

Audit SEO



<https://www.chat-foret-norvegien.com/>

1. Exploration & sémantique

Points faibles du site internet :

• Le contenu des articles

- Longueur : trop courts par rapport à la longueur recommandée de 1500 mots pour un article de blog « expert ».
- Manque de structuration, de hiérarchisation visuelle (titres et paragraphes) et de variété de contenu (tableaux, graphiques, infographies...).
- Cannibalisation sémantique : beaucoup d'articles avec du « thin content » autour d'un même sujet.
- Manque de « fraîcheur » : derniers articles fin mai 2025 et aucune mise à jour.
- Photos : photo d'illustration absente pour beaucoup d'articles, et pour les autres les photos générées par IA se mélangent aux photos « réelles ».
- Catégorisation parfois incohérente : l'article « quelles indices pour réparer son arbre à chat » se retrouve dans la catégorie « insolite ».

• Le contenu « anarchique »

- Page « annuaire » vide.
- Page « agenda » en erreur 404.
- FAQ : certaines questions renvoient vers un lien externe en erreur, d'autres n'ont pas de réponse.
- Texte « toto » à gauche du site.
- Contenu en anglais parmi le contenu en français.

• L'UX/ergonomie

- Absence de maillage interne.
- Footer excentré à gauche.
- Absence de micro interactions dans le formulaire de contact, on ne sait pas s'il a réellement été envoyé (et message « vérification affiliation »).
- La boutique est en construction et n'est pas accessible dans le menu.
- Menu : les conseils devraient être organisés en sous-menus, et enlever la FAQ.

Atouts du site internet :

UX/ergonomie

- L'accessibilité bien respectée : menu invisible, choix des couleurs, des polices.
- Le résumé IA des articles.
- La suggestion des articles en lien, en bas des articles.

2. Audit d'indexation & Google Search Console (GSC)

Couverture

Pages valides (indexées) : 35

Pages en erreur (non indexées) : 47

Dont;

- **8 exclues par la balise « noindex » :**

<https://www.chat-foret-norvegien.com/author/sandrine/page/5/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/category/annuaire/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/category/race/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/category/actualites/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/page/2/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/page/5/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/category/insolite/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/category/conseils/>

- **1 erreur 404** : <https://www.chat-foret-norvegien.com/23202726502,22118284917/chat-foret-norvegien-com-banner-1>

- **27 explorées, actuellement non indexées**

<https://www.chat-foret-norvegien.com/prix-chat-norvegien/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/taille-poids-chat-norvegien/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/categorie-produit/non-classe/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/boutique/non-classe/sac-croquette-chien/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/caracteristiques-chat-norvegien/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/omar-chat-star-reseaux-sociaux/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/categorie-produit/chat/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/5-raisons-chat-norvegien-est-chat-parfait-pour-famille/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/eduquer-chat-norvegien/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/chats-forets-norvegiennes-noirs/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/gestes-chat-norvegien-sante/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/wp-content/pl>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/wp-includes/js/dist/vendor/wp-polyfill-dom-rect.min.js?ver=3.42.0>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/10-faits-surprenants-insolites-chats-norvegiens/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/wellness-chat/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/acheter-chat-norvegien/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/categorie-produit/chien/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/att/r>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/choisir-arbre-a-chat/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/accueillir-chaton-norvegien/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/race-skogkatt>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/donner-viande-cru-chat-norvegien/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/conseil-achat/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/alimentation-chat-norvegien/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/etiquette-produit/sac-de-croquette/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/caractere-chat-norvegien/>

https://www.chat-foret-norvegien.com/page/5/?ezoic_domain_verify=1

- **11 détectées non indexées**

<https://www.chat-foret-norvegien.com/author/sandrine/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/boutique/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/boutique/chat/croquette-chat/croquettes/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/categorie-produit/chat/croquette-chat/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/category/conseils/chatons/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/commander/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/comment-bien-nourrir-votre-chat-norvegien/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/herbe-chat/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/nourrir-chat-norvegien/>

<https://www.chat-foret-norvegien.com/origines-chat-norvegien/>

Performances

Requêtes qui génèrent le plus d'impressions (sur les 12 derniers mois) ;

- « chat foret norvegienne » : 1351
- « chat norvegien ou skogkatt » : 910
- « chat norvegien » : 586
- « chat norvégien croisé européen » : 402
- « viande crue chat » : 360

CTR moyen global : 0,5%

Bilan SEO et performances

Outil : Google Search Console

Période : 12 derniers mois

1. État de l'indexation (santé technique)

L'analyse de la couverture du site révèle un déséquilibre qui freine actuellement votre **visibilité globale** :

- **35 pages indexées** : ce sont les pages validées par Google qui apparaissent activement dans les résultats de recherche.
- **47 pages non indexées** : plus de la moitié des pages de votre site (57 %) sont actuellement rejetées ou ignorées par le moteur de recherche.

Ce volume élevé n'est pas forcément une anomalie totale, il convient de mener un tri rigoureux. Certaines exclusions sont saines (pages légales ou tunnels d'achat volontairement bloqués), mais d'autres nécessitent une correction rapide (erreurs 404 ou contenus de valeur "non indexés" par Google). En effet parmi ces pages non indexées ;

- Certaines sont **bloquées par une balise « noindex »**, il faudra faire le tri et retirer cette balise des pages qui doivent impérativement être indexées,
- Certaines ont bien été **explorées** par les robots de Google, qui ne les ont **pas indexées**. La raison est probablement liée à un contenu de qualité non suffisante (thin content par exemple).
- D'autres ont été **détectées mais non explorées** ; les robots de Google ont épuisé tout leur budget de crawl dédié à votre site en explorant les autres pages. Cela s'explique par un nombre de pages trop élevé par rapport à un budget de crawl restreint (dû à une autorité limitée du site internet pour l'instant).
- Il y a une page en **erreur 404**, qu'il faudra corriger.

2. Visibilité & Performances sémantiques

Votre site démontre une excellente légitimité sur la thématique des félins nordiques. Voici le Top 5 des requêtes qui ont généré le plus d'impressions (nombre de fois où votre site est apparu à l'écran) :

1. chat foret norvegienne : 1 351 impressions
2. chat norvegien ou skogkatt : 910 impressions
3. chat norvegien : 586 impressions
4. chat norvégien croisé européen : 402 impressions
5. viande crue chat : 360 impressions

Analyse du CTR global (0,5 %) : **le taux de clic (CTR) moyen s'établit à 0,5 %**. Bien que votre site se positionne sur des mots-clés à fort potentiel, les internautes cliquent encore trop peu. Cela s'explique par deux leviers : une **forte concurrence sur ces requêtes larges et des balises title / meta description à optimiser** pour les rendre plus percutantes et incitatives dans les résultats de recherche.

3. Optimisation on-page & données GSC

- **Idées de nouveaux articles :**

- Chat Norvégien croisé Européen : Comment le reconnaître et quelles différences ?
- Le régime BARF pour le Chat Norvégien : Est-ce une bonne idée ?
- Santé du chat norvégien : Les maladies héréditaires à surveiller (CMH, GSD IV)
- Quelle assurance santé pour votre chat norvégien ?
- Les meilleurs jouets pour chats norvégiens

- **Sélection de 3 expressions-clés & performances :**

« skogkatt »

Sur les 12 derniers mois : 111 impressions, 0 clics, CTR à 0%, position moyenne 23

« chat norvégien taille »

Sur les 12 derniers mois : 160 impressions, 0 clics, CTR à 0%, position moyenne 40,4

« chat norvégien prix »

Sur les 12 derniers mois : 178 impressions, 0 clics, CTR à 0%, position moyenne 54,9

- **Suggestions pour améliorer le CTR de ces expressions**

1 : Enrichir le contenu existant avec des réponses directes

Google adore les contenus qui répondent de manière chirurgicale à l'intention de recherche de l'internaute. Actuellement, les pages sur le prix et la taille sont trop loin dans les résultats.

- L'action concrète : Il faut créer des sections dédiées (des sous-titres en H2 ou H3) qui reprennent exactement ces mots-clés, suivies d'une réponse claire et structurée.
- Exemple pour la page "prix" : ajouter un tableau comparatif ou un paragraphe clair :
<h2>Quel est le prix d'un chat Norvégien ?</h2>
"Le prix d'un chat Norvégien (Skogkatt) en élevage varie généralement entre 900 € et 1 500 € selon son lignage..."
- Exemple pour la page "taille" : intégrer des données chiffrées précises sous forme de liste à puces (poids mâle/femelle, hauteur au garrot).
- Le but : en donnant une réponse structurée, Google voit que le contenu est ultra-pertinent, ce qui va faire grimper la position moyenne (passer de la page 5 à la page 1). Une fois en page 1, le CTR décollera naturellement.

2 : Optimiser le "maillage interne" depuis les pages fortes du site

La requête "skogkatt" est en position 23 (page 3). C'est la plus proche de la première page, c'est donc celle qui a le plus fort potentiel à court terme. Si elle est en page 3, c'est probablement parce que Google ne lui accorde pas assez d'importance (d'autorité).

- L'action concrète : utiliser la puissance de la page la plus forte (celle qui parle du "chat forêt norvégienne" et qui fait 1 351 impressions) pour pousser les autres.
- Comment faire : aller sur l'article qui performe le mieux, et ajouter à l'intérieur un lien naturel (une ancre de lien) vers la page Skogkatt et les pages prix/taille.
- Exemple d'intégration : "Si vous souhaitez adopter ce félin, découvrez notre guide sur le [prix d'un chat norvégien] ou apprenez-en plus sur les standards officiels du [Skogkatt]."
- Le but : le robot de Google va suivre ce lien, transférer du "jus SEO" (de la popularité) de la page forte vers les pages faibles, ce qui va aider à les propulser vers le haut des résultats de recherche.

• Suggestions de balises pour la page d'accueil du site

Suggestion de « title » :

C'est l'élément le plus important pour le positionnement. La zone chaude se situe au tout début (à gauche), là où on place les mots-clés principaux.

- Proposition : « Chat forêt Norvégienne & Skogkatt : le guide du chat Norvégien »
- Longueur : 59 caractères (parfait : la limite idéale se situe entre 50 et 60 caractères pour éviter d'être coupé par Google).
- Analyse de la zone chaude : les expressions « Chat forêt Norvégienne » et « Skogkatt » captent immédiatement l'attention de l'internaute et des robots en début de titre.

Suggestion de « métadescription » :

Proposition : « Découvrez l'univers du chat de forêt norvégienne ! Conseils d'experts, alimentation naturelle et secrets du Skogkatt pour prendre soin de votre félin ».

Longueur : 155 caractères (idéal : la limite recommandée est d'environ 155 à 160 caractères afin d'assurer un affichage propre sur mobile et ordinateur).

Pourquoi elle donne envie de cliquer ?

- Elle commence par un verbe d'action dynamique (« Découvrez »).
- Elle promet une vraie valeur ajoutée (« Conseils d'experts », « secrets »).
- Elle fait subtilement écho à la thématique de la viande crue/BARF grâce au mot-clé « alimentation naturelle ».

Suggestion de « h1 » :

Il doit confirmer à l'internaute qu'il est au bon endroit dès qu'il arrive sur le site, tout en incluant le mot-clé principal de manière naturelle.

- Proposition : « Le mag expert du Chat de forêt Norvégienne et du Skogkatt »
- Pourquoi ce choix ? Comme la page d'accueil est un "hub" qui regroupe tous tes articles (conseils, actualités), le mot « mag » ou « magazine » légitime parfaitement la structure du site. Cela montre au lecteur qu'il va trouver une mine d'informations et de conseils variés sur son chat préféré.

4. Rédaction d'un article

Quelle assurance santé choisir pour un chat des forêts norvégiennes ?

Adopter un Skogkatt est une expérience merveilleuse, mais ce géant au cœur tendre nécessite un suivi vétérinaire attentif. Face aux accidents de la vie et aux **particularités de sa race**, la question de sa couverture médicale devient vite indispensable. Voici notre guide pour choisir la **meilleure assurance santé** pour votre compagnon nordique.

Les frais vétérinaires spécifiques au grand chat norvégien

Le chat Norvégien est un félin robuste, façonné par les hivers scandinaves. Cependant, sa grande taille et sa croissance lente (qui dure jusqu'à ses 4 ans) le pré-disposent à certaines fragilités articulaires ou cardiaques.

Trois pathologies héréditaires ou morphologiques sont particulièrement surveillées par les vétérinaires :

- **La cardiomyopathie hypertrophique (CMH) :** Une maladie cardiaque qui nécessite des échographies régulières très coûteuses.
- **La dysplasie de la hanche :** Liée au gabarit imposant du Norvégien, elle peut demander des chirurgies lourdes.
- **La glycogénose de type IV (GSD IV) :** Une maladie d'origine génétique propre à la race.

En dehors de ces risques, le tempérament aventurier et joueur du Skogkatt l'expose, comme tous les chats, aux risques de **coupures, de fractures ou d'avalements de corps étrangers** lors de ses sorties.

Comment bien comparer les garanties des mutuelles pour chat

Toutes les assurances pour animaux ne se valent pas. Pour protéger efficacement un chat de race, vous devez scruter les petites lignes des contrats.

Voici un tableau comparatif des **trois grandes formules** généralement proposées sur le marché :

Type de Formule	Taux de remboursement	Plafond annuel moyen	Ce qui est inclus
Économique / Accident	50% à 70%	1 000 €	Uniquement les frais liés aux accidents (fractures, plaies).

Intermédiaire / Confort	70% à 85%	1 500 €	Accidents + maladies courantes (otites, gastro-entérites).
Premium / Intégrale	85% à 100%	2 200 €	Accidents, maladies, chirurgies lourdes + forfait prévention.

Les 3 critères indispensables pour votre Skogkatt :

1. **Le forfait prévention** : Très utile dans les formules Premium, il rembourse les vaccins, les vermifuges et parfois même les séances d'ostéopathie (importantes pour la croissance de sa structure osseuse).
2. **L'âge limite de souscription** : Assurez votre chaton dès ses 3 mois. Plus vous attendez, plus les cotisations augmentent et les exclusions se multiplient.
3. **Le délai de carence** : C'est la période entre la signature du contrat et l'activation réelle des garanties. Choisissez le délai le plus court possible.

Conclusion : un investissement pour votre sérénité et celle de votre chat

Souscrire à une mutuelle pour votre chat norvégien n'est pas un luxe, mais une sécurité budgétaire. En investissant une vingtaine d'euros par mois, vous vous assurez de pouvoir offrir les meilleurs soins chirurgicaux ou médicaux à votre Skogkatt le jour où il en aura besoin, sans jamais avoir à choisir entre votre portefeuille et sa santé.

Voici le prompt Gemini utilisé pour cet article : Peux-tu rédiger un nouvel article pour le site : <https://www.chat-foret-norvegien.com/> stp, comme suit ; thématique : "Quelle assurance santé pour votre chat norvégien ?". La longueur devra être de 300 à 600 mots, l'article devra présenter un H1 (environ 70 caractères), une introduction courte (3-4 lignes), des H2 (2 à 70 caractères, avec des mots-clés longue traîne, de longueur optimale), et une mini-conclusion. Penses à le structurer (retours à la ligne, paragraphes, listes à puces...) et à hiérarchiser visuellement le contenu (taille des balises, mots en gras...) et à inclure des contenus visuels (tableau comparatif, infographie...)

Suggestion de balises pour cet article :

1. Le Title

- Proposition : « Assurance chat Norvégien : quelle mutuelle pour le Skogkatt ? »
- Longueur : 60 caractères (longueur maximale recommandée pour éviter la troncature).
- Zone chaude : le mot-clé principal « Assurance chat Norvégien » est placé dès le début pour capter l'attention de l'internaute et plaire aux robots de Google.

2. La Meta Description

- Proposition : « Maladies, croissance, frais vétérinaires... Comment bien assurer votre chat norvégien ? Comparez les formules et protégez votre Skogkatt au meilleur prix ».
- Longueur : 155 caractères (format idéal pour un affichage propre sur ordinateur et mobile).
- Pourquoi elle est incitative au clic ?
 - Elle commence par des mots-clés concrets qui touchent directement aux inquiétudes du propriétaire (« Maladies », « frais vétérinaires »).
 - Elle utilise un verbe d'action clair (« Comparez »).
 - Elle promet une double valeur ajoutée : la protection de l'animal et le contrôle du budget (« meilleur prix »).

3. Le h1

- Proposition : « Assurance pour Chat Norvégien : le guide pour bien choisir ».
- Longueur : 58 caractères (format idéal pour un affichage propre sur ordinateur et mobile).
- Pourquoi elle fonctionne : en plaçant le mot-clé principal tout au début du titre ("Assurance pour Chat Norvégien »), le h1 donne un poids SEO maximal à la requête. La mention "le guide" valorise la structure de votre article (qui contient un tableau, des critères, des maladies spécifiques).

5. Analyse concurrentielle simple

Ziggy family et le mag des chats Ouest France proposent tous deux des **sites de blogging** au sujet des chats, avec des articles dédiés aux chats norvégiens entre autres. Ils ne sont pas spécialisés dans cette race mais lui consacrent une partie de leur contenu. Les deux sites apparaissent **en seconde page dans la SERP** sur la **requête « blog chat norvégien »**, ce qui démontre que leur référencement est plutôt efficace. Ils sont en concurrence avec des sites purement marchands dans la SERP. Nous allons comparer et analyser leurs balises « Title », « méta description » et « h1 » avec celles de votre site.

		Chats Norvégiens	Ziggy family	Le mag des chats Ouest France
Title	Contenu	La communauté des chats des forêts norvégiennes Chat norvégien ?	Le blog qui fait ronronner le monde	Le Mag du Chat : magazine de conseils et d'informations sur les chats !
	Longueur	9 mots - 56 caractères	7 mots - 29 caractères	13 mots - 58 caractères
	Mots-clés	Chats des forêts norvégiennes Chat norvégien Communauté	Blog	chat(s) Conseils Informations Magazine
Méta	Contenu	Pour les amoureux du chat des forêts norvégiennes	Découvrez tous nos articles dédiés à la santé, l'alimentation, et le bien-être de votre chat. Explorez notre blog pour des conseils experts et astuces.	Le chat est devenu l'animal de compagnie préféré des foyers français, ce qui peut s'expliquer de plusieurs façons. En premier lieu, il est tout à fait adapté à la vie de tous les jours. Nos conseils pour élever un chat.
	Longueur	8 mots - 42 caractères	26 mots - 128 caractères	42 mots - 180 caractères

		Chats Norvégiens	Ziggy family	Le mag des chats Ouest France
	Mots-clés	Chat des forêts norvégiennes	Chat Santé Alimentation Blog Articles Conseils Experts Astuces	Chat Conseils
H1	Contenu	Inexistant	Nos articles de blog	Conseils et informations sur les chats
	Longueur	NA	4 mots - 17 caractères	6 mots - 33 caractères
	Mots-clés	NA	Articles Blog	Conseils Informations Chats

1. Concernant le titre :

- Chats norvégiens : le titre a une longueur optimale (58 caractères), contient des mots-clés stratégiques et est assez descriptif, et contient le nom du site. Cependant, le point d'interrogation à la fin du nom de votre site donne une mauvaise impression à l'internaute (site non fini, non fiable...).
- Ziggy family : titre très court (29 caractères), original mais pas descriptif (il ne fait pas clairement mention du contenu du blog). Un seul mot-clé le compose, « blog », et il ne contient pas le nom du site.
- Le mag des chats Ouest France : le titre a une longueur optimale (56 caractères), est tout à fait descriptif, contient plusieurs mots-clés stratégiques et le nom du site (Le Man du Chat).

Donc, on peut dire que le **titre du mag des chats Ouest France** est le **plus « optimisé »** pour le SEO, sur la base des critères suivants : longueur, mots-clés, contenu.

2. Concernant la métadescription :

- Chats norvégiens : la métadescription est trop courte pour être attractive et descriptive (42 caractères contre 155-160 recommandés). D'ailleurs elle ne contient qu'un seul mot clé.
- Ziggy family : la métadescription a une longueur optimale, elle contient plusieurs mots-clés stratégiques pour indiquer à l'internaute le type de contenu et contient des verbes d'action.
- Le mag des chats Ouest France : la méta description est un peu trop longue (plus de 155 caractères) et est donc exposée au risque de « cut » par Google. Elle ne contient que deux mots-clés et le contenu est trop descriptif, peu pertinent, et pas attractif.

Donc, on peut dire que la **métadescription du blog de Ziggy family** est la **mieux rédigée** ; elle est d'une longueur optimale, pertinente et attractive.

3. Concernant le h1 :

- Chats Norvégiens : inexistant

- Ziggy family : la longueur pourrait être un peu plus exploitée, avec l'ajout de mots-clés tels que « conseils », « informations », « chats » pour indiquer à l'internaute le type d'articles de blog qu'il va trouver sur cette page.
- Le mag des chats Ouest France : la longueur est optimale, le mot-clé « articles » peut être ajouté pour optimiser le contenu. Le h1 contient des mots-clés pertinents.

Donc, on peut dire que le **h1 du *mag des chats Ouest France*** est le **plus pertinent** ; sa longueur est optimale et il joue bien son rôle à savoir indiquer à l'internaute le contenu de la page sur laquelle il se trouve.

6. Propositions d'actions SEO rapides à mettre en oeuvre

• Proposition 1

Constat : balises « title » et « métadescription » non optimisées (cf partie 5). Présence de l'extension « - boutique » à la fin des titres.

Action : corriger et optimiser ces balises ;

- Corriger le nom du site pour enlever la mention systématique de « -boutique » à la fin des titres,
- Idem pour le point d'interrogation.
- Rédiger une nouvelle métadescription plus longue et enrichie en mots-clés (maximum 155 caractères).

Bénéfices : amélioration du CTR grâce à un contenu attractif et qui génère la confiance, de manière à inciter l'internaute à cliquer.

• Proposition 2

Constat : présence de contenu « anarchique » sur le site (cf partie 1) : catégorie annuaire vide, page agenda en erreur 404, FAQ : certaines questions renvoient vers un lien externe en erreur, « toto » à gauche du site, contenu en anglais parmi le contenu en français.

Action : corriger ce contenu pour éliminer les « aberrations » visibles.

Bénéfices : renforcement de la confiance de l'internaute et de Google envers le site (Trust), ce qui générera in fine une meilleure indexation.

• Proposition 3

Constat : présence de 8 pages non indexées à cause de la balise « no index » (cf partie 2)

Action : Indexer les pages qui doivent l'être ;

- Faire le tri dans les pages exclues par la balise « noindex » (normal/pas normal) ;
- Enlever les balises noindex si nécessaire,
- Demander l'indexation des pages concernées sur GSC

- Générer et envoyer un nouveau sitemap via GSC.

Bénéfices : meilleure indexation des pages du site dans la SERP

7. Plan d'actions SEO synthétique

I) Phase 1 : Gérer les urgences pour générer de la confiance

A) Corriger l'indexation

Délai : 2 semaines

- Faire le tri dans les pages exclues par la balise « noindex » (normal/pas normal),
- Enlever les balises « noindex » si nécessaire,
- Via le plug-in Yoast, corriger le fichier robots.txt et le renvoyer.

B) Corriger les aberrations/erreurs

Délai : 2 semaines

- Corriger le nom du site pour enlever la mention systématique de «- boutique » à la fin des titres, Idem pour le point d'interrogation.
- Corriger l'erreur 404 de la page « agenda ».
- Enlever « toto » à gauche du site (erreur de mise en page).
- Enlever le contenu en anglais parmi le contenu en français.
- Corriger la catégorisation des articles.

Délai : 1 mois

- Corriger la FAQ (liens non existants et liens externes en erreur).
- Créer le contenu de la page Annuaire.

Objectifs :

- Diminuer le taux de rebond de 10 points en 2 mois.
- Atteindre 0 erreur 404 et 100% de pages utiles indexées sous 1 mois.

Responsable(s) :

- Prestataire : correctifs Yoast, robots.txt, 404, suppression de "toto", titres.
- Client : fournir les bonnes informations pour la FAQ et la page annuaire.

II) Phase 2 : Améliorer le contenu pour attirer et retenir l'audience

Délai : 6 mois

- Mettre à jour le contenu « ancien » (plus d'un an).
- Repérer les articles de thématiques proches, les regrouper en un article « pilier » de environ 1500 mots.
- A l'aide d'un outil comme Semrush, identifier des mots-clés stratégiques, leurs volumes et utiliser les plus pertinents.
- Réécrire les title, les h1, les h2/h3.
- Réécrire le contenu des articles, en intégrant des interventions externes (vétérinaires, associations animales...).
- Réécrire les métadescriptions.
- Hiérarchiser visuellement le contenu (taille titres, polices, mots en gras...) et structurer (listes à puces, retours à la ligne...).
- Intégrer des contenus visuels (infographies, tableaux...).
- Créer une nouvelle médiathèque de photos pour chaque article.
- Faire une redirection 301 des pages supprimées.

Objectifs :

- Réduire de 25% le nombre de pages à la fin des 6 mois.
- Diminuer le nombre de pages « explorées non indexées » de 60% en 3 mois.
- Augmenter le CTR de 1,5 points en 6 mois.

Responsable(s) :

- Prestataire : recherche Semrush, rédaction web optimisée, balisage (Hn, Title, Meta), intégrations visuelles, redirections 301.
- Client : prise de contact avec les vétérinaires/associations pour les citations, validation éditoriale des articles.

III) Phase 3 : pérenniser le trafic et renforcer l'autorité du site

Délai : 8 mois

- Créer la boutique en ligne
- Ajouter la boutique au menu de navigation
- Créer le maillage interne, entre les pages à fort trafic et les autres, et entre les articles et la boutique
- Rédiger de nouveaux articles
- Demander l'indexation des nouvelles pages sur GSC
- Générer et envoyer un nouveau sitemap via GSC
- Modifier le menu : organiser les « conseils » en sous catégories et intégrer la boutique
- Définir et appliquer une stratégie de backlinks

Objectifs :

- Augmenter le nombre de pages vues de 30% en 8 mois
- Augmenter le temps de session de 20% en 8 mois
- Générer les 10 premières ventes mensuelles via le trafic organique d'ici la fin du mois

Responsable(s) :

- Prestataire : création technique de la boutique en ligne, mise à jour du sitemap et de la GSC, réalisation de la campagne de netlinking, maillage interne.
- Client : gestion du catalogue produit de la boutique en ligne (prix, stocks, photos des produits), gestion des commandes.