

Mr. **DAGUELOU Rabah**

Développeur Web

Session : **31 mars 2021**



Soutenance projet 04

Optimisation d'un site existant

Rapport d'analyse SEO et d'accessibilité du site « La chouette agence »

Montor: **Mr. RANDRIANOMENJANAHARY
RADO ABRAHAM**

Mentor évaluateur:

Sommaire

Introduction

- I. Identité du site
- II. Les technologies utilisées
- III. Analyse SEO
 - 1. La technologie du site
 - 2. La structuration du site
 - 3. Les balises <Meta>
 - 4. La sémantique
 - 5. Les liens
 - 6. Les images
- IV. Accessibilité
 - 1. La vitesse de chargement
 - 2. La visibilité
 - 3. Les images
 - 4. Le focus
- V. Analyse d'autres erreurs

Conclusion

Introduction

La chouette agence est une entreprise spécialisée dans le web design basée à Lyon. L'agence s'aperçoit que son chiffre d'affaires du fait d'une rude concurrence dans son domaine et de problèmes d'optimisation de son site.

En premier lieu, Nous allons réaliser un audit du site et fournir un rapport détaillé sur le SEO () et l'accessibilité. Ensuite nous réaliseront un deuxième rapport d'optimisation. Nous corrigerons les problèmes et erreurs trouvés sur le site et proposer des solutions d'optimisation. Enfin, nous implémenterons les recommandations au code source afin de permettre au site d'apparaître parmi les premiers résultats des moteurs de recherche.

I. IDENTITÉ DU SITE

- Nom du site : La chouette agence
- URL : <https://daguelourabah-projet4.000webhostapp.com/>
- Activité : Web design
- Nombre de pages : 02
- Nombre de pages indexées dans google :
- Multilingue : Français uniquement
- Fonctionnalité :
- Date d'audit : 08/06/2021

II. LES TECHNOLOGIES UTILISÉES

- Langages : HTML, CSS
- Editeur de texte : Visual Studio Code
- Autres logiciels : Git Bash, Github, FileZilla, Webhostapp,
- Outils : Google Analytics, Google Search Console, Dareboost, Whatcms, Siteliner, GTmetrix, Pingdom, TPG Contrast Analyser
- Navigateurs : Google Chrome, FireFox
- Validateurs W3C (Validator HTML, Validator CSS)

III. ANALYSE SEO

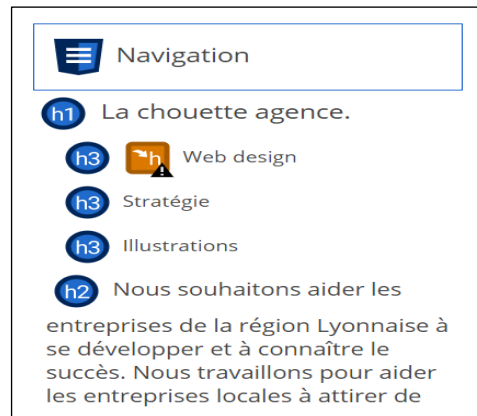
L'analyse **SEO** nous permet de détecter les problèmes que rencontre le site de l'agence « La chouette agence », de comprendre les raisons d'un positionnement défaillant du site dans les moteurs de recherche les erreurs qu'il faut corriger et de définir si des améliorations peuvent être apportées au site.

1- LA STRUCTURATION DU SITE

Le site est composé de deux pages : la page « Accueil » et la page « contact ». La page d'accueil est conçue telle une vitrine du site pour accueillir les visiteurs. Quant à la deuxième page est liée à la page d'accueil via un lien interne. Elle permet de faire le lien avec les visiteurs intéressés par les services de l'entreprise. Les balises h1, h2 et h3 envoient des signaux aux robots destinés au référencement de la page, et doivent donc contenir des mots-clés.

La page d'accueil contient: 1 balise(s) <h1>, 2 balise(s) <h2> et 7 balise(s) <h3>.

L'arborescence et la hiérarchie du contenu sont mal organisées. Même si l'utilisation de titres et leur nombre est respecté, l'imbrication quant à elle n'est pas en norme. En effet, un titre de niveau H3 vient juste après le titre principal. Ci-après la structure des rubriques de la page et les instances de niveaux des titres.



La structure de la page d'accueil analysée par WAVE

En outre, deux titres de niveau h2 ont été introduits via des images texte dans la page d'accueil.

La page « contact » contient bien un titre de niveau H1 mais il n'apparaît pas à l'écran car la couleur du texte est la même que celle de l'arrière-plan.

```
.tc-white { color: #F3976C!important;}
```

Solutions apportées :

- Réorganiser la structure de la page d'accueil en respectant la hiérarchie des titres. (H1, H2, H3).
- Remplacer les images textuelles des titres par des balises de titres h2.

2- LES BALISES <META>

Les balises <meta> s'insèrent entre les balises <head> et </head>. Elles définissent les différents types de métadonnées. Ce sont des éléments que les robots des moteurs de recherche analysent pour déterminer le contenu d'une page. Certaines d'entre elles sont les plus importantes balises pour donner envie aux visiteurs de visiter le site notamment <title> et <meta description>. Il faut autant que possible mettre le mot-clé principal au début de ces balises.

A. Meta title :

Également appelée « balise **titre** ». C'est le nom de la page web tel qu'il apparaît dans les résultats des moteurs de recherche mais également dans la barre de titre du navigateur.

- **Page d'accueil** : elle existe dans le code mais elle comporte un seul caractère (.) alors qu'elle peut avoir jusqu'à 70 caractères. Elle ne possède donc pas de mot clé.
- **Page « contact »** : elle est renseignée « page 2 » mais le titre est impertinent.

Solutions apportées :

Page d'accueil : Rédaction d'une nouvelle balise avec mot clé au début: <title> La chouette agence de Lyon, une entreprise de web design </title>

Page Contact : <title>Contactez la chouette agence de Lyon, formulaire de contact </title>


B. Meta title :

Elle sert à résumer le contenu d'une page spécifique ou du site. Elle doit être renseignée avec un mot clé au début et des mots qui se rapprochent du champ sémantique et du même domaine incluant généralement la marque ou le nom du site.

La balise est déclarée dans les deux pages mais elle est vide.

Référencement (SEO)

0/100

 **La description de la page ne doit pas être vide**
La page doit disposer d'une description unique.

Dareboost

Solutions apportées :

La page d'accueil : <meta name="description" content="<meta name="description" content=" Une entreprise de webdesign spécialisée dans la création de sites web, d'aide à l'optimisation et à l'attractivité sur internet.">

La page Contact : <meta name="description" content="Contactez La chouette agence de Lyon, un formulaire de contact pour exposer votre projet de web design ">

C. Meta robots :

Sert d'information pour les moteurs de recherches et indique à Google si l'on souhaite que notre contenu soit indexé. Elle n'est pas déclarée dans les pages.

Solutions apportées :

Ajouter deux balises meta robots aux deux pages :

- <meta name="robots" content="index,follow">
- <meta name="googlebot" content="index, follow ">>

D. Meta keywords :

Elle doit contenir une liste de mots clés, généralement séparés par des virgules. Ils doivent être pertinents par rapport au contenu des pages. Toutefois, plusieurs moteurs de recherche ne la prennent pas en charge ou ont cessé (Google, Fast,...) Mais elle demeure utile pour certains moteurs de recherche tel que Bing.

Sur la page « Accueil », elle est renseignée mais le mot « agence design » est répété d'une manière excessive, ce qui peut être interprété comme une tentative de Black Hat (tromper

les moteurs de recherche.). Par conséquent, notre site risque d'être pénalisé par les moteurs de recherche. En revanche, l'on a utilisé une balise <div> dupliquée pour renseigner des mots clés. Le webmaster a utilisé la technique de cache en déclarant la taille du texte à 1px et la couleur grise pour pouvoir cacher son contenu.

Sur la page « Contact », la balise existe mais elle n'est pas renseignée.

Solution apportée:

- Renseigner les balises.
<meta name="keywords" content="agence design à Lyon, création de site web">

E. Meta property (balises Open Graph) :

Les réseaux sociaux tels Facebook, Tweeter, ... cherchent leurs propres balises, notamment Open Graph, dans la recherche d'informations sur le site.

Plusieurs propriétés permettent aux réseaux sociaux d'en savoir plus sur le contenu de la page. Le code source de la page d'accueil n'expose aucune propriété Open Graph. Les pages ne fournissent pas d'informations à destination des réseaux sociaux.

Solutions apportées :

Implémenter des balises au code source. Voici les balises Open Graph implémentées :

```
<meta property="og:title" content="La chouette agence de Lyon">
```

```
<meta property="og:description" content=" entreprise webdesign de Lyon">
```

```
<meta property="og:type" content="website">
```

```
<meta property="og:url" content="https://https://rabah-daguelou.github.io/RabahDaguelou_4_04062021/">
```

```
<meta property="og:image" content="https://rabah-daguelou.github.io/RabahDaguelou_4_04062021/img/logo.png">
```

F. Les twitter cards :

Permettent d'étendre les possibilités d'un tweet (**Extended Tweets.**) Leur utilisation pour notamment mettre en valeur nos produits (description), récupérer des adresses emails, publier des vidéos etc...

Aucun twitter card n'est déclaré dans le code source.

Solutions apportées :

Implémenter des balises au code source. Voici les balises twitter cards implémentées :

```
<meta name="twitter:card" content="summary">
```

```
<meta name="twitter:title" content="La chouette agence lyonnaise de web design">
```

```
<meta name="twitter:description" content="Entreprise de web design basée à Lyon">
```

3- LA SÉMANTIQUE

A. Les balises sémantiques :

Le HTML5 dispose de balises spécifiques pour indiquer clairement le rôle du contenu qu'elles englobent. Les moteurs de recherche les utilisent pour comprendre les rôles et l'importance relative de différentes parties de la page. Ces balises identifient clairement les différentes zones d'une page web en un coup d'œil et servent d'outils de communication avec les moteurs de recherche. Elle peuvent contribuer aux performances SEO et de référencement

- Le code source « abuse » de balises génériques <div> et ;
- Plusieurs contenus textuels sont déclarés inconvenablement avec les balises et <div> ;
- Les balises <header>, <main>, <article>, <section>, <footer> n'existent pas dans le code source.

Solutions apportées :

B. Le contenu :

Minimum 400 mots. Les paragraphes doivent contenir les mots clés et des mots du même domaine pour donner plus de contexte aux moteurs de recherche pour comprendre les pages. Il faut un texte agréable à lire, avec des mots convaincants et proches du champs sémantique mais aussi optimisé pour le SEO (compréhensible par les moteurs de recherche).

En dehors, des de ... très peu d'informations qui puissent rassurer les visiteurs et susciter la curiosité et la confiance. Le site manque d'informations et de statistiques sur l'entreprise (la taille de l'entreprise, le chiffre d'affaires, les certifications, nombre de salariés, l'historique, les mises à jour, ...).

Solutions apportées :

4- LES LIENS

Globalement, le site propose une navigation suffisamment claire et simple. La page d'accueil comporte 33 liens : 32 liens internes (96,97%), 1 lien externe "follow" (3,03%) et aucun lien externe "nofollow" (0,00%).

A. Les pages orphelines :

Ce sont les pages absentes dans la structure du site (introuvables par des liens).

Les liens vers les réseaux sociaux ne mènent pas vers les pages ciblées.

Tous les liens du footer qui ciblent des sites partenaires et des annuaires ne fonctionnent pas.

Exemples :

- `Page2`
- ` voiture.com `
- ` pizza.com `

Solutions apportées :

Il est vrai que les liens externes sont importants dans l'optimisation SEO et sont un signe de professionnalisme mais, force est de constater que tous les liens vers les sites partenaires ne fonctionnent pas. A défaut d'avoir les bonnes adresses URLs des sites, afin d'éviter une mauvaise expérience utilisateur, nous préférons les supprimer pour cette version.

Toutefois, nous recommandons vivement de les insérer dans la prochaine mise à jour.

B. Les titres des liens :

Un lien est **cohérent** et **attractif** si son texte décrit ce qui se cache derrière. Or, le contenu de plusieurs liens n'est pas pertinent. Celui de la page du formulaire notamment.

Solutions apportées :

Changer le nom du lien de la page « Contact » : `Contact `

C. La profondeur et le maillage interne :

De part la taille du site (2 pages), les pages ne sont pas profondes.

D. Les ancres de liens :

(Anchor text en anglais) sont des hyperliens qui pointent vers des endroits précis de la même page. Ils facilitent aux utilisateurs la navigation dans une longue page. n'offre pas cette possibilité et l'utilisateur est obligé de scroller le long de la page pour accéder à un contenu particulier.

Solution apportée :

Nous avons rajouté trois ancres de liens à la barre de navigation du menu qui pointent vers les différentes sections de la page.

```
<ul class="site-navigation nav navbar-nav">  
<li> <a href="#agence">L'agence</a></li>  
<li><a href="#nos-realisations"> Nos réalisations </a></li>  
<li><a href="#retrouvez-nous">Où nous trouver?</a></li>  
<li><a href="contact.html">Contact &gt;</a></li>  
</ul>
```

5- LES IMAGES

Les images sont indispensables pour améliorer l'expérience utilisateur et même pour le référencement. Ceci dit, tout doit se faire dans « les règles de l'art » (qualité, illustration, positionnement, le message,...)

A. Noms des images :

Nous avons remarqué que les noms des fichiers images ne sont pas pertinents sur le plan sémantique (1.jpg, 2.jpg...).

Solutions apportées :

Nous avons renommé ces fichiers comme suit :

- 1.jpg : journal-local.jpg
- 2.jpg : photographie.jpg
- 3.bmp : site-voyageur.jpg
- 4.bmp : site-agence-mariage.jpg

B. L'attribut alt :

Sert à décrire l'image pour les personnes mal-voyantes et les moteurs de recherche. C'est un critère important en termes de référencement (SEO). Les robots d'indexation des moteurs de recherche ne peuvent pas analyser de contenu graphique. Ils se servent alors de leur texte alternatif pour répondre aux requêtes des internautes. Le texte alternatif est également utile pour les lecteurs d'écran (personnes malvoyantes), les connexions trop lentes pour charger l'image et son affichage dans le cas d'une erreur dans l'attribut src ou autre raison. Il reste possible, toutefois, de définir un texte alternatif vide si aucune description ne semble cohérente

pour l'image. 11 balises disposent de l'attribut « alt ». Néanmoins, leurs contenus ne sont pas pertinents.

Solutions apportées :

Nous avons changé les contenus des attributs « alt » :

L'image	Ancien attribut « alt »	Nouvel attribut « alt »
Le logo en haut de page		Une chouette, logo du site
		Favicon, chouette
	paris web design logo agence web meilleure agence, Création d'un site web pour voyageur	web design, création d'un site web pour photographes
	paris web design logo agence web meilleure agence, Création d'un site web pour voyageur	Web design, création d'un site web pour voyageur
	paris web design logo agence web meilleure agence, Création d'un site web pour voyageur	web design, création d'un site web pour agence de mariage

C. Le format d'images :

(PNG, JPEG, SVG, GIF, etc.) Les images au format non standard risquent de ne pas être indexées par les moteurs de recherche. Les fichiers trop lourds sont à proscrire sur une page web. Or, 3 images n'utilisent pas de format standard (format .bmp).

Solution apportée :

Les fichiers de ces images ont été converties en fichiers aux formats JPG. (Les deux derniers ont été renommés).

D. Le poids des images :

L'image « image-de-presentation.bmp » est particulièrement lourde (6.2 MO) alors que la page entière charge 8.3 Mo de données. Les images doivent représenter en moyenne 60 % du poids d'une page web. Or, le poids total des images de la page d'accueil représente 96,79% du poids total. Ce qui est énorme ! **JavaScript** : 1,02%, **polices de caractères** : 0,67%, **CSS** : 0,52% et les **textes** : 0,07% du poids total.

Quelques ressources les plus lourdes qui sont téléchargées lors du chargement de la page d'accueil:

presentation.bmp (6.2 Mo),
agence-banniere.jpg (616 ko),
4.bmp (308 ko),
3.bmp (308 ko),
1.jpg (274 ko),
2.jpg (110 ko),

texture-paper.png (97 ko),...

Solutions apportées :

Ancien fichier	Ancien poids	Nouveau fichier converti & renommé	Nouveau poids
image-de-presentation.bmp	5.93 mo	image-de-presentation.jpg	224 ko
4.bmp	300 ko	Site-agence-mariage.jpg	42.2 ko
3.bmp	300 ko	Site-voyageur.jpg	35.8 ko
	6,53 Mo		302 Ko
Grâce aux conversions des fichiers images, nous avons allégé notre site de 6,228 Mo			
Les conversions ont été faites en ligne avec smallpdf.com			

E. Le favicon : Leonard de Vinci disait : « Les détails font la perfection, et la perfection n'est pas un détail ». Le favicon est un élément visuel, petit soit-il – détail- , d'une importance capitale qui permet d'identifier le site et laisse une bonne impression aux visiteurs. En effet, il aide à l'amélioration de l'expérience utilisateur et à gagner en professionnalisme. Son format est en JPG (un peu plus lourd que le format PNG).

Solution apportée :

En changeant le format en PNG, nous avons gagné plus de 5ko.

Le format de la favicon est changé via la balise <link rel="shortcut icon" type="image/png" href="favicon.png"> dans la partie <head> </head>

IV. ANALYSE D'ACCESSIBILITÉ

1. LA VITESSE DE CHARGEMENT

2. LA VISIBILITÉ

3. LES IMAGES

4. LE FOCUS

V. ANALYSE D'AUTRES ERREURS

1- ERREURS DANS LE CODE HTML

2- ERREUR DANS LE CODE CSS