

Société Action-redaction.com  
Optimisation de la page  
Dernière mise à jour : 4 février 2011

Check-list d'optimisation du référencement	Oui
<b>Critères <i>in page</i></b>	
<b>Nom de domaine</b>	
Mot-clé	
Mémorisable	
Explicite	
Sous-domaine(s)	
Multilinguisme	
<b>Taille du site</b>	
Taille du site : < 100 pages	
Taille du site : > 100 pages	
<b>Redirections dans la page d'accueil</b>	
Redirection meta (meta refresh)	
Redirection JavaScript	
Code réponse serveur : code 301 (redirections définitives ou permanentes)	
Code réponse serveur : code 302 (redirections temporaires)	
<b>Cookies</b>	
Cookie simple	
Identification de session1	
<b>Frame (cadre)</b>	
Frame2	
IFrame	
<b>Flash</b>	
Site en Flash	
Version HTML du site en Flash	
Utilisation de la balise <code>no embed</code>	
Utilisation de la balise <code>object</code>	
<b>robots.txt</b>	
Présence du fichier <code>robots.txt</code>	
Erreur de syntaxe dans le fichier <code>robots.txt</code>	
<b>URL de la page</b>	
Présence des mots-clés dans les hyperliens	
Séparation par des "-" plutôt que "_"	
Moins de 3 variables dans les URL dynamiques	
N° de session dans l'URL	
Longueur (<65 caractères)	
Présence de 3 chiffres dans l'URL pour Google Actualités	
<b>Navigation</b>	
Le contenu clé accessible à moins de trois niveaux depuis la page d'accueil	
Maillage interne	
<b>Hyperliens</b>	
Présence des mots-clés dans les hyperliens ( <i>front-loading</i> )	
Liens en HTML standard	
Hyperlien géré en JavaScript	
Hyperlien géré à partir d'un formulaire	
Hyperlien géré en Flash	
Hyperlien géré en images	

Renseignement de l'attribut <code>title</code> du lien	
Nombre de liens < 100	
Répétition d'un même lien au sein d'une page pointant vers la même page de destination	
Liens brisés	
Utilisation du lien <code>&lt;link rel="canonical" href=" http://example.com/page.html " /&gt;</code>	
<b>Page d'accueil &lt;head&gt;</b>	
Balises présentes haut dans le code	
Présence de la balise <code>&lt;title&gt;</code>	
Ordre des balises : 1 <code>doctype</code> décrit (ligne de déclaration adressée aux robots pour indiquer la version HTML utilisée) 2 <code>charset</code> 3 <code>title</code> 4 <code>meta description</code> 5 <code>meta keywords</code> 6 <code>meta robots</code> ( <code>&lt;meta name="robots" content="attribut1, attribut2"&gt;</code> où <code>attribut1</code> est <code>index</code> ou <code>noindex</code> et <code>attribut2</code> est <code>follow</code> ou <code>nofollow</code> )	
Balise <code>&lt;title&gt;</code> (65 à 90 caractères)	
Balise <code>&lt;title&gt;</code> différente pour chaque page	
Mots-clés importants présents dans la balise <code>&lt;title&gt;</code> ( <i>front-loading</i> )	
Balise <code>meta language</code> renseignée	
Balise <code>meta description</code> (150 à 250 caractères)	
Balise <code>meta description</code> différente pour chaque page	
Balise <code>meta keywords</code> (150 à 400 caractères)	
Présence de la balise <code>meta robots</code> dans la page d'accueil	
La balise <code>meta robots</code> permet l'indexation	
Absence de balises superflues	
<b>Contenu de la page &lt;body&gt;</b>	
Les pages internes présentent un lien vers la page d'accueil.	
Présence d'une page d'erreur 404 personnalisée avec liens vers la page d'accueil et les pages internes (3 niveaux de navigation).	
Les scripts JavaScript sont dans des fichiers externes.	
Les feuilles de styles CSS sont dans des fichiers externes.	
Titres codés <code>&lt;h1&gt;</code> , <code>&lt;h2&gt;</code> , <code>&lt;h3&gt;</code> , <code>&lt;h4&gt;</code> .	
Balises <code>&lt;b&gt;</code> ( <i>bold</i> ) : mise en forme.	
Balises <code>&lt;strong&gt;</code> : emphase (sémantique).	
Page de plus de 100 à 200 mots.	
Texte éditable dans son intégralité (pas de texte sous forme d'image).	
Attribut <code>alt</code> renseigné (dans la balise <code>&lt;img&gt;</code> ).	
Présence de mots-clés dans l'attribut <code>alt</code> (balise <code>&lt;img&gt;</code> ).	
<b>Mots-clés</b>	
Présence de mots-clés dans les éléments suivants : <code>title</code> , URL, <code>h1</code> , <code>h2</code> , <code>h3</code> , <code>meta description</code> , mots en gras, <code>body</code> , liens, noms de fichiers, <code>alt</code> , listes à puces.	
<b>Plan du site et sitemap</b>	
Existence du « plan du site » visible sur un site (liste des pages essentielles cliquables vers les pages destinataires – 2 ou 3 niveaux du site)	
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	
Existence du « plan de site », à savoir le sitemap, invisible sur le site (plan du site XML ou <code>.txt</code> destiné aux moteurs)	
Soumission du sitemap aux moteurs (Google Webmaster Tools)	
Présence de sitemap images	

Présence de sitemap vidéo	
<b>Code</b>	
Code propre et passé au validateur du W3C ( <a href="http://validator.w3.org">http://validator.w3.org</a> )	
<b>Temps de chargement</b>	
Temps de chargement court (<50 ko)	
<b>Critères hors page</b>	
<b>Hébergement</b>	
Absence de spammer	
<b>Ancienneté du nom de domaine</b>	
<b>Liens entrants</b> ( <i>backlinks</i> )	
Qualité des liens entrants : lien indexable ; réputation du nom de domaine ; domaine d'autorité ; PageRank contenant le lien ; emplacement du lien en haut de page (pas dans le footer) ; nombre de liens présents sur la page faisant le lien ; lien en <code>dofollow</code> (pas de lien en <code>nofollow</code> ).	
<b>PageRank de la page d'accueil &gt;3</b>	
(Audit du PageRank des pages intérieures du site et liste des pages)	
<b>Nombre de pages indexées</b>	
<b>Spamdexing (fraude au référencement) :</b>	
pages satellites ; cloaking ; texte caché ; liens cachés ; utilisation abusive de mots-clés ; renseignement de l'attribut <code>alt</code> des images « transparentes » ; domaines pointeurs ; ferme de contenu ; ferme de liens.	
<b>Contenu dupliqué</b>	
<b>Présence dans Dmoz.org</b>	
<b>Présence dans les médias sociaux</b>	
<b>Suivi des statistiques du site</b>	
<b>Soumission du site à Google Webmaster Tools</b>	

1 Le paramètre de l'identifiant de session change à chaque visite et est interprété chaque fois comme une nouvelle URL par les moteurs – un problème donc pour les moteurs qui ne les prennent pas en compte pour éviter d'être bloqués.

2 À moins d'optimiser les pages mères et filles, les frames sont un frein au référencement.