

Guide gratuit · Checklist

10 points pour un site qui attire **des clients.**

La checklist d'un site vitrine efficace, pour les indépendants, les artisans et les petites entreprises. À parcourir en dix minutes, à appliquer tout de suite.

Votre site doit travailler pour vous.

Un site vitrine n'est pas une plaquette posée en ligne : c'est votre premier commercial, disponible jour et nuit. Quand il est bien pensé, il rassure, il répond aux questions et il transforme un visiteur curieux en demande de devis.

Ces dix points sont ceux que je vérifie sur chaque projet, qu'il s'agisse d'une création ou d'une refonte. Aucun ne demande d'être développeur : la plupart se corrigent en quelques heures.

Mode d'emploi : ouvrez votre site sur votre téléphone, puis parcourez les points un par un. Cochez les cases de ce que votre site fait déjà bien. Les cases vides sont vos prochains chantiers, par ordre d'importance.

- | | |
|--|---|
| 01 Un message clair en cinq secondes | 02 Un appel à l'action sur chaque page |
| 03 Un affichage impeccable sur mobile | 04 Un site rapide |
| 05 Des preuves qui rassurent | 06 Une page par service |
| 07 Le référencement local | 08 Des textes écrits pour vos clients |
| 09 Un site à jour et sécurisé | 10 Mesurer pour progresser |

01 Un message clair en cinq secondes

Un visiteur décide très vite s'il reste ou s'il repart. Le haut de votre page d'accueil doit répondre sans effort à trois questions : que faites-vous, pour qui, et où.

- ☐ Le titre principal nomme votre métier, pas un slogan vague (« Menuisier à Meaux » plutôt que « L'excellence à votre service »).
- ☐ Un visiteur comprend ce que vous proposez sans faire défiler la page.
- ☐ Votre zone d'intervention est visible dès le haut de la page.

02 Un appel à l'action sur chaque page

Un visiteur convaincu doit savoir immédiatement quoi faire : appeler, demander un devis, réserver. Un bouton clair vaut mieux qu'une page contact cachée dans le menu.

- ☐ Un bouton d'action est visible en haut de chaque page.
- ☐ Votre numéro de téléphone est cliquable sur mobile.
- ☐ Chaque page se termine par une invitation à vous contacter.

Un seul appel principal par page : trop de boutons différents font hésiter, et l'hésitation fait partir.

03 Un affichage impeccable sur mobile

La majorité des visites se font aujourd'hui depuis un téléphone. Si vos visiteurs doivent zoomer pour lire ou viser des boutons minuscules, ils partiront avant d'avoir découvert vos services.

- ☐ Les textes se lisent sans zoomer.
- ☐ Les boutons sont assez grands pour être touchés du pouce.
- ☐ Aucun élément ne dépasse de l'écran sur les côtés.

04 Un site rapide

Chaque seconde d'attente fait fuir des visiteurs, et Google tient compte de la vitesse dans son classement. Les causes sont presque toujours les mêmes : des images trop lourdes, un thème surchargé, des extensions inutiles.

- ☐ Votre page d'accueil s'affiche en moins de trois secondes sur mobile.
- ☐ Les images sont compressées, idéalement au format WebP.
- ☐ Vous avez testé votre site sur PageSpeed Insights (outil gratuit de Google).

05 Des preuves qui rassurent

Avant de vous contacter, un client cherche des signes de confiance. Les avis, les réalisations et les vraies photos pèsent plus lourd que n'importe quel argument commercial.

- ☐ Des avis clients authentiques sont visibles, par exemple vos avis Google.
- ☐ Vos réalisations sont présentées avec quelques mots sur chaque projet.
- ☐ Vous apparaissez en photo : on confie plus facilement un projet à un visage.

N'inventez jamais d'avis : c'est interdit, et vos clients le sentent. Demandez plutôt un avis à chaque projet terminé.

06 Une page par service

Une page unique qui liste tous vos services en trois lignes ne convainc personne et ressort mal sur Google. Une page par service permet de détailler, de rassurer et de répondre aux recherches précises.

- ☐ Chaque service principal a sa propre page, avec son titre et sa description.
- ☐ Chaque page explique le déroulement, les délais et ce qui est inclus.

07 Le référencement local

La plupart de vos clients cherchent un professionnel près de chez eux. Pour apparaître dans ces recherches, votre site et votre fiche Google doivent parler de votre ville et de votre zone.

- ☐ Votre fiche Google Business Profile est complète : horaires, photos, services, avis.
 - ☐ Votre nom, votre adresse et votre téléphone sont identiques partout en ligne.
 - ☐ Votre ville apparaît dans les titres de vos pages principales.
-

08 Des textes écrits pour vos clients

Vos clients ne cherchent pas un prestataire : ils cherchent une solution à leur problème. Parlez de leurs besoins et de ce qu'ils y gagnent, avec leurs mots, sans jargon.

- ☐ Vos textes parlent davantage de « vous » que de « nous ».
 - ☐ Chaque service présente un bénéfice concret, pas seulement une liste technique.
 - ☐ Les questions fréquentes de vos clients ont une réponse sur le site.
-

09 Un site à jour et sécurisé

Un site laissé à l'abandon devient lent, vulnérable, et finit par inquiéter vos visiteurs. Quelques minutes d'entretien chaque mois évitent la plupart des mauvaises surprises.

- ☐ WordPress, le thème et les extensions sont à jour.
- ☐ Une sauvegarde automatique est faite régulièrement, et stockée ailleurs que sur le site.
- ☐ Le site est en HTTPS, avec des mentions légales et une politique de confidentialité à jour.

10 Mesurer pour progresser

Sans chiffres, impossible de savoir ce qui fonctionne. Inutile de devenir analyste : trois indicateurs suffisent pour piloter votre site.

- ☐ Google Search Console est installée : vous voyez sur quelles recherches votre site apparaît.
- ☐ Vous suivez le nombre de demandes reçues chaque mois par le site.
- ☐ Les statistiques de visite respectent le consentement de vos visiteurs.

Votre bilan

8 à 10 cases

Votre site est une vraie force. Continuez à l'entretenir et à l'enrichir.

5 à 7 cases

De bonnes bases. Quelques corrections ciblées peuvent vous apporter davantage de demandes.

Moins de 5

Votre site vous freine sans doute. Une refonte mérite d'être envisagée.

Envie d'un avis sur **votre site ?**

Je regarde votre site avec vous, gratuitement et sans engagement, et je vous indique les trois améliorations qui vous apporteront le plus de demandes.

Téléphone 07 66 03 50 18

E-mail contact@webifymeaux.com

Site webifymeaux.com