

Rapport d'Optimisation

Pour



La chouette agence

Introduction

La « chouette agence » dispose d'un site web très mal indexé sur les moteurs de recherches. En effet, celui-ci ne figure que sur la 2ème page des résultats de recherche. Afin de palier ce problème et de trouver des axes d'amélioration pour le référencement naturel (SEO), j'ai effectué une analyse complète du code source¹. Cet audit s'est fait sur la base de mes connaissances, mais aussi avec l'aide d'outils comme Google PageSpeed, Gtmetrix ou encore Tanguru. Le but de ce travail est de trouver les axes d'améliorations SEO en se basant sur le fonctionnement des moteurs de recherches, et d'améliorer l'accessibilité en se basant sur les directives WACG². À la suite de cet audit, j'ai pu établir une liste de propositions, pour l'amélioration du SEO et de l'accessibilité, que j'ai divisée en plusieurs catégories. J'ai intégré cette liste de propositions dans le contenu de ce rapport.

Amélioration de l'accessibilité et du SEO du site

Performances du site

Les robots des moteurs de recherches et particulièrement celui de Google favorisent les sites web les plus optimisés au niveau des ressources nécessaires pour la lecture de celui-ci. En effet, plus un site est léger, plus il sera facile à crawler et aura une meilleure indexation. Pour cela, il est donc important d'alléger un maximum le site. Pour ce faire, je propose donc :

1. De minifier³ les codes CSS et JavaScript du site.
2. De redimensionner les images pour les qu'elles aient nativement la taille d'affichage sur le site.
3. Deux des images sur les quatre sont en .bmp beaucoup plus lourd que le .jpg. Je propose de convertir ces images en Jpeg.

Pratiques black hat

Dans le domaine du SEO, le terme black hat⁴ désigne la volonté de tromper les robots des moteurs de recherches avec des méthodes contraires à leurs guidelines. Ces pratiques peuvent être sanctionnées par les moteurs de recherches quand ceux-ci les repèrent. Il est donc impératif de les supprimer :

4. Du texte de la même couleur que le fond (et donc invisible pour le visiteur) contenant des expressions-clefs est présent dans le <footer> du site. Il y a aussi deux div avec du texte invisible dans le haut de la page. Cette pratique a pour but de tenter de tromper les moteurs de recherches afin qu'ils indexent les sites avec ces expressions. C'est une pratique black hat qui n'est même plus efficace aujourd'hui et est sanctionnée par Google. Je propose la suppression de ce texte et l'inclusion de ces expressions-clefs au sein des textes et titres visibles par l'utilisateur.

¹ Voir le fichier P4_01_analyse.ods

² Web Content Accessibility Guidelines ou directives d'accessibilité du contenu Web en français. Ces directives sont édités par le W3C <https://www.w3.org>

³ Une version du code épurée de ces caractères de mise en page (retours à la ligne, tabulations) qui n'est utile que pour les développeur·euse·s mais ignorée par le navigateur web.

⁴ La page consacrée au « black hat » sur Wikipedia :

[https://fr.wikipedia.org/wiki/Black_hat#Dans_le_domaine_du_SEO_\(search_engine_optimisation\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Black_hat#Dans_le_domaine_du_SEO_(search_engine_optimisation))

Accessibilité

En plus d'être important pour permettre l'accès du site aux personnes en situation de handicap, le respect des normes d'accessibilité améliore le référencement SEO. Plusieurs éléments du site ne respectent pas l'accessibilité :

5. Le lien vers la page de contact qui est présent dans le menu s'appelle « Page 2 ». Ce nom ne permet pas à l'utilisateur de comprendre vers quel page il se dirige quand il clique dessus. Il faut donc le changer en « Contact » ou « Contactez-nous ».
6. Trois paragraphes du site sont des images. Cela pose problème pour un utilisateur aveugle ou mal voyant qui utiliserait un logiciel de lecture audio des textes, ou pour grossir les caractères qui ne pourrait donc pas lire ou entendre un texte présent sur une image. Les robots des moteurs de recherches ne peuvent pas non plus lire ces images. Je propose de supprimer ces images du site et de réécrire les textes en utilisant des propriétés CSS pour que la mise en page de ces textes soit la plus proche possible des images.
7. Les attributs « alt » des balises images ont les mêmes valeurs et ne permettent pas de décrire le contenu de l'image. Or, cette description est utilisée par des logiciels de navigation pour les aveugles afin de leur fournir une description de l'image. Les moteurs de recherches l'utilisent aussi pour crawler et indexer le site. Je propose donc de remplir ces attributs avec des descriptions claires de leurs images.
8. Le nom du site « La chouette agence » est une image. Cela pose le même problème de lecture pour les logiciels d'accessibilité ou pour les robots crawler que pour le point ci-dessus. Je propose donc l'utilisation d'une balise « <h1> » pour la remplacer, avec la police Quintessential⁵ pour rester proche du rendu visuel.
9. Pour faciliter la lecture des textes pour les personnes mal voyantes ou daltoniennes, il est recommandé dans les directives WACG de respecter un ratio de contraste d'au moins 4,5:1. Des textes du site ont un ratio inférieur à cette norme(2:1). Je propose d'augmenter le contraste entre les textes et les fonds afin d'arriver à un contraste conforme à cette norme. Je propose aussi l'ajout d'un fond de couleur sur le texte du bas pour faciliter sa lecture.

Informations dans la balise « <head> » des pages html

La balise <head> contient des éléments qui ne sont pas visibles sur la page web, mais qui fournit des informations sur le document (Ex : le titres et les liens vers différents scriptses ...). Sur le site de la chouette agence, les éléments de la balise « <head> » ont besoin d'être revus :

10. La balise « <title> » ne contient qu'un point pour la page d'index, et contient « page2 » pour la page de contact. Cette balise définit le titre du document (présent dans l'onglet de la page). « Le titre d'une page fait partie des éléments principaux qui sont scannés lors de l'indexation d'une page. C'est aussi le texte qui est affiché parmi les résultats du moteur de recherche, de façon proéminente et donc visible par les utilisateurs qui trouvent votre site grâce à un moteur de recherche. »⁶. Le titre doit donc être descriptif et unique sur un même site web. Je propose donc de les remplacer par « Présentation de la Chouette Agence » pour la page d'index, et « Contactez la Chouette Agence » pour la page de contact.
11. Il n'y a pas de balise « <meta name="description" content="..." /> ». Or, celle-ci incluant une description cohérente du site permettrait un affichage plus pertinent dans les résultats des moteurs de recherches⁷. Je propose donc d'en ajouter une.
12. Une balise « <meta name='robots' content='...' /> » peut être ajoutée pour demander aux moteurs de recherches de crawler la page.

⁵ La police Quintessential sue Font Squirrel : <https://www.fontsquirrel.com/fonts/quintessential>

⁶ Citation du site Mozilla Developer Network : <https://developer.mozilla.org/fr/docs/Web/HTML/Element/title>

⁷ Article de Wikipédia sur la balise « Meta description » : https://fr.wikipedia.org/wiki/Meta_description

SEO local

Il est fortement recommandé d'utiliser une balise de langue pour indiquer aux moteurs de recherches dans quelle langue est rédigée notre site web, et donc pour quels pays est destiné notre site :

13. Notre site ne contient aucune référence de langue dans la balise <html>. Cette agence étant située à Lyon, et donc en France, je propose l'ajout de l'attribue fr-fr.

Structure hiérarchique de la page

Pour un bon référencement SEO, nos pages web doivent respecter une structure hiérarchisée. Il doit y avoir de préférence un seul titre h1 qui doit être suivi de plusieurs sous-titres h2, et au besoin ces sections peuvent être encore divisées en sous-sections titrées par des h3 ... et ainsi de suite :

14. La hiérarchie des titres n'est pas respectée dans le site, des titres h3 surplombent des h2. Je propose d'inverser cet ordre des titres.

Mise en page

Une bonne mise en page sans erreurs, sans menus invisibles ou difficilement accessibles, améliorera la navigation du visiteur. Or, une navigation agréable augmentera les chances pour que le visiteur ait envie de partager le contenu du site sur les réseaux sociaux, forum, blog ... et améliorera donc le SEO. Ici, la mise en page de notre site contient des erreurs de mise en page :

15. Le menu est beaucoup trop décalé sur la droite sur la page de contact, au point même qu'il est en dehors de la page. Il faut donc corriger cela.
16. Toujours sur la page de contact, les champs à remplir ne sont pas alignés.
17. Le menu de la page de contact et de la page index contiennent une ligne vide, et les puces n'ont pas été supprimées. Il faut également corriger ces points-là.
18. Il n'y a pas de balises de structures de mise en page comme <header> <footer>...
19. Sur l'index et la page de contact, ce n'est pas les mêmes versions de bootstrap qui sont utilisées. C'est la raison de la différence de mise en page entre les deux pages. Il faut utiliser la même version pour les deux pages.

Conclusion

Après avoir mis en place ces différents changements au sein du code source du site, j'ai fait quelques tests comparatifs entre la version de départ et la nouvelle version, dans le but de mesurer les bénéfices apportés par rapport à la situation initiale.

Ainsi, via les captures d'écrans du site sur « Tanguru »⁸, il est possible de voir que le score d'accessibilité est passé de 63 % à 87 %, soit une progression de 24 %. Le site sera donc plus facilement accessible pour des personnes en situation de handicap.

Concernant les mesures liées à la vitesse de chargement des pages, on constate via « Gtmetrix » que la vitesse de chargement s'est améliorée pour passer de 64 % à 84 %⁹. On a donc une hausse de 20 %. L'outil « Google PageSpeed » confirme cette hausse des performances de chargement¹⁰.

Le site est donc optimisé au niveau de son référencement SEO et son accessibilité. Il faut maintenant attendre 3 mois minimum pour voir le site web remonter dans les résultats de recherches. C'est le temps pour que les moteurs de recherches crawlent et ré-indexent les pages du site.

⁸ Voir fichiers « P4_03_audit_tanaguru_1er_version.pdf » et « P4_04_audit_tanaguru_2eme_version »

⁹ Voir fichiers « P4_05_GTmetrix_1er_version.png » et P4_06_GTmetrix_2eme_version.png »

¹⁰ Voir fichiers « P4_07_google_gsm_1er_version », « P4_08_google_desk_1er_version », « P4_09_google_gsm_2eme_version » et « P4_10_google_desk_2eme_version »