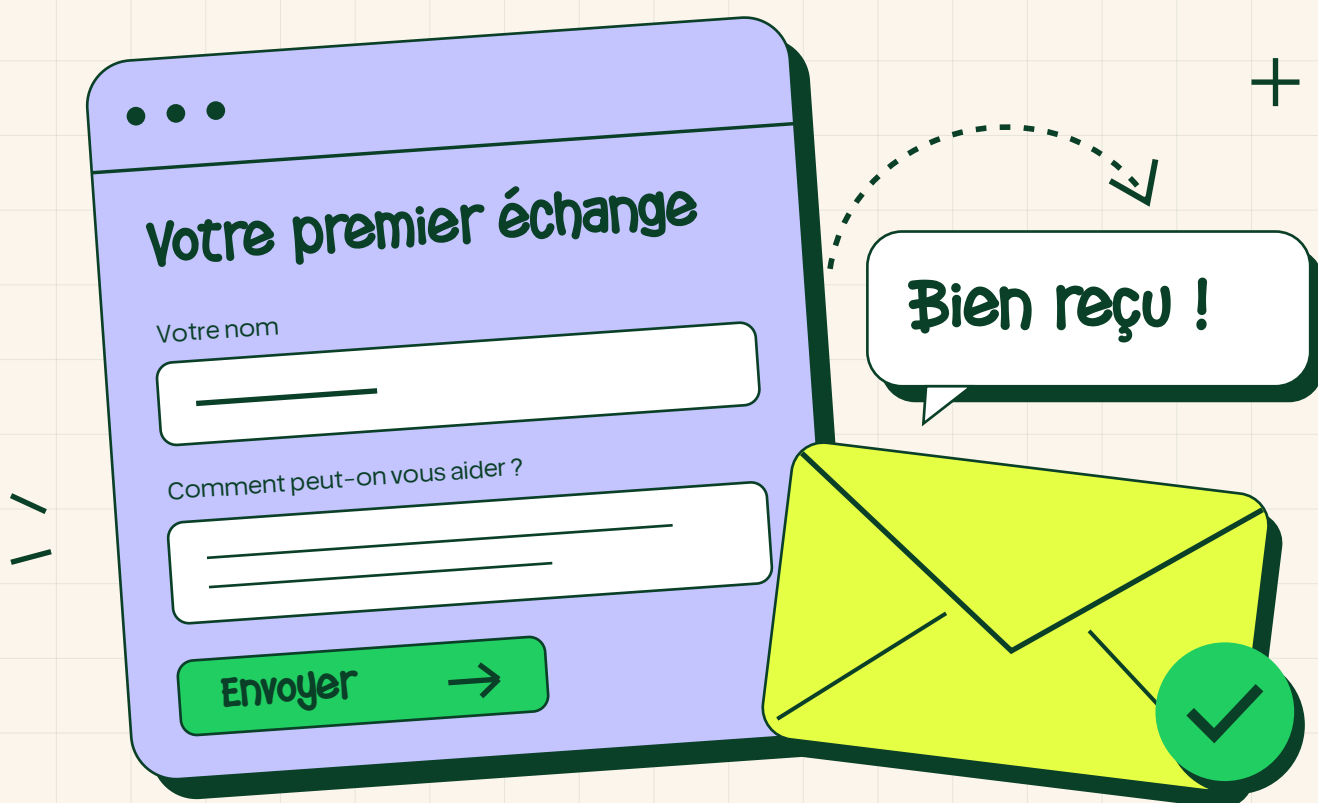


sites de cabinets comptables

LE PREMIER CONTACT.

Ce que votre site doit expliquer avant même le premier échange.



Du clic au message reçu.

La lecture en une minute

UN BOUTON NE DIT PAS TOUT.

Le visiteur trouve « Contact ». Mais sait-il qui lui répondra, ce qu'on lui demandera et comment la suite va se passer ?

01

EXPLIQUER LA SUITE.

Un interlocuteur, un format, des conditions : quelques repères concrets préparent le premier échange.

02

DEMANDER LE JUSTE NÉCESSAIRE.

Une question, un devis et une réservation ne demandent pas les mêmes renseignements.

03

ALLER JUSQU'AU BOUT.

Le contact forme un parcours : navigation, formulaire, cookies, coordonnées et réception du message.

À garder en tête : cette étude explore des choix de parcours. Elle ne mesure pas leur effet sur les demandes reçues et ne classe pas les cabinets.

AVANT LE CLIC, DONNEZ DES REPÈRES.

Le bon intitulé n'est pas le plus séduisant. C'est celui qui annonce correctement ce qui va se passer.

Vu sur le terrain

CHABERT EXPERTISE

La page nomme Audrée Chabert et propose un échange dans les locaux ou en visioconférence. Le calendrier consulté indique une durée de 1 h 30.

[Consulter la page Contact de Chabert Expertise](#)

AUTRE MANIÈRE DE RASSURER

Le Cabinet SCE annonce un rendez-vous de découverte offert, une réponse sous 24 heures ouvrées et un accompagnement possible à distance. Ce sont des conditions annoncées, pas des engagements dont nous avons testé l'exécution.

[Source : page Contact du Cabinet SCE](#)

VOTRE TRAME À ADAPTER

« Votre demande est reçue par [équipe ou personne]. Nous vous recontactons pour [prochaine étape]. Ce premier échange [conditions réelles]. »

UNE INTENTION. LE BON EFFORT.

Ne raccourcissez pas un formulaire par principe. Demandez ce qui aide réellement à traiter la demande à ce stade.

LE VISITEUR VEUT

LA PAGE DOIT L'AIDER À

Une question

Décrire le besoin et savoir comment recevoir une réponse.

Un devis

Préparer les informations utiles pour comprendre la mission.

Un rendez-vous

Connaître l'interlocuteur, le format et la durée avant de choisir.

LE DÉTAIL PEUT ÊTRE UTILE.

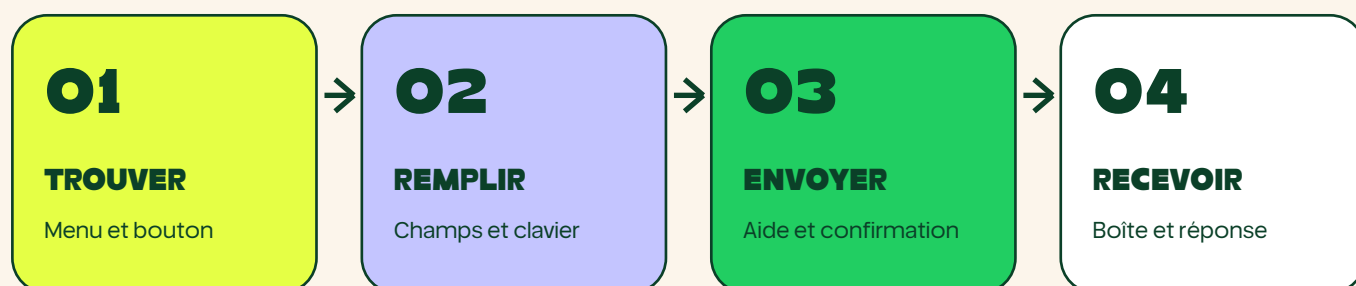
Chez Cogesten SFEC, le devis en ligne demande notamment l'activité, les effectifs et les volumes de factures. Ces éléments aident à comprendre une mission ; ils ne sont pas tous nécessaires pour une simple question.

Source : devis en ligne de Cogesten SFEC

Avant chaque champ obligatoire : en avons-nous besoin maintenant ?

DU TÉLÉPHONE À VOTRE BOÎTE MAIL.

Un formulaire qui s'affiche correctement n'est pas encore un parcours vérifié.



TESTEZ AUSSI APRÈS UN REFUS.

Sur ADAERIS, après refus des cookies facultatifs, le formulaire demandait l'activation de Google reCAPTCHA ; le bouton d'envoi était désactivé. Une commande d'activation et une adresse email offraient des moyens de poursuivre. Nous n'avons ni activé le service ni envoyé de demande.

Source : page Contact d'ADAERIS

SUR VOTRE PROPRE SITE

Prenez un vrai téléphone. Ouvrez le clavier, passez d'un champ à l'autre et cherchez le bouton. Puis, avec l'accord de l'équipe, envoyez un test identifié et vérifiez sa réception, y compris dans les indésirables.

À cocher à l'écran ou à imprimer

VOTRE CONTRÔLE AVANT DE REFERMER.

Cochez uniquement ce que vous avez vérifié. Une case vide désigne un point à examiner, pas un mauvais score.

☐

Le bouton annonce l'action réelle.

Demande, devis ou réservation : le libellé correspond à la suite.

☐

Le premier échange est expliqué.

Interlocuteur, format et conditions sont compréhensibles.

☐

Les champs ont une utilité immédiate.

Les détails qui peuvent attendre ne bloquent pas la première question.

☐

Le parcours reste utilisable sur téléphone.

Menu, clavier, champs et bouton ont été testés sur un vrai appareil.

☐

Le refus des cookies laisse une voie claire.

L'étape éventuelle ou l'autre moyen de contact est expliqué.

☐

Les coordonnées déclenchent la bonne action.

Les liens d'appel et d'email correspondent aux informations affichées.

☐

Les informations pratiques concordent.

Adresse et horaires sont cohérents entre les différentes pages.

☐

Un test identifié arrive à la bonne personne.

La confirmation, la réception et la possibilité de répondre sont vérifiées.

LE POINT À CORRIGER EN PREMIER

CE QUE L'ÉTUDE PERMET DE DIRE.

Observations réalisées le 14 septembre 2026.

30

sites sélectionnés

29

parcours examinés

92

captures de travail

Cinq sites par zone, périphéries comprises : Angers, Lyon, Bordeaux, Rennes, Lille et Strasbourg. Repérage par recherches géographiques, puis sélection selon ces quotas. Ni tirage aléatoire, ni sélection des cinq premiers résultats Google, ni échantillon représentatif de la profession.

Un site est resté non évaluable à cause d'une erreur de certificat et n'a pas été remplacé. Les contrôles ont une profondeur variable. Le navigateur de bureau était réglé à 390 × 844 pixels CSS, sans simulation complète d'un téléphone.

Aucun formulaire envoyé, aucun rendez-vous réservé. Aucune mesure de conversion, de position Google ou de vitesse. Ce travail n'est pas un audit complet d'accessibilité ni un examen de conformité juridique.

POUR RETROUVER LES OBSERVATIONS

[Lire l'étude complète et ses sources sur mizanstudio.fr](https://mizanstudio.fr)

Les sources des exemples figurent aussi sur les pages 3 à 5 de ce document. Les sites peuvent évoluer : les constats restent attachés à la date du contrôle. Cette étude ne juge pas le travail comptable des cabinets.

Du constat à l'action

UN SITE CLAIR. UN PREMIER PAS PLUS SIMPLE.

Votre visiteur ne devrait pas avoir à deviner comment vous joindre.

COMMENCER PAR VOTRE SITUATION.

Un lien incorrect se corrige. Une explication manquante s'ajoute. Cela ne justifie pas forcément une refonte.

Quand les difficultés touchent la structure, les textes et l'usage sur téléphone, Mizan Studio vous accompagne pour repenser l'ensemble.

Studio web spécialisé pour les métiers du chiffre.
Structure, contenus et design se travaillent ensemble.

ÉCHANGER AVEC MIZAN

mizanstudio.fr