

10 recommandations pour améliorer le SEO sur site La chouette agence				
	Recommandations	Justifications	Identification des solutions	Catégorie
EVITER LE BLACK HAT				
1	Retirer les 3 balises div keywords contenant des mots clés masqués : <ul style="list-style-type: none"> Haut page accueil : au niveau du logo La chouette. Bas page accueil : après les icônes réseaux sociaux. 	Cela s'apparente à du Keyword stuffing, technique de black hat à proscrire. Google met régulièrement à jour ses algorithmes pour repérer le Black Hat SEO. En cas de non respect de la charte de Google, le risque est grand de se voir infliger de lourdes pénalités SEO difficiles à lever ensuite.	Inspection du code html des pages du site. Site : searchenginewatch.com	SEO
2	Solution d'attente : Créer une page 404 pour les liens partenaires et annuaires en bas de page accueil en attendant de revoir la pertinence des liens en pied de page. Etudier l'opportunité de les placer ailleurs, dans une page annexe ou un article de blog à créer par exemple.	<i>Les liens partenaires et annuaires participent à l'accroissement de l'autorité et de la notoriété du site. Ils doivent néanmoins être cohérents et pertinents avec l'activité de la société. Placer des liens en pied de page n'est pas le plus pertinent. Attention au risque de black hat.</i>	Constat visuel. Au clic sur les liens, redirection 404 – page non trouvée. <u>Cours Openclassrooms.</u>	SEO
SEO ON-PAGE - ACCESSIBILITE				
3.1	Augmenter le contraste entre la couleur et l'arrière-plan pour plusieurs éléments des 2 pages accueil et contact du site. Rapports de contraste à respecter -> 4.5 :1 pour du texte standard et 3 :1 pour du texte plus grand. Ressources et outils W3C.	Fournir un contraste suffisant entre le texte et son arrière-plan afin qu'il puisse être lu par des personnes ayant une vision modérément faible. Critère RGAA 1.4.3	Audit Achecker – Référentiel accessibilité RGAA : W3C . Plugin chrome SMART SEO. Plugin Firefox WCAG Color contrast checker. Tanaguru contrast finder	Accessibilité
3.2	Reprendre le code html pour hiérarchiser les niveaux de titres h1/h2/h3.	Important de respecter la hiérarchie des balises hx. Critère RGAA 2.4.6 Par exemple, une balise h2 ne devrait être ouverte que si un titre <h1></h1> a été précédemment inséré.	Inspection du code html. Audit AChecker Référentiel accessibilité RGAA : W3C.	Accessibilité

	Recommandations	Justifications	Identification des solutions	Catégorie
3.3	Reprendre le code html et modifier l'attribut « default » de « lang » par « fr »	Ajoutez un code de langue valide à 2 ou 3 lettres, tel que défini dans la spécification ISO 639, à l'attribut HTML « lang », ici fr. Critère RGAA 3.1.1 Fournir des informations dans la page Web nécessaires aux agents utilisateurs pour restituer correctement le texte et autre contenu linguistique.	Inspection du code html. Audit AChecker – Référentiel accessibilité RGAA : W3C.	Accessibilité
3.4	Ajouter un attribut title aux liens twitter, facebook, dribbble et instagram , décrivant leur fonctionnalité et leurs objectifs.	Un lien contient un texte qui donne une description concernant les informations à cette URI. Critère RGAA 2.4.4. Aider les utilisateurs à comprendre la fonction de chaque lien et à décider s'ils veulent le suivre.	Inspection du code html. Audit WAVE – Référentiel accessibilité RGAA : W3C.	Accessibilité
3.5	Ajouter un attribut « for » à chaque élément <label> du formulaire en page 2 (contact)	Un formulaire doit contenir tous les éléments et attributs obligatoires. Critères RGAA 1.3.1 et 3.3.2 Un formulaire est composé de plusieurs champs qui doivent être les plus explicites possibles pour que l'utilisateur comprenne rapidement leur fonction.	Inspection du code html. Audit AChecker – Référentiel accessibilité RGAA : W3C. Audit Dareboost .	Accessibilité
3.6	Supprimez l'élément du code ou le décorer avec l'attribut hidden pour que les lecteurs d'écran l'ignore.	Les éléments <p>, , <button>, <legend>, <caption>, <figcaption> and <quote> : ne doivent pas être vides car s'ils le sont, certains lecteurs d'écran auront des difficultés à interpréter leur présence.	Inspection du code html. Audit Dareboost.	Accessibilité
3.7	Mettre en place une description du lien au sein des balises <a>, plutôt que d'indiquer le lien lui même. Exemple : Ma description	Un lien est plus attractif si son texte décrit ce qui se cache derrière. On peut par ailleurs en profiter pour travailler ces textes avec des mots clés bien choisis, dans une démarche d'amélioration de notre référencement. Rubriques concernées en pied de page : Partenaires, Annuaire liste 1 et Annuaire liste 2.	Inspection du code html. Audit Dareboost.	Accessibilité

	Recommandations	Justifications	Identification des solutions	Catégorie
SEO ON-PAGE – Optimisation technique du site et de la vitesse de chargement des pages				
4	<p>Paramétrer une mise en cache navigateur dans le fichier .htaccess.</p> <p>Tester le paramétrage avec giftspeed.com/cache-checker</p>	<p>La mise en cache est le processus de stockage de données dans un cache, une zone de stockage de données temporaire et rapide, pour que celles-ci soient retrouvées plus rapidement et facilement par la suite lors des consultations du site par les visiteurs.</p>	<p>Inspection des fichiers du dossier du site La chouette agence.</p> <p>Audit Dareboost.</p> <p>Cours Openclassrooms.</p>	SEO
5	<p>Différer l'utilisation du code javascript.</p> <p>Placer un attribut defer dans les scripts critiques ou placer les scripts à la fin du body dans la page html juste avant la balise </body></p>	<p>Lorsque le navigateur web rencontre du code JavaScript en interprétant le code source d'une page web, cela peut ralentir considérablement l'affichage de la page, surtout s'il est nécessaire de télécharger un script externe.</p> <p>Différez au maximum l'utilisation du Javascript pour assurer un début rapide de l'affichage de la page.</p>	<p>Inspecter du code html.</p> <p>Audit Dareboost.</p>	SEO
6	<p>Rendre le site responsive.</p> <p>S'assurer que les pages sont lisibles sur les formats mobiles et tablets.</p>	<p>Objectif « Mobile First » privilégié par le moteur de recherche de Google.</p> <p>Images contenant du texte tronquées en-dessous de 636 px : title.png, title2.png, citation.png.</p> <p>Images du portefeuille à redimensionner et à centrer (1 à 4.jpg).</p>	<p>Faire le test avec l'inspecteur DevTools , l'outil Test d'optimisation mobile de Google et Xrespond.</p>	SEO

	Recommandations	Justifications	Identification des solutions	Catégorie
7	Améliorer de la vitesse de chargement.	<p>La vitesse du site est un facteur important dans l'algorithme de Google. Les sites Web à chargement rapide peuvent s'attendre à être mieux référencés sur les pages de résultats d'un moteur de recherche attirer plus de visiteurs. C'est également une valeur ajoutée pour l'expérience utilisateur.</p> <p><u>Score avant optimisation :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Page Speed Insights : 86 % • GT Metrics : 64 % • Indice de vitesse : 3.3 s • Taille des pages : 3.79 MB <p><u>Score après optimisation :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Page Speed Insights : 96 % • GT Metrics : 97 % • Indice de vitesse : 1.9 s • Taille des pages : 576 KB 	<p><u>Outils :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • chrome-devtools • gtmetrix.com • pagespeed/insights 	SEO
SEO ON-PAGE – Mise en place d'une structure technique optimisée				
8.1	Renseigner la balise title afin qu'elle contienne au minimum 40 caractères, espace compris.	La balise Title est l'une des balises les plus importantes en SEO. Elle ne doit pas demeurer vide. En effet, elle décrit le contenu d'une page web et influe directement sur le positionnement de celle-ci puisque c'est l'un des facteurs SEO ayant le plus de poids aujourd'hui. De plus, elle est utilisée par les moteurs de recherche et les applications web lors d'affichages divers comme les résultats de recherche, les partages de lien, etc.	<p>Inspection du code html.</p> <p>Audit Yakaferci</p> <p>Audit Dareboost</p>	SEO

	Recommandations	Justifications	Identification des solutions	Catégorie
8.2	Renseigner la balise Méta description .	La Meta Description est une des balises HTML les plus connues en référencement. En effet, elle permet de fournir une description aux moteurs pour l’affichage des résultats au sein des SERP (search engine result page) ou aux applications web ayant besoin d’un petit résumé rapide. De plus, lorsqu’elle est de qualité, elle peut inciter l’internaute à cliquer sur notre site ce qui augmente le trafic naturel.	Inspection du code html. Audit Yakaferci Audit Dareboost	SEO
9.1	Convertir les images 3.bmp, 4.bmp et image-de-presentation.bmp au format jpg ou jpeg Outil : image.online-convert.com/	Standard images à respecter : jpeg, jpg, png, gif, svg, ico, webp Les images au format non standard risquent de ne pas être indexées par les moteurs de recherche.	Audit Dareboost.	SEO
9.2	Compresser les images sans perte. Taux de compression : de 39 % à 89 %. Redimensionner les images 1 à 4.jpg en 270*270	Fichiers trop lourds à proscrire sur une page web. L’image « image-de-presentation.bmp » pèse 6.2 MO pour une page pesant 8.3 MO en page1. Les autres images seront aussi à optimiser. Redimensionner les images 1.jpg, 2.jpg, 3.jpg, 4.jpg	Audit Dareboost. <u>Outils</u> : <ul style="list-style-type: none"> • compressor.io • onlineconvertfree.com • img2go.com/fr/redimensionner-image Outil Paint.	SEO
9.3	Création et placement d’un fichier robots.txt à la racine du texte.	Facilitez au maximum la découverte du site par les robots en leur indiquant quelles URLs ne doivent pas être explorées ou à contrario celles qui doivent l’être.	Audit Dareboost. Audit Yakaferci. Site : Robots-txt	SEO

	Recommandations	Justifications	Identification des solutions	Catégorie
9.4	Insérer une balise méta robots entre les balises <head></head> en complément du fichier robots.txt .	La balise meta robots permet d'indiquer si une page peut être indexée ou pas. Elle sert à fournir des directives aux robots quand ils consultent une page spécifique. Le fichier robots.txt sert, quant à lui, à indiquer aux robots s'ils ont le droit d'accéder à une page ou un groupe de pages du site	Site : webrankinfo.com	SEO
9.5	Création et placement d'un fichier sitemaps.xml à la racine du texte.	Un sitemap est un fichier listant les URL du site que l'on souhaite faire crawler (et généralement aussi indexer). Il doit être déclaré aux moteurs de recherche et aide à faire des analyses SEO avancées .	Site : webrankinfo.com Outil : xml-sitemaps.com	SEO
SEO ON-PAGE – Contenu reprenant les mots clés				
10	Utiliser des mots clés en lien avec l'activité, les produits et services, les clients. Mots clés importants à insérer dans les balises title et meta description puis dans les titres h1, h2, paragraphe et attributs alt des images (mots clés ou synonymes). Mot clé important à implémenter : "Entreprise webdesign Lyon".	Les moteurs de recherche se basent sur du contenu. La recherche de mots-clés est l'une des étapes la plus importante d'une optimisation SEO. En effet, rien ne sert d'optimiser un site sur des mots qui ne rapporteront pas de trafic, ou du trafic de mauvaise qualité. Privilégier les mots clés de longue traîne et locaux car plus qualifiés [Arbitrage entre volume et qualité].	Utiliser les outils suivants : <ul style="list-style-type: none">• Google analytics sur la durée.• Kwfinder• smartkeyword.io/• answerthepublic.com	SEO