POUR VANESSA GAILLARD, DIRECTRICE DU CFMF

Vous formez les éducateurs Montessori de demain. *Votre site ne leur ouvre pas encore la porte.*

J'ai parcouru cfmf.fr comme le ferait une future éducatrice qui hésite à s'inscrire, une école qui cherche à recruter ou un parent curieux. Voici ce que j'ai relevé, et ce que j'en ferais.

Périmètre : huit pages lues le 13 novembre 2026 (accueil, formation, inscriptions, cours d'orientation, offres d'emploi, hébergement, questions-réponses, boutique), contenu et structure, vus sur ordinateur, complétés par une mesure Google PageSpeed Insights sur mobile.

Ce qui fonctionne déjà

Une légitimité solide

L'accréditation AMI, la certification Qualiopi avec son certificat en ligne, une septième promotion depuis 2013 et des résultats affichés pour la session 2023-2025. Peu de centres peuvent en dire autant.

De vraies photos

Des stagiaires au travail avec le matériel, en atelier comme en plein air face aux montagnes. On sent l'ambiance de la formation, c'est précieux.

Les bonnes informations

Préalables, lieu, hébergement, référent handicap, offres d'emploi, questions-réponses. Tout ce qu'une candidate cherche existe déjà quelque part sur le site.

Les performances, selon Google PageSpeed Insights

Page d'accueil, mesure du 13 novembre 2026 à 9 h 27. 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



Source : Google PageSpeed Insights, rapport du 13 novembre 2026

257

erreurs dans le fichier robots.txt, celui qui indique à Google comment parcourir le site.

1,4 Mo

pour deux seules affiches en PNG, sur une page d'accueil de 1,9 Mo au total.

1 sur 3

pour la lisibilité par les assistants IA, de plus en plus utilisés pour chercher une formation.

Ce qui coince aujourd'hui

Pris un par un, ces points pourraient se corriger. Ensemble, ils montrent que l'outil actuel a atteint ses limites : je ne les rapiécerais pas, je les réglerais dans un nouveau site.

Boutique hors ligne

L'entrée « BOUTIQUE » du menu, présente sur chaque page, mène aujourd'hui à une page Shopify en anglais : « This store will be right back », avec un bouton pour ouvrir une boutique d'essai.

Dans le nouveau site : une boutique intégrée au parcours, ou pas de boutique tant qu'elle n'est pas prête.

Dates dépassées

L'accueil annonce que la formation 2025-2027 débutera le 20 octobre 2025, la page formation que les inscriptions courent jusqu'au 30 octobre 2025, et le menu propose « Prochainement en 2025 ». En novembre 2026, une candidate ne sait pas ce qui est ouvert.

Dans le nouveau site : un bloc « Prochaine session » en tête de l'accueil, mis à jour par votre équipe en un clic.

Liens sans destination

« Formation », « Coûts », « RDV MONTESSORI » et « Prochainement en 2025 » ne mènent nulle part. « Les préalables » et « Lieu de formation » ouvrent le même endroit de la page.

Dans le nouveau site : une navigation courte, où chaque entrée mène à une vraie page.

Finitions

Des onglets intitulés « Sans titre » ou « Cours d'orientatio », des descriptions Google réduites à « contact message », et des coquilles : « inscrivez vous », « nécéssaires », « exigente ».

Dans le nouveau site : des textes réécrits, relus, et pensés pour Google.

Le lieu de formation

L'accueil donne le Campus universitaire de Collonges-sous-Salève, mais la page hébergement présente encore des adresses « à même le site de Archamps Technopole ».

Dans le nouveau site : le lieu, l'accès et les logements proches réunis sur une seule page.

Une accessibilité à soigner

Une personne malvoyante qui navigue avec une lecture vocale tombe sur des boutons et des liens muets, et certains textes sont trop pâles pour être lus confortablement. Pour un centre qui a un référent handicap, c'est dommage.

Dans le nouveau site : un site lisible par tous, dès la conception.

Invisible pour les IA

De plus en plus de futures candidates demandent à ChatGPT ou à Google « où suivre une formation Montessori ? ». Ces outils lisent mal le site actuel : il n'obtient qu'un sur trois sur ce point, et a peu de chances d'être cité dans leurs réponses.

Dans le nouveau site : des pages structurées pour que ces outils comprennent qui vous êtes, et vous recommandent.

Les trois piliers du nouveau site

Une inscription d'un seul tenant

Aujourd'hui, la candidate passe par un formulaire Google, des adresses Gmail, un PDF de conditions et une boutique séparée. Je construirais un seul parcours sur le site : préalables, coûts, dates, formulaire, confirmation. Moins d'abandons, des dossiers plus complets.

Des adresses à votre nom

formations.cfmf@gmail.com, annonces.cfmf@gmail.com, une adresse Gmail pour le référent handicap. Pour un centre accrédité AMI et certifié Qualiopi, des adresses en @cfmf.fr inspirent davantage confiance et arrivent moins souvent en indésirables.

Un site que vous mettez à jour

Les dates, les annonces et les sessions changent chaque année. Avec un outil pensé pour votre équipe, ouvrir les inscriptions ou publier une offre d'emploi prend quelques minutes, sans attendre un prestataire.

Contenus et parcours : ce que je réécrirais

Vos textes disent bien l'exigence de la formation. Ils sont simplement rangés du point de vue du centre, pas de la personne qui arrive avec une question précise.

Un accueil qui répond

Le premier élément visible est une affiche dont le texte est dans l'image : Google ne le lit pas, et le message « inscriptions encore ouvertes » ne dit pas pour quelle session.

À la place : un vrai titre en texte, par exemple « Devenez éducateur Montessori AMI 6-12 ans, aux portes de Genève », la prochaine date et un bouton « S'inscrire ».

Des visages, des preuves

Aucun formateur n'est présenté sur l'accueil, et les 100 % de réussite et d'insertion restent des chiffres seuls, alors que vos interviews d'anciens existent déjà sur Instagram.

À la place : une page équipe, et trois ou quatre portraits d'anciens étudiants aujourd'hui en poste.

Des offres d'emploi à jour

La page annonce le retrait des annonces après six mois, mais la plus récente date de février 2026. C'est pourtant votre meilleur argument : des écoles vous recherchent.

À la place : des annonces datées qui expirent seules, et un formulaire « Vous recrutez ? » pour les écoles.

Le regard du directeur artistique

La formation a une vraie matière visuelle : le matériel, les gestes, les lieux. Voici ce que je remarque en tant que directeur artistique, sur l'accueil et la page formation.

Un logo à redessiner

L'intuition du C multicolore est bonne : l'enfance, le mouvement. Sa réalisation ne lui rend pas justice : formes, couleurs et lettrage manquent de finesse et d'équilibre, et dans l'en-tête il se dispute la place avec l'encadré de l'accréditation AMI. Pour l'École Montessori Rive Droite, j'ai revu le logo afin qu'il reprenne des codes Montessori immédiatement reconnaissables. Je mènerais la même démarche pour le CFMF, en gardant ce qui fait déjà votre identité.

Une page à l'étroit

Une colonne centrale étroite, un menu en petits caractères gris, de grandes marges vides sur ordinateur. Les belles photos n'ont pas la place de respirer.

Des messages qui crient

« VOICI LE LIEN VERS LE FORMULAIRE D'INSCRIPTION », « CONSULTEZ ICI DIVERSES OFFRES DE LOGEMENT » : les capitales servent de boutons. Le ton tranche avec le calme de la pédagogie que vous transmettez.

Ce que j'apporterais

Une identité calme, à l'image d'une ambiance Montessori préparée : des tons naturels, les couleurs du logo en touches, une typographie posée et lisible, de grandes photos du matériel et des gestes. Le même univers sur le site, les documents d'inscription et Instagram.

Instagram : une matière déjà là

Votre compte @cfmf_officiel compte 46 publications et 169 abonnés. On y trouve exactement ce qui manque au site.

Des interviews d'anciens

La série « À la rencontre de… » donne la parole à vos anciens étudiants de la promotion 2021-2023, en huit épisodes vidéo. Ce sont les meilleures preuves de la qualité de la formation, et le site n'en montre aucune.

Dans le nouveau site : un flux de témoignages d'anciens élèves, avec l'école où chacun travaille aujourd'hui. Rien ne convainc mieux : on suit la formation, et on trouve un poste.

Les sessions racontées

Chaque session a sa rétrospective en images, de l'hiver 2024 à l'été 2025 : on y voit le travail avec le matériel, les lieux, la vie de promotion.

Dans le nouveau site : un journal des sessions, alimenté par vos publications.

Un fondateur reconnu

Instagram présente Benoît Dubuc comme fondateur du CFMF et membre du comité AMI qui a actualisé la ligne de l'être humain. Sur le site, son nom n'apparaît que sur une page secondaire.

Dans le nouveau site : une page équipe qui met en avant le fondateur et les formateurs.

Un rythme à retrouver

Très actif en 2024, le compte publie beaucoup moins depuis 2025, et les publications ne renvoient pas vers une page précise du site.

Dans le nouveau site : chaque ouverture d'inscription annoncée sur Instagram, avec un lien direct vers le formulaire.

Ce que je vous propose

Trois étapes indépendantes, à engager à votre rythme : vous pouvez vous arrêter après chacune. Le règlement peut aussi s'échelonner dans le temps, pour s'accorder à vos ressources.

ÉTAPE 1

Une identité

- Un logo redessiné, aux codes Montessori immédiatement reconnaissables
- Palette et typographie calmes
- Déclinaison sur les documents d'inscription et Instagram
- Adresses e-mail en @cfmf.fr

ÉTAPE 2

Un nouveau site

- Un parcours d'inscription intégré, de la découverte au dossier
- Prochaines sessions toujours visibles et à jour
- Témoignages d'anciens en poste et flux Instagram intégré
- Équipe et questions classées
- Offres d'emploi gérées par votre équipe
- Grandes photos du matériel et des gestes
- Pensé d'abord pour le téléphone

ÉTAPE 3

Des candidatures, et un outil

- Référencement : « formation Montessori 6-12 », « diplôme AMI », « éducateur Montessori Genève »
- Newsletter avant chaque ouverture d'inscription
- Suivi des demandes d'inscription en un seul endroit
- Instagram relié au site

Prenons vingt minutes !

Je suis directeur artistique et expert digital indépendant, installé à Mies, aux portes de Genève. Depuis 2004, 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 luxe, 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