

Liste de vérification SEO

Davnoot.

Répondez oui ou non à chaque point. Corrigez les non dans l'ordre, groupe par groupe : chaque groupe suppose que celui du dessus est réglé. Refaites l'exercice chaque trimestre.

GROUPE 1 Fondations

- | | | |
|----|--|---|
| 01 | La Search Console de Google est validée pour la propriété de domaine (pas seulement un préfixe d'URL). | ☐ Oui ☐ Non |
| 02 | Google Analytics 4 est installé une seule fois, sur chaque page, et vous voyez les sessions organiques de la semaine dernière. | ☐ Oui ☐ Non |
| 03 | Bing Webmaster Tools est validé (il alimente aussi la recherche de ChatGPT et Copilot). | ☐ Oui ☐ Non |
| 04 | Il n'existe qu'une seule version du site : les variantes http, sans www ou avec barre oblique finale redirigent toutes (301) vers la même URL canonique. | ☐ Oui ☐ Non |
| 05 | Un plan de site XML ne liste que les pages que vous voulez voir indexées, et il est soumis dans la Search Console. | ☐ Oui ☐ Non |
| 06 | Le fichier robots.txt ne bloque ni le CSS, ni le JavaScript, ni aucune page que vous voulez voir trouvée. | ☐ Oui ☐ Non |

GROUPE 2 Mots-clés et mission des pages

- | | | |
|----|--|---|
| 07 | Chaque page importante a un mot-clé principal et deux à quatre variantes proches, notés par écrit. | ☐ Oui ☐ Non |
| 08 | Aucune page ne cible le même mot-clé principal qu'une autre (cherchez le terme sur votre propre site pour vérifier). | ☐ Oui ☐ Non |
| 09 | L'intention de chaque mot-clé cible correspond au type de page : des guides pour les « comment », des pages de services pour « agence » ou « près de moi », des outils pour « outil ... gratuit ». | ☐ Oui ☐ Non |
| 10 | Vous avez regardé les résultats réels pour chaque cible : si la première page ne contient que des guides, une page de vente n'y sera pas classée. | ☐ Oui ☐ Non |
| 11 | Les mots-clés à forte intention commerciale mais à faible volume ne sont pas écartés : 20 recherches par mois venant d'acheteurs valent mieux que 2 000 venant d'étudiants. | ☐ Oui ☐ Non |

GROUPE 3 Contenu de la page

- | | | |
|----|---|---|
| 12 | La balise title commence par le mot-clé principal, reste sous environ 60 caractères et est unique sur tout le site. | ☐ Oui ☐ Non |
| 13 | La méta-description dit ce que la page offre et pourquoi cliquer, en moins d'environ 155 caractères. | ☐ Oui ☐ Non |

14	Il y a un seul H1, il dit en mots simples de quoi parle la page, et ce n'est pas le logo.	☐ Oui ☐ Non
15	Les intertitres (H2/H3) suivent les questions qu'un acheteur pose vraiment, dans l'ordre où il les pose.	☐ Oui ☐ Non
16	Les 100 premiers mots disent à qui s'adresse la page et quel problème elle règle.	☐ Oui ☐ Non
17	Les URL sont courtes, en minuscules, avec des traits d'union, lisibles, sans dates ni identifiants.	☐ Oui ☐ Non
18	Chaque image a un texte alternatif descriptif, un nom de fichier sensé et est compressée (WebP ou AVIF si possible).	☐ Oui ☐ Non
19	Chaque page renvoie vers au moins deux pages connexes avec un texte d'ancrage descriptif, et au moins deux pages renvoient vers elle.	☐ Oui ☐ Non

GRUPE 4 **Technique**

20	Chaque page que vous voulez voir trouvée renvoie un code 200, est indexable et porte une balise canonique qui pointe vers elle-même.	☐ Oui ☐ Non
21	Les pages retirées redirigent (301) vers leur équivalent le plus proche, ou renvoient un code 410 s'il n'y en a pas; rien d'important ne tombe en 404.	☐ Oui ☐ Non
22	Les Signaux Web essentiels sont réussis sur mobile dans la Search Console : LCP sous 2,5 s, INP sous 200 ms, CLS sous 0,1.	☐ Oui ☐ Non
23	Le site fonctionne et se lit bien à 360 px de large, avec des zones tactiles d'au moins 44 px et aucun défilement horizontal.	☐ Oui ☐ Non
24	Le site est servi en HTTPS, sans avertissement de contenu mixte.	☐ Oui ☐ Non
25	Le contenu important est dans le HTML envoyé par le serveur, pas seulement injecté par JavaScript après le chargement.	☐ Oui ☐ Non
26	Le rapport Pages de la Search Console a été lu ce mois-ci, et chaque motif « Non indexée » est soit voulu, soit corrigé.	☐ Oui ☐ Non

GRUPE 5 **Contenu et confiance**

27	Chaque service a sa propre page; il n'y a pas une seule page « Services » qui essaie de se classer pour tout.	☐ Oui ☐ Non
28	Les pages montrent une expérience de première main : de vrais chiffres, de vraies captures d'écran, de vraies situations de clients (avec leur permission).	☐ Oui ☐ Non
29	Chaque article nomme un vrai auteur, avec une biographie et une raison de lui faire confiance sur le sujet.	☐ Oui ☐ Non
30	La page À propos, les coordonnées, l'adresse et les politiques sont faciles à trouver depuis chaque page.	☐ Oui ☐ Non
31	Le contenu ancien est révisé au moins une fois par année; les pages périmées sont mises à jour, fusionnées ou retirées.	☐ Oui ☐ Non

32	Rien sur le site n'a été publié simplement pour atteindre un nombre de mots.	☐ Oui ☐ Non
----	--	---

GRUPE 6 Local

33	Votre fiche d'établissement Google est validée, avec la bonne catégorie principale, les heures, les services et des photos.	☐ Oui ☐ Non
----	---	---

34	Le nom, l'adresse et le téléphone (NAP) sont identiques sur votre site, Google, Bing, Apple Plans et les principaux répertoires.	☐ Oui ☐ Non
----	--	---

35	Vous demandez un avis à chaque client satisfait, et vous répondez à chaque avis, bon ou mauvais.	☐ Oui ☐ Non
----	--	---

36	Chaque emplacement d'où vous servez vos clients a sa propre page avec du contenu vraiment local, pas un nom de ville glissé dans un gabarit.	☐ Oui ☐ Non
----	--	---

GRUPE 7 Recherche IA

37	Votre fichier robots.txt autorise les robots IA dont vous voulez être cité (OAI-SearchBot, PerplexityBot, Googlebot).	☐ Oui ☐ Non
----	---	---

38	Les pages clés répondent à la question principale dans un paragraphe clair et facile à citer, près du haut.	☐ Oui ☐ Non
----	---	---

39	Les faits importants (prix, territoires desservis, années d'existence, garanties) sont écrits en texte, pas seulement dans des images.	☐ Oui ☐ Non
----	--	---

40	Votre entreprise est décrite de la même façon partout où elle est mentionnée : site, répertoires, réseaux sociaux, presse.	☐ Oui ☐ Non
----	--	---

41	Vous avez vérifié ce que ChatGPT et Perplexity disent de votre entreprise et de votre catégorie, et noté ce qui est faux.	☐ Oui ☐ Non
----	---	---

GRUPE 8 Données structurées et mesure

42	Le JSON-LD Organization (ou LocalBusiness) est présent sur le site, avec des liens sameAs vers vos vrais profils sociaux.	☐ Oui ☐ Non
----	---	---

43	Les données structurées ne décrivent que ce qui est visible sur la page et passent le test des résultats enrichis de Google; aucune étoile d'avis rédigée par vous-même.	☐ Oui ☐ Non
----	--	---

44	Vous examinez chaque mois les clics, les impressions et les principales requêtes dans la Search Console, et vous savez quelles pages amènent des clients potentiels, pas seulement du trafic.	☐ Oui ☐ Non
----	---	---