

SITE WEB CHECK EN 10 MINUTES

7 SIGNES QUE VOTRE SITE WEB PEUT NUIRE À VOTRE CRÉDIBILITÉ ET CE QU'IL FAUT CORRIGER EN PRIORITÉ

TASHALOVEDESIGN.COM



HELLO, I'M TASHA

Bonjour, moi c'est Tasha, fondatrice de **tasha love design**, designer américaine installée dans le sud de la France. Depuis plus de 30 ans, j'accompagne les entreprises pour donner vie à leurs idées à travers leurs sites web, leur identité visuelle et leurs supports imprimés.

Pour moi, un bon design ne doit pas seulement être esthétique. Il doit renforcer la crédibilité de votre entreprise, rendre l'information plus claire et donner aux bonnes personnes confiance et envie de travailler avec vous.

Au fil des années, j'ai vu de nombreuses entreprises grandir et évoluer alors que leur site web, lui, restait peu à peu en retrait. J'ai donc créé ce **check-up de site web en 10 minutes** pour vous aider à porter un regard neuf sur le vôtre — et à repérer ce qui ne reflète peut-être plus l'entreprise que vous êtes aujourd'hui.

7 SIGNES QUE VOTRE SITE WEB PEUT NUIRE À VOTRE CRÉDIBILITÉ

Votre site web n'a pas besoin de suivre toutes les nouvelles tendances ni d'être entièrement refait tous les deux ou trois ans. Mais il doit refléter l'entreprise que vous êtes aujourd'hui.

À mesure que votre entreprise évolue, vos services, votre expérience et vos clients changent eux aussi — tandis que votre site web reste parfois le même. Résultat : un site qui fonctionne toujours techniquement, mais qui ne reflète plus vraiment la qualité, la crédibilité ou la personnalité de votre entreprise.

Prenez 10 minutes, regardez votre site avec un œil neuf et passez en revue ces sept points simples.



7 SIGNES QUE VOTRE SITE WEB PEUT NUIRE À VOTRE CRÉDIBILITÉ

1. LE TEST DES 5 SECONDES

Comprend-on immédiatement ce que vous faites, à qui vous vous adressez et quelle est la prochaine étape ?

Ouvrez votre page d'accueil et regardez-la comme si vous découvriez votre entreprise pour la première fois. En quelques secondes, un visiteur doit comprendre ce que vous proposez et savoir où aller ensuite. S'il doit chercher les réponses, votre message gagnerait peut-être à être simplifié.

2. LE TEST DE CRÉDIBILITÉ

Votre site reflète-t-il l'entreprise que vous êtes devenue — ou celle que vous étiez il y a cinq ans ?

Les entreprises évoluent. Leurs sites web, pas toujours. Comparez votre site au travail, aux services et à l'expérience que vous proposez aujourd'hui. Est-ce que l'ensemble semble appartenir à la même entreprise ?

3. LE TEST MOBILE

L'expérience sur mobile est-elle vraiment agréable — ou simplement fonctionnelle ?

Consultez votre site depuis votre téléphone. Vérifiez la taille des textes, les espacements, les images trop grandes, la navigation compliquée ou les boutons difficiles à utiliser. Votre site mobile ne devrait pas simplement être une version réduite de votre site sur ordinateur — il doit être tout aussi simple et agréable à utiliser.

4. LE TEST DE CLARTÉ

Vos visiteurs comprennent-ils rapidement vos services sans devoir chercher l'information ?

On lit rarement un site web du début à la fin. On le parcourt. Des titres clairs, des textes concis et une navigation intuitive doivent permettre à vos visiteurs de trouver facilement les informations dont ils ont besoin.

5. LE TEST DE CONFIANCE

Donnez-vous suffisamment de raisons à vos futurs clients de vous faire confiance ?

Témoignages, exemples de projets, résultats, qualifications, photos professionnelles et une page À propos bien pensée permettent de répondre à la question que tout client potentiel se pose : « Puis-je faire confiance à cette entreprise ? »

6. LE TEST DE CONVERSION

Chaque page importante propose-t-elle clairement une prochaine étape ?

Lorsqu'une personne est intéressée, ne la laissez pas se demander quoi faire ensuite. Prendre rendez-vous, demander des informations, découvrir vos réalisations ou vous contacter : chaque page importante doit guider naturellement vos visiteurs vers l'étape suivante.

7. LE TEST DE COHÉRENCE

Votre site donne-t-il l'impression d'une identité de marque cohérente du début à la fin ?

Typographies, couleurs, images, messages et ton doivent former un ensemble cohérent. Un manque d'uniformité peut donner à une très bonne entreprise une image moins professionnelle. Une identité et un message cohérents transmettent naturellement une impression de sérieux et de professionnalisme.

ALORS, QUEL EST LE RÉSULTAT ?

Descendez pour découvrir votre score.

ALORS... QUEL EST LE RÉSULTAT ?

0–2 points à améliorer

Votre site est probablement déjà en bonne forme. Quelques ajustements bien pensés peuvent suffire à lui redonner un petit coup de frais.

3–4 points à améliorer

Votre entreprise a peut-être commencé à dépasser son site web. Une mise à jour stratégique pourrait déjà faire une vraie différence.

5–7 points à améliorer

Il est peut-être temps de porter un regard neuf sur votre site dans son ensemble — surtout s'il ne reflète plus la qualité de votre entreprise aujourd'hui.

VOUS NE SAVEZ PAS PAR OÙ COMMENCER ?

ENVOYEZ-MOI VOTRE SITE.

Si vous ne savez pas vraiment quoi faire de vos résultats, **envoyez-moi le lien de votre site**. J'y jetterai un œil et je vous dirai ce qui me semble important en priorité.

REGARDONS ÇA ENSEMBLE →

tasha {design}