Séquence 2 – Création de wireframes — Durée : 1h15

TD – Déconstruire et hiérarchiser

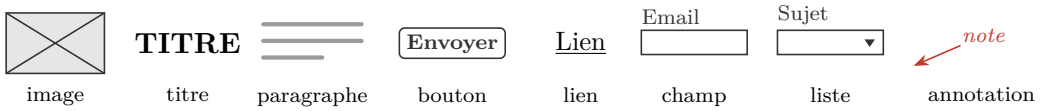
Nom : ..... **Groupe :** .....

Objectifs de la séance

- Identifier la **structure** et la **hiérarchie** d'une page existante en la traduisant en wireframe Low-Fidelity.
- Organiser une liste de contenus « en vrac » en une page logique, et **justifier** ses choix par des annotations.
- Passer d'une mise en page desktop à une mise en page **mobile**.

Matériel : cette fiche (les cadres de dessin sont en fin de document), un crayon, un feutre noir, un feutre gris si possible.
Déroulé indicatif : rappel des conventions (5 min) – Ex. 1 (25 min) – Ex. 2 (25 min) – Ex. 3 (15 min) – bilan (5 min).

Rappel : conventions de dessin



Pour justifier la position des éléments : la **ligne de flottaison** est la limite de ce qui est visible sans faire défiler ; sur une page web, l'œil lit « en F » : d'abord le haut de la page, puis le début des lignes en descendant le long de la marge gauche.

Exercice 1 – Déconstruction d'une page produit *25 min*

1. Choisissez un site e-commerce que vous connaissez (Amazon, Fnac, Decathlon, Zalando, Leboncoin…) et ouvrez la page de détail d'un produit **simple** (un livre, une gourde…), en version **ordinateur**.
2. Dans le cadre n°1 (page 4), redessinez cette page sous forme de wireframe :
   - uniquement des **boîtes**, des **lignes** et du **texte simple** ;
   - images = boîte barrée d'une croix ; paragraphes = lignes grises ;
   - aucune couleur, aucune police : seules comptent la **position** et la **taille relative** des éléments ;
   - limitez-vous à ce qui est visible **sans faire défiler** la page, puis ajoutez en dessous les blocs « Description » et « Avis clients ».
3. Cochez les éléments au fur et à mesure que vous les placez : ❑ nom du produit ❑ image principale ❑ galerie ❑ prix ❑ « Ajouter au panier » ❑ description ❑ avis clients ❑ logo ❑ recherche ❑ panier

Q1. Numérotez sur votre dessin les 5 éléments les plus visibles, du plus au moins visible. Qu'est-ce qui crée cette hiérarchie (taille, position, contraste, espace autour) ?

.....

.....

Q2. Quel est l'**appel à l'action** (CTA) principal ? Mesurez-le grossièrement par rapport aux autres boutons. Quelle loi du cours ces choix servent-ils ?

. . . . . .

. . . . . .

Q3. Relevez trois **conventions** (loi de Jakob) que ce site respecte. En enfreint-il une ?

. . . . . .

. . . . . .

Q4. Comparez votre dessin avec celui d'un · e voisin · e qui a choisi un **autre** site. Quelles zones sont au même endroit ? Qu'en concluez-vous ?

. . . . . .

. . . . . .

Exercice 2 – Hiérarchisation du contenu : la page « Nous contacter » *25 min*

Voici, en vrac, les informations à placer sur la page « Nous contacter » d'une entreprise :

(A) Titre de la page « Nous contacter »
(B) Formulaire : Nom, Email, Sujet, Message
(C) Bouton d'envoi « Envoyer »
(D) Numéro de téléphone du service client
(E) Adresse postale du siège social
(F) Carte Google Maps du siège
(G) Horaires du service client (lun.–ven., 9h–18h)
(H) Paragraphe d'introduction invitant à écrire
(I) Lien vers la « Foire aux questions (FAQ) »

Q5. Trier. Classez les éléments (lettres) en trois niveaux : *essentiel* (la raison d'être de la page), *important*, *secondaire*.

. . . . . .

. . . . . .

. . . . . .

Q6. Regrouper. Quels éléments vont naturellement **ensemble** dans un même bloc ? Donnez un titre à chaque bloc.

. . . . . .

. . . . . .

Q7. Dessiner. Dans le cadre n°2 (page 5), dessinez la page en version **ordinateur**. Utilisez les lettres pour vous repérer si besoin.

Q8. Annoter. Ajoutez au moins **trois annotations** qui justifient vos choix (pourquoi cet ordre ? pourquoi ce regroupement ? que se passe-t-il au clic sur « Envoyer » ?).

Q9. Où avez-vous placé la FAQ (I) ? Expliquez en quoi sa position peut **réduire le nombre de messages** reçus par le service client.

. . . . . .

. . . . . .

Exercice 3 – Du desktop au mobile *15 min*

Dans le cadre n°3 (page 6), redessinez votre page « Nous contacter » pour un **smartphone** (largeur d'écran $\approx$ 360 px). Vous ne pouvez pas tout réduire : il faut **empiler** et **prioriser**.

Q10. Dans quel ordre empilez-vous les blocs ? Qu'avez-vous supprimé, replié ou transformé ?

. . . . . .

. . . . . .

Q11. Sur mobile, le numéro de téléphone peut devenir un **bouton** qui lance l'appel. Où le placez-vous et quelle taille lui donnez-vous ? Justifiez avec la loi de Fitts.

. . . . . .

. . . . . .

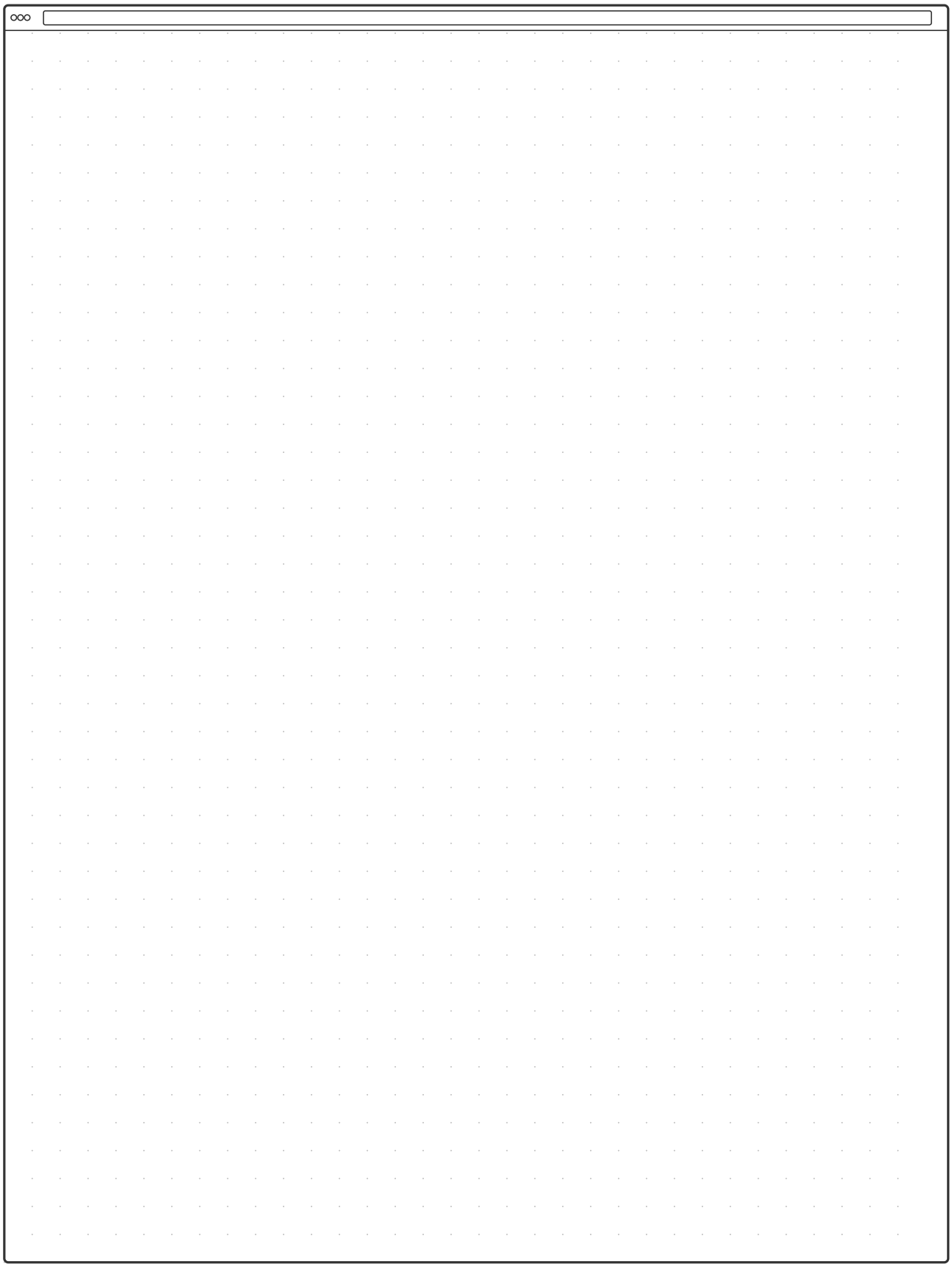
Q12. Que devient la carte ? Que se passe-t-il au toucher ?

. . . . . .

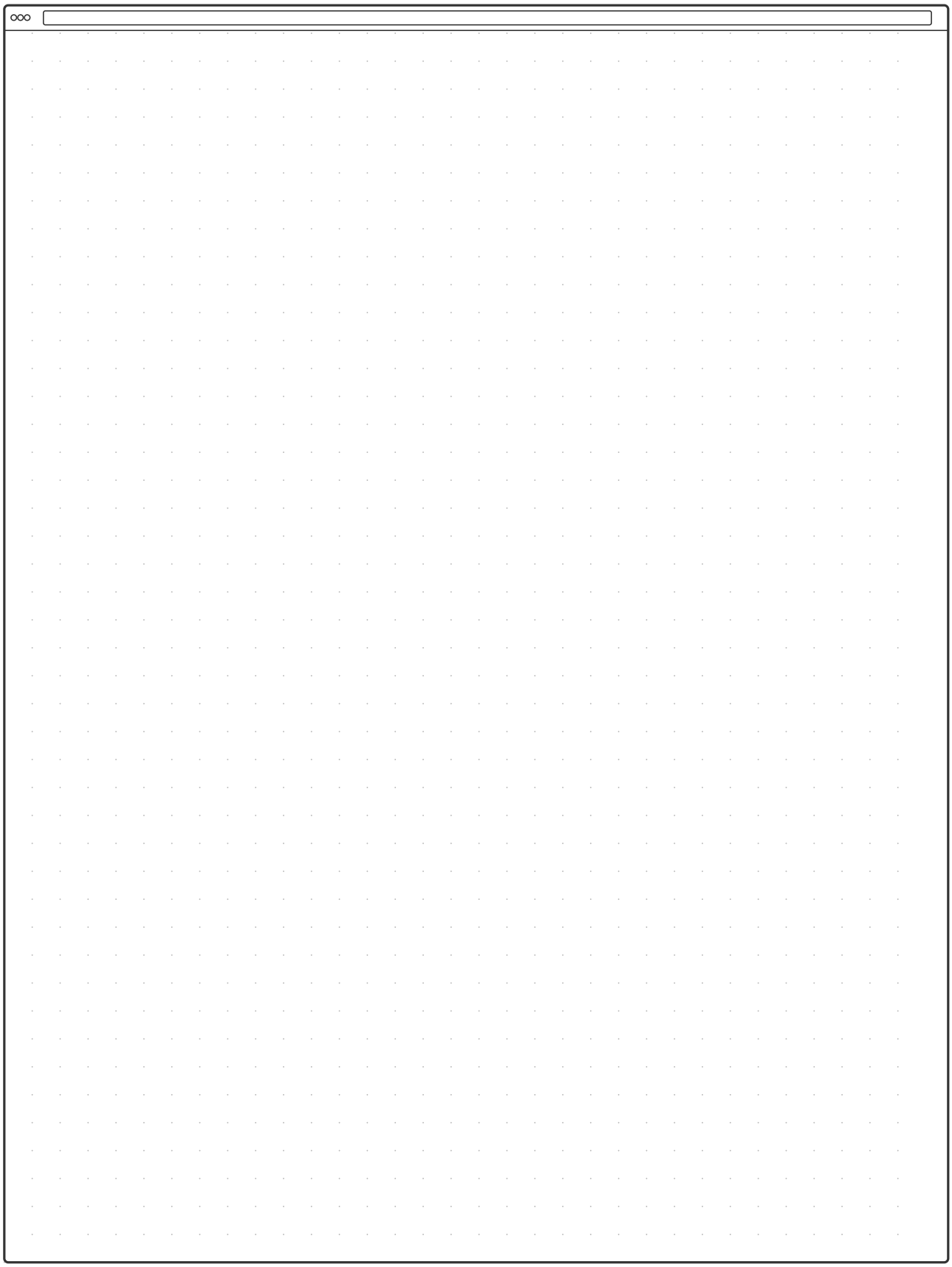
Q13. Le champ « Email » ouvre-t-il le même clavier qu'un champ texte ? Annotez votre dessin en conséquence (indice : attribut HTML `type`).

. . . . . .

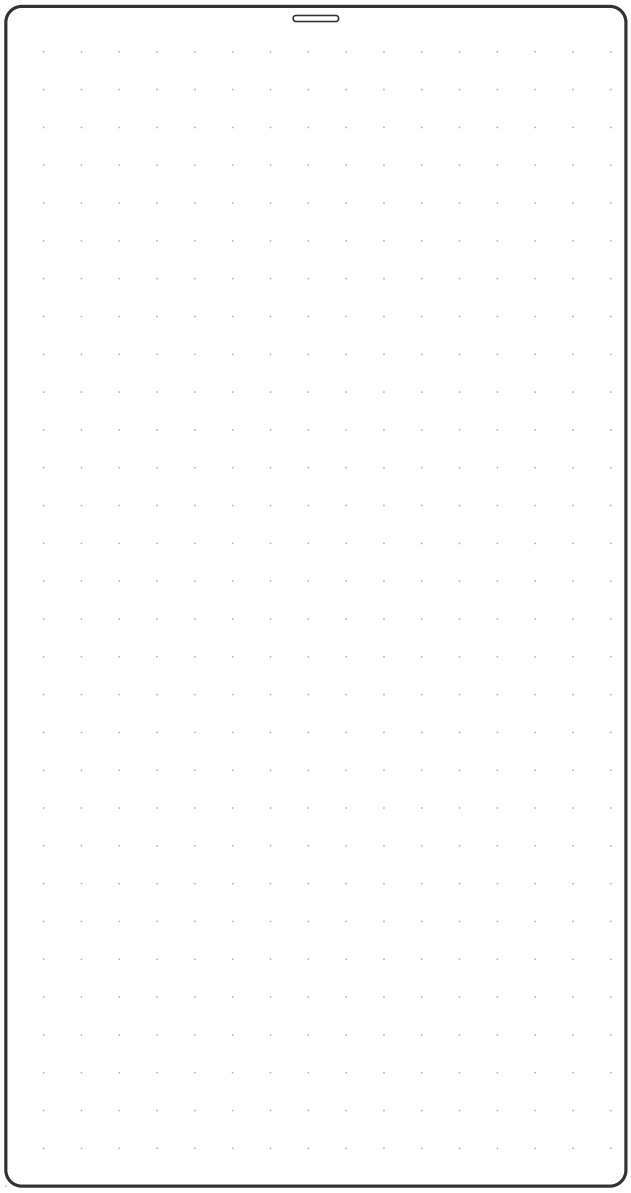
Cadre n°1 – Page produit (version ordinateur) Site choisi : .....



Cadre n°2 – Page « Nous contacter » (version ordinateur)



Cadre n°3 – Page « Nous contacter » (version mobile)



Notes et annotations