



Sur les ailes d'Exit.ca

Besoin d'une escapade? Exit.ca [www.exit.ca] propose aux internautes une approche originale et directe à l'achat de forfaits voyages et de vols, nolisés ou non.



MÉTHODOLOGIE

Évaluation effectuée à la mi-août 2001 sur PC (Win 2000 Pro) avec Netscape 6.1 PR1, Explorer 5.5 et Opera 5.12; et sur Macintosh (OS 8.6), avec Internet Explorer 5, Netscape Communicator 4.03, Opera 5.12 et Netscape 6, sur connexions T1, modem-câble et modem 56k. Sonia Lassoued, conseillère, a activement participé à cette évaluation, produite en utilisant un ensemble prédéterminé de critères ergonomiques et marketing, qui permettent d'identifier les problèmes les plus courants sur un site Web, une borne interactive, un logiciel, etc. Le résumé de ces critères peut être consulté en ligne à www.ideactif.com/testnet.

D'entrée de jeu, le site est nettement épuré par rapport à la plupart des sites à vocation similaire. La densité informationnelle de la page principale est bien dosée, tout comme l'incitation générale, car ce qui est présenté à l'internaute est immédiatement utilisable et tout à fait compatible avec l'activité de recherche de voyage [1]. La concision de l'interface est remarquable d'un point de vue ergonomique.

Toutefois, sous l'angle marketing, le positionnement de l'offre est ambigu. À la première impression, on peut croire que le site n'offre qu'une mince variété de produits aux consommateurs et qu'il manque d'attrait (pas de contenu, uniquement un sélecteur

de vols). La valeur ajoutée d'Exit.ca ne devient claire qu'une fois la recherche amorcée ou quand on consulte la section «Exit.ca». Ce décalage peut décevoir l'internaute novice en quête d'information et d'inspiration pour choisir sa destination.

Certains irritants viennent ternir l'expérience utilisateur. Par exemple, il est facile de se livrer à une démarche de recherche de forfaits voyages qui laisse croire qu'il n'y a pas de produit disponible, l'indicateur «Nos offres» ne s'activant pas parce qu'un détail n'est pas précisé [2]. En fait, l'internaute pourrait simplement avoir oublié de spécifier un des éléments demandés. Normalement, le système devrait pouvoir afficher ces offres, sur-

tout lorsque les choix peuvent être déduits implicitement.

En revanche, en adaptant constamment les principales sections de l'écran à l'information fournie par l'internaute, Exit.ca respecte le critère générique de somme de travail, en optimisant le dialogue entre le site Web et l'internaute. Mais ce dialogue se déroule parfois en anglais [3]...

Une fois un produit sélectionné, le processus transactionnel qui suit, en neuf étapes, est simple. Les assurances suggérées, par ailleurs, représentent le seul effort de vente croisée.

Tous les éléments requis pour calculer le prix final sont présentés. Plusieurs caractéristiques formelles du site contribuent à susciter le sentiment

FAITS SAILLANTS

ERGONOMIQUES	POINTS FORTS	MARKETING
+	+	+
• Concision remarquable de l'interface principale.	• Sentiment de confiance élevé.	• Politiques de garantie et de protection des renseignements clairement formulées.
• Somme de travail habilement réduite.	• Compatibilité potentiellement accrue grâce à l'outil de clavardage simple.	• Facilité à clavarder avec un agent et à téléphoner sans frais.
-	-	-
• Manque d'incitation pouvant entraîner des erreurs lors de la recherche.	• Compatibilité réelle faible avec la tâche, sauf pour l'utilisateur expert.	• Recherche principale pouvant enfreindre le critère des actions minimales en ne déduisant pas des éléments évidents.
• Présentation de l'offre et positionnement confus.	• Vente croisée limitée à l'assurance voyage.	• Information de l'agent du service à la clientèle non homogène avec le contenu du site.

de confiance à l'égard des transactions en ligne. Par exemple, la présence du sceau de sécurité «Verisign» dès que l'on amorce le processus de réservation d'un service [4], la facilité d'accès à l'information relative à la sécurité, à la politique de protection des renseignements ainsi qu'à la politique de garantie (d'ailleurs clairement formulée).

Par contre, lors du processus de finalisation de la commande, les conditions associées aux vols manquent de clarté et de cohérence par rapport au reste du site [5]. Finalement, il est facile de passer par-dessus des renseignements importants concernant l'annulation de billets et, surtout, la nécessité, pour certaines destinations, de posséder un visa! Cela peut devenir fort em-

barrassant quand, à l'aéroport, on vous refuse l'accès à l'appareil...

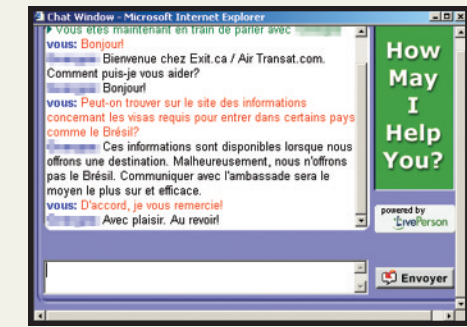
À ce chapitre, la fonction «Clavardage», cachée tout au bas de l'écran (très faible incitation), permet à l'internaute de bavarder en ligne avec un représentant d'Exit.ca [6]. L'outil est simple à utiliser, mais encore faut-il que le préposé donne les bonnes réponses. Cela n'aura pas été le cas lors de notre expérience d'août dernier... ●

Nathalie Berger est présidente et Alain Robillard-Bastien est ergonomiste d'Idéactif Conseil.

Votre opinion: Pour faire part de vos commentaires et de votre évaluation du site Internet Exit.ca, écrivez à: testnet@ideactif.com

[6] Clavardage

La réponse de l'agent n'était pas satisfaisante (bien qu'il nous ait dit de contacter l'ambassade, où nous aurions appris qu'un visa est effectivement requis pour les Canadiens), car le Brésil fait bel et bien partie des destinations offertes par Exit.ca.



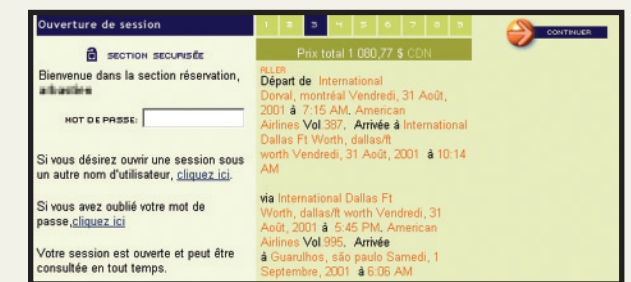
[5] Besoin d'un visa?

Nous avons voulu réserver un billet d'avion vers le Brésil. Sans peine, nous en avons trouvé. Mais avant de finaliser la transaction, nous avons eu un doute: un visa est-il nécessaire pour entrer au Brésil? Nous avons donc clavardé avec un agent et poussé le critère de compatibilité avec la tâche à son maximum.



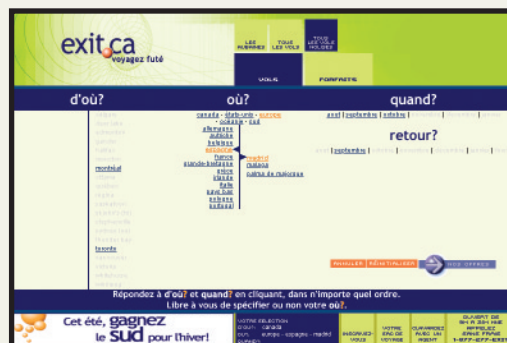
[4] Section sécurisée

Les utilisateurs inscrits au site peuvent accéder aisément à la section sécurisée, clairement indiquée au moment opportun. Mais bien que la disposition du bouton «Continuer», en haut à droite, soit cohérente avec cette section, on devrait trouver un élément similaire juste sous le champ de saisie du mot de passe, comme le stipule le critère de groupement par la localisation.



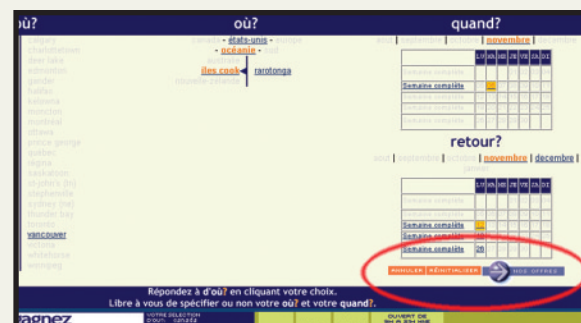
[1] Concision maîtrisée

L'écran principal est épuré, favorisant la lisibilité. De plus, aucune séquence particulière n'est requise dans la saisie des «D'où?», «Où?» et «Quand?», le système s'ajustant aux choix de l'internaute. Dans cet exemple, le choix de destination («Où?») ont déterminé les points de départ («D'où?»). Quant aux différents libellés, ils sont plutôt clairs et respectent les critères de compatibilité et d'incitation. Néanmoins, malgré une densité optimale, le site laisse certains utilisateurs perplexes, parce que, justement, trop peu d'instructions sont données (manque de guidage).

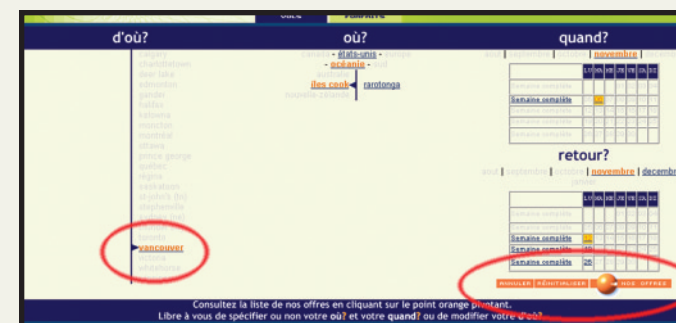


[2] Pas d'offres?

[a] Cet écran peut être mal compris, car tout semble prêt pour la visualisation d'offres, ce qui ne peut pas se faire, le bouton «Nos offres» n'étant pas actif. Le problème: Vancouver n'a pas été explicitement sélectionnée par l'internaute comme point de départ. L'utilisateur pourrait croire à tort qu'aucune offre n'est disponible pour cette destination à partir de Vancouver.



[b] Dès que Vancouver est sélectionnée, des offres sont proposées. Pourtant, le système devrait pouvoir épargner cette étape aux utilisateurs (critère des actions minimales) puisque Vancouver est, de toute façon, le seul point de départ possible pour la destination explicitement choisie.



[3] Un site... bilingue

Les internautes n'ayant pas de compte sur Exit.ca peuvent en créer un avant une transaction. La méthode est assez standard. On remarque par contre que le français n'est pas le point fort du site, comme en font foi ces menus et plusieurs tournures étranges trouvées un peu partout.

