

Module 3

Référencement naturel

Maîtriser le référencement de son site Internet

Table des matières

Fonctionnement des moteurs de recherche et comportement des internautes.....	4
Référencement naturel (S.E.O).....	4
Objectifs.....	4
Référencement payant.....	4
Google.....	5
Autres moteurs.....	7
Assurer l'indexation de toutes les pages du site.....	7
Comportement des internautes.....	7
Étude de pertinence des locutions stratégiques.....	9
Champs sémantique.....	9
Concurrence.....	9
Stratégie de positionnement.....	10
Web sémantique.....	10
Référencement naturel - facteurs on page.....	12
Importance du contenu.....	12
La page d'accueil du site.....	13
Optimisation Technique.....	14
Structuration du contenu.....	15
Liens.....	15
Performances.....	15
Métadonnées.....	16
Micro-données (données structurées).....	17
Audit en ligne.....	17
Erreur à ne pas commettre.....	18
Ergonomie.....	18
Nom de domaine et URL (Uniform Resource Locator).....	19
Référencer un site multilingue.....	20
Améliorer son positionnement - facteurs off page.....	22
Site de confiance et de qualité.....	22
Importance des liens externes (backlinks).....	22
Qualité des liens externes.....	23
Le netlinking (développer l'échange de liens) :.....	23
Page Entreprise Facebook.....	25

Twitter..... 28
Google +..... 28
Campagne d' emailing..... 30

Outils de suivi.....31

Google Webmaster Tools..... 31
Dareboost..... 32
Analytics, Adwords..... 32
Autres outils..... 33

Fonctionnement des moteurs de recherche et comportement des internautes

Référencement naturel (S.E.O)

S.E.O (Search engine optimization).

" L'optimisation pour les moteurs de recherche est un ensemble de techniques visant à favoriser la compréhension de la thématique et du contenu d'une ou de l'ensemble des [pages d'un site Web](#) par les [moteurs de recherche](#).

Ces techniques visent donc à apporter un maximum d'informations concernant le contenu d'une page web aux robots d'indexation des [moteurs de recherche](#)."

Source : Wikipedia - http://fr.wikipedia.org/wiki/Optimisation_pour_les_moteurs_de_recherche

Objectifs

Tant qu'il n'y a qu'un seul moteur de recherche réellement utilisé dans le Web, la problématique concernant le référencement naturel est simple :

- Comment arriver dans les 5 premiers résultats naturels Google lors d'une recherche sur des mots clés ciblés ?
- Comment s'assurer (chiffrer) que la stratégie Web mise en place assure un trafic important, pertinent et durable à mon site Web.

Il serait donc plus exacts de parler de positionnement car tous les sites (saufs s'ils ont reçu de consignes inverses) sont "scannés" par les Googlebots et leurs pages référencées.

Référencement payant

Un autre moyen pour accroître sa visibilité est d'acheter des mots clés via Google.

Un compte [Google Adwords](#) est alors ouvert à partir duquel vous rédigez une annonce.

Vous pouvez décider de publier cette annonce dans les résultats de recherche (exemples ci-dessous) et/ou dans le [réseau display](#) (dans des sites Web partenaires).

Chaque fois qu'un internaute clique sur un lien commercial menant vers votre site, votre compte est débité d'une certaine somme (qui dépend du mot clé acheté).

Cette technique ne doit pas se substituer à la première mais peut être complémentaire.

Annonces relatives à Infographiste Toulouse ⓘ

[Beasty Design graphisme | Beasty-Design.com](#)
www.beasty-design.com/
 graphiste, site web, logo, toulouse infographiste, design app mobiles

[Offre D'emploi Toulouse | apec.fr](#)
www.apec.fr/EmploiToulouse
 Milliers D'Offres En Ligne Classées Par Régions, Votre Job Avec L'APEEC!

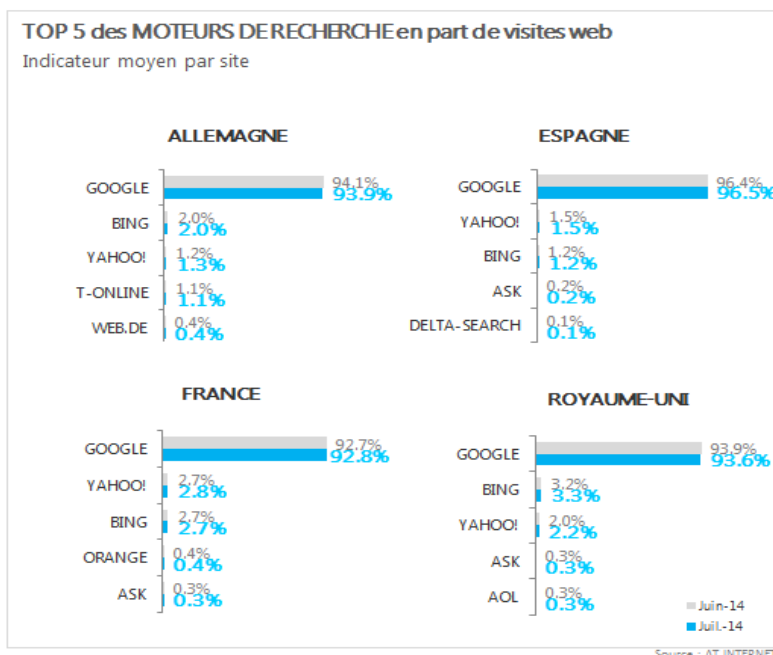
L'autre "versant" de Google Adwords est [Google Adsense](#) qui permet au propriétaire d'un site de gagner de l'argent en publiant des annonces Google.

- SEM=SEO+SEA+SMO : <http://www.leonard-rodriguez.com/blog/search-marketing/seo-search-marketing/definition-sem-seo-sea-smo-search-engine-marketing-421>

Google

- **Google** représente près de **90% du trafic** de recherche dans le monde

Image: atinternet.com/barometre-des-moteurs/



Autres sources

Mars 2014 - Damien Boutonnet
<http://www.31-place-web.net/>

statistiques : <http://gs.statcounter.com/>

- **Googlebot** est un robot d'indexation qui "scanne" chaque page d'un site Web et garde en mémoire le contenu ainsi que les modifications apportées.

Il va également suivre tous les liens du site. Il ne "voit" que les balises HTML et leur contenu (n'est pas sensible à la mise en page, couleurs...). Explore plus de 2 milliards de sites sur la toile.

Infos : <https://support.google.com/webmasters/answer/182072?hl=fr>

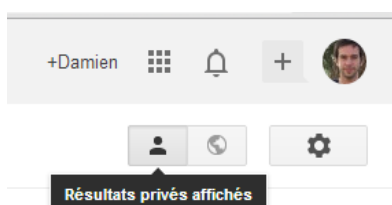
- Google se base ensuite sur un **algorithme** pour déterminer l'ordre des résultats de recherches (+ de 200 critères).

Ce calcul évolue, la dernière version est appelée **Hummingbird** (colibri) permettant de "*mieux répondre aux requêtes plus complexes*" : compréhension des phrases et non seulement des mots clés : adaptation au recherches vocales (compréhension de synonymes notamment).

- Recherche simple : <http://www.google.fr/intl/fr/help/basics.html>
- Fonctionnalités de recherche : <http://www.google.fr/intl/fr/help/features.html>
- Opérateurs Google : <https://support.google.com/websearch/answer/136861?hl=fr>
- Services Google : http://fr.wikipedia.org/wiki/Liste_des_services_en_ligne_de_Google
- Recherche contextuelle

Les résultats de recherches adaptés à votre profil (compte Google+) si vous êtes loggés.

Ainsi, d'autres facteurs jouent dans l'algorithme de classement des résultats : votre historique de recherches, vos centres d'intérêt, votre âge, sexe ... votre réseau Google +...



Autres moteurs

- Moteurs sans tracking : startpage.com/fra/ "StartPage ne collecte ni ne partage aucune donnée personnelle".
- Principaux concurrents de Google : bing.com (microsoft)- fr.search.yahoo.com (fusion avec Bing, même algorithme).
- qwant.com Moteur Français, résultats regroupés par thèmes (même principe : <http://www.wdyl.com/> de Google)

Assurer l'indexation de toutes les pages du site

- sitemap.xml

Ce fichier qui doit être hébergé à la racine du site indique aux robots les pages à indexer (plan du site) et facilite ainsi leur travail. La syntaxe est proche du XML est proche du HTML.

Exemple : <http://www.31-place-web.net/sitemap.xml>

Générateur de sitemap : <http://www.my-sitemap.com/>

- Robots.txt

A l'inverse, si vous ne souhaitez pas que certains dossiers soient indexés et apparaissent dans les résultats de recherches (administration, dossiers privés) vous devez l'indiquer

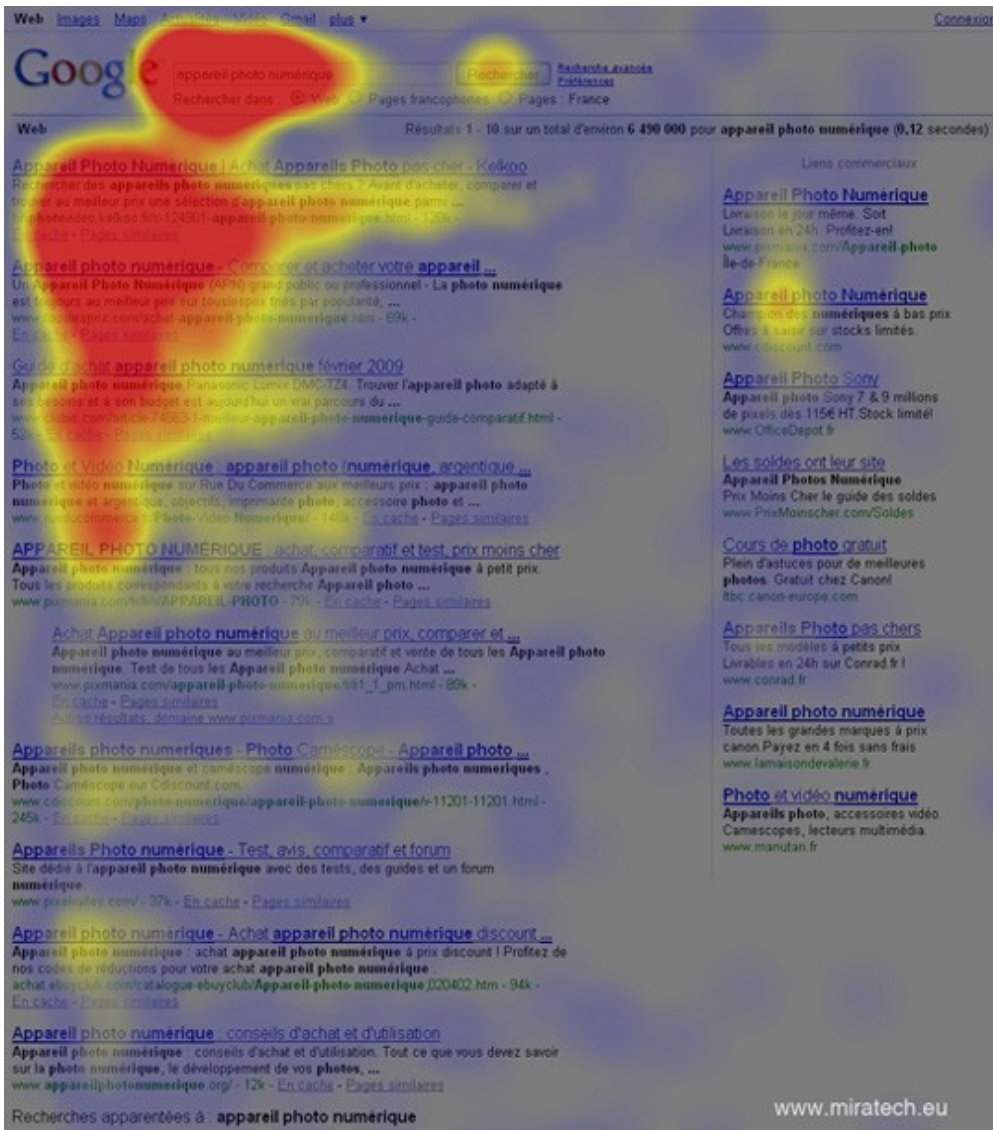
Exemple : <http://31-place-web.net/robots.txt>

Documentation : <https://support.google.com/webmasters/answer/1061943?hl=fr>

Comportement des internautes

- **34%** des internautes cliquent sur le **premier lien** proposé dans les résultats de recherche et peu vont au delà du 5ième résultat affiché.
S'ils ne trouvent pas, ils font une autre recherche avec d'autres mots clés.

Visualisation d'une SERP : Search Engine Results Page



Source :

<http://miratech.fr/eye-tracking/>

- 85% des visiteurs des sites Web y accèdent via un moteur de recherche (Google). Les 15 % restants proviennent d'accès directs et de liens entrants.
- Ils tapent en moyenne entre 2 et 4 mots par recherche en moyenne
- Plus des 2/3 des internautes ne cliquent pas sur les liens sponsorisés (importance du référencement naturel)

Étude de pertinence des locutions stratégiques

Champs sémantique

Il est important d'établir une liste de mots clés que les internautes sont susceptibles de taper dans le moteur de recherche pour accéder aux pages de votre site (4, 5 mots par page).

- Ces mots doivent être souvent recherchés, correspondre à une demande de la part des internautes. Voir : <https://www.google.fr/trends/>
- Étroitement liés à l'activité de votre site afin de générer des visites pertinentes
- Vous pouvez faire des associations de mots clés (ex: Webmaster Indépendant Toulouse)
- Outil de planification de mots clés : <https://adwords.google.com/KeywordPlanner>

Concurrence

- Tapez vous même ces mots clés dans Google pour étudier l'état de la concurrence.
- Si ces mots ressortent bien (1ère ligne bleue de l'encart Google) sur des sites à fort trafic, en référencement naturel, il vous sera difficile de vous "faire une place".
- Estimer le trafic de vos concurrents grâce au module firefox : seoquake.com/

1. Wikipédia, l'encyclopédie libre

fr.wikipedia.org/ ▼

La Révolte du papier timbré s'est produite dans l'Ouest de la France, sous le règne de Louis XIV (d'avril à septembre 1675). Cette révolte antifiscale d'Ancien ...

[Wikipédia en français](#) - [Portail:Accueil](#) - [Français](#) - [Aide:Sommaire](#)

Vous avez consulté cette page de nombreuses fois. Date de la dernière visite : 17/09/13

SEOquake | PR: 7 | I: 2,730,000 | L: 134796 | LD: 18467105 | I: n/a | Rank: 6 | Age: n/a | whois | source | Sitemap: no | Rank: n/a | Price: n/a | ?

PR = Page Rank (indice de notoriété de 0 à 10) | **I** = Google Index (nombre de pages référencées) | **L** = Liens entrants | **Rank** = Alexa Rank (service d'analyse Alexa)

Stratégie de positionnement

- L'idéal est de déterminer des mots clés, associations de mots peu concurrentiels et ayant un fort trafic de recherche.
- Une fois choisis, ces mots clés devront se trouver dans le contenu de votre site, de façon répétée et à des endroits stratégiques : titre, liens, métadonnées, mise en exergue... (cf optimisation HTML).
- Un des facteur ayant le plus de poids étant le nom de domaine, dans la mesure du possible il doit contenir 1 ou 2 mots clés (séparés par des tiret "-")
- Enfin, lorsque le site en ligne, le service [Google Analytics](#) permet de connaître via quels mots clés les internautes ont accédé aux pages de votre site et la pertinence de ces visites (temps passé sur la page, taux de rebond...). Vous pourrez alors ajuster votre stratégie.

Mot clé	Sessions	% nouvelles sessions	Nouveaux utilisateurs	Taux de rebond	Pages/session	Durée moyenne des sessions	Contact (Taux de conversion - Objectif 1)	Contact (Réalisations de l'objectif 1)	Contact (Valeur de l'objectif 1)
	20 % du total: 2,50 % (799)	80,00 % Moyenne du site: 69,21 % (15,59 %)	16 % du total: 2,89 % (553)	40,00 % Moyenne du site: 53,19 % (-24,80 %)	3,00 Moyenne du site: 2,80 (7,30 %)	00:01:54 Moyenne du site: 00:02:13 (-14,15 %)	30,00 % Moyenne du site: 18,27 % (64,18 %)	6 % du total: 4,11 % (146)	6,00 € % du total: 4,11 % (146,00 €)
1. damien boutonnet	3 (15,00 %)	66,67 %	2 (12,50 %)	0,00 %	6,00	00:03:48	100,00 %	3 (50,00 %)	3,00 € (50,00 %)
2. formation webmaster toulouse	2 (10,00 %)	100,00 %	2 (12,50 %)	0,00 %	4,50	00:04:19	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)
3. webmaster en sous traitance	2 (10,00 %)	50,00 %	1 (6,25 %)	50,00 %	3,00	00:02:51	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)

Interface Analytics

- Si vous ne parvenez pas à vous positionner sur ces mots clés en référencement naturel, le service [Google Adwords](#) vous permettra d'apparaître dans les liens commerciaux.

Web sémantique

- Le Web (1.0) des années 90 était constitué de pages statiques, difficilement modifiables.
- Avec le Web 2.0 (années 2000) l'internaute devient acteur, il peut facilement

créer, modifier transmettre l'information (forums, réseaux sociaux, sites communautaires)

- Le Web 3.0 est déjà en train de se mettre en place, l'orientation est celle d'une meilleure compréhension par les machines (robots d'indexation notamment) du sens donné au contenu d'une page Web.

Il est maintenant possible grâce à HTML5 et aux micro-données de baliser certaines portions de contenu afin d'indiquer aux robots le type de contenu présent : événement, auteur, CV, localisation, avis...

Ils seront en mesure de "comprendre" les données au lieu de n'y voir qu'une suite de mots clés.

Documentation et exemples : <https://support.google.com/webmasters/answer/176035?hl=fr>

Référencement naturel - facteurs on page

Importance du contenu

Dans ses communiqués, Google insiste surtout sur la qualité du contenu pour faire remonter un site dans les résultats de recherche :

- **Original** : Peu d'autres sources sur le Net. Contenu non dupliqué : Google sanctionne le "duplicate content". Un outil pour tester si votre contenu n'a pas été copié : <http://www.positeo.com/check-duplicate-content/>
- Important : grand nombre de pages



Illustration du concept de longue traîne (long trail) Wikipedia

Mis en évidence par le site Amazon concernant les produits vendus : quelques produits best-sellers assurent 20% du chiffre d'affaire mais l'essentiel des ventes (80%) est réalisé par beaucoup de produits très peu vendus.

Dans une optique S.E.O (produits=mots clés), ne pas négliger les mots clés (sujets) de moindre importance, un site contenant 500 pages fera d'avantage de trafic qu'un site en contenant 10, mêmes de très bonne qualités.

- Lisible par les robots : structure HTML correctement construite (S.E.O), privilégier le contenu textuel aux images, animations flash
- Actualisé : mises à jour régulières (Google déclassé les sites au contenu trop ancien)
- Une page traite d'une information ou un produit unique. Mieux vaut 5 pages pour présenter 5 produits que les présenter tous en une seule page.
- L'ordre des éléments compte : le 1er paragraphe a plus d'importance : ne pas

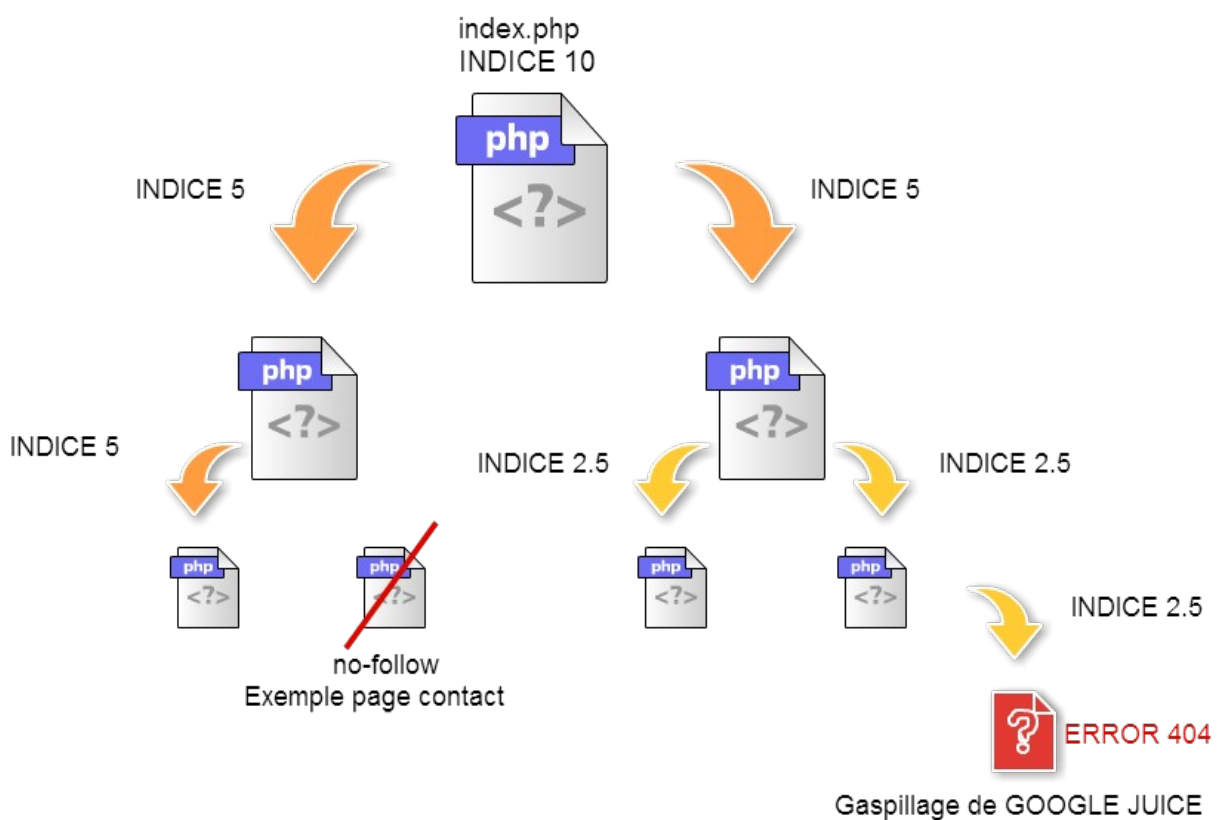
insérer 30 images avant le texte de présentation

- Le site peut offrir des fonctionnalités attractives : forum, video, pdf téléchargeables, formulaires...

La page d'accueil du site

Concept de "Google juice" ("jus de lien") concerne les liens faits depuis la page d'accueil du site.

SCHEMA GOOGLE JUICE



Source : <http://positionnement-seo.fr/seo/google-juice-arborescence/>

La page d'accueil a plus de "poids" pour Google mais également les pages directement liées depuis celle-ci qui auront donc un meilleur potentiel de référencement.

Ce "jus" se répand dans le site en suivant les liens internes.

Il est donc important depuis la page d'accueil de :

- Cibler des pages clés de votre site
- Ne pas avoir trop de liens pour que le "jus reste concentré"
- Éviter absolument les liens brisés (erreur 404) : "perte de jus"
- Indiquer à Google (attribut HTML "no-follow") de ne pas suivre certains liens vers des pages n'ayant pas de contenu (formulaire contact, admin).
- L'accueil du site doit présenter un contenu souvent mis à jour : rubrique actualités par exemple.

Optimisation Technique

L'environnement HTML(5) doit améliorer la lisibilité de votre contenu par les moteurs de recherche (cœur du SEO) et mettre ainsi en valeur les mots clés déterminés.

Installer l'extension [firebug](#) pour visualiser le code source des pages Web et pouvoir ainsi faire un audit technique en suivant les points ci-dessous.



```

<!DOCTYPE html>
<html>
  <head>
    <!-- Début conteneur -->
    <section id="conteneur">
      <!-- Début entete -->
      <header id="entete">
        <!-- Fin entete -->
        <!-- Début menu -->
        <nav id="menu_horizontel">
          <!-- Fin menu -->
        <!-- Début page -->
        <section id="page">
          <h2 class="titre_article">Cours</h2>
          <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Fusce auctor mauris vitae eleifend lectus mollis. Sed id ultrices elit. In hac habitasse platea dictumst.</p>
        </section>
      </section>
    </head>
  </body>
</html>

```

Outre le référencement, toutes ces techniques améliorent l'[accessibilité](#) du site, ce qui permet à un plus large public d'accéder au contenu (non voyants, mobilité réduite, connexion faible débit ...).

Structuration du contenu

- Privilégier le contenu textuel au contenu en images ou technologies flash
- Au moins un <h1> par page (il sera désormais possible d'utiliser plusieurs <h1> en HTML5) et une hiérarchisation visible et cohérente des sous-titres : <h2>

<h3> ...

- Coder en HTML5 qui permet un balisage sémantique. Un "conteneur" approprié pour chaque type de contenu

```
<nav> <header> <footer> <aside> <article> <figure> <audio> <video> <strong> <em>
<blockquote> <p>
```

- Utiliser les balises et pour mettre en valeur les mots importants d'un texte

```
<p>Ceci est un mot <strong>important</strong></p>
```

- Renseignez l'attribut alt des balises img (images)

```

```

Liens

- L'ancre des liens doit contenir un mot clé

```
<a href="#">Mot clé</a> plutôt que : <a href="#">En savoir plus</a>
```

- Si des liens ne doivent pas être suivis par les robots, l'indiquer avec l'attribut "nofollow"

```
<a href="mon-site.fr/admin" rel="nofollow" />Espace privé<a>
```

Performances

- Allégez au maximum le poids de vos pages (la rapidité d'affichage compte) : compression des scripts, poids des images, performances serveur... Tests de performances :

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>

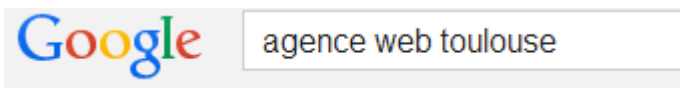
Métadonnées

- Contenu différencié et ciblé pour chaque page de la balise (10-70 caractères) :

```
<title>Titre de ma page</title>
```

Importance primordiale car cette balise est utilisée dans les résultats de recherche Google. Contenant des mots clés choisis.

recherche :



Premier résultat (septembre 2014) :

WS Interactive : Agence Web, Toulouse

www.ws-interactive.fr/

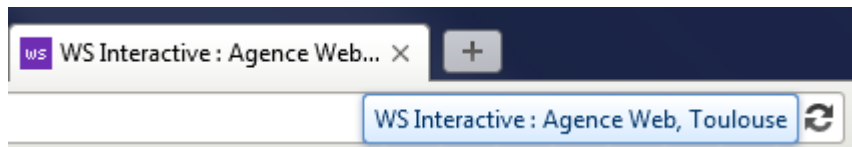
Agence web spécialisée dans la conception et la création de sites et animations flash sur Internet, Intranet et Extranet.

Vous avez consulté cette page 2 fois. Dernière visite : 11/09/13

Code :

```
<title>WS Interactive : Agence Web, Toulouse</title>
```

Site :



- Contenu différencié et ciblé (70-160 caractères) pour chaque page de la balise :

```
<meta name="description" content="Une description de ma page avec plein de mots clés dedans ..">
```

- Éventuellement (peu de poids) renseignez les balises (voir article : [balises meta](#))

```
<meta name="author" content="Mon nom" />
<meta name="copyright" content="Tous droits réservés, nom entreprise" />
<meta name="generator" content="Prestashop 1.5" />
<meta name="keywords" content="mot clé1, mot clé2, mot clé3" />
```

- La balise suivante peut être très utile si vous **ne voulez pas** que les moteurs de recherche indexe le contenu d'une page

```
<meta name="robots" content="none" />
```

Micro-données (données structurées)

Avec le développement d'un Web Sémantique, Google va dans le sens d'une meilleure compréhension du type de données affichées : avis, produits, recettes, événements... Il les fait parfois apparaître dans le SERP, ce qui permet d'améliorer le taux de clic (CTR) et donc la fréquentation du site.

Avis

[Dragon Age: Origins for PC - Dragon Age: Origins PC Game - Dragon ...](#)

★★★★★ Review by GameSpot - Nov 3, 2009

Wii, Dragon Age, and Tiger Woods in this GameSpot news update for ... I had a great hope for Dragon Age Origins, but, it didn't turn out quite what I think ...

www.gamespot.com/pc/.../dragonage/index.html - 21 hours ago - [Cached](#) - [Similar](#)

Recettes

[Salad - Thai Green Mango Salad Recipe](#)



★★★★★ 5 reviews - Total cook time: 20 mins

You asked for a one-page printable version of my step-by-step Green **Mango Salad** recipe, so here it is! This salad will blow you away with its ...

thaifood.about.com/od/thaisnacks/r/greenmangosalad.htm -

[Cached](#) - [Similar](#)

Événements

[Tacoma Dome Calendar - Tacoma Dome Events | Eventful](#)

View **Tacoma Dome's** upcoming **event** schedule and profile - Tacoma, WA. City/neighborhood: Tacoma Disabled access: No obstacles to access.

Wed, Jun 29 [Britney Spears - Jessie and ...](#) - Tacoma Dome, Tacoma, WA, 98421

Fri, Jul 8 [Matthew Morrison](#) - Tacoma Dome, Tacoma, WA, 98421

Fri, Jul 8 [NKOTBSB](#) - Tacoma Dome, Tacoma, WA, 98421

eventful.com/tacoma/venues/tacoma-dome-/V0-001.../events - [Cached](#) - [Similar](#)

- Documentation : <https://support.google.com/webmasters/answer/176035?hl=fr>
- Outil Google d'aide au balisage : <https://www.google.com/webmasters/markup-helper/>
- Site de référence : <http://schema.org/>

Audit en ligne

Globalement le code HTML produit devra être de bonne qualité c'est à dire respecter les standards du [W3C](#). Pour le vérifier, cet organisme a mis en place un validateur : <http://validator.w3.org/>.

Au moins 20 % de la source de la page doit être du contenu textuel et non pas des balises HTML. Plus ce pourcentage est important mieux c'est.

Audit gratuit de site grâce à l'extension Firefox : <https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/seo-website-analysis/>

Erreur à ne pas commettre

Éviter le contenu dupliqué (duplicate content), assimilé à une technique frauduleuse :

- D'un site à l'autre, Google pénalisera le site qui a "copié l'autre"
- Entre plusieurs pages d'un même site. Si toutefois le site doit contenir 2 pages très proches, il faut indiquer dans le code source quelle est la page principale (dans la partie <head>) :

```
<link rel="canonical" href="page-favorite.html" />
```

Les sites "one page" (exemple : <http://getbootstrap.com/getting-started/>) sont plus difficiles à référencer : <http://www.responsive-mind.fr/seo-site-page-unique/>

Bien que cela s'améliore, les sites en Flash (exemple : <http://imm-g.com/>) restent difficiles

à référencer.

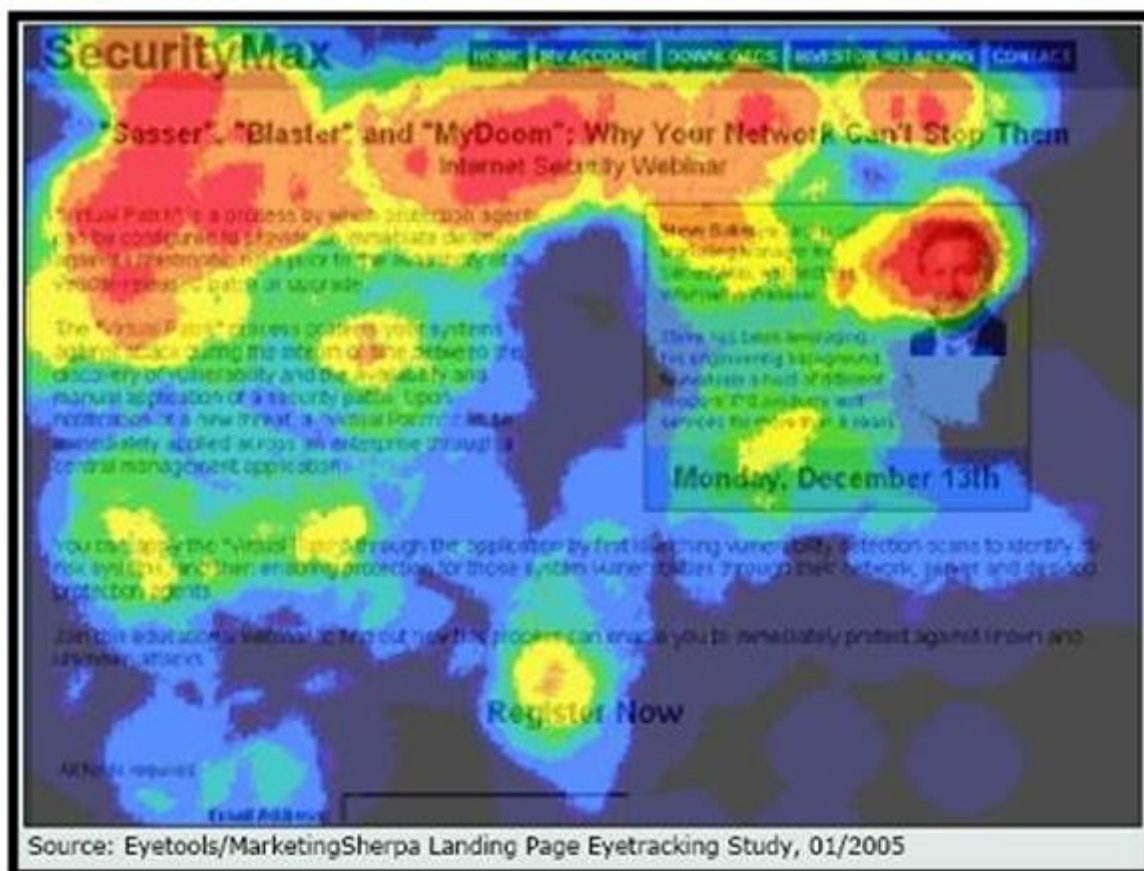
Ergonomie

Google ne prend pas directement en compte le graphisme, la présentation, navigation des pages d'un site.

Ces paramètres interviennent dans le temps passé par un internaute sur votre site, le nombre de pages vues (diminution du taux de rebond), la notoriété (crédibilité) de votre site et donc augmentera vos "points Google" :

- graphisme agréable
- textes lisibles
- navigation adaptée
- information facile à trouver
- affichage tous supports (écran - tablette -mobile)

L'essentiel de l'information (texte d'accroche) de la page doit se trouver dans les 600 premiers pixels. L'utilisateur a tendance à regarder d'abord les images et ensuite le texte. Les informations de bas de page sont souvent ignorées.



Source : <http://www.stayonsearch.com/how-people-consume-information-on-the-internet>

Nom de domaine et URL (Uniform Resource Locator)

L'URL d'une page (son adresse unique) joue un rôle important dans le positionnement et le taux de clics.

Composition d'une URL



Source : http://librairie.immateriel.fr/fr/read_book/9782212127744/Annexes

Exemple d'URL complexe :

`http://fr.wikipedia.org/wiki/test-referencement?page=2#message-5579148`

- Protocole : http
- Nom de domaine :
 - TLD (top level domain) : org
 - Nom du site : wikipedia.org
 - Sous-domaine: fr
- Chemin : /wiki/test-referencement
- Paramètres : ?page=2
- Ancre : #message-5579148

Nom de domaine

- Le nom de domaine se trouvant sur toutes les URLs, il est à choisir avec soin
- C'est le nom du site.
- Entre 10 et 20 caractères.
- Utiliser des tirets pour séparer les mots
- Si possible doit contenir des mots clés liés à votre activité.
- Le choix de l'extension a peu d'influence sur le référencement (.org, .fr ...)
- Un nom de domaine ancien a plus de poids qu'un nom récent

Les URLs

- Doivent être lisibles et contenir l'arborescence complète jusqu'à la page.

<http://www.mon-site.com/contact/nom-prenom.html> au lieu de :
<http://www.mon-site.com/page.php?id=38>

Possibilité de réécriture d'URL facile (URL rewriting) dans la plupart des C.M.S (fichier .htaccess)

- Le nom de la page doit reprendre le contenu du titre principal. Attention à toujours avoir des URL's valides pour éviter l'erreur 404 (point négatif pour Google).
- Apparaissent en résultats de recherches (en vert), peuvent accroître le taux de clics

Référencer un site multilingue

- Un sous domaine par langue
Ex : fr.wikipedia.org - en.wikipedia.org
- Une page par traduction avec un passage d'une version à l'autre directe (sans repasser par la page d'accueil)
- Des urls distinctes pour chaque page dans la langue choisie
- Bannir les traduction automatiques (mauvaise qualité)
- Traduire tout le contenu de la page (menus, pied de page...)
- Dans le code HTML, utiliser l'attribut lang afin de préciser aux robots la langue utilisée

```
<html lang="fr">
```

Améliorer son positionnement - facteurs off page

Site de confiance et de qualité

Si tous les critères de facteurs on-page ont été respectés : beaucoup de contenu original, HTML bien construit, URLs propres, pas de duplication de contenu... Le site sera considéré comme étant de qualité par Google.

Afin d'optimiser le référencement il faudra créer des partenariats avec d'autres sites de qualité dans le même secteur.

Importance des liens externes (backlinks)

Il est primordial que des liens (backlinks) pointent vers votre site.

D'une part parce que cela **accroît les possibilités** pour un internaute d'accéder à votre site. D'autre part parce que c'est un facteur essentiel de l'**indice de popularité** (Page Rank) de votre site qui le fera remonter ou non dans les résultats de recherches.

Le Page Rank (inventé par Larry Page) est l'algorithme d'analyse des liens externes pointant vers votre site. Notation de 1 à 10 (fort) est un facteur important du classement dans les résultats de recherches (mais pas le seul). Indice de notoriété (importance) du site.

Le site vers lequel le lien est fait bénéficie de la popularité du site lié en "déversant" du Google juice supplémentaire vers celui-ci. Il faudra donc essayer d'en obtenir un maximum.

Illustration du Page Rank (Wikipedia)



Connaître le page rank d'un site : <http://www.pagerank.fr/>

Qualité des liens externes

Dans l'idéal, ces liens :

- Proviennent de sites à fort trafic, bien référencés (et fort Page Rank).
- Proviennent de sites dans le même domaine que le votre
- Sont bien positionnés et peu nombreux dans la page source
- Sont effectués à partir d'un clic sur un mot clé (nom de votre site, article présenté)
- Sont nombreux provenant de nombreux sites plutôt que d'un seul
- Proviennent de sites fiables (Trust Rank). Évitez absolument les sites n'ayant pas bonne réputation (blacklistés par Google).

Le netlinking (développer l'échange de liens) :

Créer des liens depuis :

- Des sites partenaires - échanges de liens avec des sites ayant la même thématique
- Des Digg like (communiqués de presse) permettent de créer un article avec lien vers le site : <http://www.jguiss.com/2012/03/liste-ultime-digg-like-ping/>
- Des annuaires : <http://www.seocktail.fr/referencement/une-selection-de-100-annuaires.php>

Procédures d'inscriptions différentes selon les annuaires.
Réaliser un descriptif de site unique (éviter la duplication de contenu).
Les annuaires spécialisés dans votre secteur d'activité sont à privilégier (gastronomie, immobilier, tourisme...)

Attention : éviter les services d'inscriptions automatiques dans les annuaires (risque de se retrouver dans des annuaires blacklistés). S'inscrire dans des annuaires de qualité (page rank élevé).

Le plus important des annuaires (mozilla) :

<http://www.dmoz.org/docs/fr/add.html>

- Des forums. Privilégier les forums où un champ est prévu dans le formulaire pour renseigner le site Web. Vous pouvez rechercher (sans spammer !) des forums ouverts dans des sites ayant un fort Page Rank.
- Google Map. Incontournable, vous pourrez ressortir plus facilement dans les résultats de recherches lorsque l'internaute précise la localisation.
- U tube (3ième site le plus visité au monde - propriété de Google) : lien dans le descriptif de la vidéo.
- Guest blogging : contacter un blogueur de votre domaine et proposez de créer un article sur son site avec lien vers le votre.
<http://www.lereferenceur.fr/blog/guest-blogging-pourquoi-ne-pas-essayer/>
- Des blogs ou sites périphériques (même propriétaire). Créer un blog complémentaire de votre boutique en ligne par exemple.
- **QR code** avec lien vers votre site sur tous les supports papiers (carte de visite, flyers, véhicule de fonction...)
- Signature de mail. Lien vers votre site en pied de page de vos mails professionnels.
- Les réseaux sociaux - Facebook, twitter, google+, Viadeo, linkedin, ...
Assurer une présence forte sur les réseaux sociaux, on parle de S.M.O : Social média optimisation (optimiser sa visibilité sur les réseaux sociaux).

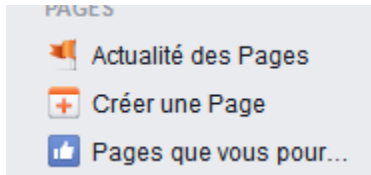
Note : Les statistiques de facebook (beaucoup de mention "j'aime" sur une page), twitter, Google+ sont utilisées par Google dans le positionnement d'un site.

Page Entreprise Facebook

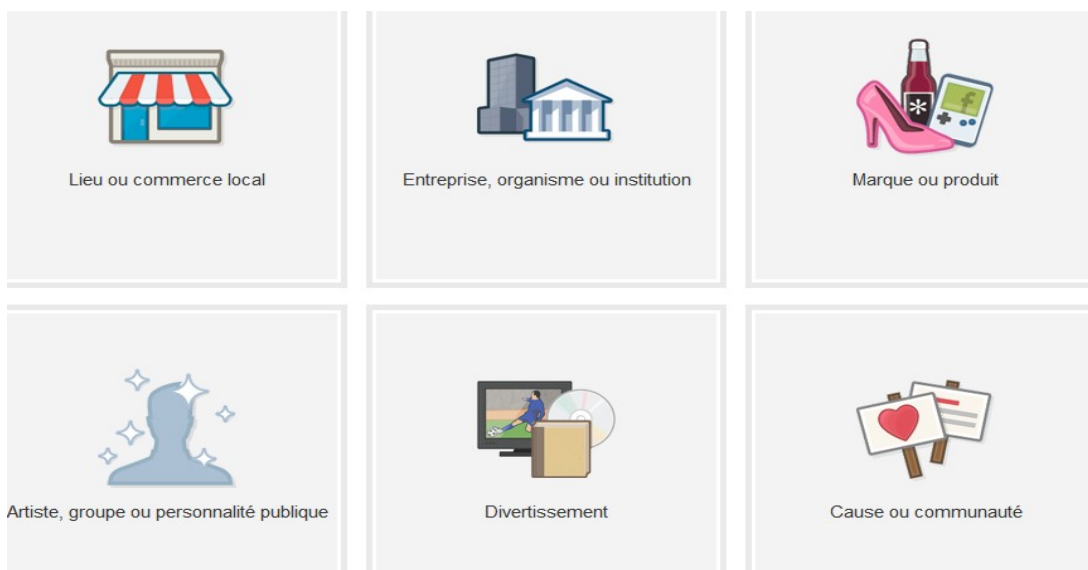
Créer une page entreprise

1- Créer un compte facebook

2- Une fois inscrit, vous avez la possibilité de créer une page entreprise : "créer une page"



3- Choisissez le domaine d'activité :



4- Remplissez le formulaire

Paramétrer Ma petite entreprise

1 À propos >> 2 Photo de profil >> 3 Ajouter aux favoris >> 4 Atteindre plus de monde

Conseil : ajoutez une description et un site web pour améliorer la position de votre Page dans les résultats de recherche. Les champs marqués d'un astérisque (*) sont obligatoires.

Écrivez quelques lignes pour décrire le sujet de votre Page. Cela permettra de faciliter sa recherche. Vous pouvez à tout moment ajouter des détails supplémentaires dans vos paramètres de Page.

Description de ma page (contenu non dupliqué) 110

Choisissez une adresse web Facebook unique pour aider les gens à trouver votre Page. Une fois cette adresse définie, vous ne pouvez la changer qu'une seule fois.

Ma petite entreprise est-il un vrai gouvernement, organisation ou école ? Oui Non

Cela permettra aux gens de trouver cette organisation, cette école ou ce gouvernement plus facilement sur Facebook.

5- Renseignez votre page : "A propos" - Photos - Événement, publiez des actualités avec des liens vers différentes pages de votre site.

Note : ces liens sont en "no-follow" et ne rapportent pas de Google Juice à votre site mais permettent de générer un trafic alternatif.

6- Vous pouvez maintenant faire connaître votre page (et par extension votre site)



7- Le but étant qu'un maximum d'internautes cliquent sur "j'aime" (deviennent "fans"), ce qui affichera cette notification sur leur mur ainsi que les mises à jours de votre page et fera connaître votre activité à leurs contacts



Voir la documentation Facebook : <https://fr-fr.facebook.com/business/overview>

Bouton "J'aime" sur votre site



Une fois cliqué, le titre et lien vers le site apparaît sur le mur facebook de l'internaute = inciter les lecteurs à créer des liens vers votre site : link baiting = pêche aux liens



Se met en place grâce à une inclusion de code (javascript) dans les pages du site : <https://developers.facebook.com/products/sharing/>

Fil de commentaires sur votre site

<https://developers.facebook.com/docs/plugins/activity>

Mentions "j'aime"

<https://developers.facebook.com/docs/plugins/like-box-for-pages>



Twitter

Principe

Plateforme de microblogage (140 caractères max). Développez votre réseau : followers.

Pour une actualité publiée sur votre site, faites un "Tweet" avec un lien vers la page concernée, vos followers seront ainsi incités à visiter votre site. Augmente le nombre de visite sur votre site et assure un lien depuis un site à fort Page Rank.

Ajouter un bouton Twitter sur son site (inclusion de code Javascript)



<https://about.twitter.com/fr/resources/buttons>

Fil Twitter sur son site



<https://dev.twitter.com/docs/embedded-tweets>

Google +

Principe

Réseau social proche de Facebook dans son fonctionnement.

Ajouter un bouton "+1"

Équivalent "j'aime" de Facebook, se fait simplement par inclusion de code dans sa page Web : <http://www.google.fr/intl/fr/webmasters/%2B1/button/index.html>

Mais il y a un avantage supplémentaire : Google+ et le moteur de recherche sont liés.

Si une personne de vos cercles (Brian Walker) a recommandé une page, cela sera notifié dans le SERP. Accroît le taux de clics et cette page remontera dans les résultats affichés si vous êtes loggés.

[The Example | Hotels and resorts](#)

Discover the Example today and experience our spacious rooms and accommodations in some of the world's most sophisticated destinations.

www.examplehotel.com/ - [Cached](#) - [Similar](#)

Brian Walker +1'd this

Page entreprise Google My Business

Résultat de recherche dans la SERP



Webmaster - 31 place Web

Itinéraire [Soyez le premier à donner votre avis.](#)

Adresse : 1 Avenue des Alpes, 31400 Toulouse

Téléphone : 06 82 59 01 74

Horaires d'ouverture : Ouvert aujourd'hui · 09:00 – 18:00

Avis

[Soyez le premier à donner votre avis.](#)

1- Connectez vous à votre compte Google+

2- Dans le menu déroulant choisissez "pages" > "créer une page"

3- Suivez les indications : type d'activité, localisation (remplace Google Adresses)

Google+

Accueil

Profil

Contacts

Photos

Populaire sur Google+

Communautés

Événements

Hangouts

Pages

Campagne d' emailing

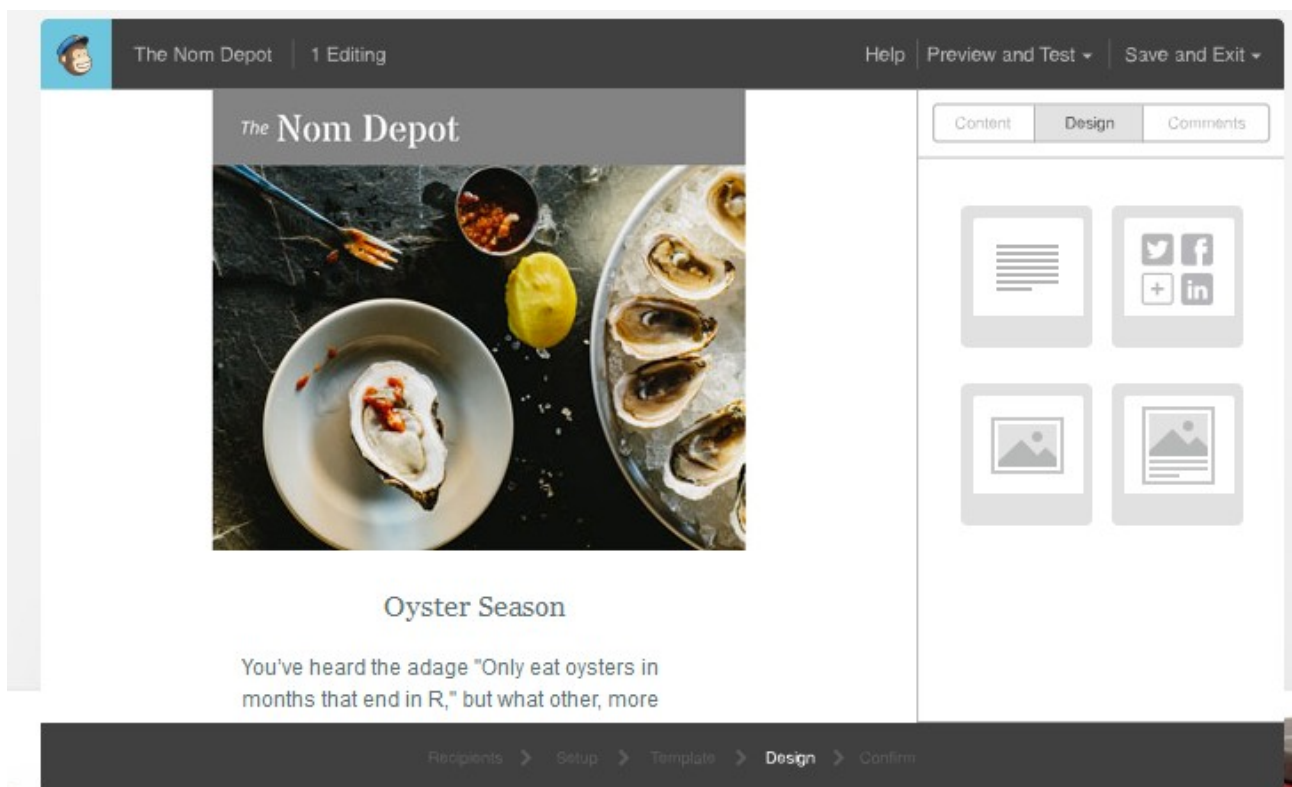
L'emailing est un outil de marketing direct très efficace : nouveaux produits, actualités, informations précises... Incitation à (re)visiter le site Web.

L'outil d'envoi de mail peut être intégré au site Web ou être effectué par un prestataire externe.

- Le serveur d'envoi doit avoir bonne réputation sinon les newsletter envoyées seront considérées comme des spams.

- Les listes d'abonnés peuvent être constituées à partir d'un formulaire (enregistrement depuis le site) ou depuis une liste fournie, à condition que les destinataires aient explicitement acceptés de recevoir des lettres d'informations.
- De plus toute personne recevant une newsletter doit avoir la possibilité de se désinscrire simplement.

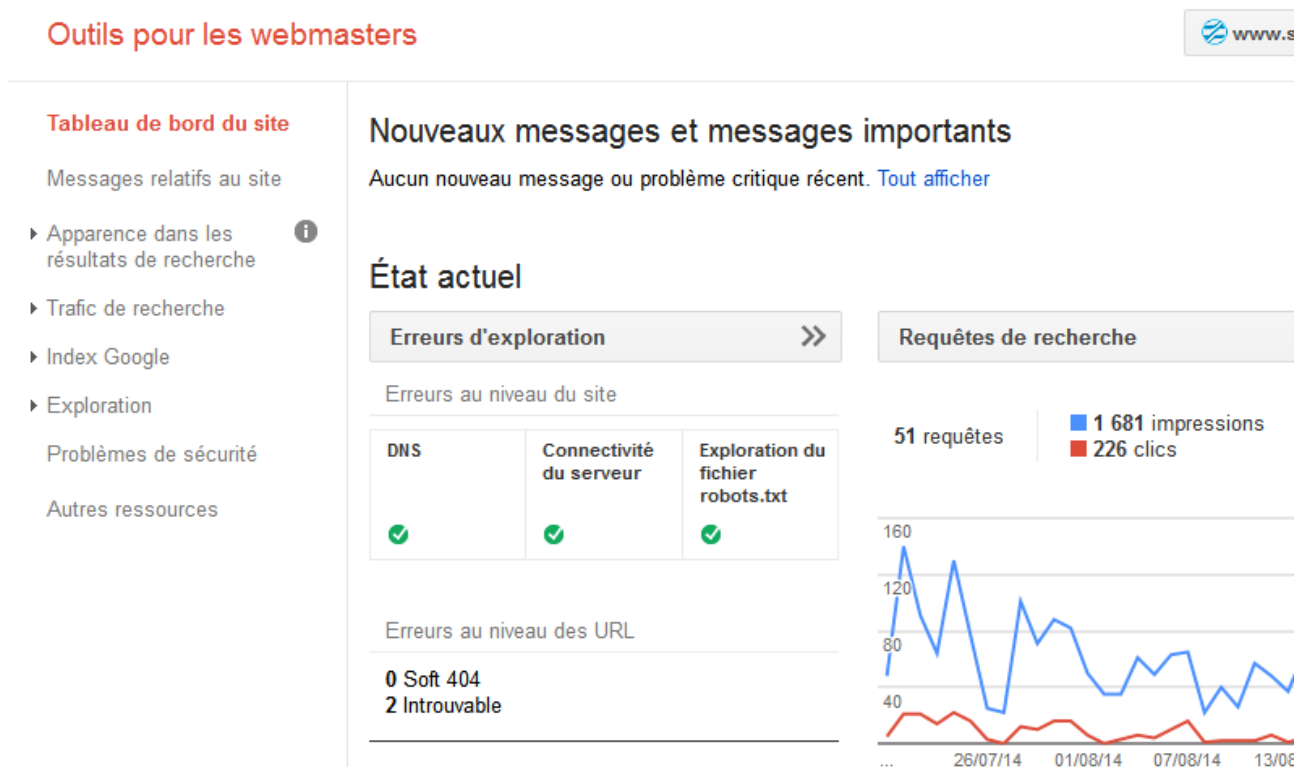
Exemple de service gratuit (jusqu'à 12000 emails) : <http://mailchimp.com/>



Outils de suivi

Google [Webmaster Tools](#)

Les effets d'une politique de référencement ne sont pas immédiats, il faut effectuer un suivi régulier afin d'adapter, corriger sa stratégie de référencement.



Inscription

Comme pour tous les autres services, vous aurez besoin d'un compte Google. Une fois identifié, vous devrez prouver que vous êtes bien propriétaire du site à analyser.

Pour cela, il faut déposer (par FTP) un fichier généré par Google à la racine de votre site.

Possibilité de gérer plusieurs sites pour un même compte.

Points importants

- Apparence dans les résultats de recherche > Améliorations HTML
Balises title et meta bien construites ?
- Trafic de recherche > Requêtes de recherches
En fonction des mots clés tapés : nombre d'impressions (affichages SERP), position dans les résultats de recherche, clics, CTR (taux de clics)
- Index Google > Mots clés de contenu
Voir en un coup d'œil les mots clés qui ressortent dans l'analyse de vos pages par Google
- Exploration > Erreurs d'exploration
Si problèmes d'exploration par les Googlebots (erreur 404)
- Autres ressources > PageSpeed Insight
Teste la rapidité d'affichage des pages du site (compte pour le référencement) et propose des solutions pour l'améliorer

Dareboost

- Outil d'analyse technique et de qualité de vos pages :
<https://www.dareboost.com/>

Analytics, Adwords

- Installer [Google Analytic](#) sur votre site pour en mesurer l'audience.
Nombre de visiteurs, temps moyen passé sur le site, pages les plus visitées, mots clés tapés... Nouveau : profil des internautes (age, loisirs, sexe ...).
- Google [AdWords](#).
Achat de mots clés permettant d'apparaître dans les résultats de recherches (liens commerciaux), sur les sites faisant partie du réseau display Google.

Autres outils

- [Générateur de balises <meta>](#)
- Générateur de [sitemap](#)
- Création de sites gratuits : <http://fr.wix.com/> ou <http://fr.jimdo.com/>
- Création de blog, site Web gratuit : <https://fr.wordpress.com/>