



Christine Digital Performance

Les 4 étapes pour réussir ton Audit SEO



Table des matières

Introduction	3
1. Audit Technique	4
a) Vue d'ensemble	4
b) Liste complète des erreurs	5
Les Avertissements	5
Les Observations	5
c) Analyse de la vitesse du site	6
d) Visibilité détaillée avec URLs	7
2. Audit de contenu	8
a) Avec Google Search Console et Semrush	9
b) Vérification des bonnes pratiques.	10
3. Audit de Popularité	14
a) Importance du Netlinking	14
b) Importance des liens internes.	15
4. Analyse des performances avec Google Analytics	16
Conclusion	18

Introduction

L'optimisation pour les moteurs de recherche SEO est essentielle pour améliorer la visibilité et le classement de votre site web sur les moteurs de recherche comme Google. Un audit SEO est une analyse approfondie de votre site web pour identifier les problèmes qui pourraient affecter son classement.

Ce guide vous explique comment réaliser un audit SEO en utilisant des outils populaires:

-  SEMrush,
-  Ubersuggest,
-  Answer The Public
-  Google Search Console,
-  Google Analytics,
-  PageSpeed Insights.

1. Audit Technique

Quand je réalise un audit SEO, je ne me concentre pas seulement sur un seul aspect, mais je cherche à optimiser globalement le site Web, pour atteindre plusieurs objectifs simultanément.

Ces objectifs incluent l'augmentation du trafic, l'amélioration du taux de conversion et l'optimisation du contenu pour des mots-clés spécifiques.

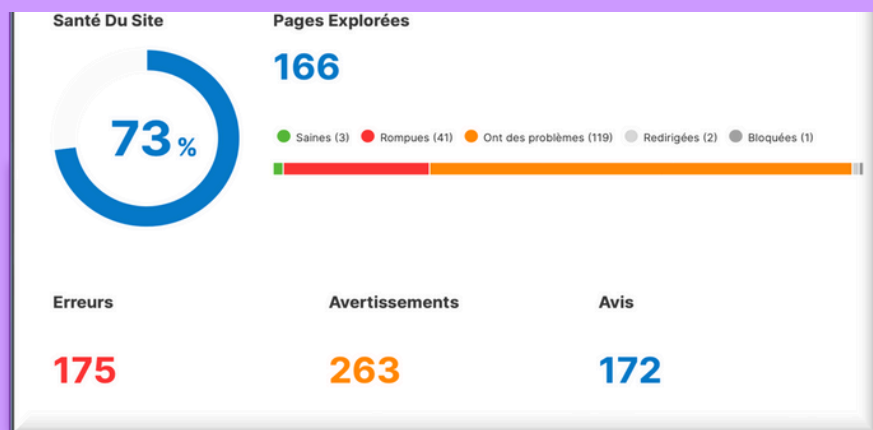
Un audit SEO complet et efficace, doit intégrer tous ces éléments pour fournir une vision holistique et des recommandations pratiques pour le client.

a) Vue d'ensemble

Dans Semrush:

- Créer un compte.
- Créer un projet, souvent au nom de l'entreprise et entrer l'url du site.
- Cliquer sous site audit en ayant indiqué le nombre de pages à explorer.

Après plusieurs minutes, en fonction de l'importance du site, Semrush donne un rapport:



- Il fournit un score global de santé du site et une vue d'ensemble des problèmes détectés.
- Vous avez un tableau de bord pour une vue, d'ensemble, des erreurs, des avertissements et des observations.
- Il vous donne les principaux problèmes qu'il faut traiter en premier.

b) Liste complète des erreurs

Dans cette partie, vous allez trouver:

- Les pages non trouvées (404): liens brisés vers des pages inexistantes.
- Des erreurs de serveur (5xx): problèmes du serveur empêchant l'affichage des pages.
- Balises Title Duplicates: balises de titre en double.
- Tags Canonical manquants ou incorrects: problème d'url canonique.
- Pages incorrectes trouvées dans sitemap.xml.
- Pages qui ont des problèmes de contenu en double.
- Pages qui ont des descriptions Meta en double.
- Pages avec des vitesses de chargement lente.
- Pages non explorées.
- Le fichier robots.txt qui présente des erreurs de format
- Pages non sécurisées, et bien d'autres encore....

Les Avertissements

Dans cette partie vous allez trouver:

- Descriptions Méta manquantes ou dupliquées, absence de descriptions méta uniques.
- Pages avec peu de texte, contenu insuffisant.
- Images sans balises Alt, absence d'attributs alt pour les images.
- Pages qui ont des balises H1 et de titres en double.
- Pages qui n'ont pas de titre H1.
- Un lien menant vers une page http sur les pages https.
- Pages contiennent des frames.
- Sitemap.xml non indiqué dans le fichier robot.txt.
- Lien interne sortant, contenant un attribut no follow et bien d'autres choses encore...

Les Observations

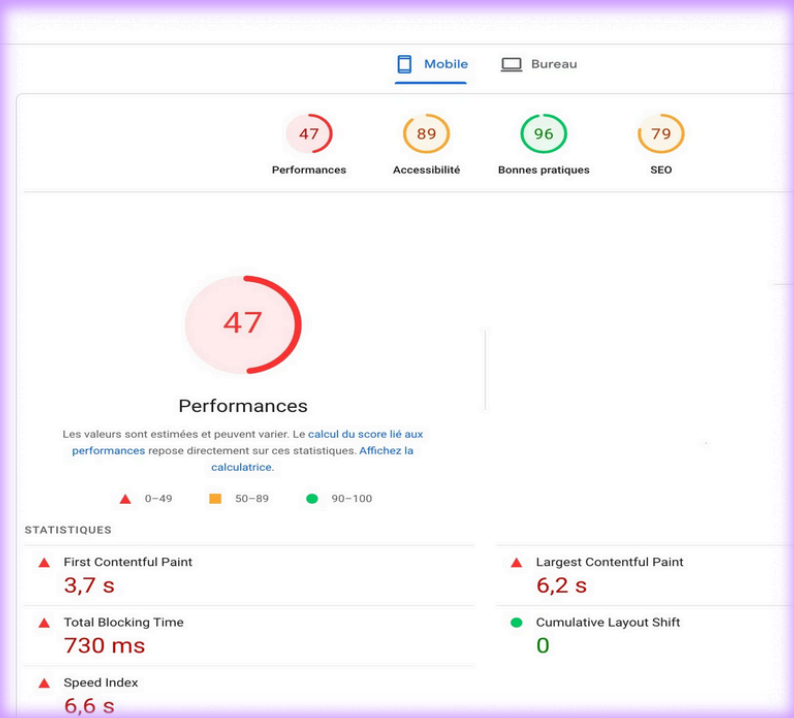
Dans cette partie, vous allez trouver:

- Pages orphelines dans les Sitemaps.
- Lien sur une page ne comportant pas de texte d'ancrage.
- Lien comportant des textes d'ancrage non descriptifs, et bien d'autres encore...

c) Analyse de la vitesse du site

Dans cette partie : analyse de la vitesse avec PageSpeed insights

- Aller sur PageSpeed insight pour analyser les performances de votre site en terme de vitesse, en intégrant directement l’URL de votre site
- Complément indispensable de votre audit, regarder la performance sur mobile (très important) et sur ordinateur.



Explications des résultats

- First Contentful Paint (FCP): est le temps nécessaire pour afficher le premier élément du contenu.
- Largest Contentful Paint (LCP) est le temps nécessaire pour charger le plus grand élément visible.
- Total Blocking Time (TBT) est le temps pendant lequel le fil d'exécution principale est bloqué.
- Cumulative Layout Shift (CLS) : visuelle, pendant le chargement de la page.

Souvent pour résoudre les problèmes de vitesse et passer ces chiffres au vert il faut:

- Optimiser les images
- Réduire le JavaScript et le CSS non utilisés
- Améliorer le temps de réponse du serveur.

d) Visibilité détaillée avec URLs

- Identifier toutes les URLs affectées
- Les classer par priorité, en fonction de l'impact des problèmes détectés
- Idem pour PageSpeed insight.

Exemple:

Pages orphelines dans le Sitemap: quantité 2

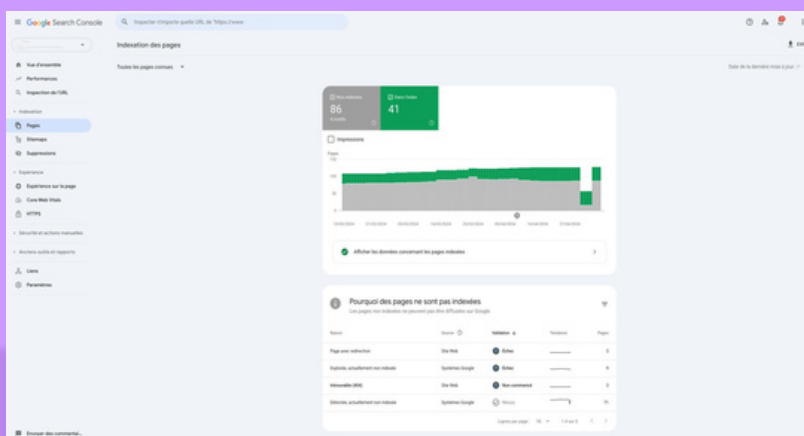
Sitemap URL	URL de la page	Détecté
https://www.monsite.fr/blog-categories-sitemap.xml	https://www.monsite.fr/monblog/catégorie/seo	20 avril 2024 (10:07)
https://www.monsite.fr/blog-categories-sitemap.xml	https://www.monsite.fr/monblog/catégorie/markeDng	20 avril 2024 (10:07)

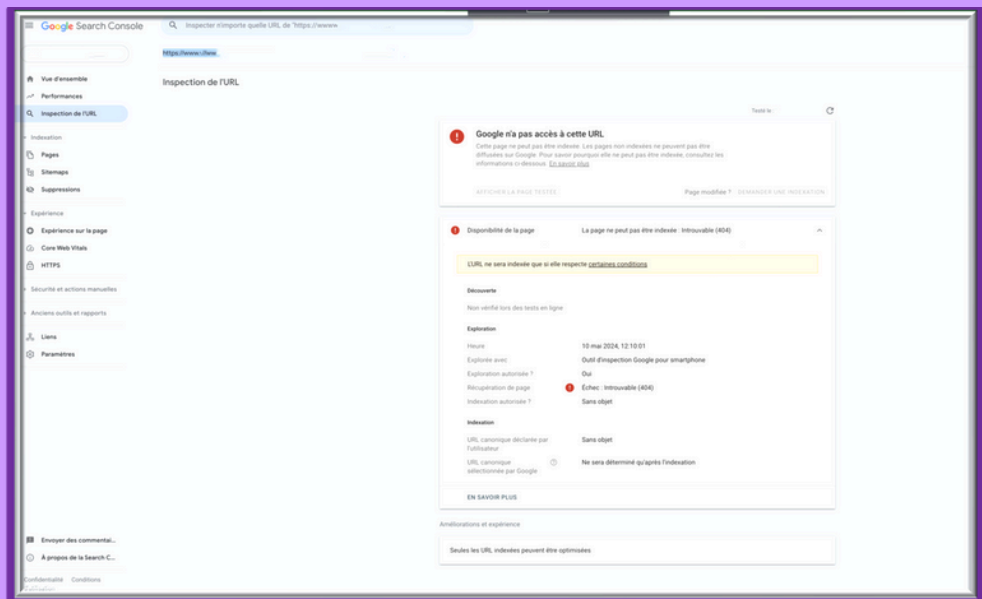
2 Audit de Contenu

Un audit SEO complet inclut à la fois une analyse technique et une vérification des bonnes pratiques on-page. Google Search Console et Semrush, sont deux outils puissants qui vous aideront à identifier et corriger les problèmes techniques, ainsi qu'à optimiser vos pages pour un meilleur référencement. Dans ce chapitre, nous allons explorer comment utiliser ces outils pour réaliser un audit on-page.

a) Avec Google Search Console et Semrush

- Si vous faites votre audit avec Semrush, connectez-vous à votre Google Search console.
- Sinon allez directement dessus vérifier l'indexation: dans le menu de gauche, cliquez sur pages. Vous aurez une idée précise des pages indexées ou exclues par Google.





- Il n'y aura plus qu'à analyser et faire une demande d'indexation.

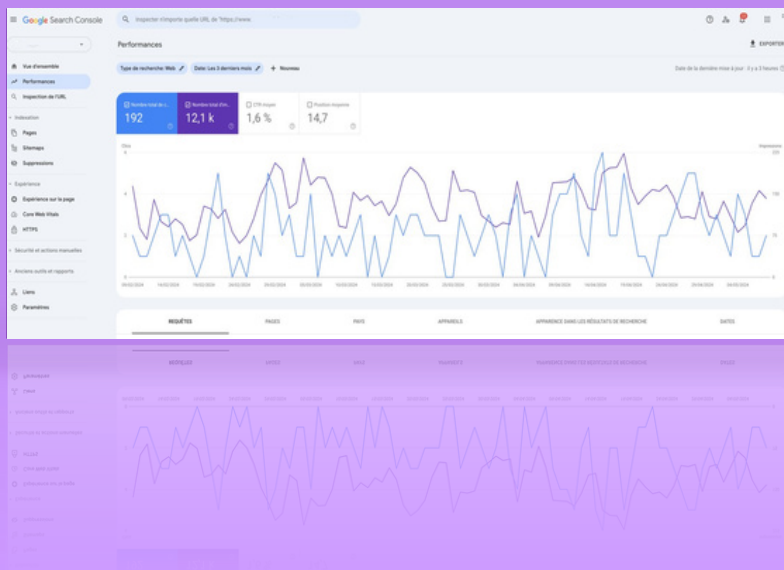
b) Vérification des bonnes pratiques.

Un petit rappel des bonnes pratiques. Ceci permettra de corriger les erreurs précédentes:

- Un seul H1 par page.
- Hiérarchie des titres H1, H2, H3.
- Optimisation des métadescriptions.
- Mettre des balises Alt.



c) Analyse des performances de recherches



Regarder le nombre de clics par rapport au nombre total d'impressions

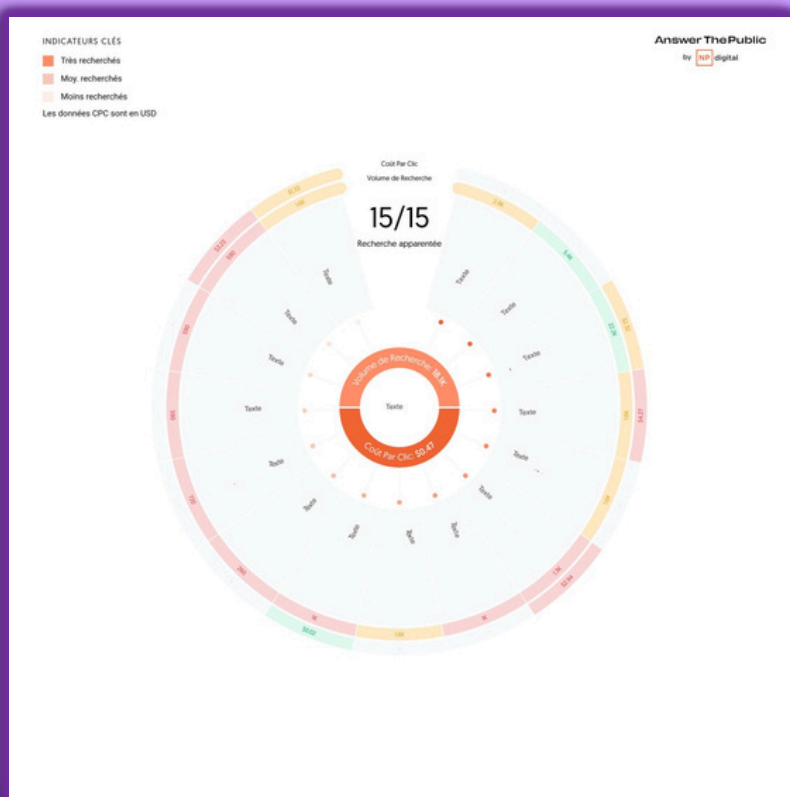
- Par requêtes
- Par pages
- Par pays
- Par appareils....

De nombreuses informations afin d'améliorer le contenu, en fonctions des mots performants.

Je vous suggère d'utiliser Answer The Public pour connaître la densité de vos mots, et ainsi affiner vos choix.

Des outils comme Ubersuggest et Semrush vous donneront des idées de contenus dans leur version payante.

Exemple Answer the public



Exemple Ubersuggest

● Facile: 1 - 20

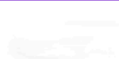
● Moyen: 21 - 70

● Difficile: 71 - 100

Mots-clés	Volume	Position	Visites est.	SD
Texte	260	9	3	● 45
Texte	260	9	3	● 42
Texte	1.6k	12	2	● 38
Texte	1.6k	13	2	● 38
Texte	140	11	2	● 47
Texte	480	12	1	● 37
Texte	480	13	1	● 26
Texte	90	40	0	● 21
Texte	210	29	0	● 37
Texte	140	59	0	● 39

Voir les 5 mots-clés →

Connecter Google Analytics à Semrush pour maximiser l'efficacité de votre audit SEO. Cela permet d'avoir une vue unifiée des données et de bénéficier des analyses approfondies de Semrush en plus des données brutes, fournies par Google Analytics. Telles que les performances des mots-clés et les audits de sites plus détaillés.



Google Analytics v4 : Top pages vues

Compte : Texte Canal de trafic : Tous

No.	Page	Pages vues	Temps moy. sur la page	Sessions	Sessions avec interactions
1	Texte				
	01 avr. - 30 avr., 2024	102 (22.72%)	00:25	116 (44.79%)	44 (39.29%)
	01 mars - 31 mars, 2024	85 (21.41%)	00:24	82 (47.95%)	32 (40.51%)
	% Change	+20.00%	+7.01%	+41.46%	+37.50%
2	Texte				
	01 avr. - 30 avr., 2024	77 (17.15%)	01:42	74 (28.57%)	32 (28.57%)
	01 mars - 31 mars, 2024	19 (4.79%)	02:13	22 (12.87%)	8 (10.13%)
	% Change	+305.26%	-23.31%	+236.36%	+300.00%
3	/Texte				
	01 avr. - 30 avr., 2024	27 (6.01%)	00:35	15 (5.79%)	13 (11.61%)
	01 mars - 31 mars, 2024	39 (9.82%)	00:44	16 (9.36%)	13 (16.46%)
	% Change	-30.77%	-19.97%	-6.25%	0.00%
4	Texte				
	01 avr. - 30 avr., 2024	34 (7.57%)	01:11	14 (5.41%)	14 (12.50%)
	01 mars - 31 mars, 2024	9 (2.27%)	00:20	3 (1.75%)	3 (3.80%)
	% Change	+277.78%	+257.50%	+366.67%	+366.67%
5	Texte				
	01 avr. - 30 avr., 2024	23 (5.12%)	00:23	12 (4.63%)	12 (10.71%)
	01 mars - 31 mars, 2024	10 (2.52%)	00:38	7 (4.09%)	6 (7.59%)
	% Change	+130.00%	-39.13%	+71.43%	+100.00%
6	Texte				
	01 avr. - 30 avr., 2024	17 (3.79%)	01:36	18 (6.95%)	12 (10.71%)
	01 mars - 31 mars, 2024	22 (5.54%)	01:06	19 (11.11%)	16 (20.25%)
	% Change	-22.73%	+46.31%	-5.26%	-25.00%
7	Texte				
	01 avr. - 30 avr., 2024	20 (4.45%)	00:37	9 (3.47%)	8 (7.14%)
	01 mars - 31 mars, 2024	8 (2.02%)	00:18	4 (2.34%)	4 (5.06%)
	% Change	+150.00%	+102.00%	+125.00%	+100.00%
8	Texte				

3 . Audit de Popularité

Le Netlinking, aussi appelé Link building, est une composante importante dans toute stratégie SEO. Il s'agit de la pratique d'acquérir des liens entrants (backlinks) provenant d'autres sites Web vers le vôtre. Ces liens sont considérés comme des votes de confiance par les moteurs de recherche, ce qui peut améliorer votre classement dans les résultats de recherche. En parallèle, une bonne structure des liens internes aide à améliorer l'expérience utilisateur et à faciliter l'indexation de votre site, par les moteurs de recherche.

a) Importance du Netlinking

Les backlinks sont importants, ils permettent:

- Une augmentation de l'autorité de domaine. Les backlinks de qualité provenant de site ayant une forte autorité de domaine, renforcent la crédibilité de votre site aux yeux des moteurs de recherche.
- Une amélioration du classement SEO.
- Une génération de trafic référent. Ils peuvent également diriger du trafic direct vers votre site. Si un utilisateur clique sur un lien, sur un autre site pour accéder au vôtre, cela oriente votre trafic.

Backlink Audit : Domaines par Toxic Score

Project Scope: Root domain Toxic

Report Scope: All links | Last update: Apr 25, 2024

8%
potentiellement toxiques (4)

92%
non toxiques (41)

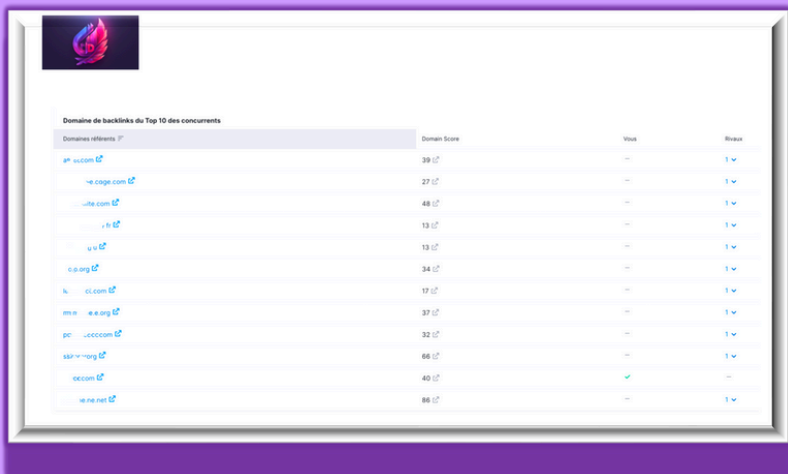
Ici l'idée est de mettre une stratégie en place: désindexer certains backlinks de mauvaises qualités; mettre en place une stratégie de presse digitale .

duales; mettre en place une stratégie de presse digitale .

Ici l'idée est de mettre une stratégie en place: désindexer certains backlinks de mauvaises

8%
potentiellement toxiques (4)

92%
non toxiques (41)



Domaines référents 10	Domain Score	Visus	Revue
g th socc.com	39	---	1
re cage.com	27	---	1
...ite com	48	---	1
r th	13	---	1
g vi	13	---	1
c p.org	34	---	1
h... ci.com	17	---	1
m... e.org	37	---	1
pc... uccom	32	---	1
star... m.org	66	---	1
ccom fr	40		---
re ne.net	86	---	1

b) Importance des liens internes.

Les liens internes essentiels pour:

- L'amélioration de l'expérience utilisateur. Les liens internes aident les visiteurs à naviguer facilement sur votre site, ce qui améliore leur expérience globale.
Ils peuvent découvrir plus de contenu pertinent et rester plus longtemps sur votre site, donc cela améliore votre taux de rebond.
- Faciliter l'indexation. Les moteurs de recherche utilisent des liens internes pour explorer et indexer votre site, une bonne structure de liens internes aide les moteurs de recherche à découvrir tout votre contenu.
- Répartir l'autorité des pages. Des liens internes permettent de répartir l'autorité des pages sur l'ensemble de votre site et ainsi améliorer le classement des pages moins visibles.

Auditer des liens internes fournira des informations sur les liens brisés, les pages orphelines, et les pages avec peu de liens internes. Utiliser ces informations pour améliorer la structure du site.

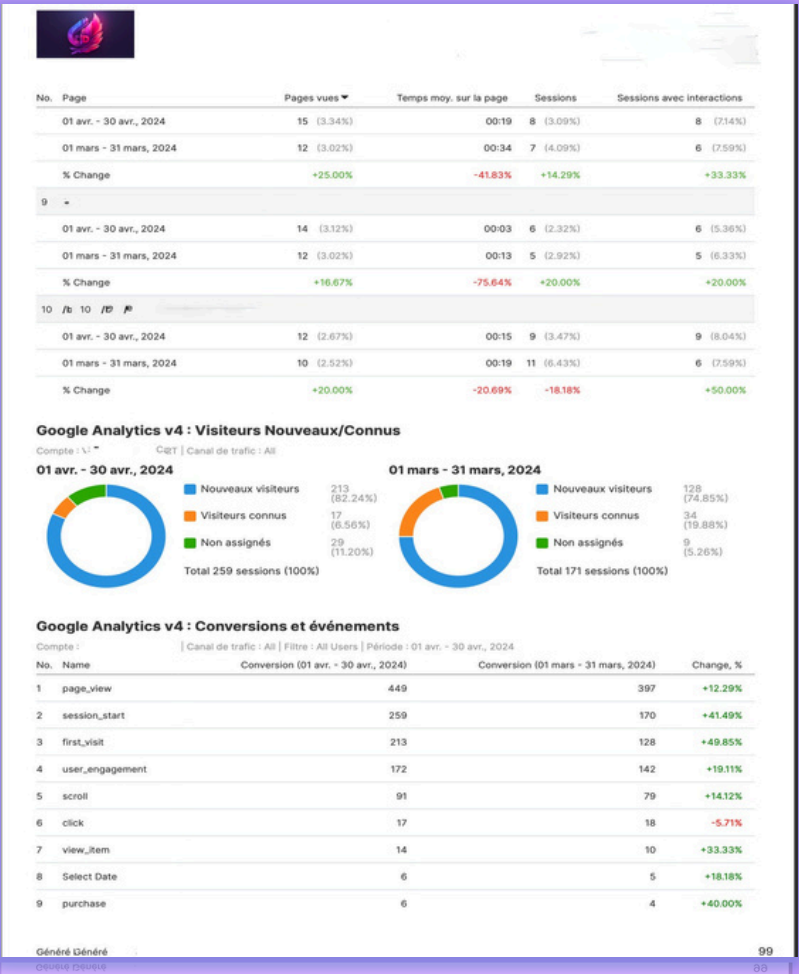
Ces pratiques améliorent non seulement le classement SEO mais aussi l'expérience utilisateur sur le site.

Dans le prochain chapitre, un autre aspect de l'audit permettant de renforcer encore davantage votre stratégie.

4. Analyse des performances avec Google Analytics

GA4, c'est comme une caméra de surveillance qui vous permet de voir comment les visiteurs interagissent avec votre site. Quelle page ils visitent, combien de temps ils restent et bien

plus encore. Google Analytics peut analyser les performances de votre site et améliorer votre stratégie SEO.



Comprendre le comportement des utilisateurs:

- Temps passé sur le site.
- Savoir quelles pages sont les plus visitées.
- Connaître le taux de rebond qui mesure le pourcentage de visiteurs quittant le site, après avoir visité une seule page. Un taux de rebond élevé peut indiquer que votre contenu ou la structure de votre site ne retient pas les visiteurs.

Le but ici n'est pas d'apprendre à utiliser en profondeur GA4, mais je vous invite à explorer un maximum de ses possibilités.

Google Analytics est un outil puissant. Une analyse régulière des performances vous aide à identifier ce qui fonctionne bien et ce qui doit être amélioré, vous permettant ainsi d'optimiser continuellement votre site, pour une meilleure expérience et un meilleur classement.

Conclusion

Il est important de ne pas sous-estimer l'importance du positionnement SEO. Un site bien optimisé non seulement attire plus de visiteurs, mais offre également une meilleure expérience utilisateur, ce qui conduit à une plus grande satisfaction et fidélité des clients.

Dans ce guide, j'ai couvert les aspects essentiels d'un audit SEO:

1. Préparation de l'audit, comprendre les bases et choisir les bons outils.
2. Un audit technique qui analyse toutes les erreurs.
3. Analyse de la vitesse de la page avec Page speed insights
4. Analyse de contenu avec l'aide de la Google Search Console
5. Recherche des mots-clés
6. Analyse des backlinks et des liens internes.
7. Analyse des performances avec G.A4.

Bien que ce guide vous fournisse des informations nécessaires pour réaliser un audit SEO par vous-même, il est souvent préférable de faire appel à un professionnel.

- Pour son expertise
- Pour un gain de temps. Réaliser un audit SEO complet est très chronophage. Un professionnel peut gérer ce processus plus efficacement, vous permettant de vous concentrer sur d'autres aspects de votre entreprise.
- Le professionnel a accès à des outils avancés et payants qui offrent des analyses plus détaillées et précises, ce qui peut ne pas être possible, avec des versions gratuites ou les connaissances de base.

En espérant que ce guide vous a été utile et vous encourage à continuer à apprendre et optimiser votre site pour les moteurs de recherche. N'oubliez pas qu'une bonne stratégie SEO est un investissement à long terme qui porte ses fruits en augmentant votre visibilité, votre trafic et vos conversions.

Pour un audit SEO professionnel, contactez-moi:

Mon calendly: <https://bit.ly/4auTjOL>

Email: christine@christinedigitalperformance.com

Téléphone: 0628640396

Je suis impatiente de travailler avec vous pour améliorer les performances de votre site Web, et atteindre vos objectifs de référencement.

Merci

Christine Aucher





Christine Digital Performance

Christine Digital Performance

