



CHECKLIST SEO IMPRIMABLE

Le diagnostic SEO en 3 piliers

Utilisez cette fiche pour identifier le levier prioritaire d'une page : est-elle accessible, utile et suffisamment référencée ? Cochez les points vérifiés avant de produire davantage de contenu ou de chercher des liens.

Au sommaire

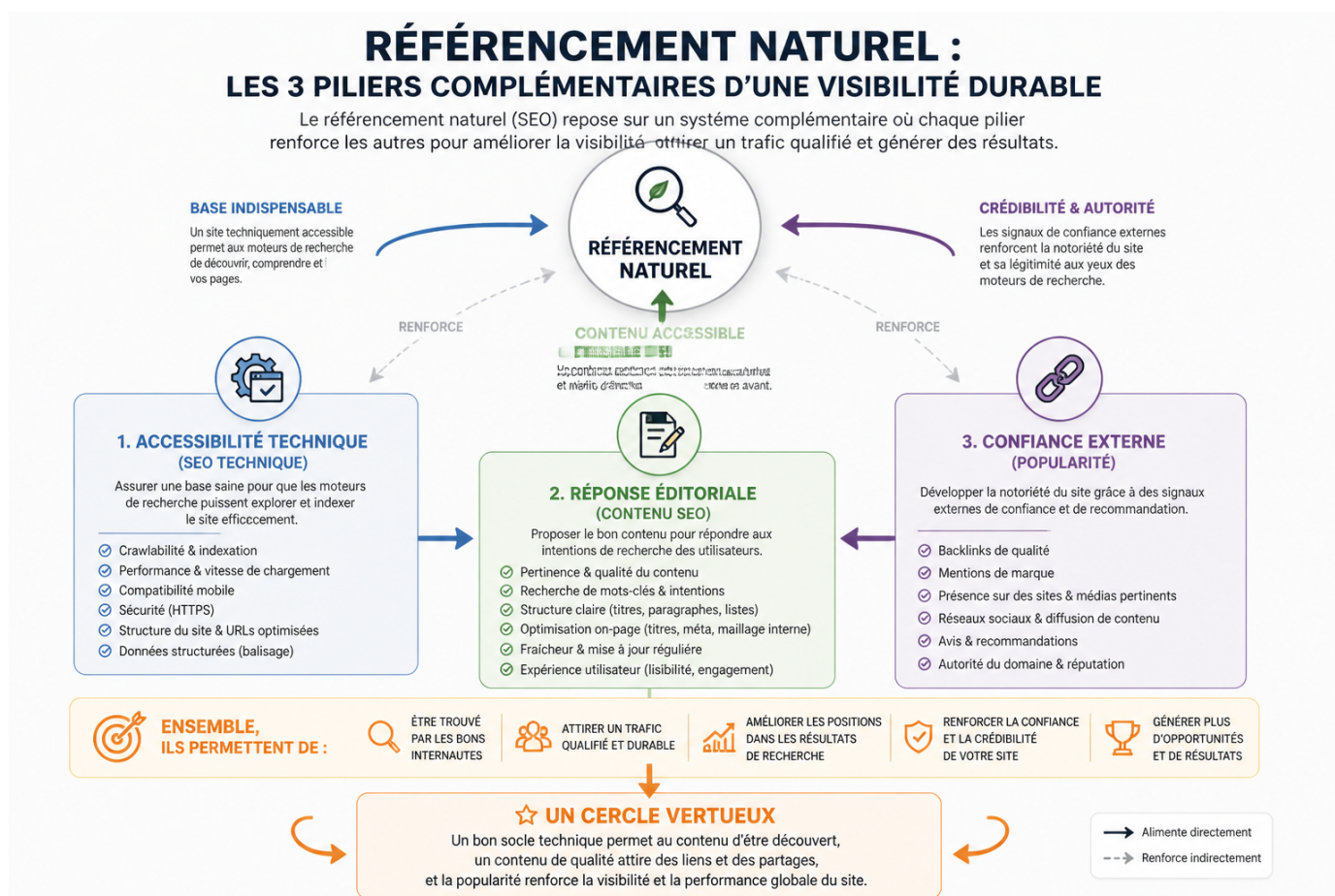
- 1 Les 3 questions à poser
- 2 1. Vérifier le socle technique
- 3 2. Valider le contenu et l'intention
- 4 3. Examiner la popularité
- 5 4. Décider quoi traiter en premier

Les 3 questions à poser

Technique : les moteurs peuvent-ils explorer, indexer et comprendre la page ?

Contenu : la page répond-elle clairement à l'intention de recherche et au besoin du lecteur ?

Popularité : des acteurs pertinents du Web peuvent-ils considérer cette ressource comme utile et la référencer ?



INFOGRAPHIE Schéma SEO comparant le contenu, la technique et la popularité comme trois piliers complémentaires du référencement naturel.

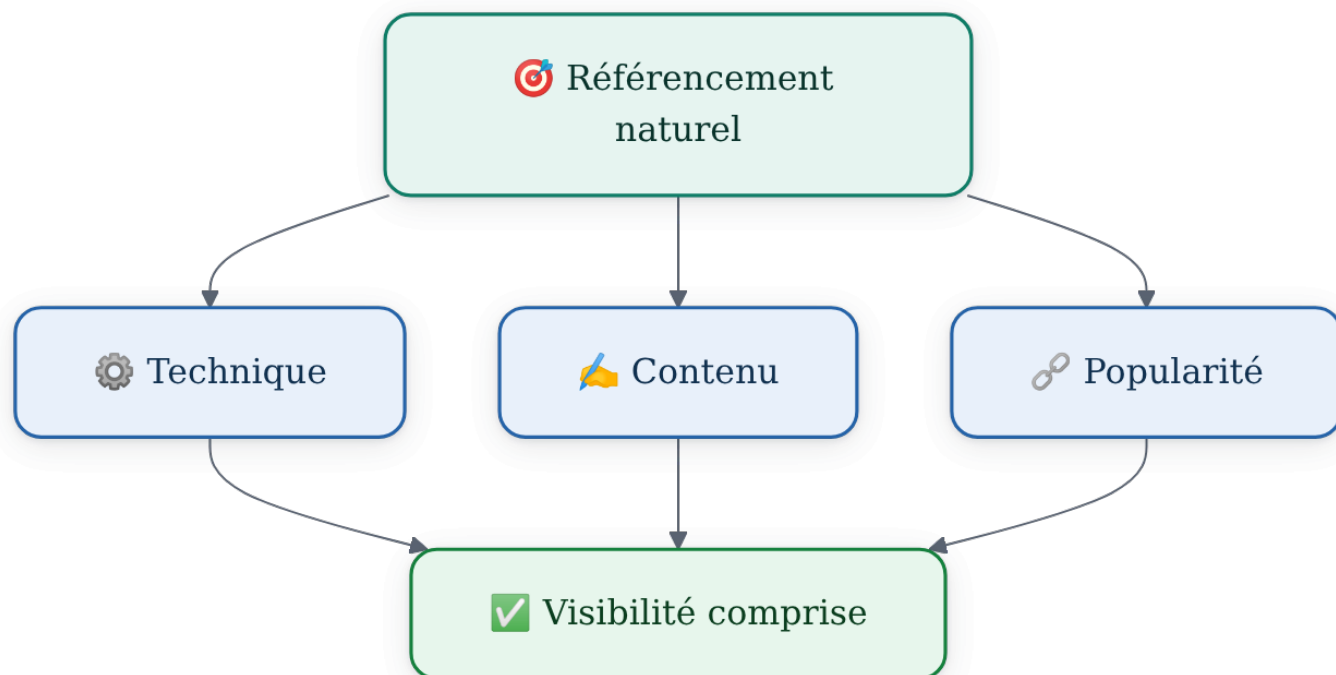


SCHÉMA Les trois piliers sont complémentaires : la technique rend la page accessible, le contenu lui donne une réponse à interpréter et la popularité apporte des références externes.

1. Vérifier le socle technique

- ☐ **La page importante est accessible aux moteurs**
Vérifier notamment les blocages éventuels dans robots.txt et les directives noindex.
- ☐ **L'URL peut être découverte et reliée au reste du site**
Contrôler le maillage interne et la présence de la page dans le sitemap XML si pertinent.
- ☐ **Les codes de réponse et les redirections sont cohérents**
Rechercher les erreurs serveur, les redirections problématiques et les URL canoniques mal définies.
- ☐ **La page est correctement utilisable sur mobile**
Observer l'affichage, la lisibilité, la stabilité visuelle et les éléments interactifs.
- ☐ **La page reste compréhensible et utilisable**
Tenir compte de la navigation au clavier et de l'accessibilité des contenus et interactions.

2. Valider le contenu et l'intention

- ☐ **Le rôle de la page est clairement défini**
Information, comparaison, action, accès à une marque ou à un service : une intention principale doit guider la page.
- ☐ **La réponse correspond au besoin derrière la requête**
Ne pas se limiter au mot-clé ; identifier ce que l'internaute cherche réellement à comprendre ou à faire.
- ☐ **L'information est utile, claire et suffisamment complète**
La structure doit aider le lecteur à résoudre son problème sans ajouter du contenu pour le seul volume.
- ☐ **La fiabilité du contenu peut être comprise par le lecteur**
Présenter les informations avec clarté et cohérence, en restant fidèle au sujet traité.
- ☐ **Aucune autre URL ne vise exactement la même intention**
Repérer les pages qui se concurrencent sur le site et clarifier leur rôle respectif.

3. Examiner la popularité

La ressource mérite d'être recommandée

Sa valeur doit être compréhensible pour un lecteur, pas seulement recherchée pour obtenir un lien.

Les liens entrants sont cohérents avec le sujet

Privilégier les références provenant de pages pertinentes dans leur contexte.

Les mentions et références externes sont interprétées avec recul

Distinguer notoriété de marque, autorité perçue d'un domaine et nombre brut de backlinks.

Les pratiques artificielles sont écartées

Éviter les réseaux de sites sans rapport et les liens qui n'apportent pas de recommandation compréhensible.

4. Décider quoi traiter en premier



1 Commencer par l'accessibilité

Si une page importante est bloquée, mal indexée, en erreur ou difficile à atteindre, corriger ce frein avant de l'enrichir ou de la promouvoir.

2 Clarifier ensuite la demande

Définir l'intention de recherche, le rôle de l'URL et la réponse attendue avant de modifier le contenu.

3 Améliorer la réponse éditoriale

Renforcer la clarté, la fiabilité, la structure et la capacité de la page à résoudre le problème du lecteur.

4 Développer enfin les références externes

Faire connaître les ressources réellement utiles auprès d'acteurs pertinents, sans confondre popularité et simple accumulation de backlinks.

5 Réévaluer l'ensemble

Contrôler régulièrement l'équilibre entre technique, contenu et popularité : un point fort ne compense pas automatiquement un blocage sur un autre pilier.

! À garder en tête

Aucun pilier isolé ne garantit une position dans les résultats. Les moteurs ne publient pas la pondération exacte de leurs systèmes de classement : utilisez donc cette fiche pour diagnostiquer et prioriser, pas pour appliquer une recette automatique.

Repère pratique : une page doit d'abord être accessible, puis compréhensible et utile, avant de pouvoir pleinement bénéficier de références externes.