

STILLMOM

Audit UX & UI

still-mom.com · Mars 2026

Analyse comparative : site web vs identité visuelle de la marque

Document confidentiel · still-mom.com

6.5/10

UX

Expérience utilisateur

7/10

UI

Cohérence identité visuelle

01 — PROBLEMES UX

Expérience utilisateur

Analyse du parcours utilisateur, de la navigation et du funnel de conversion sur still-mom.com.

CRITIQUE Double navigation — structure de nav cassée

Le site charge deux navbars distinctes (l'une avec 4 items, l'autre avec 7). Cela crée une confusion immédiate et suggère un problème WordPress non résolu. La nav sticky et la nav mobile semblent fusionner visuellement.

Recommandation

Unifier en une seule nav claire. Structure recommandée : Logo | Soutien émotionnel · Soutien physique · Communauté · Blog | Connexion

CRITIQUE Pas de hero CTA — l'entrée dans le parcours est floue

Le hero passe directement aux 4 cartes de services sans accroche émotionnelle ni point d'entrée clair. Pour une personne en deuil périnatal, arriver sur 'Book now' sans accompagnement crée une friction d'abandon.

Recommandation

Ajouter un hero fort avec une phrase-impact (ex: 'You are not alone') + 2 CTA distincts : 'Je cherche du soutien' (émotionnel) vs 'Je veux en savoir plus' (exploration).

CRITIQUE La communauté est absente du site

Le pilier 'La Force de la Tribu' est central dans le positionnement de StillMom. Sur le site, aucune section communauté, aucun CTA pour rejoindre un groupe. Le funnel (contenu public -> groupe antichambre -> plateforme payante) n'existe pas.

Recommandation

Créer une section 'Rejoindre la tribu' visible dès la homepage. Présenter la communauté comme le premier pas, avant les consultations.

CRITIQUE Typo dans une URL critique — /emotional-support/

L'URL /emotional-support/ (manque un 'i') est utilisée dans la navigation principale. C'est une erreur SEO (Google indexera cette URL cassée) et un signal de manque de soin qui dégrade la crédibilité.

Recommandation

Corriger en /emotional-support/ et mettre une redirection 301 depuis l'ancienne URL pour ne pas perdre le référencement existant.

IMPORTA
NT

Le 'Shop' dans la nav est désorientant

Placer 'Shop' dans la navigation principale d'une plateforme de soutien au deuil périnatal crée une dissonance. L'utilisatrice en détresse ne comprend pas ce qu'elle peut y acheter, et cela commercialise prématurément le parcours.

Recommandation

Déplacer le Shop dans le footer ou sous un sous-menu. S'il vend des ressources (guides, etc.), le renommer 'Ressources' ou l'intégrer à une section 'Outils'.

IMPORTA
NT

Login/Register apparaît 2 fois dans la nav

Le lien de connexion est présent dans les deux navbars. C'est du bruit visuel répété qui dilue l'attention sur les vrais CTA de conversion.

Recommandation

Un seul bouton 'Connexion' discret, aligné à droite de la nav principale. Le bouton d'inscription devrait être visible uniquement dans le hero ou une section dédiée.

IMPORTA
NT

Aucune preuve sociale visible au-dessus de la ligne de flottaison

Les témoignages (Inga, Christine, Žana) sont excellents mais apparaissent très bas dans la page. Un premier visiteur en détresse qui quitte en 10 secondes ne les verra jamais. Le manque de social proof en haut dégrade la confiance.

Recommandation

Ajouter un encart de témoignage court (1 phrase, prénom, photo) juste après le hero. Ou une barre de crédibilité : '18 experts certifiés · Premier client depuis les États-Unis'.

MINEUR

Avertissement CNS mal positionné

L'avertissement légal est placé en tout petit après les réseaux sociaux, juste avant le bandeau cookie. Une info légale aussi importante mérite plus de visibilité.

Recommandation

Déplacer ce disclaimer dans une section dédiée de la page de paiement ET dans une bannière discrète mais lisible en footer.

02 — PROBLEMES UI

Cohérence identité visuelle

Analyse des choix visuels actuels du site et recommandations pour renforcer la dimension humaine, sensible et organique de la marque StillMom.

IMPORTA
NT

Textures froides type marbre — remplacer par des matières organiques et chaleureuses

Les textures actuelles du site (fonds marbrés, surfaces lisses et minérales) dégagent une impression clinique et distante, à rebours du positionnement 'safe space' et de la chaleur humaine portés par StillMom. Le marbre, souvent associé à l'architecture institutionnelle ou au luxe froid, crée une dissonance avec une audience en état de vulnérabilité émotionnelle. À l'inverse, des textures organiques — papier légèrement grainé, lin, coton, bois clair, pétales — génèrent une sensation de douceur, de présence physique et de bienveillance. Ces matières naturelles évoquent le soin artisanal, le fait-main, la lenteur : exactement ce que recherche une femme en reconstruction après une perte. Cette direction visuelle renforce aussi la cohérence avec le positionnement holistique de la marque, qui mêle soin clinique et bien-être.

Recommandation

Remplacer les fonds texturés marbrés par des backgrounds en papier grain doux (texture .png semi-transparente en overlay) ou des aplats crème/beige chaud. Utiliser des photographies avec matières naturelles (lin, bois, végétal) plutôt que des surfaces froides. Un simple filtre warm sur les images existantes peut déjà changer significativement la perception thermique de la page.

IMPORTA
NT

Pictogrammes trop géométriques — adopter un style dessiné à la main et des éléments handwriting

Les icônes et pictogrammes actuels sont issus de bibliothèques génériques au style géométrique et mécanique (traits parfaitement réguliers, angles droits, épaisseurs uniformes). Ce type d'iconographie est efficace pour les outils SaaS ou applications utilitaires, mais il entre en tension avec la sensibilité et l'humanité que StillMom cherche à incarner. Un style dessiné à la main — traits légèrement irréguliers, épaisseurs variables, extrémités arrondies — crée immédiatement une impression d'authenticité et de proximité : il signale que derrière la plateforme, il y a des humains, pas une machine. De même, l'usage ponctuel d'éléments typographiques handwriting (citations, accroche du hero, taglines de section) renforce cette dimension sensible. La lettre manuscrite évoque la lettre qu'on écrit à quelqu'un qu'on aime, l'intimité du journal intime, la trace personnelle — un registre émotionnel profondément juste pour une audience qui traverse une épreuve intime.

Recommandation

Remplacer les icônes actuelles par un set illustratif au trait dessiné à la main (style encre fine, Procreate). Intégrer ponctuellement une fonte handwriting (ex : Caveat, Pacifico, ou une fonte personnalisée) pour les taglines émotionnelles et les citations. Ces éléments ne doivent pas surcharger l'interface — 1 à 2 occurrences par section suffisent pour créer l'effet de chaleur sans nuire à la lisibilité.

StillMom adresse des femmes qui traversent une épreuve de fertilité ou de deuil périnatal. Dans ce contexte, le choix des symboles visuels participe à la narration émotionnelle et au sentiment de résonance que ressent l'utilisatrice. Le blé — plante cultivée, semence qui germe, cycle naturel de vie — est un symbole universel de fertilité et d'espoir. La fleur de lotus, qui s'élève depuis la vase vers la lumière, est un archétype de renaissance et de résilience particulièrement puissant pour une audience en reconstruction. Ces éléments symboliques gagneraient à être intégrés subtilement dans l'interface, via des SVG en filigrane ou des ornements décoratifs. Par ailleurs, l'ajout d'ombres douces et de micro-détails (légère profondeur sur les cards, effets de relief sur les boutons) ancre visuellement les éléments dans un espace chaleureux et tangible, loin de la platitude froide des interfaces trop 'flat design'.

Recommandation

Intégrer des SVG botaniques stylisés (épi de blé, fleur de lotus, feuilles) comme éléments décoratifs en filigrane sur les sections hero et transitions. Ajouter des ombres portées douces (box-shadow: 0 4px 20px rgba(0,0,0,0.06)) sur les cards et boutons pour créer de la profondeur. Utiliser ces symboles de façon cohérente et mesurée — ils doivent ponctuer l'expérience sans la surcharger.

Les 4 cards (Psychologists, Nutrition, Yoga, Fertility) ont un design identique sans hiérarchie visuelle ni personnalité. Elles semblent interchangeables et ne reflètent pas la complémentarité des expertises.

Recommandation

Retravailler ces cards avec une icône illustrée à la main, un fond légèrement différencié par catégorie, et une micro-description émotionnelle avant le 'Book now'.

Des données fortes (1 femme sur 4 concernée par une perte de grossesse, \$14Mds de coût annuel de la santé mentale maternelle non traitée, 70% des femmes sans soins cliniques) seraient des éléments visuels puissants pour légitimer la démarche.

Recommandation

Créer une section 'Pourquoi ça existe' avec 3-4 stats clés sur fond navy, accompagnées de pictogrammes illustrés à la main pour humaniser les chiffres.

03 — POINTS FORTS**Ce qui fonctionne bien**

- ✓ Les histoires personnelles (Inga, Christine, Žana) sont authentiques et différenciantes — vraie valeur émotionnelle.
- ✓ La structure de navigation par type de soutien (émotionnel vs physique) est logique et user-centric.
- ✓ La présence d'un chat de support direct (Tawk.to) montre une vraie disponibilité — bonne conversion potentielle.
- ✓ Le footer est complet avec les politiques de paiement et les mentions légales — sérieux institutionnel.
- ✓ Les 4 domaines d'expertise (psy, nutrition, yoga, fertilité) correspondent bien à l'écosystème holistique.

04 — PLAN D'ACTION

Priorités par effort / impact

Effort	Action	Priorité
1h	Corriger la typo URL /emotional-support/ + redirection 301	●
2h	Supprimer la double navbar — unifier en une seule structure	●
1 jour	Créer une section 'Rejoindre la communauté' sur la homepage	●
2 jours	Remplacer les textures marbrées par des fonds papier/organiques chauds	●
3 jours	Retravailler le hero avec accroche émotionnelle + 2 CTA distincts	●
1 sem.	Intégrer pictogrammes dessinés à la main + typographie handwriting ponctuelle	●
2 sem.	Ajouter SVG botaniques (blé, lotus) en filigrane + ombres douces sur les cards	●
1 mois	Créer section chiffres clés visuels + barre de social proof au-dessus du fold	●

Ce document est un audit confidentiel. Toute reproduction ou diffusion hors du cadre de l'équipe StillMom est soumise à autorisation.