FICHE MÉMO

La check-list SEO de votre site

Project 404

À faire une fois, puis à revérifier à chaque refonte ou nouvelle page. Cochez au fur et à mesure : chaque point renvoie à une leçon de la formation.

1 Comprendre Google

- [ ] Votre site est déclaré dans la Google Search Console (propriété « Domaine »)
  Leçon 1.2
- [ ] Le sitemap est déclaré dans le menu Sitemaps
  Leçon 1.2
- [ ] Vos pages importantes sont indexées (rapport Pages)
  Aucune page de service en noindex ou introuvable
- [ ] Le fichier robots.txt ne bloque pas vos pages
  Leçon 1.1

2 Optimiser vos pages

- [ ] Chaque page a une balise title unique
  50 à 60 caractères, le sujet en premier
- [ ] Chaque page a une meta description qui donne envie
  120 à 160 caractères, avec un bénéfice
- [ ] Un seul titre principal H1 par page
  Puis des H2 et H3 pour les sous-parties
- [ ] Les images ont un texte alternatif
  Une description courte et utile
- [ ] Le site est lisible sur téléphone sans zoomer
  Boutons assez grands, téléphone cliquable
- [ ] LCP sous 2,5 s, INP sous 200 ms, CLS sous 0,1
  Vérifié sur pagespeed.web.dev, version mobile
- [ ] Images allégées (WebP ou AVIF, bonne taille)
  Chargement différé plus bas dans la page
- [ ] Extensions et scripts limités au nécessaire
  Chat, cartes, réseaux sociaux : seulement s'ils servent

3 Être trouvé près de chez vous

- [ ] Fiche Google Business Profile complète
  Catégorie, horaires, photos, description, lien vers le site
- [ ] Nom, adresse et téléphone identiques partout
  Site, fiche Google, annuaires, réseaux sociaux
- [ ] Vous demandez des avis et vous y répondez
  Avec calme et professionnalisme, même aux avis négatifs
- [ ] Une page par service et par zone desservie importante
  Leçon 3.1

Votre routine mensuelle (30 minutes)

Project 404

Une fois par mois, toujours à la même période. Notez vos chiffres dans le tableau : la tendance compte plus que le chiffre du jour.

1 Comparer avec le mois précédent

MOIS	CLICS GOOGLE	IMPRESSIONS	DEMANDES REÇUES	ACTION DU MOIS

2 Regarder les requêtes et l'indexation

- [ ] Nouvelles recherches qui amènent des visites : idées de contenus ?
- [ ] Recherches sans rapport avec votre activité : une page à recadrer ?
- [ ] Une page importante a-t-elle disparu de l'index (rapport Pages) ?

3 Choisir une seule action

- [ ] Une page avec beaucoup d'impressions, en position 5 à 15, et peu de clics
  Réécrire son titre et sa description, compléter son contenu, ajouter des liens vers elle
- [ ] Ou un article qui répond à une question fréquente de vos clients
- [ ] Ou la fiche Google à compléter (photos récentes, publications, réponses aux avis)

Un signal inquiétant ? Baisse de plus de 30 % des clics d'un mois à l'autre, page importante sortie de l'index, visites sans aucune demande : demandez un audit gratuit sur project404.fr/audit.