

DIAGNOSTIC DE
SITE INTERNETBOÎTE À OUTILS
POUR OPTIMISER SON SITE INTERNET

Google étant le moteur de recherche le plus utilisé en France : +94%, les critères évoqués dans ce document sont ceux de Google.



Il existe 2 façons d'optimiser son référencement de site Internet :

- le SEO "Search Engine Optimization" : le référencement naturel
- Le SEA "Search Engine Advertising" : le référencement payant

Seul le SEO sera abordé ici.

Qu'est-ce qu'un bon site Internet ?

Un site qui répond

- à une demande/recherche des **internauts**
- et qui répond aux critères de référencement de **Google**. Les robots Google passent environ tous les 3 mois sur votre site Internet et scannent les textes et les médias.

*Les 3 piliers du référencement naturel (SEO)*

- **Le contenu**
- **La technique**
- **La popularité**

*Protocole sécurisé HTTPS://*

Il est recommandé pour de créer son site Internet en <https://> car ce système fournit un niveau de sécurité supplémentaire à ceux qui se connectent. Google valorise le classement des sites sécurisés.

*URLs*

Les URLs sont essentielles pour le référencement. Il faut utiliser des URLs efficaces et personnalisées pour permettre à Google de facilement indexer le site.

OPTIMISATION DU SITE INTERNET POUR LES TÉLÉPHONES

75% du trafic en France se fait désormais sur un smartphone.

(Sources : Médiamétrie – étude de 2022)



Il est impératif d'avoir un site Internet adapté pour mobile, il existe 2 options :

- Le site Internet “**Web Responsive**” (site qui adapte le format de ses pages en fonction du support utilisé : ordinateur, tablette ou téléphone)
- Le site Internet “**mobile first**” (conçu spécifiquement pour les téléphones portables et s'adapte ensuite aux autres supports : tablette et ordinateur).

OUTIL

- “**Simulateur téléphone mobile - test site responsive**” est une extension (=plugging) à installer sur le navigateur Google Chrome. Il permet de voir le rendu sur téléphone portable à partir d'un ordinateur.





LES MOTS CLÉS

Réaliser une étude de mots clés de votre secteur d'activité est impérative afin de produire des textes de qualité pour votre site Internet.

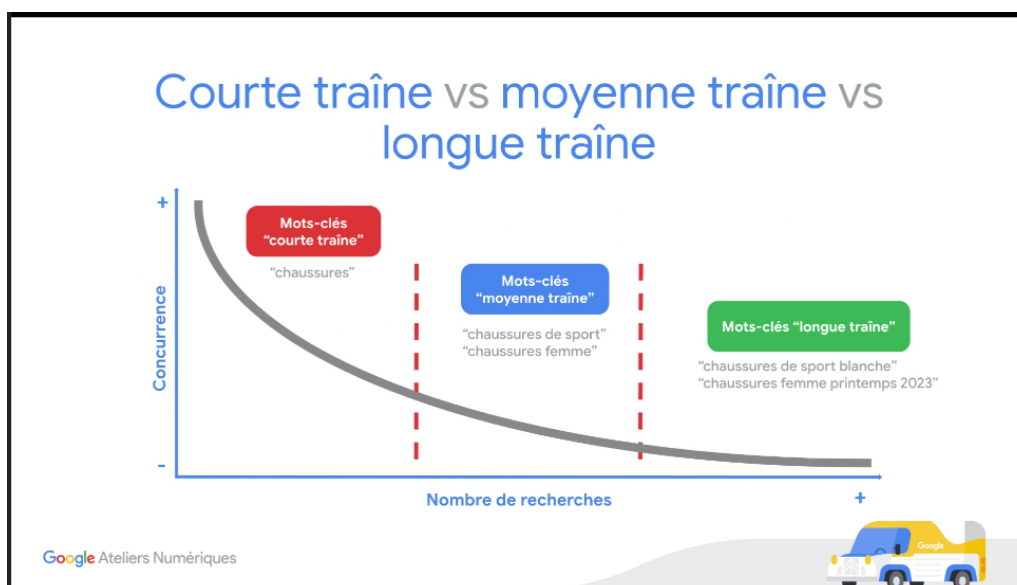
Les mots-clés

- Comprenez l'intention du mot-clé et proposez le bon contenu :

Découverte
➤
Considération
➤
Décision
- Variez vos types de mots-clés entre de la courte traîne et de la longue traîne
 - courte traîne : coach sportif
 - longue traîne : coach sportif yoga Montpellier
- Choisissez des mots-clés avec un volume de recherche suffisant, vérifiez bien les synonymes
 - Drone : 90500
 - Quadricoptère : 320

Vérifiez la concurrence de vos mots-clés, en tapant dans google et en utilisant la commande "allintitle:"

Google Ateliers Numériques



Sources : Google ateliers numériques

EN SAVOIR PLUS

Regarder les 2 vidéos indiquées page 10 sur le référencement naturel.

COMMENT TROUVER LES MOTS CLÉS DE VOTRE ACTIVITÉ?

Recenser les mots en lien avec son activité.

Déterminer ses axes de démarcations : ses valeurs, son positionnement, le bénéfice client.

Lister les questions que peuvent se poser les internautes :
qui ? quoi ? où ? comment ? combien ? pourquoi ?

Reformuler les interrogations avec des adverbes :
avec, sans, à, en, quel ...

Quels sont les inquiétudes des internautes ?

Inspirer vous de la concurrence.

LES MOTS CLÉS LIÉS À VOTRE CLIENTÈLE

Créer du contenu dont votre clientèle peut avoir besoin.

OUTILS

- **Google Trends** : outil Google pour connaître les recherches du moment, combien de fois les mots clés ont été recherchés ...
- **1.fr** : faire de recherches sur les pages des sites Internet concurrents par exemple
- **Answer the public** : outil pour savoir ce que les internautes recherchent.
- **IA** (= chat GPT, Claude, le Chat...) : outil pour trouver l'inspiration, aider à la reformulation...
- **xmind.ai** : permet de créer un cocon sémantique

LES BALISES

Balise titre → <https://www.foret-fouesnant-tourisme.com> : **La Forêt-Fouesnant | Un village marin en Bretagne sud**

Méta description → Découvrez **La Forêt-Fouesnant**, le village marin de caractère situé entre Bénodet et Concarneau en Bretagne Sud. On vous attend en Riviera bretonne !

Vous avez consulté cette page de nombreuses fois. Date de la dernière visite : 20/01/23

Balise titre

Un titre d'environ 70 caractères comprenant votre nom d'entreprise et vos mots clés.

Méta description

Texte qui doit contenir environ 160 caractères, espaces compris. Il doit décrire le contenu de la page grâce à vos mots clés.

La méta description n'a pas d'impact direct sur le SEO. Ce n'est pas un critère de référencement. Elle a un impact sur le taux de clic des utilisateurs.

Les balises H1, H2, H3...

Placer les mots clés dans les titres et s'assurer que le premier niveau <H1> contient les mots clés les plus importants. Ne jamais dupliquer la balise titre dans l'en-tête. Pour un meilleur référencement un seul titre <H1> par page et plusieurs <H2> - <H6>

Utilisation des balises - Balises H1- H6

<h1> : unique et obligatoire, Titre contenant le mot-clé principal.

Contenu : Paragraphes mot-clé + sémantique ().

<h1> Serrurier Paris</h1>

<h2> Dépannage serrurerie à Paris</h2>

<h3> Votre entreprise de serrurerie à proximité</h3>

<h3> Porte fermée, Porte Claquée ou Porte bloquée ?</h3>

<h2> : conseillé, Éléments de réponses + mot-clé / sémantique

<h3> : facultatif, Champ lexical

Exemple de page de site web

Ces balises sont présentes dans le code source de votre site internet. Faites donc attention au pré-formatage de votre CMS

Google Ateliers Numériques



Sources : Google ateliers numériques

OUTILS

- **Web Rank Info** est un site Internet qui permet de connaître les emplacements des balises H1, H2, H3... H6 d'une page d'un site Internet.
<https://www.webrankinfo.com/outils/balises-h1-h6.php>
- **"SEO on page analyser"** est une extension à installer sur le navigateur Chrome pour voir les balises.





CHARGEMENT DES PAGES

Un site Internet doit être **rapide**. Dans le cas contraire l'internaute n'attendra pas et passera à une autre site. Le poids de vos médias est important à prendre en compte.

Le temps optimal est de moins de 2 secondes.

Outil :

PageSpeed Insights : <https://pagespeed.web.dev/> pour tester la rapidité des pages d'un site Internet

LES MEDIAS

Les photos

Pour les internautes → visuels de qualité

Pour les robots Google → descriptif de qualité

Il faut :

- renommer les photos : pas de " _ ", pas de majuscule
- Remplir la balise ALT : décrire le contenu de la photo en y plaçant des mots clés.

Les photos ne doivent pas être lourdes.

Pensez aux crédits photos.

Attribut ALT

Le texte alternatif a pour but de décrire les images aux moteurs de recherche (et aux malvoyants) afin qu'ils puissent également apparaître dans les résultats de recherche Google Images.

Les vidéos

Attention : les vidéos alourdissent grandement un site Internet.

Pour intégrer une vidéo sur votre site Internet, vous avez 2 options :

- enregistrer le fichier de la vidéo dans votre site internet
- enregistrer le fichier dans une plateforme de vidéos (YouTube, Vimeo, Dailymotion...) et intégrer le lien dans votre site Internet. Cette solution est à privilégier si vous

LES LIENS

"Backlink" ou "lien retour" ou "lien entrant"

Un "backlink" est un lien provenant d'un site Internet qui pointe vers votre site Internet. Plus vous avez des liens de sites "de qualité", plus cela augmentera la popularité de votre site Internet.

Les ancres de lien ou "lien sortant"

Ce sont des liens hypertextes qui renvoient vers une autre page du site Internet ou vers une page d'un autre site Internet.



LA MISE EN PAGE



Les couleurs

Se limiter à **3 couleurs**. L'idéal est de partir de son logo ou de sa charte graphique, comme ça pas de surprise et les internautes s'y retrouvent.



Les polices

Ne pas utiliser plus de **deux ou trois polices** différentes. Cela apportera une cohérence et une unité à l'ensemble du site (1 police pour le titre, 1 pour le sous-titre, 1 pour le corps du texte).

Privilégier le **police facile à lire**, de type bâton : Arial, Helvetica...



Ne pas surcharger

Pour bien mettre en valeur l'information, il faut **épurer le contenu et le structurer**. Les espaces blancs apportent de la respiration à la mise en page et met le reste des informations encore plus en valeur.



Etre constant

Votre site Internet doit être **à votre image**. On doit reconnaître votre univers et on doit retrouver une structure similaire sur toutes les pages pour que l'utilisateur sache qu'il est dans le même site web.



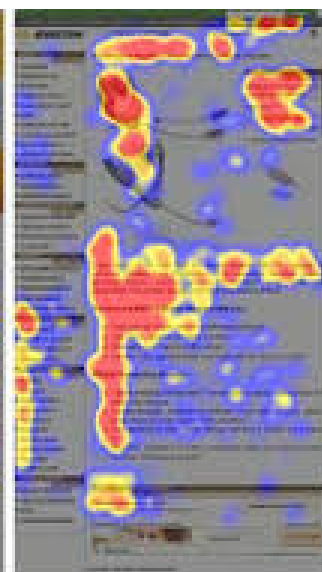
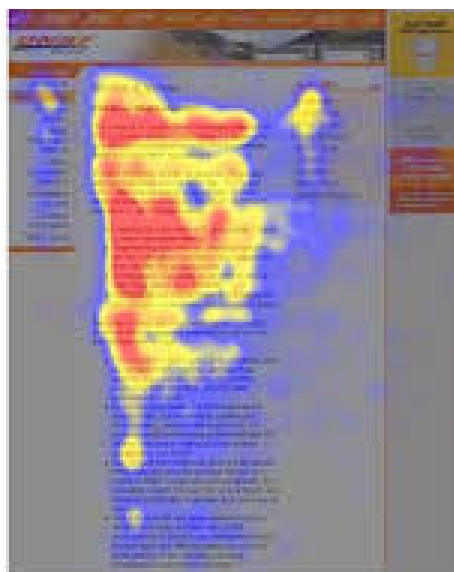
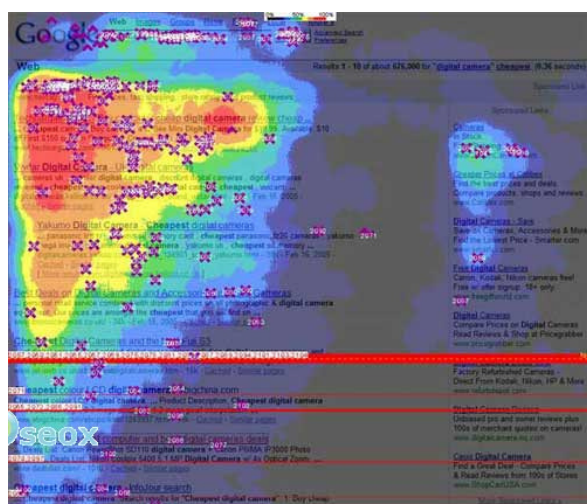
Une bonne lisibilité

Le design de votre site web doit mettre en valeur votre contenu. S'assurer d'avoir un bon **contraste** entre la couleur de la police et la couleur de votre fond pour avoir une bonne lisibilité.

Les zones à privilégier

On parle de triangle d'or ou de zone en F pour indiquer les zones du site Internet les plus regarder.

Il est ainsi conseillé de mettre le texte à gauche.



Sources : Oseox et SEOquantum

Ecrire pour le web

Créer des pages avec des textes où vous placerez vos mots clés.

Structurer les pages avec des titres et sous-titres (qui correspondront à des balises H1, H2...)

Mettre les mots importants en gras.

Inscrire les infos essentielles en début de page.

Ne pas hésiter à créer du contenu pédagogique.

Mettre à jour régulièrement son site Internet, un site Internet doit vivre. Il peut être intéressant d'avoir un espace blog/expérience.

MENTIONS LÉGALES

Tous les sites Internet professionnels doivent afficher des mentions obligatoires pour l'information du public. Les mentions exigées varient selon le statut : entreprise individuelle ou société. L'absence de ces informations est sanctionnée.

Pour une entreprise individuelle

Identification du professionnel : permet à l'internaute de vous identifier.

- Identité de l'entreprise (nom, prénom, adresse)
- Numéro d'immatriculation
- Contact (mail et numéro de téléphone)
- Numéro d'identification à la TVA
- Identité de l'hébergeur du site (nom ou dénomination sociale, adresse et numéro de téléphone)
- S'il s'agit d'une activité réglementée et soumise à autorisation (ex. débit de boissons), nom et adresse de l'autorité qui a délivré l'autorisation.

Conditions générales de vente : informent les clients de leurs droits et obligations lors de la vente d'un produit ou d'un service.

Pour les ventes aux particuliers :

- Caractéristiques du produit/service
- Prix TTC en euros
- Frais, date et modalités de livraison
- Modalités d'exécution du contrat
- Modalités de paiement
- Droit de rétractation
- Garantie légale de conformité et garantie de vices cachés
- Garantie commerciale et service après-vente
- Modalités de règlement des litiges (tribunal compétent)

Traitement des données personnelles (RGPD) et utilisation de cookies : obligation générale de sécurité et de confidentialité des données personnelles recueillies.

1. Informer l'internaute

- Identité et coordonnées de l'organisme responsable du traitement informatique des données personnelles
- Finalité poursuivie par le traitement : à quoi vont servir les données personnelles collectées
- Destinataires des données personnelles
- Durée de conservation des données personnelles

2. Obtenir le consentement de l'internaute

- Envoi de courriels commerciaux (newsletter)
- Utilisation de cookies (= traceurs qui analysent la navigation, les déplacements et les habitudes de consultation et de consommation de l'internaute pour permettre l'affichage de publicités ciblées).

+ d'infos : www.entreprendre.service-public.fr



ACCESSIBILITÉ NUMÉRIQUE

RGAA, Référentiel général d'amélioration de l'accessibilité

L'accessibilité numérique consiste à rendre les contenus et services numériques compréhensibles et utilisables par les personnes en situation de handicap.

<https://accessibilite.numerique.gouv.fr/>

APPROFONDIR MES CONNAISSANCES GOOGLE



Chaîne Vidéos Google

<https://www.youtube.com/c/GoogleAteliersNum%C3%A9riques/videos>

Google Ateliers Numériques ✓
@GoogleAteliersNumeriques · 31,6 k abonnés · 125 vidéos
Bienvenue sur la chaîne Google Ateliers Numériques ! ...plus
[linkedin.com/company/google-ateliers-numeriques/?viewAsMember=true](https://www.linkedin.com/company/google-ateliers-numeriques/?viewAsMember=true) et 2 autres liens
S'abonner

Accueil Vidéos En direct Playlists Posts

Perfectionner son référencement naturel SEO
Google Ateliers Numériques 1,9 k vues · il y a 10 mois
Après avoir appris les bases du référencement naturel et leur mise en application, approfondissez vos connaissances grâce à cet atelier axé sur la stratégie et l'analyse. Vous découvrirez...

SEO : Comment référencer un site internet ?
Google Ateliers Numériques 2,3 k vues · il y a 11 mois
Vous souhaitez améliorer le positionnement de votre site internet sur les moteurs de recherche ? Venez découvrir les fondamentaux du référencement naturel et leur mise en place. Objectifs...



Ateliers Google proposés par la CCI quimper

La CCI propose des «Ateliers Numériques Google»

Programme 2025 à venir sur : <https://www.bretagne.cci.fr/evenements>

Contact :

Perrine FÉREC, conseillère numérique – CCI Finistère

perrine.ferec@finistere.cci.fr

T. 02 98 98 29 43 – P. 06 43 09 04 69

145, av. de Keradennec 29000 Quimper

www.bretagne.cci.fr/finistere