

Comment effectuer un QC

... ?

Comment effectuer un QC fonctionnel ?

Transfert: JG, JJ

Le QC fonctionnel ne respecte pas un step by step précis.

La liste ci-dessous est un concentré de ce que nous avons déjà pu trouver.

Les premiers sont quand même des grands classiques que vous remonterez souvent dans vos QC. Mieux qu'une check list, le meilleur conseil est d'ouvrir les yeux et de se mettre dans la peau d'un utilisateur.

- Tester **tous** les formulaires (messages d'erreurs du formulaire + thank you page). Attention aux différentes versions linguistiques
- Tester **vraiment** les formulaires (si il y a une * , est-ce que le formulaire est quand même envoyé ? / Si le formulaire est adaptatif, est-ce que les informations affichées sont pertinentes ? / Est-ce qu'un date picker qui demande une date de naissance doit afficher la date du jour par défaut ? / Un champ TVA obligatoire alors que le formulaire est à destination des particuliers / ... etc)
- Vérifier si les mails de confirmation sont traduits
- Vérifier les traductions sur les pages 404, de recherche
- Vérifier les traductions sur les contenus statiques (bouton, dropdown menu)
- Signaler les fautes de frappes ou de traduction de contenus
- Signaler ce qui ne semble pas logique (un contenu conseille l'utilisateur de consulter le catalogue mais il n'y a pas de lien vers celui-ci)
- Signaler les contenus test (screaming frog pour trouver des urls /loremipsum ou /test)
- Est-ce que le logo renvoie vers la home de la langue courante
- Tester les liens qui pointent vers les profils sociaux
- Des pages sans contenu (dans screaming frog, des pages légères et au poids identiques)
- Checker si les liens externes sont correctement formatés. (onglet external Screaming frog).
rechercher des liens qui ne commencent pas par http (ex: <https://www.site.com>)
- du www dans un lien mailto et réciproquement
- Signaler les liens qui pointeraient vers l'ancien site
- Est-ce que j'ai signalé qu'il fallait tester les formulaires ?
- Ouvrir tous les menus dans toutes les langues pour voir si les liens ne dépassent pas des emplacements disponibles
- Des placeholders image qui ne sont pas brandés
- Signaler les images istock qui resterait

- Signaler les photos de mauvaise qualité
- Tester aussi en mode responsive
- Sur un site au trafic important, si il y a des Google Maps, demander à l'intégrateur "tu as fais le nécessaire pour ne pas recevoir de facture ?"
- ... etc.

ATP - QC.pdf

Comment effectuer un QC SEO ?

Télécharger screaming frog - <https://www.screamingfrog.co.uk/>

username: e-connect

key: F43AE611FF-1649289600-35A1BE08F2

rem: licence screaming frog valable jusqu'au 23/03/2020

Nouvelle clé jusqu'au 25 mars 2021: 83D19A3682-1616630400-254B4248AE

Le QC SEO standard sert à ne pas mettre en ligne un site avec des fautes majeures. Nous vérifions qu'il soit crawlable et indexable

Nous assurons les redirections au besoin.

rem: Tous les QC sont dans un même mail (fonctionnel, SEO et analytics)

Essayez d'adresser au mieux les modifications à faire.

ex: un problème de contenu sera adressé au gestionnaire de projet et un problème de formulaire à l'intégrateur

Avant la mise en ligne

- ► Lancer un crawl screaming frog (SF) sur l'environnement de dev
- Dans SF, check des erreurs 500
- Dans SF, check des erreurs 404
- Dans SF, check des redirections 301/302
- Dans SF, check des noms de pages bizarre (pas de réécriture d'url, des suffixes "-copy" ou "-2")
- ► Structure de la page
- Vérifier que le H1 est unique(dans SF) et qu'il est le premier Hx dans la page (check via la console ou source du navigateur)
- Dans Quilium, renseigner le <title> de la homepage (ne pas laisser "Accueil - nom du client"). Attention aux traductions si le site est multilingue
- Dans Quilium 3, Renseigner la meta description (copier/coller d'une portion de texte de la home page)

- ► Si redirections
- Lancer un crawl screaming frog sur l'ancien site
- Se référer à la documentation sur les redirections

Lors de la mise en ligne

- Lancer un crawl screaming frog sur le site qui vient d'être mis en ligne
- Dans SF, Repasser rapidement sur les 404,301, 500
- Dans SF, vérifier qu'il n'y a pas d'url de développement (onglet external)
- Dans Quilium 2 (menu contenu > contenu > configuration), vérifier et modifier le robots.txt si le site ne peut pas être indexé par Google (doc sur le [robots.txt](#)). Pour Quilium 3, pas besoin. Le robots.txt autorise l'indexation par défaut
- Dans Google Search Console (GSC), créer une nouvelle propriété et valider la - <https://youtu.be/2So8bRg6cSs?t=79> Faites le grâce à GTM - Pas besoin si déjà existant - Attention: https est une propriété différente.
- Dans GSC, obtenez la confirmation que Google peut crawler le site en testant la homepage (inspection d'url et tester l'url en direct) - Attention, les modifs peuvent ne pas apparaitre en direct sur GSC. Utiliser Screaming Frog
- Dans GSC, demander l'indexation des homepages (/fr, /de et /en)
- Lier cette propriété GSC avec Google Analytics - <https://youtu.be/2So8bRg6cSs?t=155>

Comment effectuer un QC Hosting (mise en place des certificats)

- Noms de domaine : Réservation
- Certificat SSL #WA
- Certificat SSL #OM
- Vérification de l'adresse mail du destinataire des formulaires de contact.
- Vérification de l'adresse mail de l'administrateur du site.
- Vérification des URL de toutes les pages du site (projet.html au lieu de projet2.html).
- Activation du cache HTML
- Redirection de domaine.tld sur www.domaine.tld dans le fichier .htaccess
- Désactivation URL test dans le fichier .htaccess
- Intégration des codes Google Analytics du client dans le backend si module stats acheté
- Rétablir robot.txt.
- Check sharing (query string, og:url, count, etc)
- Activer les botLog si besoin (app.ini)
- Rajouter la date de souscription hébergement dans control panel

Usability checks

À effectuer 2 fois par an.

1. Aller sur google analytics : <https://analytics.google.com/>
2. Choisir le compte du client (XXX live)
3. Cliquer sur Audience à gauche puis technologie, puis navigateur et OS
4. Pour voir les appareils les plus utilisés : Cliquer sur Mobile puis appareil
5. Croiser les données en cliquant sur les dimensions secondaires (choisir par exemple catégorie d'appareils, navigateur & OS, Résolution d'écran)
6. Définir les scénarios en se basant sur les fonctionnalités principales du site et les objectifs suivi sur Analytics, colonne de gauche -> Administration -> Objectif.
7. Dupliquer et remplir le template

https://docs.google.com/spreadsheets/d/19HuGPaubBGKE9k-c-6G4T1_7jFXtXGzb9HUH8LuaB4w/edit#gid=39863817

Révision #9

Créé 27 August 2020 10:03:40

Mis à jour 28 September 2022 07:58:04 par Patrice Viale