

Checklist des points de contrôle pour la livraison d'un site Web

1. Navigation et utilisabilité

- Navigation intuitive** : les menus sont clairs, la recherche interne est efficace, et un fil d'Ariane est présent.
- Facilité d'accès à l'information** : l'utilisateur peut trouver facilement ce qu'il cherche en quelques clics.

2. Performance et vitesse de chargement

- Vitesse de chargement** : le site charge en moins de 3 secondes sur mobile et sur ordinateur.
- Optimisation des images** : les images sont compressées sans perte de qualité.

3. Design et adaptabilité

- Design mobile friendly** : le site s'adapte parfaitement à tous les types d'écrans (smartphones, tablettes, ordinateurs).
- Esthétique cohérente** : le design est moderne, les couleurs sont harmonieuses, et la typographie est lisible.

4. Sécurité

- Protocole HTTPS** : le site utilise HTTPS pour sécuriser les données.
- Mises à jour régulières** : le site est conçu pour recevoir facilement des mises à jour et des sauvegardes fréquentes.
- Protection des données** : les données personnelles des utilisateurs sont sécurisées et protégées.

5. Optimisation pour le référencement (SEO)

- Sitemap XML** : un sitemap XML est présent et correct.
- Balises méta** : les balises titre et description sont optimisées avec des mots-clés pertinents.
- Structure des URLs** : les URLs sont claires et logiques.

- Contenu optimisé** : le contenu est riche, pertinent et intègre naturellement des mots-clés.
- Liens internes et externes** : présence de liens internes bien structurés et de liens externes sortant vers des sites de confiance.

6. Qualité du contenu

- Proposition de valeur** : la proposition de valeur est claire dès les premières secondes de visite.
- Texte bien rédigé** : les textes sont sans fautes, bien écrits, et adaptés à la cible.
- Pertinence du contenu** : le contenu est utile, intéressant et répond aux besoins de l'audience cible.
- Appels à l'action (CTA)** : les CTA sont clairs et incitent à l'action (achat, inscription, contact).
- Visuels de qualité** : les images et vidéos sont de haute définition et alignées avec l'image de marque.

7. Expérience Utilisateur (UX)

- Navigation fluide** : les menus sont clairs et la recherche est efficace.
- Absence de popups intrusifs** : les popups ne perturbent pas l'expérience utilisateur.
- Temps de chargement** : les pages se chargent rapidement.
- Contenu lisible** : les polices sont de taille adéquate, les couleurs sont contrastées et les blocs de texte sont bien espacés.
- Formulaires simples** : les formulaires sont courts et intuitifs et ont été testés.

8. Outils et vérifications techniques

- Google Search Console** : le site est bien indexé sur Google.
- Audit SEO** : un audit SEO rapide a été réalisé avec des outils comme Ubersuggest pour identifier et corriger les erreurs.
- Vérification des balises Hn** : les balises H1, H2, etc. sont correctement utilisées et structurées.
- Vérifier que la case "ne pas indexer sur les moteurs de recherche" est décochée.
- Les permaliens doivent être sur "titre de la publication"

9. Tests et feedback

- Tests utilisateur** : des tests utilisateurs ont été effectués pour vérifier la facilité d'utilisation et l'ergonomie.

Retour client : prendre en compte les retours et les suggestions des utilisateurs potentiels ou des parties prenantes.

10. Support et maintenance

Documentation : fourniture d'une documentation complète pour l'utilisation et la maintenance du site.

Accès aux outils : accès à Google Search Console et autres outils de suivi et d'analyse.

Plan de maintenance : mise en place d'un plan de maintenance régulier.

11. Niveau juridique

RGPD

Présence des pages et mentions obligatoires

Utilisez cette checklist pour vous assurer que votre site web répond à tous les critères de performance, de sécurité et d'optimisation avant d'accepter sa livraison. Un site bien conçu et optimisé est un atout précieux pour votre entreprise. N'hésitez pas à faire appel à un professionnel pour un audit approfondi si nécessaire.