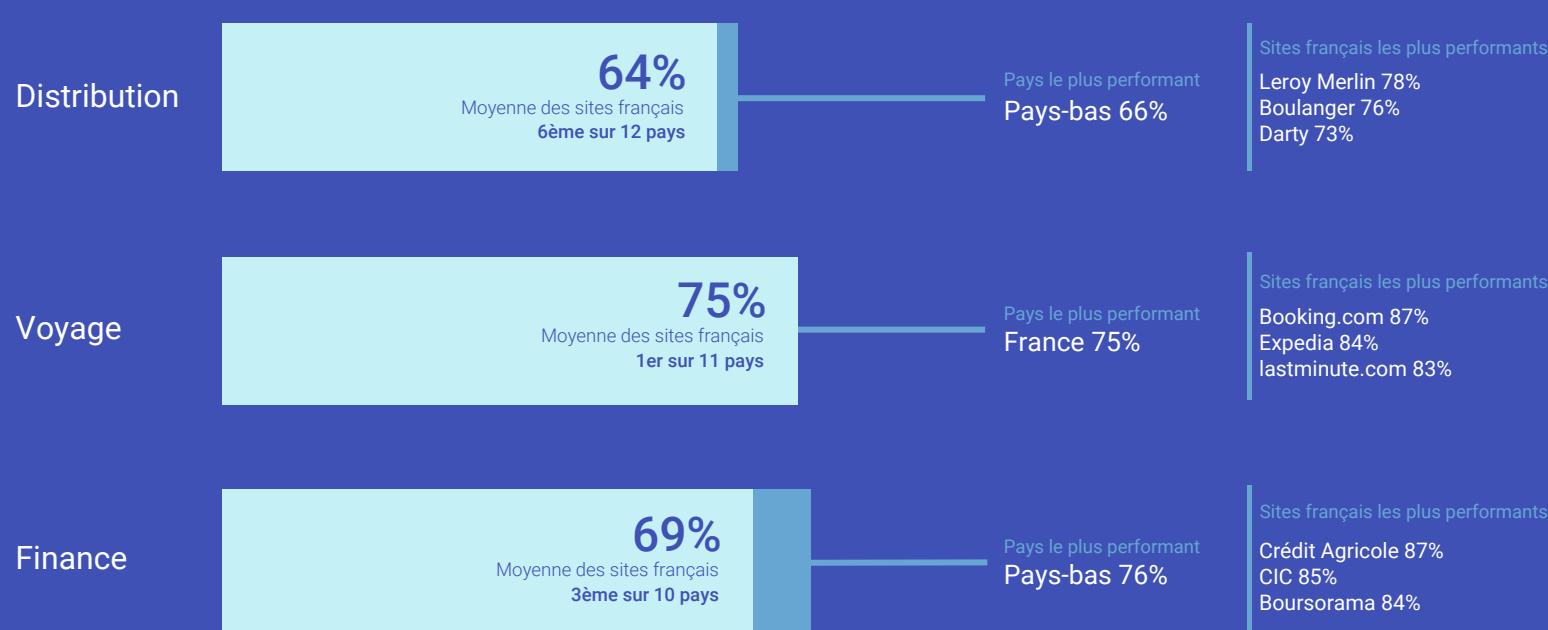


# Voici les experts du mobile

Les internautes attendent de plus en plus des sites mobiles qu'ils soient rapides et faciles à utiliser. Pour aider les marques à identifier les meilleures pratiques pour l'ergonomie et la vitesse des sites mobiles, **Google a audité 460 des sites ayant le plus de trafic dans le domaine des Voyages, de la Distribution, et de la Finance** (SimilarWeb) dans quinze pays de la zone EMEA. Qui sont les experts des sites mobiles? Nous résumons ici les résultats pour la France.

## Scores moyens d'ergonomie des sites français



- 71%**  
Vont sur internet avec leur smartphone
- 61%**  
Utilisent autant ou davantage leur smartphone que leur tablette ou leur ordinateur pour aller sur internet
- 20%**  
Essaient un autre site sur leur smartphone si l'ergonomie d'un site est médiocre

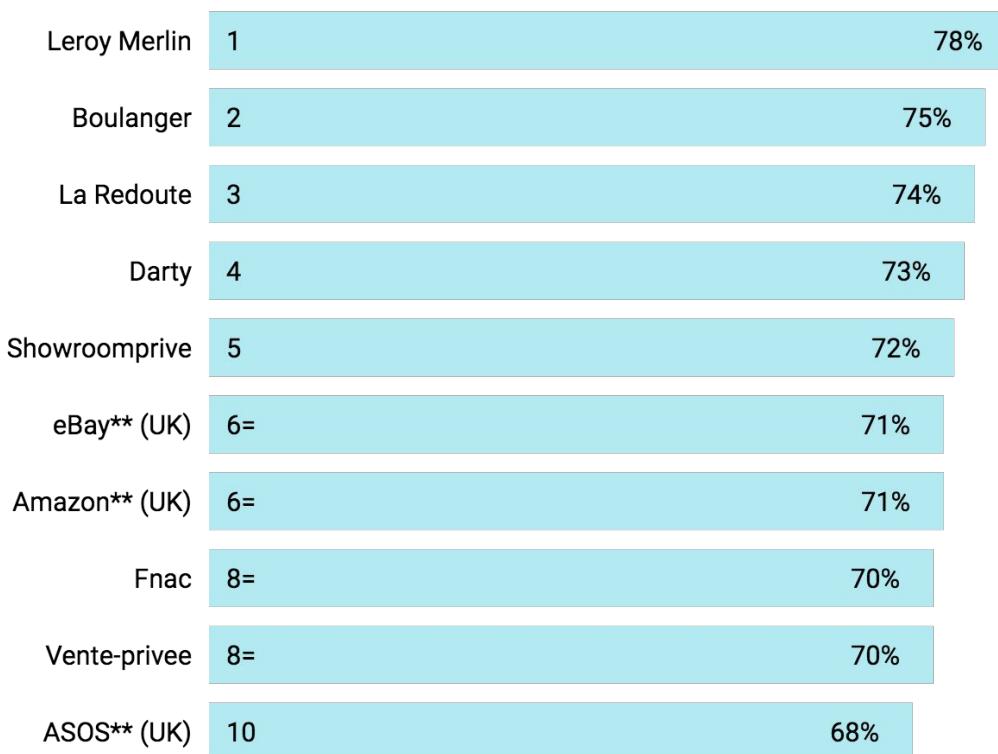
Google a travaillé en partenariat avec l'agence cxpartners, leader dans le domaine de l'expérience utilisateurs (UX) et l'agence française FFConsulting, qui ont audité l'ergonomie des sites, à partir d'un ensemble de bonnes pratiques spécifiques à chaque secteur, et en tenant compte du marché local. L'audit de la vitesse des sites a été réalisé avec Lighthouse, l'outil de mesure de vitesse de Google.



# FR : Benchmark des sites de la Distribution

Les internautes attendent de plus en plus des sites mobiles qu'ils soient rapides et faciles à utiliser. Les 20 sites du secteur de la Distribution ayant le plus de trafic en France\* ont été audités pour leur expérience utilisateur (y compris la vitesse), et les 10 sites ayant les meilleurs scores sont listés ici.

## Top 10 des sites de la Distribution en France



“

Chez Boulanger, l'expérience client est primordiale. Le mobile est aujourd'hui un point d'entrée stratégique sur nos parcours omni canaux. Garantir une navigation fluide, rapide, simple et sans couture, c'est un impératif pour répondre à des enjeux d'image de marque et de commerce. Le classement de Boulanger parmi les leaders du Google mSite Benchmark nous conforte dans cette position.

Denis Boschard - Directeur Digital & business Développement, Boulanger

## Ergonomie : le meilleur site dans chaque catégorie

- Découvrabilité : La Redoute & Asos - 93%
- Pages produits : Vente-Privee & Darty - 92%
- Inscription et conversion: Darty & Fnac - 89%
- Conception mobile : Zalando & Ikea - 100%

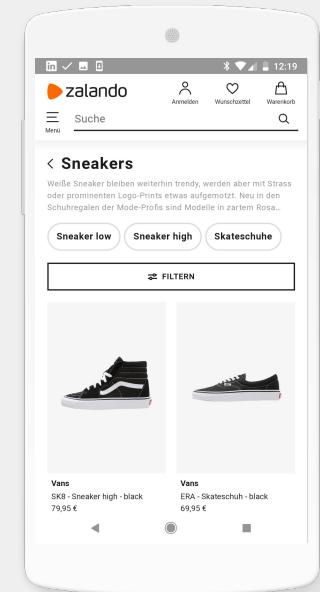
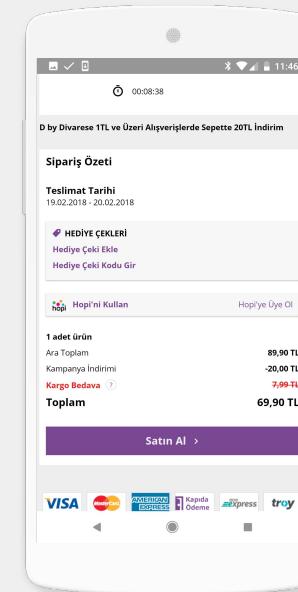
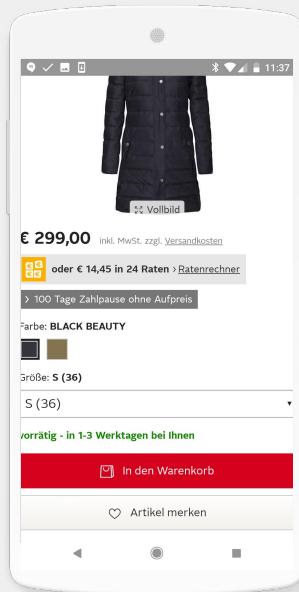
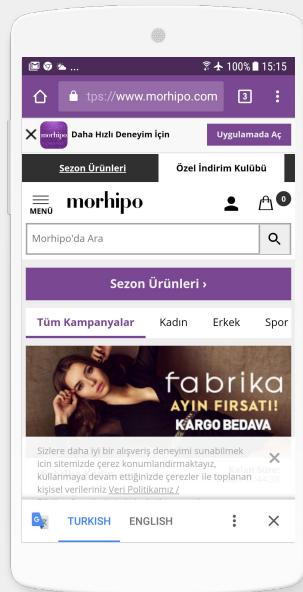
\* Voir l'annexe pour l'explication sur le choix des sites

\*\* Ces scores d'ergonomie proviennent d'expertises de sites réalisées dans d'autres pays



# Exemples des sites leaders

Regardez ce que les sites de distributeurs leaders dans la zone EMEA font particulièrement bien.



## Découvrabilité (14/14)

*morhipo.com (TR)* a une très bonne découvrabilité grâce aux fonctions d'autocomplétion, et de correction orthographique. Les résultats de recherche sont faciles à parcourir, les filtres sont proéminents et bien conçus.

## Pages Produits (13/13)

*otto.de (DE)* donne toutes les informations nécessaires sur les produits de manière claire et concise. Il montre les différentes couleurs, les tailles épuisées, et les produits peuvent être mis en favoris sans avoir de compte client.

## Conversion (19/19)

*morhipo.com (TR)* a un excellent tunnel de paiement pour les 'invités' : le détail des coûts montre les économies réalisées, les messages d'erreur dans les formulaires sont affichés en temps réel et guident les utilisateurs.

## Conception mobile (14/14)

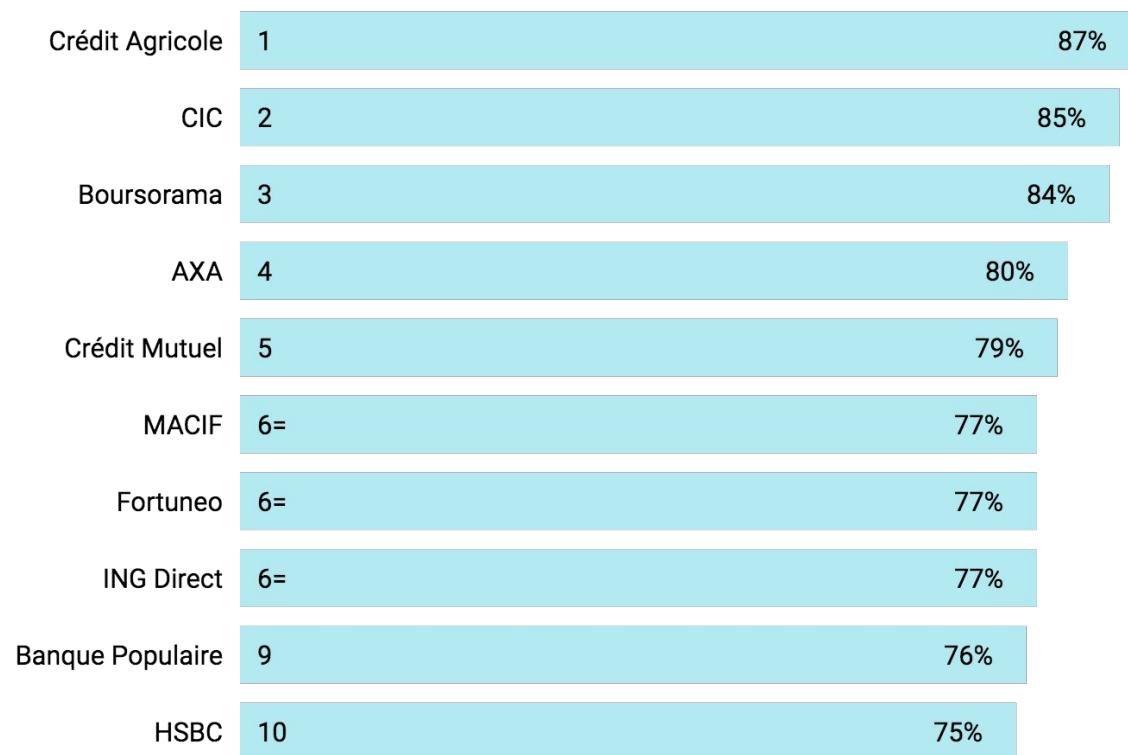
*zalando.de (DE)* a une excellente conception mobile avec des titres clairs, un contenu bien mis en page, des zones cliquables bien dimensionnées, et des icônes clairement légendées.



# France : Benchmark des sites de Finance

Les internautes attendent de plus en plus des sites mobiles qu'ils soient rapides et faciles à utiliser. Les 20 sites du secteur de la Finance ayant le plus de trafic en France\* ont été audités pour leur expérience utilisateur (y compris la vitesse), et les 10 sites ayant les meilleurs scores sont listés ici.

## Top 10 des sites dans le domaine de la Finance en France



“

Le site mobile est extrêmement important pour nous depuis 2011, quand nous avons commencé à voir un basculement rapide de nos clients vers le mobile.

Kirill Bobrov - VP Marketing, Tinkoff (RU)

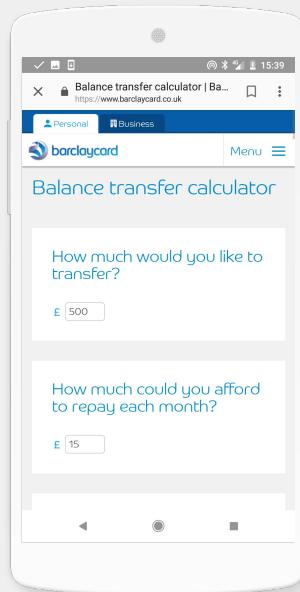
## Ergonomie : le meilleur site dans chaque catégorie

- Découvrabilité : Boursorama - 84%
- Pages produits : Credit-Agricole - 100%
- Inscription et conversion : Credit-Agricole - 100%
- Conception mobile : Credit-Agricole - 100%



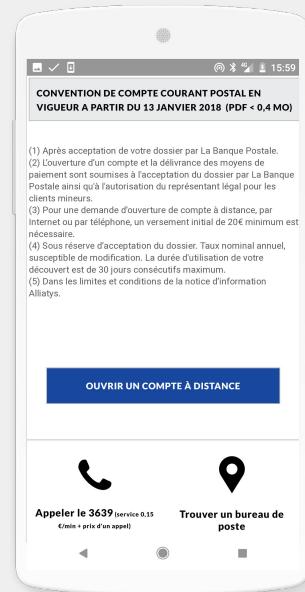
# Exemples des sites leaders

Regardez ce que les services financiers leaders dans la zone EMEA font particulièrement bien.



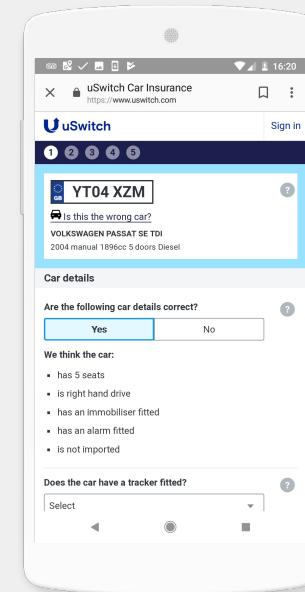
## Découvrabilité (12/12)

*barclaycard.co.uk* (UK) groupe les produits d'une manière claire et intuitive dans le menu, et le site a un outil interactif qui aide les utilisateurs à trouver le produit qui leur convient.



## Pages Produits (5/5)

*labanquepostale.fr* (FR) a une page produit bien structurée qui liste toutes les informations clés permettant d'ouvrir un compte, et le bouton d'action principal est bien proéminent.



## Conversion (11/11)

*uswitch.com* (UK) explique clairement pourquoi il demande certaines informations dans ses formulaires. Il affiche les erreurs en temps réel. Les utilisateurs peuvent naviguer entre les pages du formulaire sans perdre de données.



## Conception Mobile (12/12)

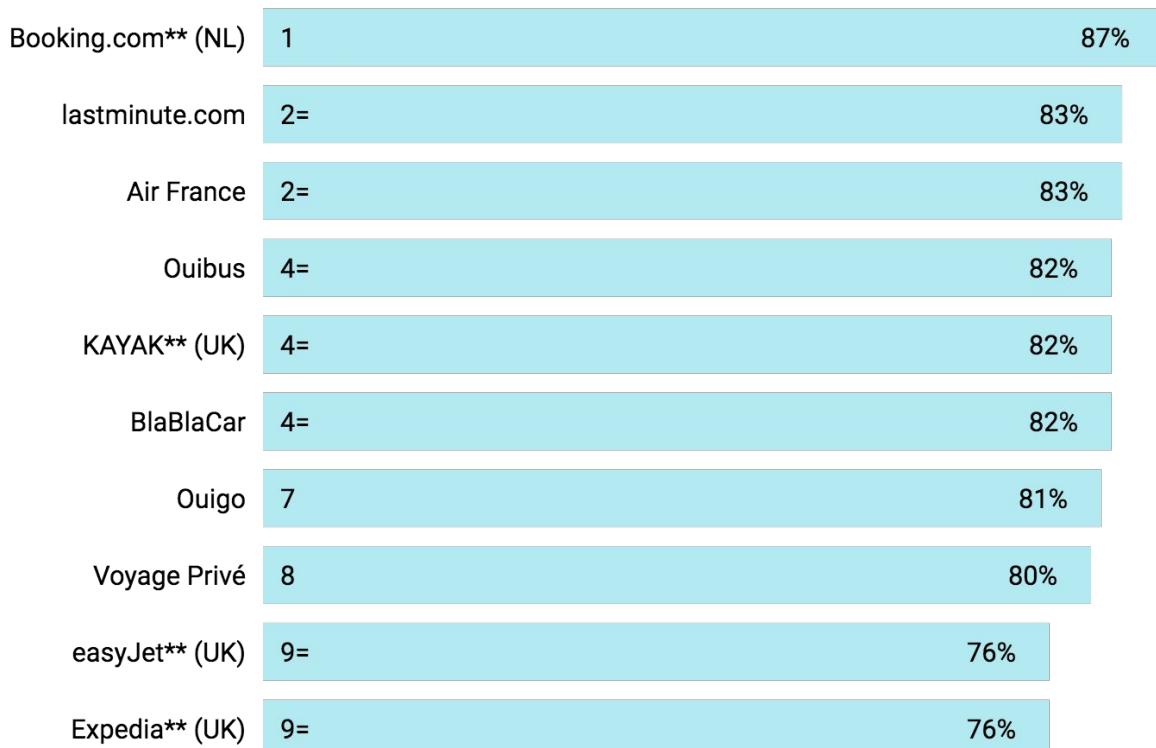
*credit-agricole.fr* (FR) a une excellente conception mobile avec des titres clairs, un contenu bien mis en page, des zones cliquables bien dimensionnées, et des icônes clairement légendés.



# FR : Benchmark des sites de Voyage

Les internautes attendent de plus en plus des sites mobiles qu'ils soient rapides et faciles à utiliser. Les 20 sites du secteur du Voyage ayant le plus de trafic en France\* ont été audités pour leur expérience utilisateur (y compris la vitesse), et les 10 sites ayant les meilleurs scores sont listés ici.

## Top 10 des sites dans le domaine du Voyage en France



“

Nos clients s'attendent à ce que nous leur apportions une expérience sur mobile excellente, alors le mobile est au centre de notre attention.

Vanja Mlaco - Lead CRO, Transavia (Air France-KLM)

## Ergonomie : le meilleur site dans chaque catégorie

- Découvrabilité : Kayak & lastminute.com - 94%
- Pages produits : Ouigo - 100%
- Inscription et conversion: Booking.com & lastminute.com - 95%
- Conception mobile : Kayak - 93%

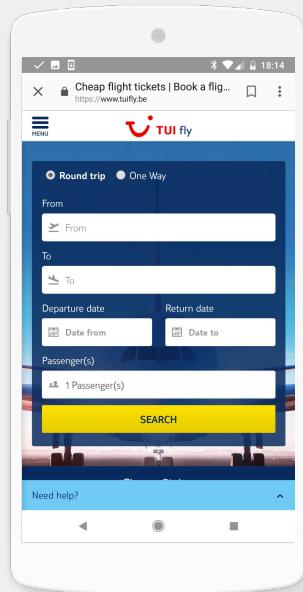
\* Voir l'annexe pour l'explication sur le choix des sites

\*\* Ces scores d'ergonomie proviennent d'expertises de sites réalisées dans d'autres pays



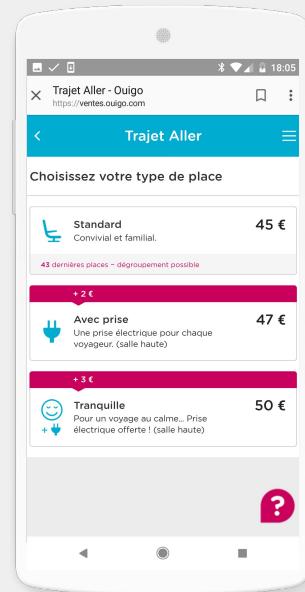
# Exemples des sites leaders

Regardez ce que les sites de voyage leaders dans la zone EMEA font particulièrement bien.



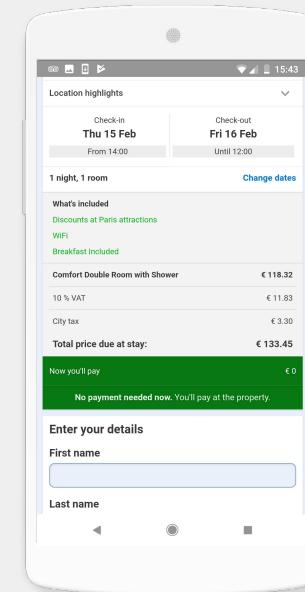
## Découvrabilité (17/17)

*tuifly.be (BE)* a un moteur de recherche efficace, avec une fonction d'autocomplétion pour les destinations, et un calendrier qui sélectionne par défaut des dates de retour après la date de départ.



## Pages produits (11/11)

*ouigo.com (FR)* affiche très clairement les options possibles pour un voyage. Le site indique également le nombre de places disponibles, s'il en reste peu.



## Conversion (18/19)

*booking.com (NL)* affiche le prix complet dès que possible et tout au long du parcours. Une barre de progression est bien visible, et les utilisateurs peuvent revenir en arrière sans perdre leurs données.



## Conception mobile (14/14)

*kras.nl (NL)* a une excellente conception mobile avec des titres clairs, un contenu bien mis en page, des zones cliquables bien dimensionnées, et des icônes clairement légendés.



# Prochaines étapes

Votre site mobile peut-il être amélioré ? Voulez-vous savoir comment font les sites leaders ? Nous vous proposons ces ressources pour vous aider.

## Où se situe votre site ?

[Utilisez nos listes d'heuristiques pour évaluer votre propre site](#)

## Les conditions de test de Lighthouse

[Réalisez le test de vitesse sur votre propre site](#)

## Besoin d'inspiration et de conseil ?

[Regardez notre catalogue de Bonnes pratiques, pour vous inspirer, avoir des exemples et des conseils](#)



Comment Auchan voit son taux de transformation progresser de 60%, en mettant l'accent sur la vitesse comme condition indispensable à une bonne bonne expérience utilisateur sur mobile.

'C'était bien plus qu'une avancée : une véritable révolution en terme d'expérience utilisateur.'

[VOIR L'ÉTUDE DE CAS \(DISTRIBUTION\)](#)



Comment l'agrégateur money.co.uk a amélioré la vitesse du site, et appliqué les méthodes d'UX pour diminuer significativement les temps de chargement et diminuer le taux de rebond de 52%

'Simplifier signifie éliminer le superflu, afin que le nécessaire soit audible.'

[VOIR L'ÉTUDE DE CAS \(FINANCE\)](#)



Comment Mauritius Travel optimise l'expérience utilisateur, augmente les conversions mobiles de 20% et augmente le temps passé sur le site mobile de 30%.

'Nous avons vu plusieurs succès en suivant cette stratégie mobile.'

[VOIR L'ÉTUDE DE CAS \(VOYAGE\)](#)



# Les sites les plus performants de la zone EMEA

Voici le classement des 10 sites les plus performants dans chaque secteur, pour l'ensemble des sites qui ont été inclus dans cette étude.

## Distribution

1	Coolblue* (BE)	<b>83%</b>
2=	Bokus (SE)	<b>78%</b>
2=	Coop (DK)	<b>78%</b>
2=	Leroy Merlin* (FR)	<b>78%</b>
5=	GittiGidiyor (TR)	<b>77%</b>
5=	Litres (RU)	<b>77%</b>
5=	Namshi (AE/SA)	<b>77%</b>
5=	NetOnNet (SE)	<b>77%</b>
9=	Modanisa** (TR)	<b>76%</b>
9=	Morhipo** (TR)	<b>76%</b>
11-60		<b>71%</b>
61-181		<b>67%</b>

## Voyage

1	Booking.com* (DE)	<b>88%</b>
2	Swebus (SE)	<b>87%</b>
3	Saudia (AE/SA)	<b>86%</b>
4	SAS (SE)	<b>85%</b>
5=	Etstur (TR)	<b>84%</b>
5=	Kayak* (ES)	<b>84%</b>
5=	Lufthansa (DE)	<b>84%</b>
5=	NS International (NL)	<b>84%</b>
9=	Air France** (FR)	<b>83%</b>
9=	Lastminute.com** (FR)	<b>83%</b>
11-60		<b>78.5%</b>
61-122		<b>68%</b>

## Finance

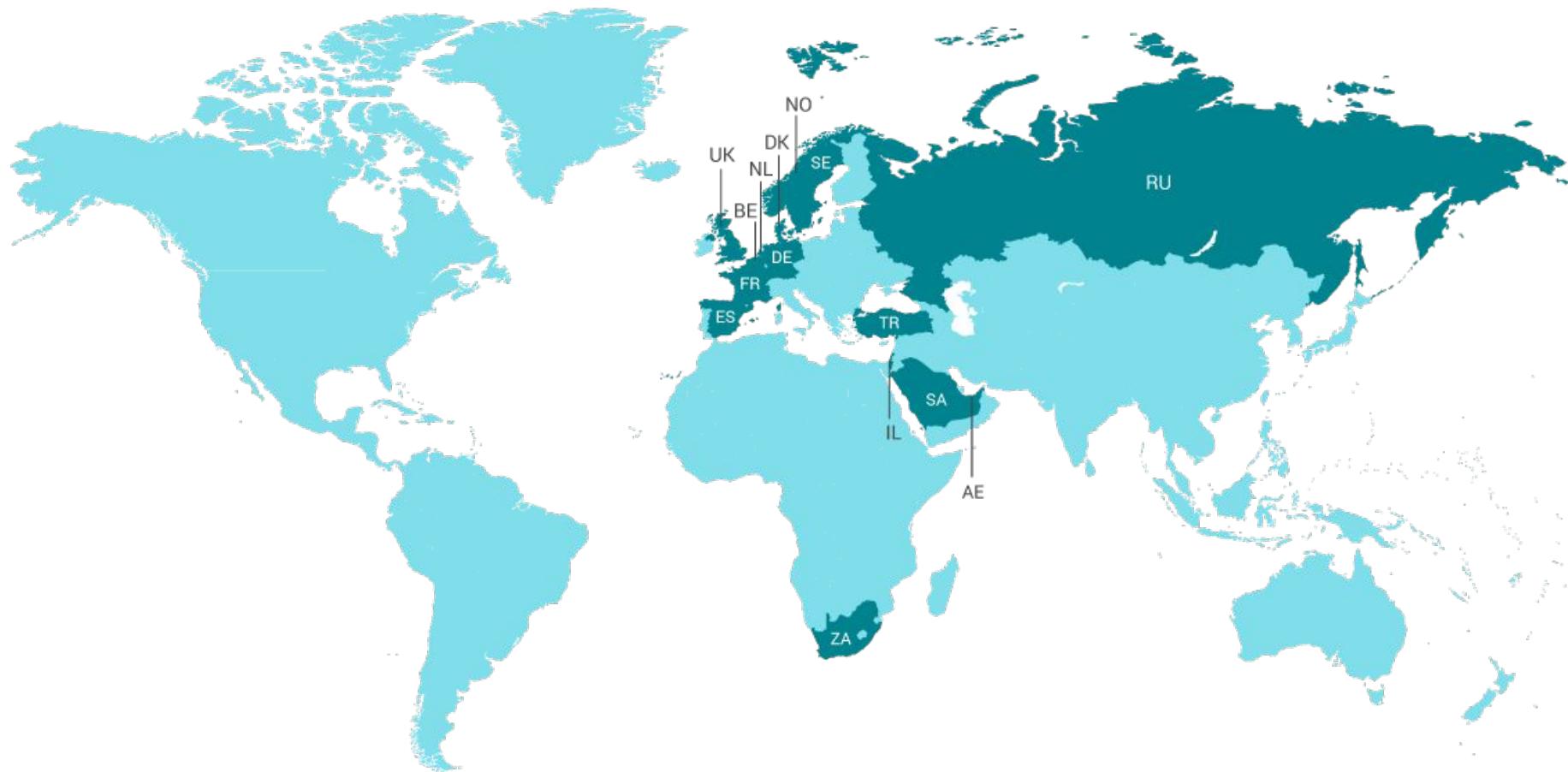
1	Bank Norwegian (NO)	<b>96%</b>
2	Garanti (TR)	<b>91%</b>
3=	AIG (IL)	<b>89%</b>
3=	Linea Directa (ES)	<b>89%</b>
3=	Storebrand (NO)	<b>89%</b>
6=	Crédit Agricole (FR)	<b>87%</b>
6=	Confused.com (UK)	<b>87%</b>
8	SBAB (SE)	<b>86%</b>
9=	CIC** (FR)	<b>85%</b>
9=	ING DiBa** (NL)	<b>85%</b>
11-60		<b>80.5%</b>
61-160		<b>63.5%</b>

\*Pour les marques présentes dans plusieurs pays nous avons utilisé le score du pays où il était le plus élevé (y compris la vitesse)

\*\*Dans le cas où plusieurs sites ont le même score, les sites français sont indiqués en priorité



## Pays couverts par cette étude



# Méthodologie, calcul du score et sélection des sites

## Des heuristiques ergonomiques sur mesure

Une ensemble d'heuristiques a été développé pour l'évaluation ergonomique des sites web mobiles. Elles sont issues d'une étude à grande échelle menée par Jenny Gove pour Google en 2014.

Les retours que nous avons eu après nos rapports de 2016 sur l'UX mobile nous ont conduit à avoir en 2018 une approche par secteurs, avec des heuristiques développées spécifiquement pour les secteurs de la distribution, du voyage et des finances.

## Les parcours d'utilisation analysés

Un parcours d'utilisation a été choisi pour donner le cadre de l'analyse. Ont été définis :

- Le contexte de réalisation du parcours
- La raison pour laquelle l'utilisateur réalise le parcours
- La tâche à réaliser par l'utilisateur

## Mesures de la vitesse

Nous avons effectué une batterie de test pour mesurer la vitesse de votre site en wifi, avec l'outil automatisé Google Lighthouse. Lighthouse mesure plusieurs données pour déterminer la vitesse de votre site :

- First meaningful paint
- First interactive (beta)
- Consistently interactive (beta)
- Perceptual Speed Index
- Estimated Input Latency

## Calcul du score

Le score global est composé à 70 % par les heuristiques ergonomiques, et à 30% par la mesure de vitesse. Les heuristiques ont été regroupées en catégories pour en faciliter la compréhension, mais le score est basé sur le total de toutes les heuristiques, quelles que soient leurs catégories.

## Statistiques de la page #1

www.consumerbarometer.com

## Sélection des sites

Les sites ont été sélectionnés à partir des données de [SimilarWeb](#), qui a identifié les sites les plus visités dans chaque pays pendant un an, jusqu'au 30 septembre 2017. Pour faire partie de l'étude, les sites doivent aussi :

1. Être des sites BtoC
2. Être des sites transactionnels (où l'utilisateur peut conclure un parcours par une conversion - nous avons également inclus les devis fournis par les agrégateurs pour la Finance)

## Sites exclus

Quelques marques reconnues sont exclues de cette étude parce qu'elle ne remplissent pas certains critères, par exemple :

1. Les sites qui génèrent uniquement des conversions hors ligne
2. Les métamoteurs qui génèrent des conversions sur d'autres sites
3. Les sites d'image de marque où la majeure partie des visites sont à des fins non transactionnelles
4. Les sites de transports locaux

 Google

 cxpartners

[enquiries@cxpartners.co.uk](mailto:enquiries@cxpartners.co.uk)