

EXPÉRIMENTER

Outil de tracking

PHASE 3.1 : TESTER



PHASE 3.2 : EVALUER



Objectifs

Dans le cadre d'un test utilisateur, un outil de tracking est un logiciel ou une application utilisé pour enregistrer et analyser le comportement des utilisateurs pendant qu'ils interagissent avec un produit ou un service.

Ces outils permettent de recueillir des données précises sur les actions des utilisateurs, telles que les clics, les mouvements de la souris, les défilements, les temps de réaction, les pages visitées, etc. Ces données sont ensuite utilisées pour comprendre comment les utilisateurs utilisent réellement le produit ou le service, identifier les points de friction ou les problèmes d'ergonomie, et prendre des décisions informées pour améliorer l'expérience utilisateur.

Conseils et astuces

Soyez sélectif dans les données à collecter : Évitez de collecter trop de données inutiles qui pourraient compliquer l'analyse ou ralentir les performances de votre site ou application. Concentrez-vous sur les données les plus pertinentes pour vos objectifs et vos besoins spécifiques.

Déroulement

Les outils de tracking peuvent prendre différentes formes, notamment :

1. **Heatmaps (cartes de chaleur) :** Ces outils utilisent des couleurs pour représenter visuellement les zones les plus cliquées, les plus visitées ou les plus parcourues sur une page web ou une interface utilisateur. Les heatmaps permettent de visualiser les tendances de comportement des utilisateurs et d'identifier les zones d'intérêt ou de confusion.
2. **Enregistrement de session :** Certains outils permettent d'enregistrer des vidéos de sessions utilisateur, ce qui permet de revoir l'interaction d'un utilisateur avec le produit ou le service en temps réel. Cela permet aux concepteurs de voir exactement ce que font les utilisateurs, où ils rencontrent des difficultés et comment ils naviguent à travers l'interface.
3. **Analyse des parcours utilisateur :** Ces outils suivent le parcours des utilisateurs à travers un site web ou une application, en enregistrant les étapes qu'ils franchissent, les pages qu'ils visitent et les actions qu'ils entreprennent. Cela permet de comprendre le flux de navigation des utilisateurs et d'identifier les points de sortie ou les obstacles.
4. **Tests A/B :** Les tests A/B permettent de comparer deux versions différentes d'une interface utilisateur en présentant chaque version à un groupe d'utilisateurs et en mesurant la manière dont ils interagissent avec chaque version. Cela permet de déterminer quelle version génère les meilleurs résultats en termes de conversions, de taux de clics, etc.
5. **Analyse des performances :** Certains outils de tracking fournissent des données sur les performances du site ou de l'application, telles que les temps de chargement des pages, les erreurs de chargement, les taux de rebond, etc. Ces données peuvent aider à identifier les problèmes de performance qui pourraient affecter l'expérience utilisateur.