

SCORE GLOBAL	74/100
VISIBILITÉ	43
TECHNIQUE	100
PERFORMANCE	100
CONFORMITÉ	82
CONSTATS CRITIQUES	0
POINTS IMPORTANTS	12
PAGES ANALYSÉES	1
DATE	2026-09-30

Le point à traiter en premier

Page d'accueil trop pauvre en texte

Environ 5 mots sur l'accueil.

Ce que nous avons mesuré

- Adresse analysée : <https://kines-malesherbes.com/>
- Titre affiché dans Google : Cabinet de kinésithérapie Paris 17
- Texte sur la page d'accueil : 5 mots
- Poids de la page : 1 Ko
- Images : 0 — liens internes : 1
- Outils de suivi détectés : aucun
- Consentement des visiteurs : absent

Ce que voit un navigateur, et ce que voit un robot

HTML brut : **5 mots** lisibles. Page exécutée dans un navigateur : **685 mots**. Le contenu est donc construit par le JavaScript : ce qui lit la page sans exécuter le code ne voit qu'une coquille.

Les 15 points relevés, du plus coûteux au moins urgent

1. Page d'accueil trop pauvre en texte

IMPORTANT — Environ 5 mots sur l'accueil.

Pourquoi ça compte : Il n'y a pas assez de matière pour que Google comprenne votre métier, vos villes et vos spécialités. C'est la raison numéro un de non-classement local.

Correction : Écrire au moins 400 mots utiles : prestations, zones, références, questions fréquentes. (3 h)

2. Aucun titre principal (H1)

IMPORTANT — La page n'a pas de H1.

Pourquoi ça compte : Le H1 dit à Google et au visiteur de quoi parle la page. Sans lui, vous n'êtes pas associé à votre métier.

Correction : Ajouter un H1 unique contenant le métier et la zone. (20 min)

3. Le contenu n'existe qu'après exécution du code

IMPORTANT — HTML brut : 5 mots. Une fois la page exécutée dans un navigateur : 685 mots. Le texte visible est donc construit par le JavaScript.

Pourquoi ça compte : Tout ce qui lit la page sans exécuter le code ne voit qu'une coquille vide : aperçus de lien dans les messageries, annuaires, et une partie des robots d'IA qui répondent désormais aux questions de vos clients. Le contenu est aussi invisible si le code échoue sur un téléphone lent.

Correction : Rendre le contenu principal dans le HTML (rendu serveur) et réserver le JavaScript à l'interaction. (1 à 3 j)

4. Aucune donnée structurée

IMPORTANT — Aucun bloc JSON-LD détecté.

Pourquoi ça compte : Sans données structurées, vous n'obtenez pas les étoiles, ni les horaires, ni la zone desservie dans les résultats Google : votre concurrent qui les affiche reçoit le clic.

Correction : Ajouter LocalBusiness (métier, ville, horaires, avis) en JSON-LD. (1 h)

5. La page se déclare dans une autre langue

IMPORTANT — La balise annonce « en » alors que le contenu est en français.

Pourquoi ça compte : C'est la déclaration la plus lue par les moteurs et les lecteurs d'écran : un site français qui se présente comme anglophone est mal servi aux recherches françaises, et lu avec la mauvaise voix aux personnes malvoyantes.

Correction : Remplacer par lang="fr" sur (et lang="fr" sur les blocs dans une autre langue). (10 min)

6. Mentions légales introuvables depuis l'accueil

IMPORTANT — Aucun lien évident vers des mentions légales.

Pourquoi ça compte : L'article 6 III de la loi LCEN les rend obligatoires : leur absence expose à 375 000 € d'amende pour une société, et suffit à perdre la confiance d'un prospect qui vérifie qu'il a en face.

Correction : Ajouter un lien visible en pied de page vers des mentions légales complètes. (1 h)

7. Politique de confidentialité absente

IMPORTANT — Aucune politique de confidentialité accessible.

Pourquoi ça compte : Obligatoire dès qu'un formulaire collecte une donnée (RGPD art. 13) : les visiteurs doivent savoir ce qui est collecté et pourquoi.

Correction : Rédiger une politique de confidentialité et la lier depuis chaque formulaire. (1 h 30)

8. Très peu de liens internes sur l'accueil

IMPORTANT — 1 liens internes seulement sur l'accueil.

Pourquoi ça compte : Les liens internes sont la circulation du site : sans eux, Google ne découvre pas vos pages de prestations et de villes, qui sont celles qui rapportent.

Correction : Créer un bloc de liens vers vos prestations et vos communes desservies. (1 h)

9. Aucune carte ni lien vers votre fiche Google

IMPORTANT — Pas d'iframe de carte ni de lien vers la fiche Google Business.

Pourquoi ça compte : Le local passe par la fiche Google : la lier depuis le site renforce l'association entre votre site et votre établissement.

Correction : Intégrer la carte et lier la fiche Google Business Profile. (30 min)

10. Numéro de téléphone difficilement détectable

IMPORTANT — Aucun lien tel: ni numéro au format français trouvé sur l'accueil.

Pourquoi ça compte : Sur mobile, un numéro non cliquable oblige à recopier à la main : une part des appels est perdue.

Correction : Afficher un lien tel: cliquable en haut de page et en pied de page. (15 min)

11. Aucune preuve sociale sur l'accueil

IMPORTANT — Pas d'avis client ni de référence visible sur l'accueil.

Pourquoi ça compte : Un prospect qui choisit un artisan regarde d'abord les avis. Sans eux, il appelle le concurrent qui en affiche.

Correction : Afficher 3 avis vérifiables et un lien vers la fiche Google. (2 h)

12. Aucun sitemap déclaré

IMPORTANT — robots.txt ne déclare pas de sitemap.

Pourquoi ça compte : Le sitemap accélère la découverte des nouvelles pages ; sans lui, une page créée peut attendre des semaines.

Correction : Générer un sitemap.xml et le déclarer dans robots.txt. (40 min)

13. Aucune URL canonique

À CORRIGER — Pas de lien rel=canonical sur l'accueil.

Pourquoi ça compte : Sans canonique, les variantes d'URL (avec ou sans www, avec paramètres de campagne) se font concurrence dans l'index.

Correction : Déclarer la canonique absolue en HTTPS sur chaque page. (30 min)

14. Content-Security-Policy absente

BON À SAVOIR — Aucun en-tête CSP.

Pourquoi ça compte : La CSP limite l'injection de scripts tiers : sans elle, un script injecté peut détourner vos formulaires.

Correction : Définir une CSP progressive en commençant par default-src 'self'. (2 h)

15. Aucun traceur publicitaire détecté

POINT SOLIDE — Aucun outil de mesure ou de publicité tiers détecté sur l'accueil.

Pourquoi ça compte : Point positif : moins de données à justifier, moins de risque de plainte.

Correction : Conserver cette sobriété, ou installer une mesure d'audience sans cookie si vous avez besoin de chiffres. (0)

Plan d'action

Dans l'ordre : ce qui rapporte le plus par heure passée. Le temps indiqué est celui d'un développeur ou d'un intégrateur, pas d'un débutant.

1. Page d'accueil trop pauvre en texte — Écrire au moins 400 mots utiles : prestations, zones, références, questions fréquentes. (3 h, impact moyen)
2. Aucun titre principal (H1) — Ajouter un H1 unique contenant le métier et la zone. (20 min, impact moyen)
3. Le contenu n'existe qu'après exécution du code — Rendre le contenu principal dans le HTML (rendu serveur) et réserver le JavaScript à l'interaction. (1 à 3 j, impact moyen)
4. Aucune donnée structurée — Ajouter LocalBusiness (métier, ville, horaires, avis) en JSON-LD. (1 h, impact moyen)
5. La page se déclare dans une autre langue — Remplacer par lang="fr" sur (et lang="fr" sur les blocs dans une autre langue). (10 min, impact moyen)
6. Mentions légales introuvables depuis l'accueil — Ajouter un lien visible en pied de page vers des mentions légales complètes. (1 h, impact moyen)
7. Politique de confidentialité absente — Rédiger une politique de confidentialité et la lier depuis chaque formulaire. (1 h 30, impact moyen)
8. Très peu de liens internes sur l'accueil — Créer un bloc de liens vers vos prestations et vos communes desservies. (1 h, impact moyen)

Automatisations proposées

Ces chantiers suppriment du travail répétitif. Ils sont chiffrés et facultatifs : chaque ligne peut être prise séparément.

Chantier	Ce que ça change	Tarif
Réponses automatiques aux avis Google	répondre en moins de 24 h à 100 % des avis au lieu des seuls avis faciles	Mise en place 900 € + 190 €/mois
Machine à contenu local	publier 4 pages ou articles par mois ciblés sur vos villes et vos prestations	Mise en place 700 € + 290 €/mois
Prise de rendez-vous en ligne	supprimer les allers-retours téléphoniques pour trouver un créneau	Mise en place 800 € + 150 €/mois
Suivi des demandes (mini CRM)	savoir qui a demandé quoi, ce qui a été relancé et ce qui a été signé	Mise en place 1 100 € + 240 €/mois

Suite

Ce rapport est une photo datée. Un site ne reste pas bon : il se dégrade sans que personne n'y touche (mises à jour, pages supprimées, certificat, plugins). Whatafter rejoue exactement ce même barème chaque semaine et vous alerte uniquement quand quelque chose change — chute de score, nouveau point critique, page en erreur. Sans engagement, résiliable par email.

Nous appliquons également les corrections critiques nous-mêmes, par chantier, si vous préférez ne pas vous en occuper.

Ce que coûte la mise en œuvre

Rapport relu à la main	490 € HT	livré sous 48 h ouvrées, corrections à faire vous-même
------------------------	----------	--

Surveillance	59 €/mois	remesure hebdomadaire au même barème, alerte à la première chute
Pilotage	149 €/mois	surveillance + 3 concurrents mesurés + contenus + revue mensuelle
Application des corrections	sur devis	chantier par chantier, après validation du plan

Aucun prélèvement automatique : nous facturons après livraison, et vous payez si le rapport vous apprend quelque chose que vous ne saviez pas.

Vérifier cette mesure vous-même

La fiche de mesure complète est en ligne, à l'adresse <https://whatafter.fr/audit/859e15d269584296>. Elle affiche le barème exact, les points retirés et les valeurs brutes relevées (poids, en-têtes, robots.txt). Relancez la mesure après vos corrections : c'est le même moteur qui recalcule, et vous verrez le score bouger.

Mesure automatique du 2026-09-30 — ce document n'a pas encore été relu à la main. Le rapport complet (490 € HT) est la version relue, avec les faux positifs écartés et les corrections chiffrées.

Whatafter — <https://whatafter.fr/audit/859e15d269584296>