CHECKLIST GRATUITE · ALDJIA.DEV

Votre site d'artiste *en 15 points.*

La checklist pour vérifier, en dix minutes, si votre site vous fait trouver, convainc et donne envie de vous contacter.

Aldjia Boughias — développeuse web, fondatrice d'ART AU FÉMININ

AVANT DE COMMENCER

Un site d'artiste a *trois missions.*

Être trouvé par ceux qui cherchent votre nom. Convaincre ceux qui découvrent votre travail. Donner envie de vous écrire, d'exposer ou d'acheter.

Cette checklist reprend ces trois missions en quinze points concrets. Ouvrez votre site sur votre téléphone — c'est là que la plupart de vos visiteurs le découvrent — et cochez chaque point que vous validez honnêtement. Si vous n'avez pas encore de site, utilisez-la comme cahier des charges.

Pas besoin de compétences techniques : chaque point se vérifie en moins d'une minute, et la ligne **Comment vérifier** vous dit comment.

À la fin, comptez vos cases cochées : votre score vous indique par où commencer.

Je m'appelle Aldjia Boughias. J'ai fondé ART AU FÉMININ, un média consacré aux femmes artistes, puis j'ai conçu et développé sa galerie d'art en 3D. Aujourd'hui, je crée des sites pour les artistes, les galeries et les lieux culturels. Cette checklist rassemble ce que je vérifie en premier quand un artiste me montre son site.

MISSION 1 · ÊTRE TROUVÉ

Quand on cherche votre nom, *c'est vous qu'on trouve.*

- [ ] **01 Votre site sort en premier quand on tape votre nom sur Google**

  Galeristes, journalistes et collectionneurs commencent tous par là. Si un homonyme, un vieil article ou votre Instagram passe avant votre site, vous perdez la main sur la première impression.

  Comment vérifier · Tapez votre nom d'artiste dans Google, en navigation privée.

- [ ] **02 Votre nom et votre discipline apparaissent dans le titre de votre page d'accueil**

  C'est le texte bleu affiché dans les résultats de Google. « Accueil » ou « Portfolio » ne dit rien ; « Prénom Nom — Sculptrice, Lille » dit tout.

  Comment vérifier · Regardez le texte affiché dans l'onglet de votre navigateur.

- [ ] **03 Chaque série a sa propre page, avec une adresse lisible**

  Une adresse comme votre-nom.fr/series/terres-noires peut apparaître dans Google sur « terres noires céramique ». Une galerie unique de 80 images, non.

  Comment vérifier · Cliquez sur une série : l'adresse dans la barre change-t-elle ?

- [ ] **04 Vos images ont des noms et des descriptions qui parlent**

  « IMG_4521.jpg » n'apprend rien à Google. « terres-noires-gres-2025.jpg », accompagné d'un texte alternatif, rend vos œuvres trouvables dans Google Images et lisibles par les personnes malvoyantes.

  Comment vérifier · Clic droit sur une image → « Enregistrer l'image sous » : quel nom propose-t-elle ?

- [ ] **05 Votre site s'affiche en moins de trois secondes sur téléphone**

  Des photos d'œuvres trop lourdes sont la première cause de lenteur. Au-delà de quelques secondes, une bonne partie des visiteurs repartent — et Google le remarque.

  Comment vérifier · Testez votre adresse sur pagespeed.web.dev, onglet « Mobile ».

MISSION 2 · CONVAINCRE

Votre travail est présenté *comme il le mérite.*

- [ ] **06 On comprend en cinq secondes qui vous êtes et ce que vous faites**

  Votre nom, votre discipline et une image forte, dès l'arrivée sur le site. Pas d'animation d'intro, pas de page vide « Entrer ».

  Comment vérifier · Montrez votre site cinq secondes à un proche, puis demandez-lui ce que vous faites.

- [ ] **07 Chaque œuvre a un titre, une technique, des dimensions et une année**

  C'est ce qu'un professionnel cherche en premier. Sans ces informations, une œuvre reste une jolie image.

  Comment vérifier · Ouvrez trois œuvres au hasard.

- [ ] **08 Vos photos sont nettes, bien cadrées, sans reflets ni décor parasite**

  Un visiteur juge votre travail sur la photo. Une sculpture mérite plusieurs angles ; une toile, une vue d'ensemble et un détail de la matière.

  Comment vérifier · Agrandissez une image sur grand écran.

- [ ] **09 Votre démarche est écrite pour quelqu'un qui découvre votre travail**

  Quelques paragraphes clairs, à la première personne, qui disent ce que vous cherchez — sans jargon de catalogue.

  Comment vérifier · Faites-la lire à une personne extérieure au monde de l'art.

- [ ] **10 Votre CV est à jour**

  Formation, expositions, résidences, prix, presse, collections. Pour une galerie ou un jury, c'est un critère de sérieux.

  Comment vérifier · Votre dernière exposition y figure-t-elle ?

- [ ] **11 Votre actualité date de moins de six mois**

  Une rubrique « À venir » annonçant une exposition de 2023 donne l'impression d'un site — et d'un artiste — à l'arrêt.

  Comment vérifier · Quelle est la date la plus récente sur votre site ?

MISSION 3 · ÊTRE CONTACTÉ

Vous écrire, exposer ou acheter *est évident.*

- [ ] **12 Votre contact est accessible depuis chaque page**

  Une adresse email professionnelle visible, ou un formulaire qui fonctionne. Un visiteur convaincu ne doit pas avoir à chercher.

  Comment vérifier · Envoyez-vous un message via votre propre site. Est-il bien arrivé ?

- [ ] **13 On sait comment acheter une œuvre**

  Un prix, une mention « prix sur demande », une boutique ou une page « Acquérir une œuvre » : sans indication, beaucoup de visiteurs n'osent pas demander.

  Comment vérifier · Mettez-vous à la place d'un acheteur : savez-vous quoi faire ?

- [ ] **14 Votre site et votre Instagram se renvoient l'un à l'autre**

  Le lien en bio mène à votre site, et votre site mène à Instagram. Instagram fait découvrir votre travail ; le site le présente et convertit.

  Comment vérifier · Où mène le lien de votre bio Instagram ?

- [ ] **15 Votre nom de domaine est à votre nom, et vous en êtes propriétaire**

  votre-nom.fr plutôt que votre-nom.wixsite.com. C'est votre adresse professionnelle pour les années à venir — elle doit vous appartenir, pas à une plateforme ou à un ancien prestataire.

  Comment vérifier · Regardez l'adresse de votre site, et à quel nom le domaine est enregistré.

VOTRE SCORE

Comptez vos *cases cochées.*

Mon score : _____ / 15

13 à 15 — Un site qui travaille pour vous.

Bravo. Gardez votre actualité à jour, ajoutez vos nouvelles séries au fil de l'eau, et vérifiez cette liste une fois par an.

8 à 12 — De bonnes bases, des points qui vous coûtent.

Votre site existe, mais certains manques freinent votre visibilité ou vos contacts. Commencez par les points de la mission 1 : ce sont ceux qui ont le plus d'effet.

0 à 7 — Un site qui vous dessert.

Votre travail mérite mieux. Avant d'investir dans un nouveau site, faites le point sur ce qui bloque : c'est le rôle de l'audit, page suivante.

ET MAINTENANT ?

Deux façons *d'aller plus loin.*

Certains points se corrigent en une après-midi, sans aide. D'autres demandent un regard extérieur ou un vrai chantier. Voici comment je peux vous aider.

ÉCHANGE GRATUIT · 30 MIN

On regarde votre site ensemble.

Vous m'envoyez votre score, on regarde votre site en visio, et je vous dis par quoi commencer. Sans engagement.

Prendre rendez-vous → aldjia.dev/contact

AUDIT · À PARTIR DE 250 € HT

Un plan d'action complet.

Visibilité sur Google, présentation, performance, accessibilité : un rapport priorisé et un appel de restitution de 45 minutes.

Découvrir l'audit → aldjia.dev/audit

Vous recevrez aussi, une fois par mois, ma lettre sur les sites d'artistes : conseils concrets, retours de projets, exemples commentés. Un lien de désinscription figure dans chaque email.