

2021

RAPPORT D'AUDIT DE SECOND DEGRÉ

<https://www.second-degre.fr/>



GEL  WEB

»» Réalisé par Mariah MAAFA



table des **MATIÈRES**

I. INTRODUCTION	1-5
a. Contexte	1
b. Éléments stratégiques réels ou hypothétiques	1-3
c. Outils & méthodes	3-4
d. Moment de l'audit et périmètre	5
II. RÉSULTAT DE L'AUDIT	6-18
> Résultat synthétique	6
> Résultat synthétique	7-18
a. Données génériques	7-8
b. Visibilité	8-12
c. Ergonomie Web, écoconception	12-14
d. Accessibilité	14
e. Performances & rapidité de chargement	15
f. Critères plus subjectifs	16
g. Aspects légaux & sécurité	16-18
h. Qualité d'accueil des internautes	18
III. PRÉCONISATIONS	19
a. Actions à court terme	19
b. Actions à plus long terme	19
IV. CONCLUSION	20

1. Introduction

Votre Agence Second Degré m'a contactée en vue de réaliser pour vous une prestation en webmarketing.

L'objet de ce document est à la fois de vous apporter un état des lieux du site, mais également de vous soumettre des recommandations d'améliorations en faisant preuve d'expertise et d'implication de ma part pour vous aider au mieux.

a. Contexte

Ce rapport d'audit a été audité par Mariah MAAFA de l'agence web GELO WEB, le 14 octobre 2021, visant à améliorer votre site internet : **Second degré**. Qui je rappelle est une boîte de communication qui a pour but de construire une stratégie de marque jusqu'à la déclinaison sur des supports de communication, en passant par la gestion des campagnes. Ce rapport d'audit servira à améliorer les qualités de votre site mais également à favoriser l'activité du site audité.



b. Éléments stratégiques réels ou hypothétiques

> L'objectif du rapport d'audit

L'**objectif** du **rapport d'audit** est de fournir des preuves tangibles et objectives en décortiquant le fonctionnement de l'entreprise afin de détecter les défauts et risques susceptibles de mettre en cause le plan de marche fixé par le management.

À ce titre, il permet notamment de vérifier le bon déroulement des contrôles qualité internes.



> Les objectifs principaux du site

L'audit permet de répondre à différentes pistes d'objectifs : dont **Véifier** l'efficacité du domaine audité, c'est-à-dire son aptitude à atteindre les objectifs. Mais aussi à **Identifier** des pistes d'amélioration et des recommandations pour conduire l'entreprise vers le progrès.

En voici les principaux, ils sont en nombre de 4 :

1. Aider les clients dans leur stratégie marketing,
2. Générer des leads,
3. Aider les clients dans la construction d'une stratégie de marque,
4. Concevoir une stratégie de communication.

> Les caractéristiques de la cible

Le site Second degré attire une cible bien spécifique : **les entreprises**. Au niveau de la zone géographique, il cible les entreprises en **Région Nouvelle Aquitaine** ou dans le **local**. Les entreprises viennent rechercher une agence de communication pour les aider dans leur stratégie de communication, ainsi qu'à la création de supports exemples : site vitrine, site e-commerce, Community Manager (réseaux sociaux) etc.

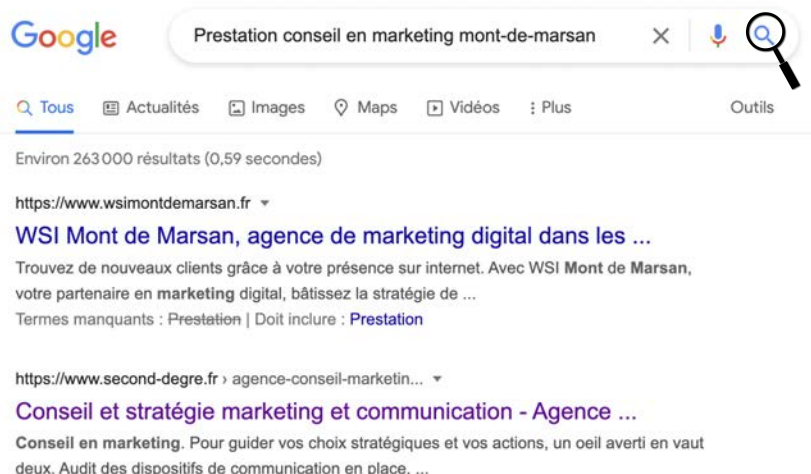


> Les différentes expressions clés

Voici une liste exhaustive des différentes expressions clés :

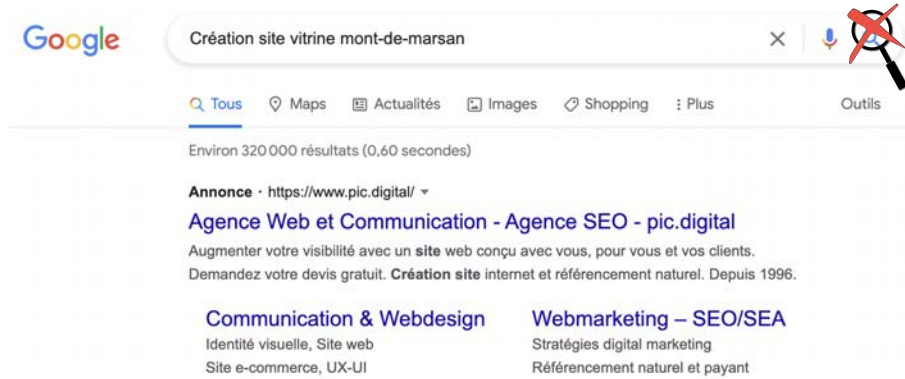
EN PREMIER :

Pour la première expression clé : **"Prestation conseil en marketing mont-de-marsan"** : Apparaît en 1ère page : On peut remarquer que pour le site audité cette expression clé **est classée en 1ère page** des résultats de la recherche Google.











EN DEUXIÈME :

Pour la deuxième expression clé : "Création site vitrine mont-de-marsan" : N'apparaît pas en 1ère page : On peut remarquer que pour le site audité cette expression clé **n'est pas classée en 1ère page** des résultats de la recherche Google.



AINSI QUE TOUS LES AUTRES MOTS CLÉS :

-  > "Création site e-commerce mont-de-marsan" : N'apparaît pas en 1ère page,
-  > "Agence de communication mont-de-marsan" : Apparaît en 1ère page,
-  > "Conseil en marketing landes" : N'apparaît pas en 1ère page,
-  > "Création support de communication mont-de-marsan" : Apparaît en 1ère page,
-  > "Agence de communication aquitaine" : N'apparaît pas en 1ère page,
-  > "Création stratégie de marque Mont-de-marsan" : Apparaît en 1ère page,
-  > "Création stratégie marketing Mont-de-marsan" : N'apparaît pas en 1ère page,
-  > "Agence conseil marketing landes" : N'apparaît pas en 1ère page.

c. Outils & méthodes

Différents outils ont été utilisés durant la rédaction de cet audit. Ils peuvent intervenir à différents moments selon la phase de l'audit dans laquelle vous évoluez, de la préparation à la communication, en passant par la réalisation.

EN VOICI LA LISTE :

- > <https://www.google.com/webhp?hl=fr&sa=X&ved=0ahUKEwi81d3snMrzAhWikhQKHZOnB-oQPAqI> : navigateur Web moderne,
- > <https://web.archive.org/> : ce site est utilisé pour voir la date de création du site internet, mais aussi il permet de vérifier le nombre de version graphique depuis la création,
- > <https://www.wappalyzer.com/apps> : il vérifie quel CMS est utilisé (CMS : est un système de gestion de contenu ou SGC est un programme permettant de créer un site internet, un blog ou encore un site e-commerce. Il utilise de multiples fonctionnalités : en permettant à plusieurs individus de travailler sur un même document.
- > <https://chrome.google.com/webstore/detail/headingsmap/flbjommegcjonpdmenk> : Présence de la balise <title> qui est une balise du codage HTML permettant de donner un titre à une page web. Il est impératif pour votre site de remplir et d'optimiser la **balise title** car elle joue un rôle essentiel en termes de référencement naturel (SEO).
- > <https://www.site-analyzer.com/fr/backlinks> : Il analyse le nombre de noms de domaine liés ainsi que le nombre de pages liées et la popularité du domaine.
- > <http://www.responsinator.com/> : il permet de tester le site en version téléphone et tablette. De voir si les deux fonctionnent correctement, sans problème de décalage de texte.
- > <http://www.ecometer.org/> : il vous permet donc de voir si le site est éco-conçu. L'éco-conception web permet la conception de sites internet moins énergivores et plus respectueux de l'environnement mais avec des performances similaires à des pratiques de conceptions plus traditionnelles.
- > <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=fr> : Note Page Speed Mobile / Note Page Speed Desktop. C'est un outil gratuit de Google pour mesurer les performances d'une page Web, c'est-à-dire son temps de chargement aussi bien sur un ordinateur que sur un appareil mobile.
- > <https://gtmetrix.com/> : **GTMetrix** est un outil qui vous permet d'analyser/tester gratuitement le temps de chargement d'une page web, l'optimisation de la vitesse et de personnaliser les paramètres de test : connexion, device..
- > <https://checklists.opquast.com/fr/assura> : L'erreur 404, généralement accompagnée du message "File Not Found" (fichier non trouvé), est un code d'erreur appartenant au protocole de communication http sur Internet. Il est envoyé par un serveur HTTP et indique que ce dernier n'a pas réussi à trouver la ressource recherchée (le plus souvent une page).

d. Moment de l'audit et périmètre

Cet audit a été réalisé **entre le 14 octobre et le 01 novembre 2021**. Toutes les pages du site internet ont été contrôlées.

Nous allons y retrouver divers points faibles et points forts représentés sous forme de tableau synthétique.

Points faibles	Points forts
<ul style="list-style-type: none">- Mise à jour peu fréquente,- Les informations sont désordonnées,- N'est pas le premier en référencement sur le web,- Aucune popularité du domaine,- Test impression non optimisé,- Pas de présence du fil d'Ariane,- Le site est peu éco-conçu.	<ul style="list-style-type: none">- Renvoi sur les réseaux sociaux,- Mise en valeur de l'équipe,- Le responsive design est respecté,- Le Zoom du site est opérationnel pour les personnes à handicap.

Pour refaire votre site ou simplement l'améliorer, le but d'un audit est d'identifier les éléments qui posent problème pour les modifier voire de détecter des fonctionnalités manquantes pour améliorer les performances du site. Ainsi diverses propositions vous seront énoncées.

Certaines pages ont été auditées pour ainsi analyser les différentes informations.

DE MULTIPLES PAGES D'AUDITS ONT ÉTÉ AUDITÉES DONT

- > La page d'accueil : <https://www.second-degre.fr/>, elle sera auditée le 18 octobre 2021,
- > Détail d'une prestation d'un site e-commerce : <https://www.second-degre.fr/agence-site-ecommerce/>, elle sera auditée le 20 octobre 2021,
- > Page formulaire client : <https://www.second-degre.fr/contact-agence-communication-landes/>, elle sera auditée le 22 octobre 2021,
- > Page d'avis client <https://www.google.com/url?q=https://www.second-degre.fr/avis-agence-commuication/&sa=D&source=editors&ust=1634228764406000&usg=AOvVaw3dxI7TFov-vpYfStJgKIyf>, elle sera auditée le 26 octobre 2021,
- > page sur les différents Podcast : <https://www.second-degre.fr/podcast-food-de-marketing-samalens/>, elle sera auditée le 28 octobre 2021.

11. Résultat de l'audit

> Résultat synthétique

Ce résultat va être plus synthétique si vous souhaitez voir un résultat plus technique, il faudra vous orienter vers la partie suivante.

Votre site Second degré a un léger problème de référencement, qui peut être amélioré en augmentant le nombre de liens menant vers votre site, en répertoriant au mieux les mots clés au sein du site, pour que la recherche de l'internaute soit plus pertinente et qu'il tombe sur votre site en première page de recherche google.

L'ergonomie du site est plutôt bien pensée, mais pourrait être améliorée en étant plus logique. Il faut rendre le site plus intuitif pour l'utilisateur, par des agencements simples mais pertinents.

Concernant l'Écoconception, on peut remarquer que votre site a passé avec succès 2 des 15 meilleures pratiques testées. Mais il va falloir quand même faire un effort pour rendre le site plus écologique.

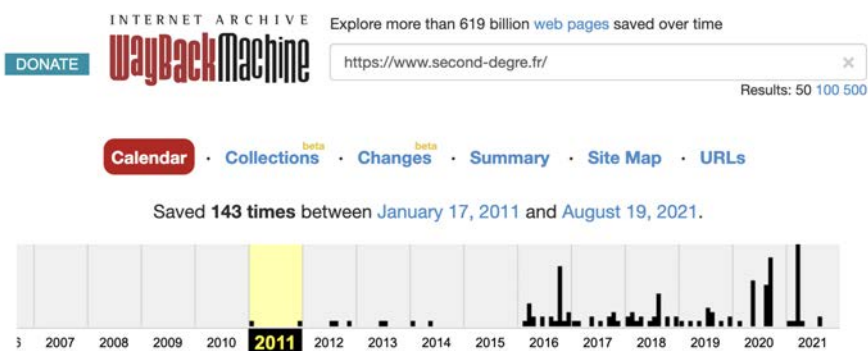
L'accessibilité ne présente pas de problème majeur même si l'on peut optimiser et développer certains points comme la touche tabulation.



> Résultat détaillé de l'audit

a. Données génériques

Votre site Second degré existe depuis Janvier 2011 (outil : web.archive.org). Le but de ce site est de pouvoir aider les clients à développer leur marque, leur identité visuelle ainsi qu'à améliorer leur e-réputation. Votre **agence de communication** est un outil idéal ! Votre objectif principal est d'aider et d'accompagner les entreprises à promouvoir leur image, ses créations et ses différents produits ou bien ses services.



Le CMS utilisé pour votre site est Wordpress. L'un des principaux atouts de **WordPress** est qu'il sépare totalement la présentation, le design, les aspects graphiques du site (le thème ou template) du contenu et les textes. À la différence de ses concurrents, c'est un CMS plutôt simple d'utilisation et économique, par ailleurs optimisé pour le référencement naturel.

En **inspectant** votre site internet je peux retrouver des éléments qui montrent que c'est un site réalisé avec wordpress dont : "wp-admin" ou "wp-content" par exemple.



```
Elements Console Sources Network Performance 1 1 1 1
<div id="et-main-area"></div>
</div>
</div>
<noscript></noscript>
<script type="text/javascript"></script>
<script type="text/javascript" id="leadin-script-loader-js-js-extra"></script>
<script type="text/javascript" src="https://js.hs-scripts.com/5716202.js?integration=wor">
<script type="text/javascript" src="https://www.second-degre.fr/wp-content/plugins/wow-c">
<script type="text/javascript" src="https://www.second-degre.fr/wp-content/plugins/wow-c">
<script type="text/javascript" id="divi-custom-script-js-extra">
/*  */
var DIVI = {"item_count":"%d Item","items_count":"%d Items"};
var et_builder_utils_params = {"condition":{"diviTheme":true,"extraTheme":false},"scro
var et_frontend_scripts = {"builderCssContainerPrefix":"#et-boc","builderCssLayoutPref
var et_pb_custom = {"ajaxurl":"https://www.second-degre.fr/wp-admin/admin-ajax.php
content/themes/Divi/includes/builder/images","et_frontend_nonce":"0ce19afb72","sul
plaU00eet, remplissez les champs suivants:", "contact_error_message": "Veuillez corrige
mauvais numU00e9ro dans le captcha.", "wrong_checkbox": "Checkbox", "ignore_waypoints": ""
[], "is_ab_testing_active": "", "page_id": "8292", "unique_test_id": "", "ab_bounce_rate": "5"
var et_pb_box_shadow_elements = [];
/* ]]]&gt; */
&lt;/script&gt;
&lt;script type="text/javascript" src="https://www.second-degre.fr/wp-content/themes/Divi/i
&lt;script type="text/javascript" src="https://www.second-degre.fr/wp-content/themes/Divi/i
&lt;script type="text/javascript" src="https://www.second-degre.fr/wp-content/themes/Divi/i
&lt;script type="text/javascript" src="https://www.second-degre.fr/wp-content/themes/Divi/i
&lt;script type="text/javascript" src="https://www.second-degre.fr/wp-content/plugins/wow-c</pre></div><div data-bbox="90 888 730 906" data-label="Text"><p>Plusieurs techniques et outils existent pour voir quel CMS vous avez utilisé.</p></div><div data-bbox="675 939 916 954" data-label="Page-Footer"><p>7 | Audit site web | © Second degré</p></div>
```

La Présence des différents outils d'analyse d'audience : Matomo Analytics, Facebook Pixel, Site kit 1.43.0, HubSpot Analytics, Google Analytics.



Wappalyzer

TECHNOLOGIES MORE INFO*

CMS WordPress	Logiciel de marketing HubSpot
Widget Facebook	Base de données MySQL
Outil de statistiques Matomo Analytics Site Kit 1.43.0 HubSpot Analytics Google Analytics Facebook Pixel	Gestionnaire de balises Google Tag Manager Créateur de "Landing Page" Divi SEO Yoast SEO 17.3

b. Visibilité

OPTIMISATION SEO : visibilité sur les moteurs de recherche : paramètre "on site"

PAGES INDEXÉES DANS GOOGLE :

> Le site possède 52 pages indexées dans Google, ce qui représente un nombre assez peu important et qui ne donne aux internautes qu'une large possibilité d'entrée :

Google

site:https://www.second-degre.fr/

Tous Images Actualités Shopping Maps Plus Outils

Environ 52 résultats (0,22 secondes)

L'**indexation** est le procédé de Google pour enregistrer des pages et leur contenu dans sa base de données, afin de les classer et les afficher ensuite dans ses résultats en fonction des requêtes des internautes.



> La plupart des URL présentes en indexe sont en cohérence avec le contenu.

BALISE META DESCRIPTION & META TITLE :

> La balise meta title (balise de titre) et meta description sont bien présentes sur les nombreuses pages auditées.

Les **balises meta description** et **meta title** permettent de présenter la page d'un site internet qui répond à la requête d'un internaute. Elles sont visibles dans les SERP des moteurs de recherche. Leur but est d'informer et d'inciter l'internaute à cliquer sur la **balise meta title** pour se rendre sur la page internet.



```
Elements Console Sources Network >> 1 2
<title>Second Degré | Agence de Communication et Publicité à Mont-de-Marsan
</title>
<meta name="description" content="Second Degré est une agence de communication basée à Mont-de-Marsan qui accompagne les entreprises dans leur stratégie marketing, communication">
```

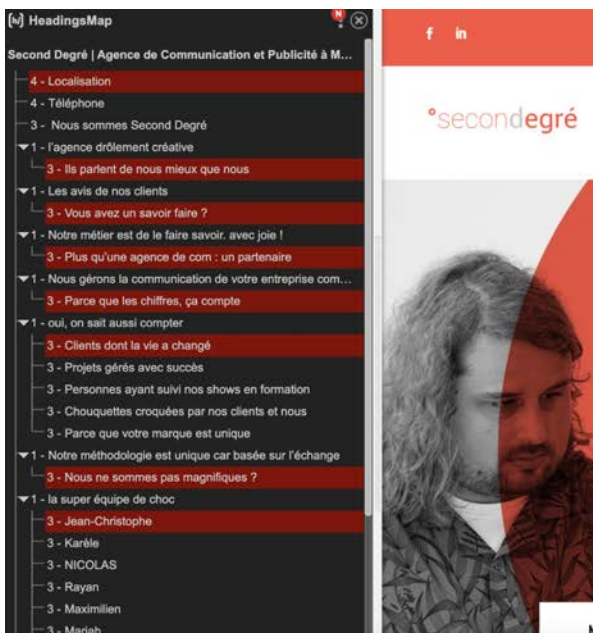
<h1> & <h2> :

La balise **h1** est une balise présente dans le code d'une page web pour marquer le titre principal du contenu. La **balise H1 est** un composant essentiel pour le référencement naturel.

La balises **h2** sert à marquer les « sous-titres », et la balise **h3** les « sous-sous-titres ».



> Le site Second degré n'est d'aucune pertinence pour la balise <h1> car elle est mise plusieurs fois dans une page cela concerne toutes les pages auditées. Il n'y a aucune présence du <h2> dans chaque page, donc aucune pertinence.



POID PAGE WEB :

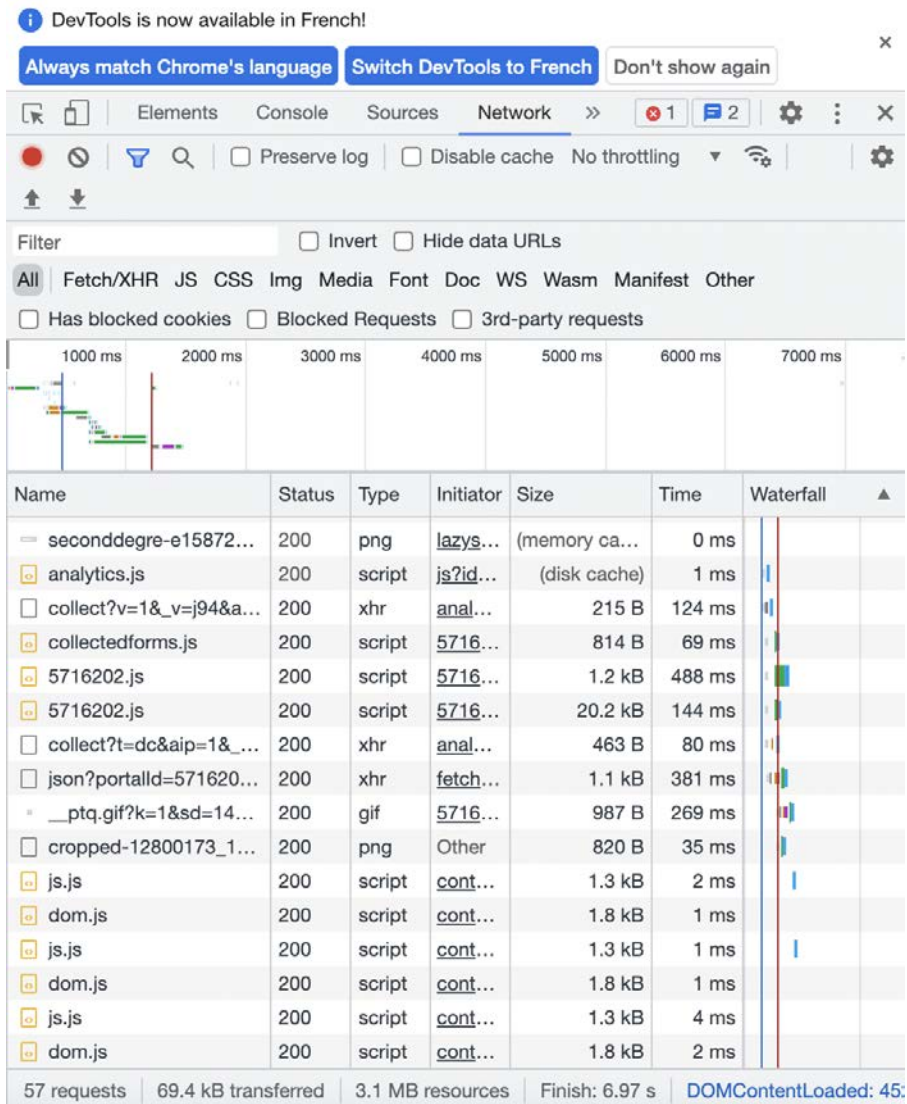
Dès lors, pour faire court, GOOGLE en détermine le nouveau poids idéal pour 2021:

- > environ **100 Ko**(gzipé) de HTML / CSS / polices,
- > et entre **300 à 350Ko** de JavaScript sur le fil (compressé).

La page web et l'ensemble de ses ressources sont environ à **500 Ko**. Mais cela reste peu par rapport à la performance d'un site.

A titre d'information, le poids idéal d'une page web est estimé à **1,9 MB** (soit **2 MB** en arrondissant), qui l'est conseillé d'utiliser.

Votre poids de page est à **3,1 MB** (Mégabit), ce qui est pénalisable car l'optimisation de la page est insuffisante. Pour cela il faudra soit optimiser vos images ou bien les réduire.



OPTIMISATION SEO : visibilité sur les moteurs de recherche : paramètres externes au site :

- > Le nombre de noms de domaine liés s'élèvent à **39%**.
- > Le nombre de pages liés s'élèvent à **4,867**
- > La popularité du domaine s'élève à **17** ce qui est très faible.

Actuellement, la popularité de domaine est l'un des critères les plus primordiaux pour l'importance d'un site Web aux yeux des moteurs de recherche. Une bonne popularité du domaine peut donc être un facteur de succès majeur pour un très bon positionnement au sein des SERP (une abréviation qui désigne les pages de résultats du moteur de recherche).

Domain Influence



URLs référentes
4,867

Domaines référents
39 1%

lps référentes
23 0%

Votre Domain Influence est plutôt bas. Un Domain Influence entre 11 et 20 correspond généralement à un site jeune ou ayant assez peu de backlinks. Nous vous conseillons de créer davantage de backlinks vers votre site web.

Spam Rating



Liens à fort Spam Rating
1 0%

Bravo, votre Spam Rating est très bas! Un Spam Rating inférieur à 3 correspond à un site ayant une bonne réputation. C'est-à-dire que les sites faisant un lien vers le votre sont généralement fiables.

OPTIMISATION SEO : visibilité sur les réseaux sociaux :

- > Le site Second degré renvoie à deux réseaux sociaux dont Facebook et LinkedIn.

CONCERNANT LE RÉSEAU FACEBOOK :

- > Nombre de likes : 404 aiment la page
- > Régularité des posts : 2 par mois (peu actif)



CONCERNANT LE RÉSEAU LINKEDIN :

- > Nombre d'abonnés : 53 abonnés
- > Régularité des posts : 0 par mois (pas actif)



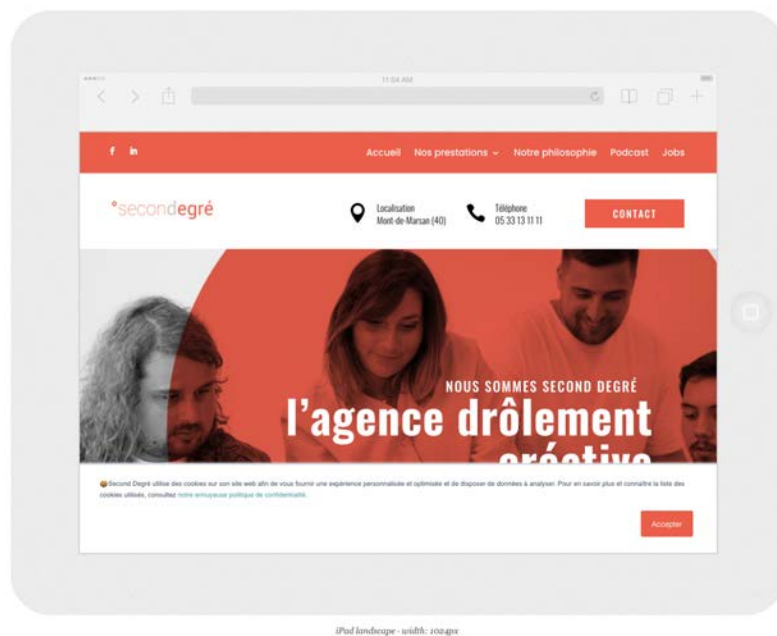
Les **réseaux sociaux** demeurent des outils de communication précieux, surtout pour les petites et moyennes entreprises. Ils permettent, à moindre coût, d'augmenter la notoriété de votre marque, de fidéliser vos clients et de conquérir de nouveaux marchés.



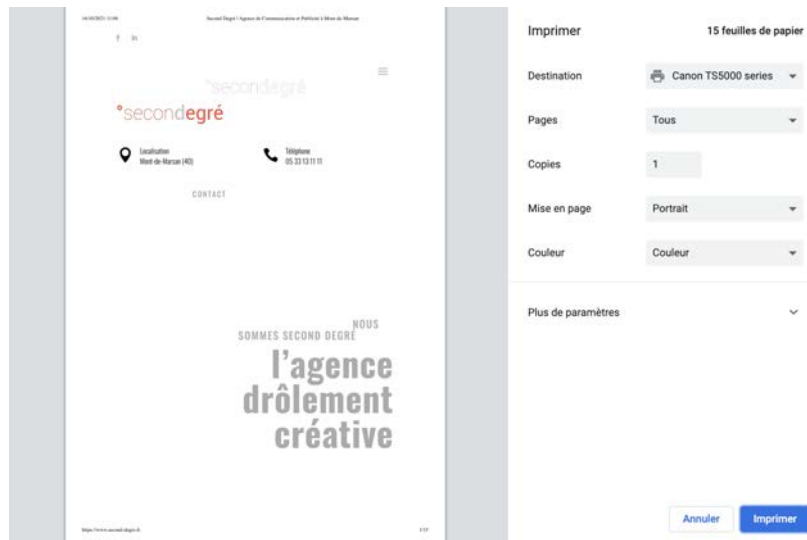
c. Ergonomie Web, écoconception

ERGONOMIE :

- > Le site Second degré offre une ergonomie moderne, la navigation en version Desktop et Smartphone et Tablette fonctionne correctement.



> Concernant le test impression, il est non optimisé.



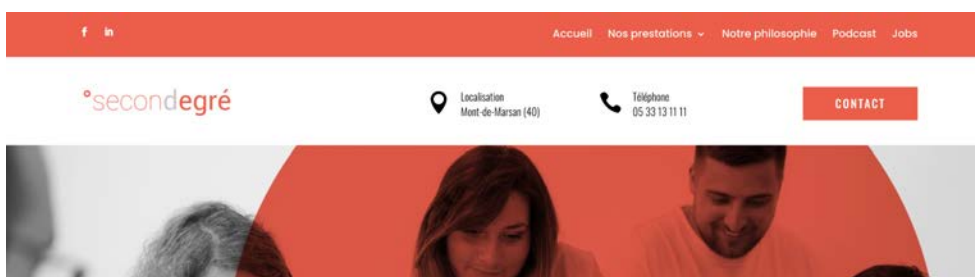
> Le site ne dispose pas de barre de recherche.

> Vérification du test 404 : on peut remarquer qu'il est bien présent mais sous forme : Aucun résultat.

→ <https://www.second-degre.fr/agence-creation-site-hhbvfedsddfgvernet>



> Présence d'un fil d'ariane : On remarque que votre site qui n'en détient pas.



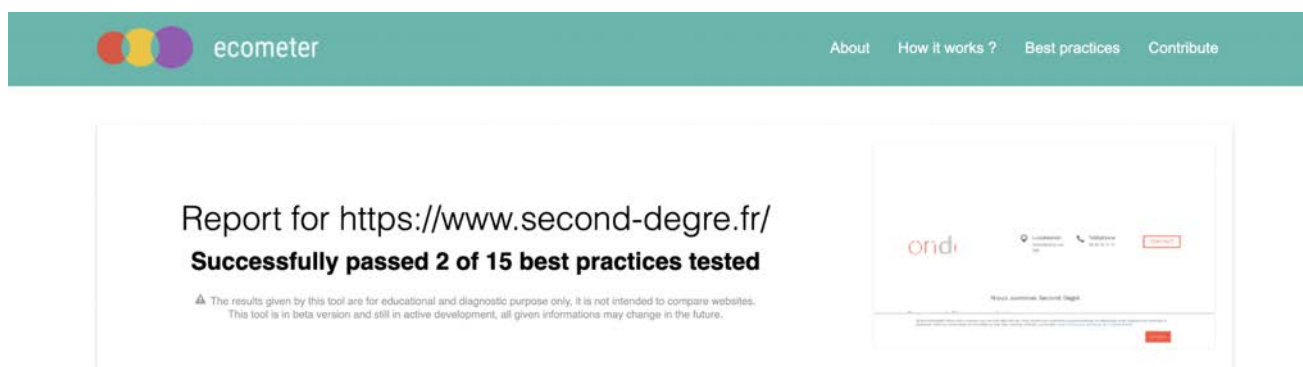
Exemple d'un fil d'ariane :



ECOCONCEPTION :

Concernant l'Écoconception, on remarque que votre site a passé avec succès 2 des 15 meilleures pratiques testées. Mais il va falloir quand même faire un effort pour rendre le site plus écologique.

→ <http://www.ecometer.org/report?url=https%3A%2F%2Fwww.second-degre.fr%2F>



d. Accessibilité

Un test est effectué pour **tester la navigation par tabulation**. Elle ne fonctionne pas correctement, les personnes en situation de handicap (dextérité des mains) ne pourront pas utiliser le site internet. On est donc confronté à un site internet qui se trouve dans une impasse.

Un autre test est aussi effectué, **le test Zoom** au niveau supérieur à 300 % sur différentes pages du site. On remarque que les contenus sont accessibles et consultables pour les personnes qui auront besoin de zoomer un maximum pour accéder aux contenus.

ILS PARLENT DE NOUS MIEUX QUE
NOUS

LES AVIS DE NOS
CLIENTS

e. Performances & rapidité de chargement

> La page obtient un score de 20% d'optimisation au test Note Page Speed Mobile. Il faudrait atteindre au moins 50% d'optimisation pour ne pas avoir de pénalité du référencement naturel.



<https://www.second-degre.fr/>

▲ 0-49 ■ 50-89 ● 90-100 ⓘ

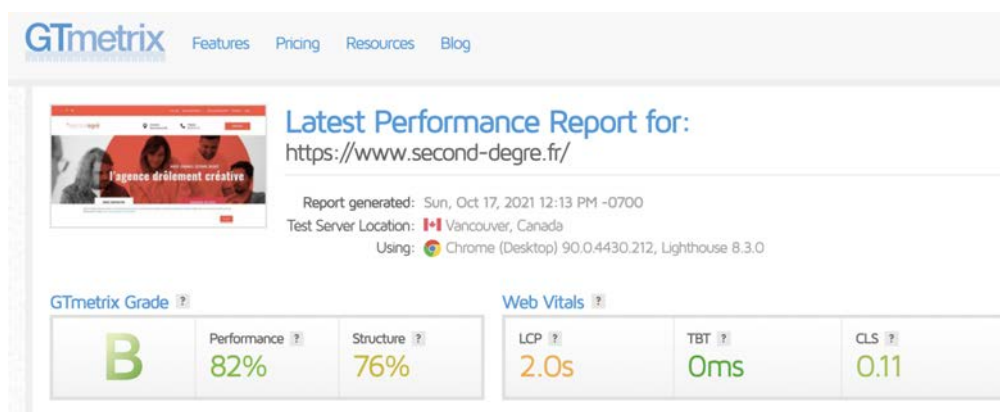
> La page obtient un score de 67% d'optimisation au test Note Page Speed Desktop. Il faudrait atteindre au moins 70% d'optimisation pour éviter un double impact de la part des internautes. Fluidité de performance ainsi que le référencement naturel.



<https://www.second-degre.fr/>

▲ 0-49 ■ 50-89 ● 90-100 ⓘ

> On peut remarquer que la performance du site web est optimisée puisqu'elle obtient un résultat de 82%.



f. Critères plus subjectifs

Le choix de la couleur reste parfois problématique : en effet le fond noir et écriture grise très claire est difficilement lisible et visible. La mise en page quant à elle est plus facilement visible et offre une lecture plus facile.



g. Aspects Légaux & Sécurité

Plusieurs aspects légaux sont présents sur votre site internet :

- > La **fonctionnalité SSL** (https), est utilisée sur pour votre site, elle procure une réelle sécurité pour les internautes car ils peuvent circuler de manière codée donc moins de risque de se faire pirater. Cela rassure énormément l'internaute, de savoir que ces données sont en sécurité (par exemple les données de la carte bancaire).
- > La présence d'**information de l'organisation du propriétaire du site**. La page : mentions légales en pied de page est bien présente.

Copyright © 2021 – KOUKOKU SARL | **Ennuyez mentions légales et politique de confidentialité**

On y retrouve :

- Les coordonnées du propriétaire.

Ce qui donne l'opportunité aux internautes de vous contacter par mail, adresse postale ou numéro de téléphone.

1. PRÉSENTATION DU SITE INTERNET.

En vertu de l'article 6 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, il est précisé aux utilisateurs du site internet <https://www.second-degre.fr> l'identité des différents intervenants dans le cadre de sa réalisation et de son suivi:

Propriétaire : SARL Koukoku Capital social de 1000€ Numéro de TVA: FR00842291445 - 21 rue de l'Amitié 40000 Mont-de-Marsan

Responsable publication : Jean-Christophe Samalens - 0533131111

Le responsable publication est une personne physique ou une personne morale.

Webmaster : Jean-Christophe Samalens - 0533131111

Hébergeur : Iand1 - 7 Place de la Gare 57200 Sarreguemines 0970 808 911

Délégué à la protection des données : Jean-Christophe Samalens - dpo@second-degre.fr

Les mentions légales sont issues du modèle proposé par le [générateur gratuit offert par Orson.io](#)

> Concernant la **présence d'une page : Conditions générales de Vente** (CGV pour les sites e-commerce), comme vous êtes pas un site e-commerce, vous n'avez pas besoin d'en avoir une.

> **Présence de la case à cocher de recueil du consentement** sur chaque formulaire, on peut remarquer que votre site est bien conforme en termes de légalité. Car il faut faire attention car si il n'apparaît pas, vous pouvez être amendable de 10% du chiffre d'affaires annuel car le site ne sera pas conforme à la loi.

Nous contacter

Adresse
Agrocampus - Agrolandes 1003
Allée Jean d'Arcet 40280 Haut-Mauco

Téléphone
05 33 13 11 11

Horaires

Nous recevons sur rendez-vous uniquement
Ouvert du Lundi au Vendredi de 9h00 à 13h00 et de 14h00 à 17h00

[Prendre rendez-vous](#)

[Déposer ma candidature](#)

Votre doux prénom

Votre joli nom

Votre chouette entreprise

Votre 06 (téléphone)

Votre e-mail (promis, on le garde secret !)

Votre message

En soumettant ce formulaire, j'accepte que mes informations soient utilisées exclusivement dans le cadre de ma demande et de la relation commerciale éthique.

[→ Vole petit papillon](#)

> Présence du **bandeau de gestion des cookies** et possibilités de naviguer sans. On peut remarquer que votre site n'est pas conforme au RGPD car il manque la mention : "Refusé et fermer". Pour l'instant il n'y a peu de contrôle à ce niveau là, vous risquez de prendre un amende si vous vous faites contrôler.

L'internaute n'a aucune protection de ses données personnelles. Il ne peut ainsi changer d'avis.

🍪 Second Degré utilise des cookies sur son site web afin de vous fournir une expérience personnalisée et optimisée et de disposer de données à analyser. Pour en savoir plus et connaître la liste des cookies utilisés, consultez notre [enrueuse politique de confidentialité](#).

Accepter

h. Qualité d'accueil des internautes

> Le site dispose bien de **Favicons** c'est-à-dire le petit logo sur la barre des onglets de chrome.



Cela permettra aux différents internautes de mieux différencier toutes les pages qu'il aura d'ouverture. Cela vaut aussi pour la version mobile.

> Votre site propose un **moyen de contact** par téléphone, les internautes peuvent facilement retrouver vos coordonnées, de part votre page contact. Plus vous aurez la possibilité de faire de la conversion pour les équipes commerciales. Cela favorise la prise de contact.

> Le site ne dispose pas d'une **page plan de site**. Cela vous permettra de donner un petit plus pour la navigation de l'internaute mais également pour le référencement naturel, mais cela n'est pas obligatoire.

> Le site ne propose pas non plus de **page d'aide**, cela n'est pas obligatoire mais c'est une bonne pratique de qualité d'accueil des internautes.

III. Préconisations

L'audit que j'ai réalisé pour vous, m'a permis d'isoler des améliorations et optimisations à réaliser en termes de génération de trafic qualifié via le référencement naturel et de satisfaction des cibles.

a. Actions à court terme

- > Popularité du domaine : je vous conseille de créer davantage de backlinks vers votre site web,
- > Ajout des balises de titre <h2> pour chaque page,
- > Améliorer les couleurs du site (choisir un autre colori de fond pour certains textes),
- > Une meilleure adaptation à l'impression,
- > Un respect des préconisations liées au RGPD (cookie),
- > Amélioration de la navigation par tabulation : Petite amélioration quant à l'accueil de l'internaute. Modifier les css (règle passage de la souri - hover / comportement focus (5 ligne en plus pour améliorer le site internet),
- > Concernant le poids de la page il est recommandé à un maximum de 2MB, et le votre est à 3,1 MB, ce qui est pénalisable car il est trop lourd, pour cela il faudra revoir l'optimisation des images ou bien de les réduire cela permettra au site d'être libéré d'un poids.

b. Actions à plus long terme

- > D'être plus présent sur les réseaux sociaux,
- > Préconisations pour vous permettre d'améliorer votre SEO :
 - Vérification que tous les liens sont bien mis à jour,
 - Amélioration du référencement en augmentant le nombre de liens menant vers le site,
 - Répertorier au mieux tous les mots clés au sein du site,
- > Mise en place de page d'assistance pour les internautes (plan du site,..),
- > site ecoconception 5 bonnes pratiques :
 - Passer en revue le comportement et les besoins réels des visiteurs,
 - Réduire les allers-retours avec le serveur,
 - Simplifier le parcours utilisateur,
 - Réduire les temps de lecture,
 - Optez pour un CMS plus rapide.

IV. Conclusion

Le site Second degré a été très agréable à auditer, mais il vous montre qu'un certain nombre d'améliorations/optimisations pourrait être réalisé pour augmenter l'apport d'audience lié aux moteurs de recherche et à la qualité d'accueil des internautes sur votre site, débouchant sur une meilleure satisfaction des cibles mais aussi sur une progression de la visibilité de votre site.

Je reste bien entendu à votre disposition pour vous faire une proposition commerciale et mettre à votre service mes compétences. Merci de revenir vers moi si vous souhaitez avoir un devis de la part de notre Agence.

