

DIAGNOSTIC EXPRESS

Votre page d'accueil est-elle comprise en 5 secondes ?

Un visiteur ne lit pas d'abord votre site : il cherche immédiatement à comprendre où il se trouve et ce que vous pouvez lui apporter.

Faites le test maintenant

5 s

- 1 Ouvrez la page d'accueil de votre site, idéalement sur un téléphone.
- 2 Regardez-la pendant cinq secondes, sans faire défiler la page.
- 3 Fermez-la ou détournez le regard.
- 4 Répondez spontanément aux trois questions ci-dessous.

QUESTION 1

Que fait-elle ?

L'activité ou l'offre principale doit être identifiable sans effort.

QUESTION 2

Pour qui ?

Le visiteur doit pouvoir se reconnaître comme client potentiel.

QUESTION 3

Pourquoi elle ?

Une différence, une promesse ou un bénéfice doit émerger immédiatement.

Ne faites pas le test uniquement vous-même. Vous connaissez trop bien votre entreprise. Demandez aussi à une personne extérieure de regarder la page.

MÉTHODE PRATIQUE

Les éléments à rendre évidents dès le premier écran

☐ **Une activité explicite**

Évitez les formules vagues. Dites clairement ce que vous faites.

☐ **Une cible identifiable**

Nommez le type de client, le secteur ou la situation concernée.

☐ **Une promesse concrète**

Exprimez le résultat ou le bénéfice attendu, pas seulement vos moyens.

☐ **Un élément différenciant**

Spécialisation, méthode, expérience, proximité, technologie ou preuve.

☐ **Un titre compréhensible**

Votre titre principal doit fonctionner sans lire le reste de la page.

☐ **Un appel à l'action visible**

Le visiteur doit savoir quelle étape suivre : appeler, demander un devis, réserver.

☐ **Des mots simples**

Remplacez le jargon interne par les termes utilisés par vos clients.

☐ **Une lecture mobile**

Vérifiez que ces informations sont visibles avant le premier défilement.

Les erreurs fréquentes

- 1 Un slogan créatif mais incompréhensible.
- 2 Une page centrée sur l'entreprise plutôt que sur le client.
- 3 Plusieurs offres concurrentes dès le premier écran.
- 4 Un bouton générique : « En savoir plus ».

Réécrivez votre accroche

Nous aidons [type de client] à [obtenir un résultat] grâce à [votre différence].

Exemple : Nous aidons les PME industrielles à générer plus de demandes qualifiées grâce à des sites web pensés pour la conversion.

Votre objectif pour le premier écran

5 secondes

pour comprendre votre activité

1 phrase

pour exprimer votre promesse

1 action

à proposer immédiatement

Conseil : modifiez d'abord le titre principal et le sous-titre. Ce sont souvent les deux éléments qui améliorent le plus rapidement la compréhension de la page.