

X - R A Y R E P O R T

maison-lemoine.example

Maisonlemoine

SEO	43
GEO (MOTEURS IA)	48
CONVERSION	62
VISIBILITÉ LOCALE	28
CONFIANCE	52
MOBILE	90
PERFORMANCE	100
SANTÉ TECHNIQUE	97

PROOF SCORE

60 / 100

EXECUTIVE SUMMARY

Votre présence digitale fonctionne, mais laisse échapper des opportunités à plusieurs endroits.

PROOF a analysé 3 page(s) de maison-lemoine.example et relevé 18 problèmes, dont 0 critique et 10 de priorité haute. Les fuites principales se situent en visibilité locale et en seo. Votre point le plus solide : performance (100/100).

Les 5 actions que nous ferions en premier

- 01 Votre site n'a pas de « carte d'identité » lisible par les machines**
Ajouter un bloc JSON-LD de type LocalBusiness (ou sous-type : Restaurant, HairSalon...) avec nom, adresse, téléphone, horaires et liens vers vos profils.
- 02 Sur mobile, votre numéro ne peut pas être appelé d'un simple toucher**
Transformer le numéro en lien cliquable (href="tel:+33...").
- 03 Une IA ne peut pas dire précisément ce que vous faites**
Écrire en clair votre activité dans le titre, le H1 et la description : « [activité] à [ville] — [nom] ».
- 04 Votre adresse n'apparaît pas sur le site**
Afficher l'adresse complète (pied de page + page contact) avec un lien itinéraire.
- 05 Votre proposition de valeur n'est pas immédiatement identifiable**
Remplacer le titre d'accueil par une promesse claire : ce que vous faites + pour qui + votre différence (ex. « Pain au levain et viennoiseries maison, cuits chaque matin »).

Contexte déduit par PROOF

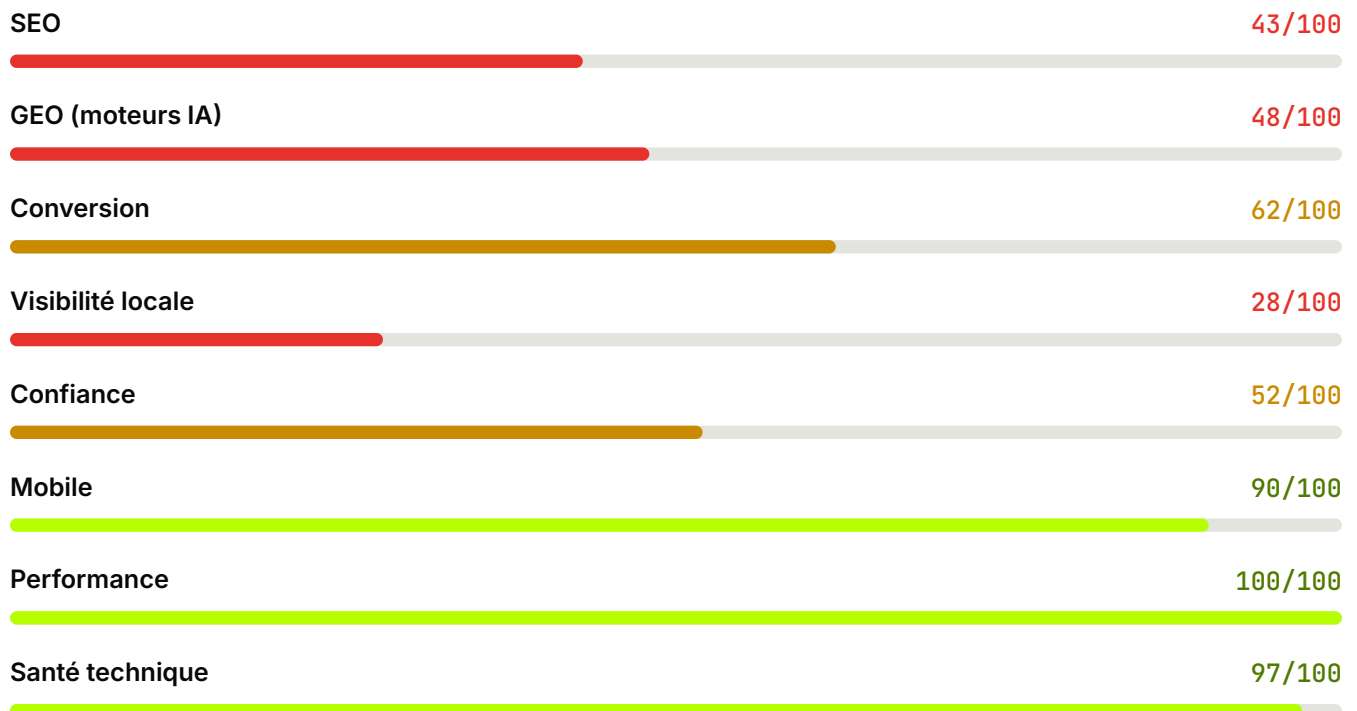
Ces éléments sont des déductions automatiques, pas des faits vérifiés.

Activité	Boulangerie / café
Nom	Maisonlemoine
Localisation	Non déterminé
Téléphone	0100000000
Action principale	Contact

PROOF SCORE

60/100

Score indicatif, calculé uniquement à partir des signaux réellement mesurés. Les catégories non mesurées sont exclues du calcul — jamais estimées.



Pondération

GEO 20 % · Conversion 20 % · SEO 15 % · Performance 10 % · Mobile 10 % · Local 10 % · Confiance 10 % · Technique 5 %. La GEO et la conversion pèsent le plus : ce sont elles qui décident si un client potentiel vous trouve via une IA, puis passe à l'action.

SEO

43/100

Votre capacité à être trouvé sur Google : ce que les moteurs lisent, comprennent et acceptent d'afficher.

Page indexable par Google	OK	Aucune consigne de blocage détectée
Titre de page	À AMÉLIORER	7 caractères : « Accueil »
Description pour Google	PROBLÈME	Absente
Titre principal (H1)	PROBLÈME	Aucun H1
Hiérarchie des titres	OK	1 sous-titres H2
Volume de texte (accueil)	PROBLÈME	41 mots
URL canonique	À AMÉLIORER	Absente
Plan du site (sitemap.xml)	PROBLÈME	Introuvable
Fichier robots.txt	OK	Présent
Description des images (alt)	PROBLÈME	5/5 images sans description
Langue déclarée	OK	fr
Aperçu réseaux sociaux (Open Graph)	PROBLÈME	Pas d'image de partage
Titres uniques par page	OK	3 pages vérifiées
Maillage interne	À AMÉLIORER	3 liens internes sur l'accueil

PRIORITÉ HAUTE · PROBLÈME CONFIRMÉ

EFFORT FAIBLE · IMPACT MOYEN · CONFIANCE ÉLEVÉE

Votre page principale ne dit pas clairement aux moteurs de quoi elle parle

CE QUE PROOF A OBSERVÉ

Aucun titre principal (H1) dans le code de la page d'accueil.

POURQUOI C'EST IMPORTANT

Le titre principal est le signal le plus direct du sujet de la page, pour Google comme pour les IA. Sans lui, votre activité est moins bien comprise.

ACTION RECOMMANDÉE

Ajouter un unique titre H1 visible qui énonce votre activité et votre ville.

PRIORITÉ HAUTE • PROBLÈME CONFIRMÉ

EFFORT MOYEN • IMPACT ÉLEVÉ • CONFIANCE ÉLEVÉE

Votre page d'accueil contient trop peu de texte pour être bien classée

CE QUE PROOF A OBSERVÉ

41 mots de texte lisible sur la page d'accueil.

POURQUOI C'EST IMPORTANT

Google et les IA ont besoin de texte pour comprendre ce que vous proposez et sur quelles recherches vous montrer. Une page quasi vide se positionne difficilement.

ACTION RECOMMANDÉE

Ajouter 300–600 mots utiles : ce que vous faites, pour qui, où, comment, vos points forts, réponses aux questions fréquentes.

PRIORITÉ MOYENNE • PROBLÈME CONFIRMÉ

EFFORT FAIBLE • IMPACT MOYEN • CONFIANCE ÉLEVÉE

Votre titre Google est trop court pour bien vous positionner

CE QUE PROOF A OBSERVÉ

Titre actuel (7 caractères) : « Accueil ».

POURQUOI C'EST IMPORTANT

Le titre pèse lourd dans le classement et dans le taux de clic. Trop court, il ne dit pas ce que vous faites ni où ; trop long, il est tronqué.

ACTION RECOMMANDÉE

Réécrire le titre en 50–60 caractères avec activité + ville + nom (ex. « Boulangerie artisanale à [ville] | Maisonlemoine »).

PRIORITÉ MOYENNE • PROBLÈME CONFIRMÉ

EFFORT FAIBLE • IMPACT MOYEN • CONFIANCE ÉLEVÉE

Google n'a aucun texte de présentation fourni par vous

CE QUE PROOF A OBSERVÉ

Pas de balise meta description sur la page d'accueil.

POURQUOI C'EST IMPORTANT

Google affiche alors un extrait au hasard de la page. C'est votre « vitrine » dans les résultats : elle influence directement le nombre de clics.

ACTION RECOMMANDÉE

Rédiger une description de 140–160 caractères qui donne une raison de cliquer (offre, preuve, ville, appel à l'action).

PRIORITÉ FAIBLE • RECOMMANDATION D'AMÉLIORATION EFFORT FAIBLE • IMPACT MOYEN • CONFIANCE ÉLEVÉE

Google ne dispose pas du plan de votre site

CE QUE PROOF A OBSERVÉ

Aucun sitemap.xml trouvé (ni à l'adresse standard, ni déclaré dans robots.txt).

POURQUOI C'EST IMPORTANT

Le sitemap aide Google à découvrir et indexer toutes vos pages, surtout les nouvelles. Sans lui, certaines pages peuvent rester invisibles longtemps.

ACTION RECOMMANDÉE

Générer un sitemap.xml (la plupart des CMS le font en un clic) et le déclarer dans Google Search Console.

PRIORITÉ FAIBLE • RECOMMANDATION D'AMÉLIORATION EFFORT FAIBLE • IMPACT FAIBLE • CONFIANCE ÉLEVÉE

Vos images sont invisibles pour Google Images et les lecteurs d'écran

CE QUE PROOF A OBSERVÉ

5 images sur 5 n'ont pas de texte alternatif.

POURQUOI C'EST IMPORTANT

Vos photos ne peuvent pas vous amener de trafic depuis Google Images, et le site est moins accessible.

ACTION RECOMMANDÉE

Décrire chaque image importante en quelques mots (ex. « baguette tradition sortie du four »).

PRIORITÉ FAIBLE • RECOMMANDATION D'AMÉLIORATION EFFORT FAIBLE • IMPACT FAIBLE • CONFIANCE ÉLEVÉE

Vos liens partagés (WhatsApp, Facebook, Instagram) s'affichent sans image

CE QUE PROOF A OBSERVÉ

Pas de balise og:image sur la page d'accueil.

POURQUOI C'EST IMPORTANT

Un lien partagé sans visuel attire beaucoup moins de clics — c'est pourtant le bouche-à-oreille numérique de votre business.

ACTION RECOMMANDÉE

Définir une image de partage 1200×630 et un titre Open Graph.

GEO (moteurs IA)

48/100

Votre capacité à être compris, associé et cité par les moteurs de réponse IA (ChatGPT, Perplexity, Gemini, Google AI Overviews). Ce n'est pas du SEO renommé : une IA a besoin d'une entité claire, de faits précis et d'un contenu lisible sans JavaScript.

Indicateur basé sur les signaux observables qui peuvent favoriser la compréhension et la découvrabilité de votre entreprise par les moteurs de recherche et les IA. Ce n'est pas une probabilité d'être cité.

Accès des moteurs de réponse IA	OK	Aucun robot IA bloqué
Contenu lisible sans JavaScript	OK	41 mots lisibles directement
Qui : nom clairement identifiable	OK	« Maisonlemoine »
Quoi : activité explicite (titre, H1, description)	À AMÉLIORER	Activité seulement déduite du corps du texte (Boulangerie / café)
Où : localisation explicite	PROBLÈME	Aucune ville / code postal détecté
Fiche d'identité machine (schema.org)	PROBLÈME	Aucune donnée structurée
Répond aux questions des clients	PROBLÈME	0 titres formulés en question
Profondeur du contenu	PROBLÈME	101 mots sur 3 page(s) analysée(s)
Faits précis et citables	PROBLÈME	Présents : téléphone
Cohérence des informations	NON MESURÉ	Pas assez de sources internes à comparer
Profils externes reliés à l'entité	À AMÉLIORER	1 lien(s) vers des profils, non déclarés comme tels
Fichier llms.txt	À AMÉLIORER	Absent (standard émergent, adoption par les moteurs non confirmée)
Présence réelle dans ChatGPT / Perplexity / Gemini	NON MESURÉ	Test non disponible dans cette analyse.
Autorité externe (mentions, liens entrants)	NON MESURÉ	Non mesuré : nécessite des sources tierces.

TEST DE DÉCOUVRABILITÉ IA – À POSER VOUS-MÊME

Posez ces questions à ChatGPT, Perplexity ou Gemini et regardez si votre entreprise apparaît. PROOF ne simule aucune réponse.

01 « Peux-tu me recommander une bonne boulangerie près de chez moi ? »

02 « Que sais-tu de Maisonlemoine ? »

03 « Maisonlemoine : est-ce ouvert le dimanche matin ? »

PRIORITÉ HAUTE • PROBLÈME CONFIRMÉ

EFFORT FAIBLE • IMPACT ÉLEVÉ • CONFIANCE ÉLEVÉE

Votre site n'a pas de « carte d'identité » lisible par les machines

CE QUE PROOF A OBSERVÉ

Aucune donnée structurée schema.org (JSON-LD) détectée sur les pages analysées.

POURQUOI C'EST IMPORTANT

Ces données disent explicitement aux moteurs et aux IA : nom, activité, adresse, téléphone, horaires, prix. Sans elles, ils doivent deviner — et se trompent ou vous ignorent.

ACTION RECOMMANDÉE

Ajouter un bloc JSON-LD de type LocalBusiness (ou sous-type : Restaurant, HairSalon...) avec nom, adresse, téléphone, horaires et liens vers vos profils.

PRIORITÉ HAUTE • POINT À VÉRIFIER

EFFORT FAIBLE • IMPACT ÉLEVÉ • CONFIANCE MOYENNE

Une IA ne peut pas dire précisément ce que vous faites

CE QUE PROOF A OBSERVÉ

Ni le titre (« Accueil »), ni le titre principal (—), ni la description ne nomment clairement votre activité.

POURQUOI C'EST IMPORTANT

Les assistants IA recommandent une entreprise quand ils peuvent la relier sans ambiguïté à une demande (« une bonne boulangerie à [votre ville] »). Si l'activité n'est pas énoncée aux endroits clés, vous n'êtes pas associé à ces demandes.

ACTION RECOMMANDÉE

Écrire en clair votre activité dans le titre, le H1 et la description : « [activité] à [ville] — [nom] ».

PRIORITÉ MOYENNE • PROBLÈME CONFIRMÉ

EFFORT FAIBLE • IMPACT ÉLEVÉ • CONFIANCE ÉLEVÉE

Votre site ne répond à aucune question que vos clients posent aux IA

CE QUE PROOF A OBSERVÉ

Aucune FAQ ni aucun titre formulé en question sur les pages analysées.

POURQUOI C'EST IMPORTANT

Les assistants IA fonctionnent par questions-réponses. Un contenu qui répond directement (« Faites-vous la livraison ? », « Quels sont vos tarifs ? ») a beaucoup plus de chances d'être repris et cité.

ACTION RECOMMANDÉE

Ajouter une FAQ de 6–10 vraies questions clients avec réponses courtes et précises (et le balisage FAQPage).

PRIORITÉ MOYENNE · POINT À VÉRIFIER

EFFORT FAIBLE · IMPACT MOYEN · CONFIANCE MOYENNE

Votre site manque d'informations concrètes qu'une IA pourrait citer

CE QUE PROOF A OBSERVÉ

Seul élément factuel détecté : téléphone.

POURQUOI C'EST IMPORTANT

Une IA cite ce qui est précis et vérifiable. Un texte uniquement descriptif (« qualité, passion, savoir-faire ») ne lui donne rien à reprendre.

ACTION RECOMMANDÉE

Publier noir sur blanc : prix ou fourchettes, horaires, adresse, zone desservie, chiffres clés, année de création.

DIAGNOSTIC • PERFORMANCE

Performance

100/100

La vitesse à laquelle votre site répond et s'affiche. Chaque seconde d'attente fait partir des visiteurs, surtout sur mobile.

Temps de réponse du serveur	OK	18 ms (mesuré depuis le serveur PROOF)
Poids du HTML	OK	1 Ko
Compression activée	NON MESURÉ	Aucune compression
Scripts bloquant l'affichage	OK	0 script(s) bloquant(s) dans l'en-tête
Nombre de scripts	OK	0 scripts externes
Chargement différé des images	NON MESURÉ	Peu d'images
Chaîne de redirections	OK	0 redirection(s)
Core Web Vitals	NON MESURÉ	Non mesurés dans cette analyse.

Aucun problème significatif détecté dans cette catégorie.

DIAGNOSTIC · MOBILE

Mobile

90/100

L'expérience de vos visiteurs sur téléphone — la majorité de votre trafic, et la totalité de celui venu d'Instagram.

Affichage adapté au mobile	OK	Viewport mobile déclaré
Zoom autorisé (accessibilité)	OK	Zoom possible
Pas de largeur fixe d'ordinateur	OK	Aucune largeur fixe problématique détectée
Contact en un toucher	À AMÉLIORER	Pas de lien d'appel
Rendu mobile réel	NON MESURÉ	Non mesuré dans cette analyse (nécessite un navigateur).

Aucun problème significatif détecté dans cette catégorie.

DIAGNOSTIC • CONVERSION

Conversion

62/100

La capacité de votre site à transformer un visiteur intéressé en appel, réservation, commande ou demande de devis.

Appel à l'action présent	OK	2 action(s) : Contact, Nous contacter
Action visible dès l'arrivée	OK	Dans l'en-tête / la première section
Proposition de valeur claire	PROBLÈME	Pas de titre principal
Contact en un clic	OK	Moyen de contact direct trouvé
Réservation / commande en ligne	NON MESURÉ	Non pertinent pour l'activité déduite
Formulaire court	OK	3 champs maximum
Information de prix	À AMÉLIORER	Aucun prix visible
Preuve sociale	PROBLÈME	Aucune preuve sociale

PRIORITÉ HAUTE • POINT À VÉRIFIER

EFFORT FAIBLE • IMPACT ÉLEVÉ • CONFIANCE MOYENNE

Votre proposition de valeur n'est pas immédiatement identifiable

CE QUE PROOF A OBSERVÉ

La page n'a pas de titre principal énonçant ce que vous proposez.

POURQUOI C'EST IMPORTANT

Un visiteur décide en quelques secondes s'il est au bon endroit. S'il ne comprend pas immédiatement ce que vous faites et pourquoi vous, il repart.

ACTION RECOMMANDÉE

Remplacer le titre d'accueil par une promesse claire : ce que vous faites + pour qui + votre différence (ex. « Pain au levain et viennoiseries maison, cuits chaque matin »).

PRIORITÉ HAUTE • POINT À VÉRIFIER

EFFORT FAIBLE • IMPACT ÉLEVÉ • CONFIANCE MOYENNE

Rien sur votre site ne prouve que d'autres clients sont satisfaits

CE QUE PROOF A OBSERVÉ

Aucun avis, témoignage, note ou référence client détecté.

POURQUOI C'EST IMPORTANT

Face à un inconnu, le visiteur cherche une preuve. Sans avis visibles, il compare avec un concurrent qui en affiche — souvent à son avantage.

ACTION RECOMMANDÉE

Afficher 3 à 5 avis réels (Google, clients) avec prénom et note, près du bouton d'action.

DIAGNOSTIC · CONFIANCE

Confiance

52/100

Les signaux qui rassurent un inconnu juste avant qu'il vous contacte : sécurité, transparence, preuves.

Connexion sécurisée (HTTPS)	OK	Oui
Mentions légales	PROBLÈME	Introuvables
Politique de confidentialité	PROBLÈME	Absente alors que le site collecte des données
Avis / témoignages	PROBLÈME	Absents
Page « À propos » / équipe	À AMÉLIORER	Non trouvée
Photos réelles	OK	5 image(s) sur l'accueil
Présence sur les réseaux	OK	1 lien(s)
Site à jour	À AMÉLIORER	© 2019
Identité joignable (adresse / téléphone)	OK	Oui

PRIORITÉ HAUTE · POINT À VÉRIFIER

EFFORT FAIBLE · IMPACT MOYEN · CONFIANCE MOYENNE

Mentions légales introuvables (obligation légale en France)

CE QUE PROOF A OBSERVÉ

Aucun lien « Mentions légales » détecté sur les pages analysées.

POURQUOI C'EST IMPORTANT

Les mentions légales sont obligatoires pour tout site professionnel en France (loi LCEN). Leur absence expose à une amende et envoie un signal d'amateurisme aux visiteurs attentifs.

ACTION RECOMMANDÉE

Ajouter une page Mentions légales (éditeur, SIRET, hébergeur, directeur de publication) liée depuis le pied de page.

PRIORITÉ FAIBLE · RECOMMANDATION D'AMÉLIORATION

EFFORT FAIBLE · IMPACT FAIBLE · CONFIANCE ÉLEVÉE

Votre site semble abandonné depuis plusieurs années

CE QUE PROOF A OBSERVÉ

Le pied de page affiche « © 2019 ».

POURQUOI C'EST IMPORTANT

Un visiteur qui voit une date ancienne se demande si l'entreprise existe encore, si les prix et horaires sont à jour. Cela érode la confiance juste avant le contact.

ACTION RECOMMANDÉE

Mettre à jour l'année (ou l'automatiser) et vérifier que prix, horaires et photos sont actuels.

DIAGNOSTIC · VISIBILITÉ LOCALE

Visibilité locale

28/100

Votre visibilité auprès des clients proches : recherches « près de moi », cartes, et informations pratiques.

Téléphone visible	OK	0100000000
Numéro cliquable sur mobile	PROBLÈME	Numéro non cliquable
Adresse visible	PROBLÈME	Aucune adresse détectée
Horaires d'ouverture	PROBLÈME	Introuvables
Données LocalBusiness	PROBLÈME	Absentes
Carte / itinéraire	À AMÉLIORER	Aucune carte
Ville dans le titre / H1 / description	NON MESURÉ	Ville non détectée
Avis clients visibles	À AMÉLIORER	Aucun avis visible
Fiche Google Business Profile	NON MESURÉ	Non vérifié : fiche Google non interrogée dans cette analyse.

PRIORITÉ HAUTE · PROBLÈME CONFIRMÉ

EFFORT FAIBLE · IMPACT ÉLEVÉ · CONFIANCE ÉLEVÉE

Sur mobile, votre numéro ne peut pas être appelé d'un simple toucher

CE QUE PROOF A OBSERVÉ

Le numéro apparaît dans le texte mais aucun lien « tel: » n'existe.

POURQUOI C'EST IMPORTANT

Sur téléphone, devoir recopier un numéro fait abandonner une partie des visiteurs. C'est une friction directe sur votre principale source de contacts.

ACTION RECOMMANDÉE

Transformer le numéro en lien cliquable (href="tel:+33...").

PRIORITÉ HAUTE · POINT À VÉRIFIER

EFFORT FAIBLE · IMPACT ÉLEVÉ · CONFIANCE MOYENNE

Votre adresse n'apparaît pas sur le site

CE QUE PROOF A OBSERVÉ

Aucune adresse postale détectée (texte ou données structurées).

POURQUOI C'EST IMPORTANT

Google, les IA et les clients ont besoin de l'adresse pour vous situer et vous proposer dans les recherches « près de moi ».

ACTION RECOMMANDÉE

Afficher l'adresse complète (pied de page + page contact) avec un lien itinéraire.

PRIORITÉ HAUTE • POINT À VÉRIFIER

EFFORT FAIBLE • IMPACT MOYEN • CONFIANCE MOYENNE

Vos horaires d'ouverture ne sont pas sur votre site

CE QUE PROOF A OBSERVÉ

Aucun horaire détecté sur les pages analysées.

POURQUOI C'EST IMPORTANT

« Est-ce ouvert maintenant ? » est l'une des premières questions d'un client local. Sans réponse, il appelle un concurrent qui affiche les siens.

ACTION RECOMMANDÉE

Afficher les horaires en texte (pas en image) et dans les données structurées.

MATRICE DE PRIORITÉ

Par où commencer

Tous les problèmes détectés, classés selon l'impact potentiel, l'effort de correction et la certitude de l'observation. Le détail (preuve, impact, action) figure dans la page de chaque catégorie.

Optimisations secondaires

Signaux marqués « À améliorer » ou « Problème » dans une catégorie sans problème significatif. Leur effet mesuré est trop faible pour entrer dans le plan d'action, mais vous pouvez les traiter quand vous avez le temps.

Contact en un toucher	Mobile	Pas de lien d'appel
Icône de site (favicon)	Santé technique	Absente

Corrections rapides — effort faible

#	PROBLÈME	DOMAINE	PRIORITÉ	EFFORT	IMPACT
01	Votre site n'a pas de « carte d'identité » lisible par les machines	GEO (moteurs IA)	HAUTE	Faible	Élevé
02	Sur mobile, votre numéro ne peut pas être appelé d'un simple toucher	Visibilité locale	HAUTE	Faible	Élevé
03	Une IA ne peut pas dire précisément ce que vous faites	GEO (moteurs IA)	HAUTE	Faible	Élevé
04	Votre adresse n'apparaît pas sur le site	Visibilité locale	HAUTE	Faible	Élevé
05	Votre proposition de valeur n'est pas immédiatement identifiable	Conversion	HAUTE	Faible	Élevé
06	Rien sur votre site ne prouve que d'autres clients sont satisfaits	Conversion	HAUTE	Faible	Élevé
07	Votre page principale ne dit pas clairement aux moteurs de quoi elle parle	SEO	HAUTE	Faible	Moyen
08	Votre site ne répond à aucune question que vos clients posent aux IA	GEO (moteurs IA)	MOYENNE	Faible	Élevé
10	Vos horaires d'ouverture ne sont pas sur votre site	Visibilité locale	HAUTE	Faible	Moyen
11	Mentions légales introuvables (obligation légale en France)	Confiance	HAUTE	Faible	Moyen
12	Votre titre Google est trop court pour bien vous positionner	SEO	MOYENNE	Faible	Moyen
13	Google n'a aucun texte de présentation fourni par vous	SEO	MOYENNE	Faible	Moyen
14	Votre site manque d'informations concrètes qu'une IA pourrait citer	GEO (moteurs IA)	MOYENNE	Faible	Moyen
15	Google ne dispose pas du plan de votre site	SEO	FAIBLE	Faible	Moyen

16	Vos images sont invisibles pour Google Images et les lecteurs d'écran	SEO	FAIBLE	Faible	Faible
17	Vos liens partagés (WhatsApp, Facebook, Instagram) s'affichent sans image	SEO	FAIBLE	Faible	Faible
18	Votre site semble abandonné depuis plusieurs années	Confiance	FAIBLE	Faible	Faible

Améliorations stratégiques

#	PROBLÈME	DOMAINE	PRIORITÉ	EFFORT	IMPACT
09	Votre page d'accueil contient trop peu de texte pour être bien classée	SEO	HAUTE	Moyen	Élevé

PLAN D'ACTION

Votre plan d'action sur 30 jours

Cochez chaque ligne une fois faite. Les gains décrits sont potentiels : ils dépendent de votre marché, de votre concurrence et de la qualité de mise en œuvre.

Semaine 1 — corrections rapides à fort impact

- ☐ **Ajouter un bloc JSON-LD de type LocalBusiness (ou sous-type : Restaurant, HairSalon...) avec nom, adresse, téléphone, horaires et liens vers vos profils.**
Votre site n'a pas de « carte d'identité » lisible par les machines · GEO (moteurs IA)

- ☐ **Transformer le numéro en lien cliquable (href="tel:+33...").**
Sur mobile, votre numéro ne peut pas être appelé d'un simple toucher · Visibilité locale

- ☐ **Écrire en clair votre activité dans le titre, le H1 et la description : « [activité] à [ville] — [nom] ».**
Une IA ne peut pas dire précisément ce que vous faites · GEO (moteurs IA)

- ☐ **Afficher l'adresse complète (pied de page + page contact) avec un lien itinéraire.**
Votre adresse n'apparaît pas sur le site · Visibilité locale

- ☐ **Remplacer le titre d'accueil par une promesse claire : ce que vous faites + pour qui + votre différence (ex. « Pain au levain et viennoiseries maison, cuits chaque matin »).**
Votre proposition de valeur n'est pas immédiatement identifiable · Conversion

- ☐ **Afficher 3 à 5 avis réels (Google, clients) avec prénom et note, près du bouton d'action.**
Rien sur votre site ne prouve que d'autres clients sont satisfaits · Conversion

- ☐ **Ajouter un unique titre H1 visible qui énonce votre activité et votre ville.**
Votre page principale ne dit pas clairement aux moteurs de quoi elle parle · SEO

- ☐ **Afficher les horaires en texte (pas en image) et dans les données structurées.**
Vos horaires d'ouverture ne sont pas sur votre site · Visibilité locale

- ☐ **Ajouter une page Mentions légales (éditeur, SIRET, hébergeur, directeur de publication) liée depuis le pied de page.**
Mentions légales introuvables (obligation légale en France) · Confiance

Semaines 2 à 4 — le reste du plan à 30 jours

- ☐ **Ajouter une FAQ de 6–10 vraies questions clients avec réponses courtes et précises (et le balisage FAQPage).**
Votre site ne répond à aucune question que vos clients posent aux IA · GEO (moteurs IA)

- ☐ **Ajouter 300–600 mots utiles : ce que vous faites, pour qui, où, comment, vos points forts, réponses aux questions fréquentes.**
Votre page d'accueil contient trop peu de texte pour être bien classée · SEO

- ☐ **Réécrire le titre en 50–60 caractères avec activité + ville + nom (ex. « Boulangerie artisanale à [ville] | Maisonlemoine »).**
Votre titre Google est trop court pour bien vous positionner · SEO

- ☐ **Rédiger une description de 140–160 caractères qui donne une raison de cliquer (offre, preuve, ville, appel à l'action).**
Google n'a aucun texte de présentation fourni par vous · SEO

- ☐

Publier noir sur blanc : prix ou fourchettes, horaires, adresse, zone desservie, chiffres clés, année de création.

Votre site manque d'informations concrètes qu'une IA pourrait citer · GEO (moteurs IA)

- ☐

Générer un sitemap.xml (la plupart des CMS le font en un clic) et le déclarer dans Google Search Console.

Google ne dispose pas du plan de votre site · SEO

- ☐

Décrire chaque image importante en quelques mots (ex. « baguette tradition sortie du four »).

Vos images sont invisibles pour Google Images et les lecteurs d'écran · SEO

- ☐

Définir une image de partage 1200×630 et un titre Open Graph.

Vos liens partagés (WhatsApp, Facebook, Instagram) s'affichent sans image · SEO

- ☐

Mettre à jour l'année (ou l'automatiser) et vérifier que prix, horaires et photos sont actuels.

Votre site semble abandonné depuis plusieurs années · Confiance

CONCLUSION

Vous connaissez maintenant vos fuites.

La plupart des corrections de priorité haute demandent peu d'effort et peuvent être faites en quelques jours. Elles ont un point commun : elles aident un client qui vous cherche — sur Google, sur une IA ou sur Instagram — à vous trouver, vous comprendre et passer à l'action.

CORRECTIONS PROOF • RÉALISÉ PAR ARTHUR

Vous préférez que je les corrige pour vous ?

Je corrige les 5 problèmes prioritaires directement sur votre site, puis un nouveau X-Ray mesure l'avant / après. 361 € au lieu de 390 € : les 29 € de ce rapport sont déduits. Répondez simplement à l'email qui accompagne ce rapport.

Méthodologie et limites

Analyse automatisée du code HTML public, comme le voient Google et les robots IA, sans exécution de JavaScript. Chaque constat repose sur une observation réelle ; le niveau de confiance indique sa solidité. Ce que nous n'avons pas mesuré est indiqué comme tel :

- Core Web Vitals et rendu mobile réel non mesurés dans cette analyse.
- Réponses de ChatGPT, Perplexity et Gemini : non interrogées. PROOF fournit les questions à leur poser, sans jamais simuler de réponse.
- Fiche Google Business Profile, avis Google et liens entrants : non interrogés.

Pages analysées

accueil	https://www.maison-lemoine.example/ • 41 mots
contact	https://www.maison-lemoine.example/contact • 25 mots
autre	https://www.maison-lemoine.example/nos-produits • 35 mots