

Votre site, vu comme un client

Diagnostic ciblé et plan d'action priorisé

Maison Orée — EXEMPLE FICTIF

Conseil fictif en aménagement intérieur

URL : <https://maison-oree.example/> · Date : 2026-10-01

Page clé : <https://maison-oree.example/prestations>

Analyse humaine : accueil + 1 page clé, relue et validée par Studio Mozin



PRIORITÉ N°1

Rendre la promesse locale visible dès le premier écran

Cette correction relie immédiatement l'offre, la cible et la zone desservie, tout en soutenant la compréhension et la visibilité locale.

01 · L'EXPÉRIENCE

Ce que voit un visiteur

Lecture croisée bureau et mobile, avec points d'attention directement repérables.



1 · Compréhension

Le service est identifiable, tandis que le résultat concret promis pourrait être formulé plus nettement.

2 · Conversion

Sur mobile, la densité du texte ralentit légèrement l'accès au parcours de contact.

3 · Confiance

La cohérence visuelle rassure, mais les preuves de réalisations et l'ancrage local restent discrets.

Les visuels de cette page sont des maquettes de test créées pour ce dossier fictif.

02 · DIAGNOSTIC

Les deux premiers constats

Chaque constat relie une observation, son impact et une correction directement exploitable.

1 Le bénéfice reste trop descriptif



Preuve reliée : E1 · zoom bureau fictif

EFFORT · RAPIDE

OBSERVATION

Le métier est compris dès l'arrivée, mais le texte explique davantage la prestation que le changement concret pour le client.

IMPACT

Le visiteur doit encore traduire lui-même la prestation en résultat concret pour son quotidien.

ACTION

Réécrire le sous-titre principal.

SOLUTION

Formuler le résultat attendu en une phrase courte, puis déplacer le détail de la méthode sous le premier écran.

2 Le mobile manque de respiration



Preuve reliée : E2 · zoom mobile fictif

EFFORT · À PRÉVOIR

OBSERVATION

Le paragraphe d'ouverture et les premières cartes occupent une hauteur importante sur l'écran mobile fictif.

IMPACT

La succession de texte et de cartes demande davantage d'effort de lecture sur une largeur étroite.

ACTION

Alléger la séquence mobile d'ouverture.

SOLUTION

Raccourcir l'introduction, augmenter les espacements entre cartes et conserver un seul CTA par séquence.

03 · PRIORISATION

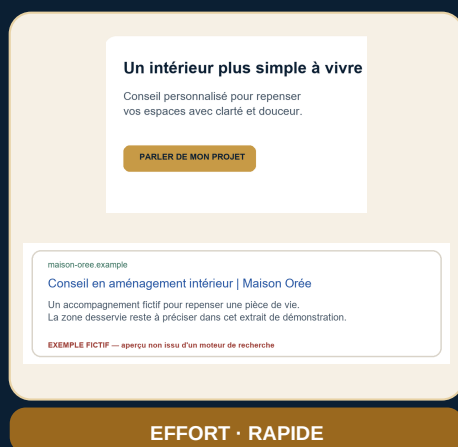
Le point qui mérite d'être traité maintenant

Un choix clair, complété par les acquis à préserver pendant les corrections.

3

L'ancrage local est trop discret

PREUVES E1 + E3



OBSERVATION

La zone desservie est absente du premier écran et de l'aperçu Google fictif.

IMPACT

La pertinence géographique de l'offre est moins évidente pour une recherche locale ou un visiteur pressé.

ACTION

Rendre le contexte local visible.

SOLUTION

Faire apparaître la zone desservie dans le premier écran, le titre et la meta description sans surcharger le discours.

EFFORT · RAPIDE

Ce qui fonctionne déjà

- L'activité principale est identifiable dès l'arrivée.
- Le CTA principal ressort clairement dans la composition.
- La navigation mobile reste courte et facile à parcourir.
- Les éléments techniques fictifs d'indexabilité sont cohérents entre eux.

Principe : corriger la priorité sans dégrader les éléments déjà solides.

04 · GRILLE COMPLÈTE

Les 20 contrôles, sans score arbitraire

Les compteurs sont calculés depuis les statuts validés ; ils ne constituent pas une note.

N°	CONTRÔLE	STATUT
01	Compréhension immédiate de l'activité	SOLIDE
02	Proposition de valeur	SOLIDE
03	Navigation principale	SOLIDE
04	Continuité accueil vers page clé	À RENFORCER
05	Lisibilité et hiérarchie visuelle	SOLIDE
06	Visibilité du CTA principal	SOLIDE
07	Compréhension du CTA	À RENFORCER
08	Facilité à trouver les coordonnées	SOLIDE
09	Simplicité du parcours de contact	À RENFORCER
10	Lisibilité et mise en page mobile	À RENFORCER
11	Navigation et actions mobile	SOLIDE
12	Cohérence et professionnalisme visuels	SOLIDE
13	Identification et crédibilité	SOLIDE
14	Preuves et réalisations	À RENFORCER
15	Aperçu Google : title et meta description	À RENFORCER
16	Structure H1, H2 et H3	SOLIDE
17	Contenu explicite et contexte local lorsque pertinent	PRIORITAIRE
18	Maillage interne utile	SOLIDE
19	HTTPS	SOLIDE
20	Indexabilité de base	SOLIDE

Aperçu Google fictif — title et proposition

maison-oree.example

Conseil en aménagement intérieur | Maison Orée

Un accompagnement fictif pour repenser une pièce de vie.
La zone desservie reste à préciser dans cet extrait de démonstration.

EXEMPLE FICTIF — aperçu non issu d'un moteur de recherche

05 · PASSAGE À L'ACTION

Six actions, dans l'ordre

Le rapport se termine par une seule priorité n°1 et un plan volontairement borné.

PRIORITÉ N°1**Rendre la promesse locale visible dès le premier écran**

Cette correction relie immédiatement l'offre, la cible et la zone desservie, tout en soutenant la compréhension et la visibilité locale.

1

Ajouter la zone desservie à la promesse

Pourquoi : Le visiteur et le moteur comprennent immédiatement la pertinence géographique de l'offre.

PRIORITAIRE**EFFORT RAPIDE**

2

Formuler le résultat concret

Pourquoi : Une promesse concrète réduit l'effort de compréhension dès le premier écran.

À RENFORCER**EFFORT RAPIDE**

3

Uniformiser les CTA

Pourquoi : Une formulation stable limite l'hésitation dans le parcours vers la page clé.

À RENFORCER**EFFORT RAPIDE**

4

Alléger l'introduction mobile

Pourquoi : Une entrée plus courte accélère la lecture et l'accès à l'action principale sur mobile.

À RENFORCER**EFFORT À PRÉVOIR**

5

Préciser le champ libre

Pourquoi : Une consigne précise facilite une demande exploitable sans allonger le formulaire.

À RENFORCER**EFFORT RAPIDE**

6

Montrer des preuves

Pourquoi : Des preuves visibles renforcent la crédibilité sans alourdir la proposition de valeur.

À RENFORCER**EFFORT À PRÉVOIR****Décision humaine conservée**

Le PDF est produit uniquement depuis des données relues et approuvées. Aucun verdict client final ne peut contourner cette validation.