

✓ La Checklist Officielle de l'Audit SEO 20/80™

Par Bilkher Diakhate – Consultant SEO & Fondateur de BD consulting, Créateur de SEO Pareto™

🎯 Pourquoi cette méthode est différente

Tu veux des résultats SEO visibles, rapides, et concrets ?

Tu veux éviter les audits trop longs, théoriques et souvent inutilisables ?

Voici la méthode que j'utilise personnellement pour des marques comme :

Canal+, Louis Vuitton, Allopeus, Malakoff Humanis, Adopt Parfums, Blédina...

Et des dizaines d'autres PME et startups ambitieuses.

Elle est validée par **Réacteur d'Abondance**, le média SEO le plus reconnu du marché, mais aussi par **Olivier Andrieu**, le Papa du SEO Francophone





Cette méthode, c'est l'**audit SEO 20/80™**, basé sur le principe de Pareto.
20% des actions peuvent générer 80% des résultats. Mon job, c'est d'identifier lesquelles.

ÉTAPE 1 : Cadrer le business & les objectifs clients

Cette étape est le socle de tout audit 20/80™.

On ne lance **aucune analyse technique ou sémantique** avant d'avoir compris le **business model** du client, ses **objectifs réels** et surtout **ce qui déclenche les ventes**.

Chez **Canal+**, quand j'ai retravaillé le SEO de leur portail corporate, ce n'est pas "se positionner sur plus de mots-clés" qui comptait.

Chez **Louis Vuitton**, l'objectif n'était pas "le trafic" mais de **gagner la bataille sur certains mots-clés ultra concurrentiels liés à des collections spécifiques**.

Et le SEO devait **s'aligner à la stratégie e-commerce mondiale**.

Chez **Malakoff Humanis**, on a priorisé les prestations santé entreprises en local.

Chaque action SEO devait générer **des leads qualifiés sur leurs offres collectives**.

Et c'est exactement ce que les consultants SEO formés via SEO Pareto apprennent à faire dès le premier mois.

- Se poser les bonnes questions
 - Comprendre **la vraie intention derrière le besoin SEO exprimé**
 - Orienter toute la suite de la stratégie sur ce qui **convertit**, pas juste ce qui **ranke**
-

✅ Checklist :

Ai-je compris le vrai objectif business du client ?

Spoiler : ce n'est jamais juste "être premier sur Google".

L'objectif réel est souvent : obtenir plus de leads, remplir un agenda commercial, vendre une offre star, ou renforcer la visibilité RH, par exemple.

Ai-je défini les produits ou services prioritaires ?

On ne référence pas un site entier : on priorise.

Un bon audit 20/80 identifie **les 3 offres clés** sur lesquelles concentrer la puissance SEO.

Ai-je identifié la proposition de valeur unique (USP) ?

Le SEO ne sert à rien si tu dis la même chose que tout le monde.

L'audit doit repérer **ce qui différencie la marque dans sa promesse**, et orienter les futurs contenus dessus.

Ai-je fait le lien entre SEO et conversion ?

Un bon consultant SEO, ce n'est pas un référenceur.

C'est un business partner.

→ Où atterrissent les visiteurs ?

→ Qu'est-ce qui les convertit ?

→ Faut-il optimiser les CTA, les tunnels, les formulaires, les pages d'atterrissage ?

💡 Tips de Bilkher

On ne fait pas du SEO pour ranker.

On fait du SEO pour vendre, pour croître, pour impacter.

Et c'est ce **mindset business-first** qui fait que mes élèves signent **des clients à 500€, 2.000€, 5.000€, voire 10.000€/mois**, comme Lee qui a signé 50.000€ de deals en 3 mois en ayant cette approche 🙌



Pas parce qu'ils savent "optimiser un titre",
mais parce qu'ils savent **poser les bonnes questions** et bâtir une stratégie **alignée avec les enjeux du business**.

ÉTAPE 2 : Analyse concurrentielle ciblée

Ce que j'ai fait chez les gros comptes :

Chez **Adopt Parfum**, on a identifié que la vraie concurrence SEO venait non pas des grandes marques de luxe...

...mais des marques DTC comme **Parfois** ou **Merci Handy** ultra présentes sur des mots-clés de longue traîne.

→ Résultat : repositionnement complet du blog & des catégories pour capter le bon trafic qualifié ET acheteur.

Chez **Allopneus**, le SEO local était un game changer.

Plutôt que de se battre sur “pneu pas cher”, on a ciblé **des requêtes locales + mobiles** sur des villes clés.
→ Explosion des clics sur Google My Business & pages locales.

Et chez **Blédina**, on a cartographié les mots-clés par moment de vie des parents, pas juste par produit.

→ Le site est devenu une vraie ressource de confiance, avec un **trafic organique doublé en moins de 6 mois**.

✓ Checklist :

Ai-je identifié les VRAIS concurrents SEO ?

Ceux qui trustent Google, même s'ils sont inconnus du client.

Utilise SEMrush, SE Ranking, Ahrefs pour repérer les domaines qui dominent le top 10.

Ai-je isolé leurs pages les plus puissantes ?

Quelles pages génèrent du trafic qualifié ? Quelles requêtes ? Quel angle de contenu ?

Ai-je repéré des angles éditoriaux différenciants ?

Exemples : formats (guides, FAQ, comparateurs...), types de titres, ton éditorial, présence de visuels ou non.

Ai-je relevé leurs backlinks ou partenariats clés ?

Un audit 20/80 va chercher **les 5-10 domaines référents à fort potentiel** à reproduire ou approcher.

Ai-je trouvé les quick wins SEO par rapport à eux ?

Pages oubliées, requêtes mal couvertes, mots-clés à faible autorité, etc.

🔥 Et du côté des Paretos ?

Dans le programme **SEO Pareto**, cette étape est souvent celle où tout change.

Ils comprennent que le SEO, ce n'est pas “optimiser un site”, c'est **attaquer une niche stratégique**.

Et c'est comme ça qu'ils signent des **missions avec les bons clients, au tarif qu'ils souhaitent**.

→ En montrant au client ce qu'il perd... face à ses vrais concurrents dans Google.

Et le client, quand il voit ça, **il n'achète pas du SEO**.

Il achète un plan d'attaque, comme ce qu'a réussi à faire Elodie 🙌



📌 ÉTAPE 3 : Audit SEO 360° orienté impact

C'est ici que la majorité des consultants sortent **un audit de 80 pages**, truffé de jargon technique et de recommandations génériques...

Et c'est là aussi que **le client se perd, ne comprend rien, n'applique rien.**

Un audit SEO 20/80™ à la sauce Bilkher, c'est tout l'inverse.

C'est **un rapport ultra ciblé**, qui décortique uniquement ce qui va **débloquer du business rapidement.**

Et c'est pour ça que mes audits sont utilisés chez des groupes comme **Louis Vuitton, Malakoff Humanis ou Allopneus.**

Ce n'est pas "un audit pour cocher des cases".

C'est **un document stratégique** qui enclenche une transformation concrète.

✓ Checklist :

Ai-je scanné le site avec les bons outils ?

→ Screaming Frog, SE Ranking, Ahrefs, GSC, GTMetrix, etc.

Mais surtout, **ai-je su interpréter les données avec un regard business ?**

Parce que faire un crawl, tout le monde peut le faire. Prioriser, c'est autre chose.

Ai-je isolé les pages stratégiques à fort potentiel SEO + Business ?

→ Pages transactionnelles, offres clés, contenus qui peuvent ranker et convertir.

Chez Canal+, c'était la page RH.

Chez Malakoff Humanis, les pages mutuelles entreprises.

Ai-je identifié les freins techniques bloquants ?

→ Vitesse, balisage Hn, indexabilité, architecture, pagination, duplication...

Mais uniquement ceux qui freinent le **trafic ou les conversions**, pas les détails pour briller en réunion.

Ai-je évalué la qualité éditoriale ?

→ Le contenu répond-il vraiment à l'intention de recherche ?

→ Est-ce qu'il rassure, engage, convertit ?

→ Est-ce qu'il est écrit pour **lire et convaincre**, pas juste pour plaire à un algo ?

Ai-je analysé le maillage interne comme levier de performance ?

→ Ai-je trouvé les hubs à booster ? Les pages orphelines à relier ?

→ Ai-je proposé un plan de maillage basé sur le parcours de conversion ?

Ai-je mesuré la notoriété SEO ?

→ Profil de backlinks, E-E-A-T, Google My Business, citations, mentions brandées...

Ai-je repéré les pages zombies ?

→ Pages sans visites, sans valeur, qui diluent la puissance SEO globale.



Tips de Bilkher :

Chez **Adopt Parfum**, un simple audit ciblé sur les fiches produits + le blog a permis de générer **+43% de trafic organique en 3 mois**.

Pourquoi ? Parce qu'on ne s'est pas perdu dans 10.000 pages.

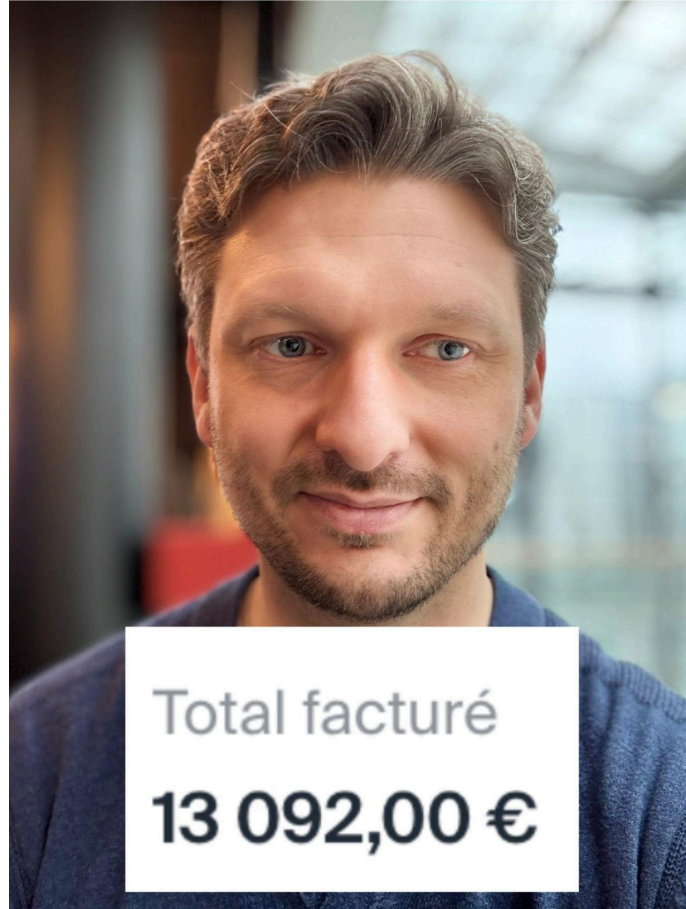
On a mis le paquet sur **les 40 pages qui faisaient vendre**.

Et c'est exactement ce que font **les Paretos formés par SEO Pareto** :

→ Ils ne font pas des audits pour faire joli.

→ Ils font des audits pour **cluser des prestas à 3.000€, 5.000€, 10.000€/mois**,

en démontrant **ce qui rapporte du business, comme l'a fait Florian** 🙌






ÉTAPE 4 : Priorisation & plan d'action

C'est le **moment le plus décisif** dans un audit SEO 20/80™.

Et pourtant, c'est celui que la majorité des consultants **bâclent ou sur-complexifient**.

Parce qu'un bon audit, ce n'est pas une encyclopédie technique.

C'est un **plan de guerre clair, activable dès lundi matin**, qui montre à ton client :

- Où aller 
- Par quoi commencer 
- Avec quels résultats attendus 

Et c'est cette capacité à **prioriser + piloter un plan concret** qui fait que **mes élèves Paretos closent à 1,5K€, 3K, 5K, voire 10K€/mois, pas parce qu'ils connaissent "le SEO"... mais parce qu'ils savent apporter de la clarté stratégique.**

Ce que j'ai fait chez les grands comptes :

Chez **Canal+**, une refonte du plan de contenu + des pages RH a été validée **en 2 semaines** par la direction, car on avait un plan clair sur 90 jours, chiffré, pilotable.

Chez **Blédina**, le plan d'action a été structuré en **sprints de 3 semaines**, orientés ROI par typologie de contenu parental.

→ Résultat : +92% de mots-clés positionnés sur les top recherches en moins de 6 mois.

Chez **Louis Vuitton**, j'ai construit un plan par **cluster thématique**, lié aux nouvelles collections, avec coordination entre SEO, e-commerce et branding.

→ Pourquoi ça a fonctionné ? Parce que chaque action avait **un budget temps, un livrable, et une métrique claire.**

Checklist :

Ai-je priorisé les actions en fonction de leur impact & faisabilité ?

→ Axe 1 : ce qui rapporte vite

→ Axe 2 : ce qui sécurise la croissance

→ Axe 3 : ce qui renforce l'autorité (moyen/long terme)

Ai-je structuré un plan sur 90 jours maximum ?

→ Découpé en phases : technique, contenu, netlinking, conversion

→ Activable sans dépendance excessive à la tech (on commence par ce qu'on maîtrise)

Ai-je intégré les ressources internes disponibles ?

→ L'audit est un plan **co-construit**, pas un rapport à jeter à la prod

→ Exemple : si le client n'a pas de rédacteur → tu proposes une alternative ou un partenaire

Ai-je associé chaque action à un KPI business ?

→ Positionnement, trafic, nombre de leads, taux de conversion, valeur moyenne de commande...

Ai-je livré le tout sous un format lisible et impactant ?

→ Tableau synthétique (Notion, Excel, slide...), visuel, roadmap

→ Objectif : **le DG, le marketeur et le dev comprennent la même chose en 30 sec.**

💡 **Tips de Bilkher :**

Tu ne vends pas de l'audit.

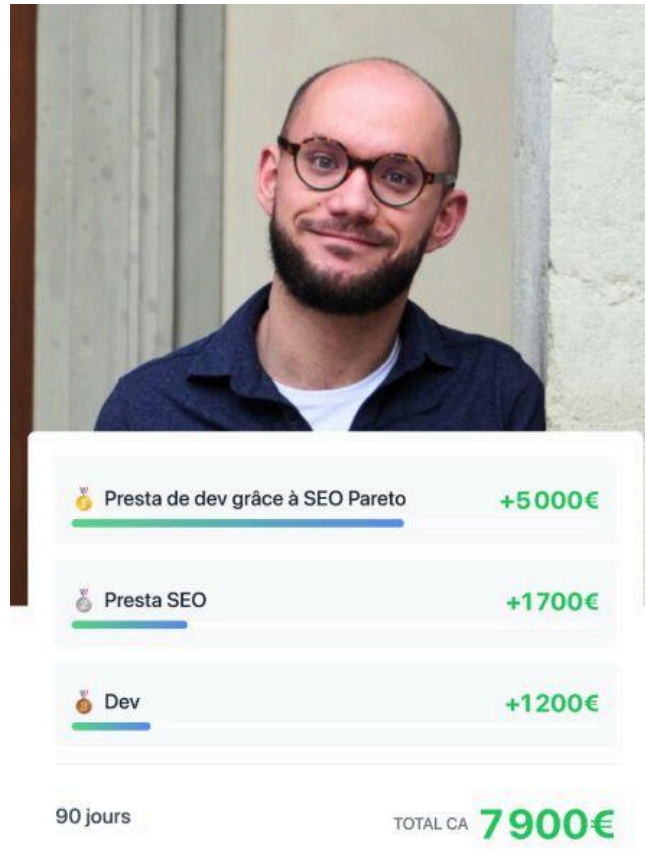
Tu vends **de la clarté stratégique et de l'exécution priorisée.**

Et c'est ça qui fait que **les Paretos sortent du lot.**

Ils arrivent en rendez-vous avec un plan tellement clair et business-driven...

...que le client ne se pose même plus la question du prix.

Il veut avancer avec eux. **Maintenant, comme ce fut le cas de Gianito** 👉



📌 **ÉTAPE 5 : Et après ? Le vrai travail commence**

L'audit, c'est comme un diagnostic médical ultra précis.

Mais sans traitement, sans suivi, sans adaptation... ça reste juste une jolie ordonnance.

👉 Un audit SEO 20/80™ **n'est jamais une fin.**

C'est le début d'une **relation stratégique** avec ton client.

Et c'est ici que tu dois montrer que tu n'es **pas juste un prestataire**, mais **un co-pilote SEO** qui va l'accompagner jusqu'au résultat.

Ce que j'ai mis en place chez mes gros clients :

Chez **Malakoff Humanis**, on a enclenché **3 mois d'accompagnement SEO technique + éditorial**, piloté en sprint, avec un Slack partagé et des points hebdo.

→ Résultat : +300% de visibilité SEO sur leur offre mutuelle collective.

Chez **Allopeus**, on a mis en place un **plan de suivi bimensuel** post-audit, pour s'assurer que les recommandations étaient bien mises en place, testées, et itérées.

→ Gain SEO mesurable en moins de 45 jours.

Et les Paretos dans tout ça ?

C'est **cette phase post-audit** qui permet aux freelances formés par SEO Pareto™ de signer des prestations à **1.500€/mois, 3.000€/mois, voire 10.000€/mois**.

Pourquoi ?

Parce qu'ils ne laissent **aucun flou**.

Ils montrent au client :

- Où on va 🚀
- Ce qui a été fait ✅
- Ce qu'on corrige 🛠️
- Ce qu'on mesure 📊
- Et ce qu'on va facturer 📄

C'est ce **niveau de structure et d'engagement** qui fait que le client reste. Longtemps.

✅ Checklist :

Ai-je proposé un point de suivi à 30 jours ?

→ Validation des premières actions

→ Ajustement de la roadmap

Ai-je prévu un accompagnement SEO Pareto™ ?

→ Mensualisation

- Coaching/Monitoring
- Production + stratégie sur 90 jours

Ai-je cadré le périmètre, les livrables et les attendus ?

- Pas de flou = pas de malentendu = pas de conflit

Ai-je valorisé ma posture de stratège SEO ?

- Je ne suis pas un “consultant exécutant”
 - Je suis le cerveau digital du client sur Google
-

 **Tips de Bilkher :**

La prestation qui convertit fort, c’est celle qui rassure.

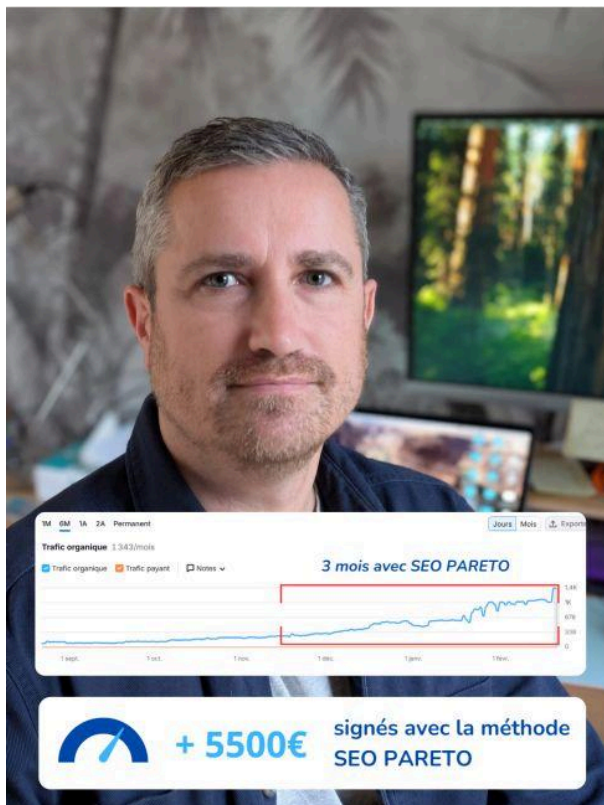
Quand tu livres un audit **et que tu proposes un plan d’accompagnement :**

- Tu montres que tu es là pour le long terme
- Tu deviens un partenaire, pas une charge

Et là, crois-moi...

Tu ne closes plus des audits à 700€.

Tu **scales des missions à 3.000€/mois**, sur 6 mois ou plus, comme l’a fait Gabriel 👉



🚩 Conclusion : À vous de jouer.

Tu tiens entre les mains la **méthodologie exacte** que j'ai moi-même utilisée pour accompagner des boîtes comme **Canal+**, **Louis Vuitton**, **Malakoff Humanis**, **Allopageus**, **Adopt Parfum**, **Blédina**, et bien d'autres.

Et surtout :

👉 **C'est cette même méthode que j'ai transmise aux Pareto**s, dans le programme SEO Pareto™.

Résultat ?

Ils ont signé **des missions à 500€, 1.500€, 5.000€ et même 10.000€/mois en récurrent**, simplement parce qu'ils ont su **parler business, prioriser les bons leviers, et délivrer de la valeur stratégique**.

Maintenant, cette méthode est entre tes mains.

Et comme je le répète souvent à mes élèves :


👉 **Ce n'est pas l'info qui crée les résultats, c'est l'action.**

Tu veux aller plus loin ?

Tu veux qu'on bosse ensemble sur **ton positionnement**, ta **méthodo d'audit**, ta **stratégie de closing** ?

Tu veux mon aide pour construire **ton propre plan d'attaque SEO 20/80™**, adapté à ton niveau, ton marché et tes clients ?

Alors passe à l'action maintenant :

 Contacte moi sur linkedin pour prendre un call avec moi → [linkedin.com/in/bilkher-diakhate](https://www.linkedin.com/in/bilkher-diakhate)

À très vite,

Bilkher