

Audit du site de l'entreprise "La Panthère" - le 03 juin 2022 -

Lien du site de référence : La Panthère Origin

Lien du site optimisé : La Panthère Optimisé

Catégorie		Problème identifié	Explication du problème	Bonne pratique à adopter	Action recommandée	Référénc e	
1	Accessibilité	Texte explicatif "nous aimons collaborer" trop petit	La lisibilité du texte est trop petite en terme d'accessibilité.	Le texte doit être de taille suffisante pour permettre une bonne lecture du contenu à tous les utilisateur du site.	Revoir la grosseur du texte	<a href="#">Source</a>	
		Texte explicatif sous icone trop petit					
		Texte sous les images trop petit					
2	Accessibilité	Couleur du texte orange sur fond orange	Problème de contraste des couleurs	Le rapport de contraste des couleurs DOIT être suffisant pour une meilleur lisibilité.	Revoir les couleurs pour avoir un meilleur contraste.	<a href="#">Source</a>	
		Couleur du texte du footer					
		Couleur des icône du footer					
3	Accessibilité	L'aspect de la page contact n'est pas ergonomique.	Les liens vers les page CSS ne sont pas correctes.	Vérifier les liens utilisés	Corriger le chemin d'accès des liens		
	Accessibilité	Messages d'erreur ou d'information en anglais	Etant donnée que la page est en français, il serait plus pertinent de mettre les messages a destination des utilisateurs en français.	Harmoniser la page par rapport à ses interlocuteurs	Mettre les messages en français		
4	SEO / Accessibilité	Présence d'images composées uniquement de texte Image "l'agence La panthère est un grande..."	Les image avec uniquement du texte doivent être évité	Les image avec uniquement du texte doivent être évité	Les image avec uniquement du texte doivent être évité		
		Présence d'images composées uniquement de texte Image "l'agence La panthère est une excellente..."					
		Présence d'images composées uniquement de texte "Nous travaillons..."					
5	SEO / Accessibilité	La liste des liens des annuaires n' est pas pertinente.	Trop de liens qui ne sont pas vraiment des partenaires	L'utilisation de lien "partenaire" n'est pas vraiment pertinente	Supprimer les liens du footer		
6	SEO / Accessibilité	Revoir la taille et le format des images	Certaines images ne sont pas compressées	Compresser les images sans perte de données permet un gain de place	Optimiser les images	<a href="#">Source</a>	
		Focus sur les images n'est pas identique	Focus sur les images n'est pas identique	Les images ont souvent un impact crucial sur la manière dont l'utilisateur va interagir avec la page, il faut donc harmoniser le visuel des images	Revoir le dimensionnement des images.	<a href="#">Source</a>	
		Traits apparents sur l' image du logo dans le header.	Mettre des images propres sur le site.	Soigner le visuel du site	Modifier l'image	<a href="#">Source</a>	
7	SEO / Accessibilité	Les balises 'alt' des images sont mal renseignées	Ici "alt" est renseigner avec des mots clés ne décrivant pas l'image	"Alt" doit être renseigner de manière pertinente pour permettre une description fidèle des images, aider google à interpréter le sujet de l'image et permettre une meilleure accessibilité aux malvoyants.	Décrire correctement les images	<a href="#">1</a>	<a href="#">2</a>
		L52-53 balise "li" vide	Encombre la page et le code	Ne pas charger la page d'élément inutile	Supprimer les balises vide		
	SEO / Accessibilité	Revoir le format responsive du site	En dessous de 600px certains paragraphes nécessitent un scrolling horizontal	Le site doit, soit posséder une version mobile, soit être responsive	Le problème vient des textes affichés sous forme d'images, ces dernières seront remplacées par du texte brut, résolvant le problème de responsive	<a href="#">Source</a>	
8	SEO	Le nom de la page de contact "page2" n'est pas pertinent.	Ne permet pas d'identifier la page du lien.	Titrer les liens de manière explicite	Renommer le lien en "contact"	<a href="#">Source</a>	
9	SEO	Des mots clés en saumon sur fond saumon dans le footer	Mots clés cachés = black Hat = risque de blacklistage par Google	Ne pas chercher à tromper les moteurs de recherche	Supprimer ces mots clés cachés	<a href="#">Source</a>	
		Des mots clés en blanc sur blanc dans le header					
10	SEO	Balises style dans le html	Eviter les balises "style" dans le code HTML.	Eviter le "style" dans le code HTML. Privilégié la mise en forme dans la page CSS	Basculer le style du HTML sur le CSS		
		La langue dans le html est "default"	Permet de comprendre à Google que cette page intéressera essentiellement les visiteurs francophones	Si la page n'existe que dans une seule langue, indiquer celle-ci	Changer la langue en "fr"	<a href="#">Source</a>	
		Balise <title> non remplie	Aucuns mot clé dans cette balise	Balise doit être exhaustive pour une meilleur lisibilité par le moteur de recherche Google	Renseigner au mieux en rapport avec le sujet de la page	<a href="#">Source</a>	
		Balise <description> non remplie	Aucuns mot clé dans cette balise	Balise doit être exhaustive pour une meilleur lisibilité par le moteur de recherche Google	Renseigner au mieux en rapport avec le sujet de la page	<a href="#">Source</a>	
		Balise méta Name=Keyword, inutile	Balise obsolète	Ne pas charger la page d'élément inutile	Supprimer cette balise	<a href="#">Source</a>	
		Script JS mal positionné dans la page HTML	Les scripts JS sont en début de page.	Lors du chargement d'un script, le navigateur ne peut pas continuer tant que le fichier entier n'a pas été chargé. Il faut donc placer les scripts JS en bas de page.	Placer les scripts JS en bas de la page	<a href="#">Source</a>	
11	SEO	Pas de recours aux balises sémantiques - pas de header - pas de footer	Lecture du code très difficile car la sémantique n'est pas respectée	Doit être utiliser la sémantique du code afin que	Créer un header, un footer et dans la mesure du possible revoir le nommage des balise	<a href="#">Source</a>	
		Certains titres ne se suivent pas de manière logique ( h1 puis h2 puis h3 etc.).	La hiérarchie des titres n'est pas respecté, H1 suivi d'un H3 lui-même suivi d'un H2	Les titres <b>NE DOIVENT PAS</b> rompre la structure hiérarchique	Revoir la structure et les titres	<a href="#">1</a>	<a href="#">2</a>
	SEO	Revoir les class et les ID	Privilégier les class plus que les ID pour le lien avec le css	Garder les ID pour le référencement	Revoir l'utilisation des ID	<a href="#">Source</a>	
	SEO	L26 Ligne Analytics vide	Ici rien n'est prévu pour suivre l'évolution du SERP sur les mots clés qui nous intéressent.	Le SEO est une pratique qui est amenée à évoluer avec le temps. Que ce soit par la mise à jour de l'algorithme de Google, du comportement des sites concurrents, ou des pratiques des internautes, le SERP n'est jamais figé et doit être régulièrement contrôlé.	Mettre en place une veille SEO à partir des outils proposés par Google et par d'autres sociétés.	<a href="#">Source</a>	
	SEO	Epurer le code JS et CSS	Suite a l'analyse du site, il ressort qu'il faudrait épurer les code JS et CSS	Ne pas surcharger le code de ligne inutile, redondante ou inutilisé.	Analyser le code est garder les lignes essentielles au fonctionnement du site.	<a href="#">Source</a>	