

Rapport d'audit du site - Société A

Version anonymisée - Identité, visuels et références neutralisés ; résultats conservés.

Ce rapport note votre site web en se basant sur la force de plusieurs facteurs SEO tels que l'optimisation sur la page, les liens sortants, les réseaux sociaux et bien plus encore. La note globale va d'une échelle de

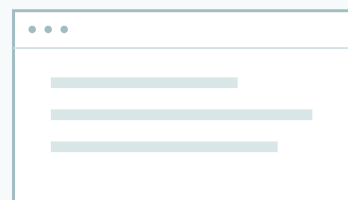
A à F, avec la majorité des sites du secteur, leaders dans leur secteur, qui sont dans la fourchette de la note A. Le fait d'améliorer votre note permettra à votre site d'être plus performant pour les utilisateurs et de mieux se classer dans les moteurs de recherche. Il y a des recommandations pour améliorer votre site web à la fin du rapport. N'hésitez pas à nous contacter si vous voulez que nous vous aidions à améliorer le SEO de votre site web !

Résultats de l'audit



Votre page pourrait faire mieux

Recommandations: 15



Aperçus du site retirés

Version anonymisée



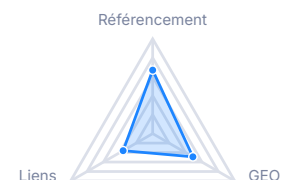
Référencement



GEO



Liens



Recommandations

Ajouter une balise Meta Description

Référencement

Priorité Moyenne

Augmenter la longueur de la balise Title

Référencement

Priorité Moyenne

Utiliser des mots-clés dans les balises HTML	Référencement	Priorité Moyenne
Ajoutez du contenu FAQ / Q&A	GEO	Priorité Moyenne
Ajouter des signaux de fraîcheur	GEO	Priorité Moyenne
Ajouter un schéma d'identité	GEO	Priorité Faible
Ajoutez des attributs Alt à toutes les images	Référencement	Priorité Faible
Améliorer le texte d'ancrage des liens	Liens	Priorité Faible
Créer un profil d'entreprise Google	Autre	Priorité Faible
Augmentez le contenu textuel de la page	Référencement	Priorité Faible
Ajouter un schéma d'activité locale	Autre	Priorité Faible
Implémentez un outil de suivi analytique	Référencement	Priorité Faible
Implémenter un fichier lms.txt	GEO	Priorité Faible
Ajoutez des détails de contact et d'entreprise	GEO	Priorité Faible
Ajouter des signaux d'autorité et de confiance	GEO	Priorité Faible

Résultats de référencement sur site



Le référencement de cette page pourrait être amélioré

Le référencement sur site de votre page est relativement optimisé, mais pourrait être amélioré. Le référencement sur site est important pour que les moteurs de recherche puissent bien analyser votre contenu afin qu'il soit référencé par des mots clés pertinents. Vous devriez vérifier que les balises HTML sont correctement remplies et que le texte est conforme aux mots-clés ciblés.

Balise Titre



Vous avez une balise Title, mais idéalement elle devrait comporter entre 50 et 60 caractères (espaces inclus).

Accueil - Société A

Longueur : 19

Les balises Title sont très importantes pour que les moteurs de recherche comprennent et catégorisent correctement votre contenu.

Balise Meta Description



Votre page semble manquer d'une balise Meta Description.

Une Meta Description est importante pour que les moteurs de recherche comprennent le contenu de votre page, et elle est souvent affichée comme l'extrait de description dans les résultats de recherche.

Aperçu de l'extrait de SERP



Ceci illustre comment votre page peut apparaître dans les résultats de recherche. Attention, il s'agit d'un guide et les moteurs de recherche génèrent plus fréquemment ce contenu de manière dynamique.

 Société A
https://site-exemple.iinvalid

Accueil - Société A

Utilisation de Hreflang



Votre page utilise les attributs Hreflang.

Langue



Votre page utilise l'attribut Lang.

Déclaré : fr-FR

Utilisation de la balise d'en-tête H1



Votre page a une balise H1.

Utilisation des balises d'en-tête H2-H6



Votre page utilise plusieurs niveaux de balises d'en-tête.

BALISE D'ENTÊTE	FRÉQUENCE	
H2	5	
H3	13	
H4	0	
H5	0	
H6	0	

Structure des titres



Vos balises de titre semblent bien structurées, sans niveaux ignorés ni titres vides.

Consistance des Mots-clés



Les mots-clés principaux de votre page ne sont pas bien répartis dans les balises HTML importantes.

Le contenu de votre page doit être axé sur des mots-clés particuliers pour lesquels vous souhaitez vous classer. Dans l'idéal, ces mots-clés devraient également être répartis entre les balises telles que les balises titre, méta et en-tête.

MOT-CLÉ	TITRE	BALISE POUR LA META DESCRIPTION	BALISE POUR LES TITRES	FRÉQUENCE DE LA PAGE	
Expression 1	✗	✗	✓	4	
Marque	✓	✗	✓	5	
Mot-clé 1	✗	✗	✓	7	
Expression 2	✗	✗	✗	2	
Expression 3	✗	✗	✗	2	
Expression 4	✗	✗	✓	2	
Expression 5	✗	✗	✓	2	
Mot-clé 2	✗	✗	✓	5	

Mots-clés remplacés par des libellés neutres.

Quantité de Contenu



Votre page a un faible volume de contenu texte que les moteurs de recherche peuvent interpréter comme un « contenu léger ».

Nombre de mots 570

Selon de nombreuses études, des volumes de contenu texte plus élevés sont associés à une meilleure capacité de classement en général.

Les Attributs ALT de l'Image



Vous avez des images sur votre page qui manquent d'attributs Alt.

Nous avons trouvé 24 images sur votre page et 3 d'entre elles ne possèdent pas d'attribut.

Les attributs Alt sont un moyen souvent négligé et simple de signaler aux moteurs de recherche le sujet d'une image et de l'aider à se classer dans les résultats de recherche d'images.

Tag canonique



Votre page utilise la balise Canonique.

<https://site-exemple.invalid/>

SSL est activé



Votre site utilise le SSL.

Redirection HTTPS



Votre page redirige correctement vers une version en HTTPS (SSL Secure).

Robots.txt



Votre site semble avoir un fichier robots.txt

<http://site-exemple.invalid/robots.txt>

Moteurs de recherche bloqués par robots.txt



Votre page est accessible aux principaux moteurs de recherche.

Test de la balise Noindex



Votre page n'utilise pas de balise Noindex Tag qui empêche son indexation.

Test du Noindex de l'entête



Votre page n'utilise pas d'entête Noindex qui empêche son indexation.

Sitemaps XML



Votre site web semble avoir un Sitemap XML.

https://site-exemple.invalid/sitemap_index.xml

Statistiques



Nous n'avons pas pu détecter un outil de statistique sur votre page.

Les outils de statistiques web comme Google Analytics vous aident à mesurer, analyser et à améliorer le trafic vers vos pages.

Vérification des données structurées de Schema.org



Vous utilisez le balisage Schema JSON-LD sur votre page.

Optimisation du Moteur Génératif (OMG)



Votre optimisation des moteurs génératifs pourrait être meilleure

Votre page a un certain positionnement pour l'Optimisation Générative des Moteurs (GEO). La GEO est importante pour s'assurer que les LLM et les moteurs de recherche AI peuvent explorer efficacement votre contenu et comprendre la structure sous-jacente des entités. Envisagez des améliorations supplémentaires pour améliorer la visibilité dans les LLM, car cela devient une source de trafic en pleine expansion.

Contenu rendu (Lisibilité LLM)



Votre page a un faible niveau de contenu rendu, ce qui la rend généralement plus lisible pour les LLM.

Pourcentage de rendu : 3%

Llms.txt



Nous n'avons pas détecté ou pu récupérer un fichier Llms.txt avec succès.

Robots.txt bloque les crawlers IA



Votre robots.txt permet aux principaux crawlers IA d'accéder à votre site.

Schéma d'identité



Aucun schéma d'organisation ou de personne identifié sur la page.

L'absence de schéma d'organisation ou de personne peut rendre plus difficile pour les moteurs de recherche et les LLM d'identifier la propriété d'un site web et de répondre avec confiance aux requêtes concernant une marque, une entreprise ou une personne.

Définition de l'entité



Votre page définit clairement l'entité qu'elle représente.

The page clearly identifies the audited company and explains its activity and core offering.

Transparence du contact



Votre page fournit des détails sur l'entreprise et des points de contact, bien que ceux-ci puissent être plus complets.

The page provides a contact form, demonstration request, and social-following cues, but omits visible address, phone, and email details.

Alignement des réponses



Votre page manque de contenu de type question-réponse tel qu'une FAQ.

The page contains descriptive sections and process steps, but no explicit FAQ or question-and-answer content.

Préparation des citations



Votre page contient des faits, citations ou statistiques facilement citables.

The page offers numerous self-contained claims, metrics, founder descriptions, capabilities, and implementation details suitable for citation.

Structure du contenu



Votre page est bien structurée et facile à analyser pour l'IA.

The page uses clear headings, short sections, numbered steps, metric cards, calls-to-action, and visually scannable content blocks.

Actualité du contenu



Votre page ne montre aucun signal visible que son contenu est actuel.

No publication, update, current-year, or dated event signal is visible, leaving the page essentially undated.

Signaux d'autorité et de confiance



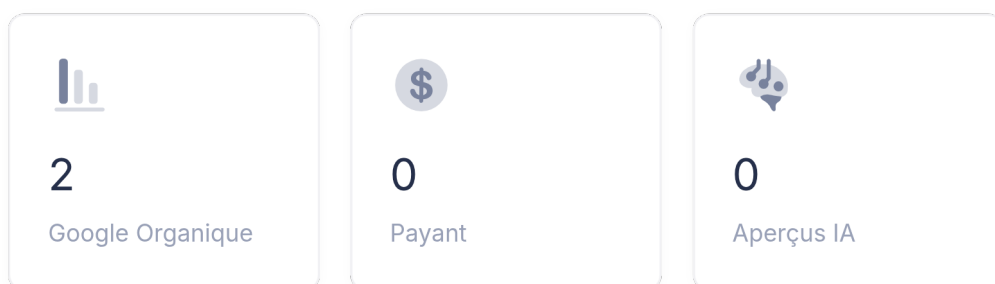
Votre page montre des signaux d'autorité et de confiance, bien qu'ils puissent être renforcés.

The page presents named founders, quantified experience and deployments, partner logos, and technical capabilities, but limited credentials or certifications.

Classements

Trafic provenant de la recherche

Cela montre le volume estimé de trafic que votre page reçoit en un mois à partir des recherches Google.



Principaux classements de mots-clés organiques

Cela montre les 10 principaux mots-clés générant du trafic à partir des recherches organiques Google. La liste est ordonnée par les mots-clés qui génèrent le plus de trafic vers votre page (ont le volume de trafic estimé le plus élevé).

MOT-CLÉ	EMPLACEMENT	POSITION	TOTAL DES RECHERCHES	TRAFIC ESTIMÉ
Mot-clé 1		8	90	2
Mot-clé 2		17	70	0
Mot-clé 3		51	110	0
Mot-clé 4		30	90	0

Mots-clés anonymisés ; données chiffrées conservées.

Positions des mots-clés organiques

Cela vous montre un résumé des positions de vos classements de mots-clés organiques. Plus votre classement est élevé, plus vous avez de chances de capter du trafic, avec des recherches récentes montrant que jusqu'à 92 % des clics se produisent sur la première page.

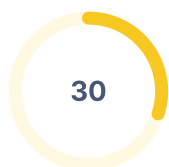
POSITION	MOTS-CLÉS	
1 de positions	0	
2-3 de positions	0	
4-10 de positions	1	
11-20 de positions	1	
21-30 de positions	1	
31-100 de positions	1	

Liens

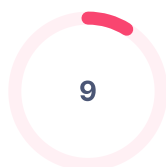
Résumé des backlinks



Vous avez un niveau modéré d'activité de backlinks vers cette page.



Force
du domaine



Force
de la page



78

Total des backlinks



56

Domaines référents

32

Liens
retour en
Nofollow

46

Liens de
retour
Dofollow

0

Edu
Backlinks

0

Gov
Backlinks

30

IPs

25

Sous-
réseaux



Principaux liens de retour

Ce sont les meilleures pages externes proposant un lien vers votre site que nous avons trouvées.

PUISSANCE DU DOMAINE	URL DE LA PAGE DE RÉFÉRENCE
88	Source externe 01 - URL anonymisée
82	Source externe 02 - URL anonymisée
79	Source externe 03 - URL anonymisée
77	Source externe 04 - URL anonymisée
75	Source externe 05 - URL anonymisée
73	Source externe 06 - URL anonymisée
72	Source externe 07 - URL anonymisée
67	Source externe 08 - URL anonymisée
67	Source externe 09 - URL anonymisée



Pages principales par liens retour

Ce sont les pages de votre site qui ont le plus de backlinks d'autres sites.

URL	LIENS RETOUR
https://site-exemple.invalid/	66
http://site-exemple.invalid/	8
http://www.site-exemple.invalid/	4



Principaux ancres par liens retour

Il s'agit des textes d'ancrage les plus utilisés pour créer des liens vers votre site.

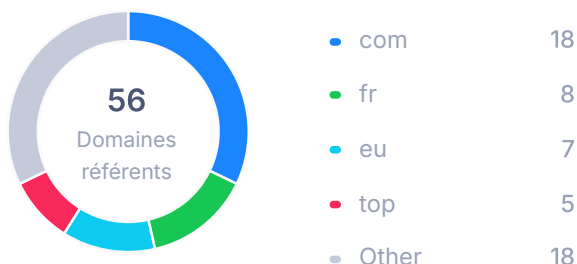
ANCRE	LIENS RETOUR	
site-exemple.invalid	41	
Société A	8	
https://site-exemple.invalid/	8	
www.site-exemple.invalid	4	
Accueil - Société A	3	
Accès au siteweb	2	
Willkommen - Société A	2	
SOCIÉTÉ A	2	
Société A (S'ouvre dans une nouvelle fenêtre)	1	
Visiter le site	1	

Principales zones géographiques des domaines de référence

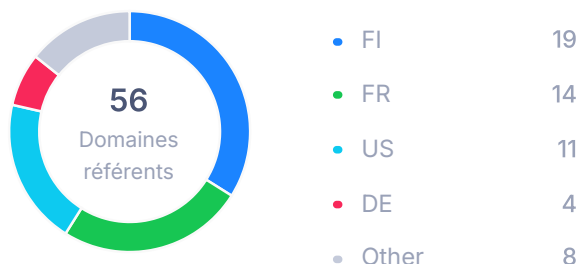
Voici les principales zones géographiques où nous avons trouvé des liens vers votre site.

i

Top TLDs



Principaux pays



Structure de Lien sur la Page

Nous avons trouvé un total de 31 liens. 29 % de vos liens sont externes qui vous font bénéficier de l'autorité des autres sites. 3 de vos liens sont en NoFollow signifiant que vous ne bénéficiez pas de l'autorité sur ces pages de destination.

i

Liens dans la page



Texte d'ancrage descriptif



Certains liens internes de votre page utilisent un texte d'ancrage manquant ou non descriptif.

Nous avons identifié 2 liens internes présentant des problèmes de texte d'ancrage.

Un texte d'ancrage descriptif aide les moteurs de recherche à comprendre le contenu des pages liées et les requêtes pour lesquelles elles doivent être classées, comme le texte d'ancrage des backlinks. Il s'agit également d'une amélioration SEO on-page facile à mettre en œuvre.

Liens amicaux



Vos URL de liens semblent conviviales (facilement lisibles par les humains ou les moteurs de recherche).

Référencement local

Schéma d'entreprise locale



Aucun schéma d'entreprise locale identifié sur la page.

Profil commercial Google identifié



Aucun profil Google Business n'a été identifié qui renvoie à ce site Web.

Complétude du profil commercial Google



Aucun profil Google Business n'a été identifié qui renvoie à ce site Web.

Avis Google



Aucun profil Google Business n'a été identifié qui renvoie à ce site Web.

Pages enfants

PAGE

/page-01/

/page-02

/page-02/

/langue-02/

/page-03/

/page-04

/page-04/

/page-05

/page-05/

/page-06/