

| Catégorie           | Problème identifié                    | Explication du problème   | Bonne pratique à adopter  | Action recommandée | Référence   |
|---------------------|---------------------------------------|---|---|--------------------|---|
| SEO                 | Balise keyword                        | La balise keyword ne contient pas les mots clés appropriés. Elle utilise le mot clé localisant Paris, alors que l'entreprise veut se positionner sur Lyon. De plus les mots clés se répètent. Elle apparaît sur la page de façon dissimulée   | Faire une analyse des mots clés pertinents pour l'entreprise.   | non                | <a href="https://optimiz.me/la-balise-meta-keywords/">https://optimiz.me/la-balise-meta-keywords/</a>   |
| SEO                 | Balise title vide                     | La balise title optimisée avec un mot clé permet aussi au navigateur de comprendre quelle est la thématique de la page. Le titre est aussi visible des internautes. Il va donc les insister ou non à visiter le site. Si la balise est vide, le moteur de recherche n'est pas aidé dans sa compréhension et l'internaute n'est pas incité à visiter le site.  | Nommer la page avec un mot clé -70 caractères.<br>Choisir un titre lisible et évocateur du contenu de la page.  | oui                | <a href="https://developers.google.com/search/docs/beginner/seo-starter-guide?hl=fr#find">https://developers.google.com/search/docs/beginner/seo-starter-guide?hl=fr#find</a>   |
| SEO                 | Balise description vide               | Dans le même esprit que pour la balise title, l'apparition de mots clé facilite la compréhension des navigateurs. Mais également celle des internautes. Celle-ci doit être d'abord rédigée pour les visiteurs du site puis optimisée pour Google.   | Optimiser la balise description avec la présence d'un mot clé. Entre 132 et 160 caractères max. La balise peut en comporter plus, cela laissera le choix à Google d'afficher ce qu'il voudra.   | oui                | <a href="https://developers.google.com/search/docs/beginner/seo-starter-guide?hl=fr#find">https://developers.google.com/search/docs/beginner/seo-starter-guide?hl=fr#find</a>   |
| SEO                 | Pas de mot clé dans l'url             | Sans mot clé dans l'url le moteur de recherche ne sait pas de quoi traite le site et doit donc chercher l'information plus longuement.  | Le mot clé doit figurer dans l'url pour aider Google à comprendre de quoi la page traite.   | oui                | <a href="https://developers.google.com/search/docs/beginner/seo-starter-guide?hl=fr#find">https://developers.google.com/search/docs/beginner/seo-starter-guide?hl=fr#find</a>   |
| Accessibilité       | Pas de langue déclarée                | L'entreprise est française et souhaite se localiser en France, à Lyon en particulier. Il est donc nécessaire de paramétrer la balise langue en français. Par ailleurs, cela est à prendre en compte dans l'amélioration de l'optimisation. Déclarer une langue permet aux robots qui vont lire la page pour les personnes mal ou non voyantes de savoir quelle langue parler. Ici français, sans accent !   | Déclarer une langue lorsque le site est localisé  | oui                | <a href="https://www.w3.org/WAI/WCAG21/Understanding/language-of-page">https://www.w3.org/WAI/WCAG21/Understanding/language-of-page</a>   |
| SEO                 | Pas de mot clé dans le h1             | La balise keyword n'avait pas déclaré "la chouette agence comme mot clé". Or, les mots clés sont ce qui est tapé par les internautes lors d'une recherche. Les faire figurer dans l'architecture sémantique permet de se positionner sur ces recherches.  | Faire figurer un mot clé dans tous les titres h1, h2, h3 etc.   | non                | <a href="https://developers.google.com/search/docs/beginner/seo-starter-guide?hl=fr#find">https://developers.google.com/search/docs/beginner/seo-starter-guide?hl=fr#find</a>   |
| SEO / accessibilité | Architecture sémantique non respectée | Le respect de l'architecture sémantique html participe à la compréhension du contenu et indique ce que la partie de la page va contenir. Par ailleurs en termes d'accessibilité, cela aide les personnes en difficulté à comprendre l'organisation de la page et d'aller directement à la section qui les intéresse.<br>Internes:<br>De nombreux liens internes se répètent. Ils renvoient vers la page d'accueil sur laquelle nous nous trouvons déjà ainsi que sur la page deux que constitue le formulaire de contact.   | Respecter l'architecture h1 puis h2 puis h3 etc   | oui                | <a href="https://developer.mozilla.org/fr/docs/Web/Accessibility/Mobile_accessibility_checklist">https://developer.mozilla.org/fr/docs/Web/Accessibility/Mobile_accessibility_checklist</a>   |
| SEO                 | Liens redondants et incohérents       | Externes:<br>Il y a dans le footer de nombreux liens, sans rapport avec l'activité de l'agence.<br>Ces liens sont utilisés pour donner de l'autorité au site, seulement ils sont contre productifs. Non seulement les liens en footers ne sont pas toujours crawlés par Google mais en plus ils peuvent être considérés comme backlinks. Ce qui est pénalisé par les navigateurs.<br>Nous pouvons conserver les liens vers les annuaires du secteur ainsi que les liens vers les sites partenaires. Néanmoins, cela ne fait pas très sérieux et ne donne pas confiance. | Créer un maillage internet pertinent, via par exemple des pages de contenus dédiées à un sujet.<br>Recherche de l'autorité via des sites externes crédibles. Par exemple en nouant de vrais partenariats, en figurant sur les annuaires du secteur, en faisant des ponts avec ses réseaux sociaux, en bénéficiant d'avis clients non truqués.<br>Toute tentative de triche, est sanctionnée par le moteur de recherche. | oui                | <a href="https://static.googleusercontent.com/media/guidelines.raterhub.com/fr/searchqualityevaluatorguidelines.pdf">https://static.googleusercontent.com/media/guidelines.raterhub.com/fr/searchqualityevaluatorguidelines.pdf</a> |
| Accessibilité       | Texte illisible                       | En termes d'accessibilité, il est nécessaire que le texte ne soit pas en caractère tout petit. C'est le cas notamment de la div keywords et d'autres paragraphes.   | Avoir une taille de texte suffisante rend le site plus attrayant car moins difficile à lire. Par ailleurs, cela aide aussi les personnes malvoyantes.   | oui                | <a href="https://www.w3.org/WAI/WCAG21/Understanding/resize-text.html">https://www.w3.org/WAI/WCAG21/Understanding/resize-text.html</a>   |
| Accessibilité       | Répétition de texte alternatif        | Certains textes alternatifs se répètent. Cela suggère du contenu dupliqué. Ce texte permet aux personnes utilisant un lecteur d'écran de savoir de quoi traite l'image. C'est également le cas pour les moteurs de recherche.   | Rédiger un texte alternatif spécifique à chaque image. Le texte doit décrire l'image et ne pas simplement donner des mots clés. Plus le texte est précis et concis mieux c'est.   | non                | <a href="https://www.w3.org/WAI/WCAG21/Understanding/non-text-content.html">https://www.w3.org/WAI/WCAG21/Understanding/non-text-content.html</a>   |
| Accessibilité       | Contraste insuffisant                 | De nombreux textes sont rendus difficiles à lire en raison du contraste trop faible entre la couleur du texte et celle du fond.   | Le contraste des couleurs doit être conforme aux exigences du niveau AA du WCAG 2.1 :<br>Un contraste dont le ratio est de 4.5:1 pour les textes normaux (dont la fonte est inférieure à 18 points ou 14 points en gras)<br>Un contraste dont le ratio est de 3:1 pour les grands textes (18 points minimum ou 14 points en gras).  | oui                | <a href="https://developer.mozilla.org/fr/docs/Web/Accessibility/Mobile_accessibility_checklist">https://developer.mozilla.org/fr/docs/Web/Accessibility/Mobile_accessibility_checklist</a>   |
| Accessibilité       | Présence de texte sous forme d'image  | Il ya 3 paragraphes de texte qui apparaissent sous forme d'image. C'est un problème en termes d'accessibilité car les images ne sont pas lues par les lecteurs d'écran. Ni le moteur de recherche Il faudrait alors que le texte alternatif soit exactement le même que celui écrit sur l'image.  | Préférer un texte de type <p> à une image.  | oui                | <a href="https://developers.google.com/search/docs/advanced/guidelines/google-images">https://developers.google.com/search/docs/advanced/guidelines/google-images</a>   |
| SEO                 | Format d'image                        | Les images du site sont enregistrées dans des formats lourds et anciens. Notamment en .bmp. cela ralentit le chargement de la page.   | Enregistrer les images dans le format approprié.<br>.jpeg pour les photos<br>.png pour les illustrations  | oui                | <a href="https://web.dev/choose-the-right-image-format/">https://web.dev/choose-the-right-image-format/</a>   |
| Accessibilité       | Description des liens insuffisante    | Les liens des réseaux sociaux se présentent sous forme d'icone sans description.<br>Ils ne sont donc pas accessibles aux personnes utilisant un lecteur d'écran   | Décrire les liens de manière précise et s'ils sont sous forme d'icone les légèrder et sous forme d'image bien rédiger la balise alt.  | oui                | <a href="https://developers.google.com/search/docs/beginner/seo-starter-guide?hl=fr#find">https://developers.google.com/search/docs/beginner/seo-starter-guide?hl=fr#find</a>   |