

Formulaire et microcopie

Pendant des années, la tendance était aux interfaces «sobres». Les mots avaient perdu leur importance au profit des icônes et des images. Mais le fait est que la communication a pour fondement les mots et que pour créer un support qui crée du lien avec ses utilisateurs humains, il faut des MOTS !

En 2009, Joshua Porter, designer américain inventa la microcopie : l'art d'ajouter quelques mots au bon endroit, au bon moment pour radicalement améliorer l'expérience de l'utilisateur. Comment ? Parce qu'un formulaire de commande crée pour un client n'apportait pas les résultats prévus et les transactions échouaient du fait d'erreurs de facturation. J. Porter ajouta alors la phrase suivante juste à côté du champ de l'adresse de facturation dans le formulaire *assurez vous d'indiquer l'adresse de facturation associée à votre carte de paiement*. Et comme par miracle, les erreurs cessèrent. La microcopie était née !

Etude passionnante, je vous propose une nouvelle fiche pratique dédiée à cette thématique. J'y reprends les 4 leviers principaux sur lesquels vous pouvez agir sur le formulaire de votre site.

Pour d'autres aspects plus complexes, n'hésitez à demander l'aide d'un(e) professionnel(le) !

1 LE TITRE DE VOTRE FORMULAIRE

Il ne suffit pas de concevoir et d'afficher un formulaire de contact ou d'inscription sur votre site, vous devez aussi inciter les utilisateurs à l'utiliser. Pour y parvenir, 3 étapes :

- **MODIFIER VOTRE TITRE** pour un texte plus accueillant et engageant
- **Dites à vos utilisateurs POURQUOI CELA VAUT LA PEINE** de s'inscrire ou de vous contacter par formulaire
- **SUPPRIMEZ LES OBSTACLES** en rassurant vos utilisateurs : no spams, réactivité de la réponse...

2 LES PLACEHOLDERS

c'est-à-dire les textes placés dans un champ en attendant qu'il soit complété par l'utilisateur. Soyez vigilants. Ces textes peuvent être redondants et inutiles. Gardez à l'esprit de les utiliser à bon escient... dans l'intérêt de vos utilisateurs.

3 LES BOUTONS

Vous pouvez personnaliser vos boutons pour améliorer la relation avec l'utilisateur. Mais restez sobre et clair, un bouton ACHETER ou PAYER ne doit pas devenir ambigu. Pas de J'Y VAIS !

4 LES MESSAGES D'ERREUR

Si vous avez facilement accès au paramétrage de votre formulaire, pensez à les adapter.

Un «le numéro de téléphone doit contenir 10 caractères» est toujours plus engageant qu'un «numéro de téléphone invalide». Même consigne pour le message de confirmation. Ne vous contentez pas d'un simple «votre adresse mail a été confirmée avec succès». Vous n'êtes pas un ordinateur mais un humain qui parle à un autre humain !

ET N'OUBLIEZ PAS D'UTILISER LES COULEURS DE VOTRE LOGO POUR VOTRE FORMULAIRE !

Pour donner envie à vos utilisateurs de rester sur votre site, de nombreux autres leviers peuvent être mobilisés : les états vide, les temps d'attente, la fameuse erreur 404... Les process sont plus complexes donc n'hésitez pas à recourir à un professionnel !

Source : UX Writing by Kinneret Yifrah - Editions DUNOD

1 Rejoignez nous maintenant et profitez d'un accès privilégié

2 6 caractères minimum svp

3 JE M'INSCRIS

4 Félicitations ! Profitez dès à présent de vos avantages.

