

lmd

Les leviers du marketing digital



Analyse du référencement naturel - SEO

codital.com

L'objectif de cette **étude gratuite** est d'analyser votre présence sur le moteur de recherche **Google**, et vous donner les moyens d'améliorer votre classement. Vous pourrez par la suite opérer les améliorations qui s'imposent **en toute liberté**.

1- Vos mots clés de recherche

Quels mots clés de recherche devront aboutir à l'affichage de votre site sur Google ?

Voici les mots clés qui semblent être prépondérants sur votre site :

raccords robinetterie boisseau joint étanchéité robinet sphérique compression laiton acier fonte pression vanne

Compte tenu de la diversité de vos produits, il faut se placer dans un contexte de « longue traîne », c'est-à-dire de recherches basées sur un minimum de 3 ou 4 mots clés correspondant à des produits spécifiques.

Ce type de recherche donne de bons résultats :

Position n°3 avec les termes : raccord à compression laiton

Position n°6 avec les termes : robinet à boisseau sphérique

Position n°3 et 4 avec les termes : vanne papillon à oreilles de centrage

Par contre vous êtes mal référencé sur des recherches plus générales :

Position n°14 (page 2) : vanne à sphère

Position n°21 (page 3) : raccords laiton

Position n°69 (page 6) : robinetterie industrielle

Votre site reçoit donc probablement beaucoup de visites de prospects à la recherche de produits spécifiques, mais il ne favorise pas la venue de prospects n'ayant pas défini précisément leurs besoins. De plus votre SEO n'est pas adapté à l'accroissement de la notoriété globale de votre société.

2- Aspects techniques de votre référencement

Le contenu technique de vos pages, invisible pour vos visiteurs, laisse apparaître de nombreuses lacunes dans la conception du site, qui nuisent sensiblement à la qualité de votre référencement.

Vous obtenez un score de 32% sur le site rezoactif : <http://grader.rezoactif.com/>

Les principaux problèmes techniques rencontrés sur la page d'accueil sont :

- 1- Erreurs de balisage sémantique : Google analyse mal les titres dans la page. Il y a 5 titres « importants » (balise h1), dont aucun ne contient vos principaux mots clés, et l'un d'eux est même vide.
- 2- Balises informatives absentes : L'intégration des images et des liens dans une page s'accompagne généralement de balises (alt et title) pour les décrire. 40 informations de ce type sont absentes. Les ajouter permettrait d'améliorer votre référencement naturel en augmentant la fréquence de vos mots clés.
- 3- Votre site n'est pas « responsive » : il ne s'adapte pas aux écrans des smartphones et tablettes. Plus de 50% des visites étant réalisées avec ce type d'appareils, votre site est sans doute déclassé par Google du fait de cet affichage inadapté.

D'autre part, dans une moindre mesure, votre classement est affecté par un grand nombre d'erreurs HTML sur votre page d'accueil (cf. <https://validator.w3.org>). Vous devriez opérer quelques corrections à ce niveau afin d'améliorer la lisibilité.

3- Le contenu de vos pages

Au-delà des points techniques abordés précédemment, on peut constater quelques défauts majeurs dans vos pages, qui vous pénalisent au niveau du référencement naturel :

- 1- Votre page d'accueil fait apparaître des liens vers les réseaux sociaux, mais aucun d'eux n'est opérant. En général 30% des visites proviennent des réseaux sociaux. Vous devriez être présents sur **Facebook, Twitter, Google+** pour augmenter le trafic vers vos pages.
- 2- Le ratio texte/images sur vos pages est trop faible (12%). Un contenu complet attire plus de visiteurs. Pour cela, vos pages doivent comporter au moins 500 mots (insérez vos mots clés).
- 3- Votre page d'accueil ne comporte pas un descriptif succinct de votre activité, ce qui est pénalisant pour votre notoriété. La plupart de vos concurrents le font, et sont ainsi mieux classés sur des requêtes « larges » (cf. chapitre 1).
- 4- Même constat pour des appellations génériques de produits. Une section de liens rapides vers vos références les plus courantes serait bénéfique, ainsi que l'ajout de titres de premier niveau (h1) sur toutes les pages produits.

Conclusion

Si vous souhaitez optimiser votre présence sur le web, afin d'attirer plus de clients, vous devrez au minimum :

- Revoir le balisage sémantique (titres) de votre page d'accueil et de vos pages produits.
- Ajouter un descriptif succinct de votre société et des liens rapides vers vos principaux produits.
- Attirer plus de visiteurs avec les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, ...)

... et dans l'idéal :

- Avoir un site « responsive », consultable avec tous les dispositifs (smartphones, phablettes, tablettes).
- Publier plus de contenu démontrant votre expertise : Actualités, blog, conseils d'experts, ...
- Optimiser vos campagnes adwords ou emailing ?

+ d'infos sur : <http://www.denisbdc.fr>

