

10 recommandations pour améliorer le SEO du site, classées par thème

Préambule : Nous utilisons indistinctement robots, bot ou Googlebot pour désigner les algorithmes des navigateurs qui vont référencer les sites dans l'objectif de SEO. Google ayant une large part du marché, possède aussi une avance sur les autres navigateurs. Les internautes lui reconnaissent cette qualité. Ainsi, en répondant et en facilitant le travail de Googlebot, nous travaillons pour les robots des autres navigateurs.

1. Corriger la balise html

L'attribut « lang » est déclaré erroné par le validateur W3C. Par ailleurs, le bon attribut donnera une information importante à Googlebot pour réaliser une référencement géographique correct.

2. Reprendre le <head> et ses méta descripteurs

Méta description à remplir ;

Indiquer un titre ;

Ajouter une balise robots.txt. Pour des valeurs par défaut, ce n'est pas vraiment utile. Je souhaite juste insister pour éviter le risque de mettre nofollow ou noindex.

La balise méta keywords a été utilisée de manière trop abusive (remplissage de liste de mots-clés et parfois sans lien entre eux). De ce fait, les moteurs de recherche lui ont retiré toute fonction depuis 10 ans. Google précise ne lui avoir même jamais accordé aucune valeur en SEO.

Ajouter des méta pour réseaux sociaux (Facebook, Twitter) en cohérence avec les liens externes en bas de page. Ces balises facilitent le travail de référencement de ces réseaux sociaux. Ils nous le conseillent d'ailleurs en nous donnant les indications pour les informations à glisser entre ces balises.

Inclure une méta donnée par Google Analytics. Celle-ci ne nous servira pas tant que le site n'est pas en ligne chez un hébergeur. Cependant, le suivi du SEO est essentiel pour vérifier notre travail et constater l'amélioration du référencement. Et ainsi continuer l'amélioration SEO grâce à un suivi de Keys Performance Indicator - KPI. Nous pourrons aussi suivre l'apport des nouveaux liens retour (net linking) négociés par l'Agence.

Le tout en insistant sur le mot clé retenu : Entreprise webdesign Lyon.

Cette première partie du code est fondamentale pour aider les robots des navigateurs à lire, comprendre et indexer le site. Si nous aidons les bots, nous simplifierons leur travail pour un référencement naturel. A réaliser sur toutes les pages.

3. Accélérer le chargement des pages en agissant sur les fichiers

Minifier les fichiers CSS ou utiliser une adresse qui pointe vers un réseau CDN ;

Minifier les fichiers JavaScript. D'où une lecture plus rapide par les navigateurs. Pour l'œil humain du développeur, le temps augmente 😊. Mais il gardera un fichier avec indentation du code.

Néanmoins, le gain sur ces deux premiers items est faible en terme de délai d'attente. Le rapport donné par GTmetrix le précise.

Indiquer un ordre de chargement des fichiers JS avec « defer ». Cela permet à l'utilisateur et au robot de voir la page s'afficher rapidement, même si elle n'est pas encore complète. Un autre conseil (du Framework Bootstrap entre autres) est de placer les scripts JS avant la fermeture de la balise <body>.

4. Un gros gain de temps de chargement à gagner sur le poids des photos

Faire correspondre le contenant de la photo à la taille de la photo. Dans ce cas, nous pourrions diminuer le temps de chargement de photos trop lourdes inutilement. En effet, elles n'apportent rien au site, puisque le code CSS va les redécouper. (Exemple : « 1 .jpg » taille 1003x1003px pour un contenant de 270x270px).

Nous pouvons aussi compresser sans perte de données à l'écran (lossless) les autres photos. Le site est riche de ces photos métier. Cette compression diminuera de façon significative le temps de chargement (il y a plusieurs photos et le site, je suppose, est appelé à s'enrichir).

5. Débugger le code

Petites corrections pour l'affichage de la barre de navigation. Dans la page 2, la barre de navigation est illisible ou mal placée.

Corrections du formulaire de contact.

Le bouton bas de page pour revenir en haut de page ne fonctionne pas sur la page index.

Le validateur HTML5 et CSS du W3C apporte une aide sur la rédaction du code. Là où le validateur bloque, Googlebot bloquera aussi et dépensera des ressources à contourner le problème.

Corriger quelques fautes d'orthographe du texte donnera un visage professionnel au site. Google ayant un correcteur d'orthographe, j'imagine que cela peut être un critère pour reconnaître un contenu de qualité.

L'objectif est de faciliter le travail des robots et de leur permettre de dépenser moins de ressources. Celles-ci seront précieuses pour que le robot aille jusqu'au bout de la lecture du site et de ses liens. Le site aura aussi une image professionnelle pour l'utilisateur.

6. Ajouter des informations textuelles

Remplir l'attribut alt des images, pour le robot, mais aussi pour une meilleure accessibilité ;

Ou modifier l'attribut alt déjà rempli en accord avec le mot clé « Entreprise webdesign Lyon » ;

Googlebot ne lit pas le texte inclus dans les images (ici, les citations et titres), d'où perte d'information du contenu pour le référencement. L'utilisateur et le robot ne voient pas la même chose. Google déconseille cette pratique, ici involontaire ;

La Chouette Agence possède un bureau où les clients peuvent rencontrer les spécialistes du webdesign. Il est clairement indiqué sur le site. C'est aussi un positionnement local, dit géographique. Le code héberge lui une autre indication « Paris web design ». Il faut retrouver de la cohérence.

7. Utiliser la possibilité donnée par la sémantique

Renommer la page2 pour qu'elle soit plus descriptive. Essayer d'inclure le mot clé donné par le cahier des charges en suivant les conseils de Léo Sider, expert SEO, cités dans le rapport d'analyse ;

Donner des noms de fichier aux images en rapport au mot clé aidera le référencement ;

En sémantique html5, les niveaux de titres se suivent. Ici, l'ordre donne $h1 > h3 > h2 > h3$;

Renommer aussi certaines <div> avec la sémantique de html5.

Inclure des labels ARIA dans les liens <a href>, là où la sémantique html n'est pas suffisante, suivant les conseils du W3C. Cette information améliore aussi l'accessibilité.

8. Eviter le Black Hat

Retirer les mots clés cachés à l'internaute, mais visible par Googlebot dans la barre de navigation, mais aussi le pied de page ;

Retirer les liens en pied de page sans cohérence avec le métier de l'Agence. Par ailleurs, ces liens pointent vers une erreur 404, qui ralentit le travail du robot et consomme en quelque sorte notre crédit de référencement. Visuellement, ces liens alourdissent le pied de page.

9. Vue responsive

Les citations sont intéressantes pour le contenu de la page. Cependant, elles ne sont pas responsives ;

Les photos de même niveau hiérarchique n'ont pas le même comportement en vue adaptative.

10. Accessibilité pour les personnes en situation de handicap

Les images contenant du texte ne sont pas lisibles par les lecteurs d'écran ;

Augmenter le contraste en jouant sur les couleurs, taille du texte, bordures, boutons et logo ayant comme fond une photo ;

Jouer aussi sur « l'épaisseur » du logo d'en-tête pour une meilleure visibilité ;

Personnellement, des stries en trame de fond compliquent ma lecture des textes ;

Augmenter la taille de certains textes trop petits et difficiles à lire sur tous les écrans ;

Ajouter des points de repère ARIA pour décrire la structure du document (surtout la page d'accueil). Ils peuvent être complétés aujourd'hui par la sémantique riche de html5 (voir ci-dessus paragraphe 7).

Comme justification, l'accessibilité est demandée dans le cahier des charges et les références sont indiquées dans le rapport d'analyse.

En conclusion, une même correction se trouve détaillée dans plusieurs thèmes suivant l'angle d'entrée de la stratégie SEO. Ainsi, une vue responsive ou des attributs de balises html correctement nommés concourent à l'accessibilité du site pour tous.