Les signes de confiance

Contrôlez l'identité de l'activité, la cohérence des informations, les preuves présentées, l'utilisation des avis et la fiabilité des engagements.

1. Sait-on à qui l'on a affaire ?

☐ Le nom de l'entreprise, de l'association ou de la personne qui exerce
☐ L'activité et les services proposés
☐ La localisation ou la zone d'intervention
☐ Des moyens de contact réellement suivis
☐ Les informations pratiques utiles

2. Les mêmes informations partout ?

Une ancienne adresse dans le pied de page ou un autre numéro sur la page contact crée un doute évitable.

Endroit du site	Nom	Adresse / zone	Téléphone	À corriger
Pied de page				
Page contact				
Mentions légales				
Autre :				

3. Mes preuves

Une réalisation effectivement menée, une photo de votre travail, une qualification détenue, votre méthode… Ajoutez une courte légende. Vous débutez ? Ne fabriquez pas de portfolio : un exemple fictif doit être indiqué comme tel.

Preuve	Le besoin	Ce que j'ai réalisé	Le contexte	Exacte et vérifiable ?

4. Les avis et témoignages

☐ Authentiques, publiés avec l'accord des personnes
☐ Aucun faux avis, aucun proche se faisant passer pour votre clientèle
☐ Aucune citation modifiée au point d'en changer le sens
☐ Réponses aux critiques factuelles et courtoises, sans information personnelle

5. Mes engagements : puis-je les tenir ?

Disponibilité, délai de réponse, « devis gratuit », résultat promis…

Engagement affiché	Tenu en pratique ?	Correction
Disponible 7 j/7	*Non : personne ne répond le week-end*	*Indiquer les horaires réels*

6. Les détails qui fragilisent la confiance

☐ Actualité ancienne présentée comme récente
☐ Tarifs ou horaires plus exacts
☐ Liens qui ne fonctionnent plus
☐ Images sans rapport avec l'activité
☐ Adresse ou numéro erroné
☐ Promesse de réponse rapide non tenue

7. Mes trois corrections les plus utiles

À faire avant d'ajouter des logos, des citations ou des éléments décoratifs.