

Projet 4 : Optimisation d'un site web existant



Optimisation du site de l'agence de Web Design

« La Panthère »

basée à Lyon



Objectifs

- ◆ Améliorer le positionnement du site sur la page de résultat de recherche google lorsqu'un utilisateur tape la recherche « Entreprise Web Design Lyon ».
- ◆ Améliorer l'accessibilité du site par les utilisateurs (ce qui a été réclamé par les utilisateurs eux-même) en utilisant la liste de points à traiter fournie.

La réponse à vos besoins :
***Mettre en œuvre les techniques du SEO
(optimisation du référencement naturel)***

- ◆ Réaliser un audit rapide du site en SEO et accessibilité grâce à :
 - L'utilisation des validateurs html et css W3C
 - des outils dédiés : Lighthouse, Wave
 - la connaissance des bonnes pratiques
 - la chek-list fournie concernant l'amélioration de l'accessibilité
- ◆ Cibler une dizaine d'actions à mettre en œuvre parmi les axes d'amélioration listés dans l'audit.
- ◆ Intégrer ces actions.
- ◆ Mesurer l'impact des actions intégrées dans un rapport d'optimisation.

Présentation des outils d'audit SEO utilisés : LIGHTOUSE

Lightouse est un outil open source automatisé proposé dans l'inspecteur de code du navigateur Chrome permettant de mesurer les critères suivant d'une page d'un site web et de proposer pour chaque critère des actions visant à leur optimisation.



Présentation des outils d'audit SEO utilisés : WAVE

Web Accessibility Evaluation Tool

The following apply to the entire page:

Address: thub.io/codeP3/LaNoteEnchantee.html#ai

Styles: OFF ON

Details

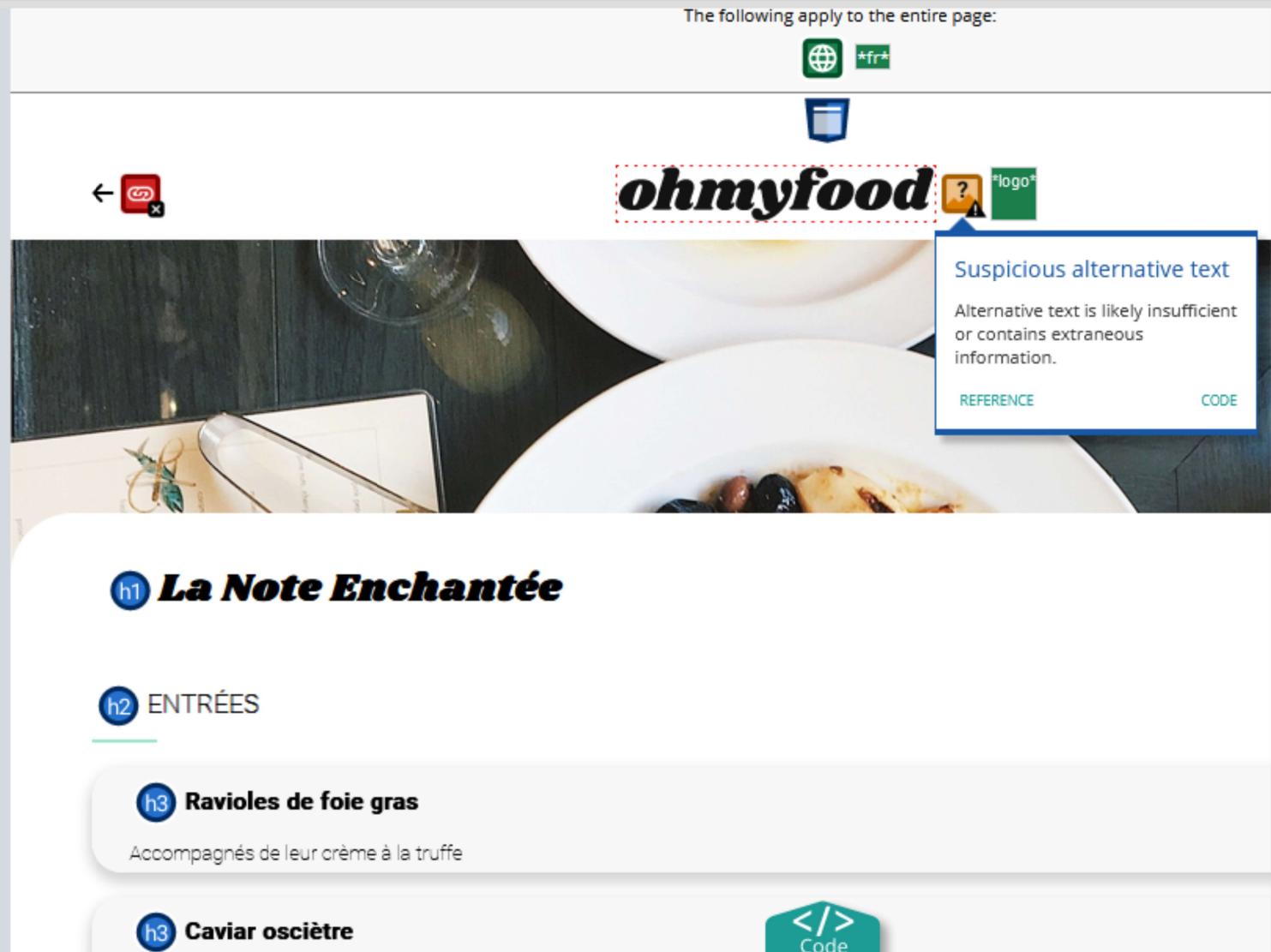
Summary Details Reference Structure Contrast

1 Errors
 1 X Empty link

1 Contrast Errors
1 X Very low contrast

1 Alerts
 1 X Suspicious alternative text

2 Features
 1 X Alternative text
 1 X Language



The screenshot shows the WAVE tool interface with a report for the URL thub.io/codeP3/LaNoteEnchantee.html#ai. The left sidebar displays a summary of findings: 1 Error (1 X Empty link), 1 Contrast Error (1 X Very low contrast), 1 Alert (1 X Suspicious alternative text), and 2 Features (1 X Alternative text, 1 X Language). The main content area shows a photograph of a meal with an 'ohmyfood' logo overlaid. A tooltip for the logo indicates a 'Suspicious alternative text' issue: 'Alternative text is likely insufficient or contains extraneous information.' Below the image, the page's structure is outlined with headings: h1 La Note Enchantée, h2 ENTRÉES, h3 Raviolis de foie gras, and h3 Caviar oscière. A 'Code' button is located at the bottom right.

Présentation des résultats de l'audit SEO et Accessibilité

P4: Optimisation d'un site web existant

Audit-SEO-MBernard 1/2 27/07/2022

Formation OCR développeur web

| N° | page index | page contact | Catégorie | Problème identifié | Explication du problème | Bonne pratique à adopter | Action recommandée | Référence |
|----|------------|--------------|---------------------|---|--|---|--------------------|---|
| 1 | X | X | SEO, Accessibilité | Problème concernant les choix de titres : *Absence de titre dans balise title de index.html, *Mauvais choix de titre pour le fichier page2.html *Le nom du lien vers la page de contact n'est pas explicite. | Le nom d'une page html est l'un des critères principaux pris en compte par Google pour le référencement d'une page web. 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. Googlebot identifie que les pages appartiennent à un site notamment grâce au <title> commun à ces pages. | Il est important que le nom de la page soit constitué d'un ou de plusieurs mots clés correspondant au thème de la page. Renseigner un titre de 65 caractère maximum, avec ancrage local si nécessaire. Le contenu de la balise title doit être identique sur toutes les pages. Changer le nom des liens « page2 » en « Contact » | oui | http://www.indg.fr/SEO/home-page.html https://developer.mozilla.org/fr/docs/Web/HTML/Element/title https://www.webrankinfo.com/dossiers/techniques/guide-balises-meta https://www.matthieu-traman.fr/referencement-naturel/checklist-seo-25-bonnes-pratiques-on-site-pour-renforcer-votre-trafic Point 4 |
| 2 | X | X | SEO, Accessibilité | Le langage n'est pas attribué. | Attribuer un langage facilite la traduction dans une autre langue et la compréhension de la page par google. | Renseigner la balise <html lang=fr>. | oui | documentation officielle WCAG - 3.1.1 Language of Page (Level A) |
| 2b | X | X | SEO | La balise description n'est pas renseignée. | La balise description est utilisée par certains navigateurs dans la mise en favoris du site. | Renseigner un contenu de <description> compris entre 70 et 320 caractères. | oui | https://www.matthieu-traman.fr/referencement-naturel/checklist-seo-25-bonnes-pratiques-on-site-pour-renforcer-votre-trafic https://www.webrankinfo.com/dossiers/techniques/guide-balises-meta |
| 2c | | X | SEO | Balise META name « keywords » vide dans page2.html | Balise inutile, charge le code pour rien. Les mots-clés sont plus pris en compte dans un contexte que seuls. Google n'utilise plus cette balise depuis 2009. | Supprimer la balise. | oui | https://www.webrankinfo.com/dossiers/techniques/guide-balises-meta https://openclassrooms.com/fr/courses/5561431-augmentez-votre-trafic-grace-au-referencement-naturel-seo/55781 |
| 3 | X | | SEO , Accessibilité | La structure des titres dans index.html n'est pas bonne : h3 après h1, les h2 sont des paragraphes. | Les utilisateurs utilisant des lecteurs d'écran seront perturbés. Les en-têtes correctement classées qui respectent les niveaux transmettent la structure sémantique de la page, ce qui garantit une navigation plus aisée. | Modifier la structure des titres en conséquence : h3-->h2 et h2--> paragraphe | oui | https://developer.mozilla.org/fr/docs/Web/HTML/Element/Heading_Elements https://developer.mozilla.org/fr/docs/Web/Accessibility/Mobile_accessibility_checklist?utm_source=pocket_mylist |
| 4 | X | | SEO | Classe « keywords » invisible contenant des mots clé. | Ajout de contenu artificiel pour influencer le référencement : mauvaise pratique (SEO Black-Hat) | Il ne doit pas y avoir de texte caché. Supprimer ce texte. | oui | https://www.matthieu-traman.fr/referencement-naturel/checklist-seo-25-bonnes-pratiques-on-site-pour-renforcer-votre-trafic https://openclassrooms.com/fr/courses/5561431-augmentez-votre-trafic-grace-au-referencement-naturel-seo/55781 |
| | X | | SEO | Code classe « keyword » invisible en double dans index.html. | Charge inutilement le code, augmente le poids du fichier. Pratique SEO Black-Hat. | Supprimer la classe redondante | | |
| 4b | X | | SEO, Accessibilité | Présence de liens non pertinents dans le footer. Les liens du footer sont trop petits et serrés pour cliquer dessus en version mobile. | L'ajout de liens non pertinents dans un site dans le but d'améliorer le référencement est une mauvaise pratique (SEO Black-Hat). En version mobile l'utilisateur devra zoomer pour cliquer, ce qui baisse le niveau de son expérience utilisateur. | Supprimer les liens concernés. Remarque sur les tailles : Les éléments interactifs comme les boutons et les liens doivent être suffisamment larges (48 x 48 pixels) et avoir suffisamment d'espace autour d'eux pour que l'utilisateur puisse appuyer facilement dessus sans appuyer en même temps sur d'autres éléments. | oui | https://openclassrooms.com/fr/courses/5561431-augmentez-votre-trafic-grace-au-referencement-naturel-seo/55781 https://developer.mozilla.org/fr/docs/Web/Accessibility/Mobile_accessibility_checklist?utm_source=pocket_mylist |

Actions recommandées suite à l'audit SEO et Accessibilité

- 1) Mettre à jour les titres mal choisis ou manquants (balise <title>, titre de la page de contact « page2 »...)
- 2) Renseigner les balises importantes en en-tête des fichiers html (balises de langage, de description).
- 3) Remanier la structure des titres en html pour respecter leur hiérarchie.
- 4) Supprimer les pratiques de « black hat » : classes de mots clé cachées, liens inutiles dans le footer.
- 5) Transformer les images de texte en vrais textes.
- 6) Convertir les images lourdes en format plus léger (webp) (taille et vitesse).
- 7) Ajuster les contrastes (A).
- 8) Minifier, compresser et réduire le code (taille et vitesse).
- 9) Modifier les textes alternatifs non pertinents.
- 10) Version mobile : agrandir les textes trop petits (<12px) nécessitant un zoom de l'utilisateur, supprimer le chevauchement des liens du menu de la page contact pour les écrans de largeur >768px.
- 11) Différer ou avancer le chargement du contenu retardant l'affichage de la page (vitesse) .

Rapport d'optimisation suite aux actions effectuées : Méthodologie

L'évolution des caractéristiques du site est mesurée via l'outil « Lighthouse » pour les pages « index » et « contact » à différents stades de l'optimisation.

En raison du caractère majoritaire de l'inspection des versions mobiles par googlebot, les audits sont fait en priorité sur la version mobile du site.

Les quatre mesures indiquées sont souvent indirectement liées : par exemple une mesure d'accessibilité sert souvent le SEO et inversement.

Pour éviter la fluctuation potentielle des mesures de performances due aux extensions des navigateurs, les mesures sont prises en local dans un onglet privé. NB : une fluctuation peut aussi intervenir à cause de la modification du routage internet, de l'ordinateur ou du logiciel antivirus utilisé.

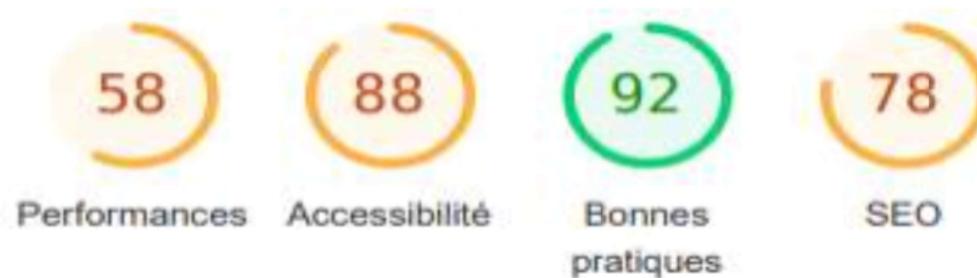
Rapport d'optimisation suite aux actions effectuées :

Présentation des résultats

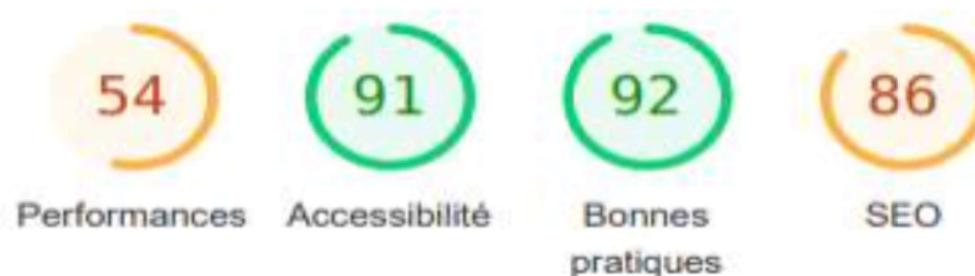
Exemple d'optimisation SEO/Accessibilité

Page d'accueil, impact de l'action n°3 : « hiérarchie des titres html »

Avant :



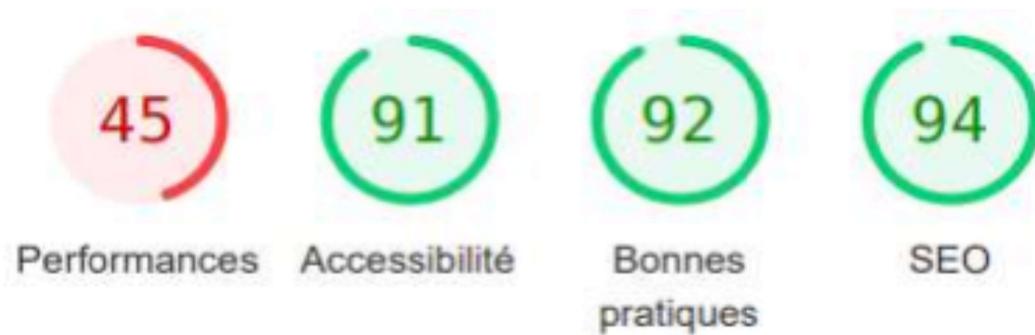
Après :



Rapport d'optimisation suite aux actions effectuées :
Présentation des résultats
Exemple d'optimisation de la vitesse et de la taille du site

Page d'accueil, impact de l'action n°6 : « conversion des images lourdes (ex:jpeg) en format plus léger (webp) »

Avant :



Après :



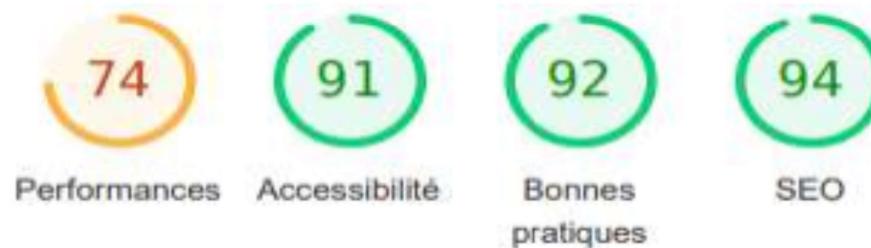
Rapport d'optimisation suite aux actions effectuées :

Présentation des résultats

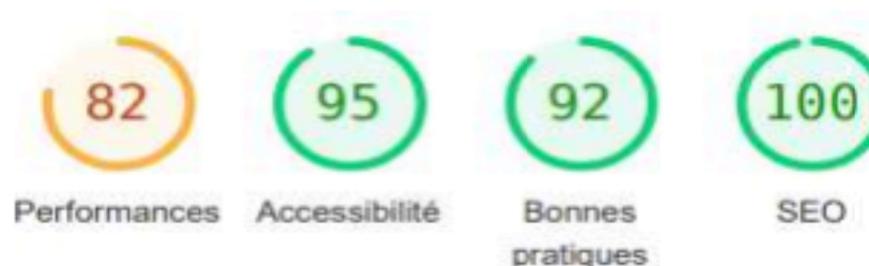
Exemple d'optimisation SEO/accessibilité

Page d'accueil, impact de l'action n°4 : « suppression des pratiques de black hat »

Avant :



Après :



Rapport d'optimisation suite aux actions effectuées : Présentation du bilan de l'optimisation

- ◆ Bilan de la page d'accueil

Etat initial :



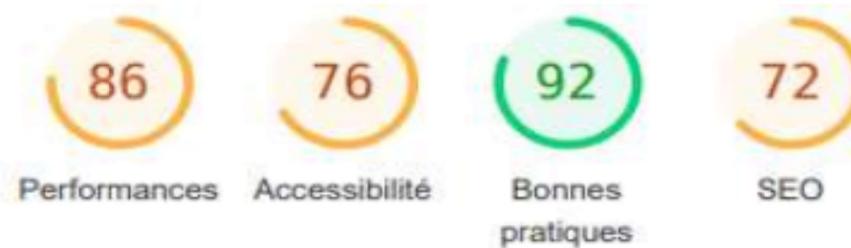
Etat final :



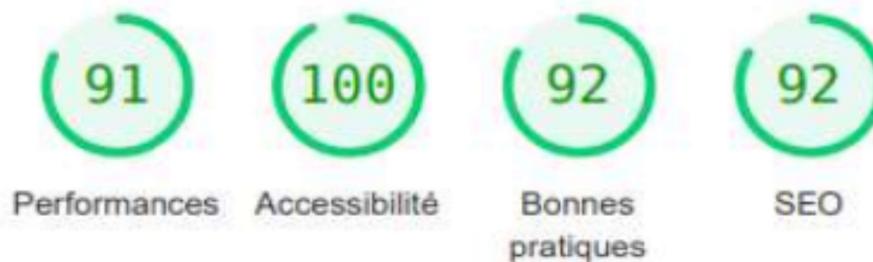
Rapport d'optimisation suite aux actions effectuées : Présentation du bilan de l'optimisation

- ◆ Bilan de la page de contact :

Etat initial :



Etat final :



Bilan du projet

- ◆ Objectifs atteints : Le site la Panthère a été significativement optimisé aux niveaux SEO, performances et accessibilité.
- ◆ Le résultat de l'optimisation SEO au niveau de la position dans la page de recherche google ne s'observera en ligne que dans minimum 3 mois.
- ◆ Le SEO, la performance et l'accessibilité sont des disciplines à améliorer en continu et sur le long terme : il ne faut pas s'arrêter là.
- ◆ Il serait utile de s'occuper aussi du SEO off-line (en dehors du site) : réseaux sociaux, événements, inscription dans un annuaire...

Merci

