PROOF

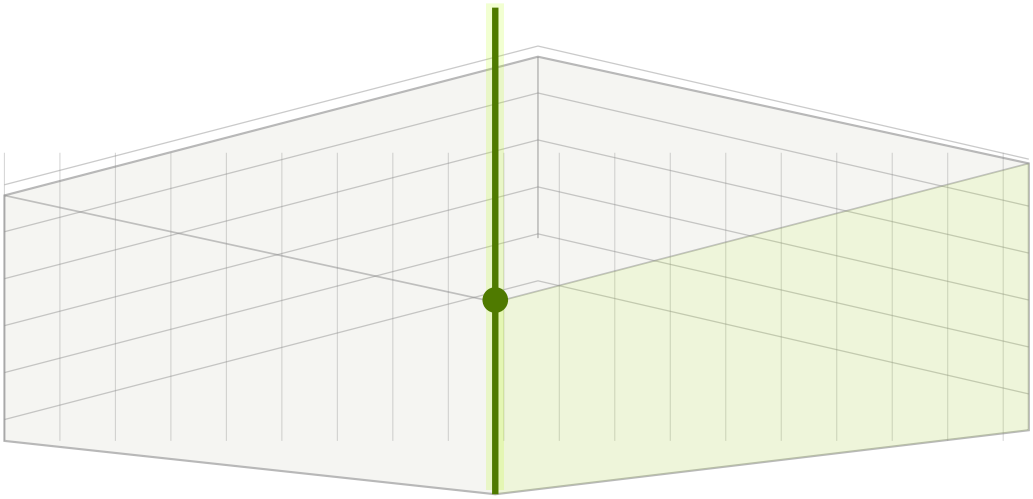
PX-1D623D905826

DÉMONSTRATION · ENTREPRISE FICTIVE · PAS UN CLIENT RÉEL

X-RAY REPORT

# maison-lemoine.example

DIAGNOSTIC SEO · GEO · VISIBILITÉ IA · MAISONLEMOINE



PROOF SCORE

**60**/100

Signaux observés, pas un classement.

| | |
|---|---|
| SEO | 43 |
| GEO | 48 |
| CONVERSION | 62 |
| LOCAL | 28 |
| TRUST | 52 |
| MOBILE | 90 |

EXECUTIVE SUMMARY

# Des points de visibilité et de parcours méritent une vérification.

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 3 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] ».

## Solidité des constats

11 constat(s) de confiance élevée ; 7 point(s) à revalider. Cette répartition n’est pas une probabilité de réussite commerciale.

## Contexte déduit par PROOF

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

| | |
|---|---|
| Activité | Boulangerie / café |
| Nom | Maisonlemoine |
| Localisation | Non déterminé |

PROOF SCORE

# 60/100

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

| | |
|---|---|
| SEO | 43/100 |
| GEO (moteurs IA) | 48/100 |
| Conversion | 62/100 |
| Visibilité locale | 28/100 |
| Confiance | 52/100 |
| Mobile | 90/100 |
| Performance | 100/100 |
| Santé technique | 97/100 |

## 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 des priorités éditoriales du modèle PROOF, pas une prédiction de trafic ni de conversion.

DIAGNOSTIC · SEO

# SEO

43/100

Les signaux SEO accessibles dans le HTML public. Ils ne mesurent pas votre classement ni votre indexation effective dans Google.

| | | |
|---|---|---|
| **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.**

CONTRÔLE APRÈS CORRECTION

Inspecter le HTML, les directives robots et canonical des pages concernées. Rejouer le contrôle ; l'indexation effective nécessite une observation autorisée dans Search Console. Comparer le même périmètre de pages et la version du moteur. Une disparition de constat seule ne prouve pas la correction.

URL précise non attachée au constat : localiser le problème dans le périmètre des pages analysées avant intervention.

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.**

CONTRÔLE APRÈS CORRECTION

Inspecter le HTML, les directives robots et canonical des pages concernées. Rejouer le contrôle ; l'indexation effective nécessite une observation autorisée dans Search Console. Comparer le même périmètre de pages et la version du moteur. Une disparition de constat seule ne prouve pas la correction.

URL précise non attachée au constat : localiser le problème dans le périmètre des pages analysées avant intervention.

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 »).**

CONTRÔLE APRÈS CORRECTION

Inspecter le HTML, les directives robots et canonical des pages concernées. Rejouer le contrôle ; l'indexation effective nécessite une observation autorisée dans Search Console. Comparer le même périmètre de pages et la version du moteur. Une disparition de constat seule ne prouve pas la correction.

URL précise non attachée au constat : localiser le problème dans le périmètre des pages analysées avant intervention.

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).**

CONTRÔLE APRÈS CORRECTION

Inspecter le HTML, les directives robots et canonical des pages concernées. Rejouer le contrôle ; l'indexation effective nécessite une observation autorisée dans Search Console. Comparer le même périmètre de pages et la version du moteur. Une disparition de constat seule ne prouve pas la correction.

URL précise non attachée au constat : localiser le problème dans le périmètre des pages analysées avant intervention.

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.**

CONTRÔLE APRÈS CORRECTION

Inspecter le HTML, les directives robots et canonical des pages concernées. Rejouer le contrôle ; l'indexation effective nécessite une observation autorisée dans Search Console. Comparer le même périmètre de pages et la version du moteur. Une disparition de constat seule ne prouve pas la correction.

URL précise non attachée au constat : localiser le problème dans le périmètre des pages analysées avant intervention.

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 »).**

CONTRÔLE APRÈS CORRECTION

Inspecter le HTML, les directives robots et canonical des pages concernées. Rejouer le contrôle ; l'indexation effective nécessite une observation autorisée dans Search Console. Comparer le même périmètre de pages et la version du moteur. Une disparition de constat seule ne prouve pas la correction.

URL précise non attachée au constat : localiser le problème dans le périmètre des pages analysées avant intervention.

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.**

CONTRÔLE APRÈS CORRECTION

Inspecter le HTML, les directives robots et canonical des pages concernées. Rejouer le contrôle ; l'indexation effective nécessite une observation autorisée dans Search Console. Comparer le même périmètre de pages et la version du moteur. Une disparition de constat seule ne prouve pas la correction.

URL précise non attachée au constat : localiser le problème dans le périmètre des pages analysées avant intervention.

DIAGNOSTIC · GEO (MOTEURS IA)

# 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. |

GEO INTELLIGENCE — PRÉPARATION ET OBSERVATIONS SÉPARÉES

Préparation GEO issue du moteur HTML, pas une probabilité de citation ni un classement IA.

Accès et lisibilité : 30/30 points mesurés · 0 non mesurés

Compréhension de l'entreprise : 12/34 points mesurés · 0 non mesurés

Contenus et informations : 0/24 points mesurés · 1 non mesurés

Sources et autorité : 4/7 points mesurés · 1 non mesurés

Autres signaux du moteur : non mesuré · 1 non mesurés

ChatGPT · API OpenAI : 0 réponses, 0 échecs ; citations explicites en découverte : non vérifiables. Non mesuré.

Google · réponses génératives : 0 réponses, 0 échecs ; citations explicites en découverte : non vérifiables. Non mesuré.

Gemini : 0 réponses, 0 échecs ; citations explicites en découverte : non vérifiables. Non mesuré.

Perplexity · API Sonar : 0 réponses, 0 échecs ; citations explicites en découverte : non vérifiables. Non mesuré.

Les API ne reproduisent pas nécessairement les applications grand public. Une absence de mesure ne démontre pas une absence de visibilité.

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.**

CONTRÔLE APRÈS CORRECTION

Contrôler les informations et la structure lisibles dans le HTML. Pour une visibilité IA, répéter des requêtes comparables avec moteur, modèle, date et sources ; aucun résultat garanti. Comparer le même périmètre de pages et la version du moteur. Une disparition de constat seule ne prouve pas la correction.

URL précise non attachée au constat : localiser le problème dans le périmètre des pages analysées avant intervention.

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] ».**

CONTRÔLE APRÈS CORRECTION

Contrôler les informations et la structure lisibles dans le HTML. Pour une visibilité IA, répéter des requêtes comparables avec moteur, modèle, date et sources ; aucun résultat garanti. Comparer le même périmètre de pages et la version du moteur. Une disparition de constat seule ne prouve pas la correction.

URL précise non attachée au constat : localiser le problème dans le périmètre des pages analysées avant intervention.

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).**

CONTRÔLE APRÈS CORRECTION

Contrôler les informations et la structure lisibles dans le HTML. Pour une visibilité IA, répéter des requêtes comparables avec moteur, modèle, date et sources ; aucun résultat garanti. Comparer le même périmètre de pages et la version du moteur. Une disparition de constat seule ne prouve pas la correction.

URL précise non attachée au constat : localiser le problème dans le périmètre des pages analysées avant intervention.

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.**

CONTRÔLE APRÈS CORRECTION

Contrôler les informations et la structure lisibles dans le HTML. Pour une visibilité IA, répéter des requêtes comparables avec moteur, modèle, date et sources ; aucun résultat garanti. Comparer le même périmètre de pages et la version du moteur. Une disparition de constat seule ne prouve pas la correction.

URL précise non attachée au constat : localiser le problème dans le périmètre des pages analysées avant intervention.

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

Les signaux de préparation mobile observables. La répartition réelle du trafic et les comportements utilisateurs ne sont pas connus sans données analytiques.

| | | |
|---|---|---|
| **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 »).**

CONTRÔLE APRÈS CORRECTION

Vérifier le parcours concerné sur mobile et ordinateur sans envoyer de formulaire réel. Les conversions commerciales demandent des données analytiques autorisées. Comparer le même périmètre de pages et la version du moteur. Une disparition de constat seule ne prouve pas la correction.

URL précise non attachée au constat : localiser le problème dans le périmètre des pages analysées avant intervention.

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.**

CONTRÔLE APRÈS CORRECTION

Vérifier le parcours concerné sur mobile et ordinateur sans envoyer de formulaire réel. Les conversions commerciales demandent des données analytiques autorisées. Comparer le même périmètre de pages et la version du moteur. Une disparition de constat seule ne prouve pas la correction.

URL précise non attachée au constat : localiser le problème dans le périmètre des pages analysées avant intervention.

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.**

CONTRÔLE APRÈS CORRECTION

Contrôler les éléments de confiance observés et leur source. Ne pas inventer d'avis, de certifications ou de références. Comparer le même périmètre de pages et la version du moteur. Une disparition de constat seule ne prouve pas la correction.

URL précise non attachée au constat : localiser le problème dans le périmètre des pages analysées avant intervention.

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.**

CONTRÔLE APRÈS CORRECTION

Contrôler les éléments de confiance observés et leur source. Ne pas inventer d’avis, de certifications ou de références. Comparer le même périmètre de pages et la version du moteur. Une disparition de constat seule ne prouve pas la correction.

URL précise non attachée au constat : localiser le problème dans le périmètre des pages analysées avant intervention.

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...").**

CONTRÔLE APRÈS CORRECTION

Comparer les informations publiques aux coordonnées confirmées par le propriétaire, et aux sources professionnelles autorisées. Comparer le même périmètre de pages et la version du moteur. Une disparition de constat seule ne prouve pas la correction.

URL précise non attachée au constat : localiser le problème dans le périmètre des pages analysées avant intervention.

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.**

CONTRÔLE APRÈS CORRECTION

Comparer les informations publiques aux coordonnées confirmées par le propriétaire, et aux sources professionnelles autorisées. Comparer le même périmètre de pages et la version du moteur. Une disparition de constat seule ne prouve pas la correction.

URL précise non attachée au constat : localiser le problème dans le périmètre des pages analysées avant intervention.

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.**

CONTRÔLE APRÈS CORRECTION

Comparer les informations publiques aux coordonnées confirmées par le propriétaire, et aux sources professionnelles autorisées. Comparer le même périmètre de pages et la version du moteur. Une disparition de constat seule ne prouve pas la correction.

URL précise non attachée au constat : localiser le problème dans le périmètre des pages analysées avant intervention.

DIAGNOSTIC · SANTÉ TECHNIQUE

# Santé technique

97/100

Les fondations : accessibilité, sécurité des redirections, liens cassés.

| | | |
|---|---|---|
| **Page d'accueil accessible** | OK | Code HTTP 200 |
| **Redirection HTTP — HTTPS** | NON MESURÉ | Non vérifiable |
| **Pages clés fonctionnelles** | OK | 2 page(s) clés vérifiées |
| **Pas de contenu non sécurisé** | OK | OK |
| **Encodage déclaré** | OK | OK |
| **Icône de site (favicon)** | À AMÉLIORER | Absente |
| **Googlebot autorisé** | OK | Autorisé |

Aucun problème significatif détecté dans cette catégorie.

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

AEO · CONTENT & AUTHORITY

# Des réponses compréhensibles. Des preuves accessibles.

Lecture des signaux du diagnostic GEO existant. Aucun score AEO autonome ni métrique de backlinks n'a été calculé. Cette section ne démontre aucune recommandation par une IA.

**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

## Ce qu'il reste à examiner

Vérifier si les pages importantes répondent aux questions réelles des clients, avec titres explicites, réponses utiles et sources vérifiables. Ce sont des contrôles recommandés, pas des défauts observés. Les références, avis, certifications et études de cas doivent être authentiques.

ROADMAP PERSONNALISÉE

# 30 / 60 / 90 jours

Ordre indicatif issu des priorités et efforts du diagnostic. Les délais dépendent des accès, de la validation et de la complexité réelle. Aucun gain de trafic garanti.

## 30 jours

Valider les corrections prioritaires sur un environnement autorisé.

**1. 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. · Confiance Élevée

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

**3. 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] ». · Confiance Moyenne

**4. Votre adresse n'apparaît pas sur le site**
Afficher l'adresse complète (pied de page + page contact) avec un lien itinéraire. · Confiance Moyenne

**5. 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 »). · Confiance Moyenne

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

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

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

**10. Vos horaires d'ouverture ne sont pas sur votre site**
Afficher les horaires en texte (pas en image) et dans les données structurées. · Confiance Moyenne

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

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

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

**14. Votre site manque d'informations concrètes qu'une IA pourrait citer**
Publier noir sur blanc : prix ou fourchettes, horaires, adresse, zone desservie, chiffres clés, année de création. · Confiance Moyenne

**15. Google ne dispose pas du plan de votre site**
Générer un sitemap.xml (la plupart des CMS le font en un clic) et le déclarer dans Google Search Console. · Confiance Élevée

**16. Vos images sont invisibles pour Google Images et les lecteurs d'écran**
Décrire chaque image importante en quelques mots (ex. « baguette tradition sortie du four »). · Confiance Élevée

**17. Vos liens partagés (WhatsApp, Facebook, Instagram) s'affichent sans image**
Définir une image de partage 1200×630 et un titre Open Graph. · Confiance Élevée

**18. Votre site semble abandonné depuis plusieurs années**
Mettre à jour l'année (ou l'automatiser) et vérifier que prix, horaires et photos sont actuels. · Confiance Élevée

## 60 jours

Examiner les contenus et la structure en fonction des constats, puis contrôler les régressions.

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

## 90 jours

Recontrôler le périmètre comparable et réévaluer les priorités. Ce calendrier est indicatif, pas une promesse de résultat.

Aucune correction de ce groupe dans le diagnostic. Ne pas créer artificiellement un chantier.

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 ?

Nous corrigeons 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

Consulter la méthodologie PROOF

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 |