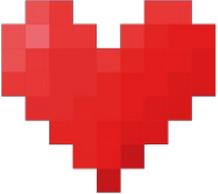


Boris Schapira

# Parlons de Valeur !



w e  s p e e d

Paris, le 10 mai 2023

[welovespeed.com](https://welovespeed.com)

# Boris, aujourd'hui

Contentsquare

↪ Customer Success

↪ Solution Expert

**Accompagne** dans l'**analyse** de ces *analytics UX*, des montées en compétence à l'autonomie, c'est-à-dire l'évaluation de la **valeur** associée à des **recommandations**.



# Agenda

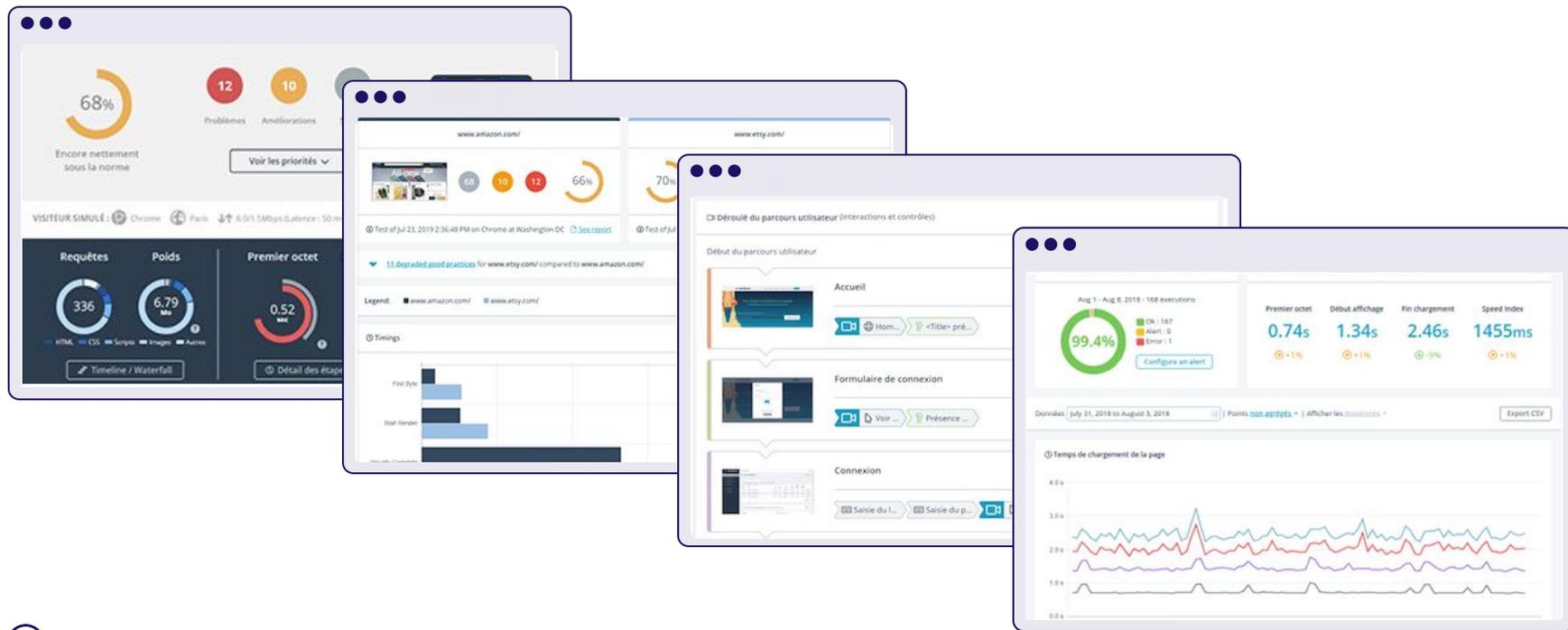
- 1. Lab : forces... et faiblesses**  
Impossible de parler de valeur
- 2. Ce qu'apporte le RUM\* à l'analyse d'expérience**  
\* Real User Monitoring
- 3. RUM, une solution magique ?**  
La valeur se mérite
- 4. L'usage de la valeur**  
UX Analytics + RUM + Lab répondent aux attentes
- 5. La "valeur" idéale**  
Alignement stratégique et procédé de test

**Lab Testing :  
une force sans valeur**



# Avant, dareboost

## Un service Lab Testing pour surveiller la Web Perf



# Avant, dareboost

Un service **pertinent**, des usages parfois **bridés**



*Est-ce qu'améliorer ces indicateurs **apporte** quelque chose à **mon** organisation ?*

*Comment **prioriser** ce sujet par rapport à tous les autres ?*



*Combien cela va-t-il nous faire gagner ?  
J'ai besoin de le savoir **avant** d'engager des correctifs.*

# Pérenniser un projet d'optimisation

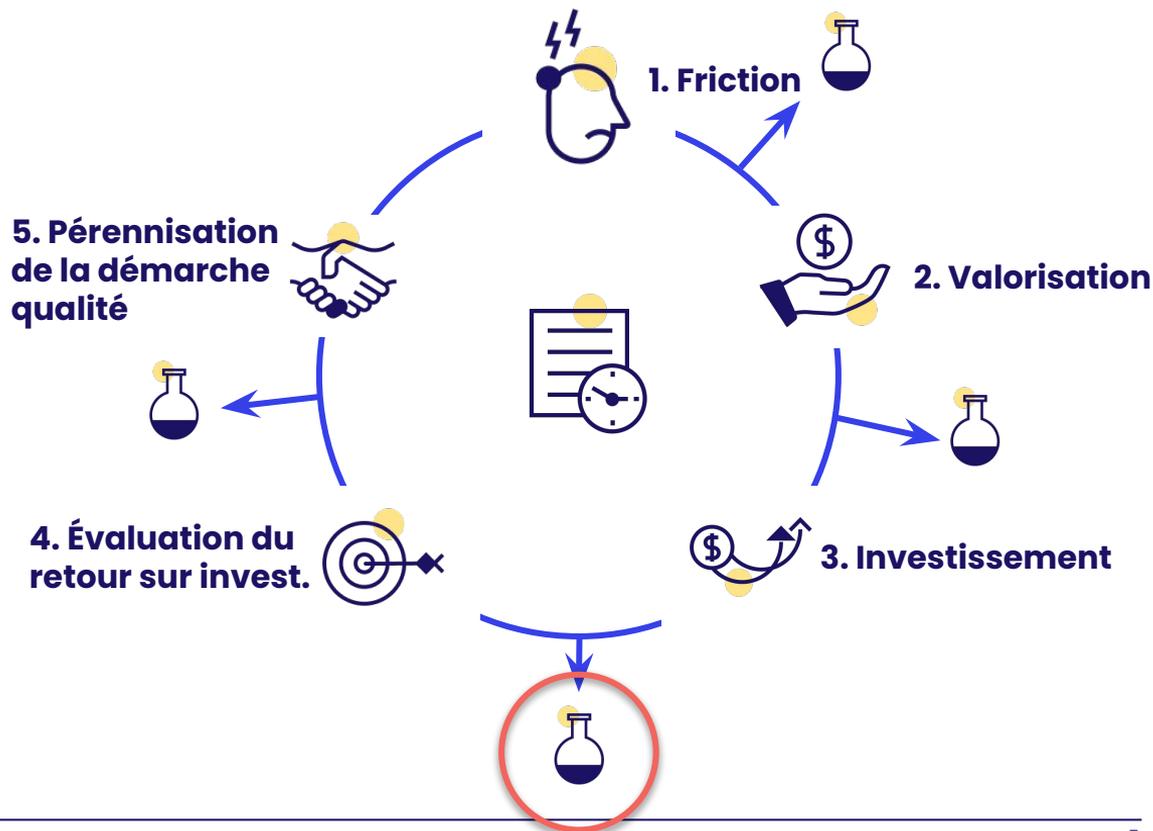
Dans beaucoup de structures, les **problèmes d'utilisabilité** ne sont abordés qu'une fois qu'ils sont **constatés**.

On projette ensuite une **valorisation** sur les gains d'une potentielle optimisation.

Cette valeur permet d'évaluer **l'investissement** à apporter.

Une fois l'investissement réalisé, on **constate** ses effets.

Si la démarche est vertueuse, on en assure le **financement**.



# Trois types d'expérimentations

## lors de la création et de la vie d'un projet



**Opérationnelles.** Compétences, solutions organisationnelles, solutions logicielles...

*Exemples : audits ponctuels, Proof Of Concept de solutions, tests A/B...*



**Budgétaires.** Démontrer le ROI, le qualifier et le ventiler pour aligner en face des dépenses opérationnelles ou d'investissement.

*Exemples : ventilation au sein d'un groupe, priorisation OPEX/CAPEX...*



**De Gouvernance.** Culture, procédures, fréquences et rapports donnant vie au projet sur le long terme.

*Exemples : organisation en tribus, comitologie, valorisation des savoir-faire acquis*



# **Ce qu'apporte le RUM\* à l'analyse d'expérience**

\* Real User Monitoring



Everyone is unique.  
Do you know what makes them **click**?



# Obtenir une vue d'ensemble

grâce à des informations uniques sur l'expérience



## Performance

Frustration  
Contexte  
Anomalies  
**Réactivité**

## Utilisabilité

**Hésitation**  
Survols  
Flottements  
Exposition  
Conversion

## Produit & Contenu

**Attractivité**  
Engagement  
Clics  
Activité  
Revenu

Une vision d'ensemble pour une meilleure compréhension de la personne

# Core Web Vitals et bonne expérience d'utilisation



# Modéliser l'Expérience d'Utilisation ou plutôt des ressentis bien précis



## Retour visuel stable

Les utilisateurs-ices voient que le chargement a lieu, que les premiers éléments sont affichés sur la page et que leur position sur la page est **stable**.

Les utilisateurs-ices peuvent commencer à **identifier** où se trouve le contenu.



## Marqueur de confiance

Les utilisateurs-ices voient **assez d'informations** pour envisager d'interagir avec du contenu, même si le reste de la page n'est pas encore disponible.

Les utilisateurs-ices vont bientôt **interagir** avec la page.



## Interaction sans couture

Les utilisateurs-ices peuvent interagir avec la page en toute confiance et l'interface fournit un **retour immédiat**, confirmant l'interaction.

Les utilisateurs-ices **poursuivent leurs objectifs**.

# Modéliser l'Expérience d'Utilisation

## en mesurant des ressentis, les Core Web Vitals



Le **Cumulative Layout Shift** est un score qui mesure l'impact des changements significatifs de l'interface, ou de la mise en page, qui peuvent frustrer ou perturber les utilisateurs.

*Safari, Firefox and iOS (all browser) not supported.*



Le **Largest Contentful Paint** mesure la vitesse d'affichage du plus grand élément de contenu à l'écran.

*Safari, Firefox and iOS (all browser) not supported.*



Le **First Input Delay** mesure le temps écoulé entre le moment où un utilisateur interagit pour la première fois avec une page et le moment où le navigateur est en mesure de commencer à traiter cette interaction.

*Safari, and iOS (all browser) not supported.*

# Core Web Vitals + UX Analytics



**Que se passe-t-il pour les gens qui  
n'expérimentent pas une bonne web  
performance ?**

# Segmenter les sessions

Segmentation sur les devices, les actions, les objectifs, les propriétés de la session, ou sur la corrélation à des éléments du *datalayer*.

Intuitif, permet de construire très rapidement une vision en **cohorte** de l'expérience...

The screenshot displays the 'Parcours de navigation sur' (Navigation path on) interface. At the top, it shows the selected device as 'Desktop', the time period as 'déc. 29 2022 → janv. 27 2023 (30 jours)', and '1 Condition'. A blue callout box highlights the summary: '24,6 % de trafic analysé (77751 sessions) sur la période déc. 29 2022 → janv. 27 2023 (30 jours) du site'. Below this, a bar chart shows the distribution: 16,7 % sur Desktop (52958 sessions), 0,00 % sur tablette (1,00 sessions), and 7,80 % sur mobile (24669 sessions). A filter configuration box is open, showing a condition: 'LCP (Largest Contentful Paint) Utilisateur qui ont connu a LCP plus de 2,5 seconds sur n'importe quelle page'. A '+ Ajouter une condition' button is visible at the bottom of the filter box.

# Lazy Loading : comment le "régler" ?

# Zoning d'une page

Solution de heatmap: mesure de plusieurs KPIs d'utilisabilité et business sur un écran (plusieurs écrans possibles par URL).

Permet l'évaluation de l'absence d'impact négatif d'un lazy-loading, voire de ses effets positifs.

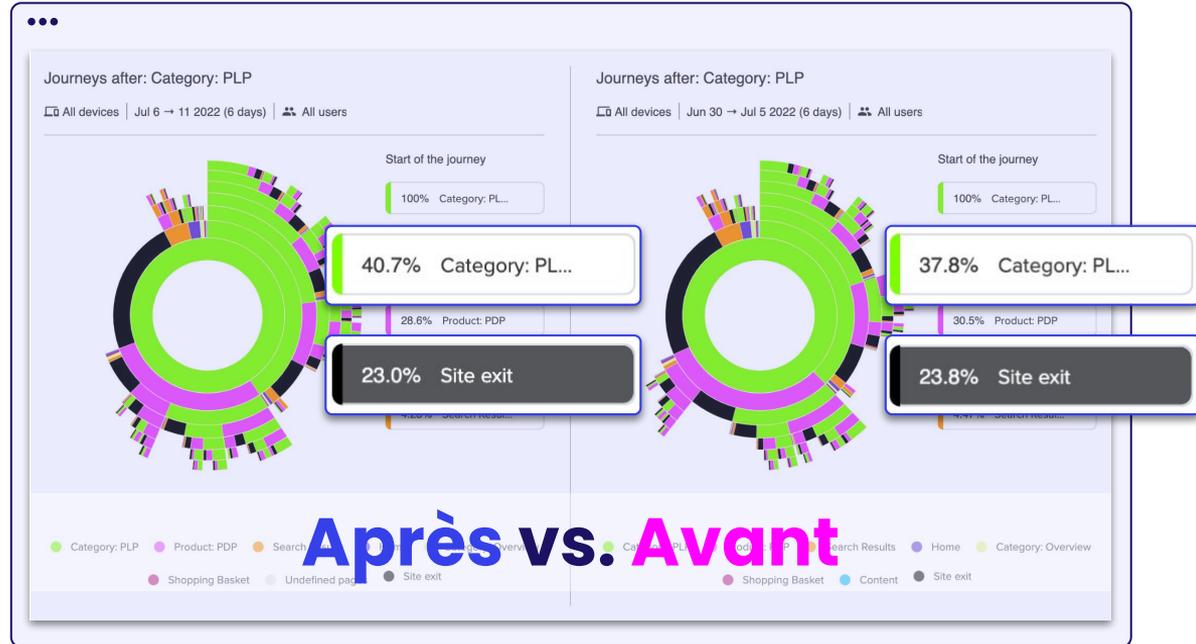


**Qui parmi vous a déjà émis des recommandations sur le nombre d'éléments dans une Liste Produit ?**

# Analyse des Parcours des utilisateurs·ices

Visualisation des parcours  
d'utilisation page par page  
permettant la comparaison.

Parcours inversé, parcours  
idéal, analyse en funnels... sont  
nécessaires à l'**analyse des  
conséquences** d'une  
optimisation.



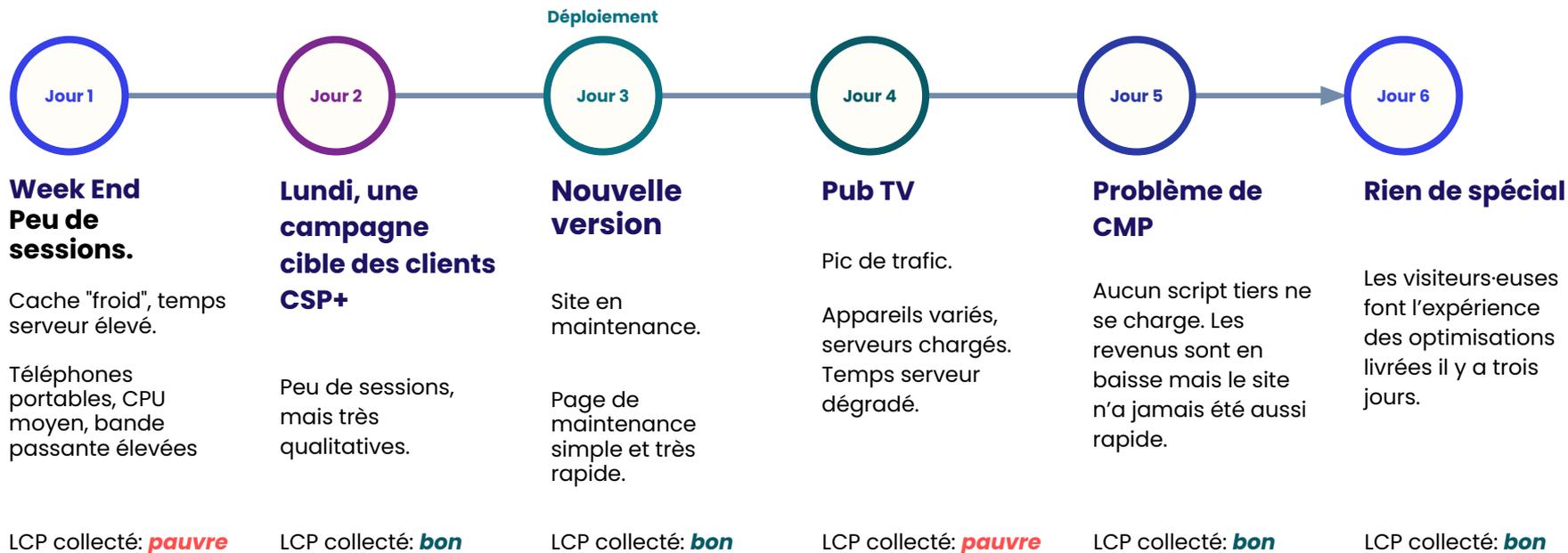
**Une solution magique ?**



**Attention aux  
échelles de  
temps !**



# LCP : quand la mesure est-elle "représentative" ?

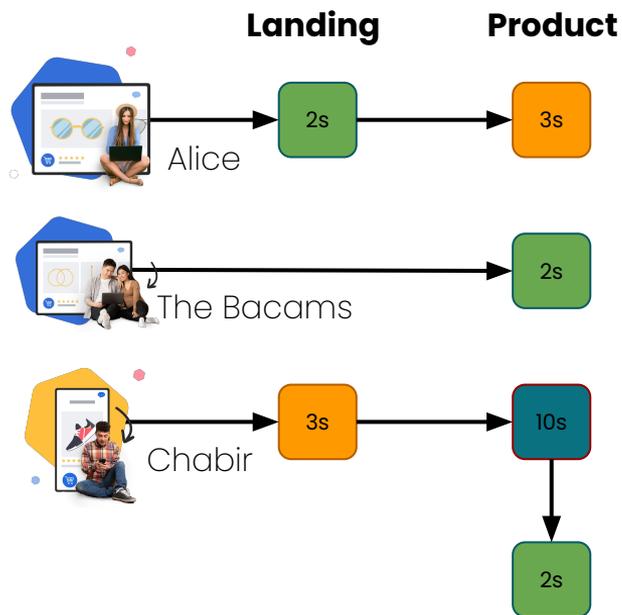


**Attention aux  
valeurs multiples  
par sessions !**



# Qui a un bon LCP ?

## Des situations aux attentes incomparables



Les **objectifs** de ces trois populations ne sont pas les mêmes.

Les **modalités** qu'elles empruntent pour les atteindre sont différentes.

Leurs **contextes** de navigation ne leur imposent pas les mêmes contraintes.

Leurs **expériences** ne sont pas comparables.

# Mieux segmenter les sessions de visites

S'intéresser à **des moments particuliers** de la session, comme **la page d'entrée**.

Une démarche, de plus, compatible avec les Single Page Apps.

À compléter avec une segmentation sur **les contextes** et **les objectifs**.

The screenshot displays a web analytics dashboard with the following elements:

- Desktop view indicator and date range: "déc. 29 2022 → janv. 27 2023 (30 jours)" with "1 Condition".
- Summary bar: "24,3 % de trafic analysé (76 882 sessions) sur la période déc. 29 2022 → janv. 27 2023 (30 jours) du site".
- Device breakdown: "16,5 % sur Desktop ( 52 292 sessions )", "0,00 % sur tablette ( 1,00 sessions )", "7,74 % sur mobile ( 24 466 sessions )".
- Filter configuration area:
  - Condition 1: "Même page v... of Page d'entrée Utilisateurs ayant commencé leur session sur la page".
  - Location: "OÙ" with a red box highlighting the "Toutes les pages" option.
  - Condition 2: "LCP (Largest Co... Utilisateur qui ont connu a LCP plus de 2,5 seconds".
- Footer: "+ Ajouter une condition".

**Attention aux biais  
de marché !**



# Marchés différents sensibilités différentes



**Retail.** Concurrence importante. Corrélation forte entre performance web et compétitivité avec un gain accru lors de la présence de marketplace (longue traîne).



**Drive(-through).** Les clients bénéficiant des contraintes les plus dégradées sont les moins enclins à interrompre leur navigation.



**Services exclusifs.** Les objectifs en conversion ou transformation sont moins intéressants que les objectifs de faible itération.



**Quantifier une valeur**

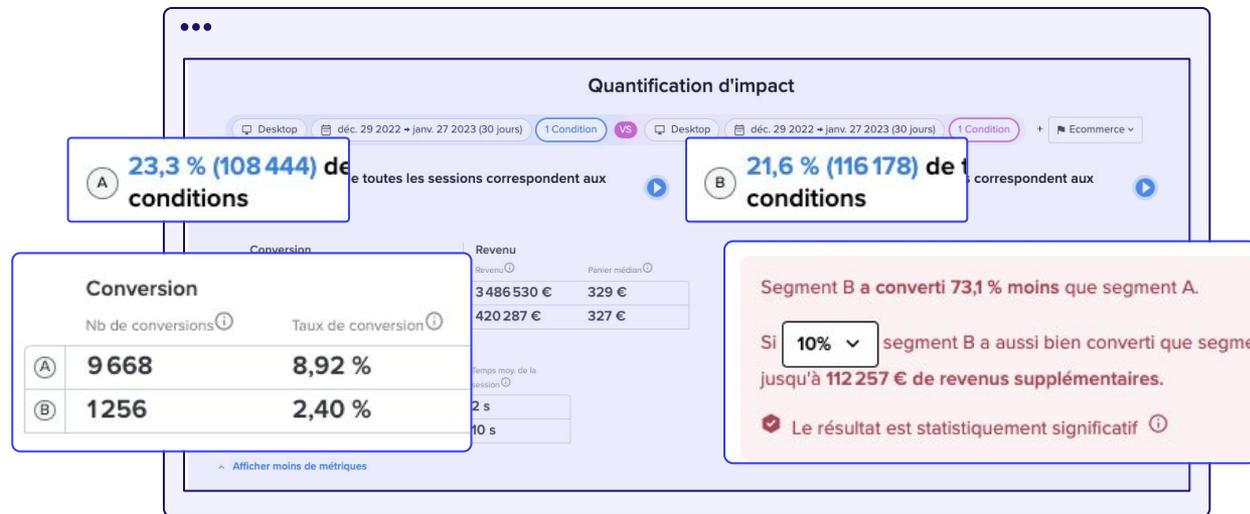


# Projeter et quantifier mettre une valeur sur les optimisations

Tous les outils décrits avant permettent de construire des **cohortes comparables**.

Une comparaison des taux de transformation sur un objectif donné permet de **projeter** le gain espéré d'une **optimisation**.

La projection ne concernant d'un côté comme de l'autre que des sessions Chromium, elle est **pessimiste**.



# Manipuler "une" valeur

## facilite les attentes des organisations



**Opérationnel.** Aide à la priorisation des recommandations des audits ponctuels. Facilite l'évaluation des tests A/B et permet de mieux naviguer dans les gabarits de solutions.



**Budgétaires.** Projette ou confirme le ROI, l'affine par division ou marque, permet d'évaluer la pertinence d'investir sur la compétence interne.



**De Gouvernance.** En alignant le sujet de la web performance avec les intérêts d'autres sujets, cette valeur permet de donner un sens à l'ensemble de la démarche qualité.

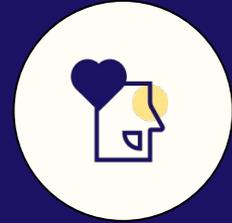
# Parler de valeur sans parler d'argent



**Approcher** avec une autre valeur associée à un objectif



**Prendre du recul** sur les autres objectifs stratégiques de votre entreprise : image de marque, marque employeur, etc.



**Demander.** Voice of Customer, ou autre collecte de ressenti ? Intégrez une dimension humaine.

**Une valeur "idéale"**

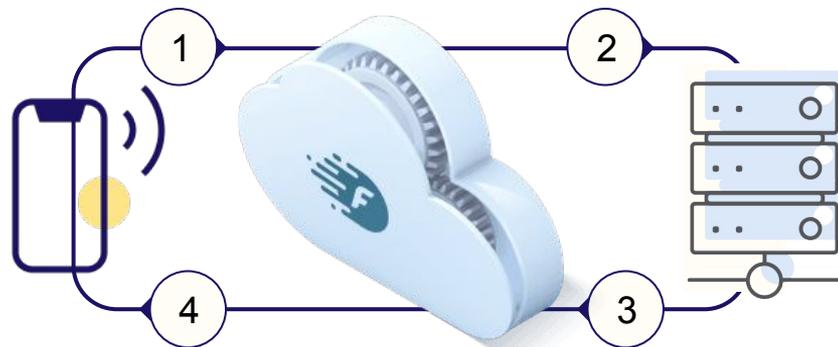




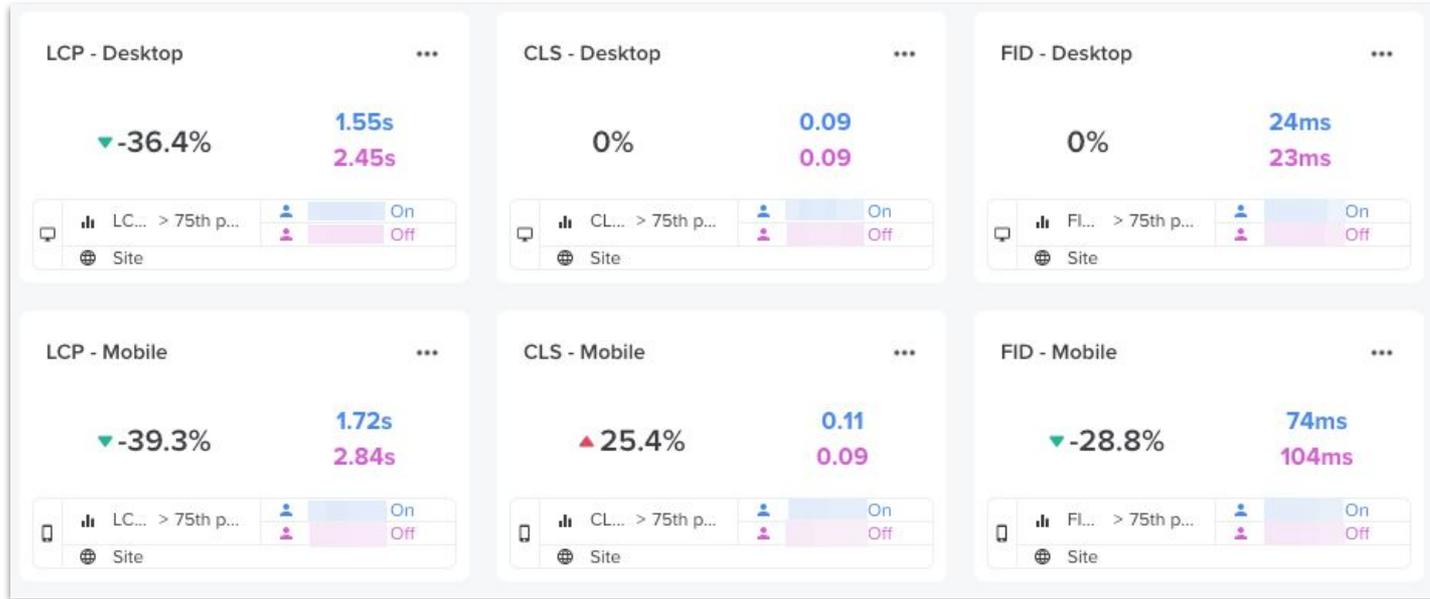
## Un A/B test de performance web

Évaluation de l'impact de Fasterize, un proxy d'optimisation de la performance web à la volée.

Très bons résultats synthétiques... à confirmer auprès des vrais clients.



# Workspace: Avec vs. Sans (vision site ou funnel) mettre une valeur sur les optimisations



# Amélioration WebPerf et acquisition

## Vraiment positif !

Même en ouvrant le test A/B avec modération, corrélation en quelques semaines avec une meilleure acquisition naturelle et une réduction du taux de rebond.

*Mais...*

▼ -40% **LARGEST  
CONTENTFUL  
PAINT**

▲ +9.1% **TRAFIC SEO &  
DIRECT**

▼ -4.7% **TAUX DE  
REBOND SUR LE  
TRAFIC SEO &  
DIRECT**

# Mais les Core Web Vitals ne disent pas tout gare aux régressions fonctionnelles !

Nouvel usage, nouveaux problèmes.

Détérioration des indicateurs clés de performance business pour le segment testé.

Augmentation des Erreurs JS, nuisant à l'UX des funnels. Mise en pause du test et correction.

**Veillez toujours à ce que vos optimisations webperf ne se fassent pas au détriment de l'UX !**

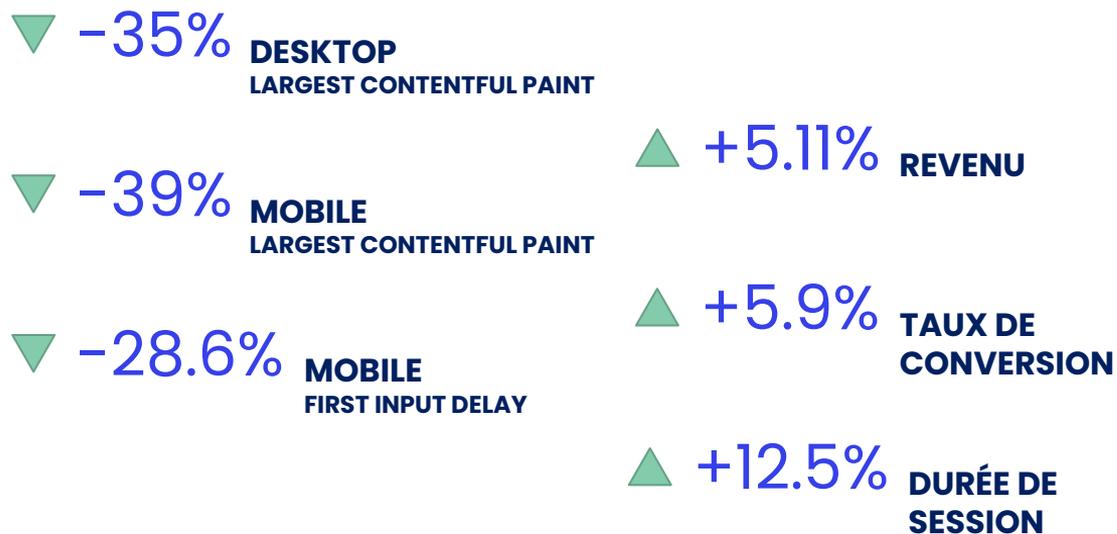
▼ -7.36% **TAUX DE CONVERSION**

▼ -4.24% **PANIER MOYEN**

▲ +3.8% **NOMBRE D'ERREURS JS**

# Après correction, une Success Story

## Corrélation WebPerf et Business



# Que retenir ?

- Les **KPIs de Web Performance** sont des projections **limitées** de l'expérience d'utilisation
- Difficile de convaincre certaines organisations de **démarrer** ou **pérenniser des chantiers d'optimisation** sans établissement d'une **valeur**.
- Compléter vos CWV et l'analyse de vos optimisations avec une **évaluation de la valeur** pour construire un discours plus **stratégique**.



**Merci !**

# À voir aussi

- **[User Experience & Performance: Metrics that Matter](#)**  
– Philip Tellis, WLS 2018
- **[Organiser l'entreprise pour la Performance Web](#)**  
– Dimitrie Baeli, Vincent Robert, François Boury et Aurélien Lajoie, WLS 2018
- **[Comment interpréter les mesures de performance réelles \(RUM metrics\)](#)**  
– Gilles Dubuc, WLS 2019
- **[Des humains peuvent \(aussi\) mesurer votre performance](#)**  
– Gilles Dubuc WLS 2020
- **[Construire une culture webperf chez leboncoin](#)**  
– Jérémie Pereira, Xavier Bouteiller, WLS 2021
- **[Understanding Cognitive Biases in Performance Measurement](#)**  
– Philip Tellis, WLS 2023