

Analyse ergonomique de Steam

11.07.2016

—

IND8412

Charlotte Girouard

1807661

Maxime Jacquemont

1863573

Martin Therrien

1756473

Remis à Jean-Yves Fiset

Introduction

Afin de réaliser l'évaluation du site web Steam, nous avons dans un premier temps élaboré un scénario pouvant amener un utilisateur à visiter 8 pages du site. Chaque évaluateur a effectué une évaluation heuristique de ces quelques pages, ce qui a permis de faire ressortir différents problèmes d'ergonomie. Ensuite, nous avons également évalué l'accessibilité du site au travers de différents outils. Enfin, nous avons pu réaliser des tests d'utilisabilité selon le scénario pour faire ressortir de nouveaux problèmes rencontrés par les utilisateurs potentiels et confirmer ceux trouvés au travers des autres évaluations.

Développement

Scénario

Pour les évaluations, des pages particulières ont été analysées selon un scénario prédéterminé.

L'objectif de l'utilisateur est d'acheter un jeu de type "jeu de rôle" (RPG) en coopération et de l'offrir en cadeau à un ami.

Le scénario choisit est le suivant (aussi disponible avec images en annexe, section A) :

1. Début dans la page d'accueil (On sous-entend que l'utilisateur est déjà connecté à un compte)
2. Accès à la liste d'amis par le profil ou menu déroulant du profil
3. Clique pour aller à la page d'un ami
4. Accède à la liste de souhaits d'un ami
5. L'utilisateur clique sur "Voir la page du magasin"
6. La page du jeu s'affiche, l'utilisateur vérifie les "tags" pour voir si c'est un jeu de type jeu de rôle (RPG) en coopération. L'utilisateur clique sur "acheter pour offrir" (fin)

Heuristiques

Les heuristiques choisies sont ceux de Colombo et Pasch en partie pour l'inclusion de concepts intéressants dont la théorie du flow de Mihaly Csikszentmihaly.

Dans le tableau, plus bas, nous notons, à gauche, en rouge, les problèmes décelés selon les critères ergonomiques en référence (ex. Règle 1.a) détaillées ci-dessous avec lien web en annexe. Des recommandations en bleues sont situées à droite dans le tableau.

Trois évaluateurs ont participé:

- Martin Therrien - évaluateur 1
- Charlotte Girouard - évaluateur 2
- Maxime Jacquemont - évaluateur 3

Les heuristiques de Colombo et Pasch sont les suivantes :

1. Objectifs clairs

1a) Le système doit être conçu avec les bonnes affordances afin d'informer explicitement les utilisateurs de son ou ses usages

1b) Le système doit être fonctionnel, c'est-à-dire qu'il doit remplir les objectifs mis en avant par les affordances et répondre aux attentes des utilisateurs

1c) Des fonctionnalités supplémentaires (autres que celles de base) sont les bienvenues, encore mieux si elles prévoient des utilisations alternatives du système: dépasser les attentes des utilisateurs est souvent un facteur prédictif d'une bonne expérience utilisateur

2. Feedback approprié

2a) Le système doit fournir un feedback régulier et rapide

2b) Le feedback doit être le moins importun possible

2c) Le caractère « envahissant » du feedback doit être proportionnel au niveau de priorité de l'information donnée (pour établir une sorte de hiérarchie).

3. Attention focalisée

3a) Le système doit être utilisable

3b) Le système doit fournir du feedback pertinent et significatif pour la tâche à accomplir

3c) Le système doit éviter les distractions, c'est-à-dire les stimuli non pertinents pour la tâche à accomplir.

4. Transparence ergonomique

4a) Le système doit être ergonomique, il doit être adapté aux compétences des utilisateurs et à leurs buts

4b) Le comportement du système doit être cohérent et prévisible

4c) Le système doit être conçu avec une intégrité esthétique, il doit être visuellement attrayant et les principes communs de design doivent être suivis; il doit également fournir un flux gracieux, c'est-à-dire que l'interaction entre les utilisateurs et le système doit être fluide.

5. Appropriation technologique



5a) Le système doit être, dans une certaine mesure, personnalisable et manipulable par les utilisateurs à la fois dans son apparence et ses fonctionnalités;

5b) Le processus de personnalisation doit être facilement accessible, et avoir un résultat prévisible

5c) Fournir aux utilisateurs des choix multiples pour interagir avec le système (faire la même activité de différentes façons)

6. Équilibre entre challenges et compétence

- 6a)** Le système doit avoir une courbe d'apprentissage raide pour aider les utilisateurs novices
- 6b)** Le système doit encourager les utilisateurs à explorer et à découvrir toutes les caractéristiques et possibilités d'interaction
- 6c)** Le système doit fournir des fonctionnalités avancées ou des fonctions supplémentaires (par exemple, des accélérateurs, macros, réglages avancés, etc) et les rendre accessibles pour les utilisateurs intermédiaires / avancés.

7. Contrôle potentiel

- 7a)** Le système doit aider les utilisateurs à améliorer leurs compétences et à réduire la marge d'erreur dans la réalisation de leur activité
- 7b)** Le système ne doit pas donner l'impression aux utilisateurs d'être piégés. Éviter (autant que possible) de contraindre les actions des utilisateurs, leur fournir des stratégies de repli et rendre les actions facilement réversibles
- 7c)** Les utilisateurs doivent toujours être autorisés à activer ou désactiver les processus automatiques ou aides du système.

8. Suivre le rythme

- 8a)** Le rythme du système doit être adapté à l'activité pour laquelle il a été conçu;
- 8b)** L'expérience ne doit pas être interrompu par le système, mais les utilisateurs doivent être autorisés à suspendre l'interaction et à la redémarrer à partir de leur dernière action;
- 8c)** Les utilisateurs doivent avoir la possibilité d'accélérer ou ralentir le rythme de l'interaction.

9. Connaître les motivations des utilisateurs

- 9a)** Le système doit être conçu en observant les utilisateurs finaux et l'activité qu'ils cherchent à accomplir, ce qui signifie que vous devez connaître vos utilisateurs d'abord
- 9b)** Cependant, connaître tous les types d'utilisateurs et d'activités possibles est impossible, c'est pourquoi le système doit être flexible et s'adapter à des utilisateurs variés, des activités variées et dans des contextes divers
- 9c)** Quand c'est possible, le système doit aider les utilisateurs à satisfaire les trois besoins psychologiques fondamentaux (au sens large) : le besoin de compétence, le besoin d'autonomie et le besoin de relationnel.

10. Innovation conservatrice

- 10a)** Le système doit fournir un certain degré de nouveauté et de variété aux utilisateurs;

- 
- 10b)** Le système doit être le résultat d'un compromis entre innovation et tradition, où la tradition désigne la compatibilité avec les systèmes connus et la conformité aux normes et standards;
- 10c)** Le système doit assurer l'interopérabilité pour s'intégrer facilement au contexte existant.

1.0

The screenshot shows the Steam website interface. At the top, the navigation bar includes 'MAGASIN', 'COMMUNAUTÉ', 'CHILLAXE', 'À PROPOS', and 'SUPPORT'. The user's profile name 'CHILLAXE' is highlighted with a red box labeled 'A'. In the top right corner, there is a button 'Installer Steam' (labeled 'E'), the user's name 'farelenath', and their CDNS balance '0.00' (labeled 'D'). The main content area features a large banner for 'TIGER KNIGHT' with the text 'Accès anticipé disponible'. To the right, there is a promotional banner for 'VENEZ DÉCOUVRIR CES SUPER TITRES VR' with 'VIVE' and 'STEAM VR' logos. Below the banner, there is a section for 'Nouvelles sorties' (labeled 'B') with three game cards: 'The Tower: Last Stand', 'Redemption Cemetery: Bitter Frost...', and 'Unforgiven: Missing Memories - C...'. A 'Personnaliser' dropdown menu (labeled 'C') is open, showing options for product types: 'Produits en Accès anticipé', 'Jeux déjà présents sur votre compte', 'Jeux', 'Logiciels', 'Vidéos', 'Jeux dans ma langue', and 'Réalité virtuelle'. The bottom of the page shows 'Mis à jour récemment' and 'Recommandé pour vous' sections.

A

(Règle 1.a) Le nom de profil sert comme un bouton de menu. Le nom peut être "...", un nom personnalisé, et dans certains cas cela pourrait briser l'expérience. Selon évaluateurs 1 et 3.

Un nom de bouton approprié et qui regroupe ses sous catégories ou un icône associé serait préférable.

(Règle 1.b) L'option pour accéder à la liste des amis n'est pas à un endroit idéal car elle est sous le « Pseudo du joueur » mais il y a une option « communauté » dans le menu qui pourrait également inclure la liste d'amis, ce qui peut mélanger l'utilisateur. Selon évaluateur 2.

Il faudrait, idéalement, revoir le nom des choix dans le menu.

(Règle 6.b) Le système incite peu à découvrir la majorité des options dans les menu déroulants en haut de page tel que les groupes, la zone contenu, le « workshop », les forums de discussions, le fils

Donner un attrait plus grand aux options et fonctionnalités et mieux les intégrer au contexte de la page.

	d'activité, etc.). La liste de souhaits d'amis est également assez peu visible, l'encouragement d'y accéder y est encore moindre. Selon évaluateur 1.	
B	(Règle 3.c) Une grande quantité de publicité est présente dans la page d'accueil. Le système essaie de pousser la vente de produit, plutôt que d'aider l'utilisateur à atteindre ce qu'il veut. Selon évaluateur 1.	Puisque l'utilisabilité est affectée par la charge visuelle, compartimenter ou réduire les publicités pourrait améliorer le traitement d'information chez l'utilisateur.
C	(Règle 5.b) Difficile de connaître l'effet de la personnalisation avant d'avoir vérifié dans quelles catégories sont les éléments indésirable ou même de constater le changement après avoir enlevé un des choix. Selon évaluateur 1.	Une démonstration du résultat en temps réel de l'élément enlevé serait plus claire.
D	(Règle 4.b) Le fait d'avoir le nom de l'utilisateur avec un sous-menu et le pseudo dans le menu peut être mélangeant pour l'utilisateur. Même si la distinction est connue entre les deux, les utilisateurs peuvent confondre au départ. Selon évaluateur 2.	Dans le menu, indiquer "Profil" ou quelque chose de semblable à la place du pseudo pour marquer la différence.
E	(Règle 1.a) L'utilisateur ne sait pas forcément pourquoi il devrait installer Steam alors qu'il utilise déjà le site internet. Selon évaluateur 2.	Dans un premier temps, indiquer que le bouton amène sur une page d'explication en le renommant "Installer Steam...". Ensuite, éventuellement le remplacer par un lien.

1.1

The screenshot shows the Steam store interface. At the top, there are several promotional banners. Below them, there are navigation tabs: 'Sorties populaires', 'Meilleures ventes', 'Bientôt', and 'Offres'. The main content area is divided into two columns. The left column lists several games with their covers, titles, genres, and prices. The right column features a large 'Offres' section with a red border around the 'TO THE MOON' offer, which is highlighted with a red 'A'. Below this, there are smaller offers for 'Owlboy', 'Franchise Hockey Manager 3', 'The Ship: Remastered', 'Project CARS - Pagani Edition', 'Ghost Town Mine Ride & Shootin' Gallery', 'Shadowverse', 'Alteii: Horizons', and 'The Elder Scrolls V: Skyrim Special Edition'. At the bottom right, there is a section for 'Moins de CDN\$ 12' featuring 'SLAYWAY CAMP' and 'PENUMBRA COLLECTOR PACK'.

Game Title	Price	Discount
Owlboy	CDN\$ 25.19	-10%
Franchise Hockey Manager 3	CDN\$ 39.59	-10%
The Ship: Remastered	CDN\$ 21.99	0%
Project CARS - Pagani Edition	Gratuit	0%
Ghost Town Mine Ride & Shootin' Gallery	CDN\$ 9.99	0%
Shadowverse	Gratuit (F2P)	0%
Alteii: Horizons	Gratuit	0%
The Elder Scrolls V: Skyrim Special Edition	CDN\$ 49.99	0%
TO THE MOON	CDN\$ 1.64	-85%
Owlboy	CDN\$ 25.19	-10%
Franchise Hockey Manager 3	CDN\$ 39.59	-10%
Project CARS - Pagani Edition	Gratuit	0%
Ghost Town Mine Ride & Shootin' Gallery	CDN\$ 9.99	0%
Shadowverse	Gratuit (F2P)	0%
Alteii: Horizons	Gratuit	0%
The Elder Scrolls V: Skyrim Special Edition	CDN\$ 49.99	0%
SLAYWAY CAMP	CDN\$ 9.99	0%
PENUMBRA COLLECTOR PACK	CDN\$ 10.99	0%

A

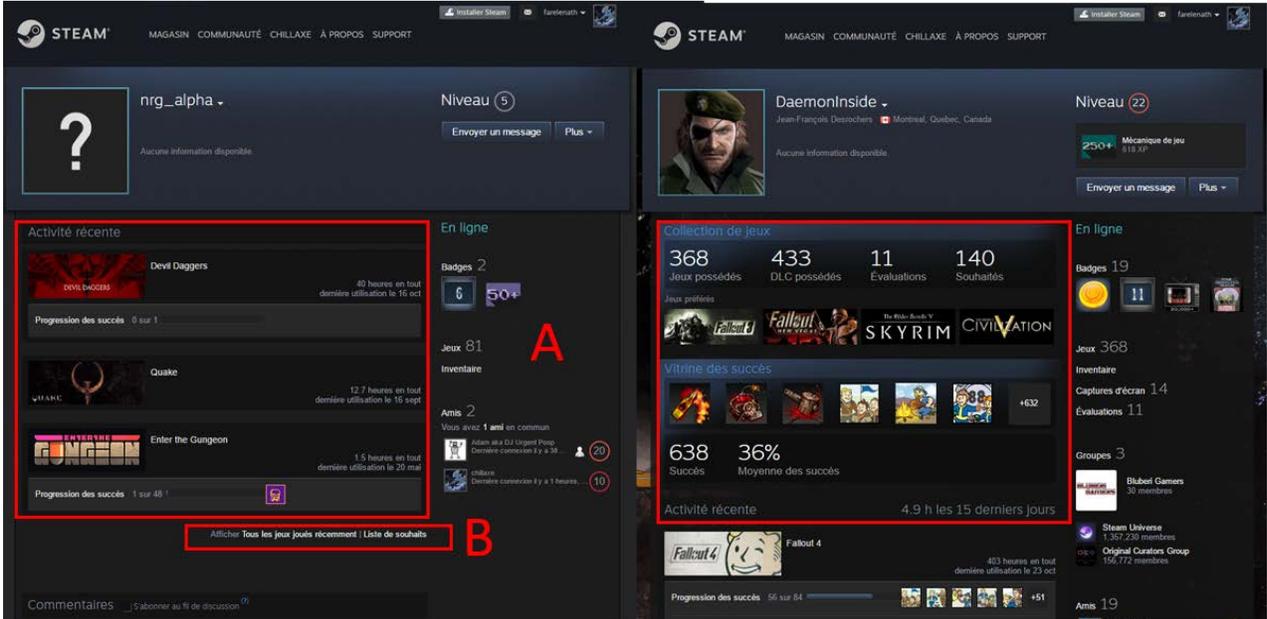
(Règle 3.c) Le système met en avant des zones qui peuvent distraire l'utilisateur de sa tâche. Selon évaluateur 3.

Rendre les publicités plus discrètes afin qu'elles se fondent au reste du site pour diminuer la charge visuelle.

2.0

The image shows the Steam Friends list interface. At the top, the user 'chillaxe' is logged in. The main navigation includes 'MAGASIN', 'COMMUNAUTÉ', 'CHILLAXE', 'À PROPOS', and 'SUPPORT'. The 'Amis' section is active, showing 24 friends out of 300. A modal window is open, allowing actions on selected friends: 'Supprimer les amis sélectionnés', 'Bloquer les utilisateurs sélectionnés', 'Débloquer les utilisateurs sélectionnés', 'Inviter à rejoindre le groupe', and 'Terminer'. A red box labeled 'A' highlights this modal. Below it, a confirmation dialog titled 'Supprimer les amis sélectionnés' is shown, with the text 'Voulez-vous vraiment supprimer cet ami ? Ce joueur n'apparaîtra plus dans votre liste d'amis et vous ne serez plus en mesure de communiquer avec lui.' A red box labeled 'B' highlights the question text, and another red box labeled 'C' highlights the 'OK' and 'Annuler' buttons.

A	(Règle 4.b) Quelques options utiles disponibles mais problème de cohérence au niveau du design. Selon évaluateur 2.	Il serait probablement plus cohérent d'avoir les options dans un sous-menu ou menu contextuel plutôt que des boutons, ou de mettre simplement des icônes à côté de chaque nom.
B	(Règle 4.a) Dans ce message d'erreur, l'utilisateur est obligé de se souvenir quel ami il a sélectionné. S'il veut s'assurer de son choix il sera obligé d'annuler et vérifier par lui-même. Selon évaluateur 2.	Afin de diminuer la charge mentale et ainsi limiter le taux d'erreur, il faudrait rappeler à l'utilisateur quel ami il est sur le point d'enlever de sa liste.

C	(Règle 4.c) Le bouton mis en avant ici est celui dont l'action sera irréversible et peut contraindre l'utilisateur à relire le message (perte de fluidité dans l'utilisation car retour en arrière), et augmenter le taux d'erreur. Selon évaluateur 2.	Par défaut, mettre plutôt le bouton "Annuler" en avant.
<p>3.0</p> 		
A	(Règle 4.b) Liste de souhait parfois plus difficile d'accès sur certains profils (l'affichage du profil n'est pas uniforme dans tous les profils) Selon évaluateurs 1 & 3.	Uniformiser la présentation des pages, de façon à ce que la personnalisation n'impacte pas la navigation des visiteurs
	(Règle 4.b) Nombreuses fonctionnalités mais organisation de l'information qui semble confuse. Certaines informations peu utiles (comme les badges) sont en haut, tandis que d'autres qui peuvent l'être plus sont plus bas. Aussi, tous les liens ne prennent pas tous la même forme (Par exemple : les chiffres en haut du cadre rouge dans la 2ème image sont des liens) Selon évaluateur 2.	Trouver une cohérence dans l'organisation de l'information en affichant les fonctionnalités les plus utiles en premier. Il pourrait être intéressant de proposer aux utilisateurs de personnaliser les pages en proposant d'afficher ou non certaines informations et d'avoir ainsi une uniformité.
B	(Règle 4.c) L'option pour afficher la liste de souhait n'est pas assez mise en avant dans certains cas. Selon évaluateur 2.	Agrandir le texte ou le mettre sur le côté avec les liens vers les jeux, inventaire, etc.

3.1

76 Jeux possédés 40 DLC possédés

Jeux préférés
CS:GO ISAAC BORDERLANDS THE PRE-SEQUEL FTL

Activité récente 16.7 h les 15 derniers jours
Game Dev Tycoon 4.7 heures en tout dernière utilisation le 1 nov

A

Progression des succès 13 sur 33 +8

Counter-Strike: Global Offensive 444 heures en tout dernière utilisation le 30 oct

Brass Recruit 200 XP Progression des succès 148 sur 167 +143

The Binding of Isaac: Rebirth 347 heures en tout dernière utilisation le 7 oct

Progression des succès 211 sur 276 +206

Badges 6

Jeux 76

Inventaire

Groupes 2
1998 Never Forget 4 membres
Best International Team Ever 5 membres

Amis 33
Vous avez 3 amis en commun

W55 En jeu Counter-Strike: Global Offensive 20
Lone Wolf S193 "BRAZZERS" En ligne 19
SKURT SKURT SKURT Dernière connexion il y a 45 ... 16
mattHxs [FR] En ligne 11

A

(Règle 4.b) L'affichage des badges et progression sur les jeux ne sont pas uniformes. Selon évaluateur 3.

Spécifier une mise en forme type à réutiliser.

3.2

STEAM® MAGASIN COMMUNAUTÉ CHILLAXE À PROPOS SUPPORT

Installer Steam farenath

Zaf9670
Ben Knoxville, Tennessee, United States
www.twitch.tv/zaf9670
Just your average gamer. I love to play and wish I could do it all the time. I'm kinda tall. I think I'm funny but not really sure.

Niveau 17
7 Années de service
350 XP
Envoyer un message Plus

A

(Règle 4.a) Certains textes (écrits par les utilisateurs) ne sont pas traduits. Selon évaluateur 1.

Implémenter une technologie de traduction automatique optionnelle.

4.0

The screenshot shows the Steam store page for Bidou [QC] under the 'Liste de souhaits' (Wish List) tab. The list contains six games:

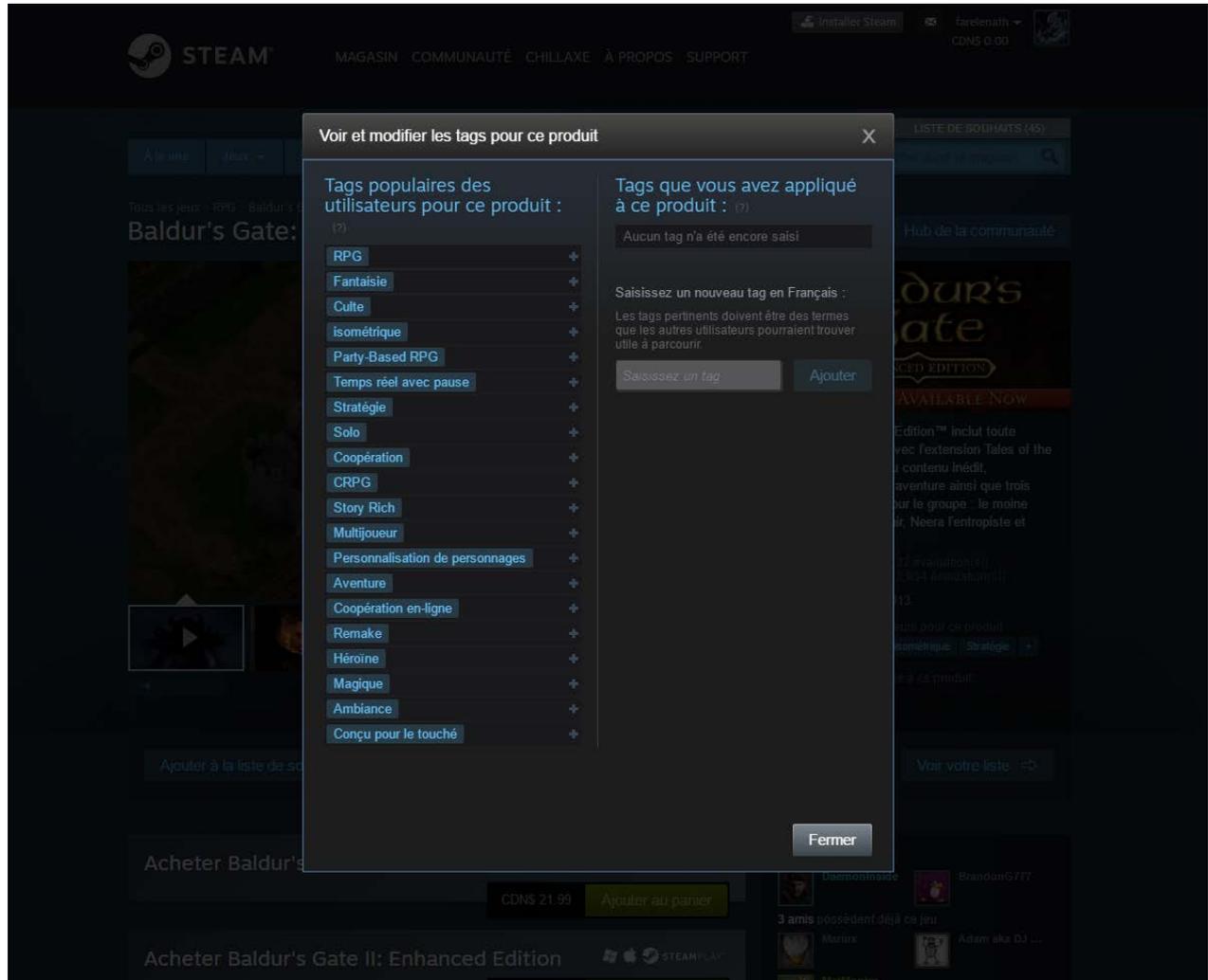
- 1 INSIDE**: Added on June 28. Price: CDN\$ 21.99. A red box highlights the game title and its details, with a red letter 'B' to the left.
- 2 The Universim**: Added on February 20. Price: CDN\$ 21.99. A red box highlights the game title and its details, with a red letter 'A' to the left. Another red box highlights the 'Visiter la page du magasin' button, with a red letter 'A' to the right.
- 3 Firewatch**: Added on June 24. Price: CDN\$ 21.99.
- 4 Darkest Dungeon**: Added on June 11, 2015. Price: CDN\$ 27.99.
- 5 Planetbase**: Added on October 17, 2015. Price: CDN\$ 21.99.
- 6 Ori and the Blind Forest: Definitive Edition**: Added on July 3. Price: CDN\$ 22.09.

A	(Règle 4.b) Confusion dans la liste de souhait : Normalement, lors des recherches de jeu dans le magasin, si l'utilisateur clique sur l'image du jeu, il est renvoyé vers la page du magasin où se trouvent le jeu et ses informations et il y a un bouton pour accéder au « Hub de la communauté » du jeu. Or, dans la liste de souhait, cliquer sur l'image renvoi sur le « Hub de la communauté » du jeu, tandis que le bouton à droite renvoi à la page du magasin. Selon évaluateur 2.	Il faut simplement garder le même fonctionnement dans les deux cas. Si possible le plus logique et le plus utilisé, c'est-à-dire, ici, celui des pages du magasin.
B 1	(Règle 1.b et 4.b) État de survol de la bande bleu, sous-entend de l'interactivité, et semble être un bouton mais ne l'est pas. Selon évaluateur 1 & 3.	Le comportement pourrait être celui d'un bouton, tel qu'il est avec des éléments similaires dans la liste de jeu lors d'une recherche par mots clefs.

<p>B 2</p>	<p>(Règle 1.c, 3.b) Absence de tags pour catégories des jeux dans la liste de souhait et inconsistance du fonctionnement entre la liste de jeux souhaités et la liste de jeux lors de recherches par nom. Selon évaluateur 1.</p>	<p>Il serait mieux d'avoir le même comportement que les éléments similaires dans une recherche par mot clefs, et de mettre ces tags dans une bulle qui apparaît en état over.</p> 
<p>B 3</p>	<p>(Règle 1.c et 6.c) Absence de moyen pour filtrer-classer les jeux de la liste de souhait. De même qu'il n'y a aucun moyen de savoir la catégorie auxquelles ils appartiennent. Selon évaluateur 3.</p>	<p>Afficher des tags sur le même modèle que le magasin et proposer des options de tri.</p>
<p>Général</p>	<p>(Règle 8.a) Le rythme de l'activité est brisé lorsque l'utilisateur arrive dans la liste de souhaits d'un ami, et qu'il tente de voir les détails de classifications d'un jeu. Il doit faire des essais et erreurs pour trouver le jeu voulu ce qui nuit au processus qui allait bien jusqu'à ce moment. Selon évaluateur 1.</p>	<p>Améliorer le système de recherche, pour que ses résultats et son état ne soient pas perdus. Par exemple, la recherche pourrait glisser en rebord de page, ou l'utilisateur pourrait sélectionner plusieurs jeux à comparer tout en ayant une façon de retourner dans sa recherche au besoin ultérieurement.</p>
<p>5.0</p>		

A	(Règle 1.a) Le bouton avec un icône "plus" à droite des tags semble vouloir dire « rajouter des tags ». Selon évaluateur 1.	L'icône devrait communiquer la continuité de la liste et la possibilité de voir davantage de tags et ne pas en rajouter, par exemple avec des points de suspension (...).
B	(Règle 2.b) Lorsque l'utilisateur ajoute un jeu à son panier d'achat, il est automatiquement redirigé vers le panier. Selon évaluateur 1,2 & 3.	Indiquer l'ajout au panier et proposer de continuer ou non ses achats.
Général	(Règle 5.c et 7.b) Absence de bouton pour revenir à l'étape précédente, ce qui force l'utilisateur à recommencer sa recherche ou d'utiliser les boutons du fureteur. Selon évaluateur 1.	Ajouter une méthode, tel un bouton, pour revenir à l'étape de recherche précédente.

5.1



Général	(Règle 7.a) Les tags, qui servent à catégoriser les jeux, peuvent être imprécis, pouvant causer des erreurs dans l'achat de jeux mal catégorisés par des utilisateurs. Selon évaluateur 1.	Avoir un système qui donne la visibilité ou une visibilité accrue qu'aux tags approuvés par une source officielle ou une assez grande proportion de la communauté.
Général	(Règle 6.c et 8.c) Aucun accélérateur et macro pour utilisateurs avancés autre que pour ce qui est des listes de jeux souhaités. Selon évaluateur 1.	Permettre à un utilisateur avancé, une utilisation plus efficace au travers de raccourcis et de plus puissants outils de personnalisation.
Général	(Règle 7.a) La recherche d'éléments avec la boîte de recherche ne permet pas d'erreurs d'orthographe. Le résultat retourné est nul, ce qui peut donner l'impression à l'utilisateur que le produit n'est pas là, ou simplement va encombrer sa recherche avec le besoin de corriger sans avoir eu de suggestion.	Afficher une orthographe alternatif lors de la frappe et après si aucune correspondance n'est détectée.

	<p>Selon évaluateur 1.</p>	
Général	<p>(Règle 9.c) Une motivation première de l'utilisateur, l'achat, est bien couverte. Les motivations secondaires sont délaissées par le fait que, pour remplir leurs objectifs secondaires, l'utilisateur doit chercher dans une interface chargée et parfois dans des menus cachés. (ex. donnés précédemment, dans les menus en haut, les forums etc.) Selon évaluateur 1.</p>	<p>Un meilleur regroupement des éléments fonctionnels et une identité plus propre selon le contexte d'utilisation serait préférable, de cette façon, une attention plus grande aux objectifs secondaires des utilisateurs.</p>
Général	<p>(Règle 10.a) Partiellement implémenté, un système de ludification (niveaux, badges) qui pourrait être utilisé davantage pour l'aspect de réputation des usagers, est subtil, voir pratiquement caché, et a peu d'utilité. Selon évaluateur 1.</p>	<p>Ajouter des avantages à la progression dans les systèmes de ludification, soit par des outils de personnalisations plus intéressants, ou un affichage plus présent pour encourager l'aspect de réputation au sein du réseau social.</p>
Général	<p>(Règle 10.c) Le système n'est pas adapté pour la tâche du scénario "voir les genres des jeux de la liste de souhait d'un ami", ainsi que plusieurs autres fonctionnalités qui sont secondaire et semblent presque abandonnées, tel, la couche de ludification, les groupes et le file d'activités. Selon évaluateur 1.</p>	<p>Un meilleur regroupement par contexte de tâches et une meilleure synergie des éléments fonctionnels du site serait préférable.</p>

Accessibilités

Localisation et Internationalisation

METTRE À JOUR LE PAYS DU MAGASIN ET DU PORTE-MONNAIE

Votre pays fait partie des paramètres de votre compte Steam. Les paramètres du pays affectent ce que vous voyez sur le magasin Steam, la devise des prix, et la devise de votre porte-monnaie. Si vous avez déménagé et vivez maintenant dans un nouveau pays ou si vous vivez dans un pays étranger durant une longue période, vous pouvez mettre à jour les paramètres du pays.

Steam accepte uniquement les moyens de paiement du pays correspondant à vos paramètres du pays. Si vous vous déplacez fréquemment, choisissez le pays qui correspond à votre résidence principale, là où vous avez un moyen de paiement.

Veuillez sélectionner votre pays de résidence :

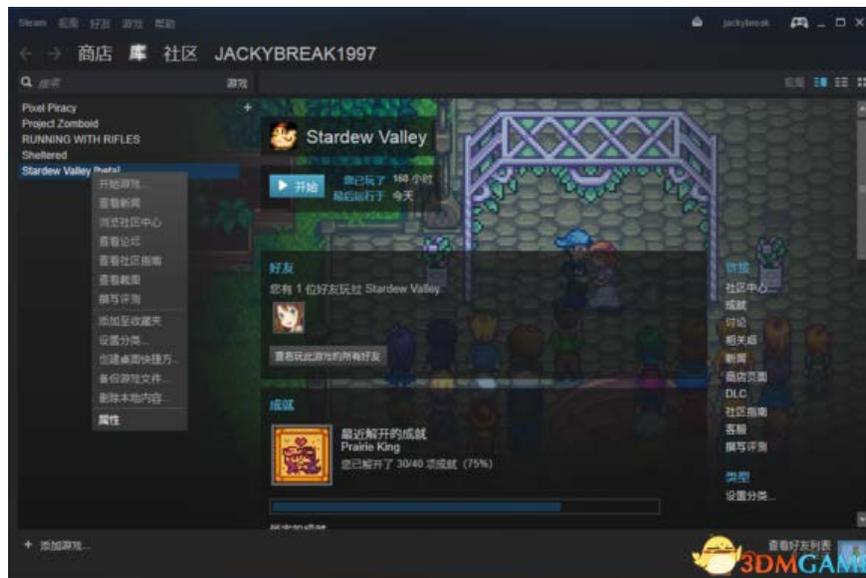
Vous pouvez uniquement sélectionner un pays où vous vous trouvez actuellement.

Steam a détecté votre emplacement actuel à : **Canada**

Si vous êtes actuellement en voyage, vous devez retourner à votre pays de résidence avant de pouvoir définir votre pays.

<input type="checkbox"/> Allemand	<input type="checkbox"/> Anglais
<input type="checkbox"/> Bulgare	<input type="checkbox"/> Chinois simplifié
<input type="checkbox"/> Chinois traditionnel	<input type="checkbox"/> Coréen
<input type="checkbox"/> Danois	<input type="checkbox"/> Espagnol
<input type="checkbox"/> Finnois	<input type="checkbox"/> Français
<input type="checkbox"/> Grec	<input type="checkbox"/> Hongrois
<input type="checkbox"/> Italien	<input type="checkbox"/> Japonais
<input type="checkbox"/> Norvégien	<input type="checkbox"/> Néerlandais
<input type="checkbox"/> Polonais	<input type="checkbox"/> Portugais
<input type="checkbox"/> Portugais du Brésil	<input type="checkbox"/> Roumain
<input type="checkbox"/> Russe	<input type="checkbox"/> Suédois
<input type="checkbox"/> Tchèque	<input type="checkbox"/> Thaï
<input type="checkbox"/> Turc	<input type="checkbox"/> Ukrainien

Les éléments des interfaces ne sont pas inversés dans une langue qui se lit de droite à gauche. Ci-dessous, en "chinois traditionnel" l'interface a la même structure organisationnelle, les teintes, minimalistes, sont les mêmes (quelques teintes de bleu sinon, c'est du niveau de gris). Le site ne tient donc pas compte de différences culturelles et de structure des langues écrites au-delà de la traduction des mots.



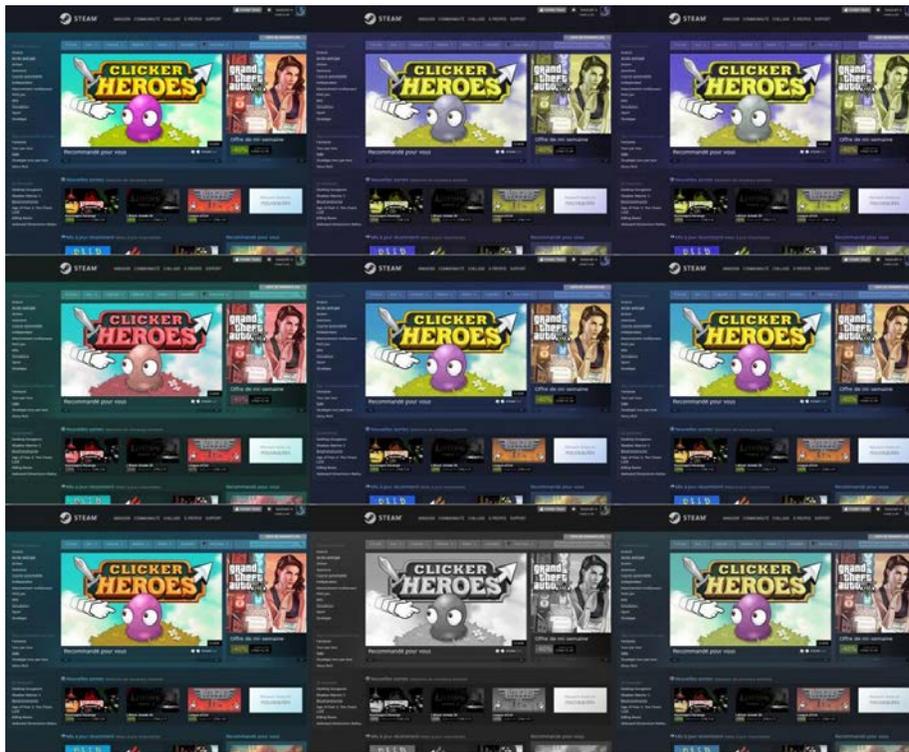


Daltonisme

Steam, dans ses teintes, utilise grandement différents niveaux de luminosité et très peu de couleurs pour distinguer ses éléments graphiques. Alors, pour différents types de daltonisme, le site est encore pleinement fonctionnel.

On ne perd réellement que dans certains cas les teintes de boutons verts ou bleus qui servent parfois pour le contraste, mais ils sont juxtaposés à des éléments qui contrastent toujours en luminosité donc, l'effet désiré est toujours présent.

Le site a été testé avec l'outil en ligne [Coblis](#).



Test de lisibilité avec Scolarius

Afin d'évaluer la lisibilité du texte du site Steam, nous avons utilisé l'outil en ligne [Scolarius](#).

En tenant compte du style du texte (couleur et taille), nous avons parfois remplacé des espaces par des points, ce qui correspondrait à la manière de lire. Il faut cependant garder à l'esprit que cela reste une interprétation subjective.

Par exemple, **Nouvelles sorties** Sélection de nouveaux produits devient "Nouvelles sorties. Sélection de nouveaux produits".

Phrases testées:

<ul style="list-style-type: none"> ● Nouvelles sorties. Sélection de nouveaux produits (25) ● Mis à jour récemment Mises à jour importantes (24) ● Recommandé pour vous (21) ● L'offre prend fin mardi à 19h (UTC+1). (39) ● Rechercher dans le magasin. (27) ● Dernière connexion il y a 7 minutes. (37) ● Tous les amis (13) ● Utilisateurs bloqués (21) ● Partenaires de jeu récents (27) ● Gérer la liste d'amis (22) ● Vous avez 1 ami en commun (25) ● Afficher. Tous les jeux joués récemment Liste de souhaits. (30) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Envoyer un message (18) ● Progression des succès (23) ● S'abonner au fil de discussion (30) ● Joué(s) récemment (19) ● Tous les jeux (15) ● Liste de souhait (19) ● Visiter la page du magasin (26) ● Hub de la communauté (21) ● Évaluations des utilisateurs : RÉCENTES : très positives (16 évaluation(s)) GLOBALES : très positives (1,847 évaluation(s)) (131) ● Tags populaires des utilisateurs pour ce produit : (50) ● Tags que vous avez appliqués à ce produit : (44)
--	--

Les chiffres indiqués entre parenthèses correspondent aux niveaux de scolarité, selon Scolarius :

- Initié 190 et +
- Universitaire 150 - 189
- Collégial 120 - 149
- Secondaire 90 - 119
- Primaire 50 - 89

Grâce à cette évaluation, nous pouvons en déduire qu'en dehors de la page de jeu (qui est plutôt chargée mais contient des textes toujours différents selon ce que les créateurs de jeux ont voulu mettre et n'a donc pas été testée), les textes sont suffisamment courts pour être lisible par des personnes de niveau scolaire primaire.

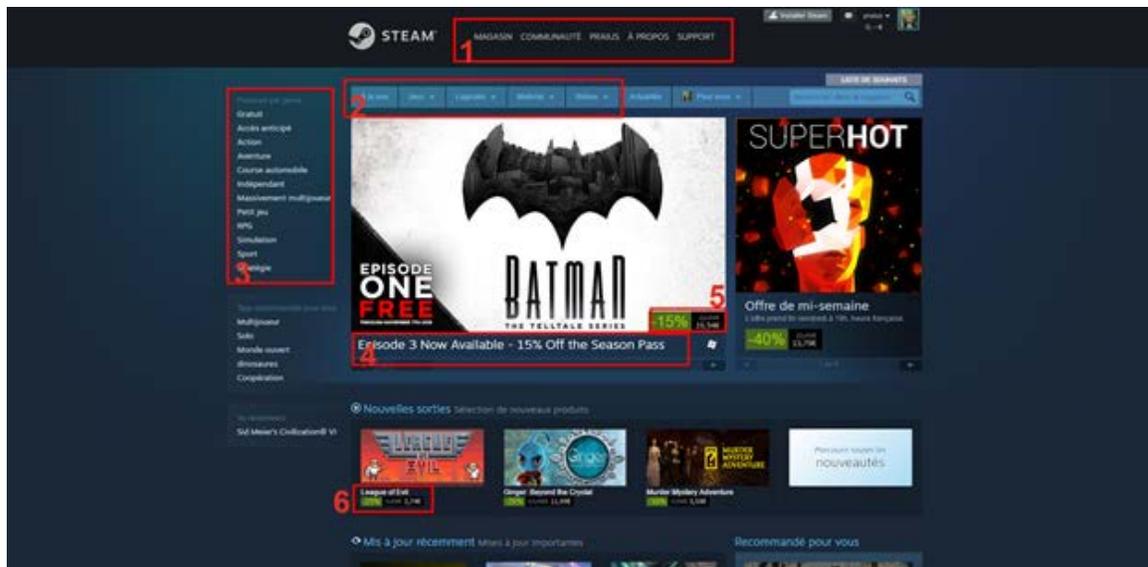


Test de lisibilité - Taille de caractère

L'ensemble des polices de caractères du site Steam sont spécifiées de façon absolues (en pixels) et non de manière relative comme le conseil le W3C. En fonction des résolutions d'affichage de l'utilisateur, la lisibilité du site change donc.

En se basant sur les statistiques présentées sur le site screenresolution.org, (échantillon de 1 462 752 personnes à date du 1^{er} Novembre) nous avons sélectionné quelques résolutions d'écran et calculé la taille en centimètre que représente une police de caractère allant de 10px à 16px pour un écran donné. (Voir tableau 2 en annexe D)

Les résolutions **15" - 1366*768** et **15" - 1920*1080** représentent respectivement, 18,25% et 16,95% du marché. C'est donc au travers de ces deux résolutions que nous étudierons la lisibilité des pages en termes de taille de caractère.



Page d'accueil du site Steam

	Taille (en px)	15" 1366*768		15" 1920*1080	
		taille du caractere (en cm)	Distance à l'ecran maximale (en cm)	taille du caractere (en cm)	Distance à l'ecran maximale (en cm)
1 - Menu	14	0,34	55	0,24	40
2 - Menu secondaire	12	0,29	50	0,21	40
3 - Menu Selection des genres	13	0,32	55	0,23	40
4 - Texte bandeau principal	21	0,51	70	0,37	70
5 - Prix - bandeau principal	13	0,32	55	0,23	40
6 - Nom et prix	12	0,29	50	0,21	40

Tableau récapitulatif

Le CCHST (Centre Canadien d'Hygiène et de Sécurité au Travail), préconise une distance entre les yeux et l'écran allant de 40 à 70cm pour que la lecture soit confortable. L'inconfort visuel augmentant plus l'écran étant proche. En effet, les muscles des yeux doivent accomplir plus d'efforts pour procéder à l'accommodation et à la convergence.

Cependant, on remarque par cette analyse que les tailles de polices sont trop petites pour satisfaire un critère de lisibilité conséquent. La distance maximale pour lire certaines polices étant égale, voir inférieures à 40 cm.

Test d'accessibilité avec [Achecker](#)

Afin de déterminer si le site Steam est accessible, nous avons utilisé l'outil en ligne [achecker.ca](#). Grâce à cet outil, nous avons relevé différents problèmes d'accessibilité:

1.1 Text Alternatives: Provide text alternatives for any non-text content

Success Criteria 1.1.1 Non-text Content (A)

Les images ne contiennent pas de balise "alt" qui permettent d'indiquer ce que représente ou véhicule l'image. Ainsi, l'information reste disponible lorsque l'image ne peut être chargée ou vue.

1.3 Adaptable: Create content that can be presented in different ways (for example simpler layout) without losing information or structure.

Success Criteria 1.3.1 Info and Relationships (A)

Les barres de recherches ne contiennent pas de "label", qui indique de quoi il s'agit.

1.4 Distinguishable: Make it easier for users to see and hear content including separating foreground from background.

Success Criteria 1.4.3 Contrast (Minimum) (AA)

Le contraste de couleurs entre des textes et liens sélectionnés par rapport à leur background n'est pas assez fort.

Success Criteria 1.4.4 Resize text (AA)

Un élément de texte est en italique et devrait plutôt utiliser la balise "em" ou "strong".

2.1 Keyboard Accessible: Make all functionality available from a keyboard.

Success Criteria 2.1.1 Keyboard (A)

Il manque l'événement "onblur" à ajouter avec la même fonction que "onmouseout" et l'événement "onfocus" à ajouter avec la même fonction que "onmouseover".

3.3 Input Assistance: Help users avoid and correct mistakes.

Success Criteria 3.3.2 Labels or Instructions (A)

Ajouter du texte à l'élément "label".

Les résultats montrent que le site n'atteint pas la côte d'accessibilité A, dû aux problèmes de niveau A et AA trouvés. Ces problèmes seraient faciles à régler et nécessitent pour la plupart d'ajout d'éléments descriptifs dans des balises.

Tests d'utilisabilité

Les utilisateurs choisis pour réaliser les tests d'utilisabilité, ont déjà utilisé le site Steam et sont familiers avec les termes employés, comme "jeux de rôle" (RPG) puisque nous voulons tester un scénario contenant des fonctionnalités de seconds plans dans un cas particulier.

Les tests se sont déroulés dans une salle isolée de distractions visuelles et auditives sur un ordinateur portable. Les participants ont utilisé la technique "penser tout-haut" alors qu'ils tentaient d'accomplir leurs objectifs et les tests étaient suivis de questions portant sur les impressions de l'utilisateur concernant les points positifs et ceux à améliorer. Puis les utilisateurs ont dû remplir un questionnaire.

Utilisateur 1	Utilisateur 2
<p>Séquence d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Page d'accueil ● Atteint la page de profil via l'icône d'utilisateur en haut à droite ● Clique sur "Liste d'amis" 	<p>Séquence d'actions</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Page d'accueil ● Cherche la liste d'amis dans le menu déroulant "Communauté" puis dans le menu "pseudo" ● Clique sur "Amis"

<ul style="list-style-type: none"> ● Recherche et clique sur "IND8412" ● Recherche sur la page la mention "liste de souhait" puis clique dessus ● Lit les titres des jeux de la liste pour déceler un RPG-Coop ● Visite la page du magasin pour un premier jeu ● Regarde les Tags ● Retour en arrière et regarde un autre jeu de la liste ● Clique sur l'image. Ce qui l'emmène sur la page HUB et non le magasin ● Retour en arrière et clique sur le bouton "visiter la page du magasin" ● Arrive sur la page du magasin ● Cherche la fonction "ajouter en cadeau" ● Clique sur "ajouter au panier" pour tester ● Clique sur "acheter pour offrir" 	<ul style="list-style-type: none"> ● Recherche et clique sur "IND8412" ● Recherche sur la page la mention "liste de souhait" puis clique dessus ● Cherche un filtre pour trier les jeux présents dans la liste ● Clique sur les images qui l'emmènent sur le HUB et ouvre les pages dans de nouveaux onglets ● Par habitude, cherche le menu à droite (car s'attendait à être sur la page du magasin) ● Clique sur le bouton "visiter le magasin" présent sur la page du HUB ● Recherche les types des jeux par les tags ● Une fois les jeux étudiés et comparés entre eux, et le jeu choisit, clique sur "ajouter au panier" ● Clique sur "Acheter pour offrir"
<p>Résultat: Succès partiel. L'utilisateur a choisi le bon jeu mais par déduction, il n'a pas su préciser que c'était bien un RPG.</p>	<p>Résultat: Succès. Après une recherche et évaluation des différents jeux de la liste, l'utilisateur a bien atteint les objectifs.</p>
<p>Commentaires de l'utilisateur:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facilité d'utilisation - Polices de caractère un peu petites. - Clique répétitif sur le nom du jeu dans la liste de souhait. (La liste réagissant au survol de la souris comme si c'était un bouton.) 	<p>Commentaires de l'utilisateur:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Confusion entre les cliques sur l'image et le bouton "visiter le magasin" dans la liste de souhaits

Questionnaire

Les réponses au questionnaire de nos deux utilisateurs montrent une tendance commune vis à vis la facilité à trouver le jeu dans la liste de souhait selon le scénario. L'utilisateur 1 dit avoir légèrement plus de difficulté à trouver les jeux et l'utilisateur 2 est ni d'accord ou en désaccord. On a pu constater, d'ailleurs, que l'utilisateur 2 était plus habitué à comparer des jeux, alors, ça peut expliquer la mince différence d'aise entre les deux utilisateurs. Le site n'a pas été perçu négativement pour autant puisqu'ils sont tous les deux "d'accord" et "tout à fait d'accord" pour dire que le site à une bonne présentation et qu'ils seraient prêt à l'utiliser fréquemment.

On peut voir les réponses en annexe à la section C.



Analyse des tests d'utilisabilité

Bien que les deux utilisateurs aient une expérience préalable avec Steam, ainsi qu'une connaissance des jeux vidéo, toutes deux différentes, les deux tests ont été considérés comme des succès, malgré que le premier soit un succès partiel dû au fait que la vérification du jeu comme étant un jeu de rôle n'ait pas été fait. L'utilisateur 1 s'est basé sur sa connaissance de la marque plutôt.

Les tests d'utilisabilité nous ont permis de constater que la plupart des problèmes pointés lors des heuristiques sont ceux que les utilisateurs rencontrent, notamment par rapport à la taille des textes, les allers-retours dans leurs recherches, la difficulté de confirmer les catégories des jeux et une légère difficulté à trouver la liste de jeux souhaités.

Recommandations

Comme nous l'avons vu dans la section précédente, plusieurs solutions sont proposées, cette section résume les plus importantes recommandations.

Plusieurs des problèmes détectés dans les évaluations, sont simples à régler. D'autres, demandent une certaine restructuration du site, soit dans l'organisation des interfaces, soit dans la structure hiérarchique.

Selon les évaluations heuristiques, plusieurs problèmes ont été notés. Les plus flagrants ont été le manque de consistance dans la liste de souhaits, les écrans chargés, l'absence d'informations sur les types de jeux de la liste de souhaits, et le besoin pour le joueur d'utiliser des outils du fureteur (le bouton retour et voir même les onglets) pour accomplir les objectifs du scénario évalué. Un retour sur la conception de l'intégration et structures de pages pourrait régler ces problèmes.

Pour la localisation et internationalisation, lorsque le site est traduit dans une langue dont la lecture se fait de droite à gauche, cela n'a pas d'impact sur les emplacements des éléments du site. En tenir compte serait important puisque le marché asiatique, entre autres, est très gros.

Les problèmes d'accessibilité peuvent être corrigés majoritairement avec l'ajout de description dans les balises et en agrandissant les textes qui semblent trop petits.

Enfin, nous pouvons dire que les tests d'utilisabilité ont servi à appuyer une grande partie de ces problèmes, ce qui confirme nos observations et les besoins de corriger ces défauts.

Conclusion

Le site a beaucoup de bons points et un accent grandement mis sur la vente et les publicités de jeux.

L'évaluation des pages du scénario retenu, nous a permis de constater un certain nombre de problèmes d'utilisabilité qui auraient pu être évités en tenant compte de méthodes utilisées dans ce document.

Beaucoup de fonctionnalités sont disponibles et chargent l'écran mais ne sont pas contextuelles et leur intégration, en général, n'est pas bonne. On a l'impression que les développeurs ont du mal à traiter les motivations de seconds plans des utilisateurs et ne font que mettre des fonctionnalités disponibles, au cas où certains types d'utilisateurs voudraient les utiliser.

Plusieurs problèmes sont simples à régler, certains demanderont plus de travail de conception.

Annexes

A- Scénario à suivre

1. Accueil (début on sous-entend que l'utilisateur est déjà connecté)



2. Liste d'amis



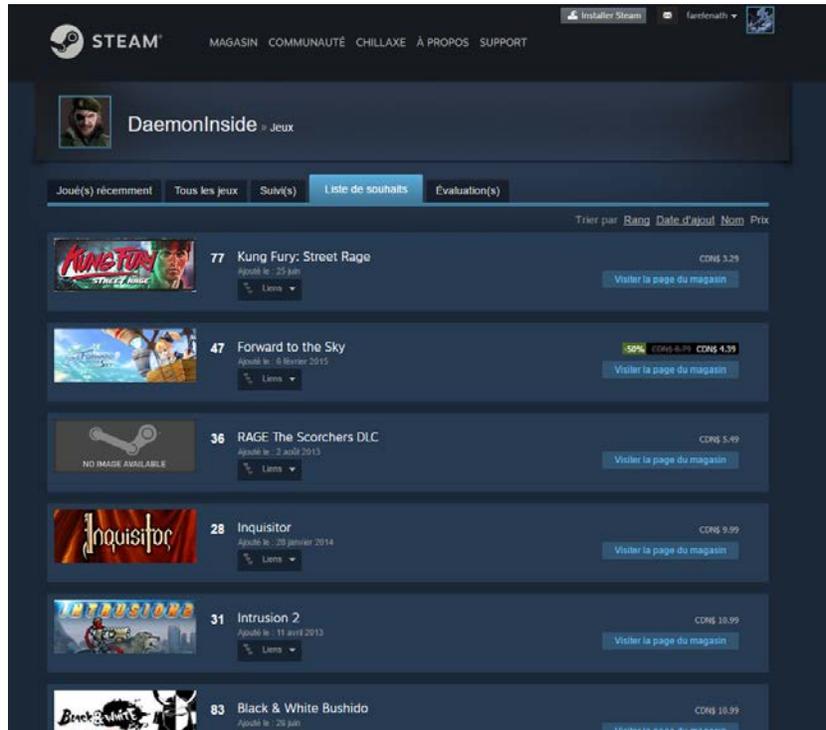


3. Page d'un ami

The screenshot shows the Steam profile page for a user named **DaemonInside**. The profile includes the following information:

- Profile Name:** DaemonInside
- Real Name:** Jean-François Desrochers
- Location:** Montreal, Quebec, Canada
- Level:** 22
- Gameplay Mechanics:** 250+ (606 XP)
- Collection de jeux:** 356 Jeux possédés, 431 DLC possédés, 11 Évaluations, 140 Souhaités
- Jeux préférés:** Fallout 4, The Elder Scrolls V: Skyrim, Civilization
- Vitrine des succès:** 636 Succès, 36% Moyenne des succès
- Activité récente:** Fallout 4 (379 heures en tout, dernière utilisation le 11 sept)
- En ligne:** Badges 19, Jeux 356, Inventaire, Captures d'écran 14, Évaluations 11
- Groupes:** 3 (Bluelit Gamers, Steam Universe, Original Curators Group)

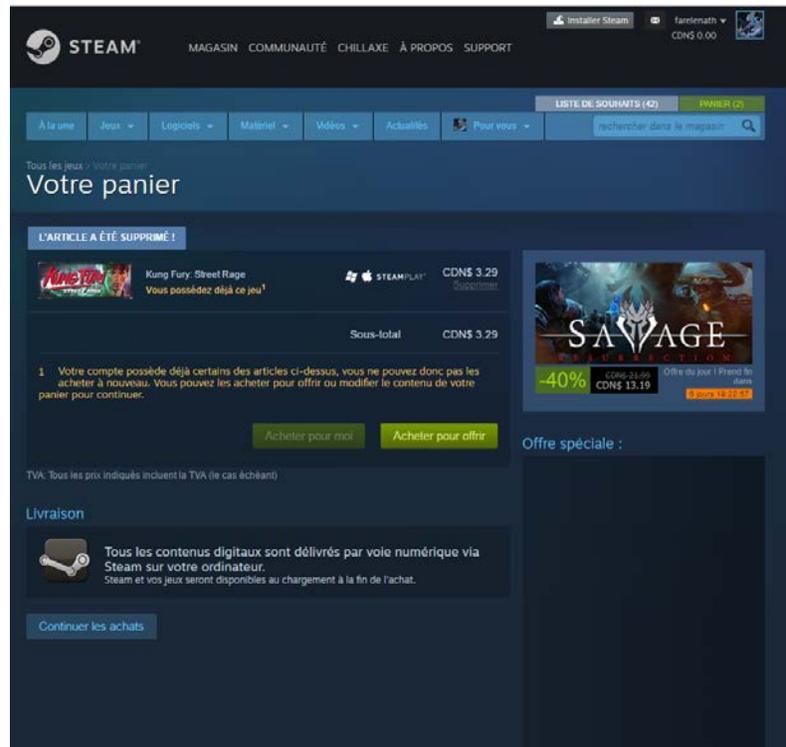
4. Liste de souhaits d'un ami, l'utilisateur clique sur "Voir la page du magasin"



5. Page du jeu, l'utilisateur vérifie les "tags" pour voir si c'est un jeu de type jeu de rôle (RPG) en coopération



6. Panier, l'utilisateur clique sur acheter pour offrir (fin)



B - Heuristiques de Colombo et Pasch

Nous avons utilisé les heuristiques de Colombo et Pasch disponibles sur le le suivant :

<https://uxmind.eu/2014/08/14/10-heuristiques-pour-une-ux-optimale-de-colombo-et-pasch/>

C- Questionnaire

Voici des questions posées aux usagers suite aux tests d'utilisabilité. Les réponses sont données avec une échelle de 5 valeurs selon l'échelle de Likert. Les 5 valeurs sont : "Tout à fait d'accord", "D'accord", "Ni en désaccord ni d'accord", "Pas d'accord", et "Pas du tout d'accord"

1- Vous avez accompli toutes les tâches demandées

Utilisateur 1: Tout à fait d'accord

Utilisateur 2: Tout à fait d'accord

2- Vous avez vu tous les jeux de rôles en coopération disponibles dans la liste de souhait de votre ami

Utilisateur 1: Pas d'accord

Utilisateur 2: Tout à fait d'accord

3- Vous avez trouvé facilement les jeux souhaités

Utilisateur 1: Pas d'accord

Utilisateur 2: Ni en désaccord ni d'accord

4- Vous avez aimé la présentation du site

Utilisateur 1: D'accord

Utilisateur 2: Tout à fait d'accord

5- Vous avez compris le fonctionnement de la liste de souhaits

Utilisateur 1: Tout à fait d'accord

Utilisateur 2: Tout à fait d'accord

6- L'information était suffisante pour vous guider

Utilisateur 1: D'accord

Utilisateur 2: D'accord

7- Le site web était consistant

Utilisateur 1: Tout à fait d'accord

Utilisateur 2: Tout à fait d'accord

8- Je peux imaginer que la plupart des gens auraient à apprendre beaucoup afin d'utiliser ce système

Utilisateur 1: Tout à fait d'accord

Utilisateur 2: Tout à fait d'accord

9- J'aimerais utiliser ce système fréquemment

Utilisateur 1: D'accord

Utilisateur 2: Tout à fait d'accord

D- Lisibilité

		Distance à l'écran (en cm)		
		40	55	70
minutes d'angles	16	1,86 mm	2,56 mm	3,26 mm
	22	2,56	3,52	4,48

		mm	mm	mm
--	--	----	----	----

Tableau 1 - Taille des caractères (en mm) en fonction de l'angle et de la distance à l'écran

Formule :

$$Hauteur = \frac{Angle * Distance}{34387}$$

Taille écran ▶	15"	15"	15"	15"	17"	17"
Résolution (en px) ▶	1024*768	1280*720	1366*768	1920*1080	1280*720	1920*1080
Dpi (px/pouces) ▶	75	96	104	146	86	130
▼ Taille de police (en px)						
10	0,34	0,26	0,24	0,17	0,30	0,20
12	0,41	0,32	0,29	0,21	0,35	0,23
13	0,44	0,34	0,32	0,23	0,38	0,25
21	0,71	0,56	0,51	0,37	0,62	0,41

Tableau 2 - Hauteur de la police (en cm) en fonction de sa taille en pixel et de la résolution de l'écran

Formule :

$$H = 2,54 * \frac{Nombre\ de\ points}{Dpi}$$