaux n'est pas toujours performant surtout s'il est mutualisé dans un espace public.
- **Prévoir un test utilisateur**, évidemment, en faisant appel à des testeurs utilisant des environnements différents et en fonction de votre cible.

Si vous vous demandez si votre site répond aux règles du responsive design, testez-le avec un smartphone relativement récent, et constatez si l'expérience utilisateur sur les différentes pages est concluante.

Vous disposez également d'outils en ligne, permettant une analyse robotisée, comme [Google Resizer](#) qui teste l'affichage sous PC, tablette et smartphone.

Peut-être que 2 ou 3 aménagements seront nécessaires pour

améliorer l'ergonomie ... ou alors c'est **la refonte complète qui s'impose** ... décidez en fonction des enjeux.

Source pour les données chiffrées 2015 : Ovum, App Mobile, Minutebuzz

Auteur: Philippe Boyadjis

[Vous souhaitez refondre votre site?](#)

[Contactez-nous !](#)