



PDF INTERACTIF

Modèle d'audit SEO

Un template à copier pour vos propres audits.

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 étape pour compléter directement la partie correspondante.

1. 1. Fiche audit et contexte

Centraliser les informations indispensables avant d'analyser le site.

[Ouvrir →](#)

2. 2. Résumé exécutif

Résumer les constats en langage client : problème, risque, opportunité, action.

[Ouvrir →](#)

3. 3. Audit technique

Contrôler les freins techniques qui empêchent Google de comprendre ou valoriser le site.

[Ouvrir →](#)

4. 4. Crawl et indexation

Mesurer la qualité des URLs explorées, indexables et réellement utiles.

[Ouvrir →](#)

5. 5. Performance, UX et conversion

Identifier les irritants qui peuvent freiner l'utilisateur et les signaux de qualité.

[Ouvrir →](#)

6. 6. Contenus, intentions et sémantique

Évaluer l'adéquation entre les contenus, les SERP et les requêtes visées.

[Ouvrir →](#)

7. 7. Architecture et maillage interne

Vérifier la distribution de l'autorité interne et la logique du cocon sémantique.

[Ouvrir →](#)

8. 8. Autorité, netlinking et EEAT

Analyser la confiance, les preuves et le profil de liens.

[Ouvrir →](#)

9. 9. Concurrence et opportunités

Comparer le site aux concurrents pour repérer les écarts exploitables.

[Ouvrir →](#)

10. 10. Plan d'action priorisé

Transformer l'audit en backlog opérationnel avec impact et facilité.

[Ouvrir →](#)



11. 11. Synthèse client

Préparer une conclusion claire, actionnable et orientée décision.

[Ouvrir →](#)



CADRAGE

Fiche audit et contexte

Renseignez le périmètre de l'audit avant d'analyser les données.

Client / entreprise

URL du site

Date de l'audit

Période analysée

Marché / zone cible

Outils utilisés

Objectifs business et SEO

Périmètre : pages, pays, langues, exclusions

Données à récupérer avant l'audit

- ☐ Accès Google Search Console
- ☐ Accès GA4 ou outil analytics
- ☐ Export crawl Screaming Frog / Sitebulb
- ☐ Liste des URLs business prioritaires

Critique

Critique

Haute

Haute



SYNTHÈSE

Résumé exécutif

Une page à envoyer au décideur : simple, claire, priorisée.

Conclusion générale de l'audit

3 problèmes prioritaires

3 quick wins

Impact SEO estimé et risque si rien n'est fait

Score global

Technique

Contenu

Maillage

Autorité

Conversion



3. Audit technique

Optisite - Ressource SEO interactive

AUDIT

3. Audit technique

Contrôler les freins techniques qui empêchent Google de comprendre ou valoriser le site.

À contrôler

Cochez les éléments vérifiés, puis renseignez les constats et recommandations.

☐	Balises title et meta descriptions uniques, optimisées et non dupliquées.	Haute
☐	Structure Hn cohérente avec un H1 unique par page stratégique.	Haute
☐	Statuts HTTP propres : 200, 301 justifiées, 404 corrigées.	Critique
☐	Canonicalisation cohérente sur les URLs indexables et doublons.	Critique
☐	Données structurées pertinentes et valides si elles sont utiles.	Moyenne
☐	Images optimisées : poids, format, alt descriptif, dimensions.	Moyenne
☐	Absence de blocage JavaScript critique pour le rendu du contenu.	Haute

Constats principaux

Recommandations

Impact SEO estimé / niveau de priorité



4. Crawl et indexation

Optisite - Ressource SEO interactive

AUDIT

4. Crawl et indexation

Mesurer la qualité des URLs explorées, indexables et réellement utiles.

À contrôler

Cochez les éléments vérifiés, puis renseignez les constats et recommandations.

- | | | |
|--------------------------|--|----------|
| ☐ | Sitemap XML propre : URLs 200, canoniques, indexables et stratégiques. | Haute |
| ☐ | Robots.txt sans blocage involontaire des pages importantes. | Critique |
| ☐ | Analyse des pages exclues : avec redirection, explorée non indexée, dupliquée. | Critique |
| ☐ | Profondeur de clic compatible avec la valeur business des pages. | Moyenne |
| ☐ | Pages paramètres, filtres, tags et archives maîtrisées. | Haute |
| ☐ | Budget crawl cohérent si site volumineux. | Moyenne |

Constats principaux

Recommandations

Impact SEO estimé / niveau de priorité



AUDIT

5. Performance, UX et conversion

Identifier les irritants qui peuvent freiner l'utilisateur et les signaux de qualité.

À contrôler

Cochez les éléments vérifiés, puis renseignez les constats et recommandations.

- | | |
|---|---------|
| ☐ LCP, INP et CLS contrôlés sur mobile et desktop. | Haute |
| ☐ Médias, scripts tiers et polices optimisés. | Moyenne |
| ☐ Navigation mobile lisible et CTA accessible. | Haute |
| ☐ Pages business rassurantes : preuves, bénéfices, CTA, objections traitées. | Haute |
| ☐ Parcours de conversion simple : formulaire, contact, devis, téléphone. | Haute |

Constats principaux

Recommandations

Impact SEO estimé / niveau de priorité



AUDIT

6. Contenus, intentions et sémantique

Évaluer l'adéquation entre les contenus, les SERP et les requêtes visées.

À contrôler

Cochez les éléments vérifiés, puis renseignez les constats et recommandations.

- | | |
|---|----------|
| ☐ Mot-clé principal et intention clairement identifiés pour chaque page cible. | Critique |
| ☐ Gap de contenu mesuré face au top 10 Google. | Haute |
| ☐ Variantes, longue traîne et entités intégrées naturellement. | Haute |
| ☐ Contenu actualisé : dates, tendances, outils, preuves, exemples. | Haute |
| ☐ FAQ utile basée sur les questions réelles des utilisateurs. | Moyenne |
| ☐ Pages pauvres, cannibalisées ou redondantes identifiées. | Haute |

Constats principaux

Recommandations

Impact SEO estimé / niveau de priorité



AUDIT

7. Architecture et maillage interne

Vérifier la distribution de l'autorité interne et la logique du cocon sémantique.

À contrôler

Cochez les éléments vérifiés, puis renseignez les constats et recommandations.

- | | | |
|--------------------------|---|----------|
| ☐ | Pages piliers, filles et satellites cartographiées. | Haute |
| ☐ | Liens internes contextuels depuis les pages fortes vers les pages business. | Critique |
| ☐ | Ancres descriptives, variées et alignées avec l'intention. | Moyenne |
| ☐ | Aucune page stratégique orpheline. | Critique |
| ☐ | Menus, breadcrumbs et blocs ressources cohérents avec le cocon. | Moyenne |

Constats principaux

Recommandations

Impact SEO estimé / niveau de priorité



AUDIT

8. Autorité, netlinking et EEAT

Analyser la confiance, les preuves et le profil de liens.

À contrôler

Cochez les éléments vérifiés, puis renseignez les constats et recommandations.

- | | | |
|--------------------------|--|---------|
| ☐ | Domaines référents analysés par qualité, thématique, pays et trafic. | Haute |
| ☐ | Ancres de backlinks naturelles et diversifiées. | Moyenne |
| ☐ | Pages recevant des liens bien maillées vers les pages business. | Haute |
| ☐ | Éléments EEAT visibles : auteur, entreprise, méthode, résultats, mentions légales. | Haute |
| ☐ | Opportunités de liens : études, guides, outils, partenaires, RP digitales. | Moyenne |

Constats principaux

Recommandations

Impact SEO estimé / niveau de priorité



AUDIT

9. Concurrence et opportunités

Comparer le site aux concurrents pour repérer les écarts exploitables.

À contrôler

Cochez les éléments vérifiés, puis renseignez les constats et recommandations.

- ☐ Concurrents organiques réels identifiés par SERP, pas seulement concurrents business.
- ☐ Écarts de contenu, autorité et maillage comparés par page stratégique.
- ☐ Mots-clés sous-exploités et pages manquantes listés.
- ☐ SERP features observées : FAQ, local pack, images, vidéos, PAA, avis.
- ☐ Opportunités business classées selon potentiel trafic et conversion.

Haute

Haute

Haute

Moyenne

Haute

Constats principaux

Recommandations

Impact SEO estimé / niveau de priorité



ROADMAP

Plan d'action priorisé

Classez les recommandations par impact, facilité, risque et valeur business.

URL / zone	Action	Impact	Facilité	Priorité	KPI attendu



LIVRABLE

Synthèse client

Préparez une conclusion claire et directement exploitable en réunion de restitution.

Message de synthèse à présenter au client

Action à faire en premier

Objectif à 30 jours

Objectif à 90 jours

Astuce consultant

Terminez par une décision simple : quelles actions valider, qui les réalise, sous quel délai et avec quel indicateur de succès.

[Contacter Optisite](#)