CHECKLIST SEO 2023





VOUS CHERCHEZ UNE

CHECKLIST SEO POUR RÉUSSIR VOTRE RÉFÉRENCEMENT?

Vous venez de la trouver 😎

- Concrète, elle vous permet de mettre en application les meilleurs pratiques sans plus tarder.
- Complète, elle vous guide pas à pas à travers les éléments essentiels de l'optimisation pour les moteurs de recherche.
- **3** Efficace, elle vous offre une feuille de route claire.

Bonne lecture! 🤓



SOMMAIRE

- Les balises méta
 - Les titres Hn
- 3 Les mots-clés
- Le contenu visuel
- Le maillage interne
- ⁶ L'HYPER/TIPS

LES BALISES META

LA MÉTA TITLE

La méta title donne un titre à une page web. C'est le premier contact entre l'internaute et vous.

Elle doit être:

- Unique
- Concise : entre 55 et 65 caractères
- Intéressante et impactante : utilisez des verbes d'actions
- Formulée en question si la page est descriptive/informative

Ø Plus précisément

- Utilisez le Camel Case pour vous démarquer dans les SERP (ensemble de mots qui commencent tous par une majuscule) **
- Positionnez l'expression clé de la page en début de méta 🏁
- Evitez de mettre deux fois le même mot X
- Placez la marque de façon discrète voire pas du tout (à contrario de votre page d'accueil qui peut contenir votre marque)



LA MÉTA DESCRIPTION

La méta description indique aux internautes de quoi traite vos pages.

C'est ce que les internautes lisent avant de cliquer sur le lien de votre page.

Elle doit être:

- Unique
- Concise: environ 160 caractères
- Intéressante et attrayant par rapport à l'expression clé

À noter :

Google peut remplacer vos métas par des extraits de page (H1 ou H2 pour le title et extrait de page pour la méta description).

Tips:

Si vous travaillez sur un CMS, n'hésitez pas à utiliser les plugins RankMath ou Yoast qui vous encadreront dans l'optimisation de vos textes.



LES URL

Les URL ont peu d'incidence sur le référencement naturel. Mais elles communiquent des informations aux moteurs de recherche pour comprendre le contenu d'une page.

Nos conseils pour simplifier la tâche à Google:

- 1 Être concis.
- 2 Supprimer les déterminants, verbes, conjonctions, dates.
- 3 Placer des mots-clés pertinents.
- Éviter les erreurs et redirections pour ne pas gâcher de temps de crawl.



LESTITRES HIN



LES NIVEAUX DE TITRES

Les niveaux de titres H1, H2, H3, HN structurent vos textes. Ils permettent aux utilisateurs d'analyser plus facilement votre contenu et aident Google à comprendre la structure de votre page.

Nos bonnes pratiques:

- Placez l'expression clé assez tôt dans la balise H1
- Evitez de la répéter dans l'ensemble de vos titres
- Mettez des mots clés complémentaires ou des variantes de votre expression clé (keyword stuffing)
- Formulez vos balises sous forme de question si votre page est informative
- Respectez au maximum un balisage hiérarchique h1 puis h2 puis h3...

À noter :

Plusieurs H1 ne pénalisent pas le SEO d'une page mais essayez de n'en n'avoir qu'un. Il n'y a pas de contrainte sur les autres niveaux de titres.



LES MOTS CLÉS

LA RECHERCHE

La recherche de mots clés est la pièce la plus cruciale du puzzle SEO.

Pour savoir quels mots-clés recherchent les internautes :

- 1 Etudiez les mots-clés de la concurrence
- 2 Utilisez des outils de recherche de mots-clés comme Ubersuggest

En SEO, il est également essentiel de déterminer le champ lexical du mot-clé sur lequel on souhaite se positionner :

- Analysez les pages positionnées dans les 3 premières positions sur l'expression cible
- Utilisez l'outil alyze.fr pour connaître les expressions / les mots les plus répétés

Tips:

Utilisez le gras! Le gras est une autre indication sur l'importance de certains éléments pour les robots de recherche. Gardez le pour les termes qui sémantisent votre page.



LECONTENU VISUEL

LES IMAGES/VIDÉOS

Utilisez des images et des vidéos là où elles ajoutent de la valeur à votre contenu. Cela comprend des photos, des illustrations, des vidéos explicatives, etc.

Nos conseils d'optimisation :

- Choisissez un nom de fichier descriptif (exemple : tattoo-fleur-cerisier-1, tatouage-japonais-carpe-koi-2, etc).
- Renseignez un title et une balise alt en décrivant la photo (supprimez les prépositions, les verbes, les déterminants, etc).
- Allégez le poids des images en les passant sous TinyPNG.
- Privilégiez le format webp.
- Ajoutez une légende sous l'image.
- Intégrez les mots repris par les tags Google images dans le texte de la page.

7 Tips:

Pour le choix de la première image d'illustration (le plus haut possible sur le site), regardez les résultats de Google Images ou de Wikipedia sur la requête donnée.

Idéalement, la photo doit être en lien direct avec le texte qui l'accompagne. Google tendra à prendre les 7 à 10 mots les plus proches pour décrire l'image.



LE MAILLAGE INTERNE

LES LIENS INTERNES

Les liens internes sont des liens entre les pages de votre site.

Nos conseils

- Intégrez votre lien sur un texte d'ancrage descriptif
- Evitez les textes génériques comme « cliquez ici »
- Les liens vers d'autres pages sont à utiliser avec parcimonie



L'HYPER TIPS



LA RÉDACTION

Votre rédaction doit comporter quelques éléments pour pousser l'internaute à rester sur votre page

Les bonnes pratiques en rédaction web :

- Une intro chapô avec les 5W: what / why / where / when / who.
- Des phrases courtes.
- Un ton aligné sur l'univers de la marque.
- Une idée par phrase.
- Des paragraphes courts.
- Des titres permettant de lire l'article en diagonale.
- Un angle précis.



NOUS ESPÉRONS QUE CETTE

CHECKLIST SEO

VOUS A FOURNI LES ÉLÉMENTS NÉCESSAIRES POUR RÉUSSIR VOTRE RÉFÉRENCEMENT NATUREL

Mais on n'en doute pas ! 😎

EN LA SUIVANT, VOTRE SITE AURA TOUTES LES CHANCES :

- De vous démarquer dans les résultats de recherche.
- D'attirer davantage de trafic qualifié.
- De fournir une expérience utilisateur optimale.

Vous avez un besoin en SEO ? L'équipe HYPER est là pour vous conseiller ! ••



Nous pouvons vous aider à devenir hyper performant!

contact@ hyper-marketing.fr



Conseil en génération de leads

MARKETING DIGITAL / PROSPECTION / CRM

hyper-marketing.fr