

Catégorie	Problème identifié	Problème identifié	Bonne pratique à adopter	Action recommandée	Référence			
SEO & ACCESSIBILITE	Titre des images et les balises 'alt' des images sont mal renseignées	La balise alt doit être en adéquation avec l'image, pour une meilleur indexation et accessibilité.	Les images du site ont des 'alt' qui ne sert qu'à placer des mots clés et non à renseigner la nature de l'image	Décrire correctement les images dans 'alt'	<a href="#">Source</a>			
SEO & ACCESSIBILITE	Probleme d'identification de langue	Si la page n'existe que dans une seule langue, indiquer celle-ci directement dans le code	Google comprendra ainsi que cette page intéressera particulièrement les internautes francophones	Changer la langue en « fr » au lieu de « défaut »	<a href="#">Source</a>			
SEO	Balise meta name=Keyword, inutile	Cette balise n'est plus utilisé par google dans l'indexation	Ne pas mettre cette balise qui est inutile	Supprimer cette balise	<a href="#">Source</a>			
SEO	Détection de pratiques "black hat". Des mot clés en blanc sur font blanc dans le header	Ne pas chercher à tromper les moteurs de recherche, les pratiques black hat sont à prohiber	L'ensemble du contenu d'une page doit être visible. Un risque de black listage est possible dans le cas contraire	Supprimer ces mots clés cachés	<a href="#">Source</a>			
SEO	Balise <title> avec un simple point	Une balise vide de cette importance ne donne aucune information à Google pour connaître le nom et le sujet de la page	Ces balises vont apparaître dans le résultat Google, elles doivent être renseignées	Les remplir en rapport avec la page	<a href="#">Source</a>			
SEO	Balise <description> non remplie	Une balise vide de cette importance ne donne aucune information à Google pour connaître le nom et le sujet de la page	Ces balises vont apparaître dans le résultat Google, elles doivent être renseignées	Les remplir en rapport avec la page	<a href="#">Source</a>			
SEO	es titres ne se suivent pas de manière logique (h1 puis h2 puis h3 etc.	Structurer de manière logique le contenu.	L'ordre des titres doit être logique h1 puis h2 et ainsi de suite.	Revoir la structure et les titres	<a href="#">Source</a>			
SEO	Le nom des H1 ne contient pas le mot clé	Afin d'améliorer le référencement par rapport à un mot clé, celui-ci doit apparaître dans H1	Le H1 de la page d'accueil ne mentionne que le nom de la marque, et pas le mot clé à optimiser	Renommer le H1 de la page d'accueil contenant le mot clé	<a href="#">Source</a>			
PERFORMANCE	Les images sont plus grosse que leur conteneur.	Actuellement les images sont redimensionné via le CSS	Adapter les formats d'images avec leurs conteneurs.	Redimensionner ces images à la taille du conteneur	<a href="#">Source</a>			
PERFORMANCE	Toutes les images ne sont pas compressées.	Compresser les images sans perte de données permet un gain de place		Optimiser les images (loseless)	<a href="#">Source</a>			
SEO	des liens concernant les annuaires n'est pas pertinente, voir danger	La liste des liens d'annuaire n'est pas pertinente, et les liens partenaires manque de cohérence avec l'objet du site	Mieux vaut privilégier une bonne accessibilité et un bonne structuration du site que des inscription sur des annuaires	Supprimer les liens vers les annuaires, chercher des partenaires du même secteur économique	<a href="#">Source</a>			
SEO	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	<a href="#">Source</a>			
SEO & ACCESSIBILITE	Manque une Url canonique	Utiliser une redirection ou une balise canonique pour index.html.	Google pourrait interpréter la page "index.html" comme étant une page différente de la page d'accueil " / " risquant donc de croire à du contenu dupliqué	Pour rediriger vers l'accueil, utiliser une balise canonique sur index.html	<a href="#">Source</a>			
SEO	Présence d'une URL "https" et "http.	Privilégier le https et rediriger l'autre.	Google priorise désormais les https. Prévoir une redirection de l'ancienne adresse.	Rediriger par 301 http vers https via htaccess	<a href="#">Source</a>			
SEO	Présence d'une URL "www" et non "www".	N'utiliser qu'un seul type d'URL et rediriger l'autre.	Google peut penser qu'il s'agit de deux pages différentes. On doit se focaliser sur une adresse unique.	Rediriger par 301 l'une vers l'autre via htaccess	<a href="#">Source</a>			
SEO	Citation et texte en image au lieu d'être en texte	elle ne peut donc être lu par les robots, alors que cela peut être	Écrire les contenus en texte	Changer les images par du texte				
SEO	Le nom de la page de contact "page2" n'est pas pertinent.	Le nom donné aux pages doit être explicite.	Ici le titre "page2" n'indique rien sur le contenu de la page.		<a href="#">Source</a>			
PERFORMANCE	scripts ne possèdent pas tous d'attribut « defer » ou placé en fin de page	Dans le cas d'utilisation de JS à des fins "cosmétiques", il vaut mieux retarder leur déclenchement pour augmenter la vitesse de chargement de la page	Ici l'attribut "defer" n'était pas spécifié. Les scripts se lançaient donc en même temps que le chargement de la page	Ajouter l'attribut "defer" aux balises script	<a href="#">Source</a>			
SEO & ACCESSIBILITE	responsive, mais quelques ajustements sont nécessaires pour les larg	Le site doit, soit posséder une version mobile, soit être responsive	En dessous de 600px certains paragraphes nécessitent un scrolling horizontal	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>			
SEO	ts clés dans la description, le titre du site, et un maximum de titre h (n	On doit maximiser l'apparition des mots clés souhaités, d'une part dans la structure du site (cf.infra) mais également dans son contenu. Néanmoins il faut toujours garder en tête que cela ne doit pas être fait au dépend de l'utilisateur.	Les mots clés étaient de manière générale, utilisés de manière non recommandée (cf.black hat) et non présents dans les endroits attendus (Title, H1,...).	Ici on a placé les mots clés le plus souvent possible sur la page d'accueil	<a href="#">Source</a>			

Catégorie																	
SEO & ACCESSIBILITE																	
SEO & ACCESSIBILITE																	
SEO																	
SEO																	
SEO																	
SEO																	
SEO																	
SEO																	
PERFORMANCE																	
PERFORMANCE																	
SEO																	
SEO																	
SEO & ACCESSIBILITE																	
SEO																	
SEO																	
SEO																	
SEO																	
PERFORMANCE																	
SEO & ACCESSIBILITE																	
SEO																	