

L'AUDIT SEO ULTIME AVEC SEMRUSH

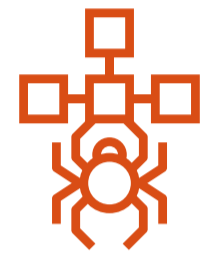


SEMRUSH

TABLE DES MATIÈRES



Introduction



Crawlabilité et Architecture de site

Robots.txt

Structure d'URL

Liens & Redirections

Sitemap



SEO on-page

Contenu

Balise title

Balise H1

Meta descriptions

Images



SEO Technique

Vitesse de page

Technologie ancienne

Mobile



Implémentation HTTPS

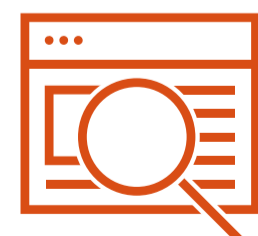


SEO International

Vous vérifiez régulièrement la santé et le bien-être de votre site, mais effectuer un audit de site peut se révéler très stressant, puisque la liste des problèmes auxquels votre site peut faire face est très longue. Exécuter manuellement chaque élément de cette liste est une tâche fastidieuse, mais heureusement il existe un outil qui peut résoudre tous ces problèmes à votre place.

SEMrush Site Audit est un outil puissant pour vérifier la santé de votre site. Grâce à sa grande vitesse de crawl et ses réglages personnalisés, il détecte automatiquement jusqu'à 60 problèmes, couvrant presque toutes les anomalies possibles d'un site.

Avec cet outil performant, vous allez avoir besoin d'assimiler quelques connaissances pour pouvoir effectuer des analyses de site valables et approfondies.



Ce PDF vous servira de guide pour tout, des problèmes de crawlabilité aux erreurs on-page. Certains éléments vous paraîtront secondaires, mais vous devrez néanmoins vous assurer qu'ils ne vont pas s'accumuler et entraîner une réaction en chaîne aux répercussions désastreuses.

Avec l'outil SEMrush Site Audit, notre recherche récente et ce PDF, vous serez en mesure d'effectuer un audit complet de votre site rapidement et efficacement.

C'est pour cela que nous avons composé ce PDF avec la checklist des problèmes qu'identifie SEMrush Site Audit. Nous avons aussi publié sur notre blog une étude sur **les erreurs de SEO techniques les plus communes**. Nous avons inspecté 100 000 sites web et 450 millions de pages pour 40 problèmes afin de trouver les erreurs qui apparaissent le plus souvent. Dans cette recherche, nous vous présentons la gamme des problèmes qui peuvent survenir sur votre site ainsi que les données relatives à leur fréquence.

Ce guide vous fournira des explications sur les raisons pour lesquelles ces problèmes apparaissent et des conseils sur la manière de les surmonter. Toutes les erreurs de ce PDF sont divisées en trois catégories de gravité, les mêmes que pour l'outil SEMrush Site Audit.

ERREURS

Les problèmes les plus graves, qui exigent une attention immédiate.

AVERTISSEMENTS

Ces problèmes ont un impact moindre sur la performance d'un site, mais ils ne doivent jamais être négligés.

REMARQUES


Problèmes insignifiants qui peuvent ne poser aucun désagrément, mais qui doivent quand même être traités.

CRAWLABILITÉ ET ARCHITECTURE DE SITE



Tout d'abord, il ne sert à rien d'optimiser quoi que ce soit sur votre site web si les moteurs de recherche ne peuvent pas le voir. Pour qu'un site apparaisse sur un moteur de recherche comme Google, il doit être crawlé et indexé par lui. Et l'on constate que **la crawlabilité et l'indexabilité** d'un site sont les deux éléments les plus communément négligés qui peuvent nuire à vos efforts SEO s'ils ne sont pas traités.

Pour améliorer la navigation et la compréhension à la fois pour les utilisateurs et les bots de crawl, vous devez construire une architecture de site bien organisée. Un site bien fait pour le SEO équivaut ici à un site agréable pour l'utilisateur. Pour parvenir à ce résultat, vous devez rationaliser la structure de votre site, vous assurer que le contenu qui a de la valeur et qui convertit est bien disponible, et se situe à 4 clics au plus de la page d'accueil.

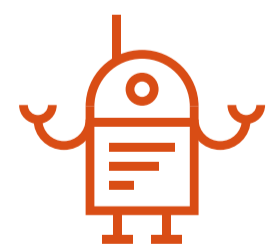


**DÉTERMINEZ
LE NIVEAU DE
CRAWLABILITÉ DE
VOTRE SITE AVEC
L'OUTIL SEMRUSH
SITE AUDIT**

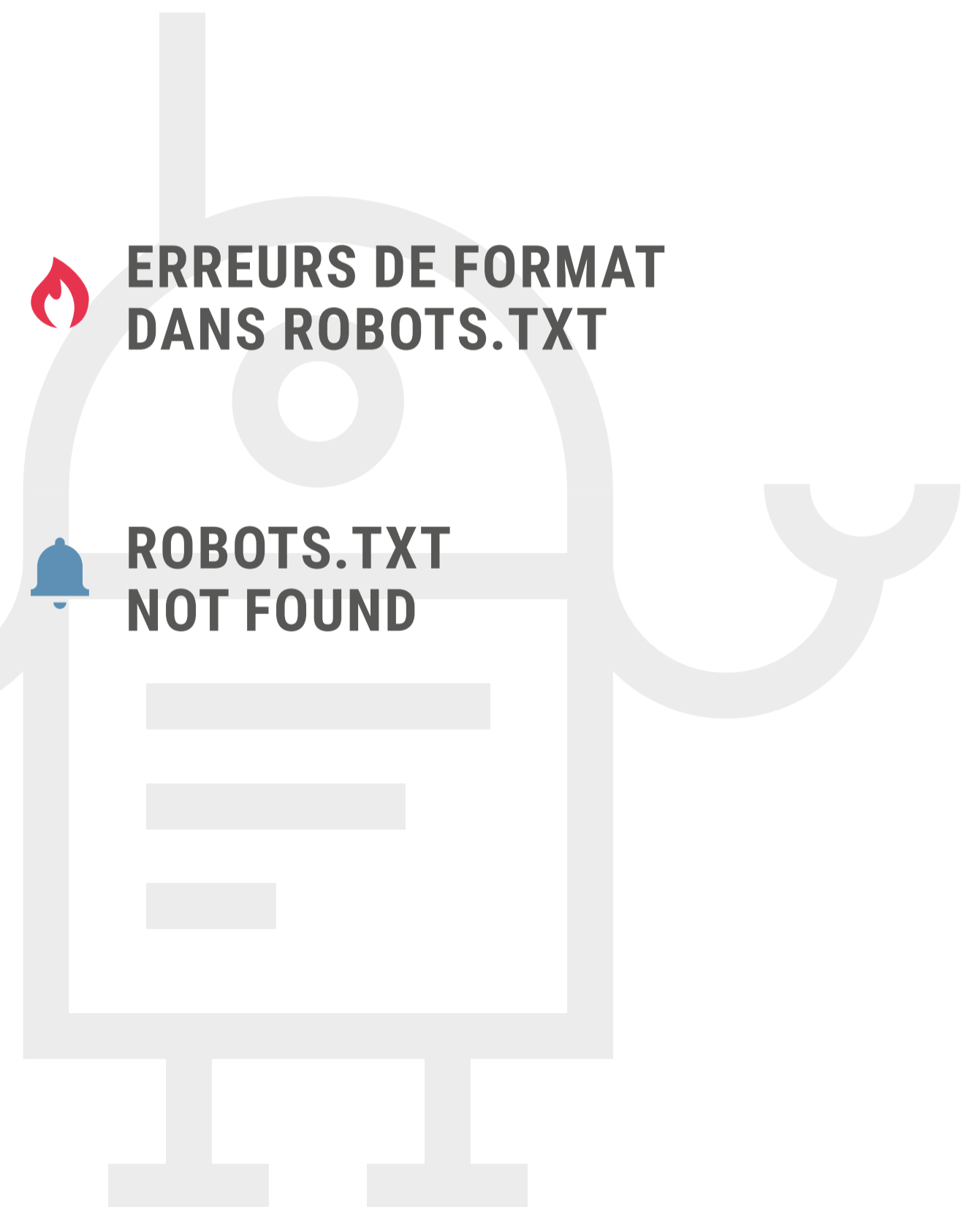
Commencez votre audit →

Les bots de recherche peuvent ne pas crawler votre site pour de multiples raisons. Robots.txt peut empêcher Google de crawler et d'indexer tout le site ou des pages spécifiques. Bien qu'avoir un robots.txt ne soit pas indispensable pour le bien-être d'un site, il peut aider à augmenter la vitesse de crawl et d'indexation. Mais faites attention aux erreurs ! Sinon, Google peut ignorer des pages importantes de votre site ou crawler et indexer des pages sans intérêt. Même si l'élaboration du fichier robots n'est pas difficile, les erreurs de format sont assez communes : ligne user agent vide, mauvaise syntaxe, directives qui ne correspondent pas, lister chaque fichier au lieu de bloquer l'indexation pour tout le répertoire ou lister des répertoires multiples sur une seule ligne.

Considérez robots.txt comme un guide pour votre site : en créant un simple fichier en format txt, vous pouvez conduire les bots vers les pages importantes en cachant celles qui ne présentent pas d'intérêt pour les utilisateurs, et donc pour les crawlers. Nous vous recommandons d'exclure du crawling les pages temporaires et les pages privées qui ne sont visibles que de certains utilisateurs ou des administrateurs, mais aussi les pages sans contenu de valeur. Cela dit, robots.txt ne représente jamais une directive stricte, mais plutôt une suggestion, et parfois les moteurs peuvent le négliger.



Pour en savoir plus sur les fichiers robots, jetez un œil au [manuel Google sur robots.txt](#). Et si vous souhaitez valider un fichier existant, vous pouvez utiliser [l'outil de test du fichier robots.txt](#).



Pour un spécialiste SEO, une URL est bien plus que l'adresse d'une page web. Si on ne s'en occupe pas, elles peuvent exercer une influence négative sur le positionnement. Les crawlers comme les gens lisent les URL, alors utilisez des mots pertinents pour indiquer de quoi traite le contenu de la page. L'URL peut correspondre au titre, mais sachez que les bots peuvent considérer les underscores dans les URL comme faisant partie d'un mot, il est donc préférable d'utiliser à la place des tirets ou des traits d'union pour éviter les confusions.

N'utilisez pas de lettres majuscules à moins d'avoir une très bonne raison. Cela ne fait que compliquer inutilement la lisibilité pour les robots et les personnes. Bien que la partie du domaine ne tienne pas compte des majuscules, ça peut être le cas du chemin selon l'OS de votre serveur. Cela n'affectera pas le positionnement, car un moteur de recherche saura

comprendre la page quoi qu'il arrive, mais si un utilisateur se trompe en tapant une URL qui tient compte des majuscules ou si votre serveur migre, vous pourrez avoir des problèmes de type erreur 404.

La structure d'une URL peut signaler l'importance d'une page aux moteurs de recherche. En général, plus une page est haut placée, plus elle paraît importante. Alors, maintenez la structure simple et mettez votre contenu important le plus près possible de la racine. Gardez aussi à l'esprit qu'avoir des URL trop longues ou trop compliquées, avec de nombreux paramètres, n'est bon ni pour les utilisateurs ni pour le SEO. Donc, même s'il est officiellement permis d'avoir jusqu'à 2048 caractères dans une URL, essayez de maintenir sa longueur en dessous de 100 caractères et réduisez les paramètres dynamiques quand c'est possible.



Avoir des liens sur votre site est nécessaire pour guider les utilisateurs et faire profiter d'autres pages du ranking de la landing page. Mais les liens cassés, les status codes 4xx et 5xx peuvent nuire à l'expérience utilisateur et à vos efforts SEO. Un trop grand nombre de liens sur une page lui donne l'apparence d'un spam et éveille la méfiance aussi bien des utilisateurs que des crawlers, qui ne suivront pas tous les liens de toute manière. Gardez donc à l'esprit que les **attributs nofollow** mal utilisés peuvent être nuisibles, en particulier lorsqu'on les emploie sur des liens internes.

Si vous avez des liens externes cassés, contactez les propriétaires de site. Vérifiez scrupuleusement vos liens, remplacez ou supprimez ceux qui sont inopérants, et dans le cas d'erreurs de serveur, contactez votre hébergeur.

Il faut également gérer les redirections temporaires. Elles semblent fonctionner de la même manière que les permanentes, mais quand vous utilisez des redirections 302/307 à la place d'une redirection 301, le moteur de recherche continue à indexer l'ancienne page et le pagerank n'est pas transféré sur la nouvelle. N'oubliez pas que les bots de recherche peuvent considérer un site avec WWW et sans WWW comme deux domaines distincts. Vous devez donc paramétrer des redirections 301 vers la version préférée et l'indiquer dans la Google Search Console.

Les chaînes de redirection et les boucles désorientent les crawlers et frustrant les utilisateurs en influant sur la vitesse de chargement. Vous perdez également une partie du pagerank original avec chaque redirection. C'est donc inconcevable pour n'importe quel propriétaire de site, pourtant les erreurs de redirection tendent à passer à travers les mailles et à s'accumuler. Vous devez donc vérifier périodiquement le linking de votre site.

 **ERREURS 4XX**

 **ERREURS 5XX**

 **LIENS INTERNES CASSÉS**

 **DOMAINE WWW MAL CONFIGURÉ**

 **CHAÎNES DE REDIRECTION ET BOUCLES**

 **LIENS EXTERNES CASSÉS**

 **REDIRECTIONS TEMPORAIRES**

 **LIENS INTERNES AVEC DES ATTRIBUTS NOFOLLOW**

 **TROP DE LIENS ON-PAGE**

 **LIENS EXTERNES AVEC DES ATTRIBUTS NOFOLLOW**

C'est un extrait introductif.

Vous pouvez télécharger la version complète ici:

<https://fr.semrush.com/ebooks/audit-de-site-ultime-avec-semrush/>