

# Checklist UX – Implications SEO & GEO (Indexation moteurs et IA générative)

## 1. Principes fondamentaux (non négociables)

### 1.1 Structure sémantique et hiérarchie

- **Plan de page clair** avec un seul H1 et une hiérarchie logique H2/H3
- Les titres décrivent le sens, pas uniquement le style visuel (“Nos services” plutôt que “Pourquoi nous choisir ?”)
- Éviter de sauter des niveaux de titres (H2 → H4)

#### Pourquoi c’est important

- Les moteurs de recherche construisent la compréhension thématique à partir de la hiérarchie des titres
- Les LLM s’appuient fortement sur les indices structurels pour extraire des résumés et répondre

### 1.2 Navigation pensée comme un système structuré

- Navigation principale implémentable en HTML sémantique (<nav><ul><li>)
- Libellés de navigation descriptifs et stables (éviter les métaphores “créatives”)
- Aucun lien essentiel uniquement caché dans des menus au survol
- Fil d’Ariane conçu et visible là où c’est pertinent

#### Pourquoi c’est important

- Crawlabilité et maillage interne sont des décisions UX dès le wireframe
- Les LLM déduisent la structure du site à partir de la répétition de la navigation

### 1.3 Visibilité et priorité du contenu

- Contenu clé visible sans interaction (pas de “cliquez pour tout révéler”)
- Accordéons/onglets réservés au **contenu secondaire**
- Si le contenu est replié, il reste dans le DOM et est ordonné logiquement

### **Pourquoi c'est important**

- Bots et LLM peuvent déprioriser le contenu dépendant d'interactions
- GEO préfère l'information immédiatement accessible et résumable

## **2. Accessibilité = qualité d'indexation**

### **2.1 Texte et lisibilité**

- Niveau de langue ≈ CECR B1 quand possible
- Paragraphes courts, phrases explicites
- Éviter le jargon ou expliquer les acronymes

### **Pourquoi c'est important**

- LLM résumant et citent mieux les textes clairs
- La simplicité améliore la précision d'extraction

### **2.2 Contraste, typographie et mise en page**

- Contraste conforme WCAG / RGAA niveau AA minimum
- Tailles de police lisibles sur mobile sans zoom
- Longueur de ligne contrôlée (≈ 60–80 caractères)

### **Pourquoi c'est important**

- Une mise en page lisible corrèle avec la qualité perçue du contenu
- La clarté UX influence indirectement le SEO

### **2.3 Indices non visuels**

- La couleur n'est jamais le seul indicateur (états d'erreur, catégories, surlignages)
- Icônes toujours accompagnées de texte
- Les éléments interactifs ont des affordances visibles

### **Pourquoi c'est important**

- Machines comme utilisateurs peinent avec une sémantique purement visuelle

## 2.4 Sémantique assistive

- Landmarks (<main>, <aside>, <footer>) respectés
- Boutons et liens utilisés correctement
- Champs de formulaire avec labels explicites (pas seulement placeholders)

### Pourquoi c'est important

- Logique lecteur d'écran  $\approx$  logique crawler  $\approx$  logique LLM

## 3. Conception de contenu pour SEO et GEO

### 3.1 Chaque page répond à une intention claire

- Chaque page a une question ou un “**job to be done**” principal
- Résumé ou points clés visibles en haut
- Éviter les pages qui existent uniquement pour rediriger

### Pourquoi c'est important

- LLM favorisent les pages qui résolvent une intention clairement
- Les mises en page avec un résumé en haut améliorent l'extraction de réponses

### 3.2 Contenu unique, suffisant et structuré

- Pages contiennent assez de texte original pour être autonomes
- Boilerplate (passages répétés) limité
- Listes, tableaux et sections de type définition encouragés

### Pourquoi c'est important

- GEO favorise les pages citables ou paraphrasables
- Pages fines ou redondantes ignorées par humains et machines

### 3.3 Sous-navigation et architecture de l'information

- Sous-navigation reflète une hiérarchie conceptuelle, pas marketing
- Implémentable comme listes ordonnées ou non <ol> <li>
- Profondeur contrôlée (éviter >3 niveaux)

### **Pourquoi c'est important**

- IA claire améliore le maillage interne
- LLM déduisent clusters thématiques via répétition structurelle

## **4. Médias & visuels (lisibles par machines)**

### **4.1 Images comme support, pas substitut**

- Les images ne portent jamais seules une information essentielle
- Information clé toujours disponible en texte proche

### **4.2 Sémantique des images**

- ALT text descriptif (pas bourrage de mots-clés)
- Légendes si images ajoutent valeur explicative
- Préférer `<figure>` et `<figcaption>`

### **Pourquoi c'est important**

- LLM "lisent autour" des images
- Légendes souvent indexées comme contenu explicatif

### **4.3 Carrousels, sliders & contenu caché**

- Éléments hors écran légèrement visibles pour suggérer interaction
- Flèches / pagination explicites et étiquetées
- Éviter carrousels auto-rotatifs pour contenu clé

## **5. Composants et patterns d'interaction**

### **5.1 Respecter les conventions**

- Boutons ressemblent à des boutons
- Liens ressemblent à des liens
- Formulaire se comportent de manière prévisible

### **Pourquoi c'est important**

- Comportements prévisibles → engagement meilleur
- Engagement = influence indirecte sur SEO

## **5.2 Divulgarion progressive, pas obscurité**

- Révéler complexité graduellement
- Ne jamais cacher l'essentiel derrière animations

# **6. Spécifique IA générative (GEO)**

## **6.1 Pages citables**

- Définitions claires
- Explications concises
- Formulations stables

**Penser :** Cette page pourrait-elle être citée par une IA sans ambiguïté ?

## **6.2 Réduction de l'ambiguïté**

- Éviter titres vagues ou trop créatifs
- Nommer explicitement entités, lieux, produits, rôles
- Clarté > brand voice pour contenu central

## **6.3 Cohérence entre pages**

- Même concepts = mêmes noms partout
- Composants identiques = mêmes significations

### **Pourquoi c'est important**

- La confiance est construite par répétition et cohérence pour les LLM

## 7. Niveaux de priorité

### Niveau 1 – Accessibilité et sémantique (obligatoire)

- Titres et repères (headings, landmarks)
- Contraste, lisibilité
- Contenu visible sans interaction
- Composants utilisés correctement (boutons, liens, formulaires)

### Niveau 2 – Indexation et structure

- Navigation et architecture de l'information
- Maillage interne
- Clarté de l'intention de la page
- Sous-navigation et hiérarchie

### Niveau 3 – Lisibilité et qualité du contenu

- Niveau de langue (B1)
- Résumés visibles
- Contenu unique et suffisant
- Support visuel : images, légendes

### Niveau 4 – Optimisation IA générative

- Sections “citées” et explicites
- Réduction de l'ambiguïté
- Terminologie cohérente
- Relations claires entre entités et concepts