

audit SEO : Détectez les problèmes importants

	Semaine 1					Semaine 2					Semaine 3				
	Jour 1	Jour 2	Jour 3	Jour 4	Jour 5	Jour 6	Jour 7	Jour 8	Jour 9	Jour 10	Jour 11	Jour 12	Jour 13	Jour 14	Jour 15
Audit préalable															
Recherche de mots clés															
Optimisations et création de contenu															
Recherche de liens et de partenaires															
Mise en place de reporting															

Jour/Personne nécessaires	15
Jours de développement (exemple)	2
Contenu à créer pour les 3 premiers mois	12 articles

Audit préalable

Déterminez les problèmes importants

REMARQUE	DEMARCHES	LINKS
Vérifiez que le site est au moins classé pour le « nom de marque »	Dans la plupart des cas, les sites ayant pour nom de domaine leur nom de marque doivent être placés en 1re place .	
Vérifiez si le site a une version principale (www ou non www)	Une URL de site peut être écrite avec ou sans "www" .	
Vérifiez que le site n'a pas de contenu dupliqué .	Des pages d'un site web ayant du contenu copier-coller ou très similaire sont ce qu'on appelle du "".	https://www.siteliner.com/
Vérifiez les problèmes d'indexation ou de « crawling »	<p>Voici les problèmes les plus communs :</p> <p>Un blocage par le fichier « robots.txt » : ce fichier permet de bloquer l'accès à certaines parties du site. Il faut donc vérifier qu'il laisse bien passer les moteurs de recherche ;</p> <p>Un problème sur la « meta robots » ;</p> <p>Un problème d'architecture de site web.</p>	utiliser des sites comme GTmetrics ou Pingdom

Vérifiez que le site se charge relativement rapidement.	Un site trop lent découragera les visiteurs, et pourra poser des problèmes d'indexation de votre site.
Vérifiez que le site est « responsive »	un site doit être consultable et lisible sur mobile.

Recherche de mots clés

Analysez rapidement le SEO On-Page

REMARQUE	DEMARCHE	LINKS
Vérifiez que les URLs du site sont intelligibles et qu'elles contiennent le sujet des pages.		
Balises metas	Title & Description : ces balises indiquent aux moteurs de recherche de quoi traite la page. Elles sont aussi affichées dans les résultats. Elles doivent donc non seulement contenir le mot-clé visé, mais aussi donner envie au visiteur de cliquer pour lire votre page.	
Robots	Vérifiez que le contenu de cette balise est bien en "index, follow" . Cela indique aux moteurs de recherche qu'ils doivent indexer la page (index) et suivre les liens présents sur celle-ci (follow).	

Titres	<p>Vérifiez qu'il n'y a qu'un et un seul h1 sur la page, et qu'il contient le mot-clé ;</p> <p>Vérifiez que le contenu est segmenté en plusieurs sous-parties par des h2 et qu'ils contiennent soit le mot-clé, soit un synonyme proche.</p>
Images	<p>Les images ne doivent pas être trop lourdes. + balise ALT</p>
Cohérence et longueur du contenu	<p>Visez grand minimum 400 mots pour les pages de votre site (lorsque c'est cohérent) et 600 mots pour vos articles de blog, vos pages d'expertise ou d'actualités.</p>

Optimisations et création de contenu

Examinez les positions de vos mots-clés

Cette étape n'est cohérente que pour des sites ayant au moins Google Analytics installé depuis quelques semaines.

Recherche de liens et de partenaires

Vérifiez la qualité des liens existants

REMARQUE	DEMARCHE	LINKS
Vérifier si les comptes de réseaux sociaux ont bien été créés et liés au site Internet.		
Vérifier qu'il n'y a pas une majorité de liens « spammy »	En effet, si Google détecte que vous avez une majorité de mauvais liens, par exemple de liens créés automatiquement dans des commentaires de blogs, il pourra vous pénaliser, voire vous supprimer totalement de ses résultats de recherche.	