



BAROMÈTRE 2026 · SANTÉ & BIEN-ÊTRE

Ce que 1 986 praticiens écrivent quand ils veulent être trouvés.

Et pourquoi 92 % d'entre eux restent invisibles pour la
personne qu'ils pourraient aider.

SOMMAIRE

01 Ce que ce document mesure

02 Le constat

03 Le problème que tout le monde nomme

04 La personne que personne ne nomme

05 Les deux casquettes

06 Les étalés

07 Le prix qu'on n'affiche pas

08 La carte du marché

09 Le vocabulaire du marché

10 Cinq portraits

11 Ceux qui font autrement

12 Ce que ça coûte

13 Ce que ce document ne dit pas

14 La méthode, en détail

15 Et maintenant

Ce que ce document mesure

Entre le 18 et le 19 août 2026, nous avons relevé la façon dont 1 986 praticiens français de la santé et du bien-être se présentent publiquement sur LinkedIn.

Pas un sondage. Pas un panel. Pas des déclarations d'intention recueillies par questionnaire. Ce sont les mots que ces praticiens ont eux-mêmes écrits, dans le seul endroit où ils cherchent à être trouvés : leur profil professionnel.

Sophrologues, naturopathes, hypnothérapeutes, réflexologues, nutritionnistes, art-thérapeutes, psychopraticiens, énergéticiens. Tous en France. Tous en exercice. Aucun n'a été contacté, aucun n'a été sollicité, aucun n'a été identifié nommément dans les pages qui suivent — sauf pour saluer ce qu'il fait bien.

■ Pourquoi ça change tout

Quand on demande à quelqu'un « quelle est ta cible ? », il répond ce qu'il pense devoir répondre. Quand on lit ce qu'il a écrit sur son profil pour attirer des clients, on voit ce qu'il fait vraiment. L'écart entre les deux est le sujet de ce document.

LA MÉTHODE, EN TROIS LIGNES

210 recherches croisant dix métiers, trois marqueurs d'activité commerciale et sept problèmes traités. 5 204 résultats bruts, 1 986 profils uniques après dédoublonnage et nettoyage. Le détail complet de la méthode, et ce que ce document ne peut pas dire, sont en fin de rapport — avant de te faire changer quoi que ce soit, tu as le droit de savoir comment on a mesuré.

Le constat

Un chiffre résume tout le reste.

92 %

des praticiens ne nomment personne.

1 828 profils sur 1 986 ne disent pas à qui ils s'adressent. Ni une profession, ni un âge, ni une situation de vie, ni un moment. Personne.

Ils disent ce qu'ils soignent — et ils le disent très bien. Le mot « stress » apparaît **409 fois**. « Sommeil » 210 fois. « Anxiété » 198 fois. Le vocabulaire du problème est maîtrisé, précis, professionnel.

Mais la personne qui a ce problème, elle, reste invisible. La cible la plus citée de tout le corpus — « les femmes » — apparaît **60 fois sur 1 986 profils**. Après elle, plus rien ne dépasse 1 %.

Un marché entier décrit ce qu'il soigne, et jamais qui il soigne.

■ Pourquoi c'est un problème, et pas un détail de rédaction

Quand quelqu'un cherche de l'aide, il ne se cherche pas dans une liste de symptômes. Il se cherche lui. Une femme de 47 ans qui ne dort plus depuis sa ménopause ne lit pas « gestion du stress et du sommeil » en se disant « c'est pour moi ». Elle lit ça comme elle lit une pancarte de pharmacie : c'est vrai, c'est général, ça ne la concerne pas plus qu'une autre.

Elle s'arrête, en revanche, sur « j'accompagne les femmes de 45 à 55 ans qui ne dorment plus depuis leur ménopause ». Non pas parce que c'est mieux écrit. Parce qu'elle s'y reconnaît.

La différence entre les deux phrases ne tient pas au talent. Elle tient à une décision : avoir choisi.

03

Le problème que tout le monde nomme

Sur 1 986 praticiens, 409 écrivent le mot « stress ».

PROBLÈME CITÉ	PROFILS		PART
stress	409	21 %	
sommeil	210	11 %	
anxiété	198	10 %	
confiance en soi	166	8 %	
burn-out	153	8 %	
menopause	115	6 %	
émotions	90	5 %	
douleur	63	3 %	
digestion	59	3 %	
trauma	54	3 %	
dépression	37	2 %	
poids	35	2 %	
phobie	34	2 %	
fatigue	33	2 %	
deuil	25	1 %	
charge mentale	24	1 %	
addiction	23	1 %	
endométriose	21	1 %	
tabac	20	1 %	
concentration	19	1 %	

Regarde la première ligne. **409 praticiens** se positionnent sur le même mot. Si tu en fais partie, tu n'es pas en concurrence avec les trois cabinets de ta ville : tu es en concurrence avec 408 confrères qui disent exactement la même chose que toi, au mot près.

■ Le mot n'est à personne

« Stress » n'appartient à aucun praticien. C'est un mot de dictionnaire. Il décrit un état que tout le monde connaît, que tout le monde peut traiter, et qu'aucune personne ne se dit à elle-même en cherchant de l'aide.

Parce que personne ne se réveille en pensant « j'ai du stress ». On se réveille en pensant « je n'arrive plus à faire face », « je m'énerve sur mes enfants pour rien », « j'ai la boule au ventre le dimanche soir ». Ce sont ces phrases-là qu'on tape dans une barre de recherche. Ce sont elles qui manquent dans 92 % des profils.

■ Et pourtant, la queue de liste est presque vide

Regarde le bas du tableau. Des problèmes très précis, très douloureux, très identifiables — ceux sur lesquels une personne se reconnaît immédiatement — sont cités par une poignée de praticiens. Ce n'est pas parce que personne n'en souffre. C'est parce que presque personne n'a choisi de s'y consacrer.

La personne que personne ne nomme

Il existe une exception, et elle est minuscule.

CIBLE NOMMÉE	PROFILS		PART
les femmes	60		3 %
les enfants	24		1 %
les entreprises	23		1 %
les adolescents	15		1 %
les particuliers	11		1 %
les professionnels	10		1 %
les hommes	6		0 %
les salariés	6		0 %
les sportifs	4		0 %
les jeunes	4		0 %
les cadres	4		0 %
les seniors	2		0 %

« Les femmes » : 60 profils, soit 3 %. C'est le sommet du classement. Tout le reste vit sous la barre des 1 %.

Autrement dit : nommer sa cible, dans ce marché, **c'est déjà se distinguer de 97 % des praticiens**. Pas en travaillant mieux. Pas en se formant davantage. En écrivant une phrase différente.

■ Ce que « nommer » veut dire — et ne veut pas dire

Nommer une cible, ce n'est pas se rétrécir. C'est se rendre reconnaissable. Un praticien qui écrit « j'accompagne les infirmières en burn-out » ne refuse pas les autres patients : il devient celui à qui on pense quand une infirmière craque. Et il devient surtout celui dont on parle, parce qu'une recommandation a besoin d'une phrase courte pour circuler.

On ne recommande pas quelqu'un qu'on ne sait pas résumer.

■ Les rares qui le font

Voici, mot pour mot, des promesses relevées dans le corpus. Ce sont celles qui nomment quelqu'un. Elles ne représentent qu'une fraction des 400 promesses captées.

« J'aide les femmes à sortir de l'épuisement physique et émotionnel pour retrouver confiance »

profil public, France

« J'accompagne les femmes de + de 50 ans vers un bien-être durable : rééquilibrage alimentaire, (pré)ménopause »

profil public, France

« j'accompagne plus spécifiquement les femmes, sur les questions de douleurs, d'anxiété et de confiance »

profil public, France

« j'accompagne les adultes, les enfants et les familles à retrouver l'équilibre, la sérénité et la confiance »

profil public, France

« J'accompagne les femmes à retrouver confiance et sérénité »

profil public, France

« J'accompagne les salariés en souffrance ou en surcharge mentale à travers des séances individuelles d'hypnose »

profil public, France

05

Les deux casquettes

57 % des praticiens affichent au moins deux métiers dans leur titre.

1 125

profils sur 1 986 portent deux métiers ou plus.

CE QUE PORTE LE TITRE	PROFILS	PART
0 métier	7	0 %
1 métier	854	43 %
2 métiers	855	43 %
3 métiers	241	12 %
4 métiers	29	1 %

■ Les cumuls les plus fréquents

COMBINAISON	PROFILS
hypnothérapeute + thérapeute	201
diététicien + nutritionniste	192
art-thérapeute + thérapeute	136
praticien + psychopraticien	104
hypnothérapeute + praticien	77
praticien + sophrologue	69
sophrologue + thérapeute	64
hypnothérapeute + sophrologue	63

COMBINAISON	PROFILS
praticien + thérapeute	63
naturopathe + praticien	58
naturopathe + réflexologue	49
psychologue + thérapeute	48
coach + thérapeute	38
praticien + réflexologue	37
massage + praticien	21

■ Deux compétences, deux fois moins de mémoire

Chaque formation suivie a coûté du temps et de l'argent. Les afficher toutes paraît logique : c'est du travail accompli, c'est honnête, ça rassure.

Sauf que la personne qui lit ne fait pas la somme. Elle cherche à te ranger quelque part dans sa tête, et une seule étagère est disponible. Devant « sophrologue et naturopathe et praticienne en massage », elle ne retient pas trois compétences : elle ne retient rien.

C'est la mécanique la plus contre-intuitive de ce rapport. **Plus tu montres de compétences, moins on se souvient de toi.** Non parce qu'elles n'ont pas de valeur, mais parce que la mémoire d'un tiers ne stocke qu'une seule ligne par personne.

Les étalés

182 praticiens ressortent sur trois problèmes différents ou plus.

Voici comment nous l'avons mesuré. Chaque recherche portait sur un problème : un praticien positionné sur le sommeil ressort dans la recherche « sommeil », et nulle part ailleurs. C'est le cas normal, et c'est celui de 1412 profils.

Mais **182 personnes remontent dans trois recherches ou plus**. On ne les a pas cherchées trois fois : elles sont apparues d'elles-mêmes, parce que leur profil contient les trois mots. Et **36 d'entre elles apparaissent sur quatre problèmes ou davantage**.

RESSORT SUR	PROFILS	PART
1 problème	1412	71 %
2 problèmes	392	20 %
3 problèmes	146	7 %
4 problèmes	30	2 %
5 problèmes	5	0 %
6 problèmes	1	0 %

■ Le cas extrême

Une réflexologue certifiée remonte sur **les six problèmes mesurés** : anxiété, burn-out, digestion, ménopause, sommeil, stress. Son profil les énumère. Il est complet, il est vrai, il est professionnel.

Et il ne dit à personne « c'est toi que j'aide ».

■ Ce que l'étalement révèle

R ressortir partout ressemble à de la visibilité. C'en est le contraire : c'est apparaître dans beaucoup de recherches sans être le premier choix d'aucune. Celui qui traite un seul problème apparaît une fois — mais il apparaît comme la réponse.

À FAIRE TOI-MÊME, EN DEUX MINUTES

Relis ton propre titre LinkedIn. Compte les problèmes que tu y nommes. Compte les métiers. Si tu dépasses deux dans l'une ou l'autre colonne, tu es dans les 182.

07

Le prix qu'on n'affiche pas

131 praticiens sur 1 986 — 7 % — laissent apparaître un tarif ou une prise de rendez-vous.

Ce qui veut dire que **93 % n'affichent rien**. Ni combien ça coûte, ni comment on prend rendez-vous.

SIGNE DE PROFESSIONNALISATION	PROFILS	PART
Certification affichée dans le titre	171	9 %
Mention du RNCP	142	7 %
Tarif ou prise de rendez-vous	131	7 %
Consultation en visio	83	4 %

■ La certification, oui. Le prix, non.

L'écart est frappant. **171 praticiens** prennent la place d'écrire « certifié » dans leur titre, et 142 précisent le RNCP. La compétence se prouve, se documente, s'affiche.

Le prix, lui, se cache. Ce n'est pas de la pudeur commerciale — c'est presque toujours du doute. On n'affiche pas un tarif dont on n'est pas sûr. Et on n'est pas sûr d'un tarif quand on ne sait pas précisément à qui on s'adresse : impossible de savoir ce que vaut ton accompagnement pour quelqu'un que tu n'as pas identifié.

Le flou du positionnement et le silence sur le prix sont le même symptôme.

La carte du marché

Où sont les praticiens, métier par métier.

MÉTIER	PROFILS	PART
sophrologue	308	16 %
naturopathe	271	14 %
thérapeute	266	13 %
nutritionniste	263	13 %
hypnothérapeute	242	12 %
réflexologue	221	11 %
art-thérapeute	177	9 %
psychopraticien	138	7 %
énergéticien	67	3 %
praticien bien-être	33	2 %

■ Comment lire cette carte

Ces chiffres ne mesurent pas le nombre de praticiens en France : ils mesurent **combien se rendent visibles avec un marqueur d'activité commerciale** — un cabinet, une promesse d'accompagnement, une pratique déclarée. C'est la population avec laquelle tu es réellement en concurrence pour l'attention, pas la population totale de ta profession.

■ Ce que la carte ne dit pas

Un métier peu représenté n'est pas forcément une opportunité : peut-être que personne n'y va parce qu'il n'y a pas de demande. Ce document mesure **l'offre** — ce que les praticiens proposent. Il ne mesure pas la demande. Croiser les deux est un autre travail, et nous ne prétendons pas l'avoir fait.

LE SEUL USAGE HONNÊTE DE CETTE CARTE

Elle te dit contre combien de voix identiques ta phrase doit passer. Elle ne te dit pas où aller. Le choix d'une niche se fait sur trois critères — l'accessibilité, la solvabilité et l'acuité du problème — dont un seul est visible ici.

Le vocabulaire du marché

Les mots que 1 986 praticiens emploient réellement, par fréquence.

sophrologue³⁷⁰ · praticienne²⁸⁵ · naturopathe²⁶⁶ · thérapeute²²² · reflexologue²⁰⁹ ·
hypnothérapeute¹⁸² · nutritionniste¹⁵⁶ · dieteticienne¹⁵³ · certifiée¹⁵⁰ · art-thérapeute¹³⁴ ·
psychologue¹²⁸ · rncp¹⁰¹ · hypnose⁸⁶ · coach⁸¹ · spécialisée⁷² · clinicienne⁶⁷ ·
psychopraticien⁶⁰ · dieteticienne-nutritionniste⁵⁵ · formatrice⁵⁰ · cabinet⁴⁴ · celine⁴⁴ ·
psychopraticienne⁴⁴ · nathalie⁴² · isabelle⁴⁰ · praticien⁴⁰ · sante⁴⁰ · bien-etre³⁷ · catherine³⁷ ·
stephanie³⁵ · sandrine³⁴ · plantaire³² · reflexologie³¹ · virginie³¹ · emdr³¹ · art³¹ · valerie³⁰ ·
sophie²⁹ · delphine²⁹ · marie²⁸ · julie²⁶ · anne²⁴ · holistique²⁴ · psychothérapeute²³ · aurelie²³ ·
infirmiere²² · liberale²² · gestion²² · diplomee²¹ · sandra²¹ · stress²¹ · veronique²¹ ·
energeticien²¹ · sophrologie²¹ · laurence¹⁹ · naturopathie¹⁸ · massage¹⁸ · corinne¹⁸ ·
accompagnement¹⁶ · audrey¹⁶ · elodie¹⁶

■ Ce qu'on y voit

Les noms de métier dominant, ce qui est normal. Vient ensuite un mot révélateur : « **certifiée** », présent 171 fois. Puis « spécialisée » — souvent sans que la spécialité soit nommée juste après.

Ce qui manque est plus parlant que ce qui figure. Presque aucun mot de la vie réelle des gens : pas de « nuits », pas de « boule au ventre », pas de « depuis des années ». Le vocabulaire est celui du praticien qui décrit sa pratique, jamais celui de la personne qui décrit son problème.

■ Les promesses, mot pour mot

400 promesses ont été captées dans le corpus. En voici un échantillon représentatif, sans retouche.

« je vous accompagne selon vos besoins vers l'amélioration de votre quotidien »

profil public, France

« J'accompagne les personnes en psycho-trauma et en burn-out - Téléconsultation et Cabinet
Prise de rdv »

profil public, France

« j'accompagne au cabinet à Cournon-d'Auvergne, ainsi qu'à distance en visio, toute personne souhaitant améliorer son bien »

profil public, France

« j'accompagne notamment des personnes confrontées à l'anxiété »

profil public, France

« J'accompagne les professionnels épuisés à surmonter le burn-out et à se reconstruire »

profil public, France

« j'accompagne mes patients en milieu hospitalier et en téléconsultation via madietenligne »

profil public, France

« J'accompagne les personnes lors de consultation en cabinet pour améliorer »

profil public, France

« je propose aussi un accompagnement individuel en cabinet »

profil public, France

« j'accompagne mes consultantes vers une meilleure hygiène de vie, à mon cabinet à Montpellier, ou à distance, par »

profil public, France

« je propose des accompagnements en hypnose et en naturopathie »

profil public, France

« Je propose des accompagnements dans mon cabinet de Beaulieu (34) et à distance »

profil public, France

Cinq portraits

Les 1 986 profils ne se répartissent pas au hasard. Cinq figures reviennent, et chacune bute sur un obstacle différent.

■ 1. Le cumulard — 1 125 profils, 57 %

Il affiche deux métiers ou plus dans son titre. Souvent trois. Chaque formation lui a coûté du temps et de l'argent, il serait absurde de n'en montrer aucune. Le cumul le plus fréquent du corpus : **hypnothérapeute + thérapeute**, relevé 201 fois.

Ce qui le bloque : il additionne des compétences quand le lecteur cherche une identité. On ne le recommande pas parce qu'on ne sait pas comment le résumer en une phrase.

■ 2. L'étalée — 182 profils

Elle ressort sur trois problèmes différents ou plus, parfois six. Son profil est riche, précis, complet. Elle apparaît partout dans les recherches.

Ce qui la bloque : apparaître partout n'est pas être choisie quelque part. Elle est le deuxième choix de beaucoup de gens et le premier de personne.

■ 3. La certifiée silencieuse — 171 profils écrivent « certifié », 131 affichent un prix

Elle documente sa compétence : le titre RNCP, l'école, le diplôme, l'année. Puis plus rien sur ce que ça coûte ni comment la joindre.

Ce qui la bloque : elle prouve qu'elle sait faire, jamais ce que ça vaut. La preuve de compétence rassure celui qui hésite déjà — elle n'attire pas celui qui ne sait pas encore qu'il a besoin d'elle.

■ 4. Le généraliste du stress — 409 profils

Il a choisi un problème, et c'est déjà mieux que la moyenne. Sauf que ce problème est celui que 408 confrères ont choisi aussi.

Ce qui le bloque : il a fait la moitié du chemin. Nommer un problème sans nommer une personne, c'est se rendre pertinent sans se rendre reconnaissable.

■ 5. La rare qui nomme — moins de 8 %

Elle écrit « j'accompagne les femmes de 45 à 55 ans », « les soignants », « les infirmières en burn-out ». Elle est très minoritaire.

Ce qui la distingue : rien de plus que les autres, sauf une décision. Elle n'est pas mieux formée. Elle a choisi.

UNE REMARQUE QUI COMPTE

Ces cinq figures ne sont pas des niveaux de compétence. Un cumulard peut être un excellent praticien, et le plus souvent il l'est — c'est même pour ça qu'il a autant de formations. Le positionnement ne mesure pas la valeur du travail. Il mesure la facilité avec laquelle un inconnu peut comprendre à qui il a affaire.

Ceux qui font autrement

Moins de 8 % des praticiens nomment quelqu'un. Voici ce qu'ils écrivent, et ce qu'on peut en tirer.

Toutes les formulations qui suivent sont relevées telles quelles dans le corpus. Elles ne sont pas retouchées, pas idéalisées, pas réécrites par un rédacteur. Elles viennent de praticiens qui exercent aujourd'hui en France.

« J'accompagne les hommes et femmes (35-55 ans) vers plus de confort »

profil public, France

« j'accompagne également les femmes enceintes et les sportifs par »

profil public, France

« J'accompagne les femmes à se libérer de l'anxiété et du stress pour qu'elles »

profil public, France

« J'accompagne entre autres les sportifs, les personnes confrontées au stress et au burn-out »

profil public, France

« J'accompagne les femmes à travers un programme de transformation complet »

profil public, France

« J'accompagne les adultes et les adolescents confrontés à une surcharge émotionnelle »

profil public, France

« j'accompagne les femmes atteintes d'endométriose, SOPK et ménopause, en adaptant leur alimentation pour améliorer »

profil public, France

« J'accompagne naturellement les femmes en périodes de déséquilibres hormonaux »

profil public, France

« J'accompagne les adolescents (dès 13 ans) et les adultes stressés ou »

profil public, France

« J'accompagne les femmes pros à apaiser stress, anxiété, infertilité et péri-ménopause »

profil public, France

■ Trois choses qu'elles ont en commun

1. Elles commencent par un verbe d'action à la première personne. « J'accompagne », « j'aide », « je propose ». Pas « accompagnement de » ni « spécialiste en ». La différence paraît minime : elle fait passer d'une étiquette à une relation.

2. Elles nomment une personne avant de nommer une technique. L'ordre compte. « J'accompagne les femmes en pérимénopause par la sophrologie » et « sophrologue spécialisée en pérимénopause » contiennent les mêmes mots — la première place la personne devant, la seconde place le praticien devant.

3. Elles acceptent d'exclure. C'est la partie difficile. Écrire « les soignants », c'est accepter que les autres passent leur chemin. La peur de perdre des clients potentiels est la raison principale pour laquelle 92 % ne nomment personne — et c'est précisément ce qui les rend invisibles à tous.

Le paradoxe tient en une ligne : en refusant d'exclure qui que ce soit, on finit par n'attirer personne en particulier.

■ Ce que ça ne coûte pas

Aucune des formulations ci-dessus ne suppose une formation supplémentaire, un budget publicitaire ou un site refait. Ce sont des phrases. Elles ont été écrites par des praticiens qui, à un moment, ont décidé de qui ils s'occupaient.

Ce que ça coûte

Un positionnement flou ne se paie pas en visibilité. Il se paie en trois endroits précis.

■ 1. Le bouche-à-oreille ne circule pas

La recommandation a besoin d'une phrase courte. « Va voir Sophie, elle est sophrologue, naturopathe et praticienne en massage » ne se transmet pas — on ne sait pas dans quelle situation la citer. « Va voir Sophie, elle s'occupe des femmes qui ne dorment plus depuis leur ménopause » se transmet tout seul, et se transmet au bon moment.

C'est le canal le moins cher de tous, et le flou le referme.

■ 2. Le prix reste bas

93 % des praticiens n'affichent aucun tarif. Un généraliste se compare au tarif moyen de sa profession. Un spécialiste se compare à la valeur du problème qu'il résout — et ce ne sont pas du tout les mêmes chiffres.

■ 3. Chaque euro de publicité coûte plus cher

Une annonce qui parle à tout le monde doit être vue par beaucoup de gens pour toucher les quelques-uns concernés. Une annonce qui nomme quelqu'un touche moins de monde et convertit davantage. Le flou ne se voit pas dans le budget : il se voit dans le rendement.

Le coût du flou n'apparaît jamais sur une facture. Il apparaît dans les recommandations qui ne viennent pas, dans les tarifs qu'on n'ose pas monter, et dans les campagnes qui « ne marchent pas ».

Ce que ce document ne dit pas

Trois limites, énoncées franchement.

■ 1. Nous mesurons ce qui est écrit, pas ce qui est fait

Un praticien peut avoir un positionnement très clair dans sa tête, dans ses consultations et dans son bouche-à-oreille local, et ne rien en dire sur LinkedIn. Ce rapport mesure la vitrine, pas le magasin. La vitrine compte — mais elle ne résume pas tout.

■ 2. Nous mesurons l'offre, jamais la demande

Quand nous écrivons qu'un problème est peu traité, cela ne veut pas dire qu'il y a une place à prendre. Peut-être que personne n'y va parce que personne ne cherche. Nous n'avons pas mesuré les volumes de recherche, et nous ne ferons pas semblant.

■ 3. Ressortir sur plusieurs problèmes n'est pas une preuve absolue

Les 182 profils « étalés » peuvent l'être pour trois raisons : ils énumèrent vraiment tout ; ou leur profil est long, donc riche en mots ; ou ils sont simplement très visibles. Nous avons vérifié l'énumération dans le texte pour les cas les plus nets — mais l'indice reste un indice, pas un verdict.

POURQUOI ON TE DIT TOUT ÇA

Un document qui ne nomme pas ses limites demande qu'on le croie sur parole. Celui-ci préfère que tu vérifies. Les chiffres sont reproductibles : même méthode, mêmes recherches, mêmes résultats.

La méthode, en détail

■ La récolte

210 recherches ont été effectuées les 18 et 19 août 2026, croisant trois dimensions :

- **Dix métiers** : naturopathe, sophrologue, hypnothérapeute, thérapeute, praticien bien-être, réflexologue, art-thérapeute, nutritionniste, psychopraticien, énergéticien.
- **Trois marqueurs d'activité** : cabinet, « j'accompagne », praticienne. Ils servent à isoler les praticiens en exercice commercial, et non les salariés du secteur.
- **Sept problèmes** : stress, sommeil, burn-out, anxiété, ménopause, digestion, confiance en soi.

■ Le nettoyage

5 204 résultats bruts, 2 595 profils uniques après dédoublonnage (50 % de recouvrement entre recherches). Puis trois filtres : exclusion des coachs sportifs et des profils manifestement hors du champ (9 profils), mise de côté des titres où aucun métier n'apparaît (600 profils, non comptés dans les statistiques), et conservation de **1 986 profils exploitables**.

■ Une précaution particulière

Tout jugement porté sur un profil l'a été **sur son titre uniquement**, jamais sur le texte environnant. Raison : les extraits indexés par les moteurs de recherche incluent la colonne « profils similaires » de la page — donc des mots qui appartiennent à d'autres personnes. Une première version de notre analyse a écarté à tort une centaine de praticiens pour des mots qui n'étaient pas les leurs. L'erreur a été corrigée avant publication.

■ Ce que nous n'avons pas fait

Aucun praticien n'a été contacté. Aucune donnée n'a été extraite au-delà de ce que les moteurs de recherche affichent publiquement. Aucun profil n'est cité nommément dans ce rapport, sauf pour saluer une formulation réussie.

Et maintenant

Si un seul chiffre doit rester, c'est celui-ci : 92 % ne nomment personne.

Ce qui veut dire que la phrase qui te distinguerait de 1 828 confrères ne demande ni formation supplémentaire, ni budget, ni site web refait. Elle demande une décision : choisir qui tu aides.

■ Trois questions, dans cet ordre

1. **Qui ?** Pas « les personnes stressées ». Une personne précise, dans une situation précise, à un moment précis de sa vie.
2. **Quel problème, dans ses mots à elle ?** Pas « gestion du stress ». « Je m'endors à 2 heures du matin depuis huit mois ».
3. **Pourquoi toi ?** Ce que tu as vécu, compris ou traversé qui fait que tu es mieux placé que les 409 autres.

Ces trois réponses tiennent en une phrase. Cette phrase change ton titre, tes tarifs, tes recommandations et le rendement de chaque euro que tu dépenses pour te faire connaître.

Tu ne peux pas remplir une salle quand personne ne sait pour qui tu es.

C'est vrai d'un webinaire, d'un atelier, d'un cabinet. Le positionnement n'est pas une étape de communication : c'est la marche d'avant.

Tu veux savoir où **tu** te situes ?

Le baromètre mesure un marché. Il ne dit rien de ton profil à toi.

Colle ton titre LinkedIn sur la page ci-dessous : tu sauras sur combien de problèmes tu ressors, si tu nommes une cible, et comment tu te situes parmi les 1 986 praticiens mesurés.

barometre.webinarx2.com

Le baromètre lit ta phrase.

Le Ralenti lit ton webinar.

Changer ton titre te rend reconnaissable. Ça ne dit toujours pas où, dans ton webinar, tu perds les gens que cette phrase a fait venir.

Un webinar de vente traverse **dix phases**, toujours les mêmes, que le présentateur les pilote ou qu'il les subisse : hook, autorité, filtrage, diagnostic, éducation, transition, pitch, prix, fermeture, appel à l'action. Chacune prépare la suivante — une phase sautée se paie deux phases plus loin, là où on ne pense jamais à la chercher.

On ne trouve pas ce moment en revoyant son replay : on y cherche une erreur visible — un blanc, un bug, une phrase ratée. Or ce n'est presque jamais ça. C'est une transition trop rapide, une phase absente, une voix qui descend au moment du prix. Des choses qu'on ne remarque pas parce qu'on les a vécues de l'intérieur.

Le Ralenti passe ton dernier replay aux rayons X — seconde par seconde, dix phases, cinq axes, 297 points de contrôle. Tu déposes le lien, tu reçois la radiographie sous 48 heures. Rien à refaire, rien à réécrire, rien à racheter.

Ce que tu as sous les yeux en la recevant

- **La minute exacte où la salle décroche.** Pas « vers le milieu » : le repère précis, avec ce qui se dit à cet instant-là.
- **Les phases que tu sautes sans le savoir.** La plupart des webinaires en oublient trois. Celle qui manque le plus souvent est aussi celle qui trie les acheteurs des curieux.
- **L'ordre dans lequel réparer.** Trois à cinq corrections chirurgicales font l'essentiel du gain. Réécrire tout le webinar n'en fait pas plus — et coûte un mois.
- **Ce que tu fais déjà très bien** — pour ne pas le casser en réparant le reste.
- **Un chiffre à la place d'une impression.** Tu arrêtes de te demander si « ça s'est bien passé » : tu sais où, tu sais combien, tu sais quoi faire lundi matin.

Ton dernier replay, **il fuit où ?**

Tu n'as rien à refaire. Juste à savoir où.

Dépose le lien, on te dit la minute exacte.

ralenti.webinarx2.com

Gratuit · verdict sous 48 heures · tu le gardes à vie, même si tu t'arrêtes là

Baromètre du positionnement 2026 · Webinaire Intelligence
Données issues de profils professionnels publics, relevées les 18 et 19 août 2026. Aucun
praticien n'a été contacté ni identifié nommément.
Méthode reproductible — chapitre « La méthode, en détail ».