



PDF INTERACTIF

# Checklist SEO 2025

50 points à vérifier pour votre référencement cette année.

## Ce PDF contient :

- un sommaire cliquable pour naviguer rapidement ;
- des cases à cocher et des zones de notes éditables ;
- une structure exploitable pour vos audits SEO clients.

Document préparé par Optisite - Référencement naturel SEO

<https://optisite.org/>



### NAVIGATION

# Sommaire interactif

Cliquez sur une section pour accéder directement aux points de contrôle.

## 1. Fondations stratégiques

Clarifier les objectifs SEO, les cibles et les signaux business avant les actions techniques.

[Ouvrir →](#)

## 2. SEO technique

Contrôler les éléments qui conditionnent l'exploration, la compréhension et la performance du site.

[Ouvrir →](#)

## 3. Indexation et crawl

S'assurer que Google peut explorer les bonnes pages et ignorer les zones sans valeur SEO.

[Ouvrir →](#)

## 4. Contenu et intention de recherche

Renforcer la pertinence sémantique, la valeur perçue et l'adéquation avec les SERP.

[Ouvrir →](#)

## 5. Architecture et maillage interne

Orienter la popularité interne vers les pages à potentiel business.

[Ouvrir →](#)

## 6. EEAT et confiance

Rassurer Google et l'utilisateur sur la légitimité de l'entreprise et la qualité de l'information.

[Ouvrir →](#)

## 7. Netlinking et autorité

Évaluer la qualité du profil de liens et construire une acquisition saine.

[Ouvrir →](#)

## 8. Mesure et priorisation

Transformer l'audit en plan d'action lisible, priorisé et orienté ROI.

[Ouvrir →](#)

## 9. Plan d'action 30 jours

Transformer les constats en actions prioritaires et suivies.

[Ouvrir →](#)



## CHECKLIST

# Fondations stratégiques

Clarifier les objectifs SEO, les cibles et les signaux business avant les actions techniques.

### Mode d'emploi

Cochez les points validés, puis notez les anomalies et décisions dans la zone prévue.

- |                          |                                                                                                     |          |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <input type="checkbox"/> | 1. Définir l'objectif prioritaire : trafic qualifié, leads, ventes, visibilité locale ou notoriété. | Critique |
| <input type="checkbox"/> | 2. Identifier les personas SEO et leurs objections principales avant la production de contenu.      | Haute    |
| <input type="checkbox"/> | 3. Associer chaque page importante à une intention de recherche claire.                             | Critique |
| <input type="checkbox"/> | 4. Lister les mots-clés principaux, variantes, longue traîne et entités SEO par page.               | Haute    |
| <input type="checkbox"/> | 5. Vérifier que chaque page business possède un appel à l'action visible et cohérent.               | Moyenne  |
| <input type="checkbox"/> | 6. Définir les KPI : clics organiques, impressions, CTR, positions, conversions et CA estimé.       | Haute    |

### Notes et décisions - Fondations stratégiques



## CHECKLIST

# SEO technique

Contrôler les éléments qui conditionnent l'exploration, la compréhension et la performance du site.

### Mode d'emploi

Cochez les points validés, puis notez les anomalies et décisions dans la zone prévue.

- |                          |                                                                                                          |          |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <input type="checkbox"/> | 7. Contrôler les balises title : uniques, lisibles, orientées intention et mot-clé principal.            | Critique |
| <input type="checkbox"/> | 8. Vérifier les meta descriptions : promesse claire, bénéfice, requête principale et incitation au clic. | Haute    |
| <input type="checkbox"/> | 9. Garantir un seul H1 par page et une structure H2 / H3 logique.                                        | Haute    |
| <input type="checkbox"/> | 10. Corriger les erreurs 404, chaînes de redirection et redirections non pertinentes.                    | Critique |
| <input type="checkbox"/> | 11. Vérifier les canonicals : auto-référentes sur pages indexables, ciblées sur doublons réels.          | Critique |
| <input type="checkbox"/> | 12. Optimiser les Core Web Vitals : LCP, INP, CLS et poids des médias.                                   | Haute    |
| <input type="checkbox"/> | 13. Contrôler le maillage entre versions HTTP/HTTPS, www/non-www et trailing slash.                      | Haute    |
| <input type="checkbox"/> | 14. Compresser les images, renseigner les attributs alt utiles et privilégier WebP/AVIF si possible.     | Moyenne  |

### Notes et décisions - SEO technique



### CHECKLIST

# Indexation et crawl

S'assurer que Google peut explorer les bonnes pages et ignorer les zones sans valeur SEO.

#### Mode d'emploi

Cochez les points validés, puis notez les anomalies et décisions dans la zone prévue.

- |                          |                                                                                                  |          |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <input type="checkbox"/> | 15. Vérifier les pages exclues dans Google Search Console et distinguer normalité / problème.    | Critique |
| <input type="checkbox"/> | 16. Contrôler le fichier robots.txt : aucune directive bloquante sur les pages stratégiques.     | Critique |
| <input type="checkbox"/> | 17. Nettoyer le sitemap XML : uniquement des URLs indexables, 200, canoniques et utiles.         | Haute    |
| <input type="checkbox"/> | 18. Réduire les pages pauvres, tags inutiles, archives, paramètres et duplications techniques.   | Haute    |
| <input type="checkbox"/> | 19. Vérifier la profondeur de clic : pages business accessibles en moins de 3 clics si possible. | Moyenne  |
| <input type="checkbox"/> | 20. Analyser les logs serveur ou données de crawl si le site dépasse plusieurs milliers d'URLs.  | Moyenne  |

#### Notes et décisions - Indexation et crawl



### CHECKLIST

# Contenu et intention de recherche

Renforcer la pertinence sémantique, la valeur perçue et l'adéquation avec les SERP.

#### Mode d'emploi

Cochez les points validés, puis notez les anomalies et décisions dans la zone prévue.

- |                          |                                                                                                      |         |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| <input type="checkbox"/> | 21. Comparer chaque page cible aux contenus qui occupent le top 10 Google.                           | Haute   |
| <input type="checkbox"/> | 22. Ajouter des sections manquantes : définitions, étapes, prix, exemples, FAQ, preuves et limites.  | Haute   |
| <input type="checkbox"/> | 23. Intégrer naturellement les variantes lexicales, synonymes, entités et cooccurrences utiles.      | Haute   |
| <input type="checkbox"/> | 24. Éviter le remplissage de mots-clés : privilégier la réponse complète et structurée.              | Moyenne |
| <input type="checkbox"/> | 25. Mettre à jour les contenus datés : chiffres, tendances, outils, méthodes et captures.            | Haute   |
| <input type="checkbox"/> | 26. Ajouter des preuves EEAT : expérience, cas clients, méthodologie, auteur, références, résultats. | Haute   |
| <input type="checkbox"/> | 27. Créer des blocs de réponse rapide pour les requêtes informationnelles.                           | Moyenne |
| <input type="checkbox"/> | 28. Structurer les longues pages avec sommaire, ancrs et hiérarchie claire.                          | Moyenne |

#### Notes et décisions - Contenu et intention de recherche



### CHECKLIST

# Architecture et maillage interne

Orienter la popularité interne vers les pages à potentiel business.

#### Mode d'emploi

Cochez les points validés, puis notez les anomalies et décisions dans la zone prévue.

- |                          |                                                                                              |          |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <input type="checkbox"/> | 29. Identifier les pages piliers, pages filles et contenus satellites du cocon sémantique.   | Haute    |
| <input type="checkbox"/> | 30. Relier chaque page fille à sa page pilier avec une ancre descriptive.                    | Haute    |
| <input type="checkbox"/> | 31. Ajouter des liens contextuels depuis les articles à trafic vers les pages de conversion. | Critique |
| <input type="checkbox"/> | 32. Limiter les ancres vagues comme 'cliquez ici' au profit d'ancres explicites.             | Moyenne  |
| <input type="checkbox"/> | 33. Créer des blocs 'ressources associées' pour fluidifier la navigation et le crawl.        | Moyenne  |
| <input type="checkbox"/> | 34. Vérifier les liens internes cassés, redirigés ou pointant vers des pages non indexables. | Haute    |

#### Notes et décisions - Architecture et maillage interne



## CHECKLIST

# EEAT et confiance

Rassurer Google et l'utilisateur sur la légitimité de l'entreprise et la qualité de l'information.

### Mode d'emploi

Cochez les points validés, puis notez les anomalies et décisions dans la zone prévue.

- |                          |                                                                                                            |          |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <input type="checkbox"/> | 35. Afficher une page À propos claire : expertise, expérience, certifications et périmètre d'intervention. | Haute    |
| <input type="checkbox"/> | 36. Ajouter des informations auteur sur les contenus experts.                                              | Moyenne  |
| <input type="checkbox"/> | 37. Présenter des cas concrets : avant/après, résultats, méthode, limites et contexte.                     | Haute    |
| <input type="checkbox"/> | 38. Afficher les coordonnées, mentions légales, politique de confidentialité et éléments de réassurance.   | Critique |
| <input type="checkbox"/> | 39. Éviter les promesses irréalistes : préférer des engagements mesurables et transparents.                | Moyenne  |

### Notes et décisions - EEAT et confiance



### CHECKLIST

# Netlinking et autorité

Évaluer la qualité du profil de liens et construire une acquisition saine.

#### Mode d'emploi

Cochez les points validés, puis notez les anomalies et décisions dans la zone prévue.

- ☐ 40. Analyser les domaines référents : qualité, thématique, pays, ancre et trafic estimé.
- ☐ 41. Identifier les liens toxiques ou artificiels sans désavouer automatiquement.
- ☐ 42. Repérer les pages qui reçoivent des backlinks mais convertissent peu ou maillent mal.
- ☐ 43. Construire des angles de contenu linkables : études, outils, guides, comparatifs, données.
- ☐ 44. Comparer le gap d'autorité avec les concurrents directs de la SERP.

Haute

Moyenne

Haute

Moyenne

Haute

#### Notes et décisions - Netlinking et autorité



CHECKLIST

# Mesure et priorisation

Transformer l'audit en plan d'action lisible, priorisé et orienté ROI.

## Mode d'emploi

Cochez les points validés, puis notez les anomalies et décisions dans la zone prévue.

- |                          |                                                                                             |          |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <input type="checkbox"/> | 45. Connecter Google Search Console, GA4 et l'outil de suivi de positions.                  | Critique |
| <input type="checkbox"/> | 46. Prioriser chaque recommandation selon impact SEO, facilité, risque et valeur business.  | Haute    |
| <input type="checkbox"/> | 47. Isoler les quick wins : titres, maillage interne, pages en position 4-15, CTR faible.   | Haute    |
| <input type="checkbox"/> | 48. Créer un tableau de suivi : action, responsable, statut, date, URL, KPI attendu.        | Haute    |
| <input type="checkbox"/> | 49. Mesurer les effets à 30, 60 et 90 jours sans conclure trop vite.                        | Moyenne  |
| <input type="checkbox"/> | 50. Documenter les modifications majeures pour relier actions et variations de performance. | Moyenne  |

## Notes et décisions - Mesure et priorisation



**ACTION**

# Plan d'action 30 jours

Utilisez ce tableau pour transformer la checklist en feuille de route client.

| Action prioritaire | Impact | Facilité | Responsable | Échéance | Statut |
|--------------------|--------|----------|-------------|----------|--------|
|                    |        |          |             |          |        |
|                    |        |          |             |          |        |
|                    |        |          |             |          |        |
|                    |        |          |             |          |        |
|                    |        |          |             |          |        |
|                    |        |          |             |          |        |
|                    |        |          |             |          |        |
|                    |        |          |             |          |        |

## Conseil de priorisation

Traitez d'abord les actions à fort impact et faible complexité : titres non optimisés, maillage interne, pages en position 4-15, problèmes d'indexation, pages business sans CTA.

**Demander un diagnostic SEO**