

AUDIT SEO

POUR UNE MEILLEURE VISIBILITÉ

Mickaël GRESEL



PLAN

1

FONDAMENTAUX D'UN AUDIT

2

EXEMPLES D'ERREURS À ÉVITER

3

EXEMPLES DE COMPOSANTES

4

EXEMPLES DE RECOMMANDATIONS

1

AUDIT

QU'EST UN AUDIT ?

Un audit SEO est un processus d'**analyse approfondie** d'un site web visant à évaluer sa performance en termes de référencement naturel. L'objectif est de repérer les **points d'amélioration** pour optimiser la visibilité du site sur les moteurs de recherche tels que Google.

Cet audit permet de détecter les **problèmes techniques**, d'évaluer la **qualité du contenu** et de vérifier l'efficacité des **stratégies de mots-clés**.

POURQUOI UN AUDIT ?

- **Amélioration du classement** : identifier les facteurs qui limitent la performance du site pour remonter dans les résultats de recherche
- **Expérience utilisateur** : optimiser la vitesse de chargement, la navigation, l'accessibilité du site...
- **Suivi des performances** : comprendre le comportement des utilisateurs
- **Stratégie long terme** : mettre en place un plan d'amélioration continue pour garantir un SEO efficace et pérenne

2

EXEMPLES D'ERREURS A ÉVITER

ERREURS LIÉES AU CONTENU

- **Contenu de mauvaise qualité**
- **Keyword stuffing (trop de mots-clés)**
- **Balises meta sous-optimisées**
- **Absence de balises h1**
- **Mauvaise structure des balises headings**
- **Images non optimisées**
- **Absence de contenu multimédia**
- **Contenu obsolète**

ERREURS LIÉES À LA TECHNIQUE

- **Site non responsive**
- **Temps de chargement trop long**
- **Problèmes de redirections**
- **Erreurs 404**
- **Contenu dupliqué**
- **Absence de protocole HTTPS**
- **Absence de fichier robots.txt**
- **Absence de fichier sitemap.xml**

ERREURS LIÉES À L'UX

- **Navigation complexe**
- **Pop-ups intrusifs**
- **Absence de fil d'Ariane**
- **Design peu attrayant**
- **Absence de CTA**

ERREURS LIÉES À LA STRATÉGIE

- **Absence de stratégie de mots-clés**
- **Ciblage de mots-clés trop compétitifs**
- **Absence d'optimisation locale**

3

EXEMPLES DE COMPOSANTES D'UN AUDIT

SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

- Score **SEO global**
 - score technique : vitesse, indexabilité...
 - score de contenu : qualité des pages (pertinence, originalité, longueur des contenus, thématique, diversité lexicale...)
- **Présentation synthétique et attractive** sous forme de graphiques, pourcentages...

CRAWLABILITÉ ET INDEXABILITÉ

- **Pages non crawlées**
- **Pages non indexées** : identifier les pages qui ne sont pas indexées, celles qui ne sont pas indexables ou bloquées par exemple par le fichier robots.txt ou par des balises noindex
- **Structure du site** : vérifier l'architecture du site pour garantir une bonne indexabilité des pages

ANALYSE DES PAGES

- **Pages zombies / inactives :**
 - identifier les pages ayant généré peu de trafic
 - identifier les pages à supprimer ou à optimiser
- **Pages avec le plus grand potentiel SEO :**
 - identifier les pages en 2e ou 3e page dans la SERP
 - identifier les pages générant le plus de trafic
 - appréhender la profondeur des pages (nombre de clics pour atteindre certaines pages)
- Suggérer des **améliorations** dans chaque cas

CRITÈRES ON-PAGE

- **Balises title** et **meta descriptions** : analyser les doublons, leur longueur et leur pertinence
- **Headings h1 à h6** : vérifier la structure descendante des titres pour garantir un bon référencement sémantique
- **Duplicate content** : détecter les contenus en double ou trop similaires

PROBLÈMES TECHNIQUES

- **Ergonomie** sur mobile et desktop
- **Vitesse** de chargement : évaluer le temps moyen de chargement des pages, avec un focus sur les pages lentes
- **Erreurs de code HTTP** : lister les erreurs et redirections 301 non gérées ou non optimisées
- **URL** : vérifier qu'elle est optimisée
- **hreflang** : s'assurer que, pour un site multilingue, les versions de langues sont bien spécifiées

NETLINKING

- **Backlinks internes** : vérifier la quantité et de la qualité des liens internes entre les pages pour assurer une cohérence sémantique
- **Backlinks externes** : évaluer les liens entrants et leur qualité pour renforcer l'autorité du site

IMAGES

- **Poids des images** : identifier les images trop lourdes qui ralentissent le site
- **Attributs alt** : vérifier les descriptions des images pour les rendre plus explicites
- **Liens rompus** : repérer les images pour lesquelles le fichier n'existe plus ou pour lesquelles l'URL est mal écrite

ACCESSIBILITÉ

- **Compatibilité mobile** : tester le site sur des appareils mobiles et vérifier le respect des critères Mobile-First de Google
- **Expérience utilisateur** : analyser la lisibilité, la navigation et la vitesse de chargement sur mobile

MOTS-CLÉS

- **Classement des mots-clés** : vérifier les mots-clés ciblés et leur position dans les SERP
- **Recommandations de nouveaux mots-clés** : identifier des opportunités de mots-clés non exploités

4

EXEMPLES DE RECOMMANDATIONS

- **Opter pour un hébergeur de qualité**
- **Réaliser une étude de mots-clés**
- **Optimiser les balises title et meta description**
- **Avoir un contenu unique et original**
- **Optimiser les images**
- **Optimiser les URLs**
- **Ecrire une page par mot-clé**
- **Créer du contenu frais et mettre à jour les anciens contenus**

- **Soigner la structure des pages**
- **Optimiser les balises headings**
- **Créer un maillage interne**
- **Obtenir des backlinks de qualité**
- **Optimiser les ancres de liens**
- **Eviter les liens cassés et les erreurs 404**
- **Partager les pages sur les réseaux sociaux**
- **Créer un sitemap.xml**

- **Créer un fichier robots.txt**
- **Optimiser la vitesse de chargement du site**
- **Rendre le site RWD**
- **Sécuriser le site avec un certificat SSL**
- **Utiliser les données structurées**
- **Optimiser le site pour la recherche vocale**
- **Créer une page Google Business Profile**
- **Surveiller et analyser les statistiques**
- **Se maintenir à jour sur les algorithmes de Google**

MERCI 🤗

AMUSEZ-VOUS BIEN DÉSORMAIS !

Mickaël GRESEL

