



CHAP4-SUIVRE ET OPTIMISER LE RÉFÉRENCIEMENT D'UN SITE

I- LE RÉFÉRENCIEMENT

- Définition: Ensemble des **actions visant à améliorer la position d'un site** dans les résultats des moteurs de recherche et à en optimiser la visibilité.
- Enjeu: Générer du trafic sur le site internet et influencer sur le nombre de visiteurs.

Comment améliorer de manière durable la visibilité de son site sur les moteurs de recherche?

1- SEM- Search Engine Marketing

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

2- SMO- Search Media optimization

Ensemble des actions qui améliorent la visibilité d'un site par l'utilisation des réseaux sociaux

3- Référencement naturel (SEO- Search Engine Optimization)

Ensemble des méthodes et techniques qui visent à positionner les pages web du site internet dans les premiers résultats naturels des moteurs de recherche, en choisissant des **mots clés stratégiques**. Les résultats se voient sur le long terme.

4- Référencement payant (SEA- Search Engine Advertising)

Consiste en l'achat aux enchères de mots clés sur un ou plusieurs réseaux de diffusion (Google AdWords, Microsoft AdCenter, Yahoo Sponsored Links). 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 (en haut et à droite des résultats). Un bandeau « annonce » apparaît près de l'URL.

L'annonceur ne paie alors pas l'affichage de son annonce mais :

- **CPM** (Cout Par Mille impressions) : l'annonceur paie par un certain nombre d'affichages
- **CPC** (Cout Par Clic) : l'annonceur ne paie que lorsqu'un internaute clique sur l'annonce
- **CPA** (Cout Par Acquisition) : l'annonceur ne paie que lorsque l'internaute convertit (achat, inscription, leads...)



Le SEA permet de maîtriser son budget. L'annonceur définit un montant maximum pour le mois. Quand le montant est atteint, l'annonce disparaît.

Ses effets sont rapides, puisque l'annonce est affichée dans les premiers résultats.

Il permet un gain de visibilité et de notoriété

Il vient en complément du SEO



II- LES MOTEURS DE RECHERCHE

- Un moteur de recherche (*Search engine* en anglais) est un service en ligne permettant de trouver facilement une page grâce à un ou plusieurs mots-clés dans un formulaire de recherche (ex: Google)
- Ils utilisent des robots appelés « Spiders » (araignées) ou « Crawlers ». Quand vous créez une page web, ces robots vont la parcourir pour analyser son contenu. Ces crawlers parcourent chaque page individuellement. Ils vont alors déterminer le sujet de votre page pour être capables de la faire remonter quand elle correspond à la requête d'un internaute dans Google. Le tout est ensuite stocké dans d'immenses bases de données.
- Lorsque vous entrez une requête sur Google, les robots vont interroger ces bases de données pour vous offrir les résultats les plus pertinents. Vous obtiendrez alors une page de résultats de recherches, aussi appelée Search Engine Result Page (SERP).

III- LES MOTS CLÉS

- Le mot-clé désigne l'expression que les internautes tapent dans les moteurs de recherche pour lancer une recherche.
- Enjeu du référencement : faire en sorte que votre site sorte dans les premiers résultats sur un maximum de mots-clefs différents

✓ Choix des mots clés

- Lister l'ensemble des mots clés couvrant votre offre
- Vérifier ceux utilisés par vos clients et vos concurrents
- Consulter les « recherches associées » sur Google
- Consulter les forums ou la page de recherche d'Amazon
- Utiliser des outils de suggestion de mots clés (keyword suggest Google)
- Vérifier la popularité des mots clés (Google trends)
- Utiliser des synonymes
- Répéter à de nombreuses reprises ces termes dans le contenu de votre page

IV- L'EMPLACEMENT DES MOTS CLÉS

Sur les pages de recherche:

- Balise « titre »: court (70 caractères max), résumé attractif de la page avec intégration des mots-clés représentatifs du site
- Balise « Meta description »: apparait sous le titre et l'adresse url dans les résultats de recherche, doit décrire le contenu de la page.
- URL

Sur le site

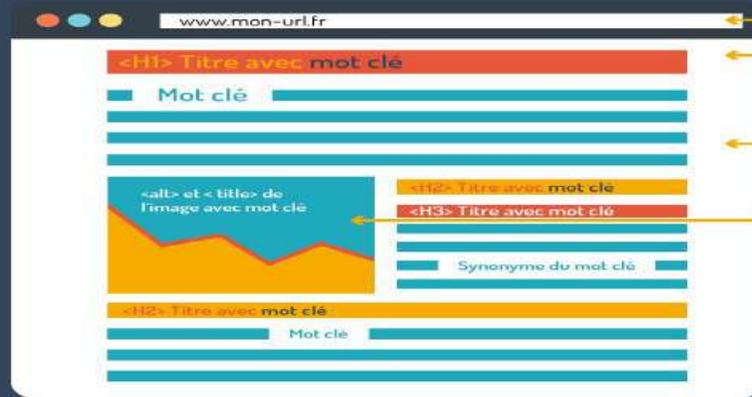
- Contenu des pages
- Dans les images (balises Alt)
- Dans le titre, introduction, sous-titres

SEO ON-PAGE

OÙ PLACER SES MOTS CLÉS...



...SUR VOTRE PAGE WEB



- URL
- Titres <H1>, <H2>, <Hn>
- Contenu
- <Alt> et titre des images

...SUR LES RÉSULTATS DE RECHERCHE



- Balise <TITLE>
- URL
- Meta <description>

V- LE NETLINKING

- Technique de référencement d'un site internet qui consiste à vouloir multiplier le nombre de liens hypertextes, ou "backlinks" pointant vers lui.
- Objectifs:
 - générer du trafic vers vos pages
 - améliorer le référencement d'un site dans Google
- Comment?
 - inscription de votre site dans les annuaires thématiques
 - Demander à vos clients ou à vos partenaires de vous faire un lien sur leur site
 - Se faire inviter sur des blogs de votre domaine qui ont une forte audience
 - Créer du contenu qui va susciter l'intérêt des internautes et donc être partagé

V- OPTIMISER LE RÉFÉRENCIEMENT DE SON SITE

- Soigner la structure du site
- Chaque page doit correspondre à un thème de mots clés
- Contenu pertinent
- Publier régulièrement
- Mettre à jour le contenu
- Maillage interne
- Backlinks
- Insérer des balises titre et image
- Bouton de partage vers les réseaux sociaux
- Donner la possibilité de laisser un commentaire