

FICHE CONSEIL - EXPERIENCE UTILISATEUR

Votre site facilite-t-il vraiment la demande de devis ?

Un visiteur intéressé peut abandonner simplement parce que le chemin vers votre formulaire est trop long, trop flou ou mal adapté au téléphone.

Le test des 60 secondes

60"

- 1 Prenez votre téléphone et ouvrez votre site comme si vous le découvriez.
- 2 Essayez de demander un devis sans utiliser votre connaissance habituelle du site.
- 3 Comptez le nombre de clics nécessaires jusqu'à l'envoi du formulaire.
- 4 Notez chaque hésitation : bouton invisible, intitulé flou, champ inutile, page lente.

TRES FLUIDE**1 à 2 clics**

L'action principale est évidente et accessible rapidement.

A SURVEILLER**3 clics**

Le parcours reste acceptable, mais une simplification est souvent possible.

TROP DE FRICTION**4 clics ou +**

Le risque d'abandon augmente, surtout sur mobile.

Le nombre de clics n'est pas le seul critère. Un parcours court peut rester mauvais si le visiteur ne comprend pas quoi faire, si le formulaire est trop long ou si le site manque de réassurance.

LA CHECKLIST

Les 8 points à vérifier

- ☐ **Un bouton visible dès l'arrivée**
« Demander un devis », « Parler de mon projet » ou « Être rappelé ».
- ☐ **Un intitulé explicite**
Évitez les boutons vagues comme « Découvrir », « En savoir plus » ou « Contact ».
- ☐ **Une action principale clairement priorisée**
Trop de boutons concurrents créent de l'hésitation.
- ☐ **Un formulaire court**
Nom, coordonnées, besoin et message suffisent souvent pour un premier contact.
- ☐ **Des champs réellement utiles**
Chaque information demandée doit avoir une justification commerciale.
- ☐ **Une saisie confortable sur téléphone**
Champs larges, clavier adapté, aucun zoom nécessaire.
- ☐ **Une confirmation après l'envoi**
Le visiteur doit savoir que sa demande a été reçue et connaître la suite.
- ☐ **Une alternative immédiate**
Numéro cliquable, rappel ou prise de rendez-vous lorsque le formulaire ne convient pas.

5 frictions fréquentes

- 1 Le bouton de devis est caché dans le menu.
- 2 Le visiteur doit choisir entre trop d'options.
- 3 Le formulaire demande trop d'informations.
- 4 Le site est lent ou inconfortable sur mobile.
- 5 Aucune indication ne précise le délai de réponse.

Plan d'amélioration en 15 minutes

- 1 **Chronométrez le parcours**
Depuis la page d'accueil jusqu'à la validation.
- 2 **Supprimez une étape**
Un clic, une page ou un choix qui n'apporte rien.
- 3 **Raccourcissez le formulaire**
Retirez au moins un champ non indispensable.
- 4 **Rendez le bouton plus explicite**
Écrivez l'action attendue, pas un mot générique.
- 5 **Faites tester par une autre personne**
Observez sans l'aider et notez ses hésitations.

Le bon objectif

5 secondes

pour comprendre comment passer à l'action

1 à 2 clics

pour atteindre le formulaire ou la prise de rendez-vous

moins de 2 min

pour compléter la demande depuis un téléphone

Ces repères constituent un test pratique, pas une règle universelle. L'objectif reste de réduire les hésitations et de rendre l'action évidente pour votre client.