

Clarity : Microsoft lance son outil de test A/B pour les webmasters

Microsoft se fend d'un nouvel outil d'analyse Web répondant au nom de Clarity. Sa vocation est de permettre de visualiser les interactions des utilisateurs à grande échelle afin d'optimiser la conversion, l'engagement et la rétention.

La firme de Redmond de préciser en effet dans un [billet de blog](#) « *la publication de la version bêta de Clarity, un produit d'analyse permettant aux webmasters de visualiser le comportement des utilisateurs à grande échelle afin de prendre des décisions en fonction de données et de ce qu'ils devraient changer et améliorer sur leurs sites afin d'optimiser la conversion, l'engagement et la rétention* ».

Comprendre pour améliorer

On parle là de test A/B permettant aux webmasters de comprendre comment les visiteurs interagissent avec leurs sites.

Ce nouvel outil vient se frotter à la concurrence de Optimizely (spécialisé dans les outils de test A / B), Google Optimize 360 (lancé en version bêta en mars 2017) et Visual Web Optimizer.

L'outil permet non seulement de comprendre ce que les visiteurs consultent, mais également de corriger les erreurs avec du débogage et les problèmes d'utilisation.

Clarity propose une fonctionnalité baptisée Session Replay (Relecture de session) qui permet aux développeurs de visualiser les impressions de page de chaque utilisateur, leur permettant de voir les interactions telles que les mouvements de la souris, les gestes tactiles, les clics...

D'autres fonctionnalités attendues

Microsoft est même allé plus loin avec la fonctionnalité baptisée «sessions intéressantes» qui repose sur l'apprentissage automatique (machine learning). Celle-ci met en exergue les instances présentant un comportement anormal de clic ou de défilement, les erreurs JavaScript, la durée des sessions et d'autres indicateurs de problèmes potentiels.

Lancé en mode bêta, Clarity intègrera certain nombre de fonctionnalités inachevées qui seront incluses dans la mouture finale.

Parmi celles-ci, il y aura les «sessions associées», dont l'objectif est de regrouper des sessions utilisateur similaires afin d'aider les développeurs à découvrir la fréquence à laquelle certains problèmes se présentent et pourquoi certains utilisateurs peuvent se comporter de la même manière.

Les «cartes thermiques» (Heat Maps) fourniront, elles, des informations agrégées sur le comportement des utilisateurs via les cartes thermiques réalisées sur la base des cliquer, toucher et faire défiler.

Vidéo promotionnelle signée Microsoft :

(Crédit photo : @Microsoft)