

# Check list du référencement

La check-list d'optimisation du référencement du site propose une liste de points à vérifier pour mieux positionner votre site dans les moteurs de recherche.

Avant de rentrer dans les détails, je tiens à vous apprendre (ou vous remémorer) quelques astuces pour optimiser le référencement de votre site internet.

- ➔ Faire une campagne test de 50€ dans [Google Adwords](#) afin de vérifier que les mots-clés que vous avez sélectionnés pour votre référencement vous apporte bien le trafic désiré.
- ➔ Assurez-vous d'avoir une **balise Titre et une balise Description** unique sur chacune des pages de votre site.
- ➔ Vérifiez que vous n'avez pas de contenu dupliqué sur votre site.
- ➔ Assurez-vous d'avoir respecté une **densité de mots-clés comprise entre 2 et 7%**.
- ➔ Vérifiez votre code source pour être certain que tous vos titres et sous-titres sont mis en forme avec des **balises H1/H2** et qu'une feuille de style **(CSS) externe** a été appliquée.
- ➔ Assurez-vous que tous vos éléments de navigation sont des **liens texte** et qu'il n'y pas de liens du type « cliquez ici » ce qui donnerait moins d'impact à vos liens.
- ➔ Vérifiez toutes les pages de votre site pour voir si vous n'avez

pas oublié de créer **des liens contenant vos mots-clés**.

- ➔ Si vous pensez faire de l'échange de liens, pensez à créer une page spécifique à cet effet du type **annuaire** ou **partenaires**
- ➔ Vérifier la présence du fichier **robots.txt** à la racine de votre site.
- ➔ Créez un fichier **sitemap.xml** et placez-le à la racine de votre site.
- ➔ Créez un **fil d'ariane** sur toutes les pages de votre site.
- ➔ Créez un pan **du site (sitemap) physique** facilement accessible (placez-le en bas de page).
- ➔ Ajoutez une **balise ALT** à vos images.
- ➔ Enregistrez votre site via **Google Webmaster Central** afin d'analyser vos liens entrants.
- ➔ Vérifiez que votre site est hébergé dans le pays dans lequel se trouve votre cible.
- ➔ Ajoutez le logo de votre entreprise au bas de la page d'accueil en utilisant un **mot-clé ciblé**.

Ceci étant dit, rentrons dans le vif du sujet avec la check-liste du référencement. Cette liste vous permettra de **penser**

**référencement** avant même de construire votre site ce qui vous facilitera grandement la tâche dans votre référencement.

Si vous avez déjà un site, je vous conseille d'imprimer cette check-liste, d'ouvrir votre site dans un navigateur et de noter, point par point, les éléments manquants qui peuvent nuire au bon référencement de votre site.

Je précise qu'il n'y a ici qu'une partie de la check-liste. En effet, certains éléments trop techniques pourraient vous effrayer ou créer de la confusion dans votre esprit.

C'est pourquoi, je vous donnerai cette liste complète lorsque vous aurez suivi toute la formation. Ainsi, chaque élément de cette liste vous sera familier.

Points à vérifier pour l'optimisation du référencement de votre site.	OUI	NON
<b>CRITERES IN PAGE</b>		
NOM DE DOMAINE		
Mot-clé		
Mémorisable		
Explicite		
Sous-domaine		
Multilinguisme		
Taille du site: <100 pages		
Taille du site: >100 pages		
<b>FLASH</b>		
Site en Flash		
Version HTML du site en Flash		
<b>URL DE LA PAGE</b>		
Présence des mots clés dans les hyperliens		
Longueur illimitée, mais préférence pour une URL courte		
<b>NAVIGATION</b>		
Liens en HTML standard		
Absence d'hyperlien géré en JavaScript		
Absence d'hyperlien géré à partir d'un formulaire		
Absence d'hyperlien géré en Flash		
Le contenu est-il accessible à moins de trois niveaux depuis la page d'accueil		
<b>HYPERLIENS</b>		
Liens en HTML standard		
Hyperlien géré en JavaScript		
Absence d'hyperlien géré à partir d'un formulaire		
Absence d'hyperlien géré en Flash		
Absence d'hyperlien géré en images		
Maillage interne		
Présence de mots-clés (front-loading)		
Renseignement de l'attribut Title du lien		
<b>PAGE D'ACCUEIL &lt;HEAD&gt;</b>		
Balises présentes haut dans le code		
Présence de la balise Title		

Ordre des balises : Doctype décrit (ligne de déclaration adressée aux robots pour indiquer la version HTML utilisée) Charset Title Meta Description Meta Keywords Meta Robots (<meta name="robots" content="attribut1, attribut2"> où attribut1 est index, noindex et attribut2 follow, nofollow)		
Balise Title (50 et 90 caractères)		
Mots clés importants présents dans la balise Title		
Meta Language renseignée		
Balise Meta Description (150 et 250 caractères)		
Balise Meta Description: résumé du site		
Présence de la balise Meta Robots dans la page d'accueil		
<b>PAGES INTERNES &lt;HEAD&gt;</b>		
Balises présentes haut dans le code		
Ordre des balises : Title Meta Description Meta Robots (<meta name="robots" content="index, follow">)		
Doctype décrit		
Présence de la balise Title différente pour chaque page		
Balise Title (60 et 80 caractères)		
Mots clés importants présents dans la balise Title		
Meta Language renseignée		
Balise Meta Description (150 et 250 caractères)		
Balise Meta Description : résumé de la page différente pour chaque page		
Présence de balises superflues		
<b>BODY (contenu)</b>		
Les pages internes présentent un lien vers la page d'accueil		
Maillage des liens : les pages internes contiennent des liens vers les autres pages		
Les CSS sont dans des fichiers externes		
Titres codés H1, H2, H3, H4		
Balises <b> (bold) : mise en forme		
Balises <Strong> : emphase (sémantique)		
Page de plus de 150 mots		

Attribut ALT renseigné (balise <img>) : présence de mots clés		
<b>MOTS CLES</b>		
Présence de mots clés :		
TITLE URL H1 BODY LIENS DESCRIPTION		
Densité des mots clés		
<b>PLAN DU SITE - sitemap</b>		
Existence du « plan <b>DU</b> site » visible sur un site (liste des pages essentielles cliquables vers les pages destinataires – 2 ou 3 niveaux du site) Dire « Plan du Site » pour une page essentielle du site		
Existence du plan <b>DE</b> site = SITEMAP invisible sur le site (plan du site XML ou txt destiné aux moteurs) et soumission aux moteurs (Google Webmaster Tools)		
Plan du site accessible depuis la page d'accueil		
Plan du site accessible depuis les pages internes		
Plan du site en HTML standard		
Présence de mots clés importants dans les liens du plan du site		
Présence de liens vers toutes les pages internes depuis le plan du site		
<b>CODE</b>		
Code propre / nettoyé : <a href="http://validator.w3.org/">http://validator.w3.org/</a>		
<b>TEMPS DE CHARGEMENT</b>		
Temps de chargement cours (<50kb)		
<b>CRITERES OFF PAGE</b>		
Ancienneté du nom de domaine		
Nombre de liens entrants		
Nombre de pages indexées		
Spamdexing (fraude au référencement) : <ul style="list-style-type: none"> <li>– pages satellites</li> <li>– texte caché</li> <li>– liens cachés</li> <li>– utilisation abusive de mots clés</li> <li>– renseignement du ALT des images « transparentes</li> </ul>		

» – domaines pointeurs – contenu duplique		
Présence dans l'annuaire DMOZ		
Présence dans les médias sociaux		