

Audit stratégique digital

Exemple de livrable Actio Studio

Document de démonstration basé sur une entreprise fictive.

Les données, constats et recommandations présentés servent uniquement à illustrer la méthode Actio Studio.

Comment lire cet audit

Nature du document

Ce livrable est fictif. Il ne décrit aucun client réel, aucun résultat obtenu et aucune performance commerciale authentique.

Méthode

L'audit relie stratégie, UX, SEO, conversion et priorisation. L'objectif est d'aider une direction à décider quoi corriger, dans quel ordre et pourquoi.

Limites

Les scores et constats sont des exemples. Dans un audit réel, ils seraient remplacés par des observations issues du site, des données disponibles et des objectifs du projet.

Structure

Chaque sujet est présenté sous forme de constat, impact, recommandation, priorité, difficulté et indicateur à mesurer.

- P0 : correction prioritaire avant lancement ou refonte.
- P1 : amélioration importante à traiter rapidement.
- P2 : optimisation utile après stabilisation.
- P3 : opportunité à surveiller ou à planifier plus tard.

Repères typographiques conservés : œuvre, ambiguë, bâtir, coût, sûr, façade.

DÉCISION

Résumé exécutif

Constat général

Le site fictif étudié présente une offre experte, mais le parcours ne rend pas assez visibles la valeur, les preuves et la prochaine action.

3 risques

Offre difficile à comprendre. Navigation qui disperse l'attention. Perte de demandes qualifiées sur mobile.

3 opportunités

Clarifier la proposition de valeur. Rapprocher les preuves des CTA. Structurer une roadmap d'optimisation.

3 priorités

Refondre le hero. Réorganiser les pages services. Mesurer les micro-conversions clés.

Décision recommandée

Lancer une refonte ciblée autour d'un système digital plus lisible : architecture, messages, UX, SEO technique et pilotage dans Actio Portal.

DIAGNOSTIC

Score global

Scores fictifs utilisés uniquement pour illustrer le format de l'audit.

Positionnement

56/100

**UX**

63/100

**Conversion**

70/100

**SEO**

77/100

**Crédibilité**

61/100

**Performance**

68/100



À retenir

Le sujet principal n'est pas un seul score faible : c'est l'alignement entre message, structure, preuves et mesure qui doit devenir plus cohérent.

STRATÉGIE

Positionnement et proposition de valeur

Élément	Analyse
Constat	Le message reste trop général pour une offre B2B complexe.
Impact	Le prospect ne comprend pas immédiatement pourquoi choisir l'entreprise.
Recommandation	Formuler une promesse claire : cible, problème, transformation, preuve et action.
Priorité	P0
Difficulté	Moyenne
KPI	Clics vers pages services, taux de scroll hero, clics CTA.

Décision recommandée

Commencer par clarifier l'offre avant de modifier l'interface.

STRUCTURE

Page d'accueil et hiérarchie

Élément	Analyse
Constat	La page mélange présentation, preuves et action sans progression nette.
Impact	Le visiteur consomme des blocs isolés au lieu de suivre un raisonnement.
Recommandation	Construire une séquence : problème, méthode, livrables, preuves, offres, CTA.
Priorité	P0
Difficulté	Moyenne
KPI	Taux de clic CTA, scroll vers offres, engagement sur les preuves.

Décision recommandée

La page d'accueil doit orienter la décision, pas tout raconter.

EXPÉRIENCE

UX et parcours

Élément	Analyse
Constat	Les chemins vers les services et le contact ne sont pas assez évidents.
Impact	Les prospects qualifiés peuvent hésiter ou revenir en arrière.
Recommandation	Réduire les choix concurrents et rendre chaque étape du parcours plus explicite.
Priorité	P1
Difficulté	Faible à moyenne
KPI	Chemins de navigation, clics secondaires, progression vers contact.

Décision recommandée

Chaque écran doit répondre à une question commerciale précise.

CONVERSION

Conversion et réassurance

Élément	Analyse
Constat	Les preuves, standards et livrables ne sont pas toujours proches des CTA.
Impact	La prise de contact demande plus de confiance que nécessaire.
Recommandation	Placer garanties de méthode, livrables et prochaines étapes au bon moment.
Priorité	P1
Difficulté	Faible
KPI	Clics CTA, ouvertures formulaire, taux de complétion.

Décision recommandée

La réassurance doit préparer l'action sans alourdir le discours.

ACQUISITION

SEO technique et éditorial

Élément	Analyse
Constat	Les intentions de recherche ne sont pas toutes reliées à des pages claires.
Impact	Le site peut attirer un trafic moins qualifié ou sous-exploiter des requêtes utiles.
Recommandation	Cartographier mots-clés, pages, titres, H1, maillage et données structurées.
Priorité	P1
Difficulté	Moyenne
KPI	Impressions, clics, pages indexées, requêtes qualifiées.

Décision recommandée

Le SEO doit soutenir la compréhension de l'offre, pas seulement l'indexation.

QUALITÉ

Mobile et performance

Élément	Analyse
Constat	La densité mobile rend certaines décisions moins rapides.
Impact	La friction augmente sur le support où la première visite est souvent la plus courte.
Recommandation	Prioriser lisibilité, CTA tactiles, médias optimisés et Core Web Vitals.
Priorité	P1
Difficulté	Moyenne
KPI	LCP, CLS, INP, profondeur de scroll mobile.

Décision recommandée

Le mobile doit donner la même impression de maîtrise que le desktop.

MARCHÉ

Benchmark concurrentiel fictif

Comparaison illustrative : aucune entreprise réelle n'est représentée.

Critère	Acteur A	Acteur B	Acteur C	Opportunité
Clarté de l'offre	Moyenne	Forte	Faible	Simplifier les familles de services.
Preuves	Peu visibles	Présentes	Très présentes	Rapprocher standards et livrables des CTA.
Mobile	Correct	Fort	Moyen	Réduire la densité et améliorer les CTA tactiles.
SEO éditorial	Limité	Structuré	Limité	Créer un maillage par intention.
Différenciation	Générique	Spécifique	Technique	Mettre la méthode au centre.

PRIORISATION

Roadmap 30 / 60 / 90 jours

Période	Objectif	Actions	Livrable
30 jours	Clarifier	Audit, architecture, messages clés, parcours prioritaire.	Plan de refonte et wireframes.
60 jours	Produire	Design UI, développement, contenus, tracking et SEO technique.	Site prêt pour recette.
90 jours	Lancer	Corrections, redirections, tests, checklist, publication.	Mise en ligne sécurisée.
Après	Optimiser	Suivi Search Console, backlog, tests de conversion.	Roadmap d'évolution.

À mesurer

Chaque étape doit être reliée à un indicateur simple : compréhension, progression, demande qualifiée, performance ou visibilité.

PILOTAGE

Backlog priorisé

Prio	Ticket	Objectif	Responsable	KPI
P0	Réécrire le hero	Rendre l'offre compréhensible en quelques secondes.	Stratégie	Clic CTA
P0	Repenser l'arborescence	Aligner pages et intentions de recherche.	UX / SEO	Pages vues
P1	Créer pages services	Différencier les expertises et les cas d'usage.	Contenu	Clics service
P1	Installer tracking	Mesurer les micro-conversions utiles.	Dev	Événements GA4
P2	Optimiser mobile	Réduire la friction sur écrans courts.	UX / Dev	Core Web Vitals

Action rapide

Le backlog doit rester exploitable : chaque ticket possède une priorité, une raison d'être, un responsable et un indicateur.

SUITE

Prochaine étape

Analyse initiale

Échange court pour comprendre le contexte, les objectifs et les priorités immédiates. Elle permet d'orienter la suite sans engagement.

Audit stratégique

Analyse approfondie du site, du parcours, des contenus, du SEO, des conversions et du plan d'action priorisé.

Actio Portal

Chaque étape, validation, fichier et livrable peut être centralisé dans un espace projet pour éviter la dispersion.

Ce que contient un audit réel	Audit UX, diagnostic SEO, analyse conversion, priorités, roadmap, backlog, recommandations et prochaines décisions.
Différence avec l'analyse initiale	L'analyse initiale qualifie le besoin. L'audit stratégique produit un livrable complet et exploitable.
Déroulement	Cadrage, collecte, analyse, restitution, priorisation puis passage éventuel en production.

Faire analyser mon projet

<https://www.actiostudio.com/contact>