

Checklist SEO

# Récapitulatif complet

pour vous y retrouver  
dans le référencement  
naturel de vos pages web



Agence http5000  
[www.http5000.com](http://www.http5000.com)



# Rappel

---

Un moteur de recherche montre aux utilisateurs des contenus pertinents selon les mots qu'ils ont cherchés.

Le travail sur le référencement vise à comprendre ce que vos clients recherchent et créer du contenu pertinent par rapport à cela.

# Pages & domaines

---

- ✓ Google référence les pages, pas les noms de domaine.
- ✓ Le présent document concerne le travail à réaliser sur les pages de votre site.
- ✓ Optimisez seulement votre page d'accueil pour le référencement n'aide généralement pas vos autres pages, plus complètes, à être référencées.

# Recherche de mots-clés et synonymes

---

- ✓ Utilisez les mots-clés exacts que vous visez jusqu'à un certain point.
- ✓ Ne tombez pas dans l'excès et évitez le bourrage de mots-clés.
- ✓ Google comprend les synonymes - utilisez les à votre avantage !

# LSI (Latent Semantic Indexing) ou l'Analyse Sémantique Latente

---

## Par exemple :

- ✓ **Mots-clés** : Tour Montparnasse
- ✓ **Synonymes** : Tour Maine-Montparnasse, gratte-ciel, immeuble
- ✓ **LSI** : Paris, Necker, tourisme, Observatoire panoramique

## Titre de page et méta-descriptions

---

- ✓ La balise titre d'une page est d'une grande importance pour le référencement naturel.
- ✓ Gardez le Taux de clic (nombre d'internautes qui cliquera sur votre page pour la lire parmi toutes les personnes qui verront le résultat de votre page dans ses résultats de recherches Google) en tête et utilisez-le pour juger de l'efficacité de votre titre.
- ✓ La méta-description d'une page doit faire moins de 160 caractères.
- ✓ Ajoutez vos mots-clés dans la méta-description.
- ✓ La méta-description n'impacte pas directement le référencement naturel, mais impacte le Taux de clics.
- ✓ Google peut générer une méta-description par lui-même, en se basant sur le texte de votre page.

# Adresses URL

---

- ✓ Les mots-clés dans une adresse URL aident au référencement naturel - modifier une adresse URL peut avoir de lourdes conséquences.
- ✓ La migration de pages peut être délicat - en cas de doute, évitez ou demandez à un professionnel.

# Titres d'en-têtes : H1, H2, etc.

---

- ✓ Permettent de travailler la mise en page et la disposition de votre contenu.
- ✓ Assurez-vous de n'avoir qu'un seul titre H1 par page.
- ✓ Les titres H2, H3, etc. sont sujets à débat.
- ✓ Placez vos mots-clés dans le H1 au moins.

## Corps de texte

---

- ✓ Il n'y a pas de nombre minimum défini quant à la fréquence de vos mots-clés dans votre page. En revanche, au-delà d'un certain nombre, Google peut considérer que vous faites du bourrage de mots-clés (inclure des mots-clés dans le seul but d'être bien référencé, quitte à empiéter sur l'expérience utilisateur). Pour une page de 500 mots, ne dépassez pas 5 occurrences pour vos mots-clés.
- ✓ De façon générale, plus le texte est conséquent, mieux ce sera (du moment que ce n'est pas au détriment de l'expérience utilisateurs, là encore).
- ✓ Utilisez les synonymes et le LSI.

## Images : attribut ALT et nom

---

- ✓ Google (et tout autre moteur de recherche) n'est pas un humain : il ne sait pas reconnaître le contenu d'une image. Pour l'y "aider", il faut nommer correctement vos images.
- ✓ Le titre de votre image doit être clair et, dans l'idéal, contiendra vos mots-clés principaux, ou des synonymes ou mots thématiques reliés.
- ✓ Même chose pour vos attributs ALT.
- ✓ Cela sert aussi pour les personnes mal ou non voyantes ; des outils lisent les attributs ALT des images pour leur permettre de savoir ce qu'elles contiennent.
- ✓ Là encore, attention au bourrage de mots-clés.

**Exemple :** Une image de chaussure dans un e-commerce se nommera "Chaussure-homme.jpg", avec comme attribut ALT "Chaussure pour homme".

## Liens internes et texte d'ancrage

---

- ✓ Les liens entre vos pages sont importants. Ils sont comme un vote pour la page liée.
- ✓ Le texte d'ancrage (la partie du texte dans votre page où l'internaute cliquera pour utiliser votre lien ; généralement le texte d'ancrage est par défaut en texte bleu dans une page) est important. Dans l'idéal, il doit contenir les mots-clés que vous avez placés dans l'adresse URL de la page liée.

## Liens externes

---

- ✓ Ajoutez des liens vers des sites que Google a déjà bien référencé. C'est vu par le moteur de recherche comme un signe de confiance.
- ✓ Ces liens permettent de faire savoir à Google avec quel site vous êtes associé.
- ✓ Obtenir des liens d'autres sites vers le vôtre est une bonne chose.

## Récence

---

- ✓ En 2011, Google a annoncé que le contenu récent, d'actualité, serait mieux référencé qu'un équivalent éculé.
- ✓ L'ancienneté d'une page joue dans son référencement. Mettre à jour d'anciens contenus qui ont bien fonctionné à leur époque peut leur donner un second souffle en termes de référencement.
- ✓ Rappel : Ne pas changer l'adresse URL !

# Maintenant que nous avons détaillé étape par étape le fonctionnement du référencement naturel, pourquoi ne pas vous y essayer ?

**Attirer, convertir et fidéliser ensemble via votre site**, c'est notre proposition.

Le référencement naturel permet d'optimiser votre visibilité sur la toile. Outil puissant si bien utilisé, le référencement peut se mettre au service d'une stratégie web plus large qui vous aidera à attirer et convertir de nombreux prospects.

Notre ambition est de former et de mettre en place une telle stratégie chez de nombreux clients. Quel que soit votre secteur ou votre taille, si comme nous vous pensez que c'est essentiel à votre développement, **rencontrons-nous pour en discuter.**



## Contactez-nous

---

3, rue Passet - 69007 Lyon, France

Tél: +33 (0)4 72 73 19 08 / Fax: +33 (0)4 78 61 39 21

[contact@http5000.com](mailto:contact@http5000.com)

[www.http5000.com](http://www.http5000.com)