



1- Qu'est-ce qu'un moteur de recherche ? Quel est son rôle ?

Vidéo : moteur de recherche : comment ça marche ? (1'05)

Ce sont des robots, appelés "crawler" ou encore "spider" qui parcourent le web en permanence. Ils parcourent les différentes pages web existantes et les indexe (stockent) dans une base de données. Ils associent chaque page web à des mots fréquemment utilisés. Lorsque l'internaute fait une recherche, ces robots parcourent ces bases de données, les interrogent et vous offrent les pages les plus pertinentes par rapport à votre requête.

2- Qu'est-ce que le référencement et comment l'optimiser ?

Vidéo : le référencement c'est quoi ?

Être indexé par les moteurs de recherche et être visible dans les résultats des moteurs de recherche

Pour optimiser le site, il faut connaître et travailler les éléments importants des algorithmes afin qu'il soit bien classé (90% des internautes restent sur la 1^{ère} page)

S'assurer de :

- Contenu
- Mots clés
- Liens externes (interaction RS)
- Nom de domaine
- Auteur (acheteur du site)
- Architecture et ergonomie du site

Document 1- Mot clé

La recherche du meilleur mot clé pour une page web est primordiale en matière de référencement ! C'est en effet à partir de ce mot clé ou expression clé que sera rédigé votre contenu. Qu'est-ce qu'un bon mot clé et comment le choisir ?

C'est quoi un mot clé ?

Dans l'activité de **référencement naturel**, la définition du **mot clé** est la suivante : **mot ou suite de mots tapés ou dictés par un internaute pour effectuer une recherche sur Google.**

- En tant qu'internaute, quand vous effectuez des recherches, vous tapez une **expression clé composée d'un ou plusieurs mots** en fonction des résultats que vous souhaitez obtenir de Google.
- En tant qu'éditeur ou propriétaire de site internet, votre objectif est d'apparaître **en bonne position dans les résultats de Google quand un internaute tape une expression clé pour vous trouver.**

Le choix du bon mot clé est donc déterminant afin de capter les internautes qui vous recherchent. Pour y parvenir, il est essentiel de connaître les habitudes des internautes afin de dénicher les bons mots clés.

On appelle une requête composée de plusieurs mots la **longue traîne**, elle représente **plus de 80% des requêtes tapées sur les moteurs de recherche.**

Les expressions clés de longue traîne sont également utilisées quand vous recherchez un commerce près de chez vous. Vous tapez alors une requête du type : magasin + type de magasin + nom de la ville. Ce sont des recherches dites géolocalisées et font appels à des techniques de référencement local.

L'utilisation des requêtes de longue traîne va certainement croître avec l'essor de la recherche vocale, à contrario les expressions clés génériques (1 ou 2 mots) seront moins utilisées. Ce paramètre est à prendre en compte pour le choix des bons mots clés.

<https://www.anthedesign.fr/referencement/mot-cle-referencement-naturel/>

3- A l'aide du document précédent, expliquez la notion de mot clé et son enjeu ?

Les mots clés correspondent aux requêtes que les internautes vont saisir dans la barre de recherche de Google et sur lesquels l'entreprise souhaite apparaître. Ils permettent d'être trouvé par les internautes Il existe :

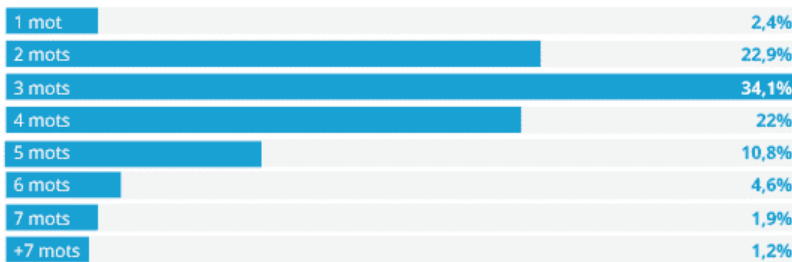
- Le mot clé longue traîne : composé de plusieurs mots souvent utilisé dans les recherches locales (géolocalisées)
- Les mots clés génériques : 1 ou 2 mots

Document 2- Infographie-du mot clé à l'intention de recherche

3,5 mots

en moyenne dans les recherches

Un tiers des expressions de recherche utilisées sur Google.fr par les internautes contiennent 3 mots.



Répartition des 100 millions d'expressions de recherches connues par YOODA INSIGHT par nombre de mots-clés dans la recherche.

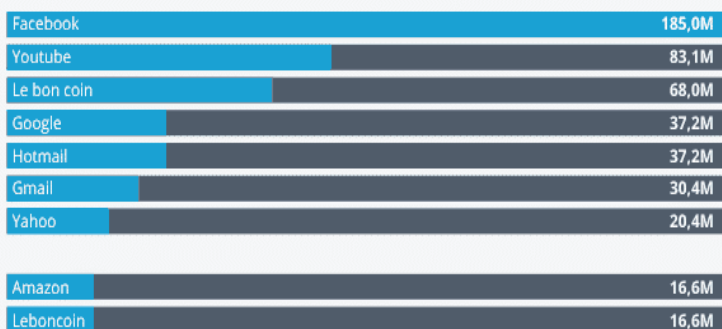
RECHERCHES NAVIGATIONNELLES



Facebook

la marque la plus recherchée

Les internautes utilisent Google pour ne pas saisir l'adresse complète d'un site. Ces recherches dites «navigationnelles» représentent une bonne partie des recherches totales sur Google.fr.



RECHERCHES INFORMATIONNELLES



30 millions de questions
«Comment»

Tous les mois, au moins 30 millions de recherches sont formulées sous forme de questions sur Google.fr. 61% des internautes qui font une recherche sous forme de question cherchent « Comment... ».

Parmi les questions les plus fréquentes...

- 1 Comment faire l'amour ? (74K)
- 2 Comment maigrir ? (33,1K)
- 3 Comment dessiner ? (27,1K)
- 4 Comment pirater un compte facebook ? (22,2K)
- 5 Comment perdre du ventre ? (22,2K)

RECHERCHES TRANSACTIONNELLES



L'e-commerce, c'est
«pas cher»

Certaines requêtes marquent une intention d'achat très proche. La plus utilisée est « nomduproduit + pas cher » avec 16 millions de recherches par mois.



4- Quels sont les 3 types de recherches effectuées par les internautes ? A quoi correspondent-elles ?

- **Navigationnelles** : le site est clairement identifié et l'internaute saisie directement la marque (ou url) dans la barre de recherche. L'internaute sait ce qu'il recherche et veut tomber directement dessus.
- **Informationnelles** : besoin d'information mais sans savoir sur quel site se diriger. Plusieurs sites sont consultés
- **Transactionnelles** : l'internaute a l'intention d'acheter

5- Quelles sont les habitudes de recherche des internautes ?

Ils utilisent majoritairement 3 mots (en moyenne 3,5)

Ils font des recherches directes par marque

61% font des recherches sous forme de question en commençant par « comment »

Quand ils ont l'intention d'acheter ils associent « pas cher » au nom du produit

Document 3- SEO : trouver des mots-clés de longue traîne

C'est indéniable :

Plus un mot-clé est populaire, plus il est difficile de bien se positionner sur celui-ci dans les résultats de recherche Google.

C'est pourquoi il est souvent bien plus productif pour le SEO de se tourner vers des mots-clés de longue traîne, moins populaires, mais aussi moins compétitifs.

[...]

Il s'agit certainement de la technique la plus simple pour découvrir des mots-clés de longue traîne.

Commencez par rechercher sur Google un mot-clé générique, par exemple « machine à café » :

Puis faites défiler les résultats jusqu'à la rubrique « Recherches associées » : Vous y découvrirez une sélection de mots-clés similaires, mais plus longs et plus précis (comme « machine à café moulu » ou « machine à café percolateur ») sur lesquels vous pourrez vous appuyer pour votre référencement naturel.

Mais il est possible d'aller plus loin : Cliquez sur l'un des termes suggérés, par exemple « machine à café grain », puis observez à nouveau les recherches associées.

Vous découvrirez de nouvelles possibilités de mots-clés de longue traîne, comme « machine à café à grain pas cher ». [...]

Si vous possédez un site e-commerce, vous savez à quel point il peut être difficile de mieux se classer que les géants comme Amazon dans les résultats de recherche. Pourtant, figurez-vous que vous pouvez utiliser le n°1 de la vente en ligne à votre avantage pour booster votre SEO de longue traîne. Pour ce faire : Rendez-vous sur Amazon et écrivez un mot-clé dans la barre de recherche (par exemple, « aspirateur »). Vous verrez alors s'afficher des suggestions de mots-clés en lien avec votre produit. Délaissez les formules génériques et utilisez ces expressions plus spécifiques dans vos fiches produits et catégorie afin d'augmenter vos chances d'être bien référencé (et ainsi gagner du trafic). Qui plus est, ces mots-clés très ciblés ont un fort pouvoir de conversion : que demander de plus pour un site e-commerce ?

Les forums de discussion sont un excellent moyen de savoir quels mots les internautes utilisent réellement au quotidien, ce qui permet de détecter des mots-clés de longue traîne très intéressants. Toutefois, il serait trop laborieux d'explorer tous les forums du web pour y trouver ces précieuses informations. Heureusement, il existe une façon très simple d'y parvenir : Rendez-vous sur Google et tapez « inurl:forum + » suivi de l'expression de votre choix (par exemple « nourriture pour chien »). Vous accédez ainsi à des SERP qui ne contiennent que des forums.

Faites le tour des meilleurs résultats : vous ne tarderez pas à identifier des mots-clés idéaux pour le SEO de longue traîne. Dans notre exemple, nous découvrons des phrases très ciblées comme « nourriture pour petit chien », « croquette pour chien pas cher » ou encore « croquettes sans céréales ».

L'une des manières les plus efficaces de formuler un mot-clé de longue traîne, c'est de l'écrire sous forme de question. Rappelez-vous de la dernière fois que vous vous êtes posé une question : Votre premier réflexe a probablement été de demander directement la réponse à Google. Et vous n'êtes pas le seul : figurez-vous que des interrogations comme « pourquoi le ciel est bleu » ou « comment lire une carte grise » ont un volume de recherche conséquent. Qui plus est, les phrases interrogatives augmentent vos chances d'obtenir un snippet Google et d'être ainsi propulsé à la première place des résultats de recherche. Comme les choses sont bien faites, il existe un outil gratuit capable de deviner les questions que se posent les internautes sur n'importe quel sujet : Answer The Public. Pour utiliser cet outil, commencez par sélectionner « FR » dans le menu déroulant « Language », puis insérez le mot-clé SEO de votre choix. Vous accédez alors aux résultats sous la forme d'un arbre : Celui-ci recense les questions les plus fréquemment posées par les internautes sur le sujet, en les triant par adverbe (comment, pourquoi, etc.). Faites défiler la page pour accéder à d'autres types d'arbres, ou cliquez sur l'onglet « Data » pour voir les données dans des colonnes : Answer The Public est donc un excellent moyen de connaître les questions que se posent les internautes pour en faire des mots-clés de longue traîne très performants.

Connaissez-vous Pinterest ? Ce réseau social de partage d'images n'a, a priori, rien d'un outil redoutable pour rechercher des mots-clés de longue traîne. Et pourtant... Commencez par taper une expression de base dans la barre de recherche du site (par exemple, « veste en cuir »). Jetez d'abord un œil aux suggestions automatiques qui vous donneront quelques pistes (ce qui n'est pas sans rappeler la technique basée sur Amazon) : Vous pouvez ensuite admirer les photos, mais ce n'est pas là le plus intéressant. Focalisez-vous sur les catégories qui s'affichent juste en-dessous de la barre de recherche : Ajoutez ces termes à la fin de votre mot-clé primaire, et le tour est joué ! Vous obtenez toute une flopée d'idées d'expressions de longue traîne.

Dans notre exemple :

- Veste en cuir homme
- Veste en cuir noire
- Veste en cuir motard
- Veste en cuir hiver
- Veste en cuir grise
- Etc.

Utiliser Google Trends pour trouver des requêtes associées. Google met à notre disposition un outil très utile que l'on a parfois tendance à oublier : Google Trends. Recherchez votre mot-clé primaire pour accéder à des informations intéressantes, notamment la popularité de cette requête (vous ne voudriez pas miser sur une expression que plus personne ne recherche...). Mais la fonctionnalité qui nous intéresse réellement se situe un peu plus bas : il s'agit des « Requêtes associées ».

Une autre manière simple et efficace de trouver des mots-clés de longue traîne en lien avec votre produit ou votre sujet principal. [...]

Pour finir

Il existe bien entendu d'autres manières de trouver des expressions de longue traîne pour le SEO, à commencer par l'utilisation d'outils de recherche de mots-clés : Ubersuggest, Google Adwords Keyword Planner, etc...

<https://www.codeur.com/blog/longue-traine-seo/>

6- A l'aide du document 3, expliquer comment trouver des mots clés ?

Recherches associées Google

Amazon

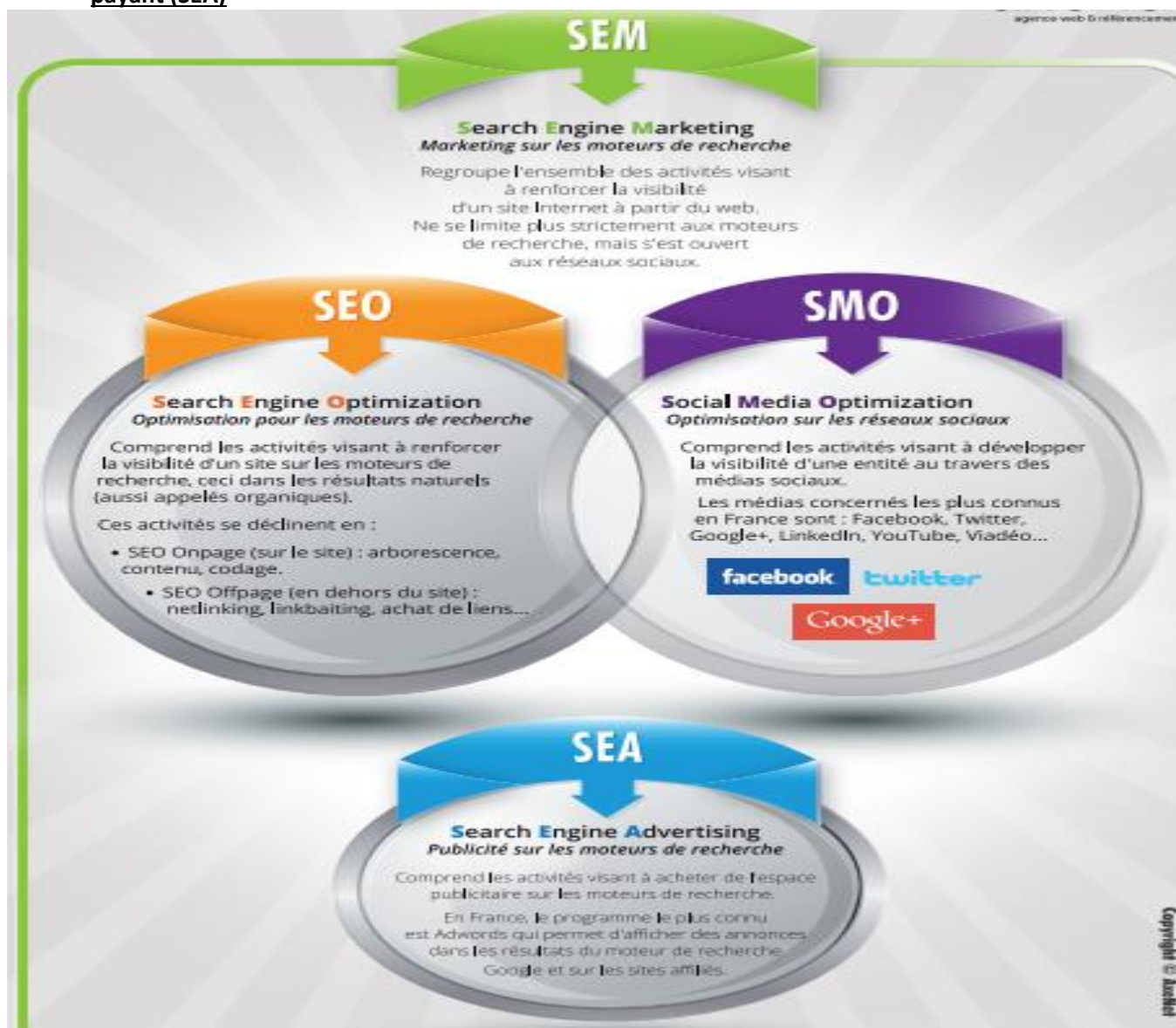
Chercher des expressions de longue traîne sur les forums- **inurl:forum + » suivi de l'expression de votre choix (par exemple « nourriture pour chien »).**

Utiliser Answer The Public pour connaître les questions des internautes

Pinterest

Utiliser Google Trends

7- Expliquez SEM, référencement naturel (SEO), référencement social (SMO) et référencement payant (SEA)



-SEM : Ensemble des actions qui visent à améliorer la visibilité d'un site web. Il englobe à la fois le SEO, le SEA et le SMO

-SMO : Ensemble des actions qui visent à améliorer la visibilité et la notoriété d'un site par le biais des réseaux ou les médias sociaux.

-Référencement naturel ou SEO (Search Engine Optimization) : Ensemble des méthodes permettant à une page web d'être positionnée le plus haut possible dans les pages de résultat des moteurs de recherche (Google, Bing...).

Onpage (propres au site) : l'arborescence, le contenu, les urls, les mots-clés, le codage

Offpage (extérieur du site) : les liens entrants, les liens sortants,

-Référencement payant (SEA) : achat de mots clés chez un moteur de recherche, et ainsi permettre d'être instantanément visible sur ces derniers. Lorsqu'un internaute effectue une recherche comportant les mots clés achetés par l'annonceur, l'annonce est affichée dans deux zones prévues à cet effet

Exemple Coût : cpc (coût par clic) + note qualité pour le classement

J'investis 50 centimes d'euro par clic. J'apparaîtrai ainsi par exemple en 3ème position des liens sponsorisés, le 1er ayant décidé de payer 1 euro par clic et le 2nd 70 centimes.

+importance de la note qualité (pertinence site, mots clés) déterminée par google car joue directement sur les CPC j'investis 1 euro sur un mot clé, avec note de qualité de 4. Mon concurrent n'investit que 80 centimes mais possède une note de qualité de 8.

Google effectuera un calcul simple : enchère x note de qualité. J'obtiendrai ainsi : 1 euro x 4 = 4. Mon concurrent obtiendra : 0,80 euro x 8 = 6,4. Comme 6,4 > 4, mon concurrent sera devant moi, même en ayant dépensé moins.

Extrait reportage : la face cachée de Google (sur la publicité)

8- Qu'est-ce que Google AdWords ? Comment rédiger une annonce ?



Vidéo (2'55) – Google Adwords pour les nuls
<https://www.youtube.com/watch?v=qvySnUcNJcw>

Création de publicité de l'entreprise en créant des liens commerciaux sur les pages de résultats.
Paiement au clic

- Cibler la zone géographique (ville, région, pays, monde)
- Définir un budget quotidien et un coût par clic
- Titre
- Ligne de description
- Adresse du site
- Choix des mots clés précis sur l'activité et la localisation



9- Comment optimiser une page ?

<h1>Anatomie d'une page parfaitement optimisée pour le SEO </h1>



Pour optimiser votre page, vous devez travailler votre chapô: vos **100 premiers mots** doivent contenir les **mots-clés** sur lesquels vous souhaitez positionner votre page.

Choisissez bien vos mots-clés; ils sont au centre de votre **stratégie d'optimisation SEO**.

<h2>Structurez vos contenus avec des titres </h2>

N'oubliez pas de placer **des liens externes de qualité**. En citant des sites influents dans votre secteur vous garantes la pertinence de votre contenu.

Assurez-vous aussi que chacune de vos pages contient au minimum **2 liens internes**.

Liez vos pages entre elles permet la construction d'un **maillage interne efficace**.



Dans votre contenu, vous devez utiliser un **champ lexical** relatif au mot-clé principal de votre contenu. En anglais on parlera de **LSI keywords**.

Il est important de bien définir le champ lexical à utiliser, car les moteurs de recherche comme Google reconnaissent les champs lexicaux et les examinent afin d'évaluer la **pertinence** d'un contenu.

Pas de champs lexical, pas de mots clés : pas de mots clés, pas de trafic.



[Infographie] On-page SEO: Anatomie d'une page optimisée
<https://blog-fr.orson.io/optimisation-seo-page>
26 mars 2018 - L'optimisation SEO d'une page pour améliorer son positionnement et sa visibilité sur les pages de résultats de recherche. Une infographie en guise de guide des critères à respecter

[Infographie] On-page SEO: Anatomie d'une page optimisée
<https://blog-fr.orson.io/optimisation-seo-page>
26 mars 2018 - L'optimisation SEO d'une page pour améliorer son positionnement et sa visibilité sur les pages de résultats de recherche. Une infographie en guise de guide des critères à respecter

<https://blog-fr.orson.io/referencer-son-site-seo/seo-on-page-infographie>

Sur le site :

Mettre un titre ou <h1>(balise)

Ajouter image (renseigner attributs d'image avec mots clés)

Faire une intro avec mots clés

Structurer le contenu avec des titres h2

Liens internes (vers d'autres pages) = Maillage

Liens externes vers des sites de qualité

Adapter le site à tous les supports (responsive)

Utiliser les mots clés et des synonymes

Utiliser des boutons de partage sur les réseaux sociaux

Sur les moteurs de recherche :

Titre avec mot clé (=méta-titre)

Description attractive avec mots clés. Informe sur le contenu (=méta description)

LE SEO EN UNE IMAGE

axenet.
agence web & référencement

par AxeNet.



• Voir les explications sur : <http://www.axenet.fr/infographie-seo/>

Copyright © Axenet

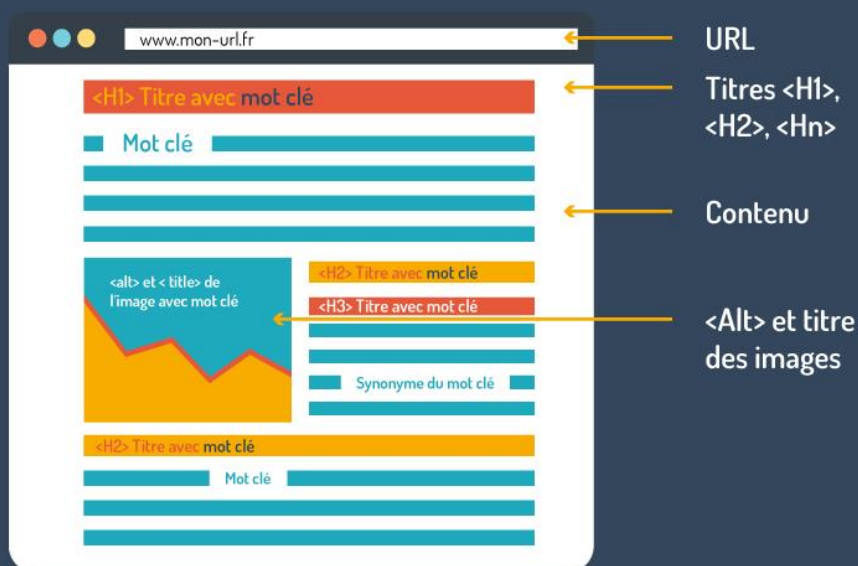
<https://www.axenet.fr/infographie-seo/>

SEO ON-PAGE

OÙ PLACER SES MOTS CLÉS...



...SUR VOTRE PAGE WEB



...SUR LES RÉSULTATS DE RECHERCHE

