**Rapport d’Optimisation**

Pour quelles raisons le site n’apparait qu’en 2ème page du moteur de recherche?

Et que faut-il faire pour qu’il apparaisse en 1ère page ?

Plan :

* + - Améliorer le SEO (on page et off page) permet de faire remonter le site dans les résultats de recherche
    - en quoi l’amélioration de ses performances techniques permet de renforcer son SEO
    - enfin en quoi est-ce important de perfectionner l’accessibilité d’un site internet

Tout d’abord, nous allons aborder les différentes manières d’améliorer son référencement naturel SEO  : On-page, c’est-à-dire tout ce qui correspond à l’optimisation du contenu.

* 1. L’URL doit être intelligible.

C’est-à-dire que l’URL doit être lisible pour remonter dans les résultats de recherche. Ne surtout pas écrire d’URL avec des %...( ex : <file:///C:/Users/lydia/Documents/P4/Starting%20website/index.html>).

Puis, elle doit de préférence contenir le mot clé pour permettre de remontée plus facilement et rapidement dans les résultats de recherche de google. En effet, lorsque l’utilisateur tape une requête sur les moteurs de recherche, google regarde et prend en compte l’URL qui donne des informations sur le sujet du site web.

Différents logiciels permettent de rechercher et d’approfondir les mots clé tels que KW FINDER et KEYWORD PLANNER.

Et avec la GOOGLE SEARCH CONSOLE, on peut voir sur quel mot clé notre site internet remonte et le nombre de clic pour voir si nos balises Title et Description ont eu un impact sur les visiteurs.

* 1. Définir les balises Métas Title et Description.

Ce sont les balises les plus importantes car elles donnent envie aux visiteurs de visiter le site. Elles permettent aussi d’indiquer au moteur de recherche Google le sujet du site, de quoi parle le site. Elles doivent donc contenir le mot clé car elles sont affichées dans les résultats du moteur de recherche.

Il faut d’abord écrire ces balises pour les visiteurs puis pour Google, en ajoutant le mot clé pour améliorer une nouvelle fois le référencement et permettre de remonter le site en 1er page du navigateur. Si elles ne sont pas présentent, le site perdra en performance car google ne le répertoriera pas lorsqu’un visiteur tapera sa requête sur google.

La balise Méta Keywords n'est plus accepté par le moteur de cherche google, elle est donc à retirer du code source.

* 1. Structurer le code source.

Il faut ensuite structurer le code source, c’est-à-dire qu’il ait un seul h1 avec le mot clé, plusieurs h2 avec si possible un synonyme du mot clé, plusieurs images, plusieurs paragraphes, plusieurs liens internes et 1 ou 2 liens externes, diversifiez les balises sémantiques, séparer le 1er et 2ème plan…

Si le code source du site n’est pas correctement structuré, Google prendra plus de temps à comprendre les éléments de la page et donc les transmettra moins rapidement et moins bien aux utilisateurs.

Si le code source est correctement structuré, il sera plus perceptible, intelligible et maintenable et donc compréhensible pour les utilisateurs ainsi que le moteur de recherche.

Pour vérifier si un code source est correctement écrit et structuré, on peut utiliser les validateurs W3C pour le code CSS et HTML ainsi que HeadingsMap pour la structure des titres.

Pour aller plus loin, il est possible d’ajouter des données structurées au code des pages du site web comme par exemple des avis… pour aider les moteurs de recherche à mieux comprendre leur contenu et à augmenter le taux de clics car ces données attirent le regard des visiteurs. Ou encore améliorer l’espace entre les lignes, changer de police…

Maintenant, nous allons voir comment améliorer son SEO Off-page, c’est-à-dire toutes les tactiques SEO qui ont lieu hors du site web.

* 1. Des liens de meilleure qualité.

Un site web qui contient trop de liens sera beaucoup moins performant, qu’un site qui en contient moins mais de meilleure qualité « Trust flow ». Contenir trop de liens sans intérêt est une technique de blackhat, cela peut nuire au site et Google peut nous pénaliser pour ça. Les liens peuvent être des liens spammy, c’est-à-dire de mauvaise qualité.

Plus nous aurons de liens de qualité, plus cela augmentera notre autorité et donc notre classement.

D’autre part, pour améliorer la qualité de son SEO Off-page, il est vivement recommandé de créer des liens allant vers les pages des réseaux sociaux. En effet, les réseaux sociaux permettront d’augmenter l’autorité du site, sa visibilité et donc le traffic vers notre site et cela montre un effort de distribution. Il est aussi recommandé des créer des partenariats avec les autres sites qui parlent de notre site ou avec ceux dont le contenu nous intéresse. Cela améliorera sa performance car il sera cité et donc encore une fois l’autorité de notre site augmentera et ainsi son classement sur le moteur de recherche. Il est donc recommandé de diversifier un maximum les liens. Il existe des outils pour vérifier la qualité des liens tels que Majestic.

Maintenant, nous allons voir comment perfectionner ses performances techniques pour améliorer son SEO et donc permettre un meilleur classement.

* 1. Mobile-first.

En 2015, le moteur de recherche Google a enregistré plus de requêtes provenant d’appareils mobiles que d’ordinateurs. Il a alors adopté la stratégie d’indexation Mobile-First, c’est-à-dire qu’il utilise dorénavant la version Mobile pour son classement et son indexation. Plus la version mobile sera performante et plus il sera possible d’obtenir un meilleur classement dans les résultats de recherche.

Il faut donc optimiser ses performances techniques en rendant le site responsive.

Dans notre cas, le site est globalement responsive. Il ne l’ai pas sur un point, notamment lorsque le texte est inséré en img (capture d’écran).

Cela pose d’ailleurs un problème d’accessibilité car le texte doit être écrit en texte brut dans le code source.

En effet, le texte doit pouvoir s'adapter selon les utilisateurs (changer de taille, police et/ ou couleur si on le souhaite). Et dans ce cas-là, il ne sera pas visibles par les utilisateurs de lecteur d’écran.

Il est possible via Search, de faire un test d’optimisation mobile pour savoir si notre site, nos pages sont responsives et mobile-friendly.

* 1. Alléger les pages.

Optimiser les performances techniques d’un site correspond aussi à améliorer sa vitesse de chargement notamment en allégeant ses pages.

Pour alléger les pages d’un site web, il est essentiel de redimensionner les images.

Les images ne doivent pas être trop grandes par rapport à leur conteneur dans le code source. Il ne faut pas laisser le langage CSS les adapter pour nous mais le faire avant pour optimiser la vitesse de chargement des pages.

Pour rendre le site plus performant, après avoir redimensionner les images, il est aussi possible de les compresser.

Pour compresser des images, il est possible de passer par le site ImageOptim.

Pour aller encore plus loin, pour alléger les pages webs, on peut aussi minifiez le code source via l’application web <https://www.minifier.org/>, c’est-à-dire le réduire en retirant tous les caractères inutiles comme par exemple tous les espaces, saut de lignes, commentaires…

Ou encore Gzip pour réduire sa taille et augmenter la vitesse de chargement du site internet.

Lorsque les images sont de trop grandes tailles par rapport à leur conteneur et lourdes, le moteur de recherche Google prendra plus de temps pour les télécharger et donc la vitesse de chargement des pages sera plus lente, il y a dans ce cas une perte de performance du site.

Ici, nous pouvons voir que les images du site d’origine sont presque 2 fois plus grandes que celles du site optimisé.

Ici, nous pouvons voir que les images du site d’origine sont 5 fois plus lourdes que celles du site optimisé.

Le site était déjà performant mais il ne se classait qu’à la 2nd page du classement des résultats du moteur de recherche.

Avec l’application web, GTmetrix, il est possible de calculer la vitesse de changement du site internet. Nous pouvons voir sur l’image que le site web optimisé est plus de 4 fois plus rapide que la version d’origine et qu’il est performant.

Enfin, nous allons voir en quoi il est important que notre site puisse être accessible à n’importe quel utilisateur.

Pour qu’un site internet soit accessible, celui-ci doit respecter les critères et exigences du Guide de test d’accessibilité WCAG, qui reposent celui quatre grands principe qui sont : un site doit être perceptible, utilisable, compréhensible et robuste.

* 1. L’Accessibilité d’un site internet passe tout d’abord par le nommage des éléments : les textes alternatifs comme par exemple les attributs title, aria-label et alt pour les images. Si l’on nomme pas correctement tous les éléments d’un site internet, l'ordinateur ne pourra pas correctement les restituer pour les utilisateurs handicapés, ayant une mauvaise connexion internet et/ou utilisant des TA (Technologies d’assistance) comme par exemple les lecteurs d'écran et accessibilité clavier… Ces utilisateurs ne pourront pas savoir ce qu'il y a par exemple sur une image si elle n’est pas décrite correctement via l'attribut alt.

Il y aura donc une perte de perceptibilité de la page internet par certains utilisateurs.

Nous pouvons tester une page pour savoir si tous les éléments sont correctement nommés avec les extensions de google chrome WAVE et AXE.

La version optimisé du site internet est donc perceptible, utilisable et robuste car tous les éléments y sont définis, le site est donc facile à voir et à entendre par tous les utilisateurs de TA.

Il y a cependant des limites à ces outils automatisés. En effet, nous pouvons voir via le logiciel axe, que les problèmes manquants sont des problèmes de contraste alors que dans le logiciel Wave, les problèmes de contraste sont résolus.

Il existe une application permettant de vérifier manuellement à l’aide d’une pipette les problèmes de contraste, ce logiciel est Colour Contrast Analyser (CCA).

* 1. Pour qu’un site soit accessible, il faut aussi que les pages internet respectent des contrastes de couleurs suffisant pour pouvoir être lisible. Les couleurs entre le 1er (texte et hors texte : icônes, commandes interactives…)et 2nd plan doivent être suffisamment contrastées et avoir de la cohérence pour que le site web soit visible et compréhensible.

Il faut cependant utiliser la couleur uniquement en tant qu'indication secondaire pour communiquer des informations, même si elle n’est pas à négliger. Le nommage des éléments est primordial.

Comme je viens de le dire juste au-dessus, pour qu’un site web soit accessible, il doit avoir de la cohérence.

* 1. Lorsque des éléments ne sont pas similaires mais qu’ils ont la même fonction, le site perd en cohérence, performance et compréhensibilité.

Dans notre cas, le site internet n’est pas cohérent car le menu de navigation et le footer ne sont pas similaires sur les deux différentes pages du site internet alors qu’ils ont le même fonction.

Dans ce cas-là, l’utilisateur aura du mal à ce que l’élément similaire ne fonctionne pas comme l'autre. Il y aura une perte de vitesse et de performance du site.

Si un élément a une fonction similaire à un autre, sa propriété et son comportement doivent être les mêmes. Il doit y avoir une cohérence entre toutes les pages, interfaces du site web pour le rendre prévisible et compréhensible.

Enfin, pour qu’un site web soit accessible par n’importe quel utilisateur, il faut lui définir une langue dans la balise <html lang= ‘X’> du code source.

* 1. Si la valeur dans cette balise est default, le moteur de recherche Google sera incapable de lire et retranscrire correctement le contenu des pages aux utilisateurs. Il y aura aussi un problème d’accessibilité pour les personnes utilisant des TA comme des lecteurs d’écran car celui-ci convertira le texte en audio avec un accent différent de la langue souhaitée ou plusieurs mots changeront complétement de sens.. Il est donc important de toujours définir une langue dans la balise html en tant qu'attribut pour qu'il soit compréhensible par les utilisateurs et les personnes utilisant des TA.