Tester votre nom à l'oral, à l'écrit et en ligne

Vos clients sauront-ils prononcer votre nom, écrire votre nom de domaine et utiliser votre adresse email ? Testez ensemble ces éléments de votre identité numérique dans les langues et les situations utiles.

Publication : 4 novembre 2026 · Mise à jour : 5 novembre 2026

AVANT DE COMMENCER

Votre nom sera-t-il aussi clair pour les autres que pour vous ?

Vous donnez le nom de votre entreprise au téléphone. Votre interlocuteur hésite : faut-il une lettre de plus, un espace, un trait d'union ? Vous lui expliquez l'orthographe. Un peu plus tard, il cherche votre site et saisit une autre adresse. Le nom qui paraissait évident sur une présentation demande soudain quelques explications.

Ces petits décalages méritent d'être observés avant de confirmer votre choix. Reprenez les pistes de noms et de domaines préparées dans le premier article, puis faites-les essayer dans des situations proches de celles de vos clients. Vous pourrez repérer où l'on hésite, comprendre pourquoi et décider de ce qui mérite d'être conservé ou ajusté.

LE PARCOURS EN UN COUP D'ŒIL

- Préparer des essais adaptés aux personnes et aux langues utiles.
- Observer ce qui se passe lorsque le nom est entendu, puis lu.
- Examiner ce qu'il évoque, ce qui est retenu et comment on le recherche.
- Essayer le domaine et l'email, puis préciser le rôle des adresses.
- Transformer les hésitations observées en questions et en ajustements.

Sommaire

Préparer des essais proches de vos vrais usages . . . 2

Faire entendre le nom, puis examiner sa lecture . . . 2

Observer ce que le nom évoque et comment on le retrouve . . . 3

Passer du nom au domaine et à l'adresse email . . . 4

Transformer les observations en choix concrets . . . 4

L'essentiel / Ce qu'il faut retenir . . . 5

Mini-glossaire . . . 6

Sources et méthode . . . 6

Retrouver l'article et ses outils en ligne

CHAPITRE 01

Préparer des essais proches de vos vrais usages

LE RÉSULTAT ATTENDU

Quelques situations à observer, avec les bonnes personnes et des consignes comparables.

Repartez de votre projet. Qui entendra le nom, qui le lira et qui cherchera à vous retrouver ? Pour notre cas d'étude de l'atelier de réparation de vélos, une recommandation entre voisins et une prise de rendez-vous au téléphone comptent davantage qu'une lecture dans un catalogue international. Un autre projet demandera d'autres situations.

Invitez des personnes proches de vos futurs interlocuteurs, dans les langues réellement utiles. Un proche peut vous aider à essayer vos consignes ; une personne qui connaît déjà toutes vos pistes ne découvrira plus le nom dans les mêmes conditions. Si vous choisissez seul, vous pouvez tout de même organiser ces échanges et prendre vos propres notes.

Les tests d'usage consistent à observer des personnes accomplissant des tâches concrètes. Des consignes neutres et cohérentes permettent de voir où elles hésitent, sans leur souffler la réponse. Le guide de recherche utilisateur de GOV.UK décrit ces principes pour les services numériques ; Wize les adapte ici à l'essai d'un nom et de ses adresses. [1]

Préparez les mêmes supports pour chaque candidat : une présentation sobre du nom, une manière de le prononcer, un domaine possible et une adresse email. Si vous comparez plusieurs noms, faites varier leur ordre d'une personne à l'autre. Notez ce que chacun a vu ou entendu : cette information vous aidera à interpréter la suite.

À RETENIR

On ne découvre un nom qu'une première fois. Une personne qui vient de le lire connaît déjà son orthographe lorsqu'elle l'entend. Pour observer une première écoute et une première lecture, prévoyez des personnes différentes ou répartissez ces essais entre plusieurs candidats.

CHAPITRE 02

Faire entendre le nom, puis examiner sa lecture

LE RÉSULTAT ATTENDU

Les formes écrites et les prononciations produites sans aide, avec les hésitations à examiner.

Pour le premier essai, gardez le nom hors de la vue de la personne. Prononcez-le dans une phrase ordinaire, comme au téléphone ou lors d'une recommandation, puis demandez-lui de l'écrire. Laissez-la essayer et demander une répétition si elle en a besoin. Conservez sa première réponse avant d'expliquer l'orthographe.

Une lettre ajoutée, un mot coupé autrement ou une demande de précision donnent des informations différentes. Notez ce qui s'est passé et l'explication éventuellement nécessaire. Un nom peut demander une précision occasionnelle ; la question est de savoir si cet effort convient aux usages que vous prévoyez.

Deux essais pour deux questions différentes

Situation	Consigne possible	Ce que vous relevez
Le nom est entendu	« Comment écririez-vous ce nom ? »	La première forme écrite, les répétitions demandées et les lettres hésitantes.
Le nom est découvert à l'écrit	« Comment le prononceriez-vous ? »	La prononciation spontanée, les pauses et les lectures possibles.

Pour la lecture, montrez d'abord le nom dans une forme simple, sans logo élaboré ni explication sur son origine. Vous pourrez ensuite le présenter avec son contexte : nom du métier, courte description ou identité visuelle. Gardez séparées la réaction initiale et celle obtenue après ces précisions.

Reprenez l'exercice dans les langues que vous utiliserez réellement. Cherchez les prononciations possibles et les associations inattendues avec des personnes qui pratiquent ces langues et connaissent le public concerné. Une traduction automatique peut ouvrir une question ; une conversation contextualisée aide à comprendre ce qu'elle signifie pour votre activité.

CHAPITRE 03

Observer ce que le nom évoque et comment on le retrouve

LE RÉSULTAT ATTENDU

Des indications sur la compréhension, le souvenir du nom et les recherches qu'il déclenche.

Une fois le nom découvert, demandez ce qu'il évoque. Laissez venir les réponses, puis approfondissez avec une question ouverte : qu'est-ce qui fait penser à cette activité, à cette gamme ou à ce type de service ? Vous pourrez rapprocher ces associations de l'impression recherchée dans votre brief.

Revenons à notre exemple d'atelier de vélos, pour La Seconde Roue, vous pourriez demander ce que l'on s'attend à trouver derrière ce nom avant de présenter l'atelier. La réparation vient-elle à l'esprit, la vente de vélos d'occasion, la moto ou autre chose ? Il s'agit de questions à explorer. Le nom n'a pas besoin de décrire toute l'offre ; observez ce que la présentation du métier permet ensuite de préciser.

Après une autre activité ou un délai que vous aurez noté, demandez à la personne de retrouver le nom sans le lui montrer. A-t-elle retenu le mot exact, une approximation, une idée ? Si vous comparez plusieurs candidats, veillez à des conditions de présentation et de rappel aussi proches que possible. Conservez le délai et les aides éventuelles dans vos notes.

Demandez enfin ce qu'elle saisirait pour rechercher l'entreprise. Le nom seul, le métier, une ville ? Observez les formulations et les résultats qui pourraient créer une confusion. Pour un projet encore absent du web, l'absence de résultat est normale : cet essai sert surtout à examiner le chemin suivi et les entreprises ou sujets avec lesquels le nom pourrait être confondu.

POINT D'ATTENTION

Quelques réactions éclairent une difficulté ; elles ne mesurent pas votre marché

Un petit nombre d'essais peut faire apparaître une hésitation utile à traiter. Il ne permet pas d'annoncer un taux de mémorisation de votre clientèle ni de prédire les ventes. Gardez la trace des personnes sollicitées, de leur contexte et des conditions de l'essai avant de tirer une conclusion.

CHAPITRE 04

Passer du nom au domaine et à l'adresse email

LE RÉSULTAT ATTENDU

Une adresse principale envisagée, des difficultés de transmission repérées et un rôle pour les variantes utiles.

Un nom peut être compris à l'oral et devenir moins lisible dans une adresse. Écrivez chaque domaine envisagé sans espaces, puis regardez les mots qui se rejoignent et les coupures possibles. Faites-le lire sur un téléphone et transmettez-le à l'oral, avec son extension. Demandez à la personne de montrer ce qu'elle saisirait avant de la corriger.

Ajoutez une adresse email complète, avec un prénom ou un service. Observez si la personne retrouve la séparation avant et après l'arobase, les éventuels traits d'union et l'extension. Pour les essais de dictée, consignez l'adresse dans une note : l'envoi d'un message vers un domaine que vous ne maîtrisez pas n'est pas nécessaire.

Si vous envisagez des caractères accentués ou une écriture particulière, vérifiez aussi la prise en charge dans les outils dont vous aurez besoin. L'ICANN distingue l'acceptation des noms de domaine et des adresses email par les applications : un nom valide ne suffit pas à établir que tous les outils le traiteront correctement. Demandez à votre fournisseur ce qui est utilisable et essayez les parcours concernés. [2]

Choisissez ensuite l'adresse que vous souhaitez présenter en priorité. Un domaine principal fournit un repère commun pour le site et les communications. Les autres domaines éventuels doivent répondre à un usage : renvoyer vers ce site, servir un marché identifié ou traiter une confusion suffisamment importante.

Le .lu peut exprimer un lien avec le Luxembourg et s'adresser au marché local, comme le présente DNS Luxembourg. Son intérêt pour votre projet dépend du positionnement et des usages attendus. Examinez aussi les extensions importantes pour les marchés prévus ; le .com ne devient pas une acquisition obligatoire par principe. [3]

Regardez où mènerait une confusion d'extension et quelle activité utilise déjà une adresse proche. Pour les variantes avec ou sans trait d'union, les fautes possibles ou les identifiants sociaux, partez des erreurs plausibles et des canaux réellement utiles. Il sera plus facile de justifier quelques choix précis que de gérer une collection d'adresses sans rôle défini.

À RETENIR

La recherche d'une adresse disponible et les recherches sur les droits restent distinctes de ces essais d'usage. Un nom facile à transmettre n'est pas, pour autant, un nom dont l'utilisation est juridiquement vérifiée.

CHAPITRE 05

Transformer les observations en choix concrets

LE RÉSULTAT ATTENDU

Une courte liste de questions à résoudre, avec les ajustements à essayer et la prochaine décision à prendre.

Rassemblez les réponses pour chaque nom et chaque adresse. Distinguez ce qui a été observé, ce que vous en déduisez et ce que vous pourriez changer. Ce travail évite de transformer une réaction isolée en verdict sur tout le projet.

Des exemples de questions à traiter, si ces difficultés apparaissent

Observation à consigner	Question à examiner	Suite possible
La personne ajoute une lettre après avoir entendu le nom.	Quel son ou quelle habitude d'écriture provoque l'ajout ?	Essayer une autre piste ou une autre présentation, puis refaire une dictée avec une nouvelle personne.
Le nom évoque surtout la vente d'occasion.	Cette association convient-elle à un atelier centré sur la réparation ?	Essayer une courte description du métier et observer ce qu'elle clarifie.
L'extension saisie diffère de celle annoncée.	La confusion se retrouve-t-elle dans les situations importantes ?	Examiner les adresses concernées, leur rôle possible et les alternatives.
L'adresse email demande plusieurs corrections.	Le problème vient-il du nom, du domaine ou de la partie avant l'arobase ?	Modifier un élément identifiable et reprendre l'essai dans les mêmes conditions.

Revenez aux critères du projet pour départager les difficultés. Une hésitation au téléphone mérite une attention particulière si vos clients vous recommandent surtout de vive voix. Une association inattendue devient importante si elle éloigne votre offre de ce que vous voulez présenter. Vous pouvez poursuivre une piste, ajuster sa présentation, comparer une autre adresse ou explorer un autre nom.

Si le nom existe déjà, partez des problèmes concrets signalés par les clients : erreurs de saisie, besoin d'épeler, confusion avec une autre activité. Vous pourrez examiner une correction ciblée avant d'envisager un changement plus large. L'article consacré aux obstacles permettra de comparer les conséquences de ces options.

À FAIRE MAINTENANT

Préparez votre premier essai

Choisissez une piste, le domaine envisagé et une adresse email complète. Notez la situation à reproduire, la langue et les questions à observer. Gardez les premières réponses, puis ajoutez au brief les difficultés à vérifier et la date du prochain point.

L'essentiel / Ce qu'il faut retenir

VOS REPÈRES POUR CHOISIR

- Faites essayer le nom dans les situations où il devra réellement circuler, avec des personnes proches des interlocuteurs visés.
- Séparez la première écoute, la première lecture et les explications données ensuite.
- Examinez ensemble le nom, le domaine et l'adresse email ; attribuez un rôle aux adresses secondaires.
- Conservez les réponses initiales et utilisez-les pour préciser un ajustement ou une question à résoudre avant de confirmer le choix.

POUR ALLER PLUS LOIN

Vérifier si vous pouvez utiliser et protéger le nom

Comparer les options quand un obstacle apparaît

Mini-glossaire

Terme	En quelques mots
Essai qualitatif	Observation de réactions et de difficultés pour comprendre un usage, sans mesure représentative de l'ensemble du marché.
Dictée du nom	Essai dans lequel une personne écrit un nom après l'avoir entendu, avant d'en voir l'orthographe.
Extension	Partie finale d'un nom de domaine, comme .lu ou .com.
Domaine principal	Adresse de référence que l'entreprise choisit de présenter pour ses usages en ligne.
Redirection web	Dispositif qui envoie un visiteur d'une adresse web vers une autre.

Sources et méthode

Les situations, les consignes et la grille d'interprétation sont des propositions de travail de Wize. Les exemples prolongent le projet d'atelier de vélos ; ils ne décrivent aucun essai réalisé, témoignage ni résultat de disponibilité. Les principes de recherche utilisateur sont adaptés au choix d'un nom : ils ne constituent pas un protocole de validation scientifique du nom. Les références techniques et institutionnelles étayent les passages qui y renvoient. Sources consultées le 5 novembre 2026.

1. GOV.UK - Using moderated usability testing (en anglais)
Principes d'observation de tâches concrètes, consignes neutres et cohérentes, participants proches des utilisateurs. Guide consacré aux services numériques, adapté ici par Wize ; il ne valide pas spécifiquement des tests de noms.
https://www.gov.uk/service-manual/user-research/using-moderated-usability-testing

2. ICANN - Universal Acceptance (en anglais)
Acceptation des noms de domaine et des adresses email dans les applications, appareils et systèmes. La prise en charge doit être examinée dans les outils concernés.
https://www.icann.org/ua

3. DNS Luxembourg - Choisir un .lu
Lien du .lu avec le Luxembourg et le marché local ; aucune disponibilité, garantie de référencement ou obligation d'achat déduite de cette page.
https://dns.lu/fr/fonctionnement/choisir-un-lu

Les renvois entre crochets désignent les références ci-dessus.