

Exercice 1:

1) Définir ce qu'est un backlink.

Les backlinks représentent les liens qui pointent d'une page d'un site vers une page d'un autre site.

2) Est-ce qu'un backlink est indispensable dans une stratégie SEO ? Expliquez pourquoi.

Les backlinks sont importants pour le SEO car ils envoient un message positif ou négatif selon la qualité des liens sur la notoriété et la qualité d'un site web.

3) Citer les différents types de backlinks et leur définition.

- **Liens nofollow** : No follow signifie littéralement << ne pas suivre>>. Ce type de lien demande donc aux moteurs de recherche tels que Google de ne pas suivre le lien cité dans votre page web et de ne pas passer de PageRank sur cette page.

Ainsi, lors d'un crawl sur une page web, Google ne va pas prendre en compte les liens nofollow. Ceux-ci lui demandent de ne pas suivre le lien.

A noter que tous les liens sont, par défaut, des liens dofollow. Néanmoins, si on ajoute un attribut rel=>>nofollow>> sur un hyperlien, celui-ci devient alors un lien no follow.

- **Liens dofollow** : les liens dofollow sont l'inverse des nofollow. Ce sont les liens qui font passer la notoriété, le PageRank, et qui par conséquent n'a pas d'attribut nofollow.

A noter : il n'y a pas d'attribut <<follow>> dans le code HTML, il suffit d'intégrer le lien et il sera automatiquement considéré comme un dofollow.

- **Liens sponsorisés ou payants** : le lien sponsorisé ou payants est un lien qui a été acheté auprès d'un moteur de recherche. Lorsque l'internaute clique dessus, il arrive donc directement sur le site internet de l'entreprise qui a acheté ce lien. Sur le moteur de recherche Google, les liens sponsorisés se trouvent en haut des pages de résultats, ou bien sur la droite. Ils sont bien identifiés en tant que liens commerciaux, pour respecter la transparence publicitaire.
- **Liens UGC** : un nouvel attribut sorti en 2019 permet d'identifier des liens UGC (User Generated Content).

Ce sont les liens qui proviennent des forums et des commentaires de blog, ou d'autres endroits susceptibles de générer des liens par des utilisateurs finaux. Cet attribut permet à Google de savoir que le lien a été placé par un utilisateur et pas par le gestionnaire du site.

- **Liens toxiques** : les liens toxiques sont des liens qui peuvent nuire au référencement de Google. Ils proviennent des sites suspects ou de mauvaise qualité, ou qui violent les directives de Google et qui n'existent que pour tromper les algorithmes de Google et manipuler les classements sur les moteurs de recherche.

Ils sont identifiables grâce aux outils SEO comme SEMrush qui propose un audit de backlinks et qui permet d'obtenir une liste des backlinks toxiques afin de les désavouer et de ne pas se faire sanctionner par Google.

4) A quoi reconnaît-on un bon backlink ?

Un bon backlink se base sur 6 critères principaux à respecter :

- **Dofollow** : il faut absolument que le backlink soit en dofollow afin que le site puisse bénéficier du PageRank du site qui héberge le lien. Il est possible d'accepter un lien en nofollow si le site est un site de qualité car les lecteurs sont susceptibles de cliquer et donc d'atterrir sur la page en question. Mais ce n'est pas un site d'autorité, il faut demander à le transformer en dofollow.
- **Ancre de lien** : l'ancre de lien est le texte qui est écrit et sur lequel le lien est colle. Il faut indiquer au site une ancre de lien précise et éviter les mauvaises pratiques. Il faut que l'ancre de lien soit un texte travaillé comme par exemple < chocolat blanc> qui n'est rien de plus que le mot clé concerné. Il est également conseillé d'utiliser une ancre citant le nom de la marque, une ancre générique comme < voir le site> ou < lire cet article> par exemple, ou encore ne rien écrire de précis et demander à laisser le lien tel quel.
- **Site référent** : il faut que le backlink provienne d'un site de la même thématique ou du même domaine pour que le backlink soit identifié et que le PageRank puisse être bénéfique. Il est possible de bénéficier de backlinks qui proviennent d'un site qui n'appartient pas à la même thématique si c'est un site de notoriété élevée, qui est présent depuis longtemps avec une bonne volumétrie de contenu et de bons backlinks.

- **Contextualisation de la page** : si votre site dispose d'un backlink, il ne faut pas que la page soit vide et ne contienne exclusivement que le lien. Il faut que la page propose un contenu solide et pertinent dans la même thématique que votre site afin de peser auprès de Google.
- **Diversifier les méthodes** : il est important de recevoir des liens de plusieurs sources. Il faut essayer de diversifier ces sources et d'obtenir des liens de forums, de sites e-commerce dans la même thématique, des blogs, d'images, etc. plus les backlinks seront diversifiés, plus cela va paraître naturel auprès de Google et automatiquement le site sera récompensé.
- **Diversifier les pages de destination** : ne pas demander des backlinks uniquement sur une même page comme la page d'accueil par exemple. Il faut essayer de répartir les backlinks en fonction des pages du site afin que toutes les pages du site puissent monter au classement de Google, ce qui sera beaucoup plus naturel aux yeux de Google et efficace pour le site.

Exercice 2 :

Reprenez votre rôle de webmaster pour le site sport-univers et essayez de trouver des backlinks de qualité pour votre site dans la thématique du sport. Tapez vos mots-clés dans la barre de recherche de Google afin d'identifier des sites d'autorité bien placés dans les résultats de recherche.

- https://www.hawaiisurf.com/fr/surf/planches/?category_parents_rewrite=surf&category_rewrite=planches
- <http://www.tobrewabeer.com/categorie/sport-street>