LES CARNETS
Concept DigiWeb
CRÉATION • VISIBILITÉ • AUTOMATISATION

GUIDE GRATUIT

Vérifier votre site

Livret 1 sur 7

Aspects techniques

Un guide simple et pratique pour un site performant, sécurisé et visible sur Google

- **Aspects techniques**
  Hébergement, mises à jour, compatibilité mobile...
- **Sécurité**
  Protection, sauvegardes, bonnes pratiques...
- **Référencement**
  Optimisation SEO, visibilité sur Google...
- **Contenu**
  Clarté, structure, mots-clés...
- **Expérience utilisateur**
  Navigation, design, accessibilité...
- **Conformité légale**
  RGPD, mentions obligatoires...
- **Performance**
  Vitesse, images, bonnes pratiques...



Une checklist complète pour un site en pleine forme !

ORDINATEUR • TABLETTE • MOBILE

LES RESSOURCES PRATIQUES CONCEPTDIGIWEB

Vérifier votre site

Livret 1 sur 7 — Aspects techniques

Hébergement, nom de domaine, mises à jour, affichage sur mobile

Le mot « technique » ne doit pas vous faire peur

Votre site internet, c’est un peu comme votre local commercial. Il y a la vitrine, que vos clients voient. Et il y a les coulisses : le bail, les clés, l’entretien. Si personne ne s’en occupe, un jour, la porte ne s’ouvre plus.

Ce premier livret vous aide à vérifier ces coulisses, **sans aucune compétence informatique**. Vous allez chercher quelques informations dans vos papiers, regarder votre site sur ordinateur, sur téléphone et sur tablette, et noter ce que vous voyez.

À la fin, vous saurez précisément qui fait quoi sur votre site, et ce qui doit être corrigé en premier.

Avant de commencer

- **Il vous faut :** un ordinateur, votre téléphone, si possible une tablette, vos factures liées au site (hébergement, nom de domaine, création) et ce livret. Comptez une heure environ.
- **Pour chaque point :** cochez « Oui » si tout va bien. Sinon, cochez « À corriger » et lisez la solution proposée juste en dessous.
- **Pas de panique :** une case « À corriger » n’est pas un échec. C’est une information utile, et vous saurez quoi faire.

> Un mot sur le vocabulaire : quand ce livret parle de « la personne qui gère votre site », il s’agit de celui ou celle qui l’a créé ou qui s’en occupe : une agence, un indépendant, un proche… ou vous-même. Si vous ne le savez pas, ce livret va justement vous aider à le découvrir.

Partie A — Les coulisses de votre site

Vos papiers, vos mails et quelques questions simples.

01 Vous savez où votre site est hébergé, et jusqu’à quand c’est payé

Pourquoi c’est important : votre site « habite » chez un hébergeur (par exemple OVH, Ionos, o2switch, Hostinger, ou directement Wix). C’est comme un local que vous louez : si l’abonnement n’est pas renouvelé, votre site disparaît du jour au lendemain.

Comment vérifier : cherchez dans vos mails et vos relevés bancaires une facture mensuelle ou annuelle portant le mot « hébergement » ou le nom d’un hébergeur. Notez le nom de l’hébergeur, la date de la prochaine échéance et l’adresse mail du compte.

C’est bon si… vous connaissez votre hébergeur et la date de renouvellement, et le paiement se fait automatiquement sur une carte encore valide.

Si ce n’est pas le cas : demandez à la personne qui a créé votre site : « Chez quel hébergeur se trouve mon site, à quel nom est le compte, et quand arrive la prochaine échéance ? » Notez la réponse dans la fiche « Mon site en un coup d’œil », à la fin de ce livret.

☐ Oui ☐ À corriger

02 Votre nom de domaine vous appartient et se renouvelle tout seul

Pourquoi c’est important : le nom de domaine, c’est l’adresse de votre site (par exemple *monentreprise.fr*). S’il expire, il peut être racheté par quelqu’un d’autre. S’il a été enregistré au nom d’un ancien prestataire, il ne vous appartient pas vraiment.

Comment vérifier : cherchez la facture du nom de domaine (souvent chez le même prestataire que l’hébergement). Vous pouvez aussi taper « whois » suivi de votre adresse dans Google : des sites gratuits affichent la date d’expiration et, souvent, le nom du propriétaire.

C’est bon si… le nom de domaine est au nom de votre entreprise (ou au vôtre) et son renouvellement est automatique.

Si ce n’est pas le cas : envoyez : « Pouvez-vous me confirmer que mon nom de domaine est enregistré au nom de mon entreprise, et activer son renouvellement automatique ? » S’il est au nom d’un prestataire, demandez qu’il soit transféré à votre nom : c’est votre adresse, elle doit vous appartenir.

☐ Oui ☐ À corriger

03 Vos codes d’accès sont rangés en lieu sûr

Pourquoi c’est important : le jour d’une panne ou d’un changement de prestataire, sans codes d’accès, personne ne peut intervenir. Récupérer un accès perdu peut prendre des semaines.

Comment vérifier : vérifiez que vous avez bien, quelque part, ces quatre accès : celui de votre hébergeur, celui de l’administration de votre site (l’endroit où l’on modifie les pages), celui de votre nom de domaine, et celui de l’adresse mail qui reçoit les messages de ces comptes.

C’est bon si… vous avez les quatre, notés dans un endroit sûr : un gestionnaire de mots de passe, ou un carnet rangé à l’abri. Pas sur un post-it collé à l’écran.

Si ce n’est pas le cas : demandez-les à la personne qui gère votre site. Vous en avez parfaitement le droit : c’est votre site. Le livret 2 vous montrera comment bien les protéger.

☐ Oui ☐ À corriger

---

04 Vous savez avec quel outil votre site est fait

Pourquoi c’est important : WordPress, Wix, Jimdo, Shopify, Squarespace… Chaque outil a ses propres règles d’entretien. C’est aussi la première question que vous posera n’importe quel professionnel.

Comment vérifier : trois pistes simples. Regardez tout en bas de votre site : une mention comme « Créé avec Wix » s’y trouve parfois. Regardez votre facture de création. Ou demandez-vous comment vous modifiez une page : le nom de l’outil apparaît en général en haut de l’écran.

C’est bon si… vous pouvez écrire le nom de l’outil dans la fiche de fin de livret.

Si ce n’est pas le cas : posez simplement la question à la personne qui gère votre site, avec le message proposé à la fin de ce livret.

☐ Oui ☐ À corriger

---

05 Les mises à jour sont faites régulièrement, et vous savez par qui

Pourquoi c’est important : un site WordPress doit être mis à jour régulièrement, comme votre téléphone. Sans mises à jour, il devient lent, puis vulnérable aux pirates. Avec Wix, Shopify ou Squarespace, ces mises à jour sont faites pour vous.

Comment vérifier : si votre site est fait avec WordPress et que vous avez l’accès, connectez-vous et regardez la rubrique « Mises à jour » du tableau de bord. Sinon, demandez simplement : « Quand a eu lieu la dernière mise à jour de mon site ? »

C’est bon si… la dernière mise à jour date de moins d’un mois, et une personne est clairement chargée de les faire : vous, votre prestataire, ou un contrat d’entretien.

Si ce n’est pas le cas : ne lancez pas toutes les mises à jour d’un coup sans sauvegarde : cela peut casser le site. Demandez à un professionnel de faire d’abord une sauvegarde, puis les mises à jour, et de vous proposer un suivi régulier.

☐ Oui ☐ À corriger

Partie B — Votre site répond présent

Sur votre ordinateur, comme un client qui vous découvre.

06 Votre site s’ouvre, quelle que soit la façon de taper son adresse

Pourquoi c’est important : certains clients tapent « www », d’autres non. Les deux doivent mener chez vous.

Comment vérifier : dans la barre tout en haut de votre navigateur, tapez l’adresse de votre site sans « www » (par exemple *monentreprise.fr*). Puis recommencez avec « www. » devant.

C’est bon si… les deux fois, votre page d’accueil s’affiche.

Si ce n’est pas le cas : ne modifiez rien vous-même. Envoyez à la personne qui gère votre site : « Mon site ne s’ouvre pas quand on tape l’adresse avec (ou sans) www. Pouvez-vous faire en sorte que les deux versions mènent à la page d’accueil ? » C’est un réglage de quelques minutes.

☐ Oui ☐ À corriger

---

07 Aucune page n’affiche d’erreur ni ne reste blanche

Pourquoi c’est important : un message technique (« Warning », « Fatal error », « Erreur lors de la connexion à la base de données ») ou une page blanche fait fuir le visiteur. C’est souvent le signe d’un problème plus grave.

Comment vérifier : ouvrez chaque page de votre menu et faites-la défiler jusqu’en bas. Repérez les messages en anglais, les cadres vides et les images cassées (une petite icône d’image barrée).

C’est bon si… vous ne voyez rien de tout cela.

Si ce n’est pas le cas : faites une capture d’écran, notez l’adresse de la page et envoyez-les à la personne qui gère votre site. C’est urgent si cela touche la page d’accueil.

☐ Oui ☐ À corriger

08 Le site s’affiche correctement sur plusieurs navigateurs

Pourquoi c’est important : vos clients n’utilisent pas tous le même logiciel pour aller sur internet : Chrome, Safari (sur iPhone et Mac), Edge (sur PC), Firefox…

Comment vérifier : ouvrez votre site avec au moins deux navigateurs différents, par exemple celui de votre ordinateur et celui de votre téléphone. Comparez la page d’accueil.

C’est bon si… la présentation est la même, sans texte décalé ni élément manquant.

Si ce n’est pas le cas : faites une capture d’écran en précisant le nom du navigateur, et envoyez-la à la personne qui gère votre site.

☐ Oui ☐ À corriger

---

09 Chaque bouton du menu mène à une vraie page

Pourquoi c’est important : une page « introuvable » donne l’impression d’un site mal tenu, et le client s’arrête là.

Comment vérifier : cliquez un par un sur tous les mots du menu, en haut de votre site. Après chaque clic, revenez en arrière avec la flèche ← de votre navigateur.

C’est bon si… chaque clic ouvre une page remplie, sans message « Page introuvable » ni « Erreur 404 » (c’est ainsi que les sites indiquent une page qui n’existe pas).

Si ce n’est pas le cas : notez le mot du menu qui pose problème. Deux solutions : corriger le lien, ou retirer ce mot du menu si la page n’existe plus.

☐ Oui ☐ À corriger

---

10 Le logo ramène à l’accueil

Pourquoi c’est important : quand ils sont perdus, la plupart des visiteurs cliquent sur le logo pour revenir au début.

Comment vérifier : allez sur une page au hasard, puis cliquez sur votre logo, en haut.

C’est bon si… vous revenez sur la page d’accueil.

Si ce n’est pas le cas : demandez : « Pouvez-vous faire en sorte que le logo renvoie vers la page d’accueil ? »

☐ Oui ☐ À corriger

---

11 Les liens du bas de page fonctionnent

Pourquoi c’est important : le bas de page est l’endroit où l’on cherche vos coordonnées, vos réseaux sociaux et vos mentions légales.

Comment vérifier : descendez tout en bas de la page d’accueil. Cliquez sur chaque lien et chaque icône (Facebook, Instagram, etc.).

C’est bon si… chaque lien s’ouvre, et les icônes des réseaux mènent à **vos** pages, pas à une page vide, ancienne ou à l’accueil de Facebook.

Si ce n’est pas le cas : si vous n’utilisez plus un réseau, retirez son icône. Une icône qui ne mène nulle part fait plus de tort que pas d’icône du tout.

☐ Oui ☐ À corriger

Partie C — Sur téléphone et tablette

La plupart de vos clients découvrent votre site sur leur téléphone.

12 Tout se lit sur téléphone sans zoomer

Pourquoi c’est important : si le client doit écarter les doigts pour lire, il abandonne.

Comment vérifier : ouvrez votre site sur votre téléphone et faites défiler la page d’accueil, puis deux autres pages, avec le pouce.

C’est bon si… les textes sont lisibles, rien ne dépasse sur les côtés, et vous n’avez jamais besoin de zoomer.

Si ce n’est pas le cas : faites une capture d’écran de chaque problème (sur la plupart des téléphones, en appuyant en même temps sur le bouton de volume bas et le bouton marche). Envoyez ces captures à la personne qui gère votre site : une image vaut mieux qu’une longue explication.

☐ Oui ☐ À corriger

---

13 Le menu s’ouvre et se ferme sur téléphone

Pourquoi c’est important : sur téléphone, le menu est caché derrière une petite icône de trois traits (☰). S’il ne fonctionne pas, le client est coincé sur la page d’accueil.

Comment vérifier : touchez l’icône ☰, choisissez une page, puis rouvrez le menu et refermez-le.

C’est bon si… le menu s’ouvre, mène aux bonnes pages et se referme facilement.

Si ce n’est pas le cas : c’est à signaler en priorité, avec une capture d’écran.

☐ Oui ☐ À corriger

---

14 Un appui sur votre numéro lance l’appel

Pourquoi c’est important : sur téléphone, personne ne recopie un numéro. On appuie dessus, ou on renonce.

Comment vérifier : touchez votre numéro de téléphone sur le site (sans aller jusqu’à appeler).

C’est bon si… votre téléphone propose aussitôt d’appeler ce numéro.

Si ce n’est pas le cas : demandez : « Pouvez-vous rendre mon numéro de téléphone cliquable sur mobile ? » C’est une modification très simple.

☐ Oui ☐ À corriger

---

15 Le site fonctionne sur tablette, à l’endroit comme couchée

Pourquoi c’est important : beaucoup de clients consultent les sites le soir, sur une tablette, notamment les plus âgés.

Comment vérifier : ouvrez votre site sur une tablette (la vôtre ou celle d’un proche). Tenez-la verticalement, puis tournez-la à l’horizontale.

C’est bon si… la page se réorganise proprement dans les deux sens, sans texte coupé ni bouton caché.

Si ce n’est pas le cas : faites une capture d’écran dans chaque sens et envoyez-les à la personne qui gère votre site.

☐ Oui ☐ À corriger

Mon site en un coup d’œil

Remplissez cette fiche et gardez-la précieusement. Elle vous servira à chaque fois qu’il faudra intervenir sur votre site.

Information	Ma réponse
Hébergeur	.....
Prochaine échéance de l’hébergement	.....
Nom de domaine (adresse du site)	.....
Propriétaire et échéance du nom de domaine	.....
Outil utilisé (WordPress, Wix…)	.....
Personne qui fait les mises à jour	.....
Personne à appeler en cas de panne	.....
Endroit où sont rangés mes codes d’accès	.....

Votre bilan

Partie	Points	Mes « Oui »
A — Les coulisses de votre site	1 à 5	..... / 5
B — Votre site répond présent	6 à 11	..... / 6
C — Sur téléphone et tablette	12 à 15	..... / 4
Total		**..... / 15**

Par quoi commencer ?

1. **Ce qui peut faire disparaître votre site** : hébergement (1), nom de domaine (2), codes d’accès (3). À régler cette semaine.
2. **Ce qui bloque vos clients** : pages en erreur (7), menu sur téléphone (13), numéro non cliquable (14).
3. **Tout le reste** : à corriger dans le mois, à votre rythme.

Mes trois priorités :

1. .....
2. .....
3. .....

Le message à envoyer à la personne qui gère votre site

Vous n’avez pas besoin de connaître les termes techniques. Copiez ce modèle et complétez-le :

> Bonjour,
>
> J’ai vérifié mon site avec une liste de contrôle. J’aurais besoin de quelques informations et corrections :
>
> – Chez quel hébergeur est mon site, et quand arrive la prochaine échéance ?
> – À quel nom est enregistré mon nom de domaine ? Son renouvellement est-il automatique ?
> – Avec quel outil mon site est-il fait, et qui s’occupe des mises à jour ?
> – Pouvez-vous me transmettre mes codes d’accès ?
> – Point n°… : (ce que j’ai vu, et sur quelle page)
>
> Pouvez-vous me dire ce qui peut être corrigé, dans quel délai, et si cela a un coût ?
>
> Merci.

Joignez vos captures d’écran : elles valent toutes les explications.

Et ensuite ?

Bravo, vous connaissez maintenant les coulisses de votre site. Le **livret 2 — Sécurité** vous montrera comment protéger vos accès, sauvegarder votre site et réagir en cas de problème.

Faites ce que vous savez faire. Apprenez ce qui vous manque. Confiez le reste.

Vous préférez qu’on fasse ces vérifications avec vous ? ConceptDigiWeb vous accompagne à la carte, pour corriger seulement ce qui doit l’être. Rendez-vous sur conceptdigiweb.com.