

CHECKLIST AUDIT SEO

Guide pour analyser et optimiser le référencement naturel

1. SEO Technique & Accessibilité

Statut	Point de contrôle	Description / Action requise
[]	Indexation & Robot.txt	Vérifier le fichier robots.txt et s'assurer que les pages stratégiques ne sont pas bloquées par une balise noindex.
[]	Sitemap XML	S'assurer que le sitemap est à jour, valide et correctement soumis dans la Google Search Console.
[]	Erreurs de code (404, 500)	Identifier les liens cassés (erreurs 404) et mettre en place des redirections 301 appropriées.
[]	Vitesse de chargement	Analyser les Core Web Vitals (LCP, INP, CLS) et optimiser le poids des images ainsi que la mise en cache.
[]	Sécurité HTTPS	Vérifier que le certificat SSL est valide et que toutes les versions HTTP redirigent vers HTTPS.

[]	Version Mobile (Responsive)	Tester la compatibilité mobile et l'ergonomie sur smartphone (Index Mobile-First).
-----	------------------------------------	--

2. Optimisation On-Page & Sémantique

Statut	Point de contrôle	Description / Action requise
[]	Balises Title	Vérifier que chaque page dispose d'un titre unique, contenant le mot-clé principal (idéalement < 60 caractères).
[]	Balises Meta Description	Rédiger des descriptions incitatives et uniques pour optimiser le taux de clic (CTR) dans les résultats de recherche.
[]	Structure des titres (Hn)	Garantir une hiérarchie logique avec une seule balise H1 par page, suivie de balises H2, H3, etc.
[]	Balises Alt des images	Ajouter un texte alternatif descriptif comprenant des mots-clés pertinents sur toutes les images importantes.
[]	Contenu dupliqué (Duplicate Content)	Identifier le contenu identique en interne ou en externe et utiliser des balises canoniques si nécessaire.

[]

Richesse sémantique

Optimiser le texte avec le mot-clé principal, des synonymes et un champ lexical développé (répondre à l'intention de recherche).

3. Architecture & Maillage Interne

Statut	Point de contrôle	Description / Action requise
[]	Structure des URL	Utiliser des URL courtes, descriptives, sans caractères spéciaux et contenant le mot-clé cible.
[]	Arborescence du site	S'assurer que l'architecture est logique (en silos ou cocons) et que les pages clés sont à moins de 3 clics de la page d'accueil.
[]	Maillage interne	Créer des liens contextuels entre les pages du site pour distribuer le jus de lien (PageRank interne).
[]	Ancre de liens	Utiliser des ancres de texte descriptives et variées plutôt que des mentions génériques comme 'cliquez ici'.

4. SEO Off-Page & Autorité

Statut	Point de contrôle	Description / Action requise
[]	Profil de backlinks	Analyser la quantité et surtout la qualité des sites qui font un lien vers le vôtre (Domain Authority).
[]	Ancre des liens externes	Surveiller la répartition des ancres externes pour éviter la sur-optimisation (rester naturel).
[]	Liens toxiques	Identifier et désavouer les liens artificiels ou provenant de sites spammants via l'outil de désaveu si nécessaire.

5. SEO Local & Signaux de Confiance

Statut	Point de contrôle	Description / Action requise
[]	Fiche Google Business Profile	Optimiser la fiche d'établissement (catégories, horaires, photos, posts) pour le classement local.
[]	Avis clients	Mettre en place une stratégie de collecte d'avis positifs et y répondre régulièrement.
[]	Cohérence NAP	Vérifier que le Nom, l'Adresse et le Téléphone sont rigoureusement identiques sur le site et tous les annuaires.