

Atelier numérique #4

Audit de site

Mardi 28 janvier 2020



Sommaire

- **Un audit de site, à quoi ca sert ?**
- **Faire son propre audit de site**
- **Conseils sur les améliorations**
- **Comprendre ses statistiques**

Votre objectif : prendre le recul pour analyser de manière objective votre site web.

Audit de site

Un audit de site, à quoi ça sert ?

Que vous souhaitiez procéder à la refonte de votre site ou améliorer son efficacité, vous avez besoin d'identifier les éléments à modifier ou à ajouter pour en améliorer la performance

Analyser son site régulièrement permet de vérifier :

- Si le site est toujours en osmose avec votre activité, votre philosophie
- Si le site s'adresse bien aux attentes de vos cibles
- Si ses fonctionnalités sont toujours actuelles et remplissent leurs objectifs

Audit de site

Plusieurs types d'audit :

- **Ergonomie** : le parcours de votre internaute est-il simple et intuitif
- **Fonctionnalités** : elles servent à atteindre vos objectifs marketing.
(call to action)
- **Compatibilité** : est ce que votre site s'affiche bien partout !
- **Contenu** : est ce qu'il est assez pertinent pour que les internautes le trouve
- **Accessibilité** : est ce qu'il prend en compte les différents handicaps de vos visiteurs ?
- **Référencement** : votre site est-il présent dans les moteurs de recherche ? Votre trafic chute sans cesse ?
- **E-réputation** : qu'est ce qu'on dit de vous sur Internet ?
- **La réglementation** : faire un point sur vos obligations et les mettre en application.

Audit de site

Qu'elles que soient vos intentions, l'audit de votre site sera utile car :

- Il vous permettra de prendre le recul nécessaire**
- Il permettra la rédaction du cahier des charges du nouveau site si vous êtes en projet de refonte**
- Il vous permettra d'évaluer les ressources à votre disposition**
- Il vous donnera un idée dans l'ampleur du travail qui vous attend**
- Vous ferez peut-être des découvertes inattendues !**

Audit de site

AU TRAVAIL !



Audit de site

ERGONOMIE

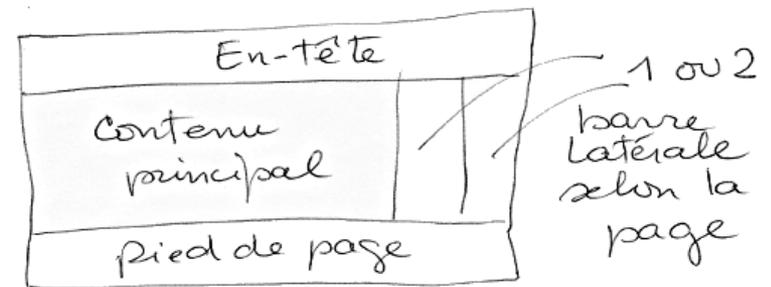
- La page d'accueil s'affiche rapidement
- La navigation est facile, intuitive
- La navigation sur le site Internet est rapide
- La navigation sur le site Internet est agréable visuellement
- Menu de navigation ergonomique
- Site responsive
- Temps de chargement des pages



Audit de site

CONTENU

- La page d'accueil : présence de visuels, logo, descriptif
- Information hiérarchisée
- Contenu agréable à lire
- Qualité des visuels
- Lien vers les réseaux sociaux
- Infos pratiques, coordonnées
- Interactivité
- Boutons
- Cookies ([CNIL](#)), politique de confidentialité
- Mentions légales
- RGPD ([CNIL](#))



Audit de site

REFERENCEMENT

- Le site arrive en première position sur Google
- Title des pages personnalisés
- URL rewriting
- Liens internes
- Liens entrants, popularité du site
- Mots clés, meta description
- Images optimisées



Quelles améliorations ?

Quel est votre objectif ?

-Acquisition de nouveaux clients :

pensez séduction : amélioration du contenu, qualité des photos, contenu rédactionnel

-Augmenter vos ventes : optimisez votre contenu, **pensez call to action, fidéliser vos clients (newsletter)**

-Gagner en visibilité : travailler le référencement, **pensez global stratégie : réseaux sociaux, recherche de liens**

-Donner de l'information

Quelles améliorations ?

Qu'est ce qu'un bon site ?

- Un site qui répond à vos objectifs (un bon site doit s'adresser à une cible déterminée)
- C'est un site visible (un site qui apparaît rapidement dans les moteurs de recherche, site responsive (s'il ne l'est pas vous serez mal référencé, Google a imposé ça plus le https). Il doit aussi être visible sur les réseaux sociaux.
- C'est un site efficace : simple, intuitif, qui conserve les standards du web (header avec belle image, une catégorisation traditionnelle, qui sommes nous, services, produits, etc, logo de l'entreprise. Il doit donner envie à vos cibles de rester
- C'est un site séduisant : attention à la cohérence graphique
- C'est un site aux contenus intéressants : capter l'attention de l'internaute, lui donner des réponses, variez les contenus : blog, vidéos, FAQ, newsletter.

S'inspirer



★ MUSÉE DU QUAI BRANLY
JACQUES CHIRAC



FR



INFORMATIONS PRATIQUES

COLLECTIONS

EXPOSITIONS & ÉVÉNEMENTS

RECHERCHE SCIENTIFIQUE

SOUTENIR

Expositions



> Expositions & événements > Expositions



S'inspirer



Nos sites ▾

Newsletter

Français ▾



Les Hôtels Particuliers

GRUPE SAVRY

ACCUEIL

DÉCOUVRIR

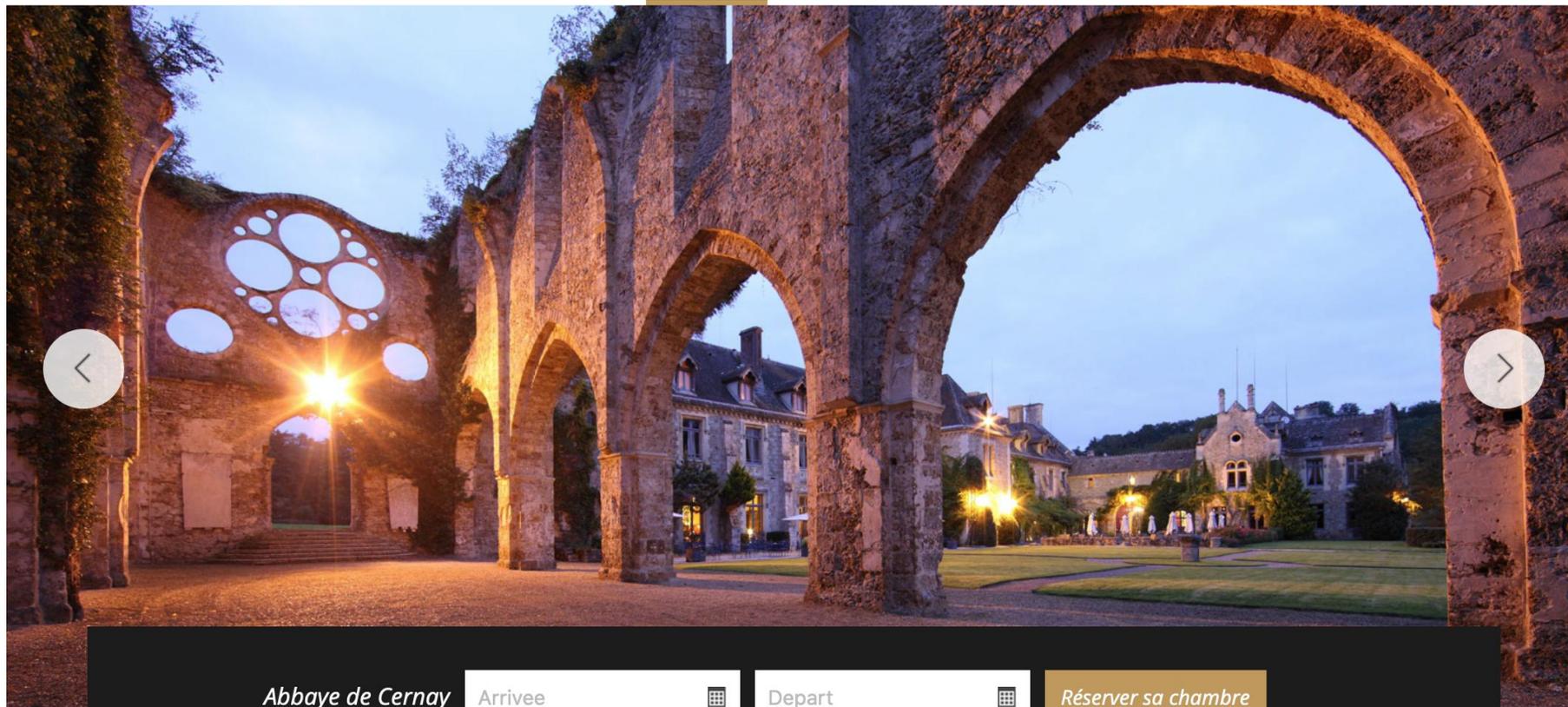
SÉJOURNER

SE RESTAURER

VISITER

ACCÉDER

ABBAYE DES VAUX DE CERNAY



Abbaye de Cernay

Arrivee

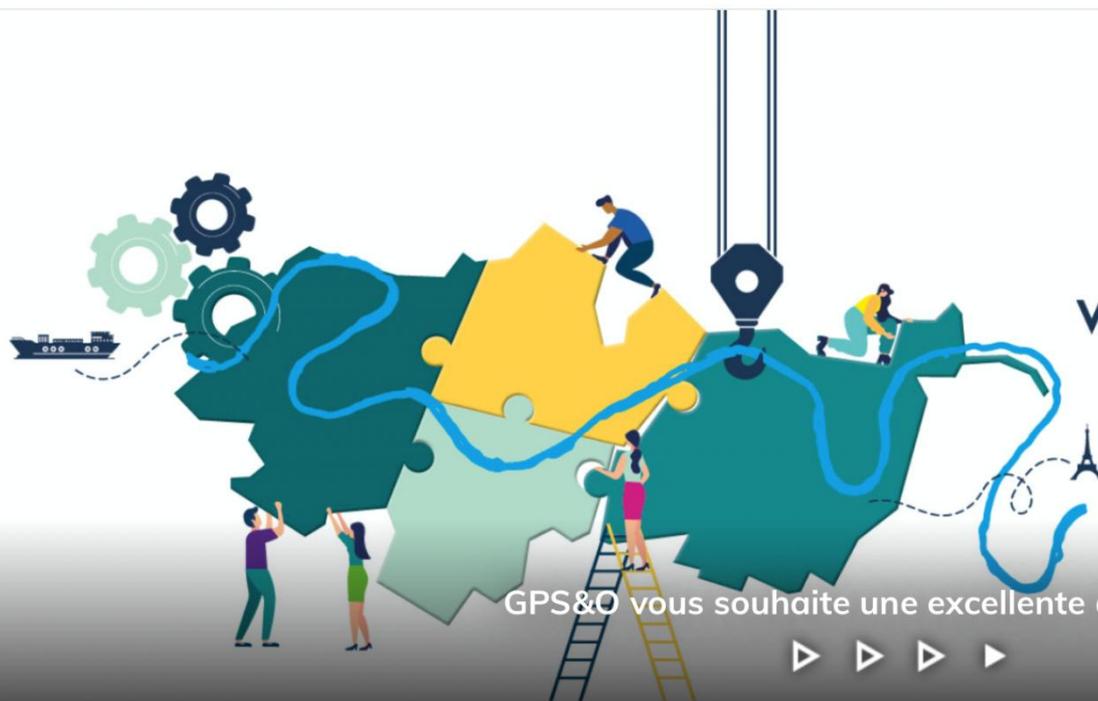


Depart



Réserver sa chambre

S'inspirer



LES ÉLUS & LE PERSONNEL
DE LA COMMUNAUTÉ URBAINE

**VOUS SOUHAITENT UNE BELLE
ET HEUREUSE ANNÉE**

2020

GPS&O vous souhaite une excellente année 2020 !



Quelles améliorations ?

Ecrire des contenus SEO FRIENDLY

- Le SEO ou référencement naturel est ce qui vous permet de ressortir en 1^{er} dans les résultats de recherche (90% des internautes français utilisent Google)
- Aujourd'hui Google privilégie l'internaute, on doit apporter des réponses à des problématiques données. En clair lister des mots clés ne sert plus à rien !
- Bien connaître sa cible : pour trouver les mots clés adaptés et bien rédiger
- Travailler sa longue traine (mots clés plus longs et plus ciblés)
- Faire un contenu structuré : trouvez des titres accrocheurs
- Soignez votre méta description (avec un CMS il existe des logiciels de SEO)

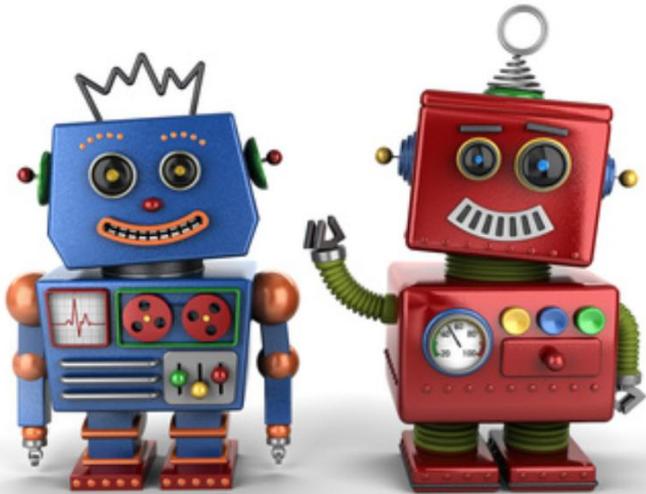
- Travailler les liens internes et externes
- Travailler les images (penser à la recherche Google Images)

Comprendre Google

Pour comprendre le référencement il est important de comprendre comment fonctionne Google, depuis l'indexation des pages jusqu'à la restitution des résultats.

Un moteur de recherche ce sont des logiciels (robots) qui visitent le web pour indexer des pages et mettre à jour l'index de Google. Ces logiciels vont « lire » vos contenus et voir s'ils répondent aux requêtes des internautes.

D'où l'importance de travailler son référencement, vous pouvez avoir le site parfait, s'il n'est pas visible cela ne sert à rien.



Comprendre Google

Faites le test !

The Google logo is displayed in its characteristic multi-colored font: blue 'G', red 'o', yellow 'o', blue 'g', green 'l', and red 'e'.A white, rounded rectangular search bar with a magnifying glass icon on the left and a vertical line indicating the cursor position.

Recherche Google

J'ai de la chance

Astuces :

taper : www.votreurl.fr pour voir les sites qui vous référencent

taper : site:www.votreurl.fr pour voir quelles sont les pages de votre site indexées par Google

Penser à Google trends, étudier les recherches associées pour votre référencement

Les statistiques

Si vous avez réussi toutes les étapes pour optimiser votre site, il est temps de passer au suivi, et donc aux statistiques !

Utiliser les outils Google : « **Google webmasters tools** »

Il vous suffit d'avoir un compte Google (Gmail) pour y avoir accès.

Outils proposés :

- Envoyer un sitemap (ça aide Google à indexer vos pages)
- Créer et récupérer un fichier robots.txt
- Obtenir des statistiques
- Effectuer le suivi de votre référencement

Les statistiques

- L'outil Analytics de Google va vous renseigner sur :

vosre audience : origine géographique, langue parlée, type d'appareils utilisés, centres d'intérêt, comportement...

Lexique Google :

- **nombre de sessions**: une session est la période pendant laquelle un utilisateur est actif sur un site Web. Par exemple la même personne qui visite 3x le même site sera mesuré dans Google Analytics comme 3 visites (sessions) et 1 utilisateur (visiteur unique).
- **nombre d'utilisateur**: il s'agit du nombre d'utilisateurs ayant exécuté au moins une session sur la période sélectionnée.
- **total pages vues**: il s'agit du nombre total de pages consulté. Les visites répétées d'un internaute sur une même page sont prises en compte.
- **page par session**: (nombre moyen de pages) le nombre moyen de pages vues au cours d'une session. Les visites répétées d'un internaute sur une même page sont prises en compte.
- **durée moyenne des sessions**: il s'agit de la durée moyenne d'une session, le temps moyen passé sur votre site.
- **taux de rebond**: le taux de rebond correspond au pourcentage de visites d'une seule page, c'est-à-dire les visites lors desquelles l'internaute a quitté votre site dès la page d'entrée, sans interagir avec la page

Les statistiques

L'acquisition : comment vos visiteurs sont-ils arrivés là ?

Lexique Google :

- **Organic Search** : quelles sont les recherches les plus fréquentes qui ont généré du trafic sur votre site
- **Referral** : les sources, d'où viennent vos visiteurs. Vous pourrez identifier les sites qui vous envoient des visiteurs
- **Direct** : ceux qui tapent directement votre url
- **Social** : réseaux sociaux, ceux qui viennent de votre page Facebook par exemple

Le comportement : comment vos internautes trouvent votre contenu et interagissent avec celui-ci. Quelles sont les pages visitées, le temps passé dessus, le temps de chargement des pages

La conversion : Ce rapport révèle l'état et l'achèvement des objectifs : le remplissage de formulaires, la vente de produits.

A vous de jouer !

SAINT GERMAIN
BOUCLES DE SEINE
TOURISME