SCHALL AI

Schall AI SEO Suite

Guide de l’utilisateur

> Le système SEO qui comprend votre site, collecte lui-même les données et vous dit quoi faire ensuite – avec une IA qui doit justifier chaque chiffre.

Version 0.93 · octobre 2026

Sommaire

1. Ce qu'est l'AI SEO Suite 3
2. Prérequis 4
3. Installation et licence 5
4. La configuration 6
5. Fournisseurs d'IA 8
6. Connecter Google Search Console 9
7. Chiffres de fréquentation et autres sources de données 11
8. Au quotidien 14
9. Chat et questions 22
10. Light, licence et mises à jour 23
11. Confidentialité et désinstallation 25
12. Aide en cas de problème 26
13. Trucs et astuces pour l'AI SEO Suite 28

Glossaire 47

Index 50

1. Ce qu’est l’AI SEO Suite

La Schall AI SEO Suite est un contrôleur SEO pour WordPress. Elle collecte des données, comprend votre site, repère les opportunités, les classe par importance et prépare les décisions. Elle fonctionne entièrement dans l’administration de WordPress ; les visiteuses et visiteurs de votre site ne s’aperçoivent de rien.



> Les captures d’écran proviennent d’un site de démonstration de l’entreprise fictive Nordwind Logistics, avec des données d’exemple.

- **Des enseignements plutôt qu’un déluge de données:** La suite n’affiche pas cent indicateurs, mais les quelques opportunités qui en valent la peine maintenant – chacune avec la règle qui l’a trouvée et les chiffres correspondants.
- **Obligation de preuve:** Chaque chiffre que cite l’IA provient de vos données. Elle n’affirme pas de causes : elle montre ce qui a été mesuré et sépare constat et recommandation.
- **Multilingue dès la conception:** Avec TranslatePress, la suite analyse chaque version linguistique comme un marché à part entière.
- **Pas un remplaçant de Yoast ou de Rank Math:** Les sitemaps, les balises meta et les données structurées restent du ressort de ces extensions. La suite ne modifie rien sur votre site sans que vous le demandiez.

2. Prérequis

WordPress	Version 6.9 ou ultérieure, en site unique ou en multisite
PHP	Version 8.1 ou ultérieure
Base de données	MySQL ou MariaDB
IA	Votre propre clé pour Anthropic, OpenAI, DeepSeek ou Ollama Cloud – ou Ollama sur votre serveur, ou encore sur votre propre ordinateur via le Schall AI Local Connector. Votre fournisseur vous facture directement les coûts d'IA.
Google	Un accès à votre site dans Google Search Console et un projet gratuit dans la Google Cloud Console
Facultatif	TranslatePress pour les sites multilingues, Independent Analytics, Google Analytics 4 ou Matomo pour les chiffres de fréquentation, une clé de Serper.dev pour la recherche

> La suite fonctionne aussi sans IA : elle collecte des données et trouve des opportunités selon des règles fixes. Il manque alors l'ébauche du profil du site, les explications des opportunités et le chat.

3. Installation et licence

1. Après l’achat, vous recevez un e-mail avec l’adresse de l’espace client Schall (*konto.schall-ai.de*). Connectez-vous-y avec la même adresse e-mail via un lien de connexion, téléchargez le fichier ZIP de la suite et copiez la clé de licence.
2. Dans WordPress, sous Extensions › Ajouter une extension › Téléverser une extension, choisissez le fichier ZIP de la suite et installez-le.
3. Activez l’extension. La suite commence aussitôt à collecter vos contenus en arrière-plan et ouvre la configuration (chapitre 4).
4. Activez la licence : Réglages › Schall AI › **SEO Suite** › **Licence**, saisissez la clé dans le champ **Clé de licence** et choisissez **Activer la licence**.

La clé de licence est envoyée une seule fois, directement au service de licences Schall, et n’est jamais enregistrée dans WordPress. Sans licence, la suite fonctionne en version Light, avec une vision complète et un travail limité (chapitre 10). Partout où la version Light fixe une limite, **Saisir la clé** mène directement à ce champ.

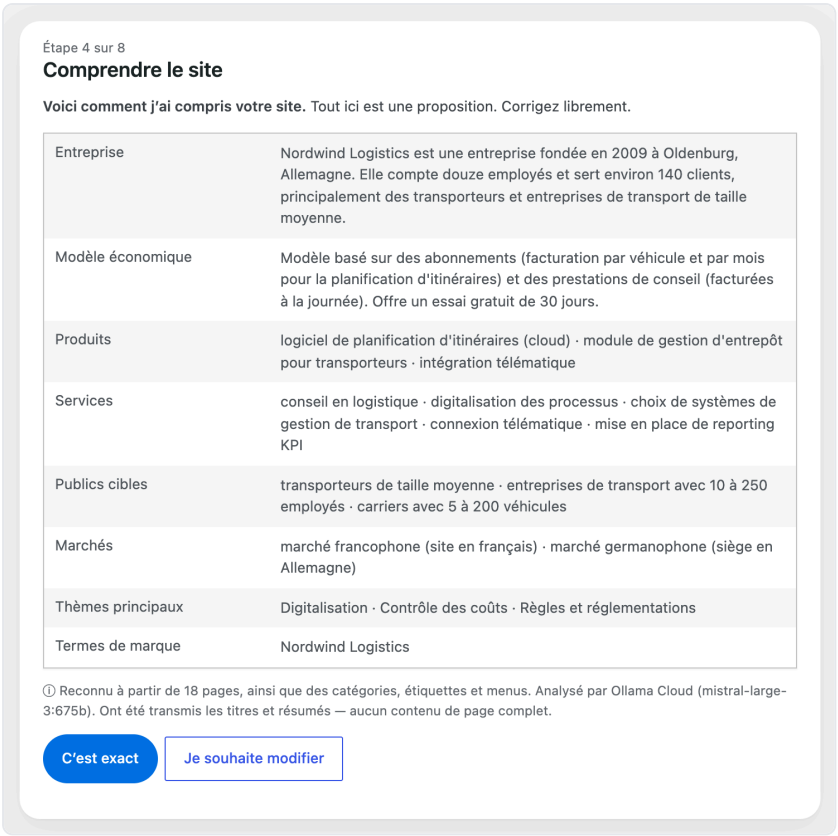
Plusieurs sites et environnements de test

Selon la formule, une licence couvre un, trois ou un nombre illimité de sites. Une copie de préproduction de votre site et jusqu’à trois installations de développement locales n’occupent pas d’emplacement supplémentaire. Un multisite compte comme une seule installation.

4. La configuration

La configuration se trouve tout en haut du menu, sous **AI SEO Suite** › **Configuration**. Un repère de couleur indique s'il manque encore quelque chose. Elle prend une dizaine de minutes ; chaque étape, sauf la collecte, peut être ignorée et reprise plus tard.

Bienvenue	Ce que fait la suite et ce qu'elle ne fait pas. **Commencer la configuration** permet de démarrer.
Fournisseur d'IA	Choix entre un fournisseur d'IA et Ollama sur votre serveur – ou **Continuer sans IA**. Détails au chapitre 5.
Collecter les contenus	La suite lit les articles et les pages dans toutes les langues ainsi que les liens entre eux. Selon la taille du site, cela prend quelques minutes. Ensuite, elle collecte les articles nouveaux ou modifiés lors de leur enregistrement.
Comprendre le site	À partir des titres et des résumés, l'IA rédige un profil du site : modèle économique, positionnement, publics cibles, offre, objectifs et marchés. Vous confirmez avec **C'est exact** ou corrigez avec **Je souhaite modifier**.
Court entretien	Cinq à dix questions, l'une après l'autre. Pour chacune, la suite montre ce qu'elle suppose déjà ; vous confirmez ou corrigez. Chaque question peut être ignorée.
Search Console	La connexion à Google (chapitre 6). La suite récupère ensuite l'historique des 16 derniers mois.
Choisir les mots-clés	La suite rassemble les requêtes pour lesquelles votre site est trouvé, les évalue et propose des mots-clés à suivre.
Terminé	Désormais, la suite travaille en arrière-plan. La vue d'ensemble se trouve sous **Aujourd'hui**.



L'étape **Comprendre le site** : l'IA a rédigé un profil à partir des titres et des extraits. Vous le confirmez avec **C'est exact** ou vous le corrigez.

> Le profil du site détermine quelles pages et quelles requêtes sont considérées comme importantes. Il vaut la peine de vérifier l'ébauche avec soin. Vous pouvez le modifier à tout moment sous **AI SEO Suite** › **Profil du site**.

5. Fournisseurs d’IA

Les réglages d’IA se trouvent sous Réglages › Schall AI › **SEO Suite** › **Fournisseur d’IA**.

Mode de fonctionnement

Économique	Petits modèles rapides. Les analyses restent plus superficielles.
Équilibré	Des modèles puissants pour les analyses, des modèles économiques pour les tâches en masse. Le réglage par défaut.
Qualité maximale	Partout les modèles les plus puissants disponibles, pour un coût plus élevé.
Local uniquement	Uniquement Ollama sur votre serveur. Aucune requête d’IA ne quitte vos murs ; les analyses sont plus simples.

Fournisseurs et clés

Saisissez la clé API du fournisseur souhaité, choisissez **Charger les modèles**, puis **Tester la connexion**. La clé est enregistrée chiffrée. Sous **Confidentialité et données**, l’option **Partager les identifiants** permet à la suite d’utiliser aussi les clés d’autres extensions Schall.

Modèle par tâche et budget

Si vous le souhaitez, vous pouvez fixer un modèle pour chaque tâche ; sinon, c’est le mode de fonctionnement qui décide. Le **Budget journalier** limite, en caractères, ce qui est envoyé chaque jour à l’IA. Une fois épuisé, le travail de l’IA s’interrompt jusqu’au lendemain ; toutes les autres analyses continuent.

L’IA sur votre propre ordinateur

Avec le Schall AI Local Connector, la suite pourra aussi utiliser Ollama sur votre propre Mac ou PC Windows – chiffré de bout en bout et sans ouverture de port. Le Connector arrivera plus tard ; dès qu’il sera disponible au téléchargement, une mise à jour de la suite indiquera son adresse sous Réglages › Schall AI › IA locale. Une licence active sera requise.

> Les modèles plus grands produisent de meilleurs profils et de meilleures réponses. Les petits modèles locaux répondent nettement moins bien aux questions sur vos données.

6. Connecter Google Search Console

La Search Console est la source de données la plus importante : elle est la seule à fournir de vraies données de recherche – requêtes, impressions, clics et positions. La connexion se trouve sous **AI SEO Suite** › **Connexions**. Il existe deux options ; la suite se contente de lire et n'écrit rien dans la Search Console.

Option 1 : connexion via Google

1. Créez un projet dans la Google Cloud Console ou choisissez-en un existant.
2. Sous « API et services », activez la « Google Search Console API ».
3. Configurez l'écran de consentement OAuth (dans les consoles récentes « Google Auth Platform ») : avec Google Workspace, choisissez le type d'utilisateur « Interne », sinon « Externe », puis publiez l'application (statut « En production »).
4. Sous « Identifiants », créez un ID client OAuth de type « Application Web » et saisissez comme adresse de redirection celle que la suite affiche sous **Connexions**.
5. Enregistrez l'ID client et le code secret du client dans la suite (**Enregistrer les données d'application**) et choisissez **Se connecter avec Google** – avec le compte qui a accès au site dans la Search Console.
6. Choisissez la propriété de votre site, puis **Utiliser la propriété**.

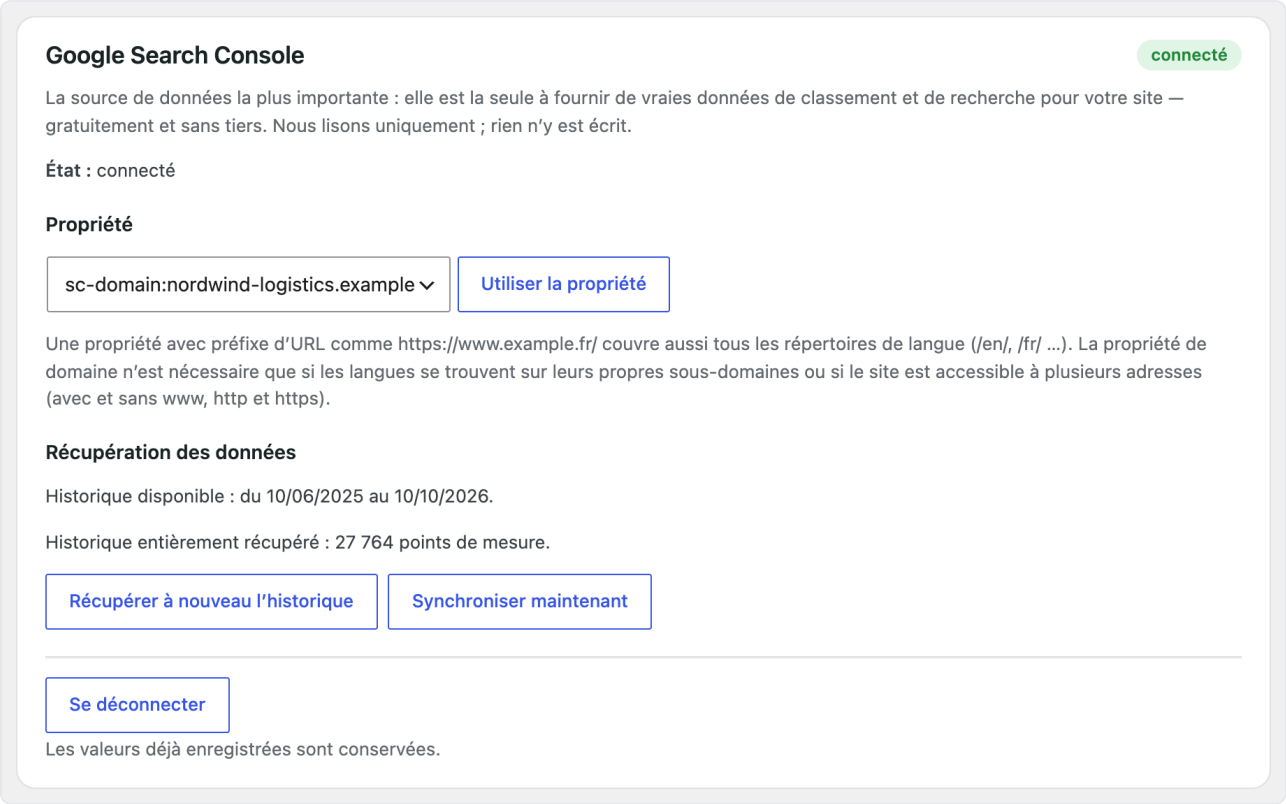
> Pour une application au statut « Test », la connexion prend fin au bout de sept jours. Publiez donc l'application. Le message « Google n'a pas validé cette application » lors de la connexion est normal pour votre propre application : continuez via « Paramètres avancés ».

Option 2 : compte de service

1. Dans la Google Cloud Console, activez la « Google Search Console API » (comme ci-dessus).
2. Sous « IAM et administration » › « Comptes de service », créez un compte de service et une clé au format JSON.
3. Collez le contenu du fichier JSON dans la suite et choisissez **Enregistrer le compte de service**.
4. Dans la Search Console, sous « Paramètres » › « Utilisateurs et autorisations », ajoutez comme utilisateur l'adresse du compte de service affichée.
5. Choisissez la propriété, puis **Utiliser la propriété**.

Après la connexion

La suite récupère une fois l'historique des 16 derniers mois, puis chaque jour les nouvelles journées. Google fournit les données avec deux à trois jours de décalage. Ce que Google supprime au-delà de 16 mois est perdu – plus la connexion est établie tôt, plus l'historique conservé est long.



Connexions après la première récupération : la propriété choisie et l'historique entièrement récupéré.

7. Chiffres de fréquentation et autres sources de données

La suite compte les visites à partir d'une seule source des visites. Laquelle, et où en sont les autres, est indiqué sous **AI SEO Suite** › **Connexions**, dans la section **Chiffres de fréquentation**. La suite ne fait qu'y lire ; elle ne modifie rien à la source.

Independent Analytics	Une extension dans la même installation WordPress, sans tiers. Rien à configurer : dès qu'elle enregistre des visites, la suite les reprend. Les objectifs atteints ne sont fournis que par la version Pro.
Google Analytics 4	Via le même accès Google que la Search Console. Les objectifs atteints sont les événements clés, comptés par page d'entrée.
Matomo	Matomo Cloud, votre propre serveur Matomo ou l'extension Matomo for WordPress dans la même installation. Les objectifs atteints sont les objectifs Matomo, comptés par page d'entrée.

Ce qu'une autre source a fourni reste enregistré, mais n'est pas compté. Ainsi, les visites ne sont jamais comptées deux fois, même si deux sources connaissent les mêmes jours. Tant que vous ne choisissez rien d'autre, Independent Analytics compte dès qu'il enregistre des visites. À partir de la provenance des visites, **Pages** › **Visiteurs IA** indique combien venaient de ChatGPT, Perplexity, Gemini, Copilot ou Claude.



Chiffres de fréquentation sous **Connexions** : Independent Analytics compte ; Google Analytics 4 et Matomo s'ajoutent avec **Configurer**.

Configurer Google Analytics 4

La connexion à la Search Console est requise (chapitre 6). Sous **Chiffres de fréquentation**, choisissez **Configurer** à côté de Google Analytics 4 ; la suite affiche trois étapes :

1. Donner l’accès. Avec un compte de service : dans Google Analytics, ajouter son adresse sous Administration › Gestion des accès à la propriété avec le rôle « Lecteur », puis choisir **Configurer Google Analytics**. Avec la connexion via Google : choisir **Se connecter à Google et autoriser Google Analytics** ; le compte a lui aussi besoin du rôle « Lecteur » dans la propriété.
2. Dans la Google Cloud Console, activer la « Google Analytics Data API » et, pour la liste des propriétés, aussi la « Google Analytics Admin API ». Sans elle, vous saisissez l’ID de propriété à la main.
3. Choisir la propriété, déterminer quels événements clés comptent comme objectifs atteints et choisir **Enregistrer et vérifier**.

> L’ID de propriété est un nombre, qui se trouve dans Google Analytics sous Administration › Informations sur la propriété – et non l’ID de mesure commençant par « G- ». Avec une bannière de cookies, Google Analytics ne compte généralement que les visites avec consentement ; ses chiffres sont donc souvent inférieurs à ceux d’un comptage sans cookies.

Configurer Matomo

Sous **Chiffres de fréquentation**, choisissez **Configurer** à côté de Matomo et déterminez le mode d’accès :

Matomo for WordPress dans cette installation	La suite lit directement les rapports de l’extension – sans identifiants, et aucune donnée ne quitte le serveur. Ce choix n’apparaît que si l’extension est active.
Matomo Cloud ou votre propre serveur Matomo	L’adresse à laquelle Matomo est accessible dans le navigateur, l’ID du site (dans Matomo sous Administration › Sites web › Gérer) et un jeton (sous Administration › Personnel › Sécurité). Idéalement, le jeton appartient à un utilisateur dédié qui peut seulement consulter ce site.

Ensuite, **Enregistrer et vérifier**. Après la première vérification, vous pouvez choisir quels objectifs comptent ; par défaut : **Tous les objectifs du site**. Le comptage se fait par page d’entrée, comme dans Matomo sous Objectifs › Pages d’entrée.

> Le jeton est enregistré chiffré et n’est plus jamais affiché ; un champ vide conserve le jeton enregistré. Matomo ne fournit que ce qu’il a déjà archivé. Si l’archivage déclenché par le navigateur est désactivé – courant avec Matomo for WordPress –, les nouveaux jours n’apparaissent qu’après le passage du planificateur de Matomo.

Vérifier, comparer, changer

Enregistrer et vérifier teste l’accès étape par étape. Si une étape échoue, la suite indique la marche à suivre – par exemple le rôle manquant, l’API désactivée avec un lien ou un jeton refusé. Si la vérification réussit, un aperçu montre les visites des 28 derniers jours à côté de celles de la source active, ain-

si que **Dont attribuées à une page** et les pages d'entrée les plus fréquentes. Si cette part est nettement inférieure à 90 %, les adresses de la source ne correspondent pas à vos pages.

Ce n'est qu'alors qu'apparaît **Passer à Google Analytics 4** ou **Passer à Matomo**. Après le changement, la suite importe en arrière-plan l'historique de la nouvelle source, recalcule les opportunités et les marchés linguistiques et consigne le changement dans la **Chronologie**. Pendant dix minutes, **Annuler** le défait ; plus tard, **Utiliser comme source** ramène à la source précédente.

> Chaque outil compte différemment – avec ou sans consentement, avec ses propres règles pour les robots et les sessions. Après un changement, les chiffres de visites changent donc presque toujours. Comparez d'abord dans l'aperçu.

Supprimer les données d'une source

Ce qu'a fourni une source qui ne compte pas actuellement est retiré de la suite avec **Supprimer les données de cette source**. Tout reste conservé dans la source elle-même, de même que ses réglages ; un changement ultérieur récupère à nouveau l'historique. Les données de la source active ne peuvent pas être supprimées.

Autres sources de données

TranslatePress	La suite détecte elle-même les langues et analyse chaque version linguistique comme un marché à part entière (**Marchés linguistiques**). WPML et Polylang ne sont pas pris en charge. Les visites d'Independent Analytics valent pour toutes les langues d'un article, car il ne conserve qu'une seule adresse par article.
Recherche	Avec une clé de Serper.dev sous Réglages › Schall AI › **SEO Suite** › **Recherche**, l'assistant peut inclure des résultats de recherche et des pages publiques de tiers. Sur demande, la suite indique aussi une fois par semaine qui vous devance sur vos mots-clés (Mots-clés › Concurrents).
Schall Internal Links AI	Si l'extension est installée, la suite peut demander des suggestions de liens internes pour une page.
Schall AI Banner Studio	Si l'extension est installée, **Créer une bannière dans Banner Studio** ouvre, depuis le dossier de page, une nouvelle bannière ayant cette page pour cible. Les versions récentes de Banner Studio reprennent déjà les textes, le thème et la langue de la page, à partir de 0.18.0 aussi les catégories, les étiquettes et les requêtes les plus fortes, et créent aussitôt trois brouillons IA. Elle n'est enregistrée que là-bas.
Vos propres applications	Sous **Connexions**, **Créer une clé** crée une clé REST pour l'**Interface pour SchallOS**.

8. Au quotidien

Les vues de travail se trouvent dans le menu **AI SEO Suite** :



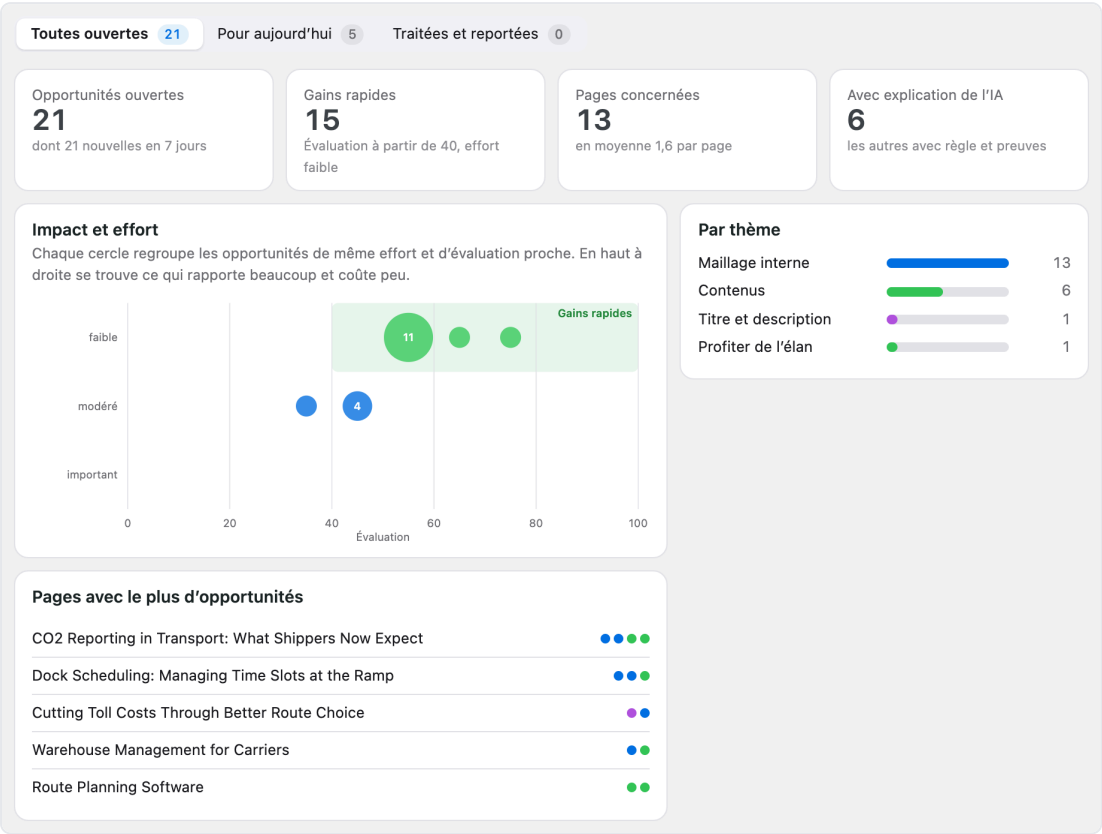
Aujourd'hui : les indicateurs de la période choisie comparés à la période précédente, avec l'évolution en dessous. Le point sur l'axe du temps signale une modification de contenu.

Aujourd'hui	La vue d'ensemble en vignettes : indicateurs, graphiques et listes sur les clics, les impressions, les visites, la visibilité, les opportunités et les actions. En haut à droite, vous choisissez la période, de 7 jours à 16 mois. Avec **Personnaliser**, vous affichez ou masquez des vignettes, les ordonnez et décidez si la comparaison porte sur la période précédente ou sur l'année précédente ; **Rétablir la configuration par défaut** rétablit la sélection d'origine.
Opportunités	Des possibilités trouvées selon des règles fixes, chacune avec ses preuves, souvent un gain de clics possible, et une explication de l'IA. **Toutes ouvertes** les présente en liste avec une vue d'ensemble, des filtres et une recherche, **Pour aujourd'hui** les cinq retenues pour aujourd'hui, **Traitées et reportées** le reste. Avec **Traitée** ou **Reporter**, vous notez ce que vous en faites – aussi pour plusieurs à la fois avec les cases à cocher et **Tout sélectionner** ; **Rouvrir** en fait revenir une. Sous la liste, vous l'enregistrez au format CSV avec les mêmes filtres.

Pages	Toutes les pages collectées avec leurs indicateurs et l'évolution des 16 dernières semaines ; **en baisse depuis 3 mois** signale trois mois de baisse consécutifs. Un clic ouvre le **Dossier de page** avec 16 mois d'évolution et l'année précédente, les requêtes, les versions linguistiques et les liens.
Veille	Un onglet sous **Pages**, uniquement avec Content Radar : vos propres pages dont le sujet mérite une veille, chacune avec son importance et les raisons mesurées. **Transmettre pour la veille** crée un brouillon dans Content Radar ; aucune recherche n'est lancée avant que vous ne le validiez là-bas. Les principales suggestions ouvertes figurent aussi sur **Aujourd'hui** ; **Ne plus afficher ici** en masque une.
Mots-clés	Toutes les requêtes semaine après semaine — groupes de positions, visibilité, taux de clics par position, marque, cannibalisation, concurrents, gagnants et perdants — ainsi que les termes suivis et les candidats. Sous **Toutes les requêtes**, vous choisissez la langue directement à la liste.
Liens	Le maillage interne : liens éditoriaux et structurels, pages sans lien depuis un contenu et profondeur de clic ; en plus, les onglets **Vidéos** avec toutes les vidéos intégrées et **Liens cassés** avec les liens défectueux.
Marchés linguistiques	La comparaison des versions linguistiques, avec la part de chaque marché dans l'ensemble des clics par mois. Uniquement sur les sites multilingues.
Chronologie	L'axe du temps des mesures et des actions avec la courbe des clics ; chaque action indique les clics des 28 jours avant et après. Vous consignez vos propres actions sous forme de note.
Rapports	Rapport mensuel avec résumé de l'IA, en PDF ou par e-mail.
Profil du site	Le profil de votre site et l'entretien.
État	L'état technique : base de données, file d'attente, fournisseur d'IA et sources de données.

Dans le **Cockpit**, sous Réglages › Schall AI, la suite affiche ses opportunités ouvertes et ses défauts de liens confirmés. Sous **Requiert votre attention**, elle signale une chute dans la recherche Google, une configuration incomplète, des liens défectueux, des opportunités recommandées demandant peu d'effort et une connexion Google expirée ; un clic mène à la page concernée. Sous **En ce moment** fi-

gurent ses tâches en cours et en attente, avec la raison de l'attente ; les exécutions en plusieurs étapes, comme la reprise de l'historique de la Search Console, apparaissent comme une seule tâche avec sa progression.



Opportunités avec l'onglet **Toutes ouvertes** : la vue d'ensemble au-dessus de la liste – opportunités ouvertes, gains rapides, pages concernées, impact et effort, thèmes et pages avec le plus d'opportunités. Un clic sur un élément filtre la liste en dessous.



Une opportunité dans **Opportunités** : les valeurs mesurées avec leur source, l'évaluation vérifiable, l'explication de l'IA et la recommandation.

> La suite n'indique pas de causes. Si les clics baissent alors qu'un titre a été modifié au même moment, les deux événements figurent côte à côte dans la chronologie – c'est à vous de juger si l'un a entraîné l'autre.

Concurrents

Avec une clé Serper.dev (chapitre 7), la suite vérifie une fois par semaine, pour chaque mot-clé suivi, qui vous devance sur Google – depuis un lieu situé dans le pays de la langue, sans connexion. Vous l'activez sous Mots-clés › Concurrents avec **Activer**. Les requêtes se répartissent sur les passages quotidiens de la semaine, avec une limite journalière et de la place pour les autres extensions Schall dans le quota commun ; une requête coûte environ 0,1 cent US chez Serper.dev, et le coût de la semaine figure dans le tableau d'état. **Qui vous devance** liste les domaines avec leur part du top 10 et l'évolution par rapport à la semaine précédente. Si un domaine vous appartient, par exemple un second site, **Exclure** le retire – rétroactivement aussi ; tous figurent sous **Domaines exclus**.

Trier les listes et favoris

Un clic sur le titre d'une colonne trie n'importe quelle liste ; un second clic inverse l'ordre, une flèche indique le sens. Les lignes sans valeur restent en bas dans les deux sens, et les listes de plusieurs pages sont triées sur toutes les pages. Sous Mots-clés › **Suivis**, l'étoile ☆ d'une ligne marque un mot-clé comme favori : une petite fenêtre affiche les catégories sous forme d'emojis, la proposition entourée de pointillés – **Marque**, dans le top 3 **Défendre**, en positions 4 à 15 **Tremplin**, sinon selon l'inten-

tion **Commercial**, **Guide** ou **Autres**. La barre au-dessus du tableau n'affiche que les **Favoris** ou une catégorie ; sous le tableau, **Modifier les catégories des favoris** permet de changer l'emoji et le nom et d'ajouter les vôtres. Les favoris valent pour tous les utilisateurs du site.

Vidéos

Sous Liens › **Vidéos**, la suite répertorie toutes les vidéos intégrées de votre site : YouTube avec Shorts, directs et playlists, Vimeo, ARTE, ARD, ZDF et 3sat, vos propres fichiers vidéo, d'autres lecteurs dans un iFrame et les intégrations via WP YouTube Lyte. Chaque vidéo n'apparaît qu'une fois dans la liste, même si elle figure dans plusieurs articles ; **Utilisée** compte ses emplacements. Activez le module sous Réglages › Schall AI › **SEO Suite** › **Vidéos** avec **Recenser les vidéos** ; la suite lit alors une fois en arrière-plan tous les articles et pages publiés, puis chaque article enregistré.

La suite récupère le titre d'une vidéo, avec la chaîne, auprès de YouTube et de Vimeo ; sinon, elle le reprend de la mention de source placée dessous, par exemple « Titre | Émission | Chaîne », ou de la légende d'un bloc d'intégration – l'information tirée de l'article est conservée même si la vidéo disparaît un jour. Un clic sur le titre affiche chaque emplacement avec l'intertitre qui précède et le texte autour de la vidéo. **Laisser tel quel** marque les vidéos qui doivent rester telles quelles ; **Télécharger en CSV** enregistre la liste filtrée. La suite ne modifie aucun article.

La colonne **Aperçu** affiche la miniature officielle de YouTube ou de Vimeo. La suite la récupère en arrière-plan, l'enregistre en deux tailles dans le dossier des téléversements et l'actualise chaque semaine ; vos visiteurs n'en chargent rien depuis YouTube. En dessous figure son origine : « officielle », « image fixe » ou « pas d'image ». Dans la vue détaillée, **Regarder en direct** n'affiche le vrai lecteur qu'au clic – vous voyez ainsi si la vidéo est lisible aujourd'hui ; **Actualiser l'aperçu** récupère aussitôt l'image et le titre. Pour vos propres fichiers vidéo, **Créer une image fixe** crée une miniature à partir de la vidéo. Si vous ne voulez aucune requête vers YouTube et Vimeo, allez dans Réglages › Schall AI › **SEO Suite** › **Vidéos** et décochez **Récupérer titres et miniatures depuis YouTube et Vimeo**.

La suite vérifie en arrière-plan si une vidéo se lit encore, à intervalle fixe, chaque semaine par défaut : elle interroge YouTube et Vimeo via oEmbed et cherche vos propres fichiers vidéo dans le dossier des téléversements. La colonne **Statut** affiche « disponible », « problématique » – la vidéo ne se lit pas pour tout le monde, par exemple parce que l'intégration n'est pas autorisée –, « disparue » – supprimée, privée ou retirée – ou « pas encore clair ». La suite ne retient un résultat négatif que lorsqu'une deuxième vérification, au plus tôt 20 heures plus tard, donne le même ; d'ici là, la liste indique « Confirmation en cours ». La vue détaillée indique la raison, les dernières vérifications et chaque changement ; **Revérifier** interroge aussitôt. Si vous avez lu la vidéo avec **Regarder en direct**, notez ce que vous avez vu avec **Se lit** ou **Ne se lit pas**. L'onglet **Journal des vérifications** montre combien de vérifications ont eu lieu aujourd'hui et les derniers changements de toutes les vidéos ; **Vérifier maintenant les vidéos à échéance** lance aussitôt la tournée suivante. La chronologie signale les vidéos disparues et limitées sous « Depuis votre dernière visite », et sous Liens › **Liens cassés** elles figurent dans la section **Vidéos défectueuses**.

Sous Réglages › Schall AI › **SEO Suite** › **Vidéos**, vous activez ou désactivez la vérification avec **Vérifier régulièrement les vidéos** et choisissez l'**Intervalle de vérification** et les **Vérifications par jour**. Si le budget journalier ne suffit pas pour vérifier toutes les vidéos dans l'intervalle choisi, cette page et la

page d'état indiquent le budget nécessaire ; les confirmations dues de vidéos disparues passent toujours en premier. Sans clé, la suite ne peut pas distinguer sur YouTube si une vidéo est privée ou si l'intégration a été interdite. Avec une clé gratuite de la Google Cloud Console – activer YouTube Data API v3, créer une clé API et la limiter à cette API –, elle indique la raison exacte et vérifie 50 vidéos en une requête. Saisissez-la sous **Clé de la YouTube Data API** ; elle est enregistrée chiffrée et n'est plus jamais affichée. Aucune donnée de vos visiteurs ne sort.

Aperçu sur le site

Sous Réglages › Schall AI › **SEO Suite** › **Vidéos** › **Aperçu sur le site**, la suite remplace les lecteurs de YouTube et de Vimeo dans vos articles par leur miniature avec un bouton de lecture – comme le fait WP YouTube Lyte. L'image provient du dossier de téléversement de votre site ; seul un clic charge le lecteur, YouTube via youtube-nocookie.com. Avant cela, aucune connexion n'est établie avec YouTube, Google ou Vimeo. Sont reconnus les iframes ordinaires, les adresses seules sur une ligne, les blocs d'intégration et les notations de Lyte, c'est-à-dire les lignes `httpv://` et le shortcode `[lyte]`. Une vidéo disparue affiche **Cette vidéo n'est plus disponible.**, une vidéo qui ne peut pas être intégrée devient un lien vers le fournisseur. Dans le flux, l'image figure avec un lien vers l'article ; les extraits omettent la vidéo.

Par défaut, l'aperçu est désactivé. En mode test, seuls les administrateurs connectés le voient, tous les autres visiteurs voient les vidéos comme avant – vous comparez ainsi sur de vrais articles. Si WP YouTube Lyte est actif, la suite reprend son travail à chaque affichage avec son aperçu ; Lyte lui-même et ses réglages restent intacts. Si les vidéos s'affichent correctement, activez l'aperçu pour tous, videz le cache de pages, puis désactivez Lyte. **Mention sous la vidéo** contient une courte mention de confidentialité ; si une politique de confidentialité est définie dans WordPress, un lien vers celle-ci suit. Pour reprendre votre texte de Lyte, utilisez **Reprendre la mention de WP YouTube Lyte et enregistrer**.

Convertir les intégrations Lyte

WP YouTube Lyte enregistre les vidéos sous forme de ligne `httpv://` ou de shortcode `[lyte]`. L'aperçu de la suite comprend les deux même sans Lyte – mais si un jour la suite était elle aussi supprimée, la publication ne contiendrait que du texte. S'il existe de tels emplacements, l'onglet **Convertir Lyte** apparaît sous Liens › **Vidéos**. L'**Essai à blanc** montre chaque emplacement de chaque publication, ancien → nouveau : dans l'éditeur de blocs, un bloc paragraphe, shortcode ou HTML qui ne contient que la ligne Lyte devient un bloc d'intégration ; dans l'éditeur classique, la ligne devient l'adresse YouTube sur sa propre ligne ; l'heure de début et la playlist sont conservées. Les emplacements au milieu du texte et les intégrations audio seules (`httpa://`) restent tels quels. Seul **Convertir les publications choisies** modifie les publications choisies – en arrière-plan et avec d'abord une révision de chacune –, et la chronologie consigne « Intégrations Lyte converties ». Rien ne change pour les visiteurs.

Médiathèques

La suite vérifie les vidéos d'ARTE, de l'ARD Mediathek, de la ZDF et de 3sat à partir des informations des chaînes : si une vidéo est accessible et intégrable, si elle n'est diffusée que le soir ou exige une connexion – et jusqu'à quand elle reste disponible. La liste affiche « jusqu'au … », la vue détaillée **Dis-**

ponible jusqu'au et les **Conditions** des chaînes : intégration uniquement à des fins non commerciales et uniquement avec leur code inchangé. Quatorze jours avant l'expiration, l'historique signale la vidéo pour que vous puissiez chercher un remplacement à temps. La suite récupère aussi le titre et la miniature auprès de la chaîne ; l'aperçu sur le site couvre aussi leurs lecteurs, et le clic charge le lecteur inchangé de la chaîne, que vous lancez ensuite une seconde fois. Sous Réglages › Schall AI › **SEO Suite** › **Vidéos** › **Médiathèques (bêta)**, vous activez chaque chaîne séparément. Les interfaces des chaînes ne sont pas documentées : si l'une répond trois fois de suite dans un format inconnu, sa vérification est suspendue jusqu'à la prochaine mise à jour.

Remplacer les vidéos disparues

Si une vidéo a disparu ou est restreinte, sa vue détaillée affiche la section **Remplacement**. **Chercher un remplacement** fait d'abord déterminer par l'IA le rôle que joue la vidéo dans l'article – par exemple entretien, discours ou tutoriel – et ce qu'un remplacement doit conserver. Ensuite, la recherche web de la recherche (Serper.dev) cherche sur YouTube, ARTE, l'ARD et la ZDF, la suite vérifie chaque résultat comme une vidéo intégrée, et l'IA juge s'il peut reprendre ce rôle. Les cinq meilleurs apparaissent comme propositions : avec miniature, chaîne, date, durée, langue, un score sur 100 en cinq parties et la justification. Des avertissements indiquent ce que vous devriez vérifier avant de l'adopter, par exemple une autre chaîne que l'original ou une date d'expiration dans la médiathèque. Une recherche nécessite jusqu'à trois recherches web et deux requêtes d'IA ; elle ne se lance jamais d'elle-même, et dans la version Light une fois par jour. Vous choisissez plusieurs vidéos à la fois dans la liste ; l'onglet **Propositions de remplacement** montre toutes les propositions ouvertes.

Adopter … montre pour chaque publication et chaque emplacement ce qui change ; vous choisissez les emplacements et si la mention de source sous la vidéo est adaptée elle aussi. Seul **Remplacer maintenant** modifie la publication : seule l'intégration est échangée, sa forme reste – une iframe reste une iframe, une ligne Lyte une ligne Lyte. Auparavant, la suite enregistre l'état précédent comme révision, et la chronologie consigne « Vidéo remplacée ». Si les révisions ne sont pas activées pour ce type de publication ou si la publication a été modifiée depuis le relevé, la suite ne change rien. **Rejeter** retire une proposition de la liste ; une nouvelle recherche ne la proposera plus.

Les vidéos dans toute la suite

Sur « Aujourd'hui », vous pouvez afficher la tuile **Vidéos** : les vidéos disparues et restreintes en nombre, en dessous celles non vérifiées depuis longtemps et celles avec des propositions de remplacement ; un clic mène à l'inventaire. Dans « Opportunités », les pages contenant une vidéo qui n'est plus lisible apparaissent comme « Remplacer la vidéo » et les pages dont le VideoObject comporte des erreurs comme « Corriger le VideoObject », toutes deux sous le thème **Vidéos**. Le rapport mensuel contient la section **Maintenance** avec les vidéos disparues dans le mois, les vidéos de médiathèque qui expirent dans les 30 prochains jours et les liens nouvellement cassés. Avec **Alerte immédiate de maintenance par e-mail** sous « Rapports », un e-mail arrive dès qu'une vidéo a disparu de façon confirmée ou que cinq liens sont nouvellement cassés – au plus un par jour.

Dans sa section **Vidéos**, le dossier de page montre chaque vidéo de la page avec son état et, en dessous, comment Google voit la vidéo : une fois par semaine, la suite lit la page comme un moteur de recherche la récupère et vérifie le VideoObject – champs obligatoires, adresse du lecteur, miniature, ex-

piration et s'il décrit une vidéo disparue. Si la vidéo complète un texte plus long, il est indiqué que Google n'affiche pas de résultat vidéo ici et que c'est normal. **Vérifier le VideoObject maintenant** relance la vérification immédiatement. La liste des pages propose la colonne **Indications vidéo**. Dans le tableau de bord de WordPress, un widget affiche les clics de la période choisie en dernier sur « Aujourd'hui », les avertissements – ou **Tout va bien** – et les trois **Opportunités les plus importantes** ; il ne lit que des données précalculées et n'envoie aucune requête vers l'extérieur. Dans le chat, la suite répond à des questions comme « Quelles vidéos ont disparu ? ».

Liens cassés

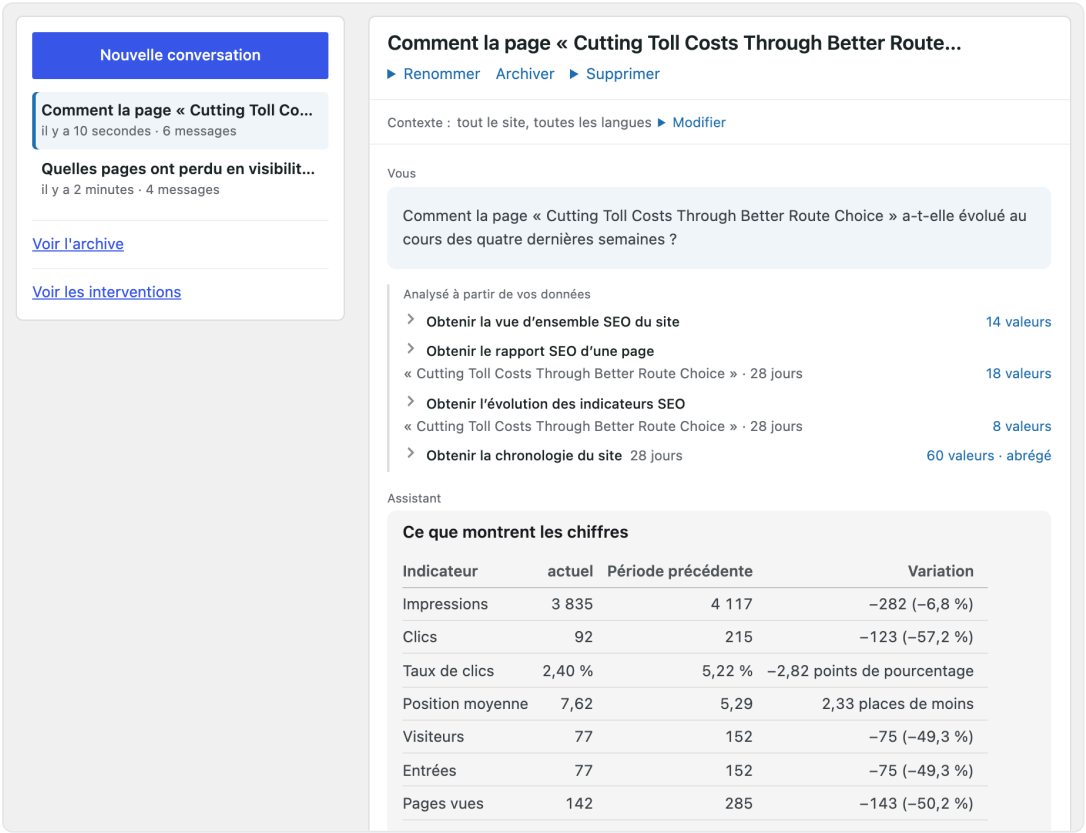
Sous Liens › **Liens cassés**, la suite vérifie d'elle-même si les adresses liées sont encore accessibles : les liens sains tous les 30 jours, les cassés et incertains tous les 3 jours, les nouveaux dans l'heure qui suit l'enregistrement. Chaque adresse n'apparaît qu'une fois, même si elle figure dans de nombreux articles et versions linguistiques. **Cassés** signifie confirmé : une page inexistante ne compte que lorsqu'une deuxième vérification, au plus tôt 24 heures plus tard, donne le même résultat, un serveur sans réponse seulement après trois jours. Si un serveur n'autorise pas les requêtes automatiques, l'adresse figure sous **Refusés ou incertains** – ouvrez-la vous-même et marquez-la **Pas cassé** si elle fonctionne. Les **Redirections** fonctionnent, mais la cible a déménagé ; la nouvelle adresse figure en dessous.

Trouvé dans liste tous les articles contenant le lien. **Voir la page** et **Ouvrir dans l'éditeur** ouvrent un nouvel onglet. **Supprimer le lien** montre d'abord les endroits avec le texte avant et après et, après confirmation, ne retire que le lien, son texte reste ; WordPress enregistre l'état précédent comme révision. **Modifier le lien** montre les mêmes endroits et, après confirmation, insère une nouvelle adresse cible ; si le lien redirige, sa cible figure déjà dans le champ. Les deux fonctionnent aussi dans les blocs HTML personnalisé, la modification également dans les blocs bouton et image. Seulement là où un bloc enregistre l'adresse dans ses propres réglages, par exemple une intégration, modifiez-la dans l'éditeur. Sous Réglages › Schall AI › **SEO Suite** › **Vérification des liens**, vous réglez les intervalles, désactivez la vérification automatique ou saisissez sous **Ne jamais vérifier** les domaines à ne jamais interroger.

9. Chat et questions

Sous **AI SEO Suite** › **Chat**, vous discutez de votre site avec l'assistant. Il consulte les analyses de la suite et indique pour chaque réponse sur quoi elle repose : vos données, des connaissances spécialisées ou les deux.

- **Depuis chaque vue:** Le bouton **En parler dans le chat** sur Aujourd'hui, dans les opportunités, dans le dossier de page et dans les liens prépare une question adaptée. Elle n'est envoyée que lorsque vous l'envoyez vous-même.
- **À la voix:** Le microphone du champ de saisie utilise la reconnaissance vocale de votre navigateur.
- **Proposer, pas agir:** Si vous demandez une modification à l'assistant – par exemple suivre un mot-clé –, il la propose. Elle n'est effectuée qu'avec **Exécuter** ; avec **Rejeter**, tout reste en l'état. **Voir les interventions** affiche toutes les interventions.
- **Organiser les conversations:** Les conversations peuvent être renommées, archivées et supprimées. Elles appartiennent au compte utilisateur qui les a menées.



Une question dans le **Chat** : l'assistant consulte le rapport de la page et répond à partir de ces valeurs – signalé par la mention « à partir de vos données ».

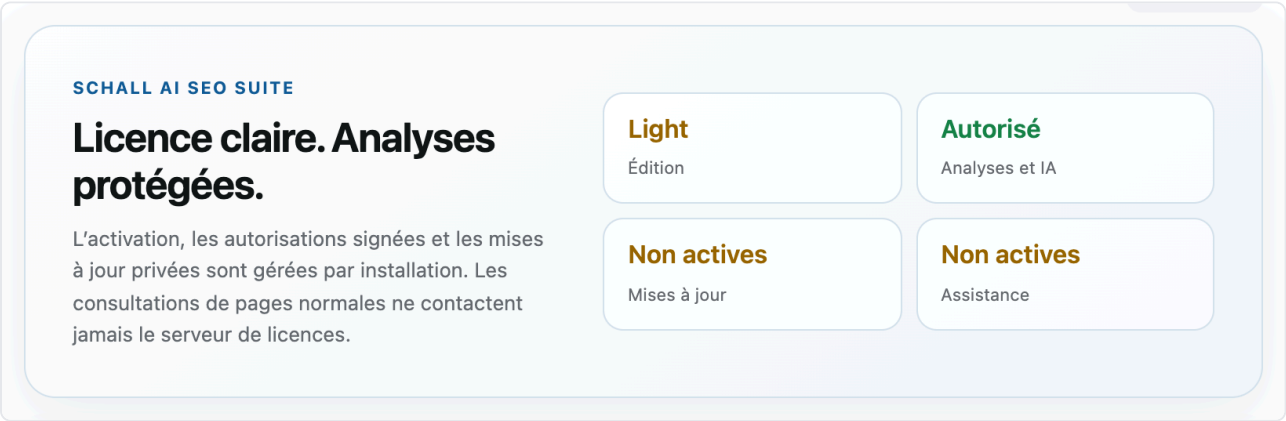
Sous **AI SEO Suite** › **Chat** › **Questions**, huit questions prêtes à l'emploi suivent un déroulement fixe, par exemple quelles pages perdent en visibilité ou pour quelles requêtes on vous trouve. Vous pouvez aussi y poser vos propres questions.

10. Light, licence et mises à jour

Sans licence active, la suite fonctionne en version Light : elle montre tout, mais limite le travail quotidien et ce qui s'accumule au fil des semaines.

Domaine	Light	Avec licence
Vue d'ensemble, analyse des pages, synchronisation	complètes	complètes
Questions à l'assistant	5 par jour	illimité
Explications des opportunités	3 par jour	toutes
Mots-clés suivis	10	200
Marchés linguistiques	1	tous
Chronologie	14 derniers jours visibles	complète
Vidéos vérifiées	10	toutes
Vidéos avec aperçu sur le site	10	toutes
Liens vérifiés	200	tous
Recherche de remplacement pour les vidéos	1 par jour	illimité

Même dans la version Light, tout est enregistré ; après l'activation, toute la chronologie est disponible rétroactivement. Rien n'est supprimé. Là où la version Light fixe une limite, **Acheter une licence** mène à la page du produit. À côté, **Saisir la clé** mène directement au champ de la clé de licence.



Haut de la page de licence dans la version Light : analyses et IA autorisées, mises à jour et support inactifs.

Mises à jour

Avec une licence active, les mises à jour apparaissent comme d'habitude sous Tableau de bord › Mises à jour. Chaque paquet est signé et vérifié avant l'installation. Les mises à jour automatiques sont désactivées pour la suite – c'est vous qui décidez quand une mise à jour est installée.

À la fin de la période de validité

Lorsqu'une licence annuelle arrive à échéance, la dernière version à laquelle vous aviez droit continue de fonctionner sans les limites de la version Light ; les nouvelles mises à jour et l'assistance prennent fin. Une licence à vie reçoit des mises à jour de façon permanente et douze mois d'assistance à compter de l'achat. Si un achat est remboursé, la suite fonctionne de nouveau comme version Light ; les données collectées sont conservées.

Transférer une licence

Désactiver la licence sur ce site libère l'emplacement ; activez ensuite la licence sur le nouveau site. **Vérifier la licence maintenant** compare immédiatement l'état avec le service de licences ; sinon, cela se fait une fois par jour en arrière-plan. L'espace client Schall affiche tous les sites qui occupent un emplacement et permet aussi d'en libérer un, par exemple lorsque l'ancien site ne fonctionne plus. Vous y trouvez aussi la clé de licence, le téléchargement et les factures ; dans la suite, **Ouvrir l'espace client** y mène.

11. Confidentialité et désinstallation

La suite ne collecte aucune donnée sur les visiteuses et visiteurs et ne dépose aucun cookie. Le fournisseur d'IA choisi reçoit les titres de pages, les résumés, les indicateurs et les requêtes, ainsi que les questions posées à l'assistant et les réponses de l'entretien – aucun contenu de page complet et aucune donnée de visiteur. Si Google Analytics 4 ou votre propre serveur Matomo est la source des visites, le site y récupère les chiffres de visites, agrégés par page et par jour ; avec Matomo for WordPress, rien ne quitte le serveur. La liste complète se trouve sous Réglages › Schall AI › **SEO Suite** › **Confidentialité et données**. Elle n'envoie d'e-mails que si vous activez le rapport mensuel ou l'alerte de chute sous **Rapports**.

- **Politique de confidentialité:** La suite ajoute une proposition pour votre politique de confidentialité au Guide de la politique de confidentialité de WordPress (Réglages › Confidentialité).
- **Accès et effacement:** Les outils de WordPress exportent ou effacent les conversations, les réponses à l'entretien et les notes de chaque utilisateur (Outils › Exporter les données ou Effacer les données).
- **Manuel:** Sous Réglages › Schall AI › **SEO Suite** › **Documentation** présente ce manuel en PDF, en onze langues. Votre serveur web le charge depuis schall-ai.de au plus une fois par jour et en garde une copie dans les téléversements – sans l'adresse du site ni données personnelles. La désinstallation supprime toujours les copies.
- **Désinstallation:** Par défaut, toutes les données collectées sont conservées, car les données de recherche de plus de 16 mois ne peuvent plus être récupérées. La désinstallation supprime toujours les identifiants – connexion Google, jeton Matomo, clés des fournisseurs d'IA et clés REST. Avec **Supprimer définitivement toutes les données collectées** sous **Confidentialité et données**, tout est supprimé et une licence active est libérée.

12. Aide en cas de problème

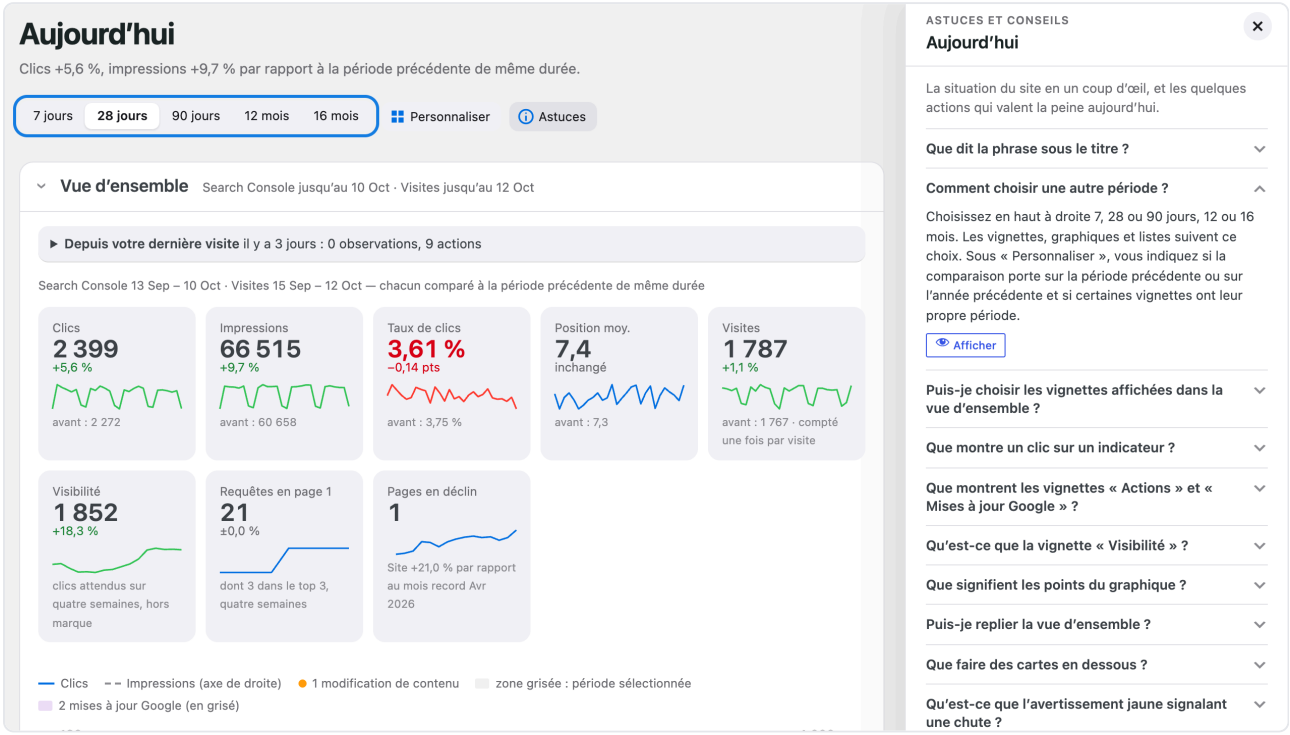
Observation	Solution
« Schall AI SEO Suite : la connexion à Google a pris fin. »	Votre application Google Cloud est probablement au statut « Test ». Publiez-la et choisissez **Se reconnecter à Google** sous **Connexions**. Les valeurs collectées jusqu'ici sont conservées.
Aucune propriété n'apparaît après la connexion.	Le compte connecté ou le compte de service n'a pas accès au site dans la Search Console. Ajoutez-le là-bas sous « Utilisateurs et autorisations ».
Le chat répond sans analyses.	Sous **État**, **Analyses pour le chat** indique où ça bloque. La cause la plus fréquente est une version de WordPress antérieure à 6.9.
Aucun chiffre de fréquentation n'apparaît.	Aucune source n'est active sous **Connexions** › **Chiffres de fréquentation**, ou la source active signale une erreur. La section indique l'état de chaque source et la marche à suivre ; la configuration est décrite au chapitre 7.
La vérification de Google Analytics 4 signale des droits manquants.	Le compte de service ou le compte Google connecté a besoin du rôle « Lecteur » dans la propriété. Après l'avoir accordé dans Google, choisissez de nouveau **Enregistrer et vérifier**.
Matomo n'accepte pas le jeton.	Créez un nouveau jeton dans Matomo et saisissez-le. L'utilisateur du jeton a besoin au moins du droit « Vue » pour le site.
Les visites issues de Matomo s'arrêtent quelques jours avant aujourd'hui.	Matomo n'a pas encore archivé les derniers jours. Vérifiez que le planificateur de Matomo (la tâche cron d'archivage) fonctionne.
Après le changement de source des visites, les chiffres sont différents.	C'est normal : chaque outil compte différemment (chapitre 7). **Annuler** ou **Utiliser comme source** ramène à la source précédente.
L'IA ne fonctionne plus.	Le plus souvent, le **Budget journalier** est épuisé. Augmentez-le ou attendez le lendemain. **Tester la connexion** vérifie la clé et le fournisseur.

La collecte et la synchronisation n'avancent pas.	La suite fonctionne via le planificateur de WordPress. Certains hébergeurs le désactivent ; configurez alors une vraie tâche cron. La **File d'attente** sous **État** montre ce qui est en attente. Sous Réglages › Schall AI › **Activité**, chaque processus d'arrière-plan figure avec son état et sa raison, par exemple **En attente** ou **À vérifier**. Sous **File d'attente**, chaque tâche figure séparément ; celles qui ont échoué peuvent être relancées.
« Tous les emplacements de site de cette licence sont déjà utilisés. »	Désactivez la licence sur un site qui n'en a plus besoin, puis activez-la à nouveau.
Les mises à jour n'apparaissent pas.	Vérifiez sous **Licence** si la licence est active et choisissez **Vérifier la licence maintenant**.
Le menu n'affiche pas de marchés linguistiques.	La vue n'apparaît que si le site a plusieurs langues (TranslatePress).

Vous trouverez davantage d'aide, les formules et le journal des modifications sur la page du produit : *schall-ai.de/en/plugins/seo-suite/*

13. Trucs et astuces pour l’AI SEO Suite

Vous retrouvez les mêmes conseils dans la suite derrière le bouton **Astuces**, en haut à droite de chaque écran ; là, **Afficher** mène directement à l’endroit décrit. D’abord ce qui vaut partout, puis les écrans dans l’ordre du menu.



Astuces sur **Aujourd’hui** : une question est dépliée, **Afficher** met en évidence le choix de la période.

Partout dans la suite

Ce qui fonctionne de la même façon sur chaque écran.

Que signifient les pourcentages verts et rouges ?

Vert signifie mieux, rouge moins bien que sur la période de comparaison. Pour la position, un nombre plus petit est meilleur — passer de la position 8 à la position 5 apparaît donc en vert, bien que le nombre baisse.

Avec quoi la comparaison se fait-elle ?

Sauf indication contraire, avec la période de même durée qui précède immédiatement : 28 jours comparés aux 28 jours précédents. « Déclin » compare avec le mois record, le rapport mensuel avec le mois précédent et le même mois de l’an dernier. Si la comparaison remonte avant le début des données, c’est indiqué.

Pourquoi la Search Console s’arrête-t-elle deux ou trois jours avant aujourd’hui ?

Google fournit les données de recherche avec deux à trois jours de retard. La date jusqu’à laquelle les mesures sont disponibles figure toujours sous les chiffres. Dans les courbes hebdomadaires, la première et la dernière semaine peuvent être incomplètes — leur total est alors plus faible, sans qu’il y ait eu de chute.

Que signifie « Position moy. » ?
La moyenne de tous les affichages selon la Search Console, pondérée par les impressions. Une requête à 9,6 en moyenne était tantôt en première page, tantôt en deuxième — le chiffre montre la tendance, pas chaque classement.

Comment trier une liste ?
Cliquez sur le titre d'une colonne ; un second clic inverse l'ordre, une flèche indique le sens. Les lignes sans valeur restent en bas dans les deux sens. Les listes de plusieurs pages sont triées sur toutes les pages.

Comment lire un graphique avec précision ?
Survolez le graphique avec la souris : les valeurs du jour ou de la semaine s'affichent à côté, avec le nombre de modifications de contenus et les mises à jour confirmées par Google. Toutes les valeurs figurent en outre dans un tableau destiné aux lecteurs d'écran.

Comment changer de langue ?
Sur les sites multilingues, le menu des langues se trouve en haut à droite. Il s'applique à tout l'écran ; « Comparer les langues » ouvre les marchés linguistiques côte à côte.

Qui a calculé ce chiffre — l'IA ?
Non. Le comptage et les calculs se font sans IA, selon des règles fixes, à partir de vos données. L'IA explique et formule ; ses textes sont signalés comme tels et vérifiés par rapport aux éléments probants. La suite n'affirme aucune cause — elle montre ce qui a été mesuré.

Comment poser une question quand quelque chose n'est pas clair ?
« En parler dans le chat » ouvre une conversation qui connaît déjà le contexte de cet écran — page, langue, période. Pour chaque chiffre, l'assistant indique d'où il provient.

Où voir si tout fonctionne ?
Sous « État » : sources de données, fournisseur d'IA, file d'attente et maintenance quotidienne. Si quelque chose y apparaît en rouge, la marche à suivre est indiquée juste à côté.

Aujourd'hui

La situation du site en un coup d'œil, et les quelques actions qui valent la peine aujourd'hui.

Que dit la phrase sous le titre ?
Elle résume la situation en une phrase — calculée à partir des mêmes chiffres que les vignettes, et non rédigée par une IA.

Comment choisir une autre période ?
Choisissez en haut à droite 7, 28 ou 90 jours, 12 ou 16 mois. Les vignettes, graphiques et listes suivent ce choix. Sous « Personnaliser », vous indiquez si la comparaison porte sur la période précédente ou sur l'année précédente et si certaines vignettes ont leur propre période.

Puis-je choisir les vignettes affichées dans la vue d'ensemble ?
Oui, avec « Personnaliser » en haut à droite. Vous y activez ou désactivez chaque vignette et les classez avec les flèches ; au plus 12 indicateurs et 12 graphiques et listes sont visibles. La sélection ne vaut que pour votre compte utilisateur, et « Rétablir la configuration par défaut » restaure la configuration initiale.

Que montre un clic sur un indicateur ?
Clics, impressions, taux de clics, position et visites sont cliquables : le graphique ne montre alors que cette courbe, avec la comparaison en pointillés. Un second clic ou « Revenir aux clics et impressions » réaffiche les deux.

Que montrent les vignettes « Actions » et « Mises à jour Google » ?
« Actions » liste les dernières modifications de votre site avec les clics et impressions 28 jours avant et après, « Mises à jour Google » le site entier 28 jours avant le début et après la fin des dernières mises à jour confirmées. Les chiffres sont seulement côte à côte : ce qui s'est passé d'autre entre-temps n'y figure pas. Vous activez les deux sous « Personnaliser ».

Qu'est-ce que la vignette « Visibilité » ?
Les clics que vos impressions laissent attendre à leurs positions — avec le taux de clics que votre site obtient habituellement à ces positions, hors requêtes contenant votre marque. Si elle baisse, vous avez perdu des positions ou de la demande ; si seuls les clics baissent, on clique moins souvent.

Que signifient les points du graphique ?
Chaque point marque un jour avec des modifications de contenus. Vous voyez ainsi si quelque chose s'est passé après une révision — ou non. Le détail des modifications figure sous « Chronologie ».

Puis-je replier la vue d'ensemble ?
Oui, d'un clic sur « Vue d'ensemble ». La suite s'en souvient pour votre compte utilisateur ; les tâches du jour restent affichées en dessous.

Que faire des cartes en dessous ?
Elles sont classées par rang : le plus important d'abord. « Voir » mène à l'endroit concerné, « Traitée » et « Reporter » retirent la carte. De nouvelles cartes apparaissent d'elles-mêmes dès que les données changent.

Qu'est-ce que l'avertissement jaune signalant une chute ?
Il apparaît lorsqu'une semaine est nettement sous la moyenne des quatre semaines précédentes — à partir de 30 % pour les clics, de 40 % pour les impressions. Sous « Rapports », la même alerte peut être activée par e-mail.

Configuration

Les étapes dont la suite a besoin pour fonctionner, et où elles en sont.

Dois-je effectuer toutes les étapes ?
Non. Hormis la collecte des contenus, chaque étape peut être sautée et rattrapée plus tard. Sans la Search Console, il manque toutefois la plupart des opportunités.

Que signifie le feu tricolore en haut ?
Rouge : pas encore configuré. Jaune : presque terminé — les points manquants sont indiqués à côté et dans la liste en dessous, avec le chemin pour y accéder. Vert : tout le nécessaire est configuré.

Puis-je refaire la configuration ?
Oui, à tout moment avec « Tout reprendre depuis le début ». Vos indications sont conservées.

Chat › Conversations

Parlez avec votre site : l'assistant connaît vos données et indique d'où provient chaque chiffre.

Comment savoir si une réponse provient de mes données ?
Chaque réponse est signalée : « à partir de vos données », « à partir de connaissances professionnelles, pas de vos données » ou « à partir de vos données et de connaissances professionnelles ».

Comment limiter une conversation à une page ou à une langue ?
Via « Contexte » en haut de la conversation : « Modifier » permet de choisir la langue et la période. Si vous arrivez d'une page ou d'une opportunité via « En parler dans le chat », elle est déjà reprise comme contexte.

Comment obtenir plus de détails sur une suggestion ?
Si l'assistant propose plusieurs étapes, un bouton par étape apparaît en dessous, par exemple « Approfondir l'étape 1 ». Un clic pose une question ciblée : comment procéder, à quoi faire attention, à quoi reconnaître l'effet.

L'assistant modifie-t-il quelque chose sur mon site ?
Uniquement après votre validation. Une intervention apparaît comme proposition avec « Exécuter » et « Rejeter » ; rien ne se passe avant votre validation. Toutes les propositions figurent sous « Voir les interventions ».

Puis-je dicter ?
Oui, avec le microphone à côté du champ de saisie. La reconnaissance vocale est assurée par votre navigateur ; rien n'est envoyé tant que vous ne l'envoyez pas vous-même.

Où retrouver les anciennes conversations ?
À gauche, dans la liste, avec une recherche. Les conversations archivées se trouvent sous « Voir l'archive » et peuvent être restaurées.

Chat › Questions

Des analyses fixes en réponse à des questions — sans conversation, avec des éléments probants.

Quelle différence avec une conversation ?
Ici, chaque question exécute des analyses prédéfinies et en affiche le résultat ; l'IA ne fait que rédiger le texte qui l'accompagne. Les questions d'exemple fonctionnent même sans aucun fournisseur d'IA.

Que devient une question formulée librement ?
Un modèle l'associe à l'analyse appropriée ; le calcul se fait malgré tout ici. Avec de petits modèles, elle est associée à la question d'exemple la plus proche.

Opportunités

Ce qui vaut la peine sur votre site — trouvé selon des règles fixes, évalué et étayé.

Où voir toutes les opportunités ?
Sous « Toutes ouvertes » : sous forme de liste avec recherche, thème, effort et tri. « Pour aujourd'hui » montre les cinq que le système retient pour aujourd'hui, « Traitées et reportées » vos décisions — chacune peut y être rouverte.

Puis-je reporter plusieurs opportunités à la fois ?
Oui : cochez les cases dans la liste et choisissez « Reporter » ou « Traitée » en dessous ; « pour les résultats de cette sélection » prend tout ce que montrent les filtres, pas seulement la page. Pour un grand nombre, « Reporter » convient mieux — le rapport mensuel compte « Traitée » comme travail effectué.

Puis-je exporter la liste ?
Oui, en CSV avec le bouton sous la liste — avec les mêmes filtres que la liste, séparé par des points-virgules pour qu'Excel, Numbers et LibreOffice ouvrent directement le fichier.

Comment l'évaluation de 0 à 100 est-elle calculée ?
À partir de cinq composantes pondérées : potentiel, pertinence stratégique de la page, levier, urgence et effort. La section « Évalué » de chaque carte montre le calcul ; s'il manque une valeur, les autres composantes sont repondérées, sans faire baisser le score.

Qu'est-ce que le gain de clics possible ?
Une estimation du nombre de clics par mois que la mise en œuvre pourrait apporter — avec les taux de clics que votre site obtient habituellement à ces positions. Lorsque les données manquent encore pour cela, la mention « estimé avec une courbe du secteur » est ajoutée.

Comment lire une carte ?
De haut en bas : « Mesuré » correspond à vos données, « Évalué » à notre calcul, « Estimé par l'IA » à l'explication, et tout en bas figure la recommandation. L'IA ne modifie pas ce qui est mesuré.

Que faire d'une opportunité traitée ?
Choisissez « Traitée ». Le rapport mensuel compte les opportunités traitées, et « Chronologie » montre si quelque chose a bougé ensuite. « Reporter » masque une opportunité pour le moment.

Pourquoi l'explication est-elle dans la langue du site ?
Les titres, éléments probants et explications sont créés en arrière-plan, avant que quiconque n'ouvre la page — c'est pourquoi ils sont dans la langue du site, et non dans la vôtre.

Pages › Vue d'ensemble

Tous les contenus avec leurs indicateurs, par langue.

Comment repérer rapidement les pages à problème ?
La vignette « En baisse » ou le filtre « En baisse uniquement » affiche les pages qui perdent des clics ou des impressions depuis trois mois consécutifs.

Puis-je masquer et afficher des colonnes ?
Oui, via « Colonnes » au-dessus du tableau. Le choix s'applique à votre compte utilisateur.

Comment trier ?
D'un clic sur un en-tête de colonne ; un second clic inverse l'ordre.

Que contient le dossier d'une page ?
Un clic sur le titre l'ouvre : évolution sur 16 mois avec l'année précédente, requêtes, liens, versions linguistiques, opportunités et évaluation de l'IA.

Pages › Déclin

Les pages nettement en dessous de leur meilleur mois.

Quand une page est-elle considérée comme en déclin ?
Lorsqu'elle a eu au moins 30 clics pendant son mois record et n'en reçoit plus que la moitié au maximum. Le mois record est le mois complet le plus fort des 16 derniers mois, « maintenant » correspond aux 28 derniers jours — les deux ramenés à 30 jours.

Que dit la colonne « Type » ?
« moins souvent trouvée » : les impressions ont baissé elles aussi — des positions ou de la demande ont été perdues. « moins souvent cliquée » : la page est encore affichée presque aussi souvent, mais moins souvent cliquée ; le titre et la description valent alors la peine d'être retravaillés.

Tout déclin est-il un problème ?
Non. Les sujets saisonniers et d'actualité retombent naturellement. Le dossier de la page montre la comparaison avec l'année précédente.

Pages › Visiteurs IA

Visites provenant de ChatGPT, Perplexity, Gemini, Copilot ou Claude.

Pourquoi les chiffres sont-ils un minimum ?
Seul est compté ce que le comptage des visiteurs enregistre comme provenance. Quiconque copie une adresse depuis une réponse ou utilise une application sans indication de provenance arrive comme visite directe.

D'où proviennent les chiffres ?
Du comptage des visiteurs sous « Connexions » : Independent Analytics, Google Analytics 4 ou Matomo. La suite remonte jusqu'à 16 mois en arrière.

Que m'apprennent les pages d'entrée ?
Lesquels de vos contenus les assistants IA lient dans leurs réponses. Il vaut la peine d'y garder les faits à jour et faciles à citer.

Pages › Collecte

Dans quelle mesure la suite connaît vos contenus et vos adresses.

Dois-je relancer la collecte ?
Rarement. Les articles nouveaux et modifiés suivent automatiquement lors de l'enregistrement ; une nouvelle collecte ne vaut la peine qu'après une refonte importante.

Que sont les URL ouvertes ?
Des adresses issues des données de mesure qui n'ont encore pu être associées à aucune page. La suite ne devine pas ; elle les laisse ouvertes. Les archives, flux et fichiers médias sont volontairement exclus.

Un écart dans la couverture linguistique est-il une erreur ?
Pas forcément — certains contenus ne doivent paraître que dans une seule langue. La couverture compare chaque langue à la langue source.

Pages › Veille

Vos propres pages qui méritent d'être surveillées avec Content Radar.

Comment l'importance est-elle déterminée ?
À partir de la portée, de l'évolution dans la recherche, de la référence temporelle des requêtes, de l'âge du contenu et des opportunités ouvertes. « Comment naissent les suggestions » détaille les points un par un.

Que se passe-t-il lors de la transmission ?
Content Radar crée une veille avec des requêtes, sous forme de brouillon. La recherche ne démarre que lorsque vous y validez le brouillon ; rien ne change dans vos contenus.

Mots-clés › Requêtes

Toutes les requêtes pour lesquelles Google affiche votre site — issues de l'instantané hebdomadaire de la Search Console.

Que montrent les groupes de positions ?
Combien de requêtes se trouvent chaque semaine aux positions 1 à 3, 4 à 10 et au-delà. Si le groupe du haut grandit, le site gagne du terrain — même si les clics ne le montrent pas encore.

Que révèle la courbe « Taux de clics par position » ?
La fréquence à laquelle votre site est réellement cliqué à chaque position, à côté de la valeur du secteur. Si votre courbe se situe en dessous, les titres et descriptions valent la peine d'être retravaillés. Elle sert aussi de référence pour la visibilité et le gain de clics.

À quoi sert « Marque contre hors marque » ?
Les clics sur votre nom viennent de personnes qui vous connaissent déjà ; les autres, de celles qui vous trouvent par vos thèmes. Les termes de marque se trouvent dans le profil du site.

Comment trouver une requête précise ?
Dans « Toutes les requêtes », lancez une recherche, filtrez par marque et triez par clics, impressions, taux de clics, position ou variation.

Pourquoi certaines requêtes manquent-elles ?
Google ne détaille pas les requêtes rares. Sont comptées les requêtes ayant au moins trois impressions dans la semaine ; la part des clics qu'elles représentent figure sous les vignettes.

Mots-clés › Cannibalisation

Les requêtes pour lesquelles Google envisage deux de vos pages.

Quand une requête est-elle considérée comme partagée ?
Lorsque, dans la même langue, au moins deux pages obtiennent chacune au moins un cinquième de ses impressions et se trouvent à 15 places d'écart au maximum — requêtes de marque exclues.

Qu'est-ce que le score de santé ?
La part des requêtes portées par une seule page. À 100 %, aucun chevauchement.

Que faire d'une paire de pages ?
Décidez quelle page doit porter le sujet, puis faites pointer l'autre vers elle, distinguez-les ou fusionnez-les. Partagée ne veut pas dire pénalisée — c'est la décision qui rend les choses claires.

Mots-clés › Concurrents

Qui se place devant vous sur vos mots-clés les plus importants.

De quoi ai-je besoin pour cela ?
D'une clé Serper.dev sous Réglages › Schall AI › Recherche et de mots-clés suivis. Ensuite, ici, « Activer ».

Pourquoi la position diffère-t-elle de celle de la Search Console ?
La requête est un instantané : une seule recherche Google, depuis un lieu situé dans le pays de la langue, sans être connecté. La Search Console fait la moyenne de tous les affichages.

Combien cela coûte-t-il ?
Une requête par mot-clé et par semaine. La suite respecte une limite quotidienne et laisse de la place aux autres extensions Schall dans le quota partagé ; le coût de la semaine figure dans le panneau d'état.

Mon deuxième site apparaît comme concurrent — que faire ?
« Exclure » dans sa ligne, ou l'inscrire plus bas sous « Domaines exclus », un par ligne. Il ne compte alors plus comme concurrent, pas non plus dans les semaines passées ; votre propre position reste.

Mots-clés › Suivis

Les termes dont la suite récupère les positions chaque jour.

Comment ajouter un mot-clé manuellement ?
Via « Ajouter un mot-clé » : saisissez un terme, ou plusieurs séparés par des virgules, puis choisissez la langue. La suite récupère l'historique des 16 derniers mois en arrière-plan.

Comment en modifier plusieurs à la fois ?
Cochez des lignes ou « Tout sélectionner », puis choisissez l'action sous « Avec la sélection ».

Que dit l'évaluation ?
Dans quelle mesure un mot-clé correspond à votre entreprise — selon la demande, l'intention de recherche et la proximité avec le profil du site. « Justification » montre le calcul.

Chaque mot-clé consomme-t-il du quota ?
Oui, la récupération quotidienne par mot-clé. Ce dont vous n'avez plus besoin, renvoyez-le parmi les candidats avec « Ne plus suivre ».

Comment marquer un mot-clé comme favori ?
Cliquez sur l'étoile ☆ de la ligne et choisissez une catégorie. La proposition est entourée de pointillés : Marque ; dans le top 3 « Défendre » ; en positions 4 à 15 « Tremplin » ; sinon selon l'intention. La barre au-dessus du tableau n'affiche que les favoris ou une catégorie.

Puis-je modifier les catégories ?
Oui, sous le tableau avec « Modifier les catégories des favoris » : changer l'emoji et le nom, ajouter les vôtres, supprimer celles qui ne servent pas. Les favoris d'une catégorie supprimée passent dans « Autres ». Les favoris valent pour tous les utilisateurs du site.

Mots-clés › Candidats

Mots-clés possibles issus de la Search Console, des contenus, du profil du site et des extensions SEO.

Quelle différence entre « Suggestions » et « Tous les candidats » ?
« Suggestions » regroupe les termes que l'IA juge stratégiquement pertinents ; « Tous les candidats » affiche chaque terme collecté.

Comment de nouveaux candidats s'ajoutent-ils ?
Avec « Collecter à nouveau » en haut à droite. La collecte s'exécute en arrière-plan ; l'IA classe ensuite les nouveaux termes.

Que signifie « Non pertinent » ?
Le terme passe dans « Ignorés » et n'entre plus dans aucune présélection. De là, il peut être récupéré à tout moment.

Mots-clés › Ignorés

Termes qui ne sont ni suivis ni proposés.

Pourquoi trouve-t-on ici des termes que je n'ai jamais ignorés ?
Les requêtes qui ne proviennent manifestement pas d'humains — avec des opérateurs de recherche comme « site: » ou formulées comme une consigne complète — sont classées ici automatiquement par la suite.

Comment récupérer un terme ?
Avec « Remettre parmi les candidats » sur sa ligne.

Mots-clés › Intention divergente

Mots-clés pour lesquels se positionne une autre page que celle prévue.

Comment la suite sait-elle quelle page est prévue ?
Grâce aux mots-clés principaux de Yoast ou Rank Math. Sans eux et sans données de la Search Console, cette liste reste vide.

Est-ce une erreur ?
Pas toujours — parfois, la page qui se positionne convient mieux. Mais c'est souvent le signe que deux pages se disputent le même terme ; l'onglet « Cannibalisation » peut alors aussi aider.

Liens › Internes

Comment vos pages sont liées entre elles.

Pourquoi les liens éditoriaux comptent-ils plus que les menus ?
La navigation et le pied de page figurent sur chaque page et ne disent rien de ce qui va ensemble. Un lien placé dans le texte est une affirmation — c'est pourquoi il constitue le chiffre parlant.

Que faire des pages sans liens éditoriaux ?
Pour les pages importantes, ajoutez des liens depuis des contenus adaptés. Si Internal Links AI est actif, « Suggestions de liens » y recherche des emplacements appropriés ; rien n'est posé avant votre vérification.

Qu’est-ce que la profondeur de clic ?
Le nombre de clics qui sépare une page de la page d’accueil, via les liens collectés. Les archives et listes d’articles du thème ne comptent pas — une page peut néanmoins être accessible par ce biais.

Liens › Externes

Les liens vers des sites tiers et leur vérification.

Pourquoi la vérification prend-elle autant de temps ?
Elle est volontairement lente, avec au moins une seconde d’écart par serveur, pour ne charger ni votre serveur ni ceux des autres. Vous pouvez la suspendre et la reprendre sous Liens cassés.

Dois-je lancer la vérification ?
Non. Depuis la version 1.10, la suite vérifie d’elle-même : liens sains tous les 30 jours, cassés et incertains tous les 3 jours, nouveaux peu après l’enregistrement. Les intervalles se trouvent sous Réglages › Schall AI › SEO Suite › Vérification des liens.

Liens › Vidéos

Toutes les vidéos intégrées de votre site — une ligne par vidéo avec tous les endroits où elle apparaît.

Quelles vidéos la suite trouve-t-elle ?
YouTube avec Shorts, directs et playlists, Vimeo, ARTE, ARD, ZDF et 3sat, vos propres fichiers vidéo et d’autres lecteurs dans un iFrame — qu’ils soient intégrés par un bloc d’intégration, une adresse sur sa propre ligne, un iFrame, un shortcode ou via WP YouTube Lyte. Les liens vers des vidéos y figurent aussi, marqués « seulement liée ».

Que signifient les états ?
Disponible signifie que la vidéo se lit. Problématique signifie qu’elle ne se lit pas pour tout le monde — par exemple intégration non autorisée, bloquée dans vos pays ou soumise à une limite d’âge. Disparue signifie supprimée, privée ou retirée. Pas encore clair signifie que le fournisseur ne répond pas ou se contredit ; la suite continue de vérifier.

Pourquoi une vidéo n’apparaît-elle qu’une fois alors qu’elle figure dans plusieurs articles ?
Chaque vidéo est une entrée ; « Utilisée » compte ses emplacements. Un clic sur le titre affiche tous les articles avec l’intertitre qui précède et le texte autour de la vidéo.

D’où vient le titre d’une vidéo ?
De YouTube ou de Vimeo dès que l’aperçu est récupéré ; sinon de la mention de source sous la vidéo, par exemple « Titre | Émission | Chaîne », ou de la légende d’un bloc d’intégration. L’information tirée de l’article est conservée même si la vidéo disparaît un jour.

D’où viennent les miniatures ?
Ce sont les miniatures officielles de YouTube et de Vimeo, récupérées en arrière-plan, enregistrées en deux tailles sur votre serveur et actualisées chaque semaine. Leur origine est indiquée en dessous. Ce n’est jamais une capture d’écran du lecteur — YouTube n’autorise pas les captures automatiques.

Que montre « Regarder en direct » ?
Dans la vue détaillée d’une vidéo, le vrai lecteur du fournisseur — seulement au clic et dans une fenêtre à part. Vous voyez ainsi si une vidéo est lisible aujourd’hui. Pour vos propres fichiers vidéo, « Créer une image fixe » crée une miniature à partir de la vidéo.

Le recensement modifie-t-il mes articles ?
Non. Seul le contenu enregistré est lu ; rien n'est modifié. Pour les titres et les miniatures, le site interroge YouTube et Vimeo — vos visiteurs n'en chargent rien depuis là-bas.

Que signifie « Laisser tel quel » ?
Vous marquez une vidéo qui doit rester telle qu'elle est. Elle reste dans la liste et peut y être filtrée.

Liens › Vidéos › Journal des vérifications

Comment se déroule la vérification des vidéos et lesquelles ont récemment changé d'état.

À quelle fréquence la suite vérifie-t-elle ?
À l'intervalle défini, chaque semaine par défaut, réparti sur les jours. Elle vérifie les nouvelles vidéos dans l'heure, « Vérifier maintenant les vidéos à échéance » vérifie aussitôt, et le budget journalier limite le nombre.

Pourquoi une vidéo affiche-t-elle encore son ancien état ?
Un résultat négatif ne compte que lorsqu'une deuxième vérification, au plus tôt 20 heures plus tard, donne le même ; d'ici là, on lit « Confirmation en cours ». Il compte immédiatement seulement si deux preuves indépendantes concordent, par exemple quand YouTube ne connaît pas la vidéo et que sa miniature manque aussi.

Que signifie « Pause chez » un fournisseur ?
Le fournisseur a refusé des requêtes, le plus souvent parce qu'il y en avait trop en peu de temps. La suite attend le délai indiqué, et l'état des vidéos reste inchangé.

Que change une clé YouTube ?
Avec une clé, la suite interroge jusqu'à 50 vidéos à la fois auprès de la YouTube Data API et indique la raison exacte : privée, supprimée, intégration non autorisée, bloquée dans vos pays ou soumise à une limite d'âge. Sans clé, elle vérifie via oEmbed et ne peut pas distinguer privée de non intégrable.

Où les vidéos disparues apparaissent-elles encore ?
Dans la chronologie sous « Depuis votre dernière visite », dans l'onglet Liens cassés et dans la vue détaillée de la vidéo avec son historique.

Liens › Vidéos › Propositions de remplacement

Pour les vidéos disparues ou restreintes, la suite cherche un remplacement équivalent d'un clic — rien n'est remplacé tant que vous n'adoptez pas une proposition.

Comment la suite cherche-t-elle un remplacement ?
L'IA lit ce que l'on sait de l'original et l'endroit où il figure dans l'article, et détermine son rôle — par exemple entretien, discours ou tutoriel. Ensuite, la recherche web cherche sur YouTube, ARTE, l'ARD et la ZDF, la suite vérifie chaque résultat comme une vidéo intégrée, et l'IA juge s'il peut reprendre ce rôle.

Comment le score est-il calculé ?
De cinq parties : rôle dans l'article (35), sens conservé (25), langue (15), disponible et intégrable (15) et date (10). L'IA fournit les jugements partiels, la suite calcule le chiffre. Un entretien, un discours ou un reportage d'actualité d'une autre occasion obtient au plus 40 points, une vidéo non intégrable au plus 50.

Que signifient les avertissements ?
Ils indiquent ce que vous devriez vérifier avant d'adopter une proposition : une autre chaîne que l'original (les droits sont alors incertains), une durée nettement différente, une vidéo de réaction ou une compilation, une date d'expiration dans la médiathèque ou les conditions des chaînes.

Que se passe-t-il quand j'adopte une proposition ?
Pour chaque publication et chaque emplacement, vous voyez ce qui change et choisissez les emplacements. Seule l'intégration est échangée, sa forme reste ; sur demande aussi la mention de source en dessous. Auparavant, la suite enregistre l'état comme révision, et la chronologie consigne l'action.

Combien coûte une recherche ?
Jusqu'à trois recherches web sur le quota commun de la recherche et deux requêtes à votre fournisseur d'IA. Aucune recherche ne se lance d'elle-même ; dans la version Light, une fois par jour.

Liens › Vidéos › Convertir Lyte

Les vidéos enregistrées avec WP YouTube Lyte figurent dans la publication sous forme de ligne « httpv:// » ou de shortcode [lyte]. Ici, vous les réécrivez en intégrations que WordPress comprend lui-même — d'abord un essai à blanc, puis publication par publication avec révision.

Pourquoi convertir si l'aperçu fonctionne déjà ?
L'aperçu de la suite comprend les lignes Lyte même sans Lyte. Mais si un jour la suite était elle aussi supprimée, la publication n'afficherait que « httpv://… » sous forme de texte. Après la conversion, WordPress intègre lui-même les vidéos.

Qu'est-ce qui devient quoi ?
Dans l'éditeur de blocs, un bloc paragraphe, shortcode ou HTML qui ne contient que la ligne Lyte ou le shortcode [lyte] devient un bloc d'intégration. Dans l'éditeur classique, la ligne devient l'adresse YouTube sur sa propre ligne. L'heure de début et la playlist sont conservées.

Qu'est-ce qui reste tel quel ?
Les lignes Lyte au milieu du texte (une intégration a besoin de sa propre ligne), les intégrations audio seules (httpa://) et les publications dont le type n'a pas de révisions. L'essai à blanc indique la raison pour chaque emplacement.

Comment récupérer l'ancien état ?
Avant toute modification, la suite enregistre chaque publication comme révision et consigne la conversion dans la chronologie. Les révisions de la publication permettent de restaurer l'ancien état ; à l'enregistrement, la suite recense à nouveau les vidéos.

Liens › Liens cassés

Liens et vidéos cassés — chaque adresse une seule fois, avec les articles où elle figure.

Quand un lien est-il considéré comme cassé ?
Quand la page n'existe pas (404 ou 410) et qu'une deuxième vérification, au plus tôt 24 heures plus tard, donne le même résultat, quand le domaine est introuvable ou le certificat invalide, ou quand un serveur ne répond pas, ou seulement par des erreurs, pendant trois jours. D'ici là, on lit « Confirmation en cours ».

Que signifie « refusé » ?
Le serveur n'autorise pas les requêtes automatiques — par exemple une protection anti-robots ou « accès refusé ». Ce n'est pas un défaut : ouvrez la cible vous-même. Si elle fonctionne, marquez-la « Pas cassé ».

Comment corriger un lien cassé ?
Sous « Trouvé dans » figure chaque article contenant le lien. « Modifier le lien » insère, après confirmation, une nouvelle adresse cible ; si le lien redirige, sa cible est déjà proposée. « Supprimer le lien » ne retire que le lien, le texte reste. L'état précédent est conservé comme révision dans les deux cas.

Pourquoi une adresse n'apparaît-elle qu'une fois alors qu'elle revient souvent ?
Chaque adresse est vérifiée et affichée une seule fois. « Trouvé dans » compte les articles ; les versions linguistiques d'un même article ne comptent pas à part, elles sont indiquées à côté.

Qu'est-ce qu'une redirection ?
Le lien fonctionne, mais la cible a déménagé. Mieux vaut un lien direct vers la nouvelle adresse — elle figure sous l'ancienne. « Accessible uniquement en https » signifie : remplacez http:// par https://.

Marchés linguistiques

Vos langues côte à côte, comparées à la langue source.

Que trouve-t-on sous « Ce qui ressort » ?
Les marchés qui s'écartent nettement de la langue source — par exemple moins bien liés ou plus loin dans les résultats. Comptés et calculés ; les chiffres ne disent pas d'où vient une différence.

Que montre la part des clics ?
La part de l'ensemble des clics apportée par chaque langue, mois par mois sur 16 mois. Quand un marché progresse, on le voit ici en premier.

Pourquoi le tableau est-il vide ?
Les marchés linguistiques sont agrégés à partir des valeurs journalières. « Agréger maintenant », en bas, rattrape cette étape.

Tendance

Clics et modifications sur une chronologie — ce qui s'est passé, et ce qui a suivi.

Quelle différence entre action et observation ?
Les actions sont ce que vous ou une extension avez fait, par exemple réviser un article. Les observations sont ce que la suite a mesuré, par exemple une nette baisse. Les mises à jour confirmées de Google apparaissent sous forme de bandes ombrées dans le graphique.

Que signifie « 28 jours avant et après » ?
Pour une modification, les clics des 28 jours qui précèdent et qui suivent sont placés côte à côte. Cela montre un lien chronologique, pas une cause.

Comment ajouter quelque chose qui s'est passé en dehors de WordPress ?
En bas, sous « Ajouter quelque chose qui manque ici » : la date, ce qui s'est passé et, si vous le souhaitez, la page concernée. Un déménagement de serveur ou une campagne figure alors sur la même chronologie.

Rapports

Le rapport mensuel et les e-mails de la suite.

Quand le rapport mensuel est-il créé ?
Automatiquement, dès que la Search Console a mesuré un mois complet — quelques jours après la fin du mois. Avec « Créer maintenant », c'est immédiat.

Comment obtenir un PDF ?
« Enregistrer en PDF » ouvre la boîte de dialogue d'impression du navigateur ; choisissez-y « Enregistrer au format PDF ». Les menus et les boutons sont alors omis.

Qui reçoit les e-mails ?
Les destinataires indiqués sous « Par e-mail », plusieurs séparés par des virgules. Vide signifie : l'adresse e-mail du site. Si rien n'arrive, il manque souvent à WordPress un service d'envoi d'e-mails.

Le résumé est-il rédigé par l'IA ?
Oui, et il est signalé comme tel. Les chiffres en dessous sont mesurés et calculés ; le résumé peut être réécrit sans que ces chiffres changent en quoi que ce soit.

Dossier de page

Tout sur une page, au même endroit.

Comment lire l'évolution ?
Les clics et les impressions par semaine sur 16 mois ; la ligne bleu pâle montre les clics de l'année précédente. Vous distinguez ainsi l'effet saisonnier d'une véritable perte.

Que signifie « nouveau » pour une requête ?
La requête n'avait obtenu aucune impression sur cette page au cours des douze semaines précédentes. Les nouvelles requêtes montrent pour quoi Google est en train de découvrir la page.

Pourquoi l'analyse et les événements diffèrent-ils ?
Les deux comparent des périodes de durées différentes. Ce n'est pas une contradiction ; les périodes concernées sont indiquées à chaque fois.

Puis-je demander une nouvelle évaluation à l'IA ?
Oui, avec « Faire réévaluer ». Les valeurs mesurées et l'analyse ci-dessus n'en sont pas affectées.

Profil du site › Profil

Ce que la suite sait de votre entreprise — la base de chaque évaluation.

Pourquoi un profil soigné vaut-il la peine ?
Il détermine quels mots-clés et quelles pages sont considérés comme importants. Plus l'offre, les publics cibles et les objectifs sont exacts, plus les suggestions et les opportunités sont pertinentes.

Quelle différence entre « Proposition » et « Confirmé » ?
Les propositions proviennent de l'analyse. Ce que vous confirmez ou modifiez est conservé et n'est pas écrasé par les analyses futures.

Où saisir mes termes de marque ?
Dans le groupe « Marque ». Grâce à eux, la suite sépare les requêtes sur votre nom de toutes les autres.

Profil du site › Entretien

Une courte conversation sur ce que le site ne permet pas de deviner.

Dois-je répondre à toutes les questions ?
Non, chaque question peut être sautée, et vous pouvez terminer à tout moment avec les réponses données jusque-là.

Que deviennent mes réponses ?
Vous les revoyez avant la reprise. Lors de la reprise, l'IA les associe aux indications correspondantes ; ce que vous avez dit prime sur l'analyse.

Profil du site › Versions

Chaque modification du profil sous forme de version distincte.

Puis-je restaurer une ancienne version ?
Oui, avec « Restaurer ». Une nouvelle version est alors créée avec l'ancien état — rien n'est perdu.

Connexions

D'où la suite tire ses données.

Quelle voie d'accès à Google choisir ?
La connexion via Google est plus pratique. Le compte de service est plus fastidieux, mais aucune procédure de connexion ne passe par des serveurs tiers. Les deux fournissent les mêmes données.

Pourquoi récupérer l'historique tout de suite ?
La Search Console fournit environ 16 mois d'historique. Ce qui n'est pas récupéré maintenant est ensuite perdu — plus tôt vous le faites, plus il en reste.

Quel comptage des visiteurs choisir ?
Le comptage se fait à partir d'une seule source. Independent Analytics reste sur votre serveur ; avec une bannière de consentement, Google Analytics 4 ne compte généralement qu'une partie des visites. Un changement peut être annulé.

À quoi sert l'interface pour SchallOS ?
Elle permet à une IA de niveau supérieur de lire vos analyses — en lecture seule et uniquement avec une clé que vous créez et révoquez ici.

État

Si tout fonctionne et, sinon, ce qui bloque.

La file d'attente n'avance pas — que faire ?
La suite fonctionne via le planificateur de WordPress. Si WP-Cron est désactivé, un service système doit le déclencher régulièrement ; sinon, tout reste bloqué.

Pourquoi le chat répond-il sans mes chiffres ?
Sous « Analyses pour le chat » figure ce qui manque — souvent une version de WordPress antérieure à 6.9.

Que fait la maintenance quotidienne ?
Elle supprime les anciennes tâches et les anciens événements et regroupe les anciennes valeurs journalières par semaines, afin que la base de données reste légère.

Réglages › Vue d'ensemble

Les réglages de la suite sous Réglages › Schall AI.

Pourquoi les réglages ne se trouvent-ils pas dans le menu de la suite ?
Toutes les extensions Schall partagent une même page de réglages : vous y configurez une seule fois, pour toutes, le fournisseur d'IA, les clés et la recherche. Les analyses restent dans le menu « AI SEO Suite ».

Réglages › Fournisseur d'IA

Quelle IA calcule, et dans quelles limites.

Quelle qualité choisir ?
Un seul fournisseur est actif à la fois ; la suite choisit un modèle adapté à chaque tâche. « Économe » utilise des modèles petits et rapides, « Qualité maximale » les plus puissants — « Équilibré » se situe entre les deux et convient le plus souvent.

Puis-je attribuer un modèle précis à une tâche ?
Oui, sous « Par tâche » : par exemple un modèle rapide pour « Mots-clés et sélection dans le chat », un modèle puissant pour « Opportunités, dossiers et réponses ». « Mesurer les modèles » montre la vitesse de réponse de chacun.

Que se passe-t-il lorsque le budget journalier est épuisé ?
Les traitements d'IA sont suspendus jusqu'au lendemain ; la collecte des données et tous les calculs continuent.

Qu'est-ce que la suite transmet à un fournisseur d'IA ?
Des titres, des résumés et des indicateurs — aucun contenu de page complet ni aucune donnée de visiteurs. Avec l'IA locale via le Schall AI Local Connector, rien ne sort de chez vous.

Réglages › Recherche

Recherche web et récupération de pages pour toutes les extensions Schall.

Pourquoi la suite a-t-elle besoin d'une clé Serper.dev ?
Pour les concurrents sous « Mots-clés ». Une clé vaut pour toutes les extensions Schall de ce site, avec un quota quotidien partagé.

La clé peut-elle rester hors de la base de données ?
Oui : si elle est définie comme constante dans wp-config.php, une clé saisie ici n'est pas utilisée.

Réglages › Table des matières

Une table des matières construite à partir des titres de vos articles.

Comment insérer une table des matières ?
Écrivez [toc] à l'endroit voulu de l'article. Elle n'apparaît automatiquement que si vous l'activez ici pour des types de contenu ; un [toc] dans le texte a toujours la priorité.

Comment exclure un titre ?
Avec la classe CSS no-toc sur le titre. Ce que d'autres extensions insèrent à l'affichage, comme les titres d'articles de Display Post Types, reste de toute façon en dehors.

Que montre l'affichage avec aperçu ?
Fermée au départ : les premières entrées, puis « … tout afficher ». Vous réglez leur nombre sous « Entrées dans l'aperçu ».

Comment exclure certaines pages ?
Cochez la page sous « Sans table des matières » ; indiquez les articles par adresse, titre ou ID, un par ligne. À côté de chaque page figure son nombre de titres. La page d'accueil ne reçoit jamais de table des matières d'elle-même ; un [toc] dans le texte fonctionne toujours.

Réglages › Vérification des liens

À quelle fréquence la suite vérifie les liens, et quelles adresses jamais.

Qu'est-ce qui sort lors de la vérification ?
Une requête par adresse liée. Les serveurs cibles voient l'adresse de votre serveur et de votre site, aucune donnée de vos visiteurs. Deux requêtes vers le même serveur sont espacées d'au moins une seconde.

À quoi sert « Ne jamais vérifier » ?
Pour les domaines qui n'aiment pas les requêtes automatiques ou ne sont jamais accessibles, par exemple un réseau interne. La suite n'interroge pas ces liens ; ils figurent comme « exclues » dans la liste.

Combien la suite vérifie-t-elle par jour ?
Ce qui est à échéance, au maximum 3 000 requêtes par jour. Les liens sains se répartissent sur leur intervalle pour ne pas arriver tous à échéance le même jour.

Réglages › Vidéos

Régler le module vidéo, ses miniatures, la vérification et l'aperçu sur le site.

Que se passe-t-il à l'activation ?
La suite lit une fois en arrière-plan tous les articles et pages publiés, puis chaque article enregistré. La liste se trouve sous AI SEO Suite › Liens › Vidéos.

Que se passe-t-il à la désactivation ?
Le recensement s'arrête ; l'inventaire reste enregistré. Si vous le réactivez, il est mis à jour.

À quelle fréquence les vidéos sont-elles vérifiées ?
Selon l'intervalle de vérification, chaque semaine par défaut. Les vérifications se répartissent sur la période et le budget journalier les limite ; ce qui dépasse passe le lendemain.

Ai-je besoin d'une clé YouTube ?
Non, mais elle rend la vérification plus précise : elle indique pourquoi une vidéo ne se lit pas et vérifie 50 vidéos en une requête. La clé est enregistrée chiffrée et n'est plus jamais affichée.

Qu'est-ce qui sort pour les miniatures ?
Une requête par vidéo à YouTube ou à Vimeo pour le titre, la chaîne et l'image, puis une fois par semaine. Les fournisseurs voient l'adresse de votre serveur et l'identifiant de la vidéo, aucune donnée de vos visiteurs. Sans la case cochée, l'inventaire reste, simplement sans images ni titres des fournisseurs.

Que montre l'aperçu sur le site ?
Au lieu du lecteur de YouTube ou de Vimeo, la miniature depuis votre propre serveur avec un bouton de lecture. Seul un clic charge le lecteur ; avant cela, aucune connexion n'est établie avec le fournisseur. Cela vaut aussi pour les iframes, les lignes httpv:// et [lyte] de WP YouTube Lyte.

Que vérifie la suite chez ARTE, l'ARD, la ZDF et 3sat ?
Si la vidéo est accessible et intégrable et jusqu'à quand elle reste dans la médiathèque. Quatorze jours avant l'expiration, l'historique signale la vidéo pour que vous puissiez chercher un remplacement à temps. Chaque chaîne a son propre interrupteur.

Quand puis-je désactiver WP YouTube Lyte ?
Activez d'abord le mode test et consultez quelques articles en tant qu'administrateur connecté. Si les vidéos s'affichent correctement, passez à « Activé », videz le cache de pages, puis désactivez Lyte. L'aperçu continue de comprendre ses notations.

Réglages › Confidentialité et données

Ce qui quitte votre serveur et ce qui se passe lors de la désinstallation.

Mes données sont-elles supprimées lors de la désinstallation ?
Seulement si vous l'activez ici — c'est désactivé par défaut, car les séries temporelles ne peuvent pas être restaurées. La désinstallation supprime toujours les identifiants.

Que dois-je écrire dans la politique de confidentialité ?
La suite ajoute une proposition au guide de la politique de confidentialité de WordPress.

Réglages › Licence

Édition, mises à jour et liaison à ce site.

La suite contacte-t-elle le serveur de licences à chaque chargement de page ?
Non. La vérification a lieu une fois par jour en arrière-plan ; si le service est indisponible, le dernier état confirmé reste valable jusqu'à 14 jours.

Où trouver ma clé de licence ?
Dans l'espace client Schall, avec le téléchargement, les emplacements de site et les factures. La clé n'est pas enregistrée dans WordPress lors de l'activation.

Je déménage vers un nouveau site — que faire ?
Choisissez ici « Désactiver la licence sur ce site » ; l'emplacement est libéré, les données collectées sont conservées. Activez-la ensuite sur le nouveau site.

Réglages › Documentation

Ce manuel en PDF, en onze langues.

Dans quelle langue le manuel s’affiche-t-il ?
Dans la langue de votre profil WordPress si le manuel existe dans cette langue, sinon en anglais. Le choix au-dessus du manuel ne change que le manuel, pas l’interface.

Comment conserver ou imprimer le manuel ?
« Télécharger le PDF » enregistre le fichier, qui s’ouvre ensuite dans votre application PDF par défaut. « Ouvrir dans un nouvel onglet » l’affiche en grand dans le navigateur, où vous pouvez aussi l’imprimer.

D’où vient le manuel ?
Votre serveur web charge le manuel actuel depuis schall-ai.de au plus une fois par jour et en garde une copie ; aucune donnée personnelle n’est envoyée. Si schall-ai.de est injoignable, la dernière copie s’affiche.

Glossaire

Les principaux termes de la suite et de ses sources de données, expliqués brièvement.

Action	Une modification apportée au site, par exemple un nouveau titre. Dans la chronologie, elle figure à côté des mesures ; vous consignez vos propres actions sous forme de note.
Budget journalier	Le plafond, en caractères, du texte envoyé chaque jour à l'IA. Une fois atteint, le travail de l'IA s'interrompt jusqu'au lendemain.
Cannibalisation	Deux de vos pages dans la même langue apparaissent pour la même requête et se partagent ses impressions. La suite montre ces paires sous Mots-clés › Cannibalisation, avec un score de santé.
Chronologie	L'axe du temps de votre site, fait de mesures et d'actions. Il montre ce qui s'est passé successivement – pas ce qui a causé quoi.
Clé REST	Une clé d'accès avec laquelle vos propres applications, comme SchallOS, lisent les analyses de la suite (chapitre 7).
Clics	Le nombre de fois où quelqu'un a cliqué sur une page de votre site dans les résultats de recherche Google.
Compte de service	Un compte Google destiné à des programmes plutôt qu'à des personnes. L'une des deux façons de connecter la Search Console ; il y est ajouté comme utilisateur en lecture (chapitre 6).
Déclin	Une page ne reçoit plus qu'au plus la moitié des clics de son mois record des 16 derniers mois – moins souvent trouvée ou moins souvent cliquée (Pages › Déclin).
Light	La suite sans licence active : elle analyse tout, mais limite le travail quotidien de l'IA et la chronologie visible (chapitre 10).
Dossier de page	La vue détaillée d'une page : évolution, requêtes, versions linguistiques, liens et opportunités ouvertes.
Entretien	Cinq à dix questions pendant la configuration, qui vous permettent de confirmer ou de préciser le profil du site (chapitre 4).
Événement clé	Dans Google Analytics 4, une action qui compte comme un succès, par exemple un formulaire envoyé. Elle s'appelait auparavant conversion.
File d'attente	Les tâches que la suite traite en arrière-plan, comme la synchronisation des données et les explications de l'IA. État indique où elles en sont.
Fournisseur d'IA	Le service qui fournit les modèles de langage : Anthropic, OpenAI, DeepSeek ou Ollama Cloud avec votre propre clé d'API, Ollama sur votre serveur ou le Local Connector sur votre ordinateur (chapitre 5).

Google Analytics 4	Le service de Google pour les statistiques de fréquentation. La suite en lit les visites et les événements clés via le même accès Google que la Search Console (chapitre 7).
Google Search Console	Le service gratuit de Google qui fournit les données de recherche de votre site : requêtes, impressions, clics et positions. La principale source de données de la suite (chapitre 6).
Impressions	Le nombre de fois où une page est apparue dans les résultats de recherche Google – qu'on ait cliqué dessus ou non.
Independent Analytics	Une extension WordPress de mesure d'audience respectueuse de la vie privée. La suite en reprend les visites (chapitre 7).
Interventions	Les modifications que l'assistant propose dans le chat, par exemple suivre un mot-clé. Elles ne prennent effet que lorsque vous les exécutez ; chaque intervention est consignée (chapitre 9).
Marché linguistique	Une version linguistique du site que la suite analyse comme un marché à part entière. Uniquement pour les sites multilingues.
Matomo	Une solution open source de mesure d'audience, autrefois Piwik – en tant que Matomo Cloud, sur votre propre serveur ou sous forme de l'extension Matomo for WordPress (chapitre 7).
Mode de fonctionnement	Détermine quels modèles la suite choisit pour quelle tâche – de l'économique à la meilleure qualité, ou uniquement en local (chapitre 5).
Mot-clé	Un terme de recherche. La suite surveille chaque jour les mots-clés suivis, historique compris ; les candidats sont des suggestions issues des requêtes de votre site. Vous ajoutez les vôtres sous Mots-clés › Suivis.
OAuth	La méthode de connexion de Google. Elle vous permet de donner à la suite un accès en lecture à la Search Console sans communiquer de mot de passe (chapitre 6).
Objectif atteint	Un objectif réalisé, par exemple un formulaire envoyé – issu d'Independent Analytics (Pro), des événements clés de Google Analytics 4 ou des objectifs de Matomo, compté par page d'entrée.
Ollama	Un logiciel qui exécute des modèles de langage – sur votre propre serveur, sur votre ordinateur ou via le service Ollama Cloud.
Opportunité	Une possibilité d'amélioration trouvée selon des règles fixes – avec preuves, évaluation vérifiable, explication de l'IA et recommandation (chapitre 8).
Page d'entrée	La page sur laquelle commence une visite. La suite lui attribue les visites et les objectifs atteints.
Position	Le classement moyen d'une page dans les résultats de recherche Google. 1 est le premier résultat ; une valeur plus faible est meilleure.

Preuve	Une valeur mesurée avec sa source et sa période, par exemple les impressions d'une page issues de la Search Console. Les opportunités et les explications de l'IA ne s'appuient que sur des preuves.
Profil du site	La description de votre site – modèle économique, publics cibles, offre, objectifs et marchés – sur laquelle reposent l'évaluation et l'IA (chapitre 4).
Profondeur de clic	Le nombre de clics qui séparent une page de la page d'accueil. Les pages profondément enfouies sont moins souvent trouvées.
Propriété	Un site dans la Google Search Console, enregistré comme domaine ou comme préfixe d'URL.
Requête	Les mots qu'une personne a saisis dans Google lorsque votre page est apparue dans les résultats.
Santé des liens	L'état des liens de votre site : liens vers des cibles qui n'existent plus et autres erreurs qui mènent les visiteurs dans le vide.
Schall AI Local Connector	Une application pour Mac et Windows grâce à laquelle la suite utilise Ollama sur votre propre ordinateur – chiffré de bout en bout et sans ouverture de port (chapitre 5).
Source des visites	L'outil dont la suite reprend les visites et les objectifs atteints : Independent Analytics, Google Analytics 4 ou Matomo. Une seule compte à la fois (chapitre 7).
Table des matières	Une liste des titres d'un article avec des ancres. Avec [toc] dans le texte, la suite la place à cet endroit ; l'affichage et l'insertion automatique se règlent dans l'onglet Table des matières des réglages. Ce que d'autres plugins ajoutent à l'affichage reste en dehors. Vous y excluez des pages et articles sous « Sans table des matières » ; la page d'accueil n'en reçoit jamais d'elle-même.
Taux de clics	La part des impressions ayant conduit à un clic : clics divisés par impressions, en pourcentage.
Visibilité	Les clics que les impressions d'une semaine laissent attendre à leurs positions – calculés avec le taux de clics que votre site y atteint habituellement. Elle baisse quand les positions ou la demande reculent.
Visites	Les consultations de votre site selon la source des visites active, comptées une fois par visite. Contrairement aux clics, elles incluent tous les chemins vers le site, pas seulement la recherche Google.

Index

Les numéros de page en italique renvoient au glossaire.

A

Acheter une licence 23
Action 14–15, 29–30, 35, 39–40, *47*
Analyses pour le chat 26
Annuler 13, 26
Aujourd'hui 6, 14–15, 28

B

Budget journalier 8, 18, 26, 38, 43–44, *47*

C

Cannibalisation 15, 34, 36, *47*
Charger les modèles 8
Chat 22
Chiffres de fréquentation 11–12, 26
Chronologie 13, 15, 17–20, 23, 30, 32, 38–40, *47*
Clé REST 13, *47*
Clics 9, 14–15, 17, 21, 30, 32–34, 37, 40–41, *47*
Comprendre le site 7
Compte de service 9, 12, 26, 42, *47*
Confidentialité et données 8, 25
Configuration 6
Connexions 9–11, 13, 26
Créer une clé 13

D

Déclin 28, 33, *47*
Désactiver la licence sur ce site 24
Dossier de page 13, 15, 20, 22, 41, *47*

E

En parler dans le chat 22
Enregistrer et vérifier 12, 26
Enregistrer le compte de service 9
Enregistrer les données d'application 9
Entretien 6, 15, 20, 25, 38, 42, *47*
État 26–27
Événement clé 11–12, *47*

F

File d'attente 15, 27, 29, 42, *47*
Fournisseur d'IA 6, 8, 15, 25, 29, 31, 39, 43, *47*

G

Google Analytics 4 4, 11, 13, 25–26, 33, 42, *48*
Google Search Console 4, 6, 9, 11, 16, 26, 28–30, 34–36, 41–42, *48*

I

Impressions 9, 14, 29–30, 32–34, 41, *48*
Independent Analytics 4, 11, 13, 33, 42, *48*
Interface pour SchallOS 13
Interventions 22, 31, *48*

L

Licence 5, 27
Light 5, 20, 23–24, 39, *47*

M

Marché linguistique 13, 15, 23, 27, 29, 40, *48*
Matomo 4, 11–13, 25–26, 33, *48*
Mode de fonctionnement 8, *48*
Mot-clé 6, 13, 15, 17, 22–23, 34–36, 41, 43, *48*

O

OAuth 9, *48*
Objectif atteint 11–12, *48*
Ollama 4, 6, 8, *48*
Opportunité 3–4, 13–17, 20–23, 30–32, 34, 41, 43, *48*

P

Page d'entrée 11–12, *48*
Pages 11, 15
Partager les identifiants 8
Position 9, 15, 17, 28–30, 32–36, *48*
Preuve 3, 14, 38, *49*
Profil du site 4, 6–7, 15, 34–36, 41–42, *49*
Profondeur de clic 15, 37, *49*
Propriété 9–10, 12, 26, *49*

Q

Questions 22

R

Recherche 13
Requête 6–9, 13, 15, 17–22, 25, 29–30, 32, 34–36, 38–42, 44–45, *49*

S

Santé des liens *49*
Schall AI Local Connector 4, 8, 43, *49*
Schall Internal Links AI 13
Se reconnecter à Google 26
Serper.dev 4, 13, 17, 20, 35, 43
Source des visites 11, 25–26, *49*
Supprimer les données de cette source 13

T

Table des matières 44, *49*
Taux de clics 15, 30, 32, 34, *49*
Tester la connexion 8, 26
TranslatePress 3–4, 13, 27

U

Utiliser comme source 13, 26
Utiliser la propriété 9

V

Vérifier la licence maintenant 24, 27
Visibilité 14–15, 22, 30, 34, *49*
Visites 11–14, 25–26, 30, 33, 42, *49*