

Audit rédactionnel et ergonomique

CRITÈRES	NOTE	COEFFICIENT	COMMENTAIRE
Menus efficaces et cohérents		3	
Menus de navigation accessibles sur toutes les pages		1	
Retour à l'accueil sur toutes les pages		1	
Pertinence des intitulés des menus et sous-rubriques (navigation intuitive)		2	
Rubriques classées par sémantique (siloining et Bot Herding)		1	
Présence d'un fil d'Ariane optimisé		1	
Présence d'un plan de site ou d'une page d'aide (accessibilité)		1	
Contenu cohérent et pertinent avec les cibles et la thématique		3	
Pages monothématiques (pour éviter de noyer les mots-clés)		2	
Qualité des contenus (orthographe, grammaire, valeur ajoutée...)		1	
Variation du vocabulaire et des vecteurs sémantiques (cocon...)		2	
Régularité et fréquence des mises à jour de contenus		3	
Présence d'un blog ou d'une section Actualités		1	
Pertinence et fréquence de répétition des mots-clés principaux		2	
Pertinence de la longue traîne		3	
Longueur de texte suffisante (ou nombre de textes suffisant)		2	
Présence d'autres types de fichiers multimédias (vidéo, audio, PDF...)		1	
Ratio textes / illustrations / médias		1	
Cohérence entre les médias, les visuels et les textes		1	
Lisibilité et attractivité de l'ensemble		1	
Balises <title> uniques relatives aux contenus de chaque page		3	
Balises <title> de moins de 70 caractères (maximum conseillé)		2	

CRITÈRES	NOTE	COEFFICIENT	COMMENTAIRE
Balises meta description optimisées		3	
Hiérarchisation optimisée avec les balises de titres <h1> (<h1> à <h6>)		3	
Liens internes cohérents avec le contenu		2	
Images : présence d'attributs alt optimisés		3	
Images : poids et taille optimisés pour les tailles d'écran et d'affichage		2	
Images : présence d'une favicon		1	
Médias : présence de textes alternatifs (balises video, audio...)		1	
Nom de domaine simple et facilement mémorisable		1	
Nom de domaine court et URL optimisés		1	
Présence de contenus bloquants (Flash...) ou d'iframes non optimisés		1	
Présence de contenus dupliqués internes ou DUST		2	
Présence de contenus dupliqués externes (plagiat, vol de contenus...)		2	
Présence d'un bourrage de mots-clés (keyword stuffing)		2	
Présence de techniques de suroptimisation (spamdexing)		2	
Présence de trop de publicités au-dessus la ligne de flottaison		1	

Audit technique

CRITÈRES	NOTE	COEFFICIENT	COMMENTAIRE
Qualité globale du nom de domaine		2	
Présence d'HTTPS (redirection, HSTS...)		2	
Fonctionnement du site avec et sans les www (ou redirection)		1	
Robots.txt optimisé et non bloquant		3	
Présence de métadonnées robots		1	
Sitemap XML (ou index)		3	
Sitemap XML inclus dans le robots.txt		1	
Réécriture d'URL active et fonctionnelle		2	

CRITÈRES	NOTE	COEFFICIENT	COMMENTAIRE
URL friendly (sans « ? » ou « & », ID de sessions...)	1	1	Poids de l'historique du nom de domaine (way-back machine)
Présence d'URL canoniques (hreflang, canonical...)	2	2	Compatibilité sur les différents supports mobiles (site adapté ou mobile AMP...)
Bon usage des réponses HTTP (200, 301, 404, 500...)	1	1	Applications mobiles : App indexing mis en place
Temps réponse serveur < 1 s (WebSitePulse par exemple)	1	1	Progressive Web Apps : shell d'application prévu et bien conçu
Bon encodage utilisé (UTF-8 ou ISO 8859-1 en France)	1	1	Progressive Web Apps : services workers bien mis en œuvre
Qualité du code source, comptabilité et validité W3C	1	1	AMP HTML : code source validé dans sa totalité
Efficacité du temps de chargement des pages (GTMetrix, Pingdom...)	1	1	AMP HTML : balises canoniques et URL fonctionnelles
Présence d'erreurs 404 (crawl avec Xenu, par exemple)	1	1	Note moyenne du Pagespeed
Page d'erreur 404 personnalisée et redirigée	1	1	Vitesse et qualité du chargement du site adapté au mobile
Redirections 301 (noms de domaines, pages miroirs, doublons...)	1	1	DOM et CSSOM chargés en moins de 3 s
Présence de redirections multiples pour une même page	1	1	Nombre total de requêtes différentes vers des ressources (JS, CSS...)
Poids des fichiers multimédias et web (images, vidéos, PDF, pages web...)	2	2	Navigabilité aisée et adaptée au support
Compatibilité sur les différents navigateurs du marché (mobiles et fixes)	2	2	Images optimisées (tailles, srcset, data-uri...)
Niveau de compression des ressources JavaScript et HTML	2	2	Nombre de scripts JavaScript
CSS : feuilles de styles combinées	1	1	Présence de technologies limitées (Flash, Silverlight, Full JavaScript...)
CSS : code compressé	2	2	Audit de popularité : networking, réseaux sociaux et SEO local
CSS : feuilles de styles internalisées ou externalisées	1	1	Contenu
CSS : présence de @import	1	1	Nombre total de liens entrants (backlinks)
Mise en place de rich snippets (RDFa, micro-données, microformat...)	2	2	Nombre total de domaines référents
Présence de beaucoup de codes Ajax	1	1	Ratio liens externes / internes
Exact match domain	1	1	Valeurs de PageRank / BrowserRank
Ancienneté du nom de domaine	1	1	Variation des ancres de liens
WHOIS anonyme	1	1	Ratio total in / total out
			Qualité des liens (TrustFlow, Citation Flow, topical trust flow)
			Ancienneté des liens externes

CRITÈRES	NOTE	COEFFICIENT	COMMENTAIRE
Poids de l'historique du nom de domaine (way-back machine)		1	URL friendly (sans « ? » ou « & » ID de sessions...)
Compatibilité sur les différents supports mobiles (site adaptatif ou mobile, AMP...)		3	Présence d'URL canoniques (rel="canonical")
Applications mobiles : App Indexing mis en place		1	Bon usage des réponses HTTP (200, 301, 404, 500...)
Progressive Web Apps : shell d'application prévu et bien conçu		1	Temps réponse serveur < 1 s WebSitePulse (par exemple)
Progressive Web Apps : services workers bien mis en œuvre		1	Bon encodage utilisé (UTF-8 ou ISO 8859-1 en France)
AMP HTML : code source validé dans sa totalité		1	Qualité du code source, compatibilité et validité W3C
AMP HTML : balises canoniques et URL fonctionnelles		1	Efficacité du temps de chargement des pages (GTMetrix, Pingdom...)
Note moyenne du PageSpeed		3	Présence d'erreurs 404 (crawl avec Xenu, par exemple)
Vitesse et qualité du chargement du site adaptatif ou mobile		2	Pages d'erreur 404 personnalisées et redigées
DOM et CSSOM chargés en moins de 3 s		2	Redirections 301 (noms de domaines, pages miroirs, doublons...)
Nombre total de requêtes différentes vers des ressources (JS, CSS...)		1	Présence de redirections multiples pour une même page
Navigation aisée et adaptée au support		1	Poids des fichiers multimédias et webp (images, vidéos, PDF, pages web...)
Images optimisées (tailles, srcset, data-uri...)		1	Compatibilité sur les différents navigateurs du marché (mobiles et fixes)
Nombre de scripts JavaScript		1	Niveau de compression des ressources JavaScript et HTML
Présence de technologies limitantes (Flash, Silverlight, Full JavaScript...)		1	

Audit de popularité : netlinking, réseaux sociaux et SEO local

CRITÈRES	NOTE	COEFFICIENT	COMMENTAIRE
Nombre total de liens entrants (backlinks)		3	Qualité des liens entrants
Nombre total de domaines référents		3	CS2 : présence de liens
Ratio liens externes / internes		1	Mise en place de rich snippets (RDFa, micro-données, microformat...)
Valeurs de PageRank / BrowseRank		1	Présence de beaucoup de codes Ajax
Variation des ancres de liens		2	Exact match domain
Ratio follow / nofollow		1	Ancienneté du nom de domaine
Qualité des liens (TrustFlow, Citation Flow, Topical Trust Flow)		2	WHOWIS anonym
Ancienneté des liens externes		1	

CRITÈRES	NOTE	COEFFICIENT	COMMENTAIRE
Profil évolutif des liens externes		1	
Liens présents sur toutes les pages (sitewide) ou non		1	
Nombre de liens par page		2	
Pertinence et qualité d'optimisation des liens internes (ancres, nombre...)		2	
Présence d'une pénalité manuelle anti-net-linking		1	
Présence de boutons de partage sur les principaux réseaux sociaux		3	
Présence sociale (pages ou profils Facebook, Twitter, Google+...)		3	
Notoriété globale sur les réseaux sociaux (note Klout, retours...)		2	
Possibilité de déposer des commentaires, avis et notes		1	
Possibilité de s'inscrire à une newsletter		1	
Possibilité de tchater ou échanger avec le site web (ChatBot...)		1	
Fréquence des commentaires déposés par les internautes/mobinautes		1	
Taux de réponse de l'entreprise ou des community managers		2	
Maîtrise et usage des flux de syndication (RSS)		1	
Existence d'une fiche Google My Business bien remplie		3	
Nombre et qualité des avis de la fiche My Business		1	
Présence locale sur d'autres supports (TripAdvisor, Yelp, Airbnb...)		1	
Présence de mots-clés localisés dans les contenus		2	
Ajout d'un code de suivi Google Analytics ou équivalent (Xiti, Piwik...)		2	
E-commerce : suivi des conversions et des objectifs		1	

Résumons globalement tous ces facteurs à analyser grâce à une infographie complète réalisée par le site www.pole-position-seo.com.

Figure 5-52

Résumé graphique de tous
les critères utiles pour réaliser
un audit SEO de qualité

