

Bonnes pratiques pour une meilleure navigation web

Pour diminuer le taux de rebond d'un site et donc par conséquent augmenter le taux de conversion de celui-ci, il faut optimiser le parcours de navigation en respectant quelques règles de base.

Organiser son menu

Il faut bien définir les différentes pages qui composeront le site web. Il faut également établir une hiérarchie des pages pour mettre en évidence les différents niveaux de navigation.

Il faut donc construire l'arborescence du site en respectant certaines règles :

- Éviter plus de 7 rubriques afin de ne pas perdre les internautes,
- Classer les rubriques par ordre d'importance (les rubriques au début et à la fin de votre menu attirent plus le regard).

Optimiser vos descriptions

Les mots des rubriques de votre menu ainsi que des boutons d'actions doivent être soigneusement réfléchis. Ils doivent en effet être clairs et précis.

Concrètement, avant de cliquer, le visiteur doit savoir le type d'information qu'il va trouver sur la prochaine page.

Il ne faut pas non plus hésiter à choisir des énoncés plus longs, basés sur des mots ou expressions clés descriptifs.

Les avantages concernent le SEO et l'expérience utilisateur :

- Les moteurs de recherche comprendront plus facilement les sujets / thématiques sur lesquels vous souhaitez vous positionner,
- Les visiteurs pourront se rendre sur des pages répondant réellement à leurs attentes et trouveront plus rapidement ce qu'ils cherchent.

Respecter les standards du web design

Les éléments de navigation doivent respecter les standards en web design pour ne pas perdre les visiteurs. Rappelons que les internautes ont acquis des automatismes dans l'utilisation des sites web.

Quelques règles à respecter :

- Le logo est situé en haut à gauche ou en haut au centre,
- La barre de navigation principale est située en haut de l'écran (horizontale) ou sur la gauche (verticale),
- L'icône du menu hamburger permet d'ouvrir le menu s'il n'est pas visible (notamment sur mobile),
- La barre de navigation est responsive.

Mettre en place un pied de page adapté

Le footer est très souvent réservé aux mentions légales mais il est aussi de plus en plus utilisé pour renseigner les coordonnées et pour intégrer les liens vers les réseaux sociaux.

Dans le cas d'un site e-commerce, les internautes peuvent retrouver des informations supplémentaires dans le pied de page comme le SAV, la carte fidélité, les cartes cadeaux, l'adresse du magasin, le retour et les remboursements, les CGV ...

Installer une barre de navigation fixe

La navigation fixe « sticky » correspond à un menu principal qui reste en haut de page et qui est toujours visible, peu importe où que se situe le visiteur.

Cette fonction est notamment adaptée sur les sites one page puisqu'elle permet aux visiteurs de poursuivre leur navigation facilement, ils n'ont ainsi pas besoin de remonter en haut de la page.

Et si votre barre de navigation n'est pas fixe, pensez à ajouter un bouton permettant le retour en haut de page.

Où se trouve le visiteur

Les utilisateurs du site doivent toujours savoir où ils se situent sur celui-ci. Pour cela, il est recommandé de :

- Mettre en évidence la rubrique par une couleur,
- Ajouter d'un fil d'Ariane.