



Le Service fédéral des Pensions
prend un nouvel élan sur le web

www.servicepensions.fgov.be



Comment le nouveau site du SFP a-t-il vu le jour ?

Nous n'avons évidemment pas recouru aux services de Madame Soleil. Avec l'aide d'une société externe, nous avons parcouru une longue route pour construire le site web dans les règles de l'art :

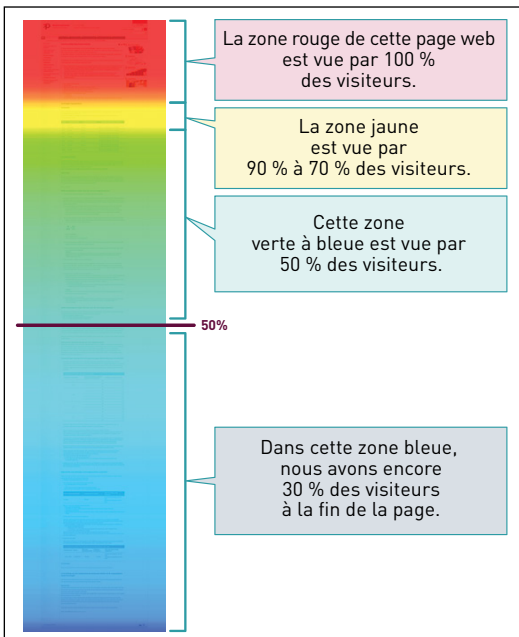
1. Dresser l'inventaire des "anciens" sites web

Quels textes et documents offrons-nous sur les sites web pour les pensions de salariés et de fonctionnaires ? L'inventaire a été complété par des informations tirées des enquêtes ci-après.

De cette manière, nous avons obtenu un aperçu clair des pages qui sont importantes pour les visiteurs, de la fréquence à laquelle elles sont consultées, de la qualité du contenu par rapport aux attentes, etc.

2. Analyser les statistiques relatives aux visiteurs,

à l'aide des log files (fichiers de journalisation) :



- Qui sont nos visiteurs ?
- Quelles informations cherchent-ils ?
- Quel vocabulaire utilisent-ils ?
- Comment se comportent-ils sur certaines pages (par exemple, avec l'aide de heat maps)
- Quelles pages sont à peine consultées ? Pourquoi ?

Un 'heat map', représentant jusqu'à quelle niveau d'une page web les visiteurs poursuivent leur lecture.

3. Questionner les utilisateurs

Il est évident que les statistiques ne disent pas tout.

Enquête des tâches principales

Quel est le but de la visite ?

Je visite ce site en tant que :

- particulier ;
- professionnel (je suis confronté(e) à la matière des pensions dans le cadre de mon travail) ;
- autre.

Je suis :

- âgé(e) de moins de 55 ans et je ne suis pas encore pensionné(e) ;
- âgé(e) de plus de 55 ans et je ne suis pas encore pensionné(e) ;
- déjà pensionné(e).

Je suis :

- confronté(e) à la matière des pensions dans le cadre de mon travail ;
- un collaborateur/une collaboratrice du Service fédéral des Pensions ;
- autre.

Ce n'est pas parce qu'un visiteur arrive sur une certaine page qu'il y trouve la réponse à sa question. C'est pourquoi nous leur avons simplement demandé, à l'aide d'une enquête en ligne :

- **Enquête sur les tâches principales**
Quel est votre profil (futur pensionné, professionnel, pensionné, ...) et que désirez-vous trouver sur nos sites web ?
- **Enquête de sortie**
Vous quittez notre site web.
Avez-vous trouvé ce que vous cherchiez ?
Dans la négative, pourquoi ?

4. Analyse approfondie des textes, en vue de compléter l'inventaire

Nous avons analysé en détail les pages très consultées et celles qui constituaient une tâche principale des visiteurs. À cet effet, nous avons prêté une attention toute particulière à :

- la recherche de doublons dans le contenu ;
- la bonne compréhension et la lisibilité ;
- l'adaptation aux habitudes de lecture sur le web ;
- la division de longs textes/pages en parties claires.

5. Élaboration d'une stratégie globale en ligne

Les découvertes et les analyses ci-dessus sont cruciales car nous avons un aperçu des tâches principales et des liens entre tous les canaux. C'est la base de la stratégie en ligne et de l'architecture de l'information du site. En bref : quels sont les objectifs et comment allons-nous les atteindre ?

6. Élaboration de l'architecture de l'information

Sur la base des informations rassemblées et de notre expérience avec d'autres sites, nos experts ont développé une architecture de l'information évolutive, adaptée à l'utilisateur et transparente. Celle-ci reprend l'arborescence complète du site, avec indication des principaux liens internes au site.



7. Réaliser des maquettes

Après avoir déterminé définitivement l'architecture de l'information, nous avons réalisé les maquettes ou mock-ups du lay-out des différentes pages (principales) et des types de pages. Nous avons ainsi pu clarifier à quels endroits les informations sont intégrées.

8. Rassembler l'input des utilisateurs

La meilleure manière de déceler, de manière étayée, si le concept du nouveau site web fonctionne est de laisser de véritables utilisateurs l'utiliser et de les observer. Lors du test soumis aux utilisateurs, nous avons demandé à ces derniers d'accomplir plusieurs tâches sur le prototype.



Mais les actions d'un utilisateur ne disent rien sur les raisons qui l'animent. Pour cette raison, nous sommes allés plus loin que la simple observation. En posant sans relâche des questions complémentaires aux utilisateurs, nous avons pu comprendre leurs motivations et découvrir leur modèle mental. Ce faisant, nous avons appris quels termes ils comprenaient ou non, où ils souhaitaient trouver des informations et ce qu'ils pensaient de ces informations. En bref, pourquoi une personne trouve un élément pratique ou non à utiliser.

9. Les maquettes ont été complétées par des analyses

Les équipes IT et le Service Communication connaissaient dès lors précisément le modèle à construire et l'expérience de l'utilisateur à viser.

10. Conseils de rédaction et de contenu

La société externe a apporté son soutien à l'équipe de communication pour la stratégie du contenu et la rédaction d'un certain nombre de pages-clés.

11. Mesure-zéro pour les statistiques et plan de mesure

À l'avenir, nous souhaitons tirer plus d'informations des statistiques et du feed-back des utilisateurs, et permettre ainsi une évolution constante du site web et de [mypension.be](https://www.mypension.be).

Adaptation des adresses e-mail du Service Pensions

À partir de juin 2019, les anciennes adresses e-mail du SFP ne fonctionneront plus.

Nous vous invitons donc, dès maintenant, à utiliser uniquement les adresses e-mail terminant par **@sfpd.fgov.be** (par exemple webmaster@sfpd.fgov.be).

Les adresses e-mail suivantes ne fonctionneront plus :

✕	pensioendienst.fgov.be
✕	servicepensions.fgov.be
✕	onprvp.fgov.be
✕	rvponp.fgov.be
✕	onp.fgov.be
✕	rvp.fgov.be
✕	pdos.fgov.be
✕	sdpsp.fgov.be
✕	pdos-sdpsp.fgov.be
✕	sdpsp-pdos.fgov.be

Le plus simple pour nous contacter ?

Utilisez le formulaire de contact en ligne.

Surtout si vous posez la question pour un citoyen,
un client ou un collaborateur.

Nous obtiendrons ainsi toutes les informations adéquates
pour répondre à votre demande.

