

# **Rapport d'analyse SEO du site La Panthère.**

## **Contexte :**

L'agence La Panthère, est une agence de web design basée à Lyon. Après un bon démarrage l'activité de l'entreprise connaît une perte de vitesse et la fondatrice de l'entreprise, Sophie Vasseur, cherche une solution pour faire repartir l'activité.

En tapant « *Entreprise web design Lyon* » sur Internet, elle s'aperçoit que le site de l'agence apparaît seulement en deuxième page des moteurs de recherche. Un de mes collègues, lui a dit que j'étais un spécialiste en référencement, c'est donc pour cela que je suis missionné pour cette tâche.

## **Pourquoi voulons-nous développer notre SEO<sup>i</sup> ?**

Déterminer la/les motivation(s) nous aide à déterminer la recherche de mots clés pour améliorer notre référencement naturel.

Le but ici est d'améliorer le référencement de l'agence de Lyon, on va donc avoir, dans un premier temps, comme *objectifs* de :

- Améliorer votre image de marque ou votre positionnement,
- Obtenir une véritable image d'expert,
- Être plus visible sur Internet.

Ce qui entrainera par la suite d'autres objectifs :

- Faire plus de ventes / acquérir de nouveaux clients,
- Acquérir de nouveaux prospects pour alimenter vos équipes de vente.

L'analyse des *KPI* est importante pour avoir une cohérence avec nos objectifs. Dans notre cas, ce que l'on recherche c'est d'améliorer le :

- Nombre de pages vues par session,
- Taux de visiteurs récurrents.

## **Outils utilisés pour l'analyse :**

KWFinder, Lighthouse (inspecteur Chrome)

WCAG<sup>ii</sup> Color Contrast Checker (extension Firefox)

WAVE web accessibility evaluation tool

Adobe Color

W3C<sup>iii</sup> Validator HTML

W3C Validator CSS

Google Ads

N'ayant pas la main sur la plateforme d'hébergement du site je n'ai pas pu mettre en place des outils d'analyse tel que : Google Analytics, Google Search Console, entre autres.

### Catégorie :

### SEO :

#### Problèmes identifiés :

1. Plusieurs balises causes des soucis pour le référencement naturel comme :
  - Les balises **<meta keywords>** est obsolète voire désavantageuse (ligne 5 sur l'*index.html* et *page2.html*).
  - Les balises **<meta description>** ont un « content » vide (ligne 6 sur l'*index.html* et *page2.html*).
  - Les balises **<title>** ne sont pas correctement rédigées.
2. Des mots clés sont placés dans des **<div>** de façon désorganisée.
3. Il y a du texte en image qui dessert l'objectif de ce projet, à savoir, obtenir un meilleur référencement naturel.
4. Les images utilisées n'ont pas un format adapté et sont trop lourdes.
5. La propreté du code notamment les balises sémantiques.
6. La balise **<html lang>** n'est pas correctement rédigée et la balise **<strong>** n'est pas utilisée.

#### Explications des problèmes :

1. Plus de détails sur la problématique des balises :
  - En effet, d'après un article de *semjuice.com*, la **<meta keywords>** n'a plus aucun intérêt en **SEO** sur les principaux moteurs de recherche (Google, Bing, Yahoo). De plus, au lieu d'optimiser le **SEO**, l'utilisation de la balise **<meta keywords>** peut s'avérer plutôt désavantageuse sur le plan concurrentiel. En remplissant ce champ de texte, vous permettez à vos concurrents d'avoir des informations sur votre stratégie de mots-clés. En fonction des informations obtenues, ces derniers sauront quelle stratégie marketing adopter pour positionner leur site au-dessus du vôtre dans les résultats de recherche.
  - La balise **<meta description>** n'intervient pas directement dans le processus de référencement. Cette balise est uniquement destinée à fournir un résumé de la page qui sera visible directement dans la **SERP**<sup>iv</sup>. Donc une balise **<meta description>** mal rédigée ne donnera pas aux utilisateurs envie de visiter notre site, ce qui impactera indéniablement notre **SEO**.
  - En l'état, les balises **<title>** ne sont pas pertinentes et n'aident pas à générer du trafic pour le référencement naturel.

2. Les mots-clés sont très importants pour le référencement, c'est pour cela qu'on ne peut pas les mettre dans des **<div>** de façon aléatoire dans notre code, ce qui est le cas dans la version originale du site **La Panthère**.
3. Le texte en image n'est pas efficace en ce qui concerne le référencement naturel. En effet, le texte et les mots clés qui s'y trouvent ne seront pas visibles par les moteurs de recherche. De ce fait, le **SEO** sera moins important.
4. Les images au format *SVG* sont trop lourdes et ont un impact sur la vitesse de chargement ainsi que sur le **SEO**.
5. Un code mal rédigé qui n'utilise pas les balises sémantiques peut avoir un impact sur le référencement.
6. Pour la balise **<strong>** et l'attribut **lang** voici les explications des problèmes qu'elles peuvent générer :
  - La balise **<strong>** n'est pas utilisée, que ce soit sur *index.html* ou sur *page2.html*. En l'état, le référencement naturel n'est pas optimisé, notamment avec la non-utilisation de cette balise.
  - Le site n'est pas en français. On le remarque avec la balise **<html lang="Default">**. En effet, l'attribut a une valeur par défaut et nos contenus textuels ne sont donc pas correctement restitués.

### Bonnes pratiques à adopter :

1. Afin de remédier aux conséquences que peuvent avoir ces balises sur notre référencement naturel, voici les bonnes pratiques :
  - Il faut plutôt se concentrer sur la qualité rédactionnelle du site avec les mots clés apparents et retirer la balise **<meta keywords>**.
  - Il faut utiliser une description unique pour chaque page. Éviter le bourrage de mots clés. Cela n'aide pas les utilisateurs et les moteurs de recherche peuvent marquer la page comme spam.
  - Nous avons besoin de rédiger des balises **<title>** concises pour chaque page. Les mots clés doivent apparaître au début suivi du nom de l'entreprise (ex : **<title>La Panthère Agence de Web Design</title>**).
2. Il y a des zones d'importances pour les mots-clés comme l'URL, les H1 et Hn, les alt ... (cf : annexe 2).
3. Privilégier le texte au texte en image afin d'avoir un référencement naturel plus efficace.
4. Favoriser le format *PNG* pour les logos et les images d'un grand niveau de qualité. Ou bien le format *JPEG* pour ça légèreté, idéal pour les images ayant beaucoup de dégradés de couleurs et d'ombrages.
5. Il est nécessaire de respecter les balises sémantiques et rédiger correctement le code HTML.
6. Les bonnes pratiques à adopter pour la balise **<strong>** et l'attribut **lang** sont celles-ci :

- Au niveau du **SEO** la balise **<strong>** n'a pas une énorme importance. Elle a une importance intermédiaire, entre le **<h6>** et un texte classique. Néanmoins, s'en passer c'est ne pas utiliser les outils permettant d'améliorer le référencement naturel du site de l'agence.
- La balise **lang** dans html permet de signaler aux moteurs de recherche et aux navigateurs la langue dans laquelle est écrit notre site. Elle permet également de garantir la bonne restitution des contenus textuels. Dans ce cas, nous voulons que le site entier soit en français, nous donnerons donc la valeur "**fr**" à l'attribut "**lang**" se trouvant dans la balise **<html>**.

### Actions recommandées :

1. Voici les actions à mettre en place pour les balises :
  - Adapter la rédaction du site et des balises pour améliorer notre référencement.
  - Rédiger la balise **<meta description>** en accord avec la bonne pratique.
  - Rédiger les balises **<title>** en accord avec la bonne pratique.
2. Il est nécessaire de repenser l'emplacement des mots-clés afin qu'ils puissent jouer pleinement leur rôle dans le référencement naturel. Il faut donc les placer selon des règles spécifiques comme évoqué dans l'*annexe 2*.
3. Supprimer les images contenant du texte puis rédiger le texte en question en respectant les règles **HTML5**.
4. Modifier le format des images pour gagner en vitesse de chargement, ce qui influera positivement notre référencement naturel.
5. Mettre en place les balises sémantiques et mettre en forme le document **HTML**.
6.
  - Il faut donc utiliser la balise **<strong>** avec parcimonie. C'est-à-dire mettre en exergue les mots-clés afin de faciliter la lecture du visiteur et d'attirer son œil par la même occasion.
  - Pour l'attribut **lang**, il est nécessaire de préciser la langue dans laquelle nous voulons que le site soit compris et lu par les moteurs de recherche.

### Références :

1. [semjuice.com](http://semjuice.com), [web.dev](http://web.dev), [pixalione.fr](http://pixalione.fr).
2. [miss-seo-girl.com](http://miss-seo-girl.com)
3. [tesseract.it](http://tesseract.it)
4. [blog.hubspot.fr](http://blog.hubspot.fr)
5. [jaetheme.com](http://jaetheme.com).
6. Pour la balise **<strong>** : [alexiapeytoureau.fr](http://alexiapeytoureau.fr)  
Pour l'attribut **lang** : [journaldunet.com](http://journaldunet.com) et [accede-web.com](http://accede-web.com).

## Accessibilité :

### **Problèmes identifiés :**

1. Le contraste n'est pas suffisamment marqué (*cf : annexe 1*).
2. Le responsive, comme le format mobile, n'est pas totalement adapté.
3. Le site n'est pas adapté pour les malvoyants.
4. Le site n'est pas adapté en cas de zoom d'écran.

### **Explications des problèmes :**

1. Le contraste n'est pas assez élevé et ne respecte pas le ratio de **4,5:1**<sup>v</sup> cela entraîne de problèmes de visibilité, notamment pour les malvoyants. Ce qui peut avoir un impact sur le nombre de visiteurs ainsi que sur le référencement.
2. Actuellement le site n'est pas responsive car lorsqu'on l'analyse on se rend compte que certaines parties du site disparaissent ou ne sont plus adaptées lorsque la taille de l'écran change.
3. En plus du contraste il y a autre chose qui n'est pas adapté pour les malvoyants, les textes alternatifs sur les images. Il y a un bourrage de mots clés dans les alt.
4. En n'étant pas totalement adapté au zoom, le site met à l'écart une partie des visiteurs, les seniors.

### **Bonnes pratiques à adopter :**

1. Régler le contraste en adéquation avec le ratio **4,5:1**.
2. Appliquer des valeurs correspondantes aux différentes tailles d'écran.
3. Il faut être précis et concis dans la description des images (alt).
4. Adapter le site au zoom et rendre le site "senior friendly".

### **Actions recommandées :**

1. Utiliser des outils pour analyser si le contraste respecte le ratio sinon modifier les couleurs pour avoir un contraste adapté.
2. Coder dans les media queries les valeurs qui aideront à avoir un site responsive.
3. Ecrire des alt cohérentes avec les images auxquelles elle est associée.
4. Rendre le site adaptable lorsque le zoom est sollicité par les visiteurs les plus âgés.

### **Références :**

1. lesresoteurs.fr
2. graphiste.com
3. redacteur.com
4. graphiste.com

### Autres points à surveiller et/ou à modifier :

Vous trouverez ci-dessous d'autres points sur lesquels il faudra être attentif, les changements concernant ces points n'ont pas été réalisés car ils n'étaient pas prioritaires concernant le référencement naturel.

- À l'occasion, il faudra effectuer une refonte du **CSS** car il peut être simplifié. Ce sera un gain de temps pour tous les développeurs qui devront se plonger dans le code du site.
- Compresser les fichiers **JS** peut augmenter la vitesse de chargement du site. Ce qui permettra de voir l'accessibilité du site de l'agence améliorée, ce qui aura une répercussion sur le référencement naturel du site puisque accessibilité et **SEO** sont liés.
- Au niveau de l'accessibilité et de l'expérience utilisateur il y a des soucis de cohérence entre la page d'accueil et la page 2, je m'explique. D'une page à l'autre nous ne retrouvons pas la même bannière ni le même **footer**, par exemple.

Il y a également, à mon sens, des incohérences dans la barre de navigation de chaque page. En effet, sur la page d'accueil nous avons le lien « Accueil » qui mène à la page sur laquelle nous sommes. C'est pareil pour la page 2 puisque il y a une **toggle navigation**. Cette dernière n'est pas nécessaire puisqu'il n'y a que deux pages. Généralement, une **toggle navigation** est plutôt utilisée pour des sites marchands avec les étapes de la commande et du paiement dans la barre de navigation, ou bien, éventuellement pour des sites ayant plus de pages.

- La balise **<label>** n'est pas complète. En effet, comme le dit l'article de *MDN* ci-dessous :

[for](#)

*L'identifiant (la valeur de l'attribut [id](#)) de l'élément de formulaire associé, appartenant au même document que l'élément label. Le premier élément du document dont l'identifiant correspond est alors le contrôle étiqueté par l'élément.*

Ce n'était donc pas le cas pour le formulaire de la page 2.

- Surveiller l'évolution des mots clés « **agence** » et « **entreprise** » pour améliorer le référencement naturel de La Panthère. Si je soulève ce point c'est parce que les deux mots sont utilisés, respectivement dans le nom de la société et dans votre recherche.

Comme on peut le voir dans le résultat de recherche de mots clés sur *Google Ads*, « **entreprise web design lyon** » est beaucoup plus recherché que « agence web design lyon ». Les deux choix ont le même niveau de concurrence. En revanche, les mots clés « **agence web design lyon** » ont un nombre moyen de recherches mensuelles inférieur au deuxième choix et une variation négative sur le dernier trimestre.

Faut-il changer « Agence La Panthère » par « Entreprise La Panthère », je vous laisse seule juge. Néanmoins, je recommande de garder un œil sur l'évolution future des mots clés « **agence web design Lyon** ».

<input type="checkbox"/> Mot clé (par ordre de pertinence)	Nombre moy. de recherches mensuelles	Variation sur trois mois	Variation YoY	Concurrence
Mots clés que vous avez fournis				
<input type="checkbox"/> agence web design lyon	10 – 100	-90 %	-90 %	Moyen
<input type="checkbox"/> entreprise web design lyon	100 – 1 k	0 %	0 %	Moyen

### **Conclusion :**

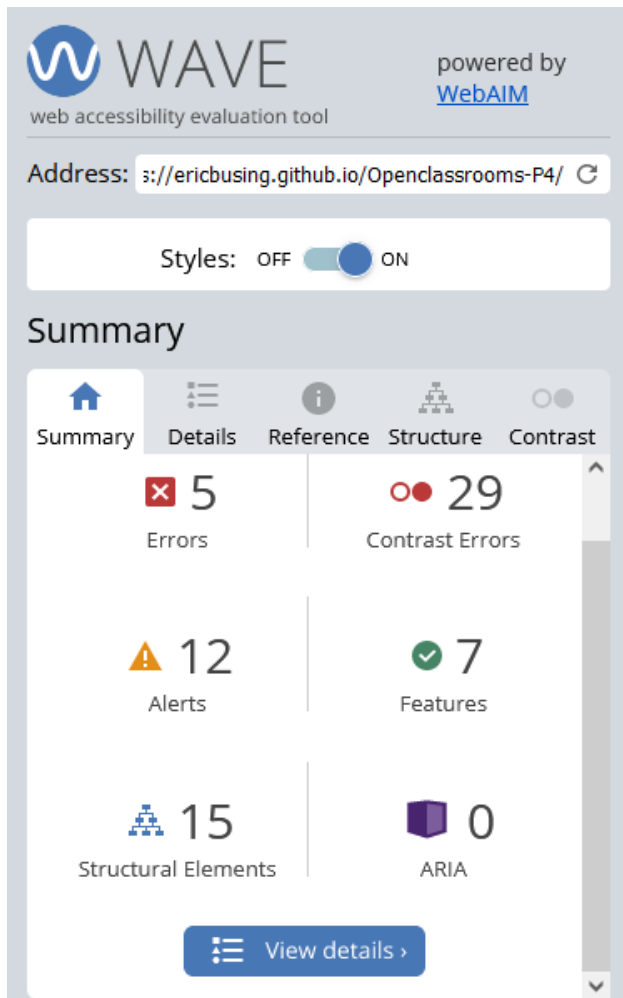
Pour terminer ce rapport d'analyse, je peux dire que le site a quelques carences concernant le **SEO** et l'**accessibilité**. Qu'un œil extérieur été nécessaire pour avoir une autre vision du site et du code.

Je constate que la volonté d'améliorer le référencement naturel est là mais que la réalisation n'est pas optimale. C'est pourquoi j'ai utilisé plusieurs outils qui m'ont aidé à cibler les axes de travail. Les points listés dans ce rapport seront modifiés et vous les retrouverez dans **un rapport d'optimisation**.

À mon sens, le site de l'agence a une belle marge de progression, ce qui est pour moi une bonne chose puisque si les bonnes pratiques sont appliquées, le référencement naturel du site, ainsi que tout ce qui en découle commercialement parlant, sera amélioré et plus efficace.

## Annexes.

### Annexe 1 :



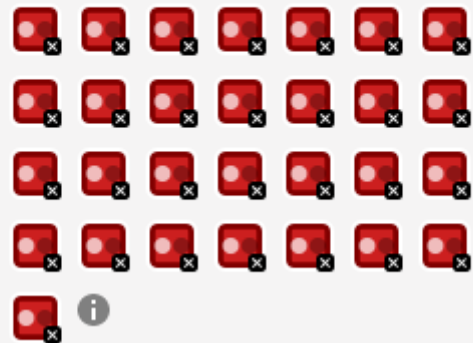
Rapport d'accessibilité réalisé avec WAVE.

29 erreurs de contraste ont été relevées par WAVE.

Rapport de contraste effectué par

☒ 29 Contrast Errors

29 X Very low contrast

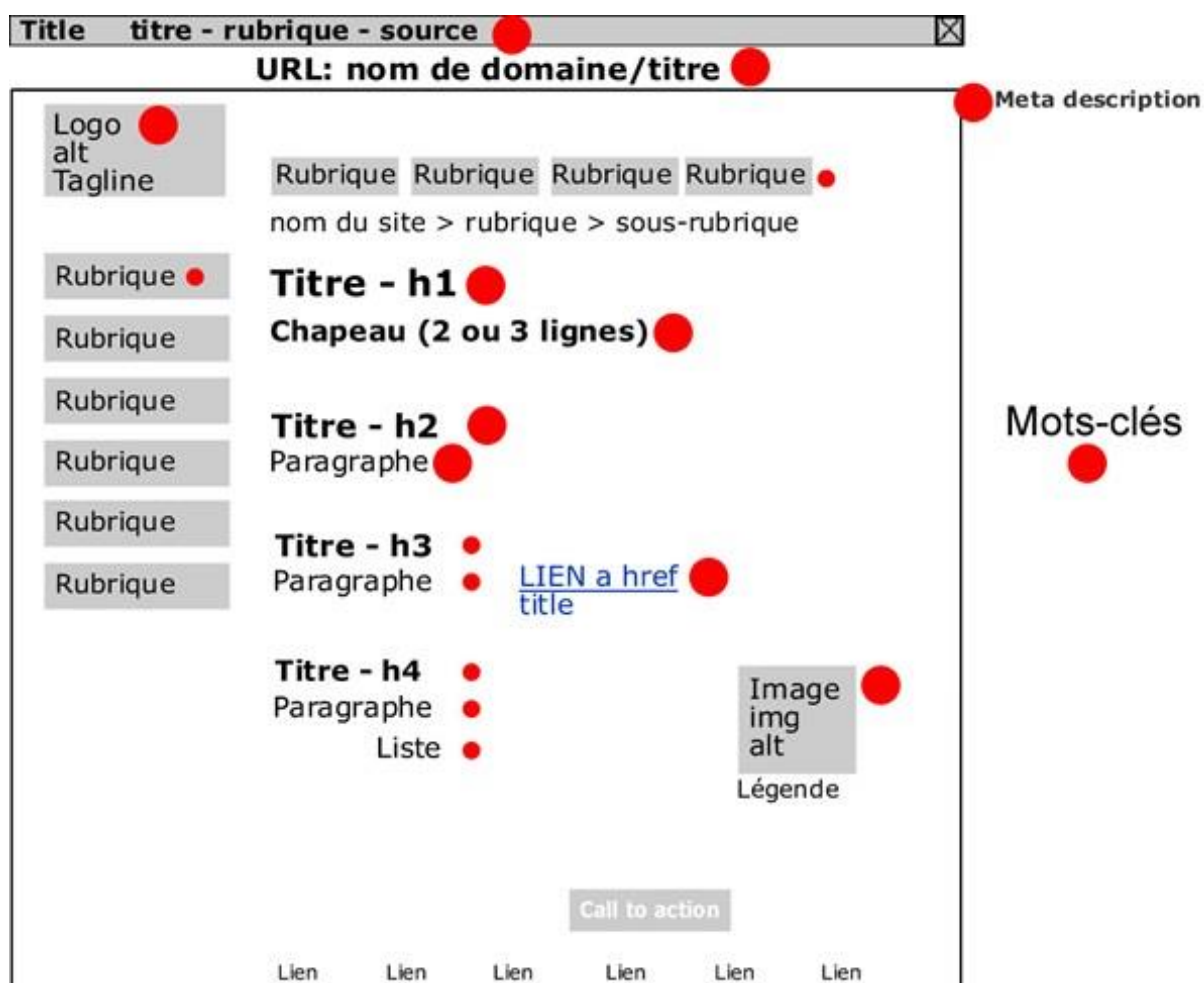


WCAG.

Contrast	Size	Elements
✗ 1	small	1 div
✗ 1.25	small	1 h2
✗ 1.61	small	2 div
✗ 1.77	small	3 div
✗ 2.22	small	3 ▶[a, p]
✗ 2.77	small	2 ▶[p, a]
✗ 3.25	small	22 a
✗ 3.98	small	4 ▶[span, div]
✓ 4.16	large	1 h1
✗ 4.16	small	1 h2
✓ 5.18	small	1 div

### Annexe 2 :





<sup>i</sup> **SEO** (Search Engine Optimization) signifie en français : « Optimisation pour les moteurs de recherche ». Ce terme définit l'ensemble des techniques mises en œuvre pour améliorer la position d'un site web sur les pages de résultats des moteurs de recherche (SERP). On l'appelle aussi référencement naturel.

<sup>ii</sup> Les *Web Content Accessibility Guidelines* (**WCAG**) sont une recommandation publiée par le groupe [Web Accessibility Initiative](#) du [W3C](#). Ils définissent un ensemble de lignes de conduite à suivre pour rendre le contenu accessible principalement aux personnes avec des handicaps, mais aussi aux appareils aux ressources limitées comme les téléphones portables.

<sup>iii</sup> **W3C** est le sigle couramment utilisé pour évoquer le World Wide Web Consortium, une organisation à but non lucratif dont la mission principale consiste à promouvoir les différentes technologies du World Wide Web. C'est aussi l'organisme officiellement chargé de la normalisation de tout ce qui concerne le Web, et particulièrement des évolutions du langage HTML.

<sup>iv</sup> Le terme de **SERP** (pour *Search Engine Result Page*) désigne la page de résultats d'un moteur de recherche, affichée suite à la saisie d'une requête dans le formulaire de recherche.

<sup>v</sup> Le rapport de **4,5:1** est utilisé dans cette recommandation pour tenir compte de la perte de **contraste** qui résulte d'une acuité visuelle modérée faible, des limitations de perception des couleurs congénitales ou acquises, ou de la perte de sensibilité aux **contrastes** qui accompagne en général le vieillissement.