

Checklist : des boutons efficaces dans toutes les langues

Les boutons sont des textes courts qu'on trouve sur les sites Internet. Ils invitent à une action. Se contenter de les traduire ne suffit pas, surtout pour les projets multilingues. Cette checklist vous présente donc les points à respecter lors de leur formulation et de leur localisation.

1. L'action est-elle claire ?

- Le bouton décrit-il une action concrète (p. ex. « Prendre rendez-vous » et non « Suivant ») ?
- Sait-on clairement ce qui se passera après le clic ?

2. Le texte est-il formulé en tenant compte du contexte, ou est-il juste traduit ?

- Le bouton est-il adapté au contexte d'utilisation (formulaire, achat, téléchargement) ?
- La fonctionnalité du bouton est-elle comprise ou ne fait-on que transposer un mot ?

3. Le bouton est-il conforme aux conventions linguistiques du marché cible ?

- La formulation du bouton sonne-t-elle de manière naturelle et authentique dans la langue cible ?
- Les différences culturelles sont-elles respectées dans les appels à l'action ?

4. Le bouton correspond-il à la voix de la marque et au Corporate Wording ?

- La tonalité est-elle adaptée à la marque (p. ex. ton direct, retenu, expert) ?
- Les termes et formulations définis sont-ils utilisés de manière cohérente ?

5. Les intitulés des boutons permettent-ils de s'orienter clairement ?

- Les actions similaires sont-elles formulées de la même manière ?
- Les actions différentes sont-elles clairement différenciées les unes des autres ?

6. Les points critiques sont-ils formulés de manière à créer la confiance ?

- Le texte des boutons figurant aux étapes cruciales (p. ex. achat, formulaire) est-il particulièrement clair et compréhensible ?
- Les formulations permettent-elles de se décider en toute sécurité, ou créent-elles le doute ?

7. Les traductions existantes ont-elles été sciemment remises en question ?

- Y a-t-il des traductions littérales à contrôler ?
- Quelles formulations alternatives peuvent être utilisées ?

8. Le SEO est-il pris en compte pour les boutons contenant des liens ?

- Le bouton mène-t-il vers une page importante pour le SEO ou vers un article de blog ?
- L'intitulé du bouton contient-il un mot-clé pertinent (à condition que cela paraisse logique et naturel) ?
- Le texte du bouton reste-t-il clair, bref et axé sur une action ?

9. Existe-t-il des moyens simples de tester et d'améliorer le résultat ?

- Est-il possible de tester des variantes pour les principaux boutons ?
- La longueur du texte est-elle adaptée à l'interface ou au design ?
- Prend-on en considération les retours ou données d'utilisation ?

10. Le sujet est-il systématiquement considéré, ou seulement pris en compte ponctuellement ?

- Les boutons font-ils partie intégrante des projets (p. ex. remaniement ou publication dans une nouvelle langue) ?
- Existe-t-il des lignes directrices simples pour la traduction et la localisation ?
- Les adaptations sont-elles documentées et reprises ultérieurement ?

Discutons ensemble de la manière dont nous pouvons vous aider à formuler et à localiser des textes de boutons efficaces pour votre site web.

Ensemble, veillons à ce que vos appels à l'action soient clairs, conformes à votre marque et faciles à comprendre dans toutes les langues.

Jessica Krüger
Directrice Apostroph Lausanne

+41 21 643 77 99
sales@apostrophgroup.ch

