lutor corp.

Design de marque & expériences digitales

AUDIT EXPRESS
NOVEMBRE 2026

Nouvelle maison, nouvelle école.

Un site à la hauteur de ce nouveau chapitre.

POUR PAULINE MARCONNET ET L'ÉQUIPE **WISDOM TREE EDUCATION**

---

01 Ce qui fonctionne

02 Les performances

03 Ce qui coince

04 Les piliers du nouveau site

05 Le regard du directeur artistique

06 Ma proposition

Préambule

Je me suis mis à la place d'un parent qui cherche une école bilingue à Lausanne pour son enfant de 4 ou de 8 ans. Voici ce que j'ai relevé sur votre site, et les pistes que je vous suggère.

Périmètre : sept pages lues le 13 novembre 2026 (accueil, programmes, ateliers du mercredi, horaires et questions fréquentes, approche, galerie, contact) et la version anglaise, contenu et structure, vus sur ordinateur, complétés par une mesure Google PageSpeed Insights sur mobile.

Ce qui fonctionne déjà

Un projet clair

École privée bilingue, de 4 à 12 ans : la pédagogie Montessori jusqu'à 6 ans, puis le Plan d'études romand enrichi des programmes français et britannique. La proposition se lit dès le titre de l'accueil.

De vraies photos

Le matériel Montessori, la musique en classe, les activités artistiques, les sorties au bord du lac : on sent la vie de l'école. La galerie compte près d'une centaine d'images, c'est une vraie matière.

Les bonnes réponses

Horaires, accueil dès 7 h 30, garde jusqu'à 18 h, frais de scolarité, taille des groupes, place des écrans : la page des questions fréquentes répond déjà aux vraies questions des parents. Et le site existe en anglais.

Les performances, selon Google PageSpeed Insights

Page d'accueil, mesure du 13 novembre 2026. PageSpeed Insights est l'outil de Google pour noter la qualité technique d'une page, sur 100. Google indexe les sites d'après leur version mobile : **c'est elle qui compte d'abord.**

SUR MOBILE



Performance

Montessori Rive Droite : **99**



Accessibilité

Montessori Rive Droite : **100**



Bonnes pratiques

Montessori Rive Droite : **100**



SEO

Montessori Rive Droite : **100**

Sources : rapport wisdomtreeeducation.com et rapport montessori-rive-droite.ch, Google PageSpeed Insights, 13 novembre 2026. En comparaison, le site que j'ai réalisé pour l'École Montessori Rive Droite obtient **99, 100, 100 et 100** au même test.

3 sur 7

descriptions affichées par Google parlent encore d'un « centre d'éducation à domicile » ou de Pully.

16 sur 19

images de l'accueil sans description, invisibles pour Google et pour les lecteurs d'écran.

1 sur 7

pages affiche le téléphone : la page contact, sans lien pour appeler d'un geste sur mobile.

Alexandre Montasser · Directeur artistique & expert digital · alex@lutor.ch · +41 79 793 03 78

Ce qui coince aujourd'hui

Pris un par un, ces points pourraient se corriger. Ensemble, ils montrent que le site a été pensé pour l'ancien centre : plutôt que de les reprendre un à un, je vous suggère de les régler d'un coup dans un nouveau site, à l'image de l'école d'aujourd'hui.

L'ancien centre dans Google

En septembre, Wisdom Tree est devenue une école primaire bilingue, à Lausanne. Mais Google présente encore l'accueil comme un « centre d'éducation à domicile » où « familles, enfants et professionnels se réunissent », et la description de la page contact invite à joindre l'école « à Pully ». L'accueil lui-même parle encore de « notre centre ». Un parent qui compare les écoles lit ces lignes avant même d'ouvrir le site.

Dans le nouveau site : des textes réécrits page par page, au nom de l'école que vous êtes aujourd'hui.

Un nom mal orthographié

Dans les informations que le site transmet à Google pour le présenter dans ses résultats, l'école s'appelle « Widsom Tree Education ». C'est ce nom que Google peut afficher à côté de votre lien.

Dans le nouveau site : un nom juste partout, et une fiche d'identité complète pour Google : adresse, âges, langues, horaires.

Visiter l'école, mais comment ?

Sur l'accueil, l'invitation à découvrir l'école tient en une phrase, sans bouton. Le téléphone et l'adresse e-mail n'apparaissent que sur la page contact, sous un formulaire générique, et le numéro ne se compose pas d'un geste sur mobile.

Dans le nouveau site : un bouton « Visiter l'école » sur chaque page, et le téléphone comme l'e-mail accessibles d'un geste sur mobile.

Un menu à simplifier

Le menu aligne deux rubriques presque jumelles, « Programmes d'apprentissage » et « Approche de l'apprentissage ». Les horaires, les frais et les questions fréquentes, ce que les parents cherchent en premier, sont rangés dans un sous-menu de « Programmes », comme les ateliers du mercredi. Et aucun bouton du menu ne propose de visiter l'école.

Dans le nouveau site : un menu court, dans les mots des parents : l'école, les programmes, horaires et tarifs, les ateliers, contact.

Une accessibilité à soigner

Sur téléphone, le site empêche d'agrandir le texte avec les doigts, certains textes manquent de contraste, les zones à toucher sont trop petites, et la plupart des images n'ont pas de description. Pour une école qui accueille chaque enfant tel qu'il est, c'est dommage.

Dans le nouveau site : une conception lisible par tous, dès le départ.

Finitions

Des coquilles : « Le suivit de l'enfant », « nous reviendrons cers vous », « afin d'inscire vos enfants », « chaque enfants ». Un champ « Email Adress », un bouton « Envoi », et un pied de page qui affiche encore 2024.

Dans le nouveau site : des textes relus, en français comme en anglais.

Alexandre Montasser · Directeur artistique & expert digital · alex@lutor.ch · +41 79 793 03 78

Les ateliers du mercredi

La page annonce un beau programme en préparation (échecs, codage et robotique, langues, sciences, sport, arts visuels) et invite à « manifester votre intérêt », mais sans formulaire ni bouton pour le faire. C'est pourtant une belle porte d'entrée pour faire connaître l'école à de nouvelles familles.

Dans le nouveau site : une page par atelier, et une inscription à la liste d'attente en un clic.

Les trois piliers du nouveau site

Une visite en trois clics

Aujourd'hui, un parent intéressé doit trouver la page contact, écrire un message et attendre. Je vous suggère un parcours dédié : choisir l'âge de son enfant, voir le programme, les horaires et les frais, puis demander une visite. Plus de visites, des demandes plus complètes. Concevoir ce type de parcours, c'est ma spécialité, et je suis certifié en expérience et interface utilisateur (UX/UI).

Deux langues, à égalité

Votre site existe déjà en anglais, grâce à un outil de traduction ajouté au site (Weglot). La version anglaise se lit bien dans l'ensemble, avec quelques tournures traduites mot à mot, comme « Child follow-up » pour « Le suivi de l'enfant ». Je vous suggère d'aller plus loin : écrire les deux versions avec le même soin, pour que les familles anglophones de la région lisent un texte aussi naturel et chaleureux qu'en français.

Un site que vous mettez à jour

Rentrée, places disponibles, ateliers, portes ouvertes : tout change chaque année. Avec un outil pensé pour votre équipe, annoncer un atelier ou ouvrir les inscriptions prend quelques minutes, sans attendre un prestataire.

Contenus et parcours : de la curiosité à la visite

Vos textes disent bien l'esprit de l'école : la bienveillance, les deux langues, la nature. Ils sont simplement rangés du point de vue de l'école, pas du parent qui arrive avec une question précise.

Un accueil qui répond

Sur ordinateur, le premier écran est une grande photo sans texte ni bouton : le titre « École privée bilingue à Lausanne, 4-12 ans » arrive en dessous, et l'essentiel est replié dans des accordéons.

Ma suggestion : le titre posé sur la photo, les deux programmes en un coup d'œil et un bouton « Visiter l'école ».

Des visages pour incarner l'école

Le site ne présente ni la direction ni l'équipe : on lit « des enseignant·e·s Montessori diplômé·e·s AMI » ou « une artiste en activité », mais aucun nom ni portrait. Or des parents confient leur enfant à des personnes, pas à une méthode.

Ma suggestion : une page « L'équipe » qui présente la direction et les enseignants, avec leur parcours, une photo et quelques mots sur leur vision. Et un visage dès l'accueil.

Votre nouvelle maison

La maison de l'avenue de Montagibert est décrite en un paragraphe tout en bas de l'accueil. C'est pourtant un argument fort pour des parents : un lieu à taille humaine, comme une seconde maison.

Ma suggestion : une page « Nos locaux » avec de grandes photos des espaces, du jardin et des sorties autour de l'école.

Le regard du directeur artistique

L'école a une vraie matière visuelle : le matériel Montessori, la maison, le lac. Voici ce que je remarque en tant que directeur artistique, sur l'accueil et les pages programmes.

Un logo à faire grandir

L'idée est juste : l'arbre, le livre ouvert, le nom en couronne. Mais il y a beaucoup de détails dans un petit cercle : le texte circulaire devient illisible en petit, et le logo est une simple image enregistrée en JPEG. Je vous suggère de redessiner un symbole plus simple autour de l'arbre, reconnaissable aussi bien en icône Instagram que sur la porte de l'école, en gardant ce qui fait déjà votre identité.

Donner du relief à vos pages

Tout est centré, en petits caractères gris, avec des titres dorés de tailles très proches. Les photos sont présentées en petites vignettes, et le pied de page affiche « Design de Elegant Themes » : la signature d'un modèle, pas celle de votre école.

Vos photos d'abord

La page contact s'ouvre sur une grande photo de crayons de couleur, qui pourrait illustrer n'importe quelle école. Vos propres images, prises en classe, au jardin ou au bord du lac, sont bien plus parlantes : elles méritent la première place.

Quelques pistes

Je vous suggère de miser sur une identité chaleureuse et posée, à l'image d'une maison d'enfants : l'arbre comme fil conducteur, des tons verts et bois, une typographie lisible par les parents comme par les enfants, et de grandes photos de la vie de l'école. Idéalement, le même univers sur le site, les documents d'inscription et Instagram.

Ce que je vous propose

Trois étapes indépendantes, à engager à votre rythme : vous pouvez vous arrêter après chacune.

Bonne nouvelle : tout le contenu existe déjà, sur votre site comme sur Instagram. Il s'agit d'une refonte, pas d'une création à partir de zéro, et le projet avance donc beaucoup plus vite. C'est un type de projet que je mène régulièrement.

ÉTAPE 1

Une identité

- Un logo redessiné autour de l'arbre, lisible même en petit
- Palette et typographie chaleureuses
- Déclinaison sur Instagram et les documents d'inscription
- Une identité cohérente sur tous vos supports

ÉTAPE 2

Un nouveau site

- Un parcours « Visiter l'école » sur chaque page
- Programmes 4-6 et 6-12 ans, horaires et frais clairs
- Ateliers du mercredi avec liste d'attente
- L'équipe et la nouvelle maison présentées
- Versions française et anglaise soignées
- Pensé d'abord pour le mobile

ÉTAPE 3

Des familles, et un outil

- Référencement : « école bilingue Lausanne », « école Montessori Lausanne », « école privée primaire Lausanne »
- Newsletter avant les portes ouvertes et les inscriptions
- Suivi des demandes de visite en un seul endroit
- Flux Instagram intégré au site

Prenons 20 minutes !

Je suis directeur artistique et expert digital indépendant, installé à Mies, sur La Côte. Depuis 2004, dont 8 ans en agence, je conçois des identités et des sites sur mesure pour des écoles, des artisans, des indépendants et des PME, jusqu'aux grands groupes internationaux, du logo à la mise en ligne et à l'hébergement. Je construis aussi des stratégies digitales complètes : un écosystème cohérent entre site, réseaux et newsletter, pensé pour convertir et suivi avec des outils de mesure. Un seul interlocuteur, de l'idée aux résultats.

Commençons par un téléphone ou une visio : j'aurai plaisir à parler de vos attentes et de vos ambitions.



Alexandre Montasser

alex@lutor.ch

+41 79 793 03 78

Voir mes réalisations À propos

lutor corp. lutor.ch

Alexandre Montasser · Lutor Corp. · 13 novembre 2026

Audit réalisé sans accès à l'administration du site ni à ses statistiques.