

AUDIT TECHNIQUE & STRATÉGIQUE

Site « A »

Audit n°1 — avant refonte

Analyse objective et reproductible d'un site web de PME française de services B2B, avant refonte par une agence externe.

Site audité	Anonymisé — Site « A »
Secteur	Services aux entreprises (B2B)
Date de l'audit	20 avril 2026
Auditeur	MrFreddy Digital
Pages analysées	Accueil, services, mentions, politique de confidentialité
Note globale	53 / 100

Ce document est la version **anonymisée** d'un audit réel mené sur le site d'une entreprise française avant qu'elle ne fasse refaire entièrement son site par une agence prestataire. Le nom de l'entreprise, du dirigeant, de l'agence prestataire, ainsi que la ville et le secteur précis ont été retirés. Tous les chiffres techniques et constats sont strictement conservés.

Synthèse exécutive

Le site présente une **bonne base technique** (CMS WordPress, HTTPS, mentions légales complètes, bandeau cookies conforme) et un **contenu riche** en témoignages clients réels (20+ noms, titres, entreprises). Mais il souffre d'un **SEO quasi inexistant** et d'une **architecture trop pauvre** (5 pages seulement indexées) qui l'empêchent de capter des prospects qui ne connaissent pas déjà l'entreprise.

Notes par catégorie

Catégorie	Score	Évaluation
SEO On-Page	7 / 20	Faible
Technique & Performance	14 / 20	Bon
Expérience utilisateur (UX/UI)	12 / 20	Moyen
Contenu & stratégie éditoriale	8 / 20	Faible
Présence locale / E-réputation	8 / 20	Faible
RGPD & conformité légale	16 / 20	Bon

Note globale : 53 / 100

0-44 = Faible | 45-69 = Moyen | 70-100 = Bon

1. SEO On-Page

C'est le talon d'Achille du site. Une PME B2B qui veut capter de nouveaux clients doit apparaître sur les requêtes métier de sa zone géographique. Ce n'est pas le cas aujourd'hui.

Critère	Statut	Observation
Balise Title	Partiel	Tagline poétique — aucun mot-clé métier.
Meta Description	Absent	Absente — Google génère ses propres extraits, peu incitatifs.
H1 page d'accueil	Absent	Le H1 est la tagline poétique — aucun signal SEO.
Structure H2 / H3	OK	Sections bien organisées.
Alt text images	Partiel	Certaines images ont un alt, pas toutes.
Open Graph	OK	Balises OG présentes.
Canonical	OK	Implémentée.
Schema.org	Partiel	Absent ou non optimisé pour le métier.
Nombre de pages indexées	Absent	Seulement 5 pages indexées — catastrophique.
Page technique "leakée"	Absent	Une URL de template interne du page builder est indexée par Google.
Blog / contenu SEO	Absent	Zéro stratégie de contenu pour le trafic organique.
HTTPS	OK	Certificat SSL valide.

Requêtes métier ciblées : aucune n'est captée. Les expressions « [métier + ville] » et leurs déclinaisons régionales sont absentes des pages du site, qui privilégie un vocabulaire branding plutôt qu'orienté recherche.

2. Analyse technique

La technique est le point fort relatif du site. WordPress, HTTPS, analytics, Open Graph — les fondations sont là. Quelques anomalies importantes à corriger.

Critère	Statut	Observation
CMS WordPress	OK	Robuste, maintenable.
HTTPS	OK	SSL valide.
Analytics	OK	Google Analytics installé.
Open Graph	OK	Optimisation partages sociaux.
Canonical	OK	Présente.
Page template indexée	Absent	Fuite technique d'une URL interne du page builder — à passer en noindex.
Cohérence d'adresse (NAP)	Partiel	Adresse différente entre site et mentions légales.
Vitesse de chargement	Partiel	Non mesurée directement — WordPress + page builder potentiellement lourd.
Sitemap / Robots.txt	Partiel	Présence à confirmer.
Hébergeur français	OK	Hébergement OVH.
Plugin SEO WordPress	Partiel	Non confirmé — à installer / configurer.

3. Expérience utilisateur (UX / UI)

Le design est propre et professionnel. Quelques frictions limitent la conversion des visiteurs en prospects.

✓ **Points forts** : design soigné cohérent avec le positionnement, navigation fluide (5 sections claires), formulaire de contact accessible, réseaux sociaux affichés, 20+ témoignages clients détaillés (nom, prénom, titre, entreprise).

✗ **Points faibles** : numéro de téléphone absent de la page d'accueil, **aucune galerie photos** des prestations réalisées (c'est pourtant l'argument numéro 1 du métier), **logos clients non affichés** en page d'accueil, CTA générique « Prenons contact » plutôt que « Demandez un devis sous 48h ».

4. Contenu & stratégie éditoriale

Le contenu existant est de qualité (vraies références, vrais témoignages) mais la structure est trop limitée pour le SEO et la conversion.

Manques principaux : pas de page dédiée par type de service (chaque service perd son potentiel SEO), pas de blog ni de stratégie éditoriale, pas de galerie photos, pas de logos clients en page d'accueil, chiffres-clés non mis en avant.

5. RGPD & mentions légales

C'est le point le plus solide du site. L'entreprise est bien accompagnée sur les aspects légaux, vraisemblablement par son prestataire web initial.

Critère	Statut
Mentions légales (SIRET, TVA, RCS, hébergeur)	OK — complètes
Directeur de publication explicitement nommé	Partiel
Politique de cookies dédiée	OK
Bandeau cookies RGPD (consentement fonctionnel, préférences, stats, marketing)	OK — conforme
Hébergeur identifié	OK
Créateur du site identifié	OK
Adresse contact RGPD	OK

Cette qualité de conformité légale est rassurante pour les clients B2B qui vérifient le sérieux de leurs prestataires.

6. Plan d'action prioritaire

Les chantiers identifiés pour ce site, classés par urgence :

URGENT — Corriger Title et H1 pour intégrer les mots-clés métier + ville. Ajouter des meta descriptions. Passer la page template fuitée en noindex. Créer des pages dédiées par type de service. Créer / optimiser le Google Business Profile.

IMPORTANT — Galerie photos. Logos clients en page d'accueil. Chiffres-clés mis en avant. Téléphone visible. Harmoniser l'adresse. Ajouter Schema LocalBusiness.

BONUS — Blog d'articles métier (longue traîne). Section « Ils parlent de nous » avec liens presse.

Note finale du Site A : 53 / 100

Audit réalisé le 20 avril 2026 par MrFreddy Digital — version anonymisée pour publication. La version intégrale a été remise à l'entreprise concernée.