9 mai 2023 - Résultats des tests d'expérience utilisateur

Retour à Groupe de travail federal provincial territorial sur la gestion du contenu web/Reunions

Contents

Ordre du jour

Présents

Mises à jour du Bureau de la transformation numérique (BTN)

Résultats des tests d'expérience utilisateur

- Gouvernement du Yukon
  - Changement de nom de programme
  - Refontes majeures du Web
  - Perfectionnement professionnel
- Services aux Autochtones Canada
  - Déclencheurs
  - Utilisation d'analyses et d'ateliers
- Bureau de la transformation numérique
  - Collecte de données passive
- Gouvernement de l'Alberta
  - Ambassadeurs
  - Présentation de Sarah Dunn – expérience utilisateur sur Alberta.ca
  - Les approbations
  - Le recrutement
  - Les entretiens
  - L'analyse
  - Ce que nous avons appris à ce jour
  - Recrutement pour les tests d'accessibilité

Ordre du jour

- Mises à jour
- Résultats des tests d'expérience utilisateur
  - Que faites-vous pour tirer le meilleur parti des tests auprès des utilisateurs?
  - Quel est votre déclencheur pour effectuer des tests compte tenu des défis tels que l'argent, le temps et les ressources?
  - Comment procédez-vous pour mettre en place les tests et que faites-vous de vos résultats?
  - Avez-vous des anecdotes de tests pour des besoins de conception particuliers?

- Avez-vous des outils à diffuser que vous possédez ou utilisez et dont d'autres pourraient tirer avantage?
- Pouvez-vous diffuser des découvertes, des idées, des processus ou des outils qui pourraient s'appliquer à d'autres?

Présents

- Michèle-Renée Charbonneau, Bureau de la transformation numérique, Secrétariat du Conseil du Trésor (SCT) [gouvernement du Canada]
- Kathleen McDonald, Services aux Autochtones Canada
- Beth Doucette, gouvernement de l'Île-du-Prince-Édouard (Î.-P.-É.) [services partagés des TI]
- Kayte McLaughlin, gouvernement du Nouveau-Brunswick
- Allison Leonard, équipe Web du gouvernement de la Nouvelle-Écosse
- Sarah Dunn, expérience utilisateur sur Alberta.ca
- Jennifer Kowton, Communications et mobilisation du public du gouvernement de l'Alberta
- Peter Smith, Bureau de la transformation numérique, SCT (gouvernement du Canada)
- Wayne Bouwmeester, province de l'Alberta
- Lily Gontard, gestionnaire des communications en ligne, gouvernement du Yukon
- Laura Piper, Bureau de la transformation numérique, SCT (gouvernement du Canada)
- Simon Cossette, éditeur principal, Emploi et Développement social Canada (EDSC), gouvernement fédéral
- Chelsey Donohue, Bureau de la transformation numérique, SCT (gouvernement du Canada)

Mises à jour du Bureau de la transformation numérique (BTN)

Quelle est la prochaine étape pour le groupe de travail FPT : Nous ne pouvons pas continuer à présider cette communauté et à gérer le travail qui y est associé. Nous espérons que certaines personnes de la communauté qui voient la valeur de ce groupe pourront prendre le relais. Si vous voulez prendre le relais, je vous prie de nous en informer à l'adresse :

- [@tbs-sct.gc.ca|dto.btn@tbs-sct.gc.ca (Mailto:dto.btn)].

Il y a aussi la communauté d'International Design in Government et le canal sur Slack où les gens communiquent les meilleures pratiques de manière moins formelle.

- Site Web d'International Design in Government (http://international.gov-design.com/)
- Canal sur Slack d'International Design in Government (https://join.slack.com/t/intlgovdesign/signup)

Grève : La grève est maintenant terminée et nous sommes heureux que tout le monde soit de retour. Nous sommes encore dans le processus de rattrapage.

Contenu concernant le couronnement : Célébrations canadiennes du couronnement

Incendies de forêt en Alberta : Travail sur le contenu Web lié aux incendies de forêt en Alberta.

Résultats des tests d'expérience utilisateur

Gouvernement du Yukon

Changement de nom de programme

- Faire des recherches sur les utilisateurs avant de changer le nom d'un programme
- Le nom du programme de logement social a récemment été changé à quelque chose de plus abstrait.
- Nous avons commencé à faire des tests pour mieux comprendre la langue utilisée par les clients afin que nous puissions l'utiliser dans nos titres, en-têtes et contenus.

Refontes majeures du Web

- Si quelqu'un veut faire une refonte du contenu, il doit d'abord faire la recherche.
- Nous avons fait des recherches lorsque nous avons refait notre site Web en 2018.
- Faire des tests sur l'expérience utilisateur une exigence - si quelqu'un voulait déplacer son contenu, il devait d'abord faire une recherche sur les utilisateurs.
- Faire les tests en interne, sans sous-traitants.

Perfectionnement professionnel

- Voir la recherche comme faisant partie du perfectionnement professionnel.
- Encourager les représentants Web à suivre la formation Nielsen Norman.
- Très petit groupe pour que chacun ait la possibilité de travailler sur la recherche – cela aide à ralentir le roulement et à mobiliser les gens.
- Cela permet à l'équipe de rester plus engagée et leur donne différents fichiers sur lesquels travailler.
- Plus on fait de recherche, plus les gens s'y intéressent

Services aux Autochtones Canada

Déclencheurs

- Essayer de déplacer les critères qui déclenchent la recherche d'utilisateurs pour ne plus se concentrer uniquement sur des sujets brûlants dans notre mandat ou sur des questions politiques, et davantage vers des activités d'entretien.

Utilisation d'analyses et d'ateliers

- Diffuser notre plateforme d'analyse avec nos responsables des programmes et des politiques afin qu'ils puissent voir ce qui se passe dans leur contenu Web.
    - Cela les amène à se demander pourquoi les choses ne fonctionnent pas comme ils le pensaient.
- Organiser des ateliers collaboratifs avec les parties prenantes pour s'assurer que le contenu du programme Web plus petit est également informé par les données.

Bureau de la transformation numérique

Collecte de données passive

- Nous avons deux entrées assez récentes qui nous aident à décider si nous devons poursuivre une recherche approfondie sur les utilisateurs :
  - signaux de notre enquête continue sur la réussite des tâches;
  - signaux provenant des commentaires des utilisateurs sur la page.
- Nous surveillons les entrées afin que nous puissions recueillir des preuves pour établir un dossier expliquant pourquoi nous devrions faire plus de recherches plus tard.

Gouvernement de l'Alberta

Ambassadeurs

- Alberta.ca a une équipe de trois concepteurs de sites Web.
- Effectuer de nombreuses recherches sur notre site Web, puis travailler avec l'équipe de contenu.
- Avoir un groupe de travail au sein du secteur avec 15 personnes qui se forment et se familiarisent avec l'expérience utilisateur, puis mettent en œuvre les processus dans leurs propres situations.
- Cela nous donne plus de personnes qui défendent auprès des clients l'importance de l'expérience utilisateur.

Présentation de Sarah Dunn – expérience utilisateur sur Alberta.ca

Présentation : Programme de recherche sur les utilisateurs d'Alberta.ca (https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwiki.gccollab.ca%2Fimages%2F0%2F0c%2FAlberta_User_Research_FR.pptx)

Mettre l'accent sur :

- Les approbations
- La découverte
- Le recrutement
- Les entretiens
- L'analyse

Les approbations

- Il faut environ de 9 à 12 semaines pour exécuter un projet d'expérience utilisateur.
- Nous avons réalisé un projet d'analyse approfondie des services pour voir comment les services étaient représentés sur le Web.
- Collaboration avec la fonction publique de l'Alberta pour tester le contenu du recrutement et le tableau des emplois.
- A fait des tests sur la COVID.
- Rétroaction négative en lien avec les tests lorsque les gens ont peur que cela crée une situation politique.
  - Créer un dossier de recherche pour aider les programmes à informer leurs parties prenantes/direction pour obtenir leur adhésion.
  - Si nous obtenons l'adhésion, nous travaillons directement avec leur stratège de contenu.

Le recrutement

- Décider avec quel type de personnes nous voulons tester les utilisateurs (c'est-à-dire le public, la relation avec le programme, l'âge, le sexe, le lieu, etc.).
- Méthodes de recherche de participants :
    - Utilisateurs d'Alberta.ca;
    - Bulletin d'information/liste de diffusion;
    - Intervenant;
    - Médias sociaux;
    - Messages contextuels sur le site Web ciblés sur des données démographiques particulières, ce qui nous donnera jusqu'à 200 réponses.
- Avant d'ajouter une fenêtre contextuelle de recruteur à une page, nous informons les directeurs de la communication pour nous assurer qu'il n'y a pas de problèmes litigieux avec cette page.
- Décider des participants puis leur communiquer le projet.
- Réduire les absences aux tests en offrant des incitations (cartes-cadeaux Amazon de 25 $).
    - Obtenir le soutien de la direction.
    - Les absences et les problèmes de planification retardaient vraiment les choses.
    - Nous avons examiné ce que valait ce temps et avons pu obtenir un budget affecté aux tests d'utilisateurs pour les cartes-cadeaux afin que nous puissions amener les gens à s'asseoir pour une séance réelle.
- Toujours aussi heureux de voir combien de personnes sont prêtes à s'asseoir et à aider à améliorer le site Web.

Les entretiens

- Nous perdons généralement environ 1/3 des personnes entre le recrutement et les entretiens.
- Les séances durent entre 45 et 60 minutes.
- Les participants partagent leur écran avec nous pendant que nous leur posons des questions et observons.
- Le scénario de test comprend une introduction et une déclaration de consentement que nous leur demandons d'accepter avant de passer à l'entretien et aux tâches.

L'analyse

- Nous passons en revue ce que nous avons entendu des participants utilisant Miro.
- Les notes autocollantes sont toutes des commentaires tirés de nos séances d'utilisabilité.
- Nous regroupons les commentaires communs.
- À la fin, nous présentons un rapport de conclusions dans lequel nous résumons ce que nous avons appris et fournissons des recommandations.

Ce que nous avons appris à ce jour

- Nous avons effectué plus de 100 heures de tests d'utilisabilité sur Alberta.ca et ses prototypes.
- Les utilisateurs fréquents ont une façon très particulière de naviguer.
    - S'ils doivent s'éloigner de leur façon habituelle, ils se perdent.
    - Les gens veulent un point de départ clair.
    - Les gens ont du mal à se déplacer latéralement dans le contenu connexe.
- Nous avons entendu des choses comme « Où est le bouton d'accueil ».

- Les aides visuelles aident à organiser et à diviser le contenu pour l’empêcher d’être écrasant.
- Un contenu non pertinent devient très vite très frustrant.
- Accordéons très bien testés.
    - Les gens aiment pouvoir voir beaucoup d’informations résumées qu’ils peuvent afficher au besoin.
- Les utilisateurs veulent un site Web utilisable.
- Les gens n’étaient pas au courant de nos outils de navigation.
- Les gens ne cherchent pas des outils dont ils n’ont aucune connaissance.
- Les utilisateurs veulent de l’aide pour comprendre comment ce qu’ils lisent sur le site Web s’applique à leur vie.

Recrutement pour les tests d’accessibilité

- Communications et mobilisation du public du gouvernement de l’Alberta ont un bureau pour l’accessibilité où nous essayons de recruter des personnes ayant des problèmes d’accessibilité pour les tests.
- Le BTN essaie de recruter pour combler ce manque en ce moment, mais c’est difficile.

Retrieved from "https://wiki.gccollab.ca/index.php?title=9_mai_2023_-_Résultats_des_tests_d’expérience_utilisateur&oldid=100895"

This page was last edited on 16 June 2023, at 14:00.

Content is available underCreative Commons Attribution 4.0 International Licenseunless otherwise noted.