

### Analyse de l'état actuel de SEO du site fourni

	Catégorie	Problème analysé	Bonne pratique à adopter	Explication du problème	Action recommandée	Référence
1	Accessibilité	Contraste couleur insuffisant	Contraste entre premier plan et arrière-plan suffisant. <b>Critère RGAA 1.4.3</b>	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.	Augmenter le contraste entre la couleur et l'arrière-plan pour 3 éléments identifiés. Rapports de contraste à respecter -> 4.5 :1 pour du texte standard et 3 :1 pour du texte plus grand. Ressources et outils W3C.  <b>Pb dû en fait aux div keywords invisibles (black hat).</b>	Audit AChecker – Référentiel accessibilité RGAA : W3C.  Plugin chrome SMART SEO
2	Accessibilité	Hiérarchie des balises hx non respectée.	Important de respecter la hiérarchie des balises hx. <b>Critère RGAA 2.4.6</b>	Comme dans une table des matières d'un livre, il est important de respecter la hiérarchie des balises hx. Par exemple, une balise h2 ne devrait être ouverte que si un titre <h1></h1> a été précédemment inséré. Le site La chouette agence ne respecte pas cette règle.	Reprendre le code html pour hiérarchiser les niveaux de titres.	Audit AChecker – Référentiel accessibilité RGAA : W3C.
3	Accessibilité	Code de langue non valide.	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. <b>Critère RGAA 3.1.1</b>	L'objectif de ce critère de succès est de faire en sorte que les développeurs de contenus Web fournissent des informations dans la page Web nécessaires aux agents utilisateurs pour restituer correctement le texte et autre contenu linguistique. Les technologies d'assistance ainsi que les agents utilisateurs conventionnels peuvent restituer le texte plus fidèlement si la langue de la page Web est identifiée.	Reprendre le code html et modifier l'attribut « default » de « « lang » par « fr »	Audit AChecker – Référentiel accessibilité RGAA : W3C.

4	Accessibilité	Liens twitter, facebook, drdibble, instagram ne contenant pas de texte.	Un lien contient un texte qui donne une description concernant les informations à cette URI. <b>Critère RGAA 2.4.4.</b>	L'objectif de ce critère de succès est d'aider les utilisateurs à comprendre la fonction de chaque lien et à décider s'ils veulent le suivre. Dès que cela est possible, fournir un texte de lien qui identifie la fonction du lien sans que l'on ait besoin de contexte supplémentaire.	Ajouter un attribut <b>title</b> aux liens décrivant leur fonctionnalité et leurs objectifs.	Audit WAVE – Référentiel accessibilité RGAA : W3C.
5	Accessibilité/SEO	Attribut « for » manquant dans les éléments <label> du formulaire	Un formulaire doit contenir tous les éléments et attributs obligatoires. <b>Critères RGAA 1.3.1 et 3.3.2</b>	Un formulaire est composé de plusieurs champs qui doivent être les plus explicites possibles pour que l'utilisateur comprenne rapidement leur fonction.	Ajouter un attribut « for » à chaque éléments <label> du formulaire en page 2	Audit AChecker – Référentiel accessibilité RGAA : W3C.  Audit Dareboost
6	Accessibilité/SEO	Eléments <li> vides.	Eléments <li> à renseigner.	Eléments <p>, <li>, <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.	Supprimez ces éléments vides du code ou les décorer avec l'attribut ( <i>aria</i> )- <b>hidden</b> pour que les lecteurs d'écran les ignorent.	Audit Dareboost.
7	SEO/Accessibilité	Titres des liens incohérents	Décrire les liens.	Un lien est plus attractif si son texte décrit ce qui se cache derrière. Vous pouvez par ailleurs en profiter pour travailler ces textes avec des mots clés bien choisis, dans une démarche d'amélioration de votre référencement.  Rubriques concernées en pied de page : Partenaires, Annuaires liste 1 et Annuaires liste 2.	Mettre en place une description du lien au sein des balises <a>, plutôt que d'indiquer le lien lui même. Exemple : <a href="http://monlien.com/">Ma description</a>	Audit Dareboost.

8	SEO	Balise <b>title</b> vide	Renseigner la balise <b>title</b> .	La balise <b>Title</b> est l'une des balises les plus importantes en SEO. 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.	Changer la balise <b>title</b> afin qu'elle contienne au minimum 40 caractères, espace compris.	Audit Yakaferci Audit Dareboost.
9	SEO	Balise <b>Méta description</b> vide	Renseigner la balise <b>Méta description</b> .	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 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.	Renseigner la balise <b>Méta description</b> .	Audit Yakaferci Audit Dareboost.
10	SEO	Absence de fichier <b>robots.txt</b> à la racine du site.	Création d'un fichier <b>robots.txt</b> .	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.	Placer un fichier <b>robots.txt</b> à la racine du site.	Audit Dareboost. Audit Yakaferci. Site : Robots.txt

11	SEO	Absence de balise meta robots	Création d'une balise <b>méta robots</b> en complément du fichier <b>robots.txt</b> .	La balise <b>meta robots</b> 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	Insérer une balise <b>méta robots</b> entre les balises <code>&lt;head&gt;&lt;/head&gt;</code>	<u>Site</u> : webrankinfo.com
12	SEO	Absence de fichier <b>sitemaps.xml</b> à la racine du site	Création d'un fichier <b>sitemaps.xml</b>	Un <b>sitemap</b> 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 <b>aide à faire des analyses SEO avancées</b> .	Création d'un fichier <b>sitemaps.xml</b> à la racine du site.	<u>Site</u> : webrankinfo.com <u>Outil</u> : Xml Sitemap Generator
13	SEO	Absence de suivi Google search console	Ouvrir un compte <b>Google search console</b> .	<b>Google Search Console</b> est un service proposé par Google qui permet d'en savoir plus sur le site dans le but d'en <b>améliorer la qualité et le référencement</b> .	Validation du site par Google et ajout d'une <b>balise méta de vérification</b> dans le head de la page index du site.	<u>Site</u> : search.google.com <u>Site</u> : neoptimal.com
14	SEO	Absence de suivi Google analytics	Ouvrir un <b>compte Google analytics</b> .	Google analytics permet l' <b>analyse de l'audience d'un site Web</b> . Il permet de récolter des informations sur les utilisateurs et leurs actions via l'ajout d'un petit code sur les pages du site. Ces informations sont capitales pour comprendre ce qui fonctionne ou non sur un site.	Ouvrir un <b>compte Google analytics</b> et <b>ajouter le code de suivi</b> dans le head des pages du site.	<u>Site</u> : support.google.com/analytics/ <u>Site</u> : smartkeyword.io/s eo-outils-google-utiliser-google-analytics/
15	SEO	S'assurer du responsive	Tester le responsive du site	S'assurer que les pages sont lisibles sur les formats mobiles et tablets.	Faire le test avec l'inspecteur DevTools et l'outil Test d'optimisation mobile de Google.  Images contenant du texte tronquées en-dessous de 636 px : title.png, title2.png, citation.png	<u>Site</u> : developers.google.com/search/tools?hl=fr

16	SEO	Page 2 du site sans nom	Nommer les pages du site.	Le nom d'une page html est l'un des <b>critères principaux</b> pris en compte par Google pour le référencement d'une page web. C'est le dernier élément constituant une URL, c'est-à-dire l'adresse complète et unique d'un document sur internet. Le nom de la page arrive après le nom de domaine, son extension et différents noms de répertoires permettant d'atteindre la page. Il est important que le nom de la page soit constitué d'un ou de plusieurs <b>mots clés</b> correspondant au thème de la page.	Renommer la page du site.	Site : <a href="http://indg.fr">indg.fr</a>
17	SEO	Clic sur icônes réseaux sociaux redirigeant vers la page accueil	Les icônes doivent pointer vers l'extérieur.	La création de comptes auprès des principaux réseaux sociaux participant à accroître l'autorité et la notoriété acquise par un site.	Créer des comptes auprès de chacun des 4 réseaux sociaux présents sur le site et modifier l'url d'adressage.	<a href="#">Cours Openclassrooms</a>
18	SEO	<i>Erreur de redirections 404 pour tous les liens Partenaires et Annuaire en pied de page</i>	<i>Aucune page avec erreur redirection 404</i>	<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>	<i>Revoir la pertinence des liens en pied de page. Etudier avec le client l'opportunité de les placer ailleurs, dans une page annexe ou un article de blog à créer par exemple. Corriger les URL d'adressage pour les liens maintenus pour éviter les erreurs 404. En attendant créer une page 404.</i>	<a href="#">Cours Openclassrooms.</a>

19	SEO	3 images n'utilisent pas de format standard	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.	Convertir les images 3.bmp, 4.bmp et image-de-presentation.bmp au format jpg ou jpeg <b>Outil</b> : <a href="http://image.online-convert.com/">image.online-convert.com/</a>	Audit Dareboost.
20	SEO	Images trop lourdes	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	Compresser les images sans perte. Taux de compression : de 39 % à 89 %.	Audit Dareboost. <u>Outil</u> : <a href="http://onlineconvertfree.com">onlineconvertfree.com</a>
21	SEO	Gestions des <b>mots clés</b> à optimiser	Utiliser des mots clés en lien avec l'activité, les produits et services, les clients.	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.	Utiliser les outils suivants : <ul style="list-style-type: none"> <li>Google analytics sur la durée.</li> <li>Kwfinder</li> </ul> Balise meta keywords présente dans le code html, pas forcément pertinente aujourd'hui.  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".	Cours openclassrooms.  <u>Site</u> : <a href="http://smartkeyword.io/">smartkeyword.io/</a>

22	SEO/Accessibilité	Validité W3C	Une erreur identifiée	Valeur « default » de l'attribut « lang » incorrecte.	A corriger dans le code html. Voir point Accessibilité plus haut.	Validator W3C
23	SEO	Pas de mise en cache navigateur	Mise en cache navigateur à minima	La mise en cache est le processus de stockage de données dans un cache, une zone de stockage de données <b>temporaire et rapide</b> , pour que celles-ci soient retrouvées plus rapidement et facilement par la suite lors des consultations du site par les visiteurs.	Paramétrer une mise en cache navigateur dans le fichier .htaccess. Tester le paramétrage avec <a href="#">cache checker</a> .	Audit Dareboost. Cours Openclassrooms.
24	SEO	Le code javascript n'est pas différé.	Différer l'utilisation du code javascript.	<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>	Placer un <b>attribut defer</b> dans les scripts critiques ou placer les scripts à la fin du body dans la page html juste avant la balise </body>	Audit Dareboost.
25	SEO	Vitesse de chargement des pages	Amélioration de la vitesse de chargement.	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 et attirer plus de visiteurs. C'est également une valeur ajoutée pour l'expérience utilisateur.	<p>Mesurer la vitesse de chargement des pages du site.</p> <p>Ici, les pages semblent charger correctement. Score Page Speed Insight de 90.</p>	<p>Outils :</p> <p>DevTools</p> <p>GT Metrics</p> <p>Page Speed Insights</p>

2 5	SEO	Balises div keywords contenant des mots clés masqués.	Keyword stuffing à proscrire. Technique de black hat à éviter.	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.	Retirer les balises litigieuses : <ul style="list-style-type: none"> <li>Haut page accueil : au niveau du logo La chouette.</li> <li>Bas page accueil : après les icônes réseaux sociaux.</li> </ul>	Site : <a href="#">experts-referencement</a>
2 6	SEO	Mot clé <b>!important</b> utilisé 32 fois en CSS	Ne pas abuser du mot clé <b>!important</b>	Le mot clé <b>!important</b> s'approche d'un hack permettant d'interdire toute surcharge d'une propriété définie. Si parfois il peut s'avérer utile, cela doit rester exceptionnel !	Revoir la structure de code CSS au-delà de 10 utilisations de ce mot clé.	Audit Dareboost.
2 7	SEO	Pages sans propriété Open Graph	En théorie, impact de l'Open Graph sur le SEO limité. En pratique, du fait de l'importance des réseaux sociaux, les moteurs de recherche ne peuvent ignorer les données de l'Open Graph.	Plusieurs propriétés permettent aux réseaux sociaux d'en savoir plus sur le contenu de la page.	Utiliser au moins les propriétés suivantes dans le head de la page html : <pre> &lt;meta property="og:title" content="Le titre" /&gt;  &lt;meta property="og:type" content="Le type" /&gt;  &lt;meta property="og:url" content="http://url.com/" /&gt;  &lt;meta property="og:image" content="http://image.jpg" /&gt; </pre>	Audit Dareboost. Audit Yakaferci Site : ogp.me



## TRAVAUX EFFECTUES