

# MESURE DU RENDEMENT

## Réponse de COVID-19 Canada

**ÉBAUCHE** - Stratégie de mesure des performances pour l'environnement numérique.

Réunion du comité de gestion du thème

31 mars 2020



Government  
of Canada

Gouvernement  
du Canada

Canada

# CONTEXTE



Canada.ca/le-coronavirus donne accès à la source officielle d'information fédérale sur COVID-19.

Alors que le contenu sur la santé est au cœur de COVID-19, le contenu a rapidement évolué pour couvrir plusieurs thèmes et sujets (Annexe A).

Les informations représentent la réponse pangouvernementale nécessaire pour faire face aux impacts sanitaires, sociaux et économiques de la pandémie.



# STRATÉGIE DE MESURE DE LA PERFORMANCE COVID-19

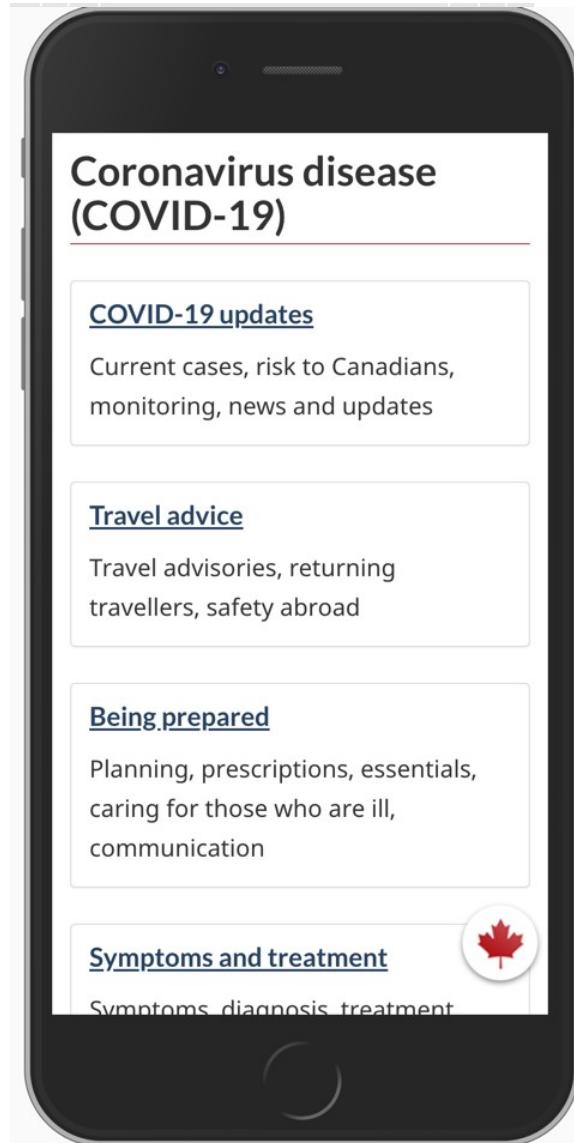
## **Pour les Canadiens:**

- Informations et services clairs et faciles à comprendre
- Source fiable unique
- Expérience utilisateur cohérente

## **Pour les responsables de thèmes et les ministères:**

- Rapports sur le succès de l'achèvement des tâches
- Analytique identifiant la page Web prioritaire (trafic et tendances)
- Approche claire de la mesure (IRC)
- Fournir un support pour les décisions fondées sur des preuves sur le développement / l'emplacement du contenu

# EXEMPLE: ESPACE WEB OPTIMISÉ SUR LA BASE DE PREUVES



## DONNÉES À L'APPUI DE LA DÉCISION:

Les tests de convivialité ont indiqué que les utilisateurs avaient un taux de réussite de **90%** à trouver les réponses qu'ils recherchaient sur COVID-19.

Des recherches antérieures soutiennent également la conception basée sur les tâches.

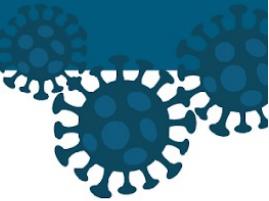
- La conception est itérative - peut permettre l'ajout ou la suppression de liens selon les besoins.
- Le concept est évolutif, facile à parcourir.



## DÉFI

Créer des rapports sur les performances qui soutiendront tous les responsables de thèmes et partenaires dans leurs efforts pour conduire des décisions cohérentes à l'échelle du GC concernant le développement et le placement de contenu en ligne.

Compte tenu de la portée du fichier, du nombre de ministères impliqués et de la rapidité avec laquelle les informations évoluent, il est difficile d'appliquer les données aux décisions pendant la phase de développement du contenu.

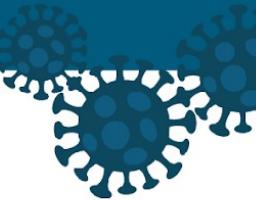


## OBJECTIFS

Pour garantir que le contenu COVID-19 le plus recherché sur les sites Web des ministères fédéraux est facilement trouvé, compris et utilisé.

Fournir aux ministères des messages et des données pour soutenir les décisions fondées sur des preuves.

# MISE EN ŒUVRE PROPOSÉE

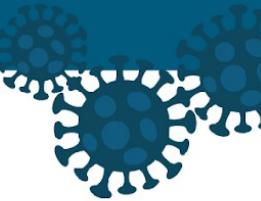


## Phase I - avec capacité (ASAP)

- Finaliser la stratégie et l'approche globale pour les responsables de thème et les partenaires
- Évaluer et appliquer la segmentation pour l'analyse basée sur des catégories au sein de la structure basée sur les tâches
- Collaborez à la validation de la carte de contenu et tenez compte de l'impact de l'analyse
- Poursuivre la prise en charge de l'application du balisage de contenu UTM correct
- Continuer le support sur l'application de métadonnées de qualité
- Continuer les tests utilisateurs

## Phase 2 – avec capacité

- Rationalisez les rapports
- Fournir aux autres ministères des données qui appuieront des décisions cohérentes fondées sur des données probantes sur les types de contenu partout au Canada.ca
- Continuer à fournir des données pour optimiser le contenu clé basé sur les tâches



# INDICATEURS DE RENDEMENT CLÉS (IRC) PROPOSÉS

## 1. Taux de réussite des tâches

- taux de réussite de la trouvabilité et de convivialité du contenu testé
- SCT, SCN et Service Canada, ainsi que plusieurs ministères, effectuent des tests de convivialité sur divers contenus et applications

## 2. Taux de clics vers le contenu de priorité la plus élevée

- déterminé par le trafic de recherche (externe et sur site), les données du centre d'appels, l'analyse Web

## 3. Réduction du nombre d'appels

- les centres d'appels sont inondés; l'amélioration de la trouvabilité et de la convivialité de notre présence sur le Web devrait réduire le nombre d'appels reçus



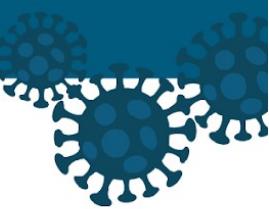
## KPI - TAUX DE RÉUSSITE DES TÂCHES

**Objectif:** illustrer la trouvabilité et la convivialité du contenu et identifier les principales tâches et priorités d'optimisation

**Justification:** la meilleure méthode pour déterminer si le contenu répond aux besoins des utilisateurs est d'obtenir une rétroaction directe

**Prochaines étapes:** évaluation des outils pour les rapports et les tests de couverture globale (actuellement, seules des pages / applications spécifiques sont testées par les utilisateurs)

## IRC – TAUX DE CLIC À TRAVERS (TCT)



**Objectif:** Identifier le contenu prioritaire pour l'optimisation

**Justification:** Le regroupement des vues de contenu par sujet permet d'identifier les tendances d'optimisation

**Prochaines étapes:** identifier les pages de contenu par carte AI

## IRC- VISITES DES SUJETS DE CONTENU



**Objectif:** Identifier le contenu prioritaire pour l'optimisation

**Justification:** Le regroupement des vues de contenu par sujet permet d'identifier les tendances d'optimisation

**Prochaines étapes:** identifier les pages de contenu par carte d'AI

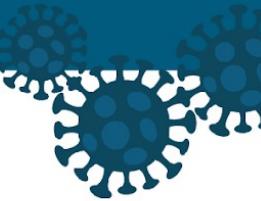
## IRC - RATIO DES APPELS / COURRIELS VS. VISITES WEB



**Objectif:** illustrer où une meilleure trouvabilité et convivialité du contenu Web pourrait réduire le nombre d'appels / e-mails reçus

**Justification:** un contenu Web bien structuré réduira le volume élevé de support hors ligne. L'utilisation d'un ratio réduira le bruit des changements externes (pics naturels, réduction de l'intérêt des utilisateurs)

**Prochaines étapes:** identifier et collecter l'image complète



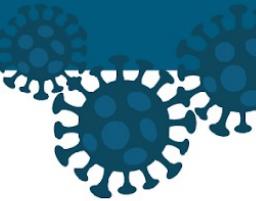
# ÉTIQUETAGE UTM - à l'extérieur de Canada.ca conduisant à Canada.ca

## APPLIQUER DES ÉTIQUETTES UNIQUES À:

- Plusieurs pages résidant à l'extérieur de Canada.ca, chacune reliant à la page d'accueil principale de COVID-19
- Messages électroniques aux groupes de parties prenantes
- Articles spécifiques sur les réseaux sociaux vs canal de suivi
- **REMARQUE: n'utilisez jamais l'URL personnalisée comme lien intégré au contenu**

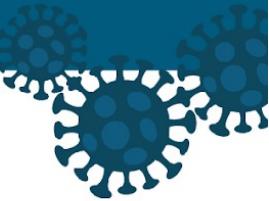
## N'OUBLIEZ PAS DE (Annexe B):

- Utilisez covid-1920 pour le nom de la campagne
- Placez le lien cible (si vous en avez un) après le code utm, et à la toute fin du href (ou cela ne fonctionnera pas)
- Identifier la langue (en pour l'anglais et fr pour le français)
- Utilisez des traits de soulignement pour les espaces (il n'y a pas d'espaces ni de majuscules dans les codes UTM)



## LA SOURCE DES DONNÉES

- Résultats des tests de convivialité (équipes UX)
- Visites / pages vues par sujet de haut niveau (analyse Web)
- Chemins de navigation depuis la page de destination et entre les sujets (analyse Web)
- Recherche externe (Search Console), tendances Google (en ligne) et requêtes de recherche sur site (analyse Web)
- Métadonnées de page (AEM)
- Volume d'appels du centre d'appels avec répartition par sujet (Service Canada)
- Analyse de page (balisage / rapport SCT suivant l'approche Gov.uk)
- Étiquetage UTM (SC / ASPC - analyse Web - fait référence)

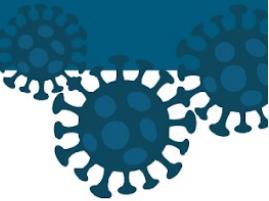


## APPROCHE DE RAPPORTS / COMMUNICATIONS

Des rapports doivent être générés et distribués régulièrement pour répondre aux besoins de la haute gestion lorsque des décisions sont nécessaires pour:

- développement du contenu
- mises à jour de contenu
- rapports réguliers de mesure du rendement

Informier les principaux publics sur les résultats de la mesure du rendement et des conseils clés sur la façon d'appliquer les données à la prise de décision.



## RAPPORTS

1. InternE (ASPC/SC, SCT, ÉP – Haute gestion)
2. Externe (Chefs de Comms, Chefs de thèmes , Ministères partenaires)

### Fréquence actuelle:

- Rapports ad hoc au besoin
- Quotidien (rapports de trafic, constatations d'utilisabilité)
- Hebdomadaire (rapports séparés sur le trafic / les tendances, les résultats sur l'utilisabilité)
- Mensuel (tendances globales du trafic et résultats d'utilisabilité à plus grande échelle)

# RÔLES



## ASPC/SC

- Diriger l'élaboration d'une stratégie de mesure du rendement, des indicateurs de rendement clés et la coordination des efforts entre les ministères en matière de production de rapports et de partage des idées clés communes

## SCT-BTN

- Diriger les tests d'utilisabilité et les conseils sur la réussite des tâches et la page de destination de COVID-19

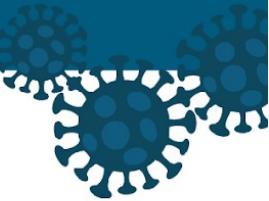
## ÉDITEUR PRINCIPAL (ÉP)

- Diriger les rapports d'analyse à l'échelle du GC, conseils de segmentation

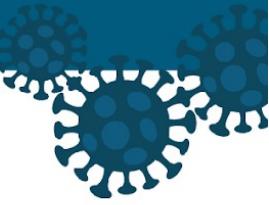
## CHEFS DE THEME

- Communiquer l'approche et les conseils aux partenaires thématiques
- Soutenir les décisions fondées sur des preuves
- Application et mesure des IRC pour l'espace thématique et le ministère d'accueil
- Identifier les domaines nécessitant une assistance par CGT

# ANNEXE A – COVID-19 AFFECTE LA MAJORITÉ DES THÈMES SUR CANADA.CA



Santé	Voyage	Emplois	Immigration	Entreprise	
Prestations	Impôts	Sécurité Nationale	Politique, justice et urgences	Science	
Service Publique	Le Canada et le monde	Culture, histoire, sport	Argent et finances	Transport	
Services aux autochtones	<b>Légende</b>				
	<span style="background-color: #667744; display: inline-block; width: 15px; height: 15px;"></span> Contenu Covid-19 actuel	<span style="background-color: #1A3D54; display: inline-block; width: 15px; height: 15px;"></span> Contenu Covid-19 anticipé bientôt			



Un guide du générateur UTM est disponible auprès de Santé Canada, avec des exemples, pour vous aider à créer votre lien.

Veuillez envoyer vos codes UTM et / ou vos questions à l'équipe de mesure du rendement de Santé Canada:

[hc.healthwebanalytics-analysewebdelasante.sc@canada.ca](mailto:hc.healthwebanalytics-analysewebdelasante.sc@canada.ca)