

Votre site en trois pages — le guide

De la préparation de vos contenus à la promotion de votre site.
Gardez-le : il répond à la plupart des questions que vous vous
poserez dans les mois qui viennent.



1 Comment ça se passe

Un site Fred HTML, c'est trois pages — présentation, prestations, contact — plus les pages légales, pour 299 € hors nom de domaine (environ 15 € par an, à prix coûtant), en cinq étapes.

1 Vous me contactez

par e-mail (contact@fredhtml.com) ou WhatsApp. Je vous envoie le formulaire de brief.

2 Vous réglez 99 € et remplissez le brief

C'est le moment le plus important du projet : le chapitre suivant vous aide à le préparer. Aucune ligne de votre site n'est écrite avant que j'aie vos contenus.

3 Sous 5 jours ouvrés, vous recevez le lien de votre site

sur une adresse provisoire. Regardez-le sur votre téléphone : c'est là que vos clients le verront.

4 Deux tours de corrections

par e-mail. Listez tout ce que vous voulez changer en un seul message, je fais l'ensemble, vous revérifiez. Puis vous validez et réglez les 200 € restants.

5 Mise en ligne à votre adresse

Vous recevez l'archive complète de votre site, votre page de suivi et ce guide.

Tout se passe par écrit. Pas de réunion, pas de visio : c'est ce qui permet ce prix et ces délais. Je réponds sous 24 h en semaine.

Le paiement

Par virement (RIB sur la facture) ou par carte via PayPal, avec possibilité de payer en 4 fois sans frais. Une facture vous est envoyée pour chaque règlement.

Site 3 pages

299 €

99 € pour démarrer, 200 € à la validation — hors nom de domaine

Page supplémentaire

99 €

Pack 5 modifications

99 €

sans date d'expiration

Nom de domaine

≈ 15 €/an

à prix coûtant — hébergement offert

2 Préparer vos textes et vos photos

Un bon site, c'est 20 % de design et 80 % de contenu. Le vôtre. Voici comment le préparer sans y passer un week-end.

Le principe : une page, une question

Chaque page répond à une question que se pose un visiteur. Si un texte ne répond à aucune de ces questions, il n'a probablement pas sa place.

Présentation

Qui êtes-vous et pour qui ?

Prestations

Que proposez-vous, et combien ça coûte ?

Contact

Comment je vous joins ?

Votre page de présentation

Écrivez trois phrases, pas plus :

1. **Ce que vous faites**, en langage courant. Pas « accompagnement holistique du bien-être », mais « je suis naturopathe à Rouen ».
2. **Pour qui**. « Pour les femmes enceintes et les jeunes parents. » Plus c'est précis, plus les bonnes personnes se reconnaissent.
3. **Ce qui vous distingue**, une seule chose. Vingt ans de métier, un diplôme, une façon de travailler, une origine.

Ajoutez, si vous le souhaitez, un court paragraphe sur vous — votre parcours en cinq lignes, à la première personne. Les gens choisissent une personne, pas une prestation.

Votre page de prestations

Listez vos prestations, trois à six maximum. Pour chacune : un nom simple, une phrase qui dit à quoi ça sert, un prix — ou « à partir de », ou « sur devis ».

Les tarifs affichés rassurent et filtrent : ceux qui vous appellent savent déjà ce que ça coûte. Si vous avez plus de six prestations, regroupez-les — ou prévoyez une page supplémentaire.

Votre page de contact

- Votre e-mail
- Votre téléphone (préciser si vous préférez les SMS ou WhatsApp)
- Votre adresse, ou votre zone d'intervention si vous vous déplacez
- Vos horaires, si vous en avez
- Vos réseaux sociaux, seulement ceux que vous alimentez

Pas de formulaire : vos clients vous écrivent directement, et rien ne finit dans les spams.

Les photos

Les photos font la moitié de l'impression.

Une vraie photo de vous. C'est la plus importante. Pas de logo à la place, pas d'avatar. Devant un mur clair, en lumière du jour, de face, en souriant légèrement. Demandez à quelqu'un de la prendre avec un téléphone récent : c'est largement suffisant.

- **Deux à cinq photos de votre activité** : votre atelier, vos réalisations, votre cabinet, un produit. Prises à la lumière du jour, sans flash, cadrées simplement.
- **Évitez les photos trouvées sur Internet.** Elles sont souvent protégées, tout le monde les reconnaît, et elles ne montrent pas *votre* activité.
- **Format** : envoyez les originaux, tels que sortis du téléphone. Je m'occupe du recadrage et de la compression.

Votre logo et vos couleurs

Si vous avez un logo, envoyez-le au meilleur format que vous ayez (PDF, SVG ou PNG en grande taille). Si vous n'en avez pas, ce n'est pas grave : votre nom, bien composé, fait un très bon logo.

Pour les couleurs, indiquez-moi une ou deux couleurs que vous aimez, ou un site dont l'ambiance vous plaît. Je ferai le reste.

Les mentions légales

Il me faut, pour la page obligatoire : votre nom ou raison sociale, votre statut (micro-entreprise, association...), votre SIRET ou numéro RNA, et une adresse. Ces informations sont légalement obligatoires sur tout site professionnel en France.

Check-list avant d'envoyer le brief

- | | |
|---|--|
| ☐ Trois phrases de présentation | ☐ Votre logo (ou rien) |
| ☐ Vos prestations avec prix | ☐ Une ou deux couleurs, ou un site que vous aimez |
| ☐ Vos coordonnées complètes | ☐ Nom, statut, SIRET, adresse pour les mentions légales |
| ☐ Une photo de vous | ☐ Le nom de domaine que vous avez déjà, ou celui que vous souhaitez |
| ☐ Deux à cinq photos de votre activité | |

3 Après la mise en ligne : votre fiche Google

Quand quelqu'un cherche votre activité dans votre ville, Google affiche d'abord une carte avec des fiches d'établissements. Y figurer est gratuit, et c'est souvent plus efficace que le site lui-même pour être trouvé localement.

Créer ou récupérer votre fiche

- 1 Allez sur google.com/business**
avec votre compte Google (créez-en un si nécessaire, c'est gratuit).
- 2 Cherchez le nom de votre activité**
Si une fiche existe déjà — c'est fréquent, Google en crée automatiquement — cliquez sur « Revendiquer cet établissement ». Sinon, « Ajouter votre établissement ».
- 3 Google vérifie que vous existez**
par courrier (un code envoyé à votre adresse), par téléphone, ou par une courte vidéo de votre local. Suivez les instructions ; cela prend de quelques jours à deux semaines.

Si vous travaillez à distance ou à domicile, choisissez « entreprise de services » et indiquez votre zone d'intervention : votre adresse restera masquée.

Compléter votre fiche

Remplissez tout. Une fiche complète apparaît plus souvent qu'une fiche vide.

- **Catégorie principale** : la plus précise possible (« Naturopathe » plutôt que « Santé »).
- **Description** : reprenez les trois phrases de votre page de présentation.
- **Site web** : l'adresse de votre nouveau site.
- **Horaires**, téléphone, e-mail.
- **Photos** : votre photo, votre local, vos réalisations — les mêmes que sur le site. Ajoutez-en une nouvelle de temps en temps ; Google aime les fiches vivantes.
- **Services** : listez vos prestations, avec les prix.

Récolter des avis

C'est ce qui change tout. Une fiche avec dix avis à 4,8 passe devant une fiche sans avis, quoi que dise le site.

- 1 Récupérez votre lien**
Dans votre fiche Google, cherchez « Demander des avis » : Google vous donne un lien court. Copiez-le.
 - 2 Enregistrez-le dans votre téléphone**
dans vos notes ou comme réponse rapide.
-

3 Envoyez-le après chaque prestation réussie

« Merci pour votre confiance. Si vous avez deux minutes, un avis m'aiderait beaucoup : [\[lien\]](#). » Par SMS ou WhatsApp, dans les 24 heures — après, les gens oublient.

4 Répondez à chaque avis

même en deux mots. Google le voit, et les futurs clients aussi.

Ne demandez jamais un avis à quelqu'un qui n'a pas été client, et n'achetez jamais d'avis : Google les détecte et peut suspendre la fiche.

4 Faire connaître votre site

Un site ne se trouve pas tout seul le premier mois. Voici les dix endroits où mettre son adresse — aucun ne prend plus de cinq minutes.

- 1 Votre signature e-mail.** Nom, activité, téléphone, site. Chaque mail devient une carte de visite.
- 2 Vos cartes de visite et vos flyers,** à la prochaine impression.
- 3 Vos devis et vos factures.** En pied de page.
- 4 Votre profil WhatsApp** (et WhatsApp Business si vous l'utilisez) : champ « site web ».
- 5 Instagram et Facebook** : le lien dans la bio, et une publication pour annoncer le nouveau site — avec une capture d'écran.
- 6 LinkedIn,** si votre activité s'y prête : le lien sur votre profil.
- 7 Votre fiche Google** (chapitre 3).
- 8 Les annuaires de votre activité** : PagesJaunes, et les annuaires spécialisés de votre métier (ordre, fédération, réseau...).
- 9 Les groupes Facebook de votre commune ou de votre secteur,** quand vous y publiez.
- 10 Votre vitrine physique,** si vous en avez une : l'adresse du site sur la porte ou dans la devanture.

Une habitude : quand quelqu'un vous demande « vous avez un site ? », répondez par l'adresse, pas par « oui ». Elle doit être facile à dire à l'oral — c'est pour ça qu'elle est courte.

5 Demander une modification

Votre site n'est pas figé. Un tarif change, une photo se remplace, un horaire évolue : c'est prévu.

Le pack de modifications

Un pack de **5 modifications pour 99 €**, sans date d'expiration. Vous l'achetez quand vous en avez besoin, vous l'utilisez à votre rythme — dans un mois ou dans trois ans.

Une **modification simple**, c'est une demande, envoyée dans un e-mail, sur une page : changer un texte, remplacer une photo, mettre à jour un horaire ou un tarif. Changer trois horaires et une photo sur la page contact, c'est une modification. Retoucher quatre pages, c'en est quatre.

Ce qui n'est pas une modification simple — une nouvelle section, une nouvelle page, un changement de mise en page — fait l'objet d'un devis, ou d'une page supplémentaire à 99 €.

Comment faire

- 1 Écrivez à contact@fredhtml.com**
objet « Modification — [nom de votre site] ».
- 2 Indiquez la page, et le texte exact à mettre**
ou joignez la photo à remplacer. Plus c'est précis, plus c'est rapide.
- 3 La modification est faite sous 48 h ouvrées**
Vous recevez un e-mail de confirmation avec le nombre de crédits restants.

Votre page de suivi

À la livraison, vous avez reçu l'adresse d'une page privée sur votre site (du type [votresite.fr/suivi-xxxxxx](#)). Elle affiche vos crédits restants, la date de renouvellement de votre domaine et la date de la dernière modification. Gardez l'adresse pour vous : elle n'est ni indexée ni reliée au reste du site.

Les 30 premiers jours

Pendant le mois qui suit la mise en ligne, jusqu'à **trois petits ajustements** — une coquille, un numéro, une photo — sont faits sans toucher à vos crédits. C'est ma garantie. Au-delà, ou pour tout changement plus important, c'est le pack de modifications.

6 Vos questions

À qui appartient le site ?

À vous. Le nom de domaine est enregistré à votre nom, et vous avez reçu l'archive complète du site à la mise en ligne. Vous pouvez la confier à qui vous voulez, quand vous voulez.

Y a-t-il quelque chose à payer chaque mois ?

Non. L'hébergement est offert. Le site coûte 299 € une fois, hors nom de domaine : celui-ci est facturé à prix coûtant (environ 15 € par an), et je vous envoie la facture un mois avant l'échéance.

Que se passe-t-il si j'arrête mon activité ?

Vous me le dites. Je peux laisser le site en ligne jusqu'à l'expiration du domaine, ou le retirer. Vos crédits de modification non utilisés vous sont remboursés au prorata.

Que se passe-t-il si Fred HTML disparaît ou ne donne plus signe de vie ?

Vous gardez tout : le domaine à votre nom, l'archive du site, et le remboursement au prorata des crédits non utilisés. Le site continue de fonctionner ; n'importe quel prestataire peut le reprendre.

Puis-je avoir une adresse e-mail à mon nom ?

Oui, en option. Une adresse `contact@votredomaine.fr` redirigée vers votre boîte actuelle (29 €, mise en place), ou une boîte complète avec envoi et réception (49 €, abonnement souscrit à votre nom chez OVH ou Google).

Puis-je vendre en ligne ?

Non, ce n'est pas le produit. Les sites Fred HTML sont des sites de présentation, sans paiement, sans formulaire, sans espace membre. Si vous avez besoin de vendre en ligne, je vous orienterai vers une solution adaptée.

Mon site sera-t-il bien référencé ?

Il est construit pour être compris par Google et par les assistants IA : structure propre, données structurées, rapidité. Le référencement lui-même se gagne ensuite avec votre fiche Google, vos avis et les liens que vous placez (chapitres 3 et 4).

Que se passe-t-il si mon site tombe ?

Il est surveillé 24 h/24 : je suis alerté en quelques minutes, généralement avant vous. Un site statique tombe très rarement ; le cas le plus courant est un nom de domaine non renouvelé — d'où le rappel un mois avant.

Où trouver le détail complet ?

Ce chapitre résume l'essentiel. Les conditions générales de vente complètes sont disponibles sur fredhtml.com/cgv, et une copie vous a été remise avec votre devis.