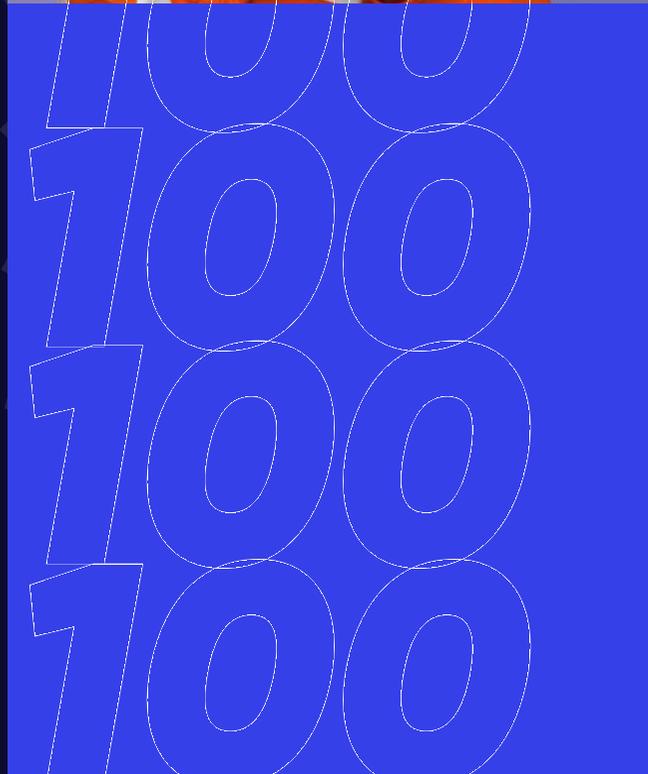
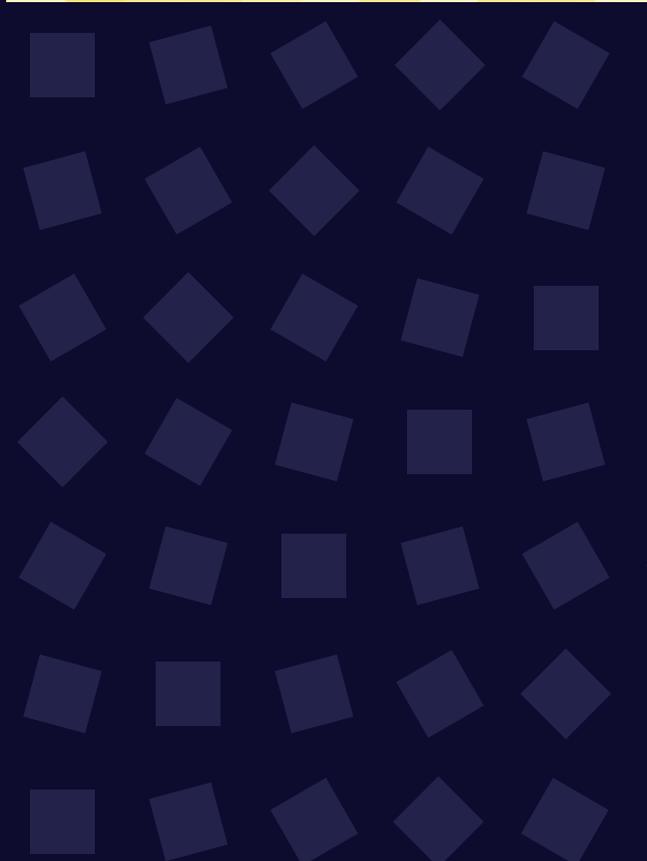


Comment booster les *performances* de votre site Web

55 conseils pour accélérer vos performances sur mobile et desktop.



Miser sur la rapidité

Que fait-on lorsqu'un site Web met trop de temps à se charger ? En règle générale, notre réflexe est d'aller voir ailleurs.

S'il y a quelques décennies, le chargement d'une simple page Web pouvait prendre une éternité, les consommateurs connectés d'aujourd'hui exigent des services beaucoup plus rapides. Et lorsqu'ils interrogent Google, ils s'attendent à recevoir une réponse bien plus rapidement qu'un passage dans la voie des stands en F1 (soit entre 2 et 3 secondes).

Pour filer la métaphore, les entreprises doivent s'élancer dans une véritable course de haut niveau pour pouvoir décrocher une place sur le podium et offrir des expériences en ligne rapides et fluides qui captivent leurs clients.

Or, elles sont nombreuses à rester à la traîne dans le classement, mettant ainsi un frein à leur satisfaction. Selon notre [Digital Experience Benchmark 2023](#), l'année dernière, un tiers des sessions utilisateurs ont été marquées

par un certain degré de frustration, les temps de chargement longs en étant les premiers responsables puisqu'ils touchaient 18 % des sessions.

En plus d'être la principale cause de friction, les temps de chargement longs étaient aussi le facteur le plus fatal. Ainsi, les sites se chargeant en plus de 2 secondes ont enregistré un taux de rebond moyen de 49 %, soit 5,5 points de plus que le taux de rebond moyen des sites se chargeant en moins d'une seconde (43,5 %).

Non seulement **les temps de chargement longs pénalisent l'expérience utilisateur, mais Google sanctionnera également votre référencement**, ce qui signifie que les internautes seront moins nombreux à être redirigés vers votre site. Depuis plusieurs années, **la vitesse est un facteur déterminant de l'algorithme de recherche de Google**, et depuis peu de ses Core Web Vitals, ou signaux Web essentiels, qui mesurent le temps de chargement, l'interactivité et la stabilité visuelle des sites.

Bien sûr, la performance d'un site Web ne repose pas uniquement sur ces trois indicateurs. Proposer des expériences mobile-first, améliorer l'ergonomie et l'accessibilité... De nombreux critères sont à prendre en compte pour pouvoir en booster les performances.

Dans ce guide, vous découvrirez les métriques clés à suivre (parmi lesquelles les Core Web Vitals) ainsi que plus de 55 insights concrets pour optimiser vos performances Web.

» Prêts ? À vos claviers. Et comme le dirait Julien Fébreau : « Montez le volume, et rendez-vous au premier virage ! »

Les métriques à suivre

Que ce soit le temps de chargement ou la stabilité d'une page, les métriques de performance d'un site permettent de déterminer si celui-ci répond aux attentes des utilisateurs et de s'assurer que l'expérience que vous leur proposez est rapide et user-friendly.

1. Largest Contentful Paint (LCP)

Le LCP, ou temps de chargement du plus grand élément de contenu de la page, calcule le moment où un utilisateur perçoit le plus grand élément au-dessus de la ligne de flottaison.



Métrique CWV

Temps idéal : <2,5 secondes

2. First Input Delay (FID)

Le FID, ou premier délai d'entrée, correspond au temps écoulé entre la première interaction de l'utilisateur et la réponse du navigateur.



Métrique CWV

Temps idéal : <100 millisecondes

3. Total Blocking Time (TBT)

Le TBT, ou temps de blocage total, évalue le temps total durant lequel une page ne réagit pas à une action utilisateur. Ce temps est basé sur les « tâches longues » (supérieures à 50 millisecondes) comme le chargement, l'analyse ou l'exécution de JavaScript.

Temps idéal : <200 millisecondes

4. Time to First Byte (TTFB)

Le TTFB, ou temps de chargement du premier octet, est crucial pour mesurer le temps de connexion au réseau et la réactivité de votre serveur.

Temps idéal : <500 millisecondes

5. Cumulative Layout Shift (CLS)

Le CLS, ou décalage cumulatif de la mise en page, évalue la stabilité de la page en suivant le nombre de décalages soudains et majeurs des éléments d'une page Web dus au chargement du contenu à différentes vitesses.



Métrique CWV

Score idéal : <0,1

6. Interaction to Next Paint (INP)

L'INP remplacera le FID en 2024 et tient compte de toutes les interactions, et non uniquement du premier délai d'entrée.

Temps idéal : <200 millisecondes

7. Speed Index (SI)

Le SI, ou indice de vitesse, évalue la vitesse d'affichage des éléments au-dessus de la ligne de flottaison par rapport à la taille de la fenêtre d'affichage. Plus l'affichage est rapide, plus l'indice est faible.

Temps idéal : <1 000 millisecondes

Décuplez les performances de votre site en **15 étapes**

Avant d'optimiser chacune de ces métriques, revenons aux bases. Voici les bons réflexes à adopter pour booster les performances globales de votre site Web.



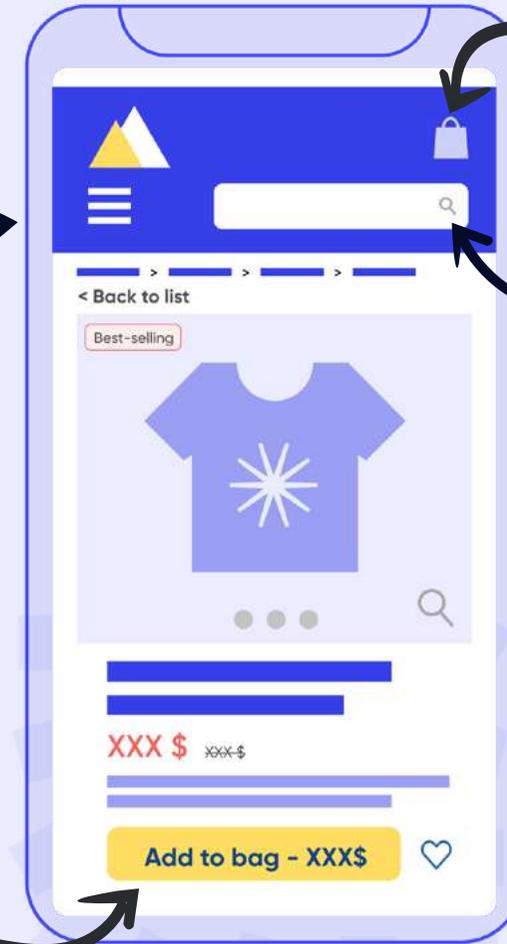
Privilégiez toujours le mobile

La compatibilité mobile s'est répandue avec l'essor de l'indexation mobile-first. Alors que le mobile comptabilise **7,3 milliards** d'utilisateurs dans le monde, les marques ont toutes intérêt à le placer au centre de leur stratégie digitale.



Facilitez la modification et la suppression d'éléments dans le panier de l'utilisateur

Réduisez la taille du menu



Optimisez l'accessibilité de la barre de recherche

Placez des CTA clairs au-dessus de la ligne de flottaison

Vérifiez que le contenu desktop et mobile est identique

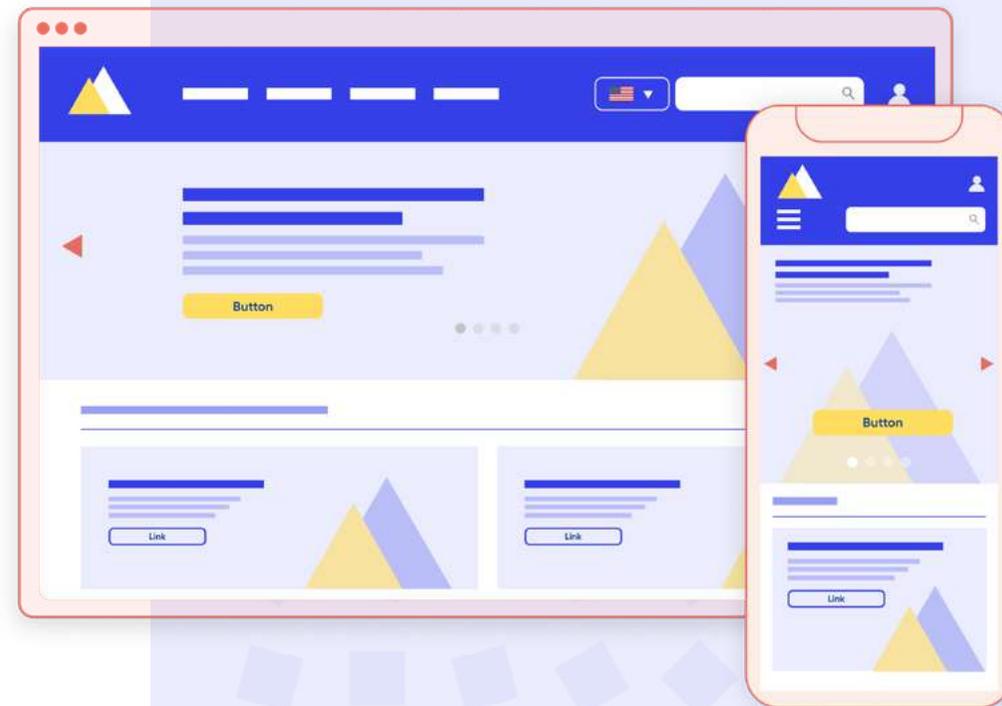
Google sanctionne les différences de contenu entre les versions mobile et desktop. Le meilleur moyen d'optimiser vos performances est donc de proposer le même contenu sur mobile et sur desktop, en particulier les éléments ayant une incidence directe sur l'analyse, l'indexation et le référencement :

- **Contenu de la page**
- **Liens internes**
- **Titres des pages**
- **Métadescriptions**

Adoptez le *responsive design*

Un site Web responsive ajuste automatiquement l'affichage d'une page à la taille d'écran. Il s'agit donc d'une méthode incontournable pour harmoniser le contenu de votre site sur desktop et mobile, et donc d'offrir une meilleure expérience de navigation sur différents appareils.

- **Utilisez des balises d'images *responsive*** pour faciliter le parcours utilisateur, quel que soit l'appareil qu'il a en main (aussi bien le tout dernier iPhone qu'un bon vieil Android).
- **Activez le chargement différé** et la compression d'image en utilisant des formats tels que WebP ou JPEG 2000 autant que possible.



Minifiez le code CSS, HTML et JS

Et en français ? Il s'agit de réduire le nombre de caractères inutiles du code source.

Tout comme les pilotes de F1 essaient de limiter le poids de leur bolide, n'hésitez pas à simplifier le code CSS, HTML ou JS de votre site au maximum. En allégeant votre code, vous réduirez aussi les temps de chargement !



CSS

```
.entry-content p {  
font-size: 14px !important;  
}
```

```
.entry-content ul li { font-size: 14px !important;  
}
```

```
.product_item p a {  
color: #000;  
padding: 10px 0px 0px 0;  
margin-bottom: 5px;
```



Minify



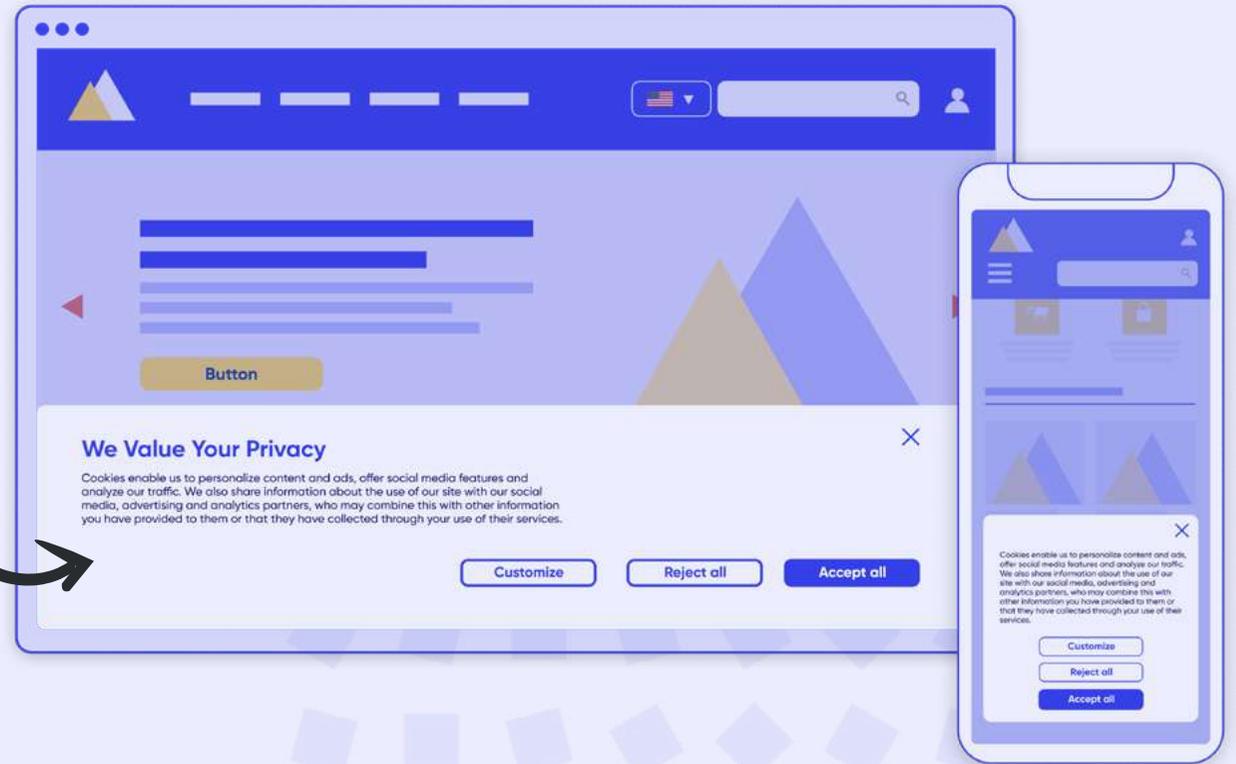
CSS

```
.entry-content p, .entry-content ul li {font-  
size:14px!important}.product_item pa{color:#000;  
padding:10px 0 0;margin- bottom:5px; border-  
bottom:none}
```

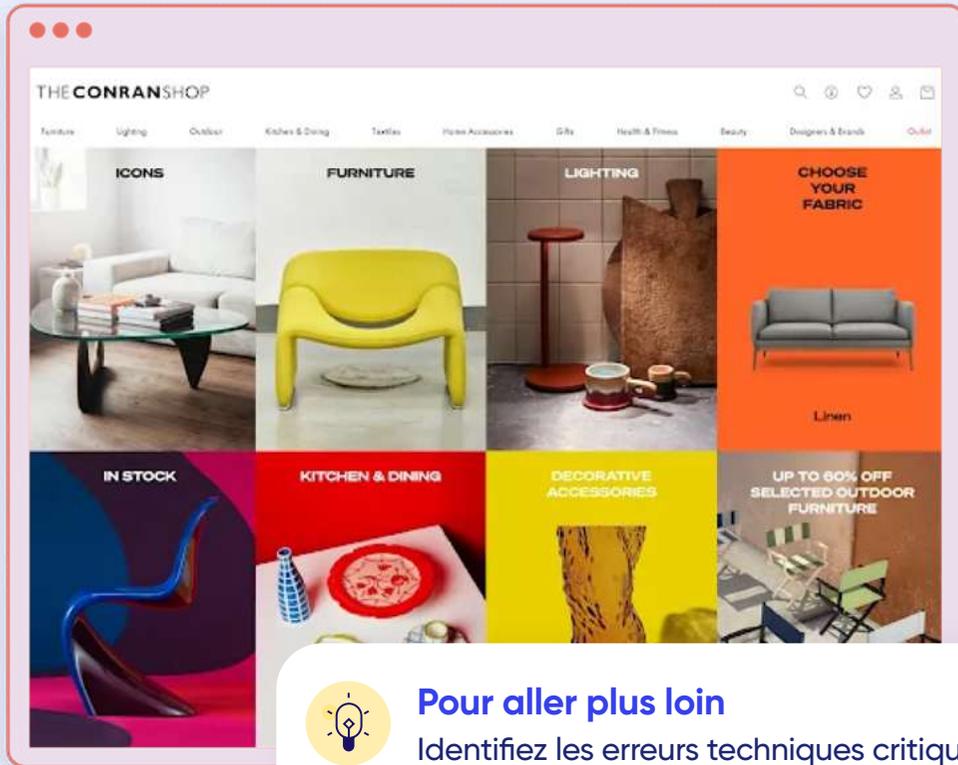
Simplifiez et accélérez vos bannières de cookies

Les bannières de cookies sont indispensables, bien qu'elles peuvent entraver le parcours utilisateur, en particulier si elles s'affichent alors que celui-ci est en train de naviguer sur le site.

- **Intégrez le script de votre bannière directement au code HTML de votre site.**
- **Le texte doit être clair, concis et transparent.**
- **Optez pour des bannières responsive.**
- **Et pensez à vous conformer à la réglementation en vigueur !**



THE CONRAN SHOP



Pour aller plus loin

Identifiez les erreurs techniques critiques qui nuisent à l'expérience utilisateur sur tous les appareils pour éviter toute perte de revenus importante en utilisant une plateforme d'analyse d'expérience en ligne (DXM) comme Contentsquare.

Contentsquare Cas client

[L'équipe digitale de The Conran Shop](#) a utilisé CS Find & Fix pour identifier une erreur JavaScript critique sur la page de panier, qui empêchait les visiteurs de retirer des articles de leur panier.

[Session Replay](#) a permis de visualiser le problème, qui montrait les frictions observées par les visiteurs. Grâce à la [quantification de l'impact](#), l'équipe a pu quantifier l'impact et récupérer les revenus de manière proactive. Durant cette analyse, l'équipe a découvert que les utilisateurs qui constataient cette erreur se trouvaient principalement sur des appareils mobiles, en particulier sur la plateforme iOS.

» Après 16 jours, cette petite correction a permis à l'entreprise d'économiser 1,2 million d'euros, soit une économie annuelle de plus de 27 000 €.

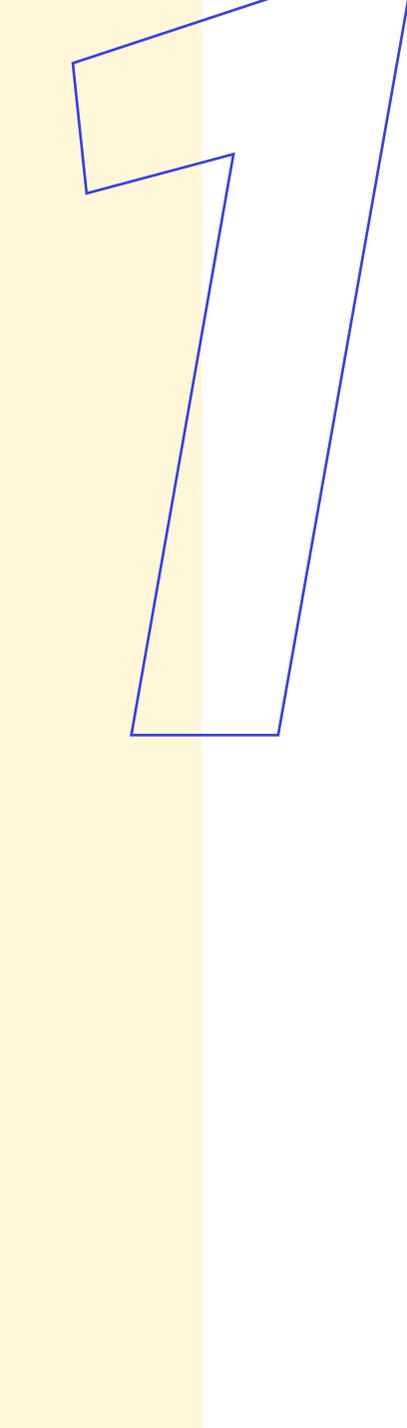


40 clés

pour optimiser les quatre grandes métriques de performance

Maintenant que vous savez comment optimiser les performances de votre site sur tous les appareils, analysons plus en détail les principales métriques de performance.

- **Time to First Byte (TTFB)**
- **Largest Contentful Paint (LCP)**
- **Cumulative Layout Shift (CLS)**
- **First Input Delay (FID)**



» Time to First Byte (TTFB)

Privilégiez le TTFB pour améliorer toutes les métriques de vitesse de rendu

Le TTFB ne figure pas parmi les Core Web Vitals (CWV) de Google, bien qu'il soit sans doute la métrique de performance la plus importante.

Pour optimiser votre TTFB, vous devez garder en tête que vous ne pourrez pas jouer sur tous les paramètres. Par exemple, la vitesse du réseau ou encore la puissance de l'appareil sur lequel l'utilisateur navigue.

Toutefois, en faisant des choix judicieux, vous pouvez offrir une excellente expérience en ligne à tous les utilisateurs finaux. Découvrez ci-dessous comment votre équipe peut limiter le TTFB.



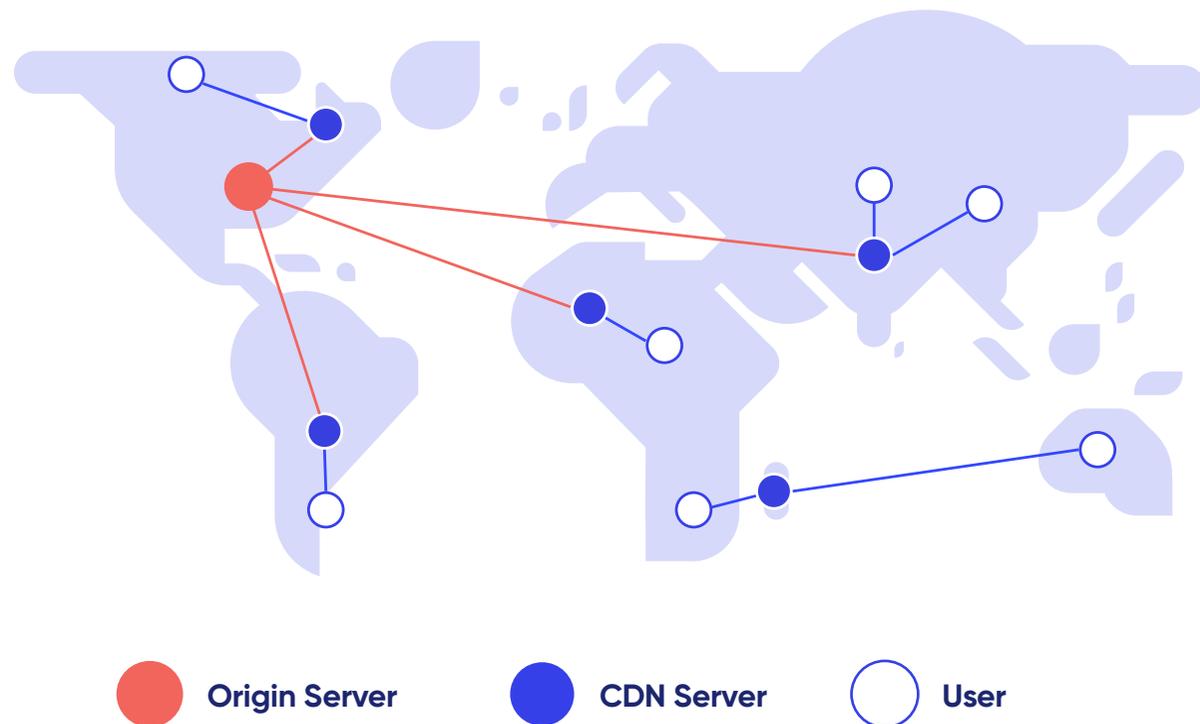
Réduisez la latence grâce à un réseau de diffusion de contenu (CDN)

Un réseau de diffusion de contenu (Content Delivery Network ou CDN) est un réseau de serveurs répartis partout dans le monde qui met en cache les ressources de votre site pour qu'elles restent à proximité de vos utilisateurs. Ces serveurs sont des serveurs de périphérie.

Le fait de mettre en cache les serveurs de périphérie signifie que les utilisateurs reçoivent des données pré-générées au plus proche de l'endroit où ils se trouvent. En mettant en cache la majorité de votre contenu en périphérie (et en activant le contenu dynamique après le rendu de la page d'accueil), vous pourrez réduire considérablement votre TTFB.

Autres avantages des CDN :

- » Résolution DNS rapide, ce qui limite la latence du réseau
- » Diffusion du contenu via HTTP/2 et HTTP/3
- » Dernière version du protocole TLS pour accélérer le processus de handshake et réduire davantage la latence du réseau
- » Possibilité de compression d'images et des ressources textuelles
- » Autre fonctionnalité possible via la technologie « edge worker »



Évitez les redirections

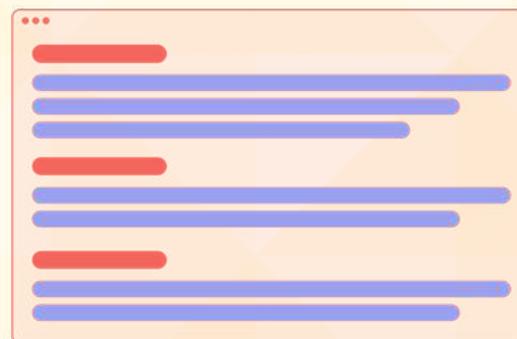
Les redirections peuvent allonger le temps de chargement de vos pages de plusieurs fractions de seconde, voire de plusieurs secondes. Même s'il est impossible de s'en passer, mieux vaut ne pas en abuser et ne pas les cumuler au fil du temps (en particulier sur les sites Web à pages et propriétaires multiples).

- Évitez les chaînes de redirections. Google ne suivra que 5 sauts dans une chaîne de redirections.
- Optez pour des redirections 301 permanentes plutôt que des redirections 302 temporaires.
- Définissez des orientations claires concernant l'utilisation des redirections et recherchez sur vos pages toute redirection superflue.

301
Redirect



301
Redirect



Vérifiez les capacités de votre hébergeur (trafic, application)

L'hébergeur de votre site Web doit répondre aux besoins de ce dernier, sous peine de ralentir le chargement des pages.

Posez-vous les questions suivantes :

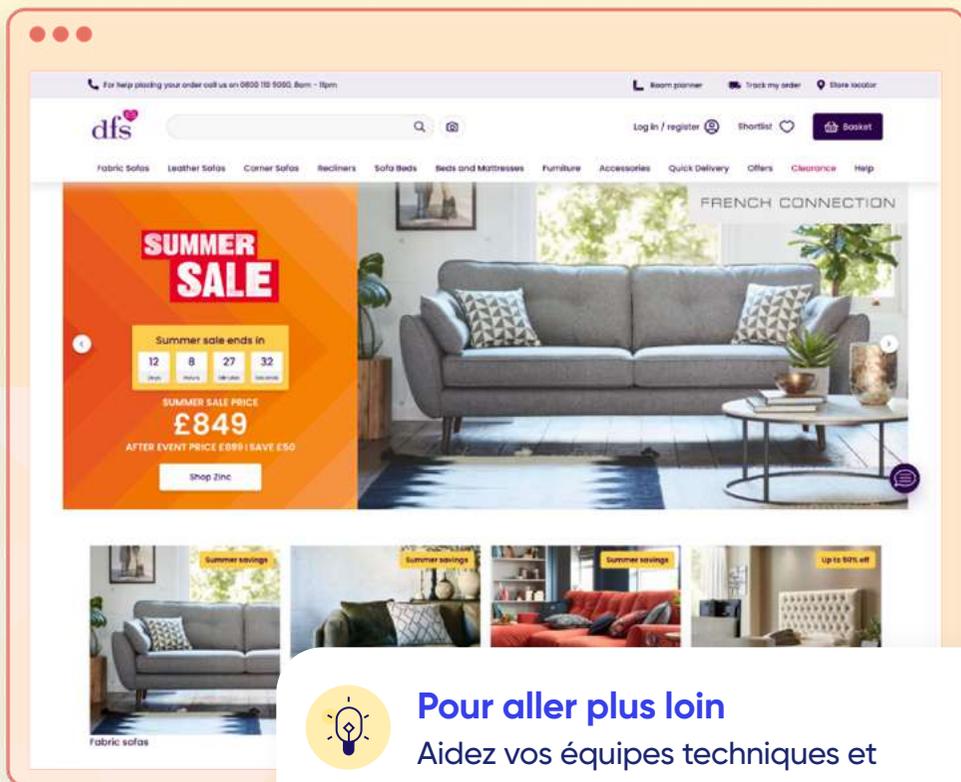
- Votre hébergeur dispose-t-il d'assez de mémoire et de capacité de traitement pour charger les pages rapidement ?
- Votre stack technique est-elle à jour ? Il est primordial de vous assurer que vous disposez de la dernière version des langues, des protocoles et du logiciel.
- Vos serveurs sont-ils capables de faire face à une forte augmentation de la demande ?

Utilisez Early Hints pour précharger les ressources

Early Hints est un nouveau code HTTP (**103 Early Hints**) utilisé pour envoyer une réponse HTTP préliminaire avant la réponse principale, en fournissant des indications au navigateur concernant certaines ressources pouvant être préchargées pendant que le code HTML est généré et transmis au navigateur. Et ce, dans le but d'améliorer les temps de chargement des pages.

Early Hints permet notamment de télécharger des ressources CSS et JS importantes pendant que le serveur est en train de générer une réponse à l'utilisateur.





Pour aller plus loin

Aidez vos équipes techniques et commerciales à identifier les erreurs ayant un impact sur l'expérience utilisateur et les principales métriques grâce à CS Find & Fix.

Contentsquare Cas client

Après avoir migré son site Web vers une nouvelle plateforme, le [distributeur de meubles DFS](#) a pu compter sur Contentsquare pour identifier des erreurs d'API majeures au cours de son checkout.

CS Find & Fix a aidé l'équipe à rapidement identifier ces erreurs et lui a permis de comprendre leur importance et de privilégier leur résolution en quantifiant leur impact sur le taux de conversion. L'équipe a identifié et résolu rapidement 9 erreurs d'API après le replatforming.

Selon l'analyse de Contentsquare, après la migration, les performances du site de DFS sur mobile et desktop se sont nettement améliorées :

- » Temps de chargement du site réduit de 20 %
- » Taux de rebond sur l'ensemble du site réduit de 9 %

» Largest Contentful Paint (LCP)

Ce qui plaît à Google plaît aux utilisateurs

Le Largest Contentful Paint (LCP) est un Core Web Vital mesurant le temps requis pour que le plus grand élément de la page, que ce soit une image ou un bloc de texte, s'affiche à l'écran (au-dessus de la ligne de flottaison).

Votre LCP doit être inférieur à 2,5 secondes, et pas simplement pour gagner les faveurs de Google. Plus votre LCP sera faible, plus vous proposerez un contenu captivant à vos utilisateurs dans un délai raisonnable.



(Loading)

LCP

Largest Contentful Paint



Trouvez l'élément LCP

La première chose à faire, c'est de déterminer quel est l'élément LCP d'une page. Pour ce faire, suivez ces cinq étapes :

1. Allez sur la page que vous désirez analyser depuis votre navigateur Chrome.
2. Ouvrez les DevTools de Chrome (F12 sur Windows, Option + ⌘ + J sur Mac)
3. Sélectionnez l'onglet Lighthouse.
4. Générez un rapport Lighthouse en cliquant sur « Analyze page load » (en laissant toutes les catégories cochées) puis sur « Run audit ».
5. Identifiez la partie du rapport vous indiquant l'élément LCP de la page.



La valeur LCP du site Web Contentsquare.com

Optimisez vos photos et vidéos

Les images et fichiers vidéo de grande taille peuvent ralentir les temps de chargement de vos pages, au point de sacrifier votre expérience utilisateur sur tous les appareils.

Voici quelques recommandations à suivre si l'élément LCP d'une page est une image ou une vidéo :

- **Spécifiez `fetchpriority="high"`** pour augmenter la priorité de l'image et l'aider à se charger plus rapidement.
- **Coupez les versions des images sur mobile et desktop** avant de les compresser pour réduire la taille du fichier sans en compromettre la qualité.
- **Intégrez des attributs de taille** sur chaque vidéo et image pour vous assurer que le navigateur alloue la bonne quantité d'espace pendant le chargement de l'élément.
- **Limitez l'utilisation de GIF pour le format vidéo** et, si vous le pouvez, choisissez un format plus adapté comme le format MP4.
- **Pour les images, utilisez les formats WEBP, AVIF ou SVG** et évitez les fichiers lourds.



Pour aller plus loin

Certains CDN peuvent convertir les formats JPG et PNG en WEBP et AVIF automatiquement.

Privilégiez votre balise <head>

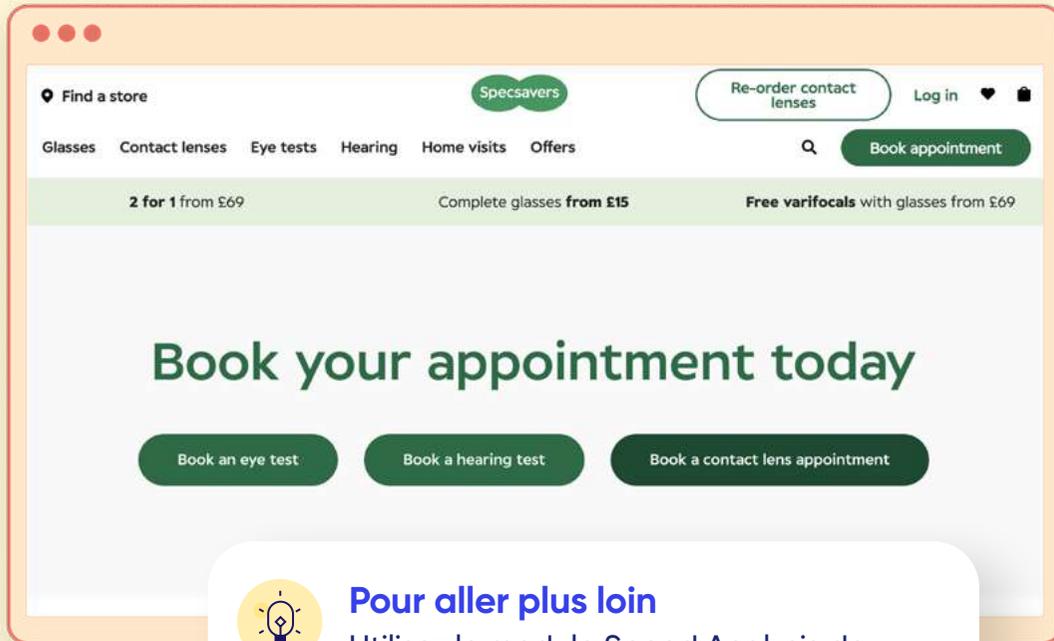
Étant l'élément le plus bloquant toutes pages confondues, la balise <head> peut avoir de lourdes conséquences sur votre LCP.

- **Assurez-vous que votre balise <head>** ne contienne que les scripts essentiels au processus de rendu de la page.
- **Faites en sorte que les fichiers JavaScript ou CSS** se chargent de manière asynchrone ou (si possible) en différé. Ne conservez ces fichiers que s'ils sont indispensables au rendu de la page.
- **Utilisez les balises de préchargement avec parcimonie** pour indiquer au navigateur de précharger les images ou polices essentielles si elles sont indispensables au rendu au-dessus de la ligne de flottaison. N'en abusez toutefois pas, au risque de ralentir le chargement de la page.
- **Utilisez l'extension inline pour les styles CSS essentiels au rendu de la page d'accueil** au-dessus de la ligne de flottaison.
- **Si votre page doit extraire des ressources** issues d'un autre domaine, il peut être judicieux de vous y connecter en amont, afin d'anticiper la connexion réseau. À utiliser avec modération...

```
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">

  <head>
    <meta charset="utf-8">
    <meta name="description" content="This is my lovely fast website, which demonstrates
    best practice for building a nice and quick web page.">
    <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1, minimum-scale=1" />
    <link rel="preconnect" href="//cdn.mylovelyfastwebsite.com" crossorigin>
    <link rel="preconnect" href="//tags.mytagmanager.com" crossorigin>
    <link rel="preload" href="//fonts/myfont-bold.woff2" as="font" type="font/woff2" />
    <link rel="preload" href="//fonts/myfont-normal.woff2" as="font" type="font/woff2" />
    <link rel="preload" href="//images/hero-image.jpg" as="image" />
    <link rel="canonical" href="https://www.mylovelyfastwebsite.com/">
    <style>
      | /* critical path css goes here */
    </style>
    <script async src="//scripts/my-script.js"></script>
    <title>Here's my lovely fast website</title>
  </head>
  <body>
    <section>
      | <h1>Hello world!</h1>
    </section>
  </body>
</html>
```

Specsavers



Pour aller plus loin

Utilisez le module Speed Analysis de Contentsquare pour identifier les points de lenteur et déterminer en quoi ils affectent l'expérience utilisateur lors de projets importants comme la migration de plateforme.

Contentsquare Success Story

Specsavers a utilisé le module [Speed Analysis](#) de CS Find & Fix tout au long de son projet de migration en back-end.

Les insights de Contentsquare ont révélé que les clients ayant les scores LCP les plus lents étaient plus susceptibles de quitter le site immédiatement, sans passer à l'action.

Grâce à des améliorations basées sur ces insights, Specsavers a vu les performances de son site s'améliorer pour les utilisateurs confrontés à des connexions lentes* :

- » **+33 % de taux de conversion pour les réservations**
- » **+24 % de taux d'achat en ligne**
- » **-25 % de taux de rebond**

* 33 % des sessions enregistrent un LCP supérieur à 4 secondes ou un FCP supérieur à 5 secondes ou un TTFB supérieur à 1,2 seconde.

Et concrètement ?

[Voir notre démo Speed Analysis de 6 minutes](#)

» Cumulative Layout Shift (CLS)

Maximisez la stabilité visuelle de votre site Web

Vous est-il déjà arrivé qu'un bouton disparaisse subitement lorsque vous parcourez une page Web ? C'est ce qu'évalue le CLS.

Le CLS est un Core Web Vital user-centric qui s'intéresse à la **stabilité visuelle** en mesurant le décalage de mise en page.

Bien qu'on lui accorde souvent moins d'importance que les autres métriques, Google le considère comme étant primordial et vous récompensera si son score est satisfaisant.

Quoi qu'il en soit, un décalage soudain de mise en page peut faire obstacle à l'expérience utilisateur. En veillant à ce que votre CLS reste inférieur à 0,1, vous éviterez toute frustration et réduirez les taux de sortie.

(Visual Stability)

CLS

Cumulative Layout Shift



Créez des placeholders pour le contenu dynamique

Les marketeurs sont friands de contenu dynamique, car il leur permet de personnaliser l'expérience en se basant sur le comportement et les préférences des utilisateurs. Or, le contenu dynamique peut aussi entraîner des décalages, ce qui est loin d'être idéal.

En prévoyant des placeholders dans lesquels charger votre contenu, vous éviterez de multiplier les décalages de mise en page, de façon à limiter au maximum votre score CLS.

Supprimez toutes les pop-ups inutiles

Pour améliorer la stabilité de votre page (et ménager vos utilisateurs), limitez le nombre de pop-ups et supprimez toutes les bannières inutiles. Une façon de désencombrer votre site, mais aussi de réduire le contenu à charger.

82,2%

des utilisateurs indiquent ne pas apprécier les pop-ups (seulement 82,2 % ?!)

(Enquête de G2)

Corrigez la hauteur et la largeur des images

Vérifiez que toutes vos images sont à la bonne hauteur et à la bonne largeur dans le code HTML afin qu'elles ne se décalent pas lors du chargement de la page.

Préchargez vos polices

Le score CLS est souvent impacté par le chargement tardif des polices et (une fois qu'elles sont chargées) le remplacement des polices du système sur la page. Conséquence : les éléments existants sur la page se décalent.

Le fait de précharger vos polices permet de les verrouiller avant que le rendu de la page ne s'affiche. Vous évitez ainsi tout décalage de mise en page et limitez votre score CLS.

» First Input Delay (FID)

Améliorez l'interactivité de votre site

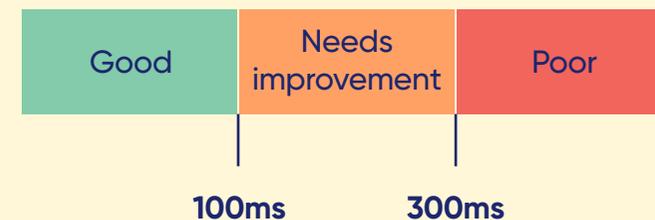
Figurant parmi les Core Web Vitals de Google, le First Input Delay (FID) est une métrique de Real User Monitoring qui évalue l'interactivité d'un site Web.

Le FID sera bientôt remplacé par l'INP (Interaction to Next Paint), qui, selon Google, est un indicateur plus complet.

(Interactivity)

FID

First Input Delay

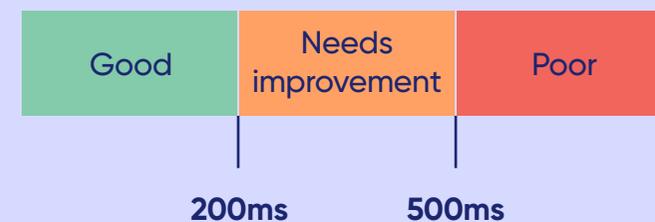


100ms

300ms

INP

Interaction to Next Paint



200ms

500ms

Réduisez l'impact des services tiers

Des analyses aux tests multivariés, les services tiers sont essentiels pour les marketeurs digitaux et présentent de nombreux avantages. Mais ils peuvent aussi pénaliser les performances de votre site.

Pour réduire l'incidence des balises tierces :

- **Consolidez vos balises.** Recherchez tout service tiers interférant avec des fonctionnalités déjà existantes et supprimez ceux qui sont superflus.
- **Choisissez un fournisseur qui propose plusieurs fonctionnalités** (comme la plateforme Digital Experience Analytics Cloud de Contentsquare). La quantité de code nécessaire en sera donc réduite, au bénéfice des performances de votre site.
- **Organisez et dressez la liste de vos balises** en les contrôlant régulièrement pour vous assurer qu'elles ont toujours une valeur ajoutée pour votre site, et qu'elles ne le pénalisent pas.

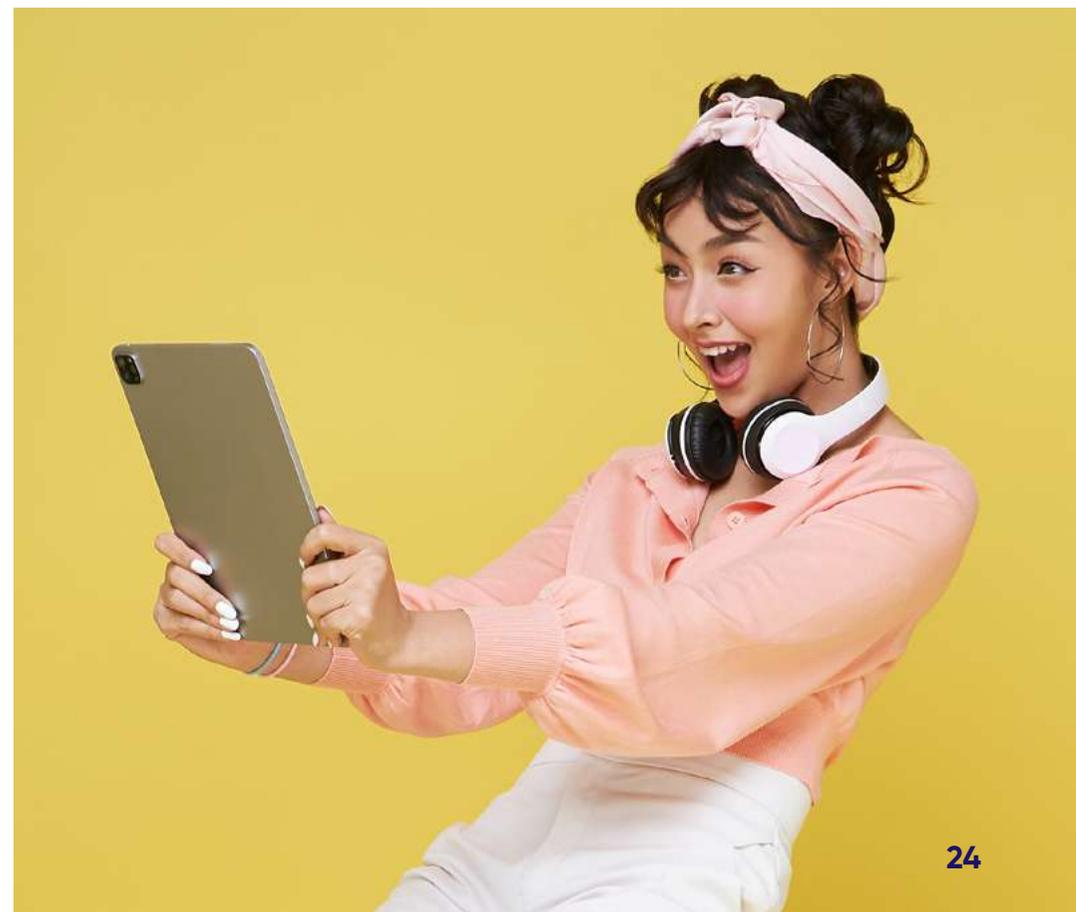
Utilisez des Web workers pour exécuter JavaScript

Les navigateurs exécutent souvent JavaScript sur une même page Web, dans un même fil. Lorsque JavaScript s'emballe, il peut saturer le fil principal et ralentir l'exécution de tâches importantes par le navigateur, comme le rendu de page.

Grâce aux Web workers, vous exécutez JavaScript sur un fil d'arrière-plan, ce qui accélère les performances de votre site, réduit le FID/INP et améliore l'expérience utilisateur.

Chargez JavaScript de façon asynchrone

Pour éviter les lenteurs causées par JavaScript, vous pouvez aussi décomposer le code long en tâches plus petites et asynchrones.



Accessibilité et performance Web

En quoi l'accessibilité influence-t-elle la performance Web ? Car oui, les deux vont de pair, et sont complémentaires.

En améliorant les performances de votre site, vous le rendez souvent plus accessible à un public qui requiert des technologies d'assistance, comme les lecteurs d'écran. De la même façon, en rendant votre site Web plus accessible, vous le rendez plus performant (pour les utilisateurs en situation de handicap).

Au fond, si votre site se charge plus rapidement, mais qu'il n'est pas accessible, de nombreux utilisateurs bénéficieront toujours d'une expérience décevante.

On estime que

1,3 Milliard

de personnes dans le monde souffrent d'un handicap important.

(OMS)

- » **Pensez au texte alternatif (alt) de vos images.** Le texte alternatif est indexé par les moteurs de recherche et lu à haute voix par les lecteurs d'écran. Il fournit aux utilisateurs des indications concernant l'image d'une page Web.



Exemple de texte alternatif

"Une voiture de course jaune portant le numéro 38 sur son museau avançant sur un circuit."

- » **Simplifiez la barre de navigation de votre site** et veillez à n'inclure que les liens les plus pertinents en haut de la page.
- » **Organisez vos en-têtes** de façon à ce que le contenu de chaque page soit bien structuré à l'aide des balises H1, H2 et H3, en respectant une hiérarchie judicieuse.

Exemple d'en-têtes bien structurés :

`<h1>Mon en-tête</h1>`

`<p>Il s'agit de la première partie de mon document.</p>`

`<p>J'ajouterai un autre paragraphe ici.</p>`

``

`Voici`

`une liste ordonnée`

`à lire`

``

`<h2>Mon sous-titre</h2>`

`<p>Il s'agit de la première sous-section de mon document.
J'aimerais qu'on trouve ce contenu. </p>`

`<h2>Mon 2e sous-titre</h2>`

» Pour en savoir plus sur l'accessibilité...

Téléchargez notre [Guide sur l'accessibilité numérique](#) pour créer de meilleures expériences.

L'analyse de l'expérience au profit de la performance

Ce qu'il faut retenir de toutes ces métriques, c'est que le seul moyen d'optimiser vos performances Web, c'est de les suivre.

C'est là que notre fonctionnalité Digital Experience Monitoring (DXM) entre en jeu. Le DXM permet à vos équipes digitales de suivre, de comprendre et d'optimiser l'expérience utilisateur en levant le voile sur tout ce qui pourrait lui faire obstacle.

Grâce à l'association de données techniques et comportementales, le module DXM aide à améliorer les performances de votre site, à identifier les points de frustration et zones problématiques, à accélérer la résolution des erreurs et à optimiser l'ensemble du parcours client en ligne.

N'attendez plus pour découvrir qui sont vraiment vos utilisateurs.



Find it. Fix it. Love it.

Grâce à CS Find & Fix, les équipes digitales peuvent rapidement identifier et corriger les problèmes de performance ayant un impact sur l'expérience utilisateur et bénéficient d'une base de données unique sur laquelle les équipes commerciales, créatives et techniques peuvent compter.

Regardez notre démo pour savoir comment améliorer votre efficacité opérationnelle et offrir des expériences en ligne fluides tout en évitant les pertes de revenus.



[Regarder notre démo de 6 minutes](#)

Annexe des sources citées

Contentsquare:

<https://contentsquare.com/insights/digital-experience-benchmark/>

Statista:

<https://www.statista.com/statistics/218984/number-of-global-mobile-users-since-2010/>

Google developers:

<https://web.dev/vitals/>

G2:

<https://learn.g2.com/case-study/why-your-visitors-hate-pop-ups>

WHO:

<https://www.who.int/health-topics/disability>

