

# Rapport d'Analyse et Recommandations

Page 1

N°	Catégorie	Problème identifié	Explication du problème	Bonne pratique à adopter	Action recommandée	Référence
1	STRUCTURE SITE					
	SEO ET ACCESSIBILITE	Langue du doc html "default"	Permet d'indiquer à Google que cette page intéressera essentiellement les visiteurs francophones	Indiquer la langue de la page	Changer la langue en FR	<a href="#">Source</a>
	SEO ET ACCESSIBILITE	Balise <title> non remplie	Balise apparaissant dans Google	Saisie obligatoire	Balise à remplir en rapport avec la page	<a href="#">Source</a>
	SEO ET ACCESSIBILITE	Balise <description> non remplie	Balise apparaissant dans Google	Saisie obligatoire	Balise à remplir en rapport avec la page	<a href="#">Source</a>
	SEO ET ACCESSIBILITE	Balises Heading (<h1>...<h4>)	Les imbrications des titres ne sont pas logiques (h1 suivi d'un h3).	Structurer le site de manière logique	Corriger la structures des titres	<a href="#">Source</a>
	SEO ET ACCESSIBILITE	Le nom de la page 2 n'est pas suffisant	Nom page 2 insuffisant	Le nom donné aux pages doit être explicite.	Mettre un nom de page descriptif	<a href="#">Source</a>
	SEO ET ACCESSIBILITE	Balise meta name=Keyword, inutile	Ne pas charger la page d'élément inutile ou redondant	Google ignore cette balise	Supprimer cette balise	<a href="#">Source</a>
2	OPTIMISER LA VITESSE					
	SEO	Toutes les images ne sont pas compressées.	Compresser les images sans perte de données permet un gain de place	Compresser les images pour ameliorer le chargement	Optimiser les images (loseless)	<a href="#">Source</a>
3	JAVASCRIPT					
	SEO	JS pas indispensable car menu faisable en HTML/CSS	Privilégier le CSS au JS quand cela n'est que esthétique	Le JS n'est pas toujours très bien compris par les robots google, et ralentit le crawl	Privilégier le CSS sur ce projet	<a href="#">Source</a>
4	RESPONSIVE					
	SEO ET ACCESSIBILITE	Ajustement à faire pour un rendu optimale	Le site doit, soit posséder une version mobile, soit être responsive	Utilisation systematique du responsive	Utilisation des media queries	<a href="#">Source</a>
5	EVITER L'UTILISATION DU BLACK HAT					
	SEO ET ACCESSIBILITE	Des mot clés en blanc sur font blanc dans le header, utilisation "black hat"	Tout ce qui est invisible à l'écran doit réellement être invisible.	Risque important de blacklistage par Google	Supprimer ces mots clés cachés	<a href="#">Source</a>

# Rapport d'Analyse et Recommandations

Page 2

## 6 ATTRIBUT DEFER

SEO

Ajouter "defer" sur les scripts

Sans l'attribut "defer" cela ralentit le chargement de la page , empechant l'optimisation du chargement du HTML/CSS

Ajouter "defer" a cahque script pour une optimisation du chargement du code HTML/CSS

Optimisation du chargement de la page

[Source](#)

## 7 INFO DU SITE

SEO

Contenu pertinent à mettre en avant et à jour ex - actu de l'agence, conseils généraux, page recrutement avec fiche de poste ...

Google privilégie les sites régulièrement mis à jour. Pour ce faire il est recommandé, même sur un site vitrine de créer une machine à contenu qui sera régulièrement mise à jour.

En l'état actuel, le contenu du site restera fatalement figé.

Créer une section actualité, sur la page d'accueil, qui évoquera régulièrement les dernières infos sur l'agence. Voir créer une série d'articles sur le thème du WebDesign, donnant ainsi une image "d'expert" à l'agence.

[Source](#)

## 8 METTRE EN PLACE GOOGLE ANALYTICS

SEO

Mettre en place Google Analytics & Google Search Console. Faire une analyse trimestrielle du SEO du site.

Le SEO est une pratique organique, elle 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.

Ici rien n'est prévu pour suivre l'évolution du SERP sur les mots clés qui nous intéressent.

Mettre en place une veille SEO à partir des outils proposés par Google et par d'autres sociétés (Alyze.info, Tanaguru etc...).

[Source](#)

## 9 OPTIMISER LES BACKLINKS

SEO

Pas de balise méta pour les réseaux sociaux

Les balises Meta pour les reseaux sociaux sont absentes de l'html

Inserer des balises meta pour les RS afin de s'assurer des backlink qualitatif

Ajouter les meta dans le head

[Source](#)

## 10 OPTIMISER LES LIENS

SEO

La liste des liens concernant les annuaires n' est pas pertinente

Concernant les liens d'autres sites web de secteur différent, on peut éventuellement les laisser même si leur pertinence n'est pas certaine (secteur différent)

En ce qui concerne les annuaires aujourd'hui ils n'est plus vraiment courant de les utiliser et leur gain en SEO est faible comparé au coût en terme d'UX.

Supprimer au moins les liens vers les annuaires et notamment ceux qui semblent avoir des comportements black-hat / Chercher des partenariats du même secteur

[Source](#)

Trouver des partenariats pertinents

Favoriser les partenariats ayant un rapport avec notre activité par un échange de liens.

Ici les partenariats retenus ne semblent pas correspondre à notre activité, le gain en trafic risque d'être faible ou du moins de mauvaise qualité (taux de rebond important).

Rechercher des partenariats dans notre secteur d'activité

[Source](#)

## 11 OPTIMISER LES PERFORMANCES DU SITE

PERFORMANCES

Code non minifier

La minification du code simplifie la lecture de celui-ci par google pour une meilleur performancers

La minification du code CSS et JS peut etre utile pour améliorer les performances du site

Minifier les codes CSS et JS

[Source](#)