

Pourquoi ton site ne convertit pas

Et comment le transformer en outil de vente. Un site web n'est pas une vitrine: c'est un commercial disponible 24h/24.

● Erreurs fréquentes

● Framework en 3 piliers

● Actions concrètes

La majorité des sites sont inutiles

Pas moches. Pas mal faits. Juste... inutiles. Ils existent. Mais ils ne travaillent pas.

Si personne ne te contacte via ton site, c'est qu'il y a un problème structurel — pas esthétique.

Les 3 erreurs les plus courantes

- Parler de soi: ton parcours, tes diplômes... Le visiteur veut surtout savoir si tu peux l'aider, lui.
- Pas de message clair: en 5 secondes, ton visiteur ne comprend pas ce que tu fais ni pour qui. Il repart.
- Pas de CTA visible: pas d'appel à l'action clair = pas de prochaine étape. Le visiteur lit, puis ferme l'onglet.

Un bon site ne présente pas ce que tu fais. Il prouve que tu peux résoudre un problème.

Les 3 piliers d'un site qui convertit

Un framework simple qui s'applique à n'importe quel site — vitrine, portfolio ou e-commerce.

01

Clarté

02

Structure

03

Offre

- Clarté: en 5 secondes, qui tu aides, sur quel problème, avec quel résultat. Pas de jargon. Pas de flou.
- Structure: chaque section guide vers la suivante (Hero → Problème → Solution → Preuve → CTA). Rien n'est laissé au hasard.
- Offre: ce que tu proposes doit être formulé comme une solution à un problème réel — pas comme une liste de prestations.

La promesse d'un site bien construit

Un bon site travaille pour toi 24h/24. Il filtre, il rassure, il donne envie de te contacter — sans que tu aies à intervenir.

Le visiteur doit se dire: "c'est exactement ce que je cherche" — et non "c'est bien, mais je ne sais pas si c'est pour moi".

Checklist rapide : ton site convertit-il ?

- En 5 secondes, un inconnu comprend ce que tu fais et pour qui.
- Ton message parle du problème de ton client, pas de toi.
- Il y a au moins un bouton d'appel à l'action visible sans scroller.
- Ta page de services explique un résultat, pas une liste de tâches.
- Tu as au moins un élément de preuve (avis, témoignage, résultat).
- Ton site est lisible sur mobile sans effort.