

Les 20 points à vérifier sur ton **image de marque.**

Site web, identité visuelle, présence sur les réseaux : auto-évalue ton image en moins de 15 minutes. Coche, note, et repère en un coup d'œil ce qui marque... et ce qui te freine.

Comment utiliser cette checklist

Parcours les 20 points ci-dessous et, pour chacun, sois honnête : est-ce que c'est **en place**, **à améliorer**, ou **absent** ? Coche la case, puis colorie le petit rond correspondant. À la fin, tu comptes tes points et tu situes ton image de marque sur l'échelle de la dernière page.

L'objectif

Pas de jugement : cette checklist sert à voir clair. Plus tu repères de points « à améliorer » ou « absents », plus tu sais exactement où concentrer tes efforts (et de quoi on parlera ensemble lors de notre appel).

En place
 À améliorer
 Absent

01

Ton site web

POINTS 1 À 8 · LA VITRINE DE TON ACTIVITÉ

1. Le test des 3 secondes

Un visiteur qui arrive comprend-il en 3 secondes ce que tu fais et pour qui ? Si ce n'est pas évident, il part.

En place
 À améliorer
 Absent

2. La vitesse de chargement

Ton site se charge-t-il en moins de 3 secondes ? Teste-le sur PageSpeed Insights : sous 50/100, ça plombe ton référencement et fait fuir les visiteurs.

En place
 À améliorer
 Absent

3. L'affichage sur mobile

Plus de 70 % de tes visiteurs sont sur téléphone. Ton site est-il parfaitement lisible et cliquable sur un petit écran ?

En place
 À améliorer
 Absent

4. Un bouton d'action visible

Y a-t-il un appel à l'action clair et bien visible dès le haut de page (Réserver, Demander un devis, Contacter) ? Le visiteur doit savoir quoi faire.

En place
 À améliorer
 Absent

5. Un moyen de contact simple

Formulaire, WhatsApp, téléphone cliquable : peut-on te joindre en 1 clic depuis n'importe quelle page, sans chercher ?

En place
 À améliorer
 Absent

6. Le SEO de base (Google)

Apparais-tu quand on cherche « ton métier + ta ville » sur Google ? Titres, descriptions et mots-clés locaux sont-ils en place ?

En place
 À améliorer
 Absent

7. La sécurité (HTTPS)

Ton adresse commence-t-elle par « https:// » avec le cadenas ? Sans certificat SSL, Google et les visiteurs te signalent comme « non sécurisé ».

En place
 À améliorer
 Absent

8. La page « à propos » qui rassure

As-tu une page qui raconte qui tu es, avec une vraie photo ? Les gens achètent à des humains, pas à des logos anonymes.

En place À améliorer Absent

02

Ton identité visuelle

POINTS 9 À 14 · CE QUI TE REND RECONNAISSABLE

9. Un logo professionnel

Ton logo est-il net, lisible en petit, et adapté à tous les fonds (clair/foncé) ? Un logo flou ou pixelisé décrédibilise tout le reste.

En place À améliorer Absent

10. Une palette de couleurs définie

As-tu 2-3 couleurs précises que tu réutilises partout ? Une palette cohérente crée une marque qu'on reconnaît au premier coup d'œil.

En place À améliorer Absent

11. Une typographie cohérente

Utilises-tu toujours les mêmes polices (titres + texte) sur ton site, tes posts et tes documents ? Le mélange anarchique fait amateur.

En place À améliorer Absent

12. Des visuels de qualité

Tes photos/images sont-elles nettes, bien éclairées et cohérentes entre elles ? Évite le mélange de styles et les images pixelisées.

En place À améliorer Absent

13. La cohérence site ↔ réseaux

Quand on passe de ton Instagram à ton site, est-ce qu'on reconnaît la même marque ? Mêmes couleurs, même ton, même univers ?

En place À améliorer Absent

14. Une signature / un slogan

As-tu une phrase courte qui résume ce que tu apportes (comme « On crée votre image ») ? Ça ancre ta marque dans les mémoires.

En place À améliorer Absent

03

Tes réseaux & ta crédibilité

POINTS 15 À 20 · CE QUI TRANSFORME UN CURIEUX EN CLIENT

15. Une bio claire et un lien en bio

Ta bio Instagram dit-elle en une ligne ce que tu fais ? Et le lien renvoie-t-il vers ton site (ou un Linktree propre) ?

En place À améliorer Absent

16. Une régularité de publication

Publies-tu de façon régulière (même 1-2 fois/semaine) ? Un compte abandonné depuis 3 mois fait douter de ton sérieux.

En place À améliorer Absent

17. Des témoignages / avis clients

Montres-tu des retours de clients satisfaits (captures, avis Google, témoignages) ? La preuve sociale rassure plus que n'importe quel argument.

En place À améliorer Absent

18. Une fiche Google Business Profile

As-tu créé ta fiche (gratuite) pour apparaître sur Google Maps et dans les recherches locales ? Indispensable pour être trouvé à La Réunion.

En place À améliorer Absent

19. Une proposition de valeur unique

Sait-on clairement pourquoi te choisir TOI plutôt qu'un concurrent ? Ce qui te différencie doit sauter aux yeux.

En place À améliorer Absent

20. Un parcours fluide jusqu'au contact

De la découverte (réseau/Google) jusqu'à la prise de contact, le chemin est-il évident et sans friction ? Chaque étape doit guider vers la suivante.

En place À améliorer Absent

→ Calcule ton score

Compte le nombre de points cochés « **En place** » (1 point chacun), puis situe-toi :

16 – 20

Ton image de marque est solide. On peut passer à l'optimisation et à la stratégie de croissance.

9 – 15

Bonne base, mais des fuites importantes te coûtent des clients. Quelques chantiers ciblés feraient une grosse différence.

0 – 8

Ton image te dessert plus qu'elle ne te sert. C'est frustrant, mais c'est aussi une énorme marge de progression rapide.

NOTE TES 3 PRIORITÉS

Parmi les points « À améliorer » ou « Absents », quels sont les 3 qui te semblent les plus urgents ?

Garde ce document : refais le test dans 3 mois pour mesurer tes progrès. Une image de marque, ça se construit et ça s'entretient.