

Le nom de domaine en .eu ne mentionne plus la marque Carbel, ce qui est fort dommage pour le référencement. De plus il est déconseillé d'utiliser le .eu pas encore assez présent dans l'univers des internautes pour qu'ils y pensent lorsqu'ils recherchent votre site. Par ailleurs, il existe un site concurrent qui s'appelle [extracteurdejus.com](http://www.extracteurdejus.com), ce qui risque d'emmener les internautes qui vous cherchent au mauvais endroit.

→ En changeant de nom de domaine (<http://www.extracteur-de-jus.eu/>), vous perdez toute l'antériorité du nom de domaine exploité jusqu'à présent (<http://www.extracteurdejuscarbel.com/>). Si vous souhaitez communiqué sur ce nouveau nom de domaine, vous devez en informer les internautes sur votre ancien nom de domaine afin qu'ils ne soient pas déroutés en accédant à votre nouveau site. Autant de changement (nom de domaine + graphisme) sans information peuvent perturber les internautes.

Redirections : les anciennes pages existent encore mais leurs contenus sont vides (ex : <http://www.extracteurdejuscarbel.com/revendeurs/>), ce qui peut dérouter les internautes qui avaient mis ces pages en favori. Par ailleurs, le moteur de recherche Google est capable de détecter 2 sites qui appartiennent à la même entreprises et qui parlent de la même chose et dans ce cas pénalisent le référencement des 2 sites. Voir procédure la plus conseillée pour ne pas pénaliser son référencement avec son nouveau site : <http://www.amaranthe.>

→ Redirections : Si vous optez pour le maintien du nouveau nom de domaine, il faut :

- Retirer toutes les pages obsolètes
- que les toutes les pages de l'ancien site redirigent l'internaute vers le nouveau nom de domaine.

Fichier robots.txt :
Présent et paramétré

sitemap.xml :

A priori ce fichier n'existe pas. Le sitemap facilite le travail d'indexation des moteurs de recherche. Il permet d'indiquer aux moteurs de recherche comment indexer votre site web. Pour plus d'explications, aller sur : <http://openclassrooms.com/courses/le-sitemap-a-quoi-ca-sert>

Réécriture d'URLs : Les URLs ne sont pas réécrites ce qui peut pénaliser grandement le référencement des nouvelles pages. A corriger d'urgence. Explications : https://craym.eu/tutoriels/referencement/url_rewriting.html

Commentaire [h1]: Page non indexée.
L'url sur le site est : <http://www.extracteurdejuscarbel.com/artc/REVENDEURS/10/fr/>. Cette page est bien redirigée vers le nouveau site

Commentaire [h2]: Pas si évident. Ce n'est pas ça qui conduit à une sanction.

Commentaire [h3]: Inutile d'envoyer le client vers des sources cela peut induire que tu n'es pas sûr de toi.

Commentaire [h4]: A retirer

Commentaire [h5]: Elles sont réécrites

Duplications de contenus d'une page à l'autre :

Vos fiches produit ont des contenus trop proche (plus de 50% de similarité) ce qui est un frein à leur indexation. Vous devez créer des fiches personnalisées.

⇒ Il ne faut pas justifier par des outils ce que tu avances ça fait trop amateur.

Vitesse de chargement des pages sur ordinateur :

Même commentaire que ci-dessus. Si tu indiques les problèmes, il faut proposer des solutions pour y remédier. Le gain en octet est minime.

Fil d'ariane :

Le fil d'ariane existe ce qui est bon pour les moteurs de recherche mais il faut renommer explicitement les rubriques du menu pour qu'ils identifient de quoi parle le site et le référence dans les bonnes thématiques et mots-clés.

→ Ceci ne doit pas être énoncé ainsi. Il faut qu'il réponde à un besoin, une stratégie

Profondeur du site

Profondeur du site : toutes les pages du site sont accessibles en un maximum de 3 clics, ce qui est positif.

Nombre de liens par pages : le maillage interne du site (liens envoyant d'une page vers une ou des autres) n'est pas utilisé sur toutes les pages

→ A effectuer en suivant une stratégie définie précisément

Plan du site : Il n'est pas présent ce qui va nuire au référencement

Commentaire [h6]: Faux. Le plan du site est destiné à l'internaute

Qualité des contenus rédactionnels

On considère qu'un contenu pertinent doit contenir entre 300 et 800 mots.

Or aucune page n'atteint ce score d'autant que pour les moteurs de recherche, seuls sont importants les mots décrivant l'activité, les produits et susceptibles de faire comprendre aux internautes ce qu'on vend.

La majorité des pages ont moins de 300 mots, trop limité pour espérer un positionnement.

Commentaire [h7]: Qu'une page

Commentaire [h8]: mots. Le contenu doit être pertinent et original.

Commentaire [h9]: Faux. Le contenu est un tout devant aider l'internaute.

Commentaire [h10]: Faux

Par ailleurs, les titres sont peu ou pas du tout présents. Or ils sont d'une importance capitale pour le référencement. La page d'accueil n'en a pas car les titres sont sous forme d'image donc non identifiés comme tels.

Voici un lien explicatif sur l'importance des balises (titres) pour le référencement : <http://www.yakaferci.com/balises-h1-h2/>

Commentaire [h11]: Même commentaire sur les sources

Mots clés que vous utilisez dans Google Adwords

Commentaire [h12]: S'agit-il des mots-clés utilisés ou générés ?

Concurrents qui utilisent ces mêmes mots-clés en référencement payant

Commentaire [h13]: As-tu vérifié ces informations et connais-tu les requêtes en questions ?

Concurrence de la recherche organique extracteur de jus Hurom (référencement naturel)

Commentaire [h14]: A quelle date, sur quelle position ?

Page accueil

Pas de Balise H1 ni H2 : pas de titres ni de structuration de contenus

Manque un onglet de recherche

Manque des liens vers les réseaux sociaux et le blog

problème avec photos défilantes : les titres sont invisibles car inclus dans la photo donc les mots clés ne peuvent pas être repérés par Google pour que le site soit référencé.

Commentaire [h15]: Eventuellement un module indiquant le nombre de personnes qui vous suivent, qui vous tweet... avec encart

Les titres de rubriques doivent être plus explicites pour un bon référencement : préciser nos extracteurs de jus multi-fonctions, nos livres sur la santé par les jus

Commentaire [h16]: Il est possible que le slider n'accepte pas les textes. Optimisé c'est bien sur optimisé peut être risqué

Mettez en avance votre différence par rapport aux concurrents

Commentaire [h17]: Le contenu ne doit pas être destiné aux moteurs pensez à l'utilisateur.

Bravo pour les photos

Page 28 : inaccessible

Exemple de rectificatif de la page d'accueil

Je ne sais pas ce que tu as mis dans la diapo précédente
Quelle résolution te donne cette affichage ?

Page : Nos produits

Le fait que cette page s'appelle « nos produits » **la rend non référençable**. Il faudrait trouver un titre de rubrique explicite sur ce que vous vendez.

Seulement une **balise H1** (titre)

Les 3 vignettes symbolisant les rubriques « Nos extracteurs », « Nos livres », « Nos accessoires » prennent trop de place au dessus de la **ligne de flottaison** au détriment des produits à vendre.

Tant qu'il n'y a pas plus de produits à vendre, ils pourraient être tous présentés sur la même page avec des titres explicites **dans les balises H1, H2, H3 et H4**, ce qui éviterait la déperdition d'internautes vers d'autres pages. **Là je t'ai perdu trop d'idée en une seule phrase**

Il y a une faute à « Nos accessoires » : manque un « s »

Manque des liens vers les réseaux sociaux et le blog

Le reste est bien présenté avec des photos mettant bien en valeur les produits.

Le bas de page est attractif avec la déclinaison du produit qui montre. **Il manque la fin de la phrase sur la diaporama**.

Page 34 :

Pourquoi rajouter un lien vers les cgv ? Elles sont en bas de page.

Page « Démonstrations » :

Titre du menu pas assez explicite. Le remplacer par exemple par « **Démonstrations d'extracteurs de jus** »

Pas de balise H1 ni H2

Une carte de France serait la bienvenue pour localiser facilement les communes évoquées.

Manque des liens vers les réseaux sociaux et le blog

Page « vidéos » :

Titre du menu pas assez explicite. Le remplacer par exemple par « **Vidéos sur les extracteurs de jus** »

Pas de balise H1 ni H2

Beaucoup de vidéos pourraient être positionnées également dans les fiches de chaque produit, dans l'accueil et dans une éventuelle rubrique sur l'intérêt des jus de fruits et légumes (avec vidéo sur la bioélectronique Vincent)

Commentaire [h18]: Violent et faux. A supprimer

Commentaire [h19]: Le client comprend t-il ce vocabulaire

Commentaire [h20]: Tu n'as jamais expliqué ce terme au client. Il ne te suit plus

Commentaire [h21]: A supprimer

Commentaire [h22]: Rajouter un blog pour les réseaux sociaux sur chaque page. L'agrément d'une capture d'écran

Commentaire [h23]: Le titre est trop. Le précédent convient bien il est explicite

Commentaire [h24]: A vulgariser

Commentaire [h25]: Idem ci-dessus. Image le site avec les titres sur-optimisés que tu proposes. Il faudrait au moins 2 voire 3 lignes pour la navigation

Commentaire [h26]: A vulgariser

Page « BLOG »

Il faudrait que le blog « <http://santeparlesjusfrais.com/> » soit intégré au site avec des liens récurrents depuis les autres pages et qu'il y ait des liens de partage vers les réseaux sociaux.

Balises Title

Pas de mise en avant marketing, alors que le rôle de ces balises est d'inciter les internautes aux clics via l'affichage du site sur Google

Elles peuvent comporter jusqu'à 70 caractères.

Malheureusement, presque aucune n'est présente sur le site

Balises Meta

Comme je te le disais ci-dessus vérifie bien les sources que tu indiques.

Pour ces 2 points tu peux juste dire au client que les balises pour le référencement sont à retravailler en fonction de la stratégie et de sa faisabilité.

Partie liée au netlinking :

Un gros travail doit être effectué pour ajouter des back-links :

Commentaires de blogs spécialisés

Articles de blogs spécialisés

Commentaires de forum spécialisés

Annuaire

Communiqués de presse

Réseaux sociaux

Commentaire [h27]: As-tu audité le blog pour voir si ce « déménagement » ne risque pas de le pénaliser ?

Commentaire [h28]: Je n'ai pas compris

Commentaire [h29]: Crois-tu que le client sache de quoi tu parles ?

Commentaire [h30]: Sur la base de quelle stratégie ?

Commentaire [h31]: Idem ci-dessus

Commentaire [h32]: Les as-tu audités ?
As-tu trouvé suffisamment de ressources pertinentes pour ce secteur pour les proposer au client ? Ces ressources existent-elles et sont-elles bien ciblées ?

Conclusion

Sur ce site, malheureusement rien n'a été fait pour permettre un quelconque référencement naturel, ce qui veut dire qu'un référencement payant coûtera d'autant plus.

Apparemment, ce nouveau site n'a pas encore été crawlé par le moteur de recherche Google. Il faut donc en profiter pour remédier à ses lacunes en urgence, notamment :

- Réécriture d'URL

- Robots.txt

- structuration de contenus

- plus de contenus sur les pages

- optimisation des balises meta

Commentaire [h33]: Il n'y a pas de lien de cause à effet entre le réf nat et le réf payant

Commentaire [h34]: Faux. Le site a non seulement été crawlé et est présent dans Google

Commentaire [h35]: Elle est faite

Commentaire [h36]: Présent