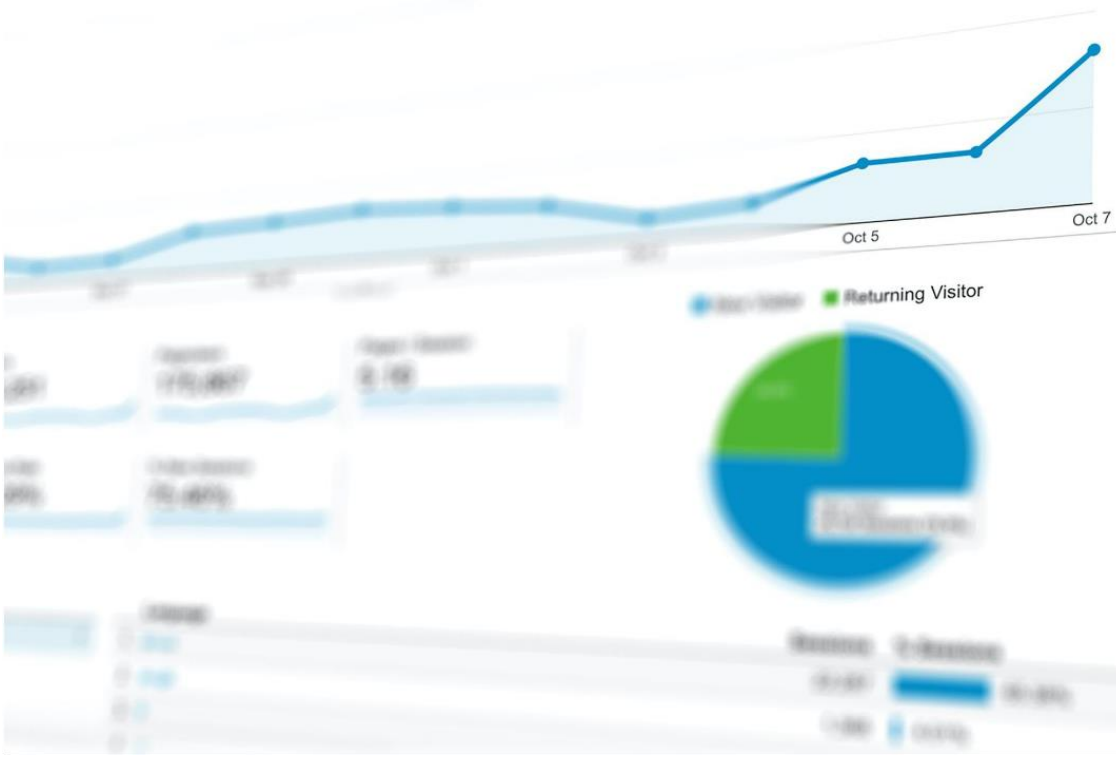


Ayoub Bensakhria

Référencement Web

1. Les Fondamentaux



PRÉFACE

La première édition de « Référencement Web – Les Fondamentaux » voit le jour.

Le rôle du référencement web comme outil de marketing digital moderne susceptible d'aider les particuliers et les professionnels à développer leur image sur le Net devient aujourd'hui essentiel. Le Référencement Web est un moyen stratégique pour développer son audience, augmenter le trafic sur son site et réaliser plus de ventes.

La conception de ce livre est simple, les concepts de base du Référencement Web sont expliqués, à savoir le SEO (Search Engine Optimization), SMO (Social Media Optimization) et le SEA (Search Engine Advertising). Des conseils précieux soigneusement choisis pour vous aider à démarrer un business sur un site web bien référencé, étape par étape, de A à Z.

Ce livre est destiné aux professionnels du marketing en ligne, des développeurs de sites web, des entrepreneurs, mais aussi aux personnes voulant développer des compétences très demandées dans le domaine du marketing digital moderne.

Ayoub Bensakhria

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier toutes les personnes qui m'ont soutenu de tout cœur pour réaliser ce travail.

Table des matières

PRÉFACE	1
REMERCIEMENTS	1
1. Introduction au Référencement Web	5
Introduction	5
Notions de base	6
Référencement naturel	6
Référencement payant	7
Référencement sur les réseaux sociaux	8
2. Les moteurs de recherche	9
Introduction	9
Principe de fonctionnement	9
3. Le choix du nom de domaine	12
Introduction	12
Différents types de noms de domaine	12
Quelques conseils avant de choisir un nom de domaine	13
Les domaines expirés	16
Exemple pratique	22
4. Analyse des Requêtes de Recherche Google	27
Introduction	27
Qu'est-ce qu'une niche?	28
L'outil Google KeywordPlanner	28
Recherche de mots clés	28
Objectif : trouver les meilleures opportunités relatives à la niche : themes wordpress.	28
C'est quoi un mot clé de longue traîne ?	32

Pourquoi les mots clés de longue traîne sont-ils essentiels pour stimuler efficacement le trafic vers son site ?.....	35
Plus d'idées	37
L'outil Alexa site info.....	53
Les recherches associées	56
Autres outils	58
5. Le Link building.....	60
Introduction	60
Définition	60
L'anatomie de l'hyperlien	61
Que signifient les liens pour les moteurs de recherche ?	62
Pondération des groupes thématiques de facteurs de positionnement dans les résultats de Google.....	64
Ce que vous devez savoir sur « nofollow ».....	66
Comment la création de liens pourrait-elle être bénéfique ?	67
Établir des relations.....	68
Envoi de trafic de référence	68
Construction de sa marque.....	69
Une note importante sur le linkbuilding vs link "earning".	69
Types de liens	70
Lien éditorial.....	70
Lien de ressource	70
Lien acquis	71
Lien réciproque	71
Lien de signature de forum	71
Commentaires du blog	72

Lien des annuaires	72
Social bookmarking	72
Liens images	72
Qualité des liens	72
Démarrer une Campagne de linkbuilding	73
Structurer une campagne de link-building.....	74
Fixer des objectifs	74
Trouver vos actifs.....	75
Quels types de liens vous avez besoin ?	76
Trouver des cibles de liens.....	77
Identifier votre public cible pour les liens	78
Techniques de création de liens	79
Acquisition passive de liens à travers un contenu de qualité.....	79
Guest blogging	80

1. Introduction au Référencement Web

Introduction

Google est le moteur de recherche le plus populaire au monde, avec une part de marché de 74,52% en février 2018.

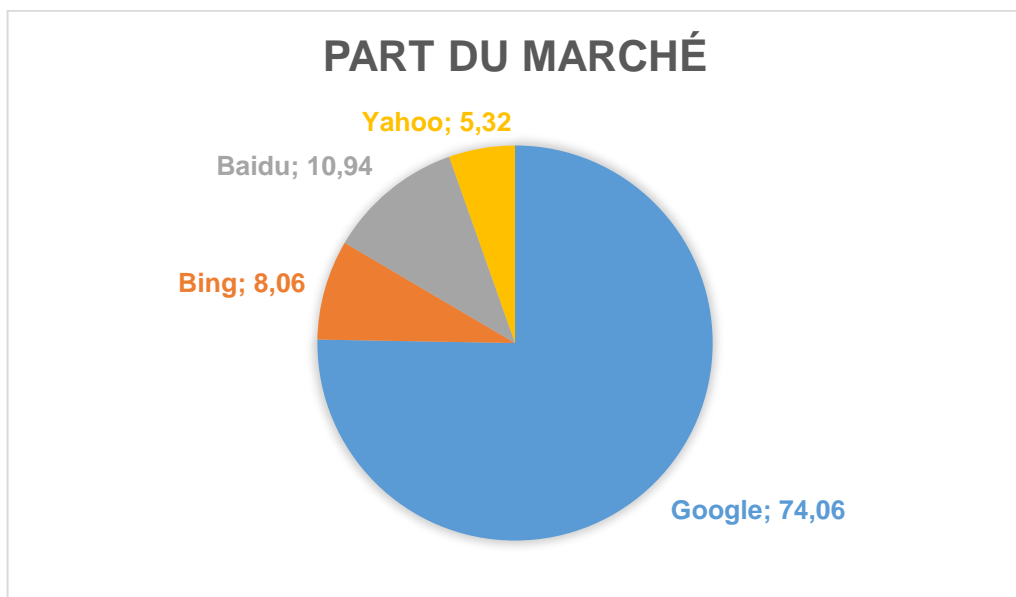


Figure 1. Les parts du marché mondial des quatre premiers moteurs de recherche (2018)

Cette formation est divisée en 7 chapitres distincts. Nous allons voir dans un premier lieu comment préparer son site web pour le référencement, choisir un nom de domaine, installer un CMS, créer des pages statiques et organiser son contenu. Puis, nous allons voir comment analyser des milliers de requêtes de recherche saisies chaque jour par votre audience cible, comment démasquer les opportunités et en tirer profit de certaines fonctionnalités cachées, en utilisant des outils d'analyse avancée tels que Google

KeywordPlanner, et autres. Ensuite, nous allons passer aux backlinks (liens de retour) nous plongerons dans l'océan du web, à la recherche de pages cibles pour nos liens de retour, en parcourant toutes les stratégies du netlinking ou tissage de liens interne et externe.

Je vais vous apprendre également comment rédiger des articles optimisés qui vous ramèneront beaucoup de trafic, comment développer son audience sur les réseaux sociaux (SMO) Facebook, Twitter, Tumblr, Pinterest, YouTube, etc. et on terminera par les analytics qui sont d'une importance cruciale dans votre stratégie SEO, et qui se basent principalement sur l'analyse de concurrents et le suivi du référencement.

A la fin de cette formation vous allez être capable en toute confiance d'analyser et de référencer n'importe quel site web pour n'importe quelle requête de recherche et ceci non seulement pour Google mais aussi pour tous les autres moteurs de recherche.

Notions de base

Le **référencement** est l'action de référencer, c'est-à-dire mentionner quelque chose ou y faire référence. Il s'agit d'un processus qui vise à affecter la visibilité en ligne d'un site ou d'une page web dans les résultats de recherche appelés souvent « naturels », « organiques » ou « mérités ».

Le référencement web est divisé en deux catégories différentes : l'Optimisation pour les moteurs de recherche (Search Engine Optimization ou SEO) et l'Optimisation pour les réseaux sociaux (Social media optimization SMO), ces deux catégories sont encore subdivisées en d'autres sous-catégories, à savoir le référencement naturel et le référencement payant.

Référencement naturel

Le référencement naturel fait partie du SEO. Plusieurs techniques sont utilisées par les webmasters afin d'optimiser le positionnement de leurs sites web dans les résultats de recherche. Ces techniques sont divisées en deux catégories principales :

Techniques **white hat** : ceux sont des techniques éthiques et légales, elles sont recommandées par les moteurs de recherche. Le référencement white hat offre une visibilité optimisée sur le long terme.

Techniques **black hat** : ceux sont généralement des techniques illégales ou du moins, douteuses, elles sont rejetées par les moteurs de recherche, et souvent, le site web en question est pénalisé (suppression complète de l'index, et mise dans la liste noire).

Il existe une troisième catégorie de techniques que l'on retrouve parfois dans la littérature : **Grey hat**, comme son nom l'indique elle est entre les deux catégories précédentes, certains administrateurs web l'utilisent afin d'éviter que leurs sites soient pénalisés par les moteurs de recherche. Les techniques Grey hat sont entièrement focalisées sur l'optimisation du positionnement plutôt que servir du contenu de qualité pour les visiteurs.

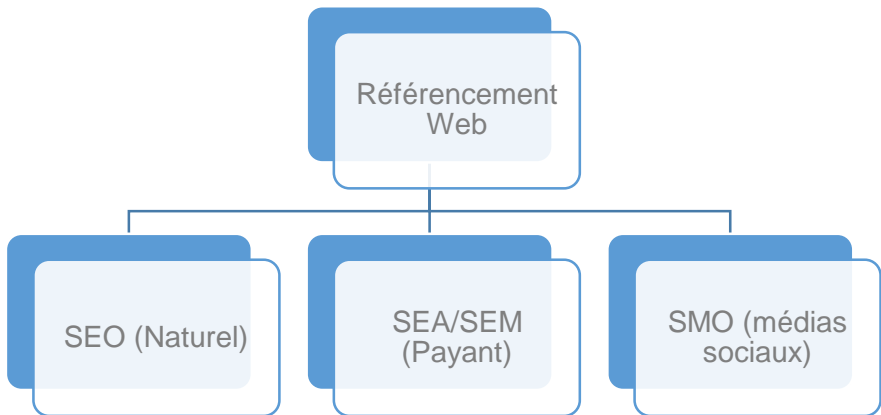


Figure 2. Organigramme du référencement web

Référencement payant

Il s'agit d'une forme de marketing Internet qui implique la promotion de sites Web en augmentant leur visibilité dans les pages de résultats des moteurs de recherche (SERPs) principalement par le biais de la publicité. Les administrateurs web paient le moteur de recherche afin que leurs liens soient

avancés, chaque clic sur ce lien depuis les résultats de recherche est comptabilisé, le prix du clic dépend de la valeur de la requête cible enchérie.

Souvent le référencement payant nécessite préalablement un référencement SEO (réécriture, ajustement du contenu et l'architecture du site) pour atteindre un meilleur classement dans les SERPs et améliorer les coûts par clic (PPC).

Référencement sur les réseaux sociaux

C'est l'ensemble des techniques qui utilisent la communauté en ligne dans le but de promouvoir une marque, un service ou d'un événement. Les types de médias sociaux impliqués incluent les flux RSS, les news sociaux et les sites de bookmarking, ainsi que les réseaux sociaux, tels que Facebook, Twitter, Tumblr, Pinterest, YouTube.

Le principe du référencement des médias sociaux consiste à référencer un site Web et son contenu à travers des stratégies et des outils (logiciels d'automatisation) qui encouragent un plus grand nombre d'utilisateurs à utiliser et à partager des liens vers le site Web sur les médias et les réseaux sociaux.

2. Les moteurs de recherche

Introduction

Un moteur de recherche Web est un logiciel conçu pour rechercher des informations sur le World Wide Web. Les résultats de la recherche sont généralement présentés dans des pages de résultats du moteur de recherche (SERPs). Les informations peuvent être un mélange de pages Web, d'images et d'autres types de fichiers. Certains moteurs de recherche extraient également des données disponibles dans des bases de données ou des répertoires ouverts.



Figure 3. Le moteur de recherche Google

Principe de fonctionnement

Presque tous les moteurs de recherche web fonctionnent en se basant sur les trois processus suivants en temps réel :

- Web Crawling
- Indexation
- Recherche

Web Crawling

Les moteurs de recherche Web obtiennent des informations sur les liens en explorant le Web d'un site à l'autre. Le « spider » ou « Crawler » vérifie le nom de fichier standard robots.txt, qui lui est adressé, avant de renvoyer certaines informations à indexer en fonction de nombreux facteurs, tels que les titres, le contenu de la page, JavaScript, CSS, titres, mis en évidence par le balisage HTML standard du contenu informatif, ou ses métadonnées dans les balises META HTML. En raison du nombre très important de sites web qui existent actuellement, des pièges aux Spiders, du spam et d'autres contraintes du Web réel, les robots d'exploration intègrent à la place une règle d'analyse restrictive pour déterminer quand l'exploration d'un site doit être considérée, par conséquent, certains sites sont explorés de manière exhaustive, tandis que d'autres ne sont explorés que partiellement.

L'indexation

L'indexation consiste à associer des mots et d'autres facteurs définissables trouvés sur des pages Web à leurs noms de domaine et à des champs HTML. Les associations sont faites dans une base de données publique, mise à disposition pour les requêtes de recherche web. Une requête d'un utilisateur peut être composée d'un seul de plusieurs mots. L'index aide à trouver les informations relatives à la requête aussi rapidement que possible. Certaines des techniques d'indexation et de mise en cache sont des secrets commerciaux, tandis que l'exploration Web est un processus simple de visite systématique de tous les sites.

La recherche proprement dite

Généralement, lorsqu'un utilisateur saisit une requête dans un moteur de recherche, il s'agit d'un ou de quelques mots clés. L'index contient déjà les noms des sites contenant ces mots-clés, et ceux-ci sont obtenus instantanément à partir de l'index. La charge de traitement réelle consiste à

généraliser les pages Web qui constituent la liste des résultats de recherche : Chaque page de la liste doit être pondérée en fonction des informations contenues dans les index. Ensuite, l'élément de résultat de recherche supérieur requiert la recherche, la reconstruction et le balisage des extraits présentant le contexte des mots clés correspondants. Ce ne sont qu'une partie du traitement requis par chaque page de résultats de recherche, et d'autres pages (en haut à gauche) nécessitent davantage de ce post-traitement.

3. Le choix du nom de domaine

Introduction

Un nom de domaine Web est une séquence de lettres et/ou de nombres / traits d'union séparés par un ou plusieurs points. Les noms de domaine servent de pointeur vers une adresse numérique (IP) unique sur un réseau informatique (internet) qui héberge un contenu accessible au public (par exemple un site Web), ou peut être un intranet privé.

Un nom de domaine Web se termine toujours par une extension de 2 ou 3 caractères. Ces caractères peuvent indiquer le pays auquel l'adresse du site Web est associée ou le type d'organisation ; mais ce n'est pas toujours le cas.

Les noms de domaine fonctionnent sous le DNS (Domain Name System), qui est essentiellement le carnet d'adresses d'Internet qui permet de diriger les visiteurs vers votre site Web en traduisant le nom en sa séquence de numéros d'adresses IP et en localisant où la ressource est stockée.

Différents types de noms de domaine

TLD – (top level domains) Domaines de premier niveau

Ce sont au plus haut niveau de la structure DNS d'Internet. Il existe plusieurs types de TLD, à savoir:

ccTLD - Domaines de premier niveau de code de pays

Ceux sont Domaines à deux lettres établis pour des emplacements géographiques ; par exemple ; **.fr** signifie la France. Autrefois, seuls les résidents d'un pays pouvaient généralement enregistrer leur ccTLD correspondant ; mais au fil des années, plusieurs pays ont libéré le droit d'enregistrement des noms de sites Web avec leurs ccTLD au monde entier.

Dans le cas des noms de domaine **.au**, des règles strictes sont toujours en place (et c'est une bonne chose). Par exemple, les inscrits **.com.au** doivent

toujours être Australiens ou avoir des intérêts commerciaux enregistrés en Australie. Les critères d'éligibilité pour les noms au nom de .au est toujours fortement associé à l'Australie et a favorisé une grande confiance dans les acheteurs en ligne locaux et même étrangers.

gTLD - Domaine générique de premier niveau

Les TLD génériques les plus connus incluent .com, .net, .biz, .org et .info - ceux-ci peuvent être enregistrés par n'importe qui, n'importe où dans le monde. Cependant, certains des nouveaux gTLD publiés plus récemment ont diverses restrictions.

IDN ccTLD - domaines de premier niveau internationalisés de code de pays

Ceux sont des noms de domaines de niveau supérieur avec un format spécialement encodé qui lui permet d'être affiché dans un jeu de caractères non latins (c'est-à-dire des caractères spéciaux).

Au-dessous des TLD on trouve :

Deuxième niveau : Directement au-dessous d'un TLD dans la hiérarchie DNS, par exemple : .au.com

Troisième niveau : Directement au-dessous d'un deuxième niveau dans la hiérarchie DNS. Par exemple. domainregistration.com.au

Sous-domaine

Le sous-domaine est une partie d'un nom de domaine supérieur dans la hiérarchie DNS, par exemple. example.domainregistration.com.au.

Quelques conseils avant de choisir un nom de domaine

Votre nom de domaine a un impact massif sur votre réputation en ligne, car il constitue votre identité sur le Web. Il est vivement conseillé de prendre soin de bien choisir son nom de domaine. Voici quelques conseils qui vous aideront à mieux choisir votre nom de domaine :

Au cas où vous voudriez mettre votre marque en avant : dans ce cas vous pouvez ne pas considérer les conseils 1, 2, 3,4 et 5.

Au cas où vous voudriez mettre vos services en avant, mais aussi votre marque, prenez en compte les neuf conseils suivants.

1) Rendez-le facile à taper

Trouver un nom de domaine facile à taper est essentiel à la réussite en ligne. Si vous utilisez des abréviations (vs au lieu de vous) ou des mots avec plusieurs orthographes (express contre xpress), il peut être plus difficile pour les clients de trouver votre site.

2) Gardez-le court

Si votre nom de domaine est long et complexe, vous risquez de le tromper ou du moins le mal interpréter. Court et simple c'est le meilleur deal.

3) Utilisez des mots-clés spécifiques (cf. Chapitre 2)

Essayez d'utiliser des mots-clés qui décrivent votre entreprise et les services que vous proposez. Par exemple, si vous êtes une entreprise de fabrication du plastique, vous pouvez enregistrer FabricationPlastique.com.

Inclure les mots-clés que les gens saisissent sur les moteurs de recherche permet d'améliorer votre positionnement sur SERPs (ce qui augmente le trafic vers votre site).

4) Ciblez votre zone

Si votre entreprise est locale, envisagez d'inclure votre ville ou votre pays dans votre nom de domaine pour faciliter la recherche et le souvenir des clients locaux. Exemple : FabricationPlastiqueToulouse.com.

5) Rendez-le facile à mémoriser

Il existe des millions de noms de domaine enregistrés, il est donc essentiel d'avoir un domaine accrocheur et mémorisable. Une fois que vous avez trouvé un nom, partagez-le avec des amis proches pour vous assurer qu'il semble attrayant et logique pour les autres.

6) Googlez-le

Assurez-vous que le nom que vous avez sélectionné n'est pas une marque de commerce, protégé par des droits d'auteur ou utilisé par une autre entreprise. Il pourrait en résulter un énorme gâchis juridique qui pourrait vous coûter une fortune, ainsi que la perte de votre domaine!

7) Utilisez une extension de nom de domaine appropriée

Les extensions sont des suffixes, tels que .com ou .net, à la fin des adresses Web. Ceux-ci peuvent avoir des utilisations spécifiques, alors assurez-vous d'en choisir un qui fonctionne pour votre entreprise. L'extension de domaine .com est de loin la plus populaire, mais il peut être difficile d'obtenir un nom de domaine .com court et mémorable, car il existe depuis si longtemps.

Une multitude de nouveaux domaines génériques de premier niveau - tels que .photography, .nyc et .guru - offrent une excellente opportunité d'enregistrer des noms courts et hautement pertinents. Voici quelques autres extensions supérieures et comment elles sont souvent utilisées :

.co: une abréviation pour l'entreprise, le commerce et la communauté.

.info: convient pour les sites d'information.

.net: technique, idéal pour les sites d'infrastructure Internet.

.org: idéal pour les organisations non commerciales et organisations à but non lucratif.

.biz: idéal pour une utilisation commerciale, comme les sites de commerce électronique.

.me: idéal pour blogs, CV ou sites personnels.

8) Protégez et construisez votre marque

Certaines entreprises achètent plusieurs extensions de domaine, ainsi que des versions mal orthographiées de leurs noms de domaine pour protéger

leur marque et empêcher les concurrents de les acquérir et garantissent que leurs clients soient dirigés vers leurs sites Web, même s'ils les ont mal saisis.

9) Agissez vite

Les noms de domaine se vendent rapidement. Heureusement, ils ne sont pas chers, alors enregistrez vos noms de domaine préférés dès que possible.

Les domaines expirés

Des milliers de noms de domaine expirent chaque jour. Les raisons sont différentes. Certains propriétaires oublient de les renouveler, d'autres n'en veulent plus ou sont passés à d'autres projets. Pour la plupart des gens, ces domaines dits expirés n'ont aucune valeur. Ils voient juste un tas de noms de domaine que quelqu'un d'autre a supprimé et sont passés à autre chose, mais pour les gens qui connaissent le référencement ou la valeur des bons liens de retour backlinks, les noms de domaine expirés peuvent être des opportunités en or qui n'attendent qu'être exploitées. Le seul problème c'est de savoir distinguer les bons des mauvais.

Qu'est-ce que expireddomains.net

expireddomains.net est un serveur qui rassemble toutes les informations dont vous avez besoin pour trouver de bons domaines expirés qui sont en attente de suppression. Selon l'extension de domaine, vous pouvez chercher parmi des milliers de domaines chaque jour avant qu'ils ne soient rendus publics et sélectionner ce que vous souhaitez. ExpiredDomains.net contient actuellement 388 TLDs.

Total Domains: 299,693,775Deleted Domains: 286,284,614

Expired Domains.net
Expired Domain Name Search Engine

ContactSign UpLogin

Q Search for Domain Names

Expired DomainsDeleted DomainsDomain ListsLinks

Expired Domain Names

388 TLDs supported and rising!

Thousands of domain names expire every day. The reasons are different. Some owners forgot to renew the domains, some just don't want them anymore or they moved on to other projects. For most people these so called **Expired Domains** don't have any value. They just see a bunch of Domain Names someone else deleted and move on, but for the people who know about SEO or the value of good Backlinks, **Expired Domain Names** are money just waiting to get picked up from the street. The only problem is to separate the good ones from the bad ones. That is where ExpiredDomains.net comes into play.

ExpiredDomains.net gathers all the information you need to find good **Expired Domains** that are Pending Delete and you can **Backorder**. Depending on the domain extension you can search through thousands of domains every day before they get released to the public and pick what you like. ExpiredDomains.net currently supports 388 TLDs. From the classic gTLDs like .com, .net, .org to Droplists for ccTLDs you can only find here and now we even support some of the best new gTLDs like .xyz and .club.

Dropped Domains

We do not only have Expired Domains, but you can also find lists of **Deleted Domains** for a lot of TLDs. Deleted Domains or **Dropped Domains** are available for registration and can be picked up for just the normal regfee at your preferred domain registrar! All Domains have the typical SEO relevant data, like Number of Backlinks, Archive.org Birth Date and a lot more. Just look through the thousands of Expired Domain Names dropping every day and pick what you like. :) You can use our numerous Filters and sort the lists as you like or use our Watchlist to keep track of Expired Domains after they dropped.

You can go through the lists you are interested in and look for Domains you like or you can use our super fast **Domain Name Search** to search all Domain Lists at once. Whatever you choose to do, you can use numerous filters to drill down the number of domains, so you find exactly what you are looking for!

Recent Blog Posts

- All-in-one Deleted Domain List
- Search through all Domains in the Database in one go
- Number of Related Domains for every Domain Name
- Expired Domains with Wikipedia Links
- Expired .br Domains: How to get them!
- New Domain List and Improved GoDaddy Implementation
- New Domain List: Deleted .pl Domains
- Central Listing for all your Watchlist Domains
- New Domainlist: Park.io Auctions
- 15 New DNS Status TLD Columns

Domain Tools

- NameJet Most Active Mail Parser**
With the parser you can simply Copy/Paste the NameJet Mail content and see our usual Domain Data for every Domain
- Camel Case Domain Names**
This Tool detects words inside of Domain Names and changes the first letter of every word into upper cases (domainnamesearch.com => DomainNameSearch.com)

On commence par saisir les mots clés de notre requête et quelques paramètres dans le filtre de recherche.

themes wordpress

Domain Name

starts with

contains

ends with

Domain Lists

☐ Deleted Domains (1,669)

☐ GoDaddy Domains (14)

☐ Pending Delete Domains (1)

☐ NameJet Domains (1)

☐ SnapNames Domains (0)

☐ Sedo Domains (1)

☐ Marketplace Domains (2)

Filter

☐ only with Dmoz Entry

☐ only with Alexa Rank

☒ only available Domains

☐ only new last 24 hours

☐ only new last 7 days

☐ only new last 30 days

☐ no Numbers

☐ no Characters

☐ no Hyphens

Max/Min

max Length

min Length

min Backlinks

min Domain Pop

min ABY

TLDs

☒ com

☐ org

☐ info

☐ eu

☐ pro

☐ com.au

☐ com.br

☐ ch

☐ de

☐ hu

☐ net

☐ biz

☐ asia

☐ mobi

☐ at

☐ net.au

☐ ca

☐ co

☒ fr

☐ ie

Apply Filter

On ne prendra que les TLDs com et fr, on prendra un minimum de backlinks de 50 et on n'affiche que les domaines disponibles, pour ça on coche le bouton « only available domains », cliquez sur Apply Filter.

Domain	BL	DP	ABY	ACR	Aleka	Dmoz	C	N	O	D	TLDs Req	BDT	List	Status	RL
technwordpressthemesthemesplugins.com	41.9 K	1	-	0	0	-	●	●	●	●	0	-	Expired	Available	
TechnologyWordPresThemes.com	30.3 K	1	2011	36	0	-	●	●	●	●	0	-	Expired	Available	
Free-Download-WordPress-Themes.com	11.2 K	141	2011	105	0	-	●	●	●	●	0	-	Expired	Sedo	
wordpressthemesthemes2016.com	9.2 K	5	2013	31	0	-	●	●	●	●	1	4	Expired	Available	
freepremiumwordpressthemesthemes101.com	5.0 K	3	2013	90	0	-	●	●	●	●	0	-	Expired	Available	
wordpressthemesthemesz.com	4.6 K	0	2011	26	0	-	●	●	●	●	0	-	Expired	Available	
StudioWordPressThemes.com	3.7 K	19	2011	38	0	-	●	●	●	●	0	-	Expired	Available	
wordpressthemesthemes.com	3.6 K	4	2009	40	0	-	●	●	●	●	0	-	Expired	Available	
PremiumWordPressThemesDirector...com	3.3 K	1	2012	27	0	-	●	●	●	●	0	-	Expired	Available	
FreeWordPressThemes.com	2.9 K	141	2007	365	0	-	●	●	●	●	11	26	GoDaddy	3,999 USD	
wordpressthemesthemes-de.com	2.3 K	18	2012	20	0	-	●	●	●	●	0	-	Expired	Available	
DeluxeWordPressThemes.com	2.3 K	12	2011	73	0	-	●	●	●	●	0	-	Expired	Available	
WordPress-Mobile-Themes.com	2.3 K	7	2012	46	0	-	●	●	●	●	0	-	Expired	Available	
WizardWordPressThemes.com	2.1 K	2	2009	52	0	-	●	●	●	●	0	-	Expired	Available	
WordPressThemesMarket.com	2.0 K	131	2008	202	0	-	●	●	●	●	1	2	Dynadot	13 USD	
WordPressThemesSale.com	2.0 K	8	2011	50	0	-	●	●	●	●	0	-	Expired	Available	
WordPressThemesForBlogs.com	2.0 K	4	2012	11	0	-	●	●	●	●	0	-	Expired	Available	
wordpress-themes-2012.com	2.0 K	6	2012	21	0	-	●	●	●	●	0	-	Expired	Available	
WordPressThemesDown.com	1.9 K	7	2012	33	0	-	●	●	●	●	0	1	Expired	Available	
wordpressthemesthemes10.com	1.9 K	8	2011	86	0	-	●	●	●	●	0	1	Expired	Available	
ActualWordPressThemes.com	1.9 K	4	2008	28	0	-	●	●	●	●	0	-	Expired	Available	
FreeWordPressThemesStore.com	1.2 K	8	2011	34	0	-	●	●	●	●	0	-	Expired	Available	
wordpressthemesthemes4you.com	1.0 K	1	2010	11	0	-	●	●	●	●	0	-	Expired	Available	
MagazineThemesWordPress.com	825	4	2010	21	0	-	●	●	●	●	0	-	Expired	Available	
mywordpressthemesthemesstudio.com	755	7	2013	11	0	-	●	●	●	●	0	-	Expired	Available	

On filtre encore par ordre décroissant du nombre de backlinks.

Ici le domaine deluxewordpressthemesthemes.com semble bon, nous allons analyser trois paramètres importants qualifiant les backlinks de ce domaine que nous allons détailler dans la prochaine section.

Ces paramètres sont : Trust Flow, Citation Flow et Domain Authority.

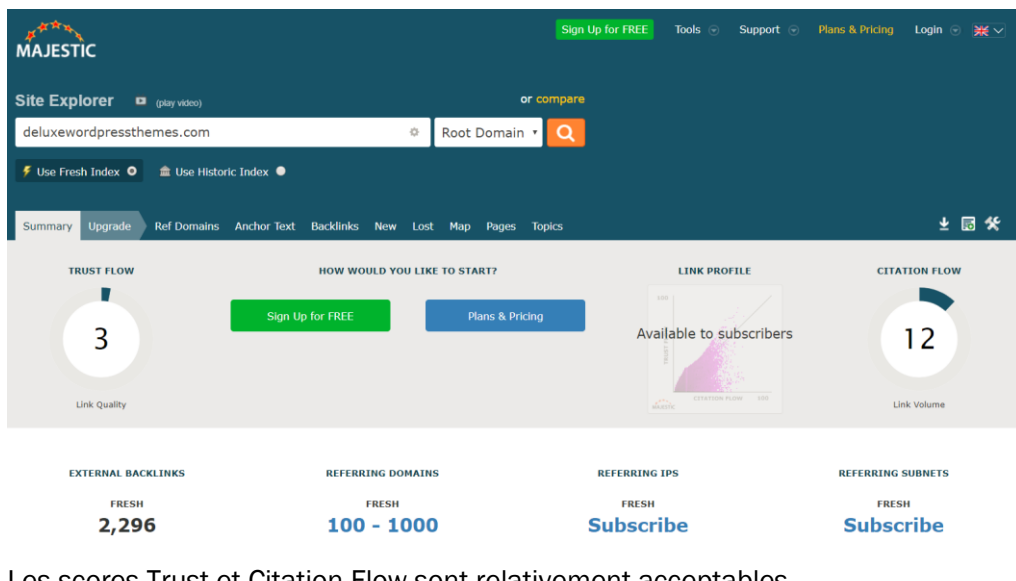
Trust Flow et Citation Flow sont deux indicateurs très utilisés par Majestic SEO le serveur d'analyse de liens de retour en ligne.

Cet outil permet d'analyser le nombre et la qualité des liens de retour externes qui pointent vers un site ou une page, et vous fournit les noms de ces sites.

Pour illustrer ses indicateurs, Majestic a mis en place un nuage de points qui utilise les valeurs trust flow et citation flow. Chaque indicateur étant situé entre 1 et 100.

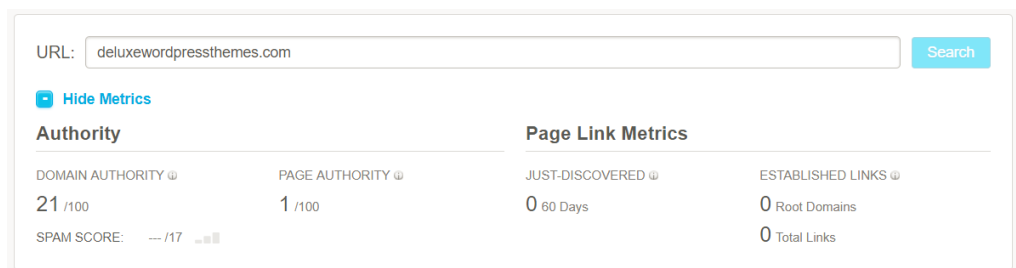
Domain Authority ou DA est l'autorité de domaine, est une mesure de la force d'un site web (de 0-100), ce score a été créé par la compagnie Moz. Facebook et YouTube, par exemple, ont un score DA de 100.

Allons sur majestic.com et analysons notre domaine découvert.



Les scores Trust et Citation Flow sont relativement acceptables.

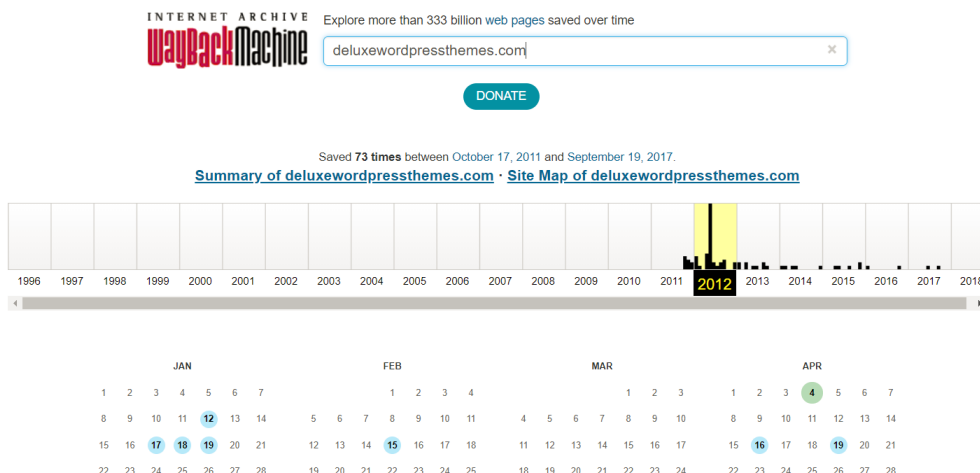
Allons maintenant sur **Moz.com** pour analyser le score Domain Authority.



Le score DA est bon et permet de contourner plusieurs étapes de référencement, notamment le backlinking.

Note : pour les serveurs et les outils précédents, il se peut que vous puissiez débloquer plus de fonctionnalités simplement en s'inscrivant par email.

Explorer l'historique de ce domaine : archive.org est un serveur à but non lucratif qui explore tous les sites web. Il s'agit également d'un outil bénéfique qui nous aide à connaître plus sur l'âge et le passé du domaine expiré :



Si vous cliquez sur l'un des cercles bleus par exemple, archive.org vous donne des captures de contenu pour en connaître davantage sur la nature de l'activité du site expiré.

Toutefois, je ne vous conseille pas tout d'utiliser cet outil pour récupérer le contenu du site, si l'index Google, car ce dernier peut faire l'objectif de droit de d'auteur, et vous risqueriez de perdre votre temps voire votre argent.



DELUXE WORDPRESS THEMES

HOME ABOUT CONTACT ARCHIVE

Browse Our Premium WordPress Themes

Our collection of Premium WordPress Themes are the best in the industry. They are coded and designed by no less than the experts and the best WordPress developers today! Browse our Premium WordPress Themes and find out why the finest people on the web are using our recommended premium themes. Don't forget to check our recommended [Premium WordPress Frameworks](#):

[Thesis Theme](#) | [Headway Themes](#) | [Catalyst Theme](#) | [Genesis Theme](#) | [BackBone](#)

To Search, Type Keyword and Hit Enter

Get Email Updates (It's FREE!)

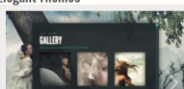
News and updates on Premium WP Themes delivered straight to your inbox. Subscribe NOW!

SUBSCRIBE

Pulse WordPress Theme From WPZoom



Gleam WordPress Theme From Elegant Themes



Recommended WP Themes

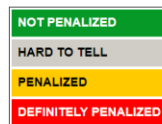
[Affiliate WordPress Themes](#)
[Blog WordPress Themes](#)
[Business WordPress Themes](#)
[Corporate WordPress Themes](#)
[Ecommerce WordPress Themes](#)
[Free WordPress Themes](#)

Passant maintenant à une dernière chose, c'est de s'assurer que le site n'ait pas été pénalisé ou blacklisté par Google, car si c'était le cas, le site on question n'apparaîtrait jamais sur les pages des résultats de recherche. Pour cela, on va utiliser un outil nommé [ismywebsitepenalized.com](#)



Thousands websites checked.

Hundreds penalized, not indexed yet, or banned within the last month.



[deluxewordpressthemes.com](#)

deluxewordpressthemes.com cannot be checked because it either appears to be down, is blocking our robots, or doesn't exist!

For security, check the red (4th) checkbox: ☐ ☐ ☐ ☐

deluxewordpressthemes.com

Is My Website Penalized?

Changing your password? Retire it first at [RetireYourPassword.org!](#) Is your site in trouble? Disavow bad links at [URLtoDOMAIN.com!](#)

Si le site a été déjà pénalisé, il serait affiché en rouge. Ici aucune information n'a pu être fournie, car le site n'existe pas dans l'index Google actuellement.

Exemple pratique

L'exemple suivant montre les démarches pour choisir un nom de domaine pour un blog.

Niche (sujet, idée générale du blog) : Thème et plugins WordPress

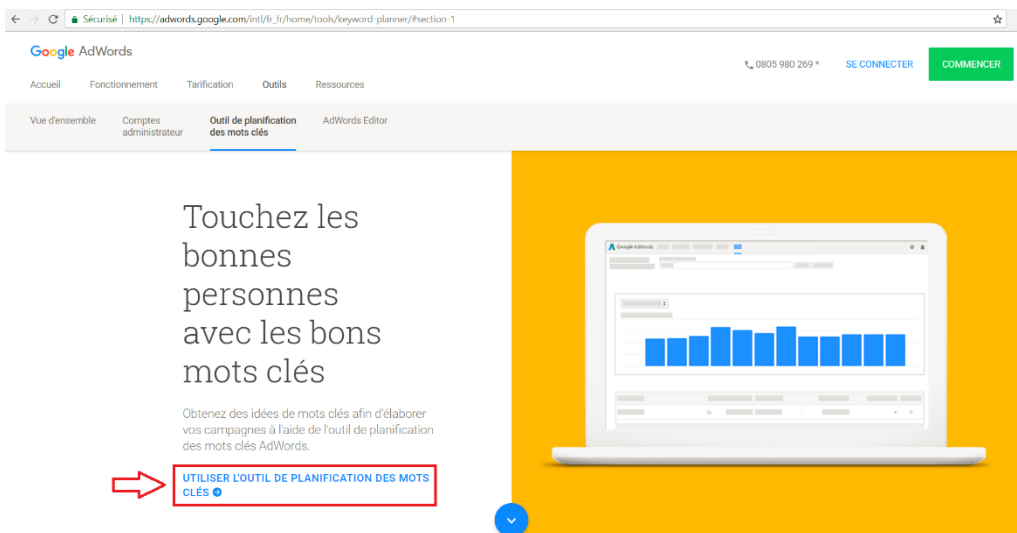
Langue : Français

Pays cibles : France

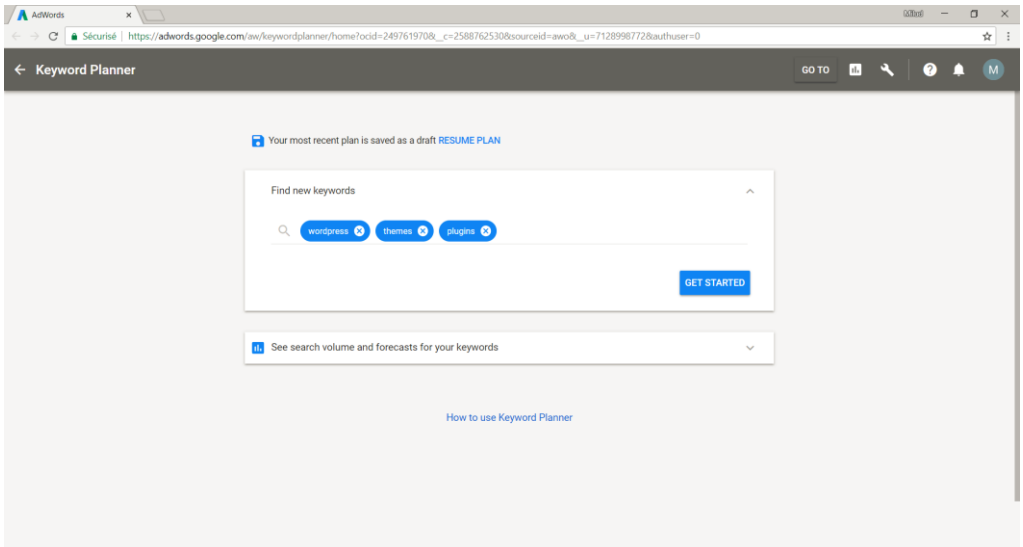
La première étape consiste à analyser le volume de recherche de cette requête en saisissant toutes les combinaisons possibles sur l'outil **Google KeywordPlanner**. Google KeywordPlanner est un outil gratuit pour l'analyse de mots clés.

Pour accéder à cet outil, il suffit d'avoir un compte Google, et suivre le lien suivant :

https://adwords.google.com/intl/fr_fr/home/tools/keyword-planner/



Cliquer sur : utiliser l'outil de planification des mots clés.



Vous avez la possibilité de saisir 3 mots clés ou 3 requêtes maximum. Taper « , » pour valider chaque requête/mot clé saisie. Puis cliquer sur Get Started.

Sélectionnez par la suite la langue et la zone géographique cible.

AdWords

Securisé | <https://adwords.google.com/aw/keywordplanner/ideas/new?cid=249761970&c=2588762530&sourceid=aw&u=712899877&authuser=0>

Keyword plan

GO TO

Locations: All locations Language: French Search networks: Google

Keyword ideas

Plan overview

Ad groups

Keywords

Exclude

Keywords

plugins

wordpress

plugin

blog w

site w

templa

theme

wordpre

install plugin

créer un site wordpress

theme

1K - 10K Low - €0.01 €0.08

1K - 10K Medium - €1.46 €3.82

10K - 100K Medium - €0.01 €0.10

Location

Enter a location to target

Targeted locations (1)

France country 52,253,551

Reach

Map Data Terms of Use

CANCEL SAVE

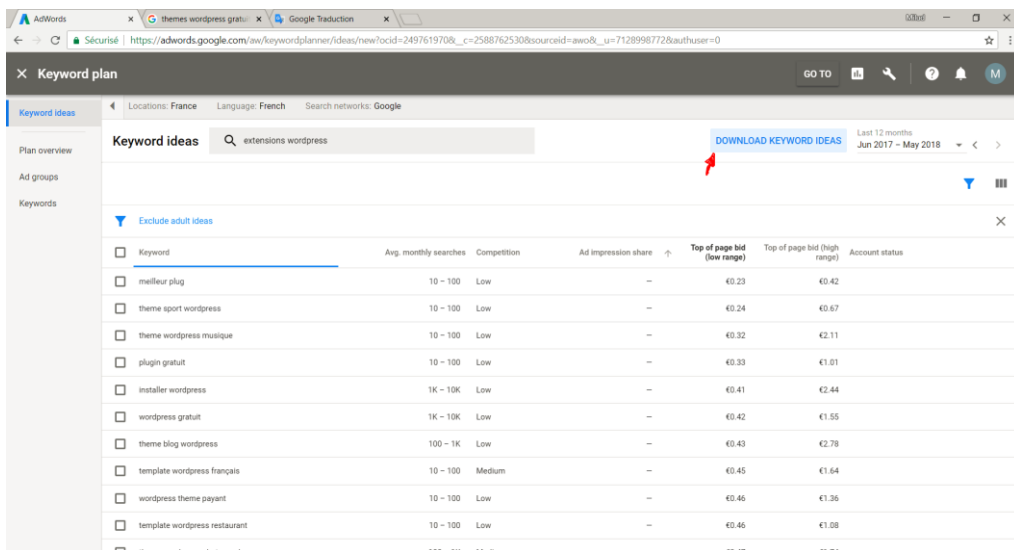
Créez un fichier texte pour collecter les idées de mots clés.

Filtrer par volume de recherche descendant, notez tous les mots clés qui présentent :

- Un taux de compétition faible
- Un volume de recherche mensuel au-dessus de 100
- Les requêtes longues et « bizarres », car elles peuvent être votre jackpot

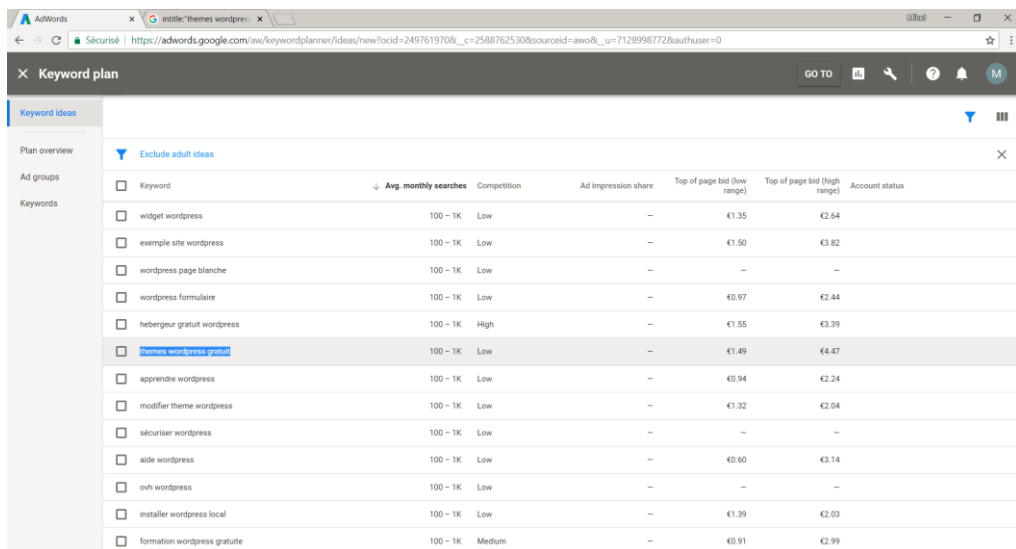
N'hésitez pas à jouer sur tous les filtres affichés et noter toutes les idées jugées pertinentes.

Vous avez également la possibilité d'exporter toute la liste des idées de mots clés en cliquant sur Download keyword ideas :



The screenshot shows the Google AdWords Keyword Planner interface. The search term is 'extensions wordpress'. The results are displayed in a table with columns: Keyword, Avg. monthly searches, Competition, Ad impression share, Top of page bid (low range), Top of page bid (high range), and Account status. A red arrow points to the 'DOWNLOAD KEYWORD IDEAS' button in the top right corner of the results area.

Keyword	Avg. monthly searches	Competition	Ad impression share	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)	Account status
<input type="checkbox"/> meilleur plug	10 - 100	Low	—	€0.23	€0.42	
<input type="checkbox"/> theme sport wordpress	10 - 100	Low	—	€0.24	€0.67	
<input type="checkbox"/> theme wordpress musique	10 - 100	Low	—	€0.32	€2.11	
<input type="checkbox"/> plugin gratuit	10 - 100	Low	—	€0.33	€1.01	
<input type="checkbox"/> installer wordpress	1K - 10K	Low	—	€0.41	€2.44	
<input type="checkbox"/> wordpress gratuit	1K - 10K	Low	—	€0.42	€1.55	
<input type="checkbox"/> theme blog wordpress	100 - 1K	Low	—	€0.43	€2.78	
<input type="checkbox"/> template wordpress français	10 - 100	Medium	—	€0.45	€1.64	
<input type="checkbox"/> wordpress theme payant	10 - 100	Low	—	€0.46	€1.36	
<input type="checkbox"/> template wordpress restaurant	10 - 100	Low	—	€0.46	€1.08	
<input type="checkbox"/> theme wordpress photographie	100 - 1K	Medium	—	€1.47	€1.74	



The screenshot shows the Google AdWords Keyword Planner interface. The browser address bar displays the URL: https://adwords.google.com/aw/keywordplanner/ideas/new?ocid=249761970&_c=2598762530&sourceid=awo&_u=7128998772&authuser=0. The page title is 'Keyword plan'. On the left sidebar, there are tabs for 'Keyword Ideas', 'Plan overview', 'Ad groups', and 'Keywords'. The 'Keyword Ideas' tab is active, showing a table of keyword suggestions. The table has columns for 'Keyword', 'Avg. monthly searches', 'Competition', 'Ad impression share', 'Top of page bid (low range)', 'Top of page bid (high range)', and 'Account status'. The keyword 'themes wordpress gratuits' is highlighted in blue.

Keyword	Avg. monthly searches	Competition	Ad impression share	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)	Account status
widget wordpress	100 - 1K	Low	—	€1.35	€2.64	
exemple site wordpress	100 - 1K	Low	—	€1.50	€3.82	
wordpress page blanche	100 - 1K	Low	—	—	—	
wordpress formulaire	100 - 1K	Low	—	€0.97	€2.44	
hebergeur gratuit wordpress	100 - 1K	High	—	€1.55	€3.39	
themes wordpress gratuits	100 - 1K	Low	—	€1.49	€4.47	
apprendre wordpress	100 - 1K	Low	—	€0.94	€2.24	
modifier theme wordpress	100 - 1K	Low	—	€1.32	€2.04	
sécuriser wordpress	100 - 1K	Low	—	—	—	
aide wordpress	100 - 1K	Low	—	€0.60	€3.14	
ovh wordpress	100 - 1K	Low	—	—	—	
installer wordpress local	100 - 1K	Low	—	€1.39	€2.03	
formation wordpress gratuite	100 - 1K	Medium	—	€0.91	€2.99	

Note : l'analyse des requêtes de recherche sera détaillée dans la deuxième partie de ce livre.

Mon site web serait : www.themes-wordpress-gratos.fr par exemple. Ce nom de domaine possède deux avantages stratégiques, le premier est le **TLD .fr** qui va me faire bénéficier de l'avantage du référencement local puisque je cible la **France**, le deuxième : le fait de contenir **deux mots clés** appartenant aux requêtes de recherche cibles qui va me faire bénéficier du trafic généré du volume de recherche.

4. Analyse des Requêtes de Recherche Google

Introduction

L'analyse des requêtes de recherche est l'une des activités les plus importantes, les plus rentables et les plus stratégiques dans le domaine du Référencement SEO. Pouvoir se positionner au top des résultats de recherche pour les bons mots clés pourrait conduire à la génération d'un grand trafic, et par conséquent, d'un flux de clients potentiels qui achètent votre produit, ou bien cliquent sur les publicités qui sont affichées sur votre site web, en gros, cela peut vous faire gagner beaucoup d'argent.

En effectuant des recherches sur la demande de mots clés relatifs à votre activité, vous pouvez non seulement connaître les termes et les expressions exactes à cibler avec le référencement, mais également en savoir plus sur vos clients dans leur ensemble. Il ne s'agit pas toujours d'attirer des visiteurs vers votre site, mais aussi d'obtenir le bon type de visiteurs. Le rôle de cette analyse est alors crucial, en outre, grâce à la recherche par mot clé, vous pouvez prévoir les changements de la demande, répondre aux conditions changeantes du marché voire créer de nouveaux produits et des services spécialement dédiés à la demande de votre clientèle.

Le contenu que recherchent activement les internautes constitue le point de départ du référencement de votre site internet. Nous allons voir dans ce chapitre étape par étape comment analyser et trouver les requêtes de recherche Google relative a votre niche, qui présente à la fois un volume de recherche important et un indice de compétition faible.

Qu'est-ce qu'une niche?

Une niche est un petit segment de marché en termes de services ou de produits. Plus le nombre d'acteurs du côté de l'offre est petit, la concurrence est faible et la demande du côté des clients est importante plus la niche est considérée comme rentable.

L'outil Google KeywordPlanner

L'outil de planification des mots clés de Google Ads KeywordPlanner est un produit de Google qui fournit des données sur les requêtes de recherche effectuée dans Google pour la planification d'une campagne publicitaire spécifique sur Google Ads.

Il s'agit d'un outil qui permet de créer de nouvelles campagnes sur le Réseau de Recherche ou d'étendre des campagnes existantes. Il vous aidera à obtenir des mots clés et des idées de groupes d'annonces, des statistiques historiques, des tendances de mots clés, des scores de compétition, des enchères, etc. Ce service est offert gratuitement par Google, n'importe quel utilisateur peut y accéder et l'utiliser sans limites.

Recherche de mots clés

Objectif : trouver les meilleures opportunités relatives à la niche : themes wordpress.

Étape 1 : On commence par naviguer sur l'adresse de l'outil KeywordPlanner, nous allons cliquer sur « trouver des mots clés ».



Trouver des mots clés

Trouver des idées de mots clés qui vous aideront à toucher les clients intéressés par vos produits ou services



Nous allons saisir 3 mots clés (maximum) relatifs à notre niche :

Trouver des mots clés



themes wordpress



thèmes wordpress gratuits



themes wp gratos



DÉMARRER

Cliquer sur démarrer.

Nous allons obtenir ce tableau de résultats :

<input type="checkbox"/> Mot clé (par ordre de pertinence)	Nombre moy. de recherches mensuelles	Concurrence	Taux d'impressions des annonces	Enchère de haut de page (fourchette basse)	Enchère de haut de page (fourchette haute)
<input type="checkbox"/> thèmes wordpress gratuits	100 – 1 k	Faible	—	0,44 €	1,05 €
<input type="checkbox"/> themes wordpress	1 k – 10 k	Moyen	—	0,43 €	1,25 €
<input type="checkbox"/> template wordpress	1 k – 10 k	Moyen	—	0,51 €	1,85 €
<input type="checkbox"/> theme wordpress	1 k – 10 k	Moyen	—	0,43 €	1,31 €
<input type="checkbox"/> wordpress design	10 – 100	Faible	—	0,52 €	1,85 €
<input type="checkbox"/> theme wordpress gratuit	1 k – 10 k	Faible	—	0,51 €	1,36 €
<input type="checkbox"/> wordpress gratuit	1 k – 10 k	Faible	—	0,45 €	1,11 €
<input type="checkbox"/> template wordpress gratuit	100 – 1 k	Faible	—	0,49 €	1,24 €

N'oubliez pas de configurer le pays ciblé et la langue en haut à gauche (1 et 2) :

◀

Lieux : France 1

Langue : Français 2

Réseaux de recherche : Google

Idées de mots clés

🔍 themes wordpress, thèmes wordpress gratuits, themes wp gratos


TÉLÉCHARGER LES IDÉES DES MOTS CLÉS 3


Vous pouvez également télécharger les idées des mots clés trouvées. Un fichier csv sera généré et téléchargé, vous pouvez l'ouvrir à l'aide de Microsoft Excel ou de préférence Google Sheets puisque ce dernier est plus approprié.


Pour accéder à Google Sheets, suivez ce lien :


<https://www.google.com/sheets/>

Étape 2 : on va utiliser l'outil « filtre » pour affiner notre recherche, pour cela cliquer sur le bouton filtre en haut à gauche.

 FILTRE

 COLONNE

 ENREGISTRER

 SUPPRIMER

On va d'abord configurer le nombre moyen de recherches mensuelles, on va définir sa valeur à > 1000 (soit en moyenne 33 par jour), car rappelons que notre objectif principal était de cibler les requêtes à grand volume de recherche et à faible compétition.

En cliquant sur la tête des colonnes « nombre moy. de recherches mensuelles » on obtient :

 Nombre moy. de recherches mensuelles >= 1000

<input type="checkbox"/> Mot clé	↓ Nombre moy. de recherches mensuelles	Concurrence
<input type="checkbox"/> wordpress	100 k – 1 M	Faible
<input type="checkbox"/> telecharger wordpress	1 k – 10 k	Faible
<input type="checkbox"/> wordpress login	1 k – 10 k	Faible
<input type="checkbox"/> wordpress fr	1 k – 10 k	Faible
<input type="checkbox"/> site wordpress	1 k – 10 k	Moyen
<input type="checkbox"/> formation wordpress	1 k – 10 k	Élevé
<input type="checkbox"/> blog wordpress	1 k – 10 k	Faible
<input type="checkbox"/> wordpress telecharger	1 k – 10 k	Faible
<input type="checkbox"/> theme gratuit	1 k – 10 k	Faible
<input type="checkbox"/> wordpress tuto	1 k – 10 k	Faible
<input type="checkbox"/> thème	1 k – 10 k	Moyen
<input type="checkbox"/> installer wordpress	1 k – 10 k	Faible

L'inconvénient majeur de cet outil réside dans le fait qu'il ne fournisse aucune information précise sur la compétition ou plus précisément sur la difficulté des requêtes de recherche en matière de référencement SEO. Heureusement, dans ce livre nous allons voir d'autres alternatives très puissantes qui ne permettent de remédier à cela de la manière la plus efficace qui soit. Mais d'abord, terminons avec l'étape 3.

Étape 3 : Dans cette étape nous allons trier ces requêtes manuellement, mais d'abord, je vous explique pourquoi nous allons sélectionner uniquement les requêtes longues « long tail » ou encore les mots clés de longue traine et

pourquoi ce type de requêtes est devenu la tendance stratégique actuelle en termes de référencement.

D'abord, il faut reconnaître qu'il est très difficile aujourd'hui de bien se positionner pour les mots clés courants et généraux, surtout si votre entreprise est nouvelle ou petite. Si vous souhaitez augmenter votre trafic et vos conversions plus rapidement (et avec moins d'efforts), l'utilisation des mots clés de longue traîne est votre meilleur choix.

C'est quoi un mot clé de longue traîne ?

Les mots-clés de longue traîne sont des requêtes de recherche qui ne sont pas recherchées autant que d'autres, plus populaires ; habituellement, parce qu'elles sont plus spécifiques. La plupart des mots-clés de longue traîne sont composés d'au moins trois mots, mais la longueur elle-même ne définit pas si ce mot-clé est considéré long-tail ou non.



[Signaler des prédictions inappropriées](#)

Figure 4. L'algorithme d'autosuggestion de Google

Les mots-clés de longue traîne sont généralement beaucoup plus faciles à référencer pour comparer aux mots-clés généraux. Si votre site est nouveau ou s'il n'est pas bien positionné, cela peut prendre des années de travail acharné et continu afin de monter dans le classement des résultats de recherche. En ciblant des termes moins fréquemment recherchés, tels que « faire du café filtre à la maison » ou « marketing de contenu pour les éditeurs de logiciels », vos liens pourraient figurer sur la première page de Google facilement.

Les mots-clés de longue traîne tirent leur nom d'un graphique des résultats de recherche de Google. Quelques termes (la "tête" du graphique) sont

recherchés fréquemment, mais la majorité des recherches (la "queue" du graphique) sont des mots-clés plus longs et plus obscurs. Voici une excellente illustration de Moz qui résume ceci :

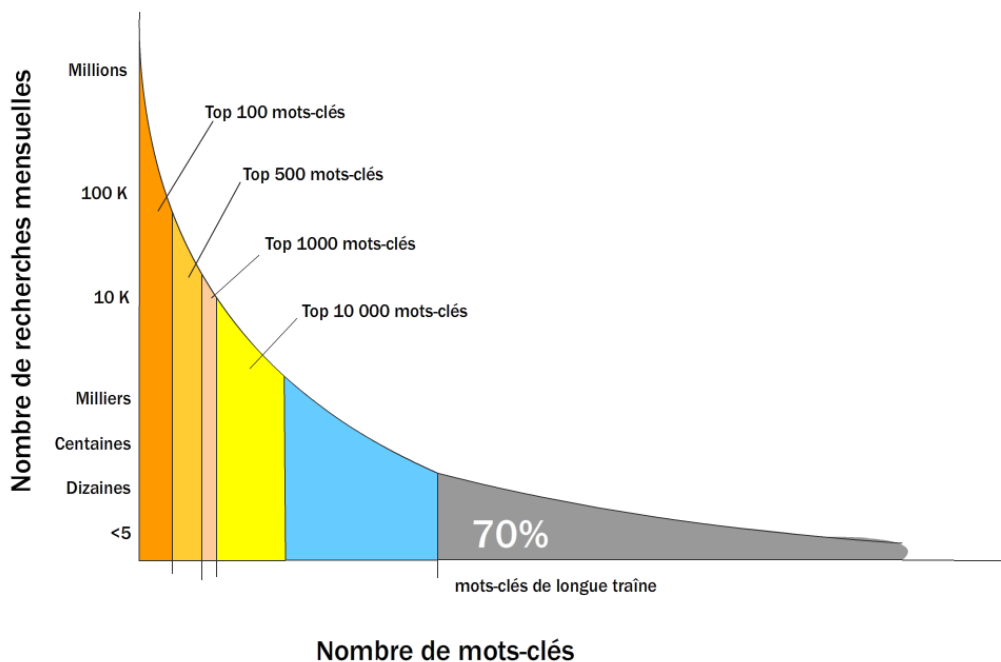


Figure 5. Représentation graphique des volumes de recherche en fonction de la longueur des requêtes de recherche.

Les mots-clés de longue traîne pris ensemble absorbent la majorité du trafic de recherche.

Pourquoi les mots clés de longue traîne sont-ils essentiels pour stimuler efficacement le trafic vers son site ?

En ciblant les mots clés de longue traîne au lieu des mots clés courts, vous avez plus de chances d'attirer des visiteurs intéressés par votre site, votre produit ou votre service pour plusieurs raisons :

Ils sont plus faciles à référencer. Tout d'abord, il est plus facile de se positionner dans la première page de résultats de recherche pour les mots-clés de longue traîne. Il y a une beaucoup de concurrence pour les mots-clés communs, mais beaucoup moins pour les mots-clés de longue traîne qui sont plus spécifiques. Par exemple, il est difficile de référencer son site pour "sushi", mais plus facile pour "restaurant de sushi vegan paris"

Plus d'audience ciblée. Deuxièmement, parce que les mots clés de longue traîne ont tendance à être très spécifiques, les clients qui les recherchent sont très probablement prêts à faire un achat ou à s'engager dans une action, vu qu'ils savent déjà ce qu'ils veulent ; ils ont juste besoin de le trouver. D'un autre côté, quelqu'un qui cherche un mot-clé général pourrait simplement faire une recherche préliminaire, ou être entrainé de peser toutes ses options. Des deux chercheurs, le premier est celui que vous voulez sur votre site.

Publicité moins coûteuse. Si vous utilisez Google Ads, les mots clés de longue traîne vous aideront également à épargner plus d'argent pour votre publicité. Les mots clés concurrents ont tendance à avoir un coût par clic élevé, mais les mots clés ayant un volume de recherche inférieur sont à la fois moins chers et plus ciblés.

Revenant à notre tri, nous allons alors sélectionner les requêtes ayant une longueur supérieure ou égale à 3 mots. Nous allons ajouter un autre filtre afin de s'assurer que toutes les requêtes contiennent les mots clés de base à savoir : thème et wordpress, pour cela on clique sur le filtre : « texte de mot clé » et on rajoute les deux mots indiqués.

thème petites annonces wordpress gratuit	10-100
thème wordpress gratuit photographe	10-100
thème wordpress immobilier gratuit	10-100
thème wordpress cuisine gratuit	10-100
thème wordpress avec slider	10-100
modèle de page wordpress gratuit	10-100
thème wordpress automobile gratuit	10-100
thème wordpress responsive design	10-100
thème wordpress football gratuit	10-100
thème wordpress premium en francais	10-100
thème wordpress multilingue gratuit	10-100
thème portfolio wordpress gratuit	10-100
thème wordpress education gratuit	10-100
thème wordpress responsive free 2016	10-100
thème wordpress site vitrine gratuit	10-100
thème wordpress entièrement personnalisable	10-100
les plus beaux thèmes wordpress	10-100
telecharger avada thème wordpress gratuit	10-100
comment choisir un thème wordpress	10-100
thème one page wordpress gratuit	10-100

Plus d'idées

Bien que nous ayons rassemblé beaucoup de requêtes intéressantes, il se peut que l'outil de planification de mots clés de Google ne nous fournisse pas tout. Pour cela je vous invite à enrichir votre liste davantage, en combinant plusieurs outils de dépistage de requêtes de longue traîne.

L'outil keywordtool.io

L'outil keywordtool.io est un outil très puissant qui exploite l'algorithme d'autosuggestion de Google (figure 4), mais aussi celui de YouTube, Bing, Amazon, eBay et App Store, afin de générer une liste de requêtes de longue traîne.

The screenshot shows the top navigation bar of the Keyword Tool with links: **Keyword Tool**, Find Keywords, Analyze Competitors, and Check Search Volume. Below this is a row of search engine filters: Google, YouTube, Bing, Amazon, eBay, and App Store. A search bar contains the text "themes wordpress" and a dropdown menu shows "France / French - Français". A red search button with a magnifying glass icon is on the right.

Figure 6. Moteur de recherche de keywordtool.io

The screenshot shows the results page for the search "themes wordpress". It indicates 468 unique keywords found. There are buttons for "Copy all" and "Export all". A promotional banner for "Keyword Tool Pro" is visible. Below is a table of results with columns: Keywords, Search Volume, Trend, CPC, and Competition. The first few results are "themes wordpress", "themes wordpress gratuit", "themes wordpress free", "themes wordpress 2018", and "themes wordpress cuisine gratuit". A pop-up box is overlaid on the table.

Keyword Suggestions Questions Sort by: Keywords - ascending

Search for "themes wordpress" found **468** unique keywords

Want to get up to 2x more keywords instead? [Subscribe to Keyword Tool Pro now!](#)

Keywords	Search Volume	Trend	CPC	Competition
themes wordpress				
themes wordpress gratuit				
themes wordpress free				
themes wordpress 2018				
themes wordpress cuisine gratuit				

Do You Need This Information?
[Keyword Tool Pro Provides Search Volume Data For French Keywords. Try It Now!](#)

Figure 7. Résultats de recherche sur keywordtool.io

On peut raffiner la liste de résultats par l'application de filtres, tels que les mots clés négatifs que l'on ne veut pas voir sur les requêtes, ou contrairement, des mots que l'on veut obligatoirement qu'ils apparaissent sur chaque requête.

The image shows two sections of a web interface. The top section, titled 'Filter Results' with a dropdown arrow, contains the text 'Find Keywords Within Search Results'. Below this is a text input field containing the word 'wordpress' and an orange 'Go' button. Underneath the input field is a red link that says 'Clear all filters'. The bottom section, titled 'Negative Keywords' with a dropdown arrow and a question mark icon, contains a list of three keywords: 'download', 'free', and 'like'.

Figure 8. Filtre de résultats

En cliquant sur le bouton Copy all en haut à droite, cela copie les résultats dans la presse-papier

The image shows a section of a web interface. On the left, there are two tabs: 'Keyword Suggestions' and 'Questions', with 'Questions' being the active tab. To the right of the tabs is a 'Sort by' dropdown menu set to 'Keywords - ascending'. Below the tabs, the text reads 'Search for "themes wordpress" found **468** unique keywords'. On the right side of this text are two orange buttons: 'Copy all' (with a document icon) and 'Export all' (with a download icon and a dropdown arrow). The 'Copy all' button is highlighted with a red rectangular box.

On colle le contenu du presse-papier sur Notepad.

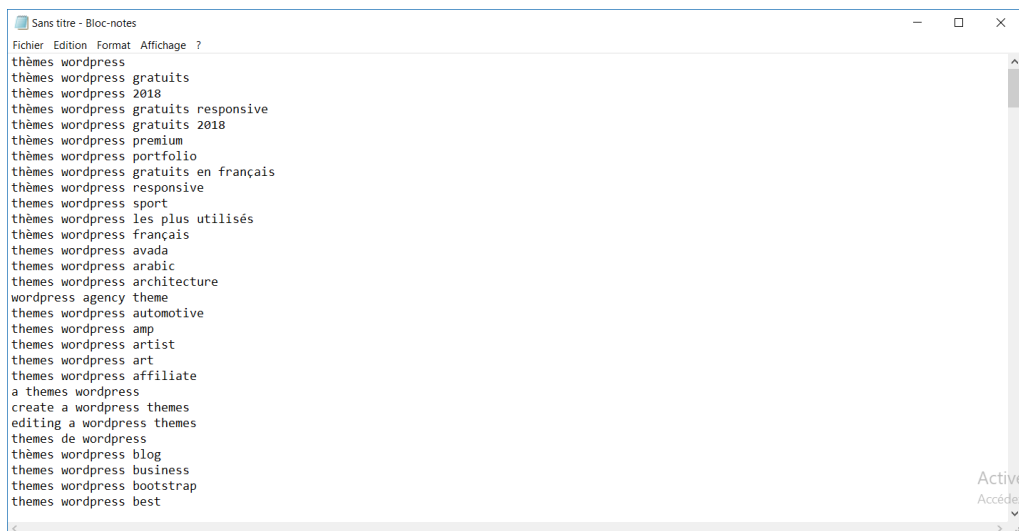


Figure 9. Requêtes de recherche de longue traîne copiées depuis keywordtool.io

Une autre fonctionnalité assez puissante de l'outil keywordtool.io qui va vous permettre de renforcer votre liste par une nouvelle catégorie de requêtes de longue traîne, c'est la catégorie questions.

Beaucoup d'internautes ont tendance à taper des questions plutôt que des requêtes simples, des questions de type : « où acheter macbook pro », peuvent être vectrices de clients potentiels. keywordtool.io vous fait profiter de cette opportunité et génère des requêtes questions de longue traîne relatives à vos mots clés initiaux.

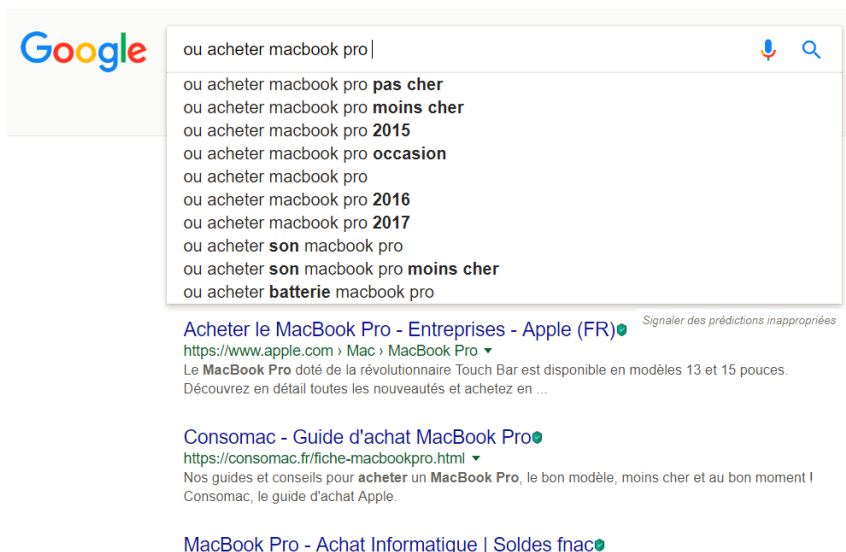


Figure 10. Requêtes-Questions de longue traîne sur Google

Pour générer des requêtes-question de longue traîne sur keywordtool.io, simplement cliquez sur l'onglet questions.

Keyword Suggestions

Questions

11 of 11 keywords matched your filters

Want to get up to 2x more keywords instead? [Subscribe to Keyword Tool Pro now!](#)

Keyword: wordpress x

<input type="checkbox"/> ▼ Keywords ?	Search Volume ?	Tre
<input type="checkbox"/> comment installer themes wordpress	50,000	100%
<input type="checkbox"/> comment modifier themes wordpress	50,000	100%
<input type="checkbox"/> comment choisir thème wordpress	50,000	100%
<input type="checkbox"/> comment changer thème wordpress	50,000	100%
<input type="checkbox"/> comment personnaliser thème wordpress	50,000	100%
<input type="checkbox"/> comment supprimer des themes wordpress	50,000	100%
<input type="checkbox"/> comment créer des themes wordpress	50,000	100%
<input type="checkbox"/> comment vendre des themes wordpress	50,000	100%

Do You Ne
[Keyword Tool Pro Pr](#)
[French K](#)

Notez que les requêtes sont triées par ordre alphabétique.

De la même manière, on copie cette liste dans notre document Notepad.

Malheureusement l'outil keywordtool.io n'est pas entièrement gratuit, il ne permet pas de visualiser certaines informations importantes telles que le volume de recherches. Mais cela n'est pas un problème, car je vais vous montrer une astuce simple pour démasquer ces informations.

On revient vers Google Ads KeywordPlanner, et cette fois-ci cliquez sur “obtenir le volume de recherche et les prévisions” :

Obtenir le volume de recherche et les prévisions

Consulter le volume de recherche et d'autres statistiques historiques relatives à vos mots clés, ainsi que des prévisions quant à leurs performances futures



Collez, mais pas tous, par dizaine ou par vingtaine les mots clés de votre document Notepad (si vous les collez tous, KeywordPlanner vous indique une erreur, apparemment à cause d'une limite imposée sur le nombre de requêtes saisies) :

Obtenir le volume de recherche et les prévisions



wordpress theme 960 grid responsive
wordpress themes like 9gag
wordpress themes like 99designs
studio 9 theme wordpress
comment installer themes wordpress
comment modifier themes wordpress
comment choisir thème wordpress
comment changer thème wordpress
comment personnaliser thème wordpress
comment supprimer des themes wordpress
comment créer des themes wordpress
comment vendre des themes wordpress
quel thème wordpress
quel thème wordpress choisir
quel thème wordpress utilisé

DÉMARRER

Cliquez sur démarrer.

PRÉVISIONS

MOTS CLÉS À EXCLURE

STATISTIQUES HISTORIQUES

CRÉER UNE CAMPAGNE

TÉLÉCHARGER LE PLAN

Le mois
1 – 31.

Votre plan est susceptible d'enregistrer 0 clic avec un coût de 0 € et un CPC max. de 1 €

Clics

Nombre d'impressions

Coût

CTR

CPC moy.

+ Ajouter des statistiques de conversion

0

0

0 €

—

—

+

<input type="checkbox"/> Mot clé ↑	Groupe d'annonces	CPC max.	Clics	Nombre d'impressions	Coût	CTR
<input type="checkbox"/> 4 column wordpress themes free download	Groupe d'annonces 1	1,00 €	0,00	0,00	0,00 €	—
<input type="checkbox"/> 5 star theme wordpress	Groupe d'annonces 1	1,00 €	0,00	0,00	0,00 €	—
<input type="checkbox"/> 7 newspaper theme wordpress	Groupe d'annonces 1	1,00 €	0,00	0,00	0,00 €	—

Cliquez sur statistiques historiques.

PRÉVISIONS

MOTS CLÉS À EXCLURE

STATISTIQUES HISTORIQUES

CRÉER UNE CAMPAGNE

TÉLÉCHARGER LES MOTS CLÉS

Les 12 derniers mois
juil. 2017 – juin 2018

+

COLONNES

Mot clé ↑	Nombre moy. de recherches mensuelles	Concurrence	Taux d'impressions des annonces	Enchère de haut de page (fourchette basse)	Enchère de haut de page (fourchette haute)
4 column wordpress themes free download	—	—	—	—	—
5 star theme wordpress	—	—	—	—	—
500 internal server error wordpress theme	10 – 100	—	—	—	—
7 newspaper theme wordpress	—	—	—	—	—
8 bit theme wordpress	—	—	—	—	—
8theme wordpress theme	10 – 100	—	—	—	—
bootstrap 4 theme wordpress free	—	—	—	—	—
comment changer thème wordpress	—	—	—	—	—

Maintenant vous pouvez visualiser le nombre moyen de recherches mensuelles, vous pouvez aussi les télécharger sous format xlsx (pour Microsoft Excel) ou les trier par valeur décroissante de volume de recherches mensuelles.

Mot clé	↓ Nombre moy. de recherches mensuelles	Concurrence
quel theme wordpress	100 – 1 k	Faible
8theme wordpress theme	10 – 100	–
quel thème wordpress choisir	10 – 100	Faible
wordpress theme like 9gag	10 – 100	–
newspaper 8 theme wordpress	10 – 100	–
windows 8 wordpress theme	10 – 100	–
studio 8 theme wordpress	10 – 100	Faible
wordpress theme windows 8 style	10 – 100	–
wordpress theme 500 error	10 – 100	–
newspaper 7 theme wordpress	10 – 100	–
newspaper 6 theme wordpress	10 – 100	–
top 5 wordpress themes	10 – 100	–
jupiter 5 theme wordpress	10 – 100	–
site5 wordpress themes	10 – 100	–
500 internal server error wordpress theme	10 – 100	–
theme wordpress windows 8	0 – 10	–

On va sélectionner par la suite les mots clés qui nous intéressent des points de vue volume et nature et longueur (de préférence > 3).

On va en même temps procéder de la même manière pour le reste des requêtes.

On obtient à la fin une liste de quelques requêtes intéressantes à rajouter à la liste précédente.

Requête de longue traîne (+3 mots)	Volume de recherches mensuelles
------------------------------------	---------------------------------

quel thème wordpress choisir	10-100
wordpress theme windows 8 style	10-100
wordpress theme like 9gag	10-100
theme wordpress entierement modifiable	10-100
theme wordpress portfolio gratuites	10-100

L'outil SEMRush

SEMRush est mon outil d'analyse de requêtes de recherche préféré. SEMrush est une suite logicielle de recherche conçue pour fournir aux spécialistes du marketing numérique et aux entreprises en ligne des données stratégiques relatives au référencement SEO.

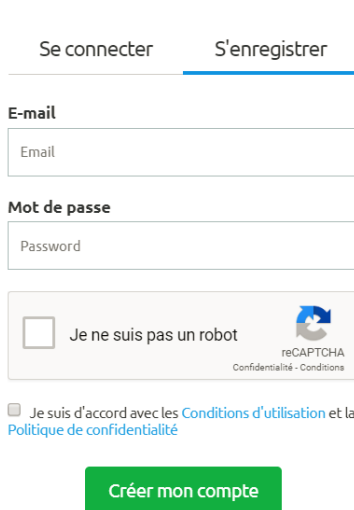
Malgré que cet outil ne soit pas totalement gratuit, nous allons essayer de profiter au maximum des fonctionnalités gratuites fourni par ce géant de référencement SEO.

Nous allons utiliser SEMRush pour 3 buts différents, le premier, nous allons essayer de trouver encore de nouvelles requêtes de longue traîne intéressantes, le deuxième, qui est notre point stratégiquement le plus importantes en matière de SEO, nous allons analyser la difficulté des requêtes pour pouvoir encore affiner notre liste et cibler uniquement les mots clés faciles à référencer et qui sont vecteurs d'un volume de trafic relativement important. Le troisième, nous allons identifier, puis « espionner » nos concurrents pour à la fois analyser leurs requêtes principales qui leur alimentent par du trafic.

Pour ouvrir SEMRush, naviguez à cette URL : <https://fr.semrush.com>



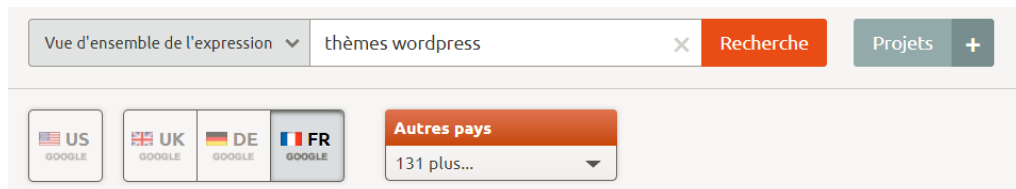
Je vous conseille de vous enregistrer pour pouvoir bénéficier de plus d'essais gratuits. Cliquer sur se connecter en haut à droite, puis sur s'enregistrer.

The image shows the registration form on the SEMRush website. At the top, there are two tabs: 'Se connecter' and 'S'enregistrer', with 'S'enregistrer' being the active tab. Below the tabs are two input fields: 'E-mail' and 'Mot de passe'. Below these fields is a reCAPTCHA widget with the text 'Je ne suis pas un robot' and a checkbox. At the bottom of the form, there is a checkbox for 'Je suis d'accord avec les Conditions d'utilisation et la Politique de confidentialité'. A green button labeled 'Créer mon compte' is at the bottom of the form.

Après que vous soyez bien enregistré, connectez-vous à votre compte.

[Recherche de nouvelles opportunités de mots clés sur SEMRush](#)

Sur le tableau de bord, en haut à gauche, nous allons saisir notre requête principale qui contient nos mots clés :








Vue d'ensemble de l'expression ▼ thèmes wordpress × Recherche Projets +

US GOOGLE UK GOOGLE DE GOOGLE FR GOOGLE

Autres pays
131 plus...

Après avoir cliqué sur recherche, nous allons explorer toutes les requêtes trouvées :

MOTS CLÉS DE CORRESPONDANCE (314)

Mot clé	Volume	CPC (USD)	SERP
theme wordpress	6,600	1.79	
wordpress theme	6,600	0.94	
wordpress themes	5,400	1.06	
theme wordpress gratuit	2,400	1.37	
free wordpress themes	1,900	1.94	

Exporter

Lire le rapport détaillé

RAPPORT DE CORRESPONDANCE 1 - 100 (314)

<input type="checkbox"/>	Mot clé	Volume ↕	KD ↕	CPC (USD) ↕	Con. ↕	Résultats ↕	Tendance	SERP
<input type="checkbox"/>	theme.wordpress	6,600	60.46	1.79	0.36	1,010,000,000		
<input type="checkbox"/>	wordpress.theme	6,600	49.17	0.94	0.17	48,600,000		
<input type="checkbox"/>	wordpress.themes	5,400	51.29	1.06	0.35	848,000,000		
<input type="checkbox"/>	theme.wordpress.gratuit	2,400	58.36	1.37	0.03	18,600,000		
<input type="checkbox"/>	free.wordpress.themes	1,900	50.77	1.94	0.09	561,000,000		
<input type="checkbox"/>	themes.wordpress	1,300	53.08	1.90	0.41	867,000,000		
<input type="checkbox"/>	thèmes.wordpress	720	60.03	1.12	0.13	329,000		
<input type="checkbox"/>	free.wordpress.theme	720	51.17	0.67	0.08	19,800,000		
<input type="checkbox"/>	theme.wordpress.responsive	590	58.67	1.28	0.30	23,100,000		
<input type="checkbox"/>	theme.gratuit.wordpress	590	61.93	1.25	0.06	16,700,000		
<input type="checkbox"/>	Cliquez ici pour voir les limites	480	62.94	2.88	0.08	10,300,000		
<input type="checkbox"/>	Cliquez ici pour voir les limites	480	59.94	3.46	0.03	231,000,000		

Sur le rapport de correspondance, nous allons trier ces mots clés par ordre croissant de difficulté :

<input type="checkbox"/>	Mot clé	Volume ↕	KD ↕
<input type="checkbox"/>	wordpress.create.theme	40	-
<input type="checkbox"/>	wordpress.theme.free.responsive	30	-
<input type="checkbox"/>	themes.wordpress.business	30	-
<input type="checkbox"/>	free.theme.wordpress.responsive	30	-
<input type="checkbox"/>	x.theme.wordpress	50	-
<input type="checkbox"/>	installer.thème.wordpress	50	-
<input type="checkbox"/>	wordpress.minimalist.theme	30	-
<input type="checkbox"/>	thèmes.wordpress.en.français	30	-
<input type="checkbox"/>	bite.v1.6.5.professional.restaurant.wordpress.theme	50	7.63
<input type="checkbox"/>	musicplay.music.&dj.responsive.wordpress.theme	10	17.82

Et voilà de nouvelles requêtes intéressantes apparaissent encore, qui ne nous ont pas d'ailleurs été révélées sur Google Ads Keywordplanner. Vous remarquez qu'elles sont aussi toutes de longue traîne.

Requête de longue traîne (+3 mots)	Volume de recherches mensuelles
musicplay music & dj responsive wordpress theme	40
bite v1 6.5 professional restaurant wordpress theme	30
thèmes wordpress en français	30
wordpress minimalist theme	30
installer thème wordpress	50
x theme wordpress	50
free theme wordpress responsive	30
themes wordpress business	30
wordpress theme free responsive	50
wordpress create theme	10

À propos du score Keyword Difficulty (KD)

Selon SEMRush : « L'outil Keyword Difficulty permet aux utilisateurs d'estimer la difficulté à saisir les positions des concurrents dans la recherche organique avec un mot clé en particulier (1-100 %). La métrique est basée sur la concurrence entre les domaines classés par rapport aux mots clés requis dans les 20 meilleurs résultats de recherche organique de Google (ou Bing aux États-Unis) »

Analyse de la difficulté des requêtes trouvées

Requête de longue traîne (+3 mots)	Volume de recherches mensuelles	Difficulté %
thèmes wordpress gratuits	100 – 100K	
theme wordpress gratuit	1K – 10 K	
template wordpress gratuit	100 – 1K	
theme wordpress premium	100 – 1K	
template wordpress responsive	100 – 1K	
theme gratuit wordpress	100 – 1K	
theme wordpress responsive gratuit	10 – 100	
thème wordpress responsive gratuit français	100 – 1K	
meilleur theme wordpress gratuit	10 – 100	
template wordpress responsive gratuit	10 – 100	
exemple site wordpress gratuit	10 – 100	
theme wordpress e commerce gratuit	10 – 100	
theme wordpress blog gratuit	10 – 100	
telecharger template wordpress gratuit	10 – 100	
theme wordpress gratuit personnalisable	100 – 1K	
theme wordpress magazine gratuit	10-100	
theme wordpress responsive gratuit 2016	10-100	

theme wordpress agence immobiliere gratuit	10-100
theme wordpress petites annonces gratuit	10-100
theme wordpress hotel gratuit	10-100
meilleur theme wordpress pour photographe	10-100
theme wordpress association gratuit	10-100
theme wordpress business gratuit	10-100
theme wordpress voyage gratuit	10-100
theme petites annonces wordpress gratuit	10-100
theme wordpress gratuit photographe	10-100
theme wordpress immobilier gratuit	10-100
theme wordpress cuisine gratuit	10-100
theme wordpress avec slider	10-100
modèle de page wordpress gratuit	10-100
theme wordpress automobile gratuit	10-100
theme wordpress responsive design	10-100
theme wordpress football gratuit	10-100
theme wordpress premium en francais	10-100
theme wordpress multilingue gratuit	10-100
theme portfolio wordpress gratuit	10-100
theme wordpress education gratuit	10-100
theme wordpress responsive free 2016	10-100
theme wordpress site vitrine gratuit	10-100
thème wordpress entièrement personnalisable	10-100
les plus beaux thèmes wordpress	10-100
telecharger avada theme wordpress gratuit	10-100
comment choisir un thème wordpress	10-100
theme one page wordpress gratuit	10-100

quel thème wordpress choisir	10-100
wordpress theme windows 8 style	10-100
wordpress theme like 9gag	10-100
theme wordpress entierement modifiable	10-100
theme wordpress portfolio gratuit	10-100

musicplay music & dj responsive wordpress theme	40
bite v1 6.5 professional restaurant wordpress theme	30
thèmes wordpress en français	30
wordpress minimalist theme	30
installer thème wordpress	50
x theme wordpress	50
free theme wordpress responsive	30
themes wordpress business	30
wordpress theme free responsive	50
wordpress create theme	10

Pour analyser la difficulté des mots clés, cliquez sur Keyword Difficulty à gauche puis, copier-coller toute la liste des mots clés dans le champ de texte au milieu, puis cliquez sur affichez la difficulté.

Tous les outils

Tous les rapports

Saisissez un domaine, un mot clé ou...

Recherche

Projets +

Tableau de bord

Tableau de bord SEO

Analyse de domaine

Analyse de mots clés

Vue d'ensemble

Expression exacte

Mots clés associés

Historique d'annonces

Keyword Difficulty

Keyword Magic Tool

Projets

Analyse des opportunités

US

UK

DE

FR

Autres pays

131 plus...

Outil Keyword Difficulty | SEMrush Français

thèmes wordpress gratuits

theme wordpress gratuit

template wordpress gratuit

theme wordpress premium

template wordpress responsive

Afficher la difficulté





















Entrez un mot clé par ligne.
Votre inscription à SEMrush vous permet de comparer la difficulté de 10 mots clés au maximum.

Mots clés

Aide

KEYWORD DIFFICULTY 1 - 44 (59)

SEMRush nous fournit non seulement le pourcentage de difficulté de chaque mot clé, mais aussi le volume de recherches mensuelles exact.

Mot clé	Difficulté, % ⇅	Volume ⇅	Résultats ⇅	Fonctionnalités SERP								Tendance	SERP
				Liens sitelink	Knowledge Panel	Pack local	Extrait optimisé	Réponse immédiate	À la une	Carrousel	Vidéo en vedette		
thèmes wordpress gratuits	54.97	170	248,000										
theme wordpress gratuit	56.05	2,400	18,600,000										
template wordpress gratuit	55.34	590	4,290,000										
theme wordpress premium	47.38	140	20,500,000										
template wordpress responsive	61.82	10	62,200,000										
thema gratuit wordpress	52.22	590	16,700,000										
theme wordpress responsive gratuit	51.17	110	71,700,000										
thème wordpress responsive gratuit français	51.86	10	580,000										
meilleur theme wordpress gratuit	55.66	90	523,000										
template wordpress responsive gratuit	46.33	10	862,000										
exemple site wordpress gratuit				Ce mot clé ne se trouve pas dans notre base de données de Google.fr.									

Note : il se peut que certaines requêtes n'existent pas dans la base de données SEMRush.

Nous allons continuer le travail, nous allons trier uniquement les requêtes ayant un score Keyword Difficulty KD inférieur ou égal à 55. En d'autres termes, les requêtes faciles à référencer.

Liste finale :

Requête	Volume de recherches mensuelles	Difficulté %
template wordpress responsive gratuit	10	46.33
thème wordpress responsive gratuit français	10	51.86
theme gratuit wordpress	590	52.22
theme wordpress premium	140	47.38
thèmes wordpress gratuits musicplay music & dj responsive	-	54.97
wordpress theme	-	17.82
bite v1 6.5 professional restaurant wordpress theme	50	7.63

L'outil Alexa site info

Alexa Internet, Inc. est une société américaine basée en Californie qui fournit des données commerciales et analytiques sur le trafic Web. C'est une filiale d'Amazon.

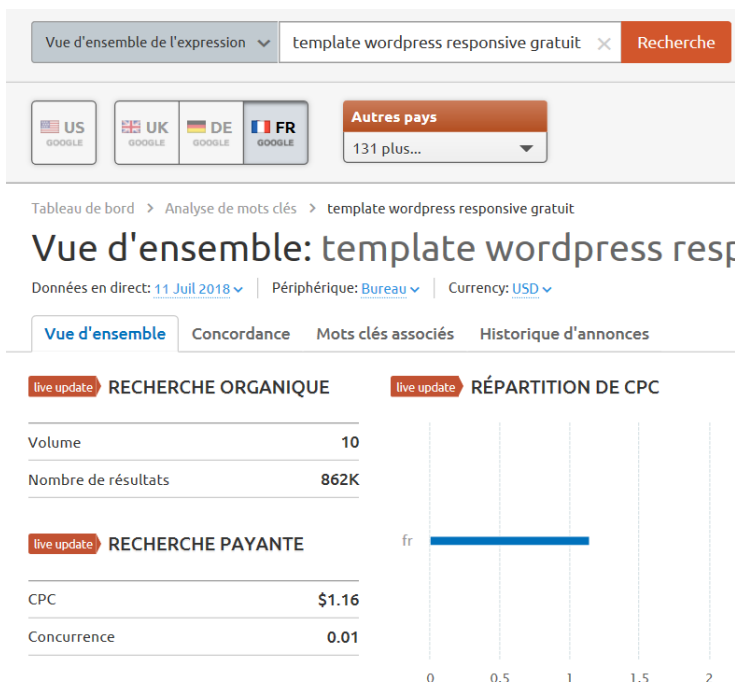
Une statistique clé publiée par Alexa Internet Analytics est le classement du trafic Alexa aussi connu simplement comme Alexa Rank. Il est également appelé classement mondial par Alexa Internet. Il s'agit d'une estimation de la popularité d'un site Web.

Le classement Alexa Trafic peut être utilisé pour surveiller la popularité d'un site Web et pour comparer la popularité de différents sites Web.

Une fonctionnalité très importante fournie gratuitement par Alexa est Top Keywords From Search Engines qui affiche les principales requêtes vectrices de trafic pour n'importe quel site web.

Nous allons exploiter cette fonctionnalité pour un autre but. Nous allons analyser les résultats de recherche organiques pour les sept requêtes précédentes dont nous avons déjà analysé le volume de recherches et la difficulté, pour cela on revient sur SEMRush :

Sur l'onglet vue d'ensemble :

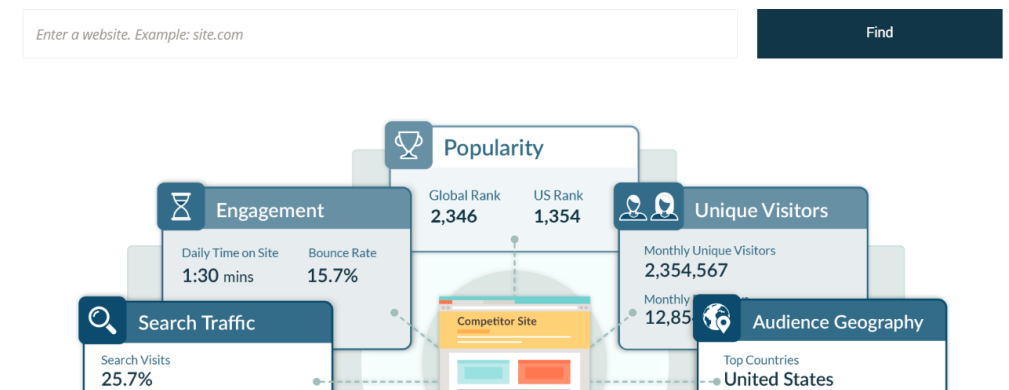


Si on descend vers la section résultats de recherche organique :

live update RÉSULTATS DE RECHERCHE ORGANIQUE				
1-20	21-40	41-60	61-80	81-100
1	https://wpnarmite.com/video/themes-wordpress-gratuits-2017/ wpnarmite.com			
2	https://colorlib.com/wp/free-wordpress-themes/ colorlib.com			
3	https://wpformation.com/20-themes-wordpress-gratuits-2017/ wpformation.com			
4	https://athemes.com/collections/free-wordpress-themes/ athemes.com			
5	https://justfreethemes.com/themes/responsive/ justfreethemes.com			
6	https://fr.wordpress.org/themes/responsive/ wordpress.org			
7	https://blogbooster.fr/themes-wordpress-gratuits/ blogbooster.fr			
8	http://wptheme.fr/themes-wordpress-gratuits/ wptheme.fr			
9	https://www.codeinwp.com/blog/best-free-wordpress-themes/			

On extrait les premiers domaines qui apparaissent parmi les résultats de recherche et on va sur Alexa site info : <https://www.alexa.com/siteinfo>

Find Website Traffic, Statistics, and Analytics




On saisit le nom de domaine de chaque site et on clique sur Find.

On descend vers la section Top Keywords from search engines et on extrait les requêtes de longue traîne (si trouvées) :

Top Keywords from Search Engines

Which search keywords send traffic to this site?

Keyword	Percent of Search Traffic
1. themeforest	5.97%
2. theme forest	3.47%
3. wordpress	3.03%
4. rgpd wordpress	1.61%
5. theme wordpress	1.46%

 [Subscribe to view more keywords for wpmarmite.com](#)

On répète la même procédure pour le reste dans notre liste finale. On analyse les difficultés et on trie les requêtes faciles à référencer.

Les recherches associées

Les recherches associées sont d'une grande importance dans la mesure où elles fournissent une nouvelle source de trafic ciblé et adapté à la conversion vers votre site.

C'est une recherche approfondie de mots-clés qui implique des synonymes, des variations et des termes et des phrases liées sémantiquement, en plus des phrases qui incluent le mot-clé que vous avez initialement mis à la recherche.

Recherches associées à themes wordpress

themes wordpress **gratuit**

themes wordpress **free**

theme wordpress **premium**

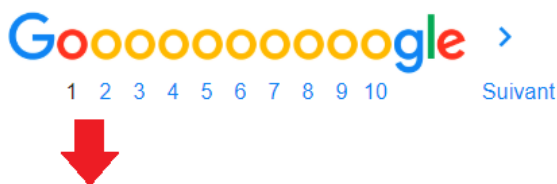
theme wordpress **blog**

theme wordpress **portfolio**

theme wordpress **2017**

theme wordpress **français**

theme wordpress **2018**



Recherches associées à theme wordpress portfolio

theme wordpress portfolio **free**

theme wordpress portfolio **graphiste**

theme wordpress portfolio **minimalist**

theme wordpress portfolio **gratuit français**

theme wordpress portfolio **minimalist free**

portfolio wordpress theme **download**

wordpress portfolio **plugin**

free wordpress theme **design** portfolio

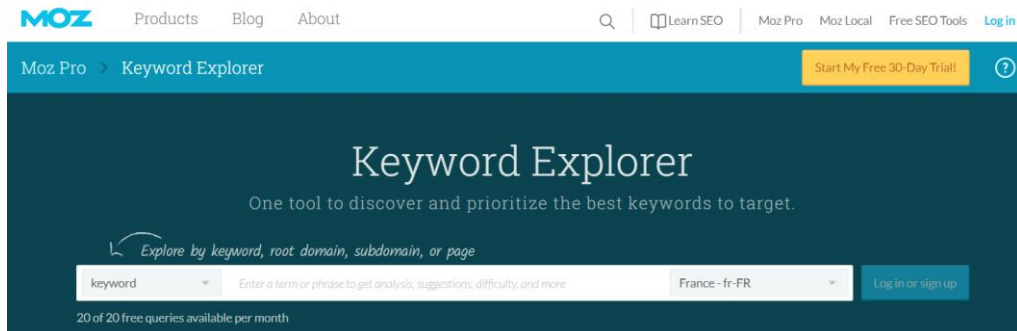


De la même manière décrite précédemment, on peut créer une liste de requêtes et on les trie par difficulté et par volume de recherches mensuelles.

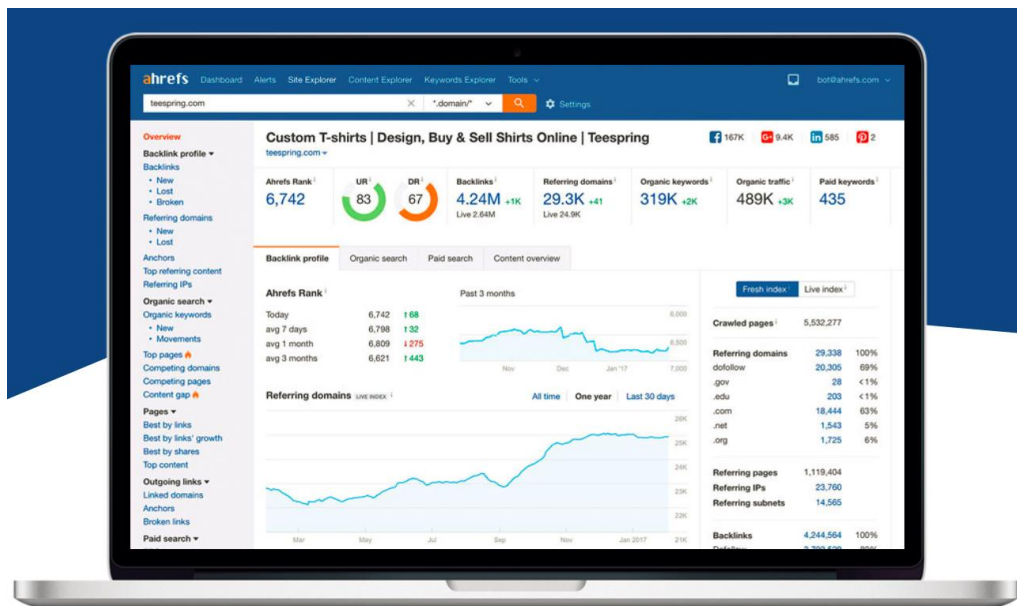
Autres outils

Il existe d'autres outils intéressants, on se limite de citer les plus importants :

Moz :



Ahrefs:



Site web: <https://ahrefs.com/fr/>

Majestic

La base de données d'index de liens la plus vaste au monde

Entrez un nom de domaine, une URL ou des mots clés.

 Utiliser le Fresh Index ☒  Utiliser l'Historic Index ☐

Vous avez un concurrent ? [Comparez vos sites Web](#)

Site web : <https://fr.majestic.com/>

5. Le Link building

Introduction

Dans cette partie on s'intéresse au link-building, le Net-linking ou le tissage de liens de retour. Le domaine du référencement et de la création de liens est en constante évolution, aujourd'hui, l'importance de la création de liens de haute qualité n'a jamais été aussi grande. La nécessité de comprendre et de mettre en œuvre des campagnes de référencement naturel de haute qualité est essentielle si vous voulez être compétitif et prospérer en ligne, et cela ne va pas changer de sitôt. Ce guide est conçu pour vous aider à aller vite et dans la bonne direction.

Définition

Le tissage de liens est le processus de construction d'hyperliens à partir d'autres sites Web qui pointent vers le vôtre. Ce processus, bien qu'il soit l'une des parties les plus laborieuses du travail de référencement, par augmentation du nombre de liens de qualité pointant vers votre site Web, accroît de manière efficace votre classement dans les résultats des moteurs de recherche et par conséquent, votre visibilité sur le web. Il s'agit d'une tactique de marketing éprouvée pour accroître la notoriété de votre établissement, votre marque ou bien votre produit.

Un hyperlien (généralement appelé simplement lien) est un moyen pour les utilisateurs, mais aussi pour les moteurs de recherche de naviguer entre les pages du web. Il existe de nombreuses techniques pour construire des liens de retour, pour cette raison, ce guide vous apprend les techniques les plus efficaces pour maîtriser l'art de construire des liens de retour de haute qualité.

L'anatomie de l'hyperlien



Figure 11. L'anatomie de l'hyperlien

Afin de comprendre l'importance de la création de liens, il est important de comprendre d'abord les bases du Netlinking, comment les moteurs de recherche voient les liens, et la manière dont ils les interprètent.

Début de la balise lien : appelée balise anchor (d'où le "a"), elle indique le début la balise link et indique aux moteurs de recherche qu'un lien vers autre chose est sur le point de suivre.

Cible du lien : Le "href" signifie "hyperlien de renvoi", et le texte à l'intérieur des guillemets indique l'URL vers laquelle le lien pointe. Il n'est pas nécessaire que ce soit toujours une page web ; cela peut être l'adresse d'une image ou d'un fichier à télécharger. Occasionnellement, vous verrez quelque chose d'autre qu'une URL, commençant par un signe #. Ce sont des liens locaux, qui vous amènent à une section différente de la page sur laquelle vous vous trouvez déjà.

Texte visible du lien : C'est le petit bout de texte que les utilisateurs voient sur la page, et sur lequel ils doivent cliquer s'ils veulent ouvrir le lien. Le texte est généralement formaté d'une manière ou d'une autre pour se démarquer du texte qui l'entoure, souvent de couleur bleue et/ou souligné, indiquant aux utilisateurs qu'il s'agit d'un lien cliquable.

Fermeture de la balise link : Ceci indique la fin de la balise de lien aux moteurs de recherche.

Que signifient les liens pour les moteurs de recherche ?

Il y a deux façons fondamentales pour les moteurs de recherche d'utiliser les liens :

- 1) Pour découvrir de nouvelles pages web
- 2) Pour aider à déterminer le classement d'une page web dans les résultats de recherche

Une fois que les moteurs de recherche ont parcouru des pages sur le Web, ils extraient le contenu de ces pages et l'ajoutent à leurs index. De cette façon, ils peuvent estimer et décider si une page est d'une qualité suffisante pour être bien classée pour les mots clés pertinents. Lorsqu'ils prennent cette décision, les moteurs de recherche ne se contentent pas de regarder le contenu de la page ; ils examinent également le nombre de liens pointant vers cette page à partir de sites Web externes et la qualité de ces derniers. D'une manière générale, plus les sites Web de haute qualité qui font un lien vers votre page (ou site web) sont nombreux, plus vous avez de chances d'être bien classé dans les résultats de recherche.

Les liens de retour comme facteur de classement ont permis à Google de dominer le marché des moteurs de recherche à la fin des années 1990. L'un des fondateurs de Google, Larry Page, a inventé le PageRank, que Google utilisait pour mesurer la qualité d'une page en fonction du nombre de liens pointant vers elle. Cette mesure a ensuite été utilisée dans le cadre de l'algorithme de classement global et est devenue un indicateur crucial et un très bon moyen pour déterminer la qualité d'une page.

Ce concept de classement est très efficace, car il est basé sur l'idée qu'un lien pouvait être considéré comme un vote de confiance au sujet d'une page, cette dernière n'obtiendrait pas de liens si elle ne le méritait pas, lorsqu'un internaute fait un lien vers cette page, il dit en fait que c'est une bonne

ressource. Sinon, il n'aurait pas de lien, un peu de la même façon que lorsque vous enverriez un ami dans un bon restaurant que vous avez déjà aimé.

Cependant, les référenceurs web avaient rapidement découvert comment manipuler le PageRank et les résultats de recherche pour les mots-clés choisis. Google avait commencé à chercher activement des moyens de découvrir les sites Web qui manipulaient les résultats de recherche, et a commencé à déployer des mises à jour régulières qui visaient spécifiquement à filtrer les sites Web qui ne méritaient pas d'être classés.

Cela a également conduit Google à ne pas tenir compte d'un certain nombre de techniques de création de liens qui étaient auparavant considérées comme bonnes, par exemple, en soumettant votre site Web à des annuaires web et en obtenant un lien en retour. C'était une technique que Google a recommandée à un moment donné, mais elle a été abusée et surutilisée par les moteurs de recherche, de sorte que Google a cessé de passer autant de valeur à ce type de liens.

Plus récemment, Google a activement pénalisé le classement des sites Web qui ont tenté d'abuser de ces techniques - souvent appelées suroptimisation - dans leur création de liens. Les mises à jour régulières de *Google Penguin* en sont un exemple. Savoir quelles techniques de construction de liens éviter et rester dans les limites des directives de Google est un sujet important que nous aborderons plus loin dans ce guide.

Nous ne connaissons pas l'algorithme complet que Google utilise pour déterminer le classement des pages dans ses résultats de recherche - c'est la "sauce secrète" de l'entreprise. Malgré cela, le consensus général au sein de la communauté de référencement selon une enquête sur les facteurs de classement de Moz en 2015 est que les liens jouent toujours un rôle majeur dans cet algorithme.

Pondération des groupes thématiques de facteurs de positionnement dans les résultats de Google

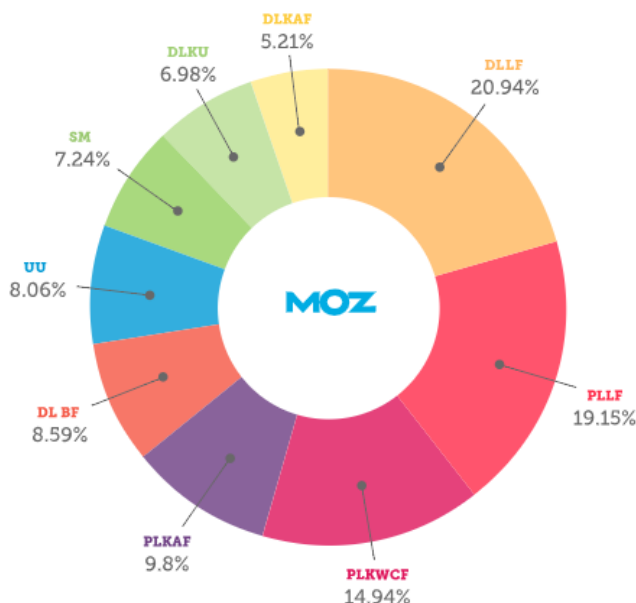


Figure 12. Pondération des groupes thématiques de facteurs de positionnement dans les résultats de Google

Domain-Level Link Features (Caractéristiques du lien au niveau du domaine) : (par ex. quantité de liens vers ce domaine, confiance/qualité des liens vers ce domaine, PageRank au niveau du domaine, etc.)

Page-Level Link Features (Caractéristiques du lien au niveau de la page) : (par exemple, PageRank, TrustRank, quantité des ancres, distribution des textes d'ancrage, qualité des sources de liens, etc.)

Page-Level KW & Content Features (Caractéristiques de contenu et de KW au niveau de la page) (p. ex. TF*IDF, scores de modélisation de sujets, sur le contenu, la quantité et la pertinence du contenu, etc.

Page-Level, Keyword-Agnostic Features (Fonctionnalités de niveau de page, agnostiques par mots-clés) (p. ex. longueur du contenu, lisibilité, unicité, vitesse de chargement, etc.)

Domain-Level Brand Features (Caractéristiques de la marque au niveau du domaine) (p. ex. utilisation hors ligne de la marque ou du nom de domaine, mentions de la marque ou du nom de domaine dans les journaux, les médias, la presse, etc.

User, Usage, & Traffic Query Data (Données sur l'utilisateur, l'utilisation et les demandes de renseignements sur le trafic) (p. ex. signaux de circulation/utilisation des navigateurs/barres d'outils/flux de clics, quantité/diversité/CTR des requêtes, etc.)

Social Metrics (réseaux sociaux) (p. ex. quantité/qualité des liens tweetés, partage Facebook, Google +1, etc.)

Domain-Level Keyword Usage (Utilisation des mots-clés au niveau du domaine) (p. ex. nom de domaines qui correspondent exactement ou partiellement aux mots-clés, etc.)

Domain-Level, Keyword-Agnostic Features (Caractéristiques agnostiques au niveau du domaine et des mots-clés) (par exemple, longueur du nom de domaine, extension, temps de réponse HTTP du domaine, etc.)

Il est généralement admis que si tous les autres facteurs sont égaux, le volume et la qualité des liens pointant vers une page feront la différence entre les classements. Cela dit, avec les récentes initiatives de Google, y compris la publication des mises à jour de Penguin et sa promotion de Google+, on pense que l'impact des liens est réduit et remplacé par des signaux sociaux tels que des tweets ou des +1.

Pour l'instant, il ne fait aucun doute que si vous obtenez des liens de haute qualité vers votre site Web, cela vous aidera à mieux vous classer et à obtenir plus de trafic (nous parlerons davantage de ce qui fait un lien "de bonne qualité" plus loin). Nous avons parlé de "haute qualité" à plusieurs reprises, et il y a une bonne raison : L'accent est de plus en plus mis sur la qualité à mesure que Google devient de plus en plus sophistiqué pour filtrer les liens de mauvaise qualité. Cela a un impact direct sur les spécialistes du référencement, car ils ont besoin de s'assurer que les techniques de construction de liens qu'ils choisissent se concentrent principalement sur cette qualité.

Ce que vous devez savoir sur « nofollow »

Il y a un attribut qui peut parfois être appliqué à des liens appelés "nofollow". Si ajouté, vous ne remarquerez aucune différence si vous êtes un utilisateur. Mais, si vous regardez le code du lien, il sera légèrement différent :

```
<a href="http://www.example.com" rel="nofollow">Exemple</a>
```

Notez l'ajout de `rel="nofollow"`. Ceci indique à Google de ne passer aucun PageRank à travers ce lien vers l'URL cible. En effet, vous dites à Google de ne pas faire confiance à ce lien et de ne pas le prendre en considération. Par conséquent, cela ne devrait pas aider l'URL cible à mieux se classer.

La principale raison pour laquelle un site pourrait utiliser nofollow se rapporte à des scénarios dans lesquels ce site manque de contrôle total sur les liens qui sont ajoutés à ses pages. En d'autres termes, ils ne veulent pas montrer à Google un vote de confiance alors qu'ils ne savent pas s'ils ont réellement confiance ou non. C'est plus courant qu'on ne le pense ; en voici quelques exemples :

- Commentaires du blog
- Messages du forum
- Commentaires sur le livre d'or
- Pages Wiki modifiables (par ex. Wikipedia)

- Réponses Yahoo !
- Signatures de messages d'invités

Les utilisateurs peuvent librement ajouter des liens vers chacun de ces endroits, et en raison de leur taille, il n'est pas vraiment pratique de modérer chacun de ces liens. Ainsi, afin de dissuader les spammeurs de tirer profit du PageRank d'un site, le site choisira souvent d'appliquer l'attribut `nofollow` à tous les liens postés par les autres utilisateurs.

Une autre utilisation de l'attribut `nofollow` est pour les annonceurs sur les liens qui ont été achetés. Ainsi, si vous achetez une bannière publicitaire sur un site web qui vous lie, Google dit que l'attribut `nofollow` doit être ajouté pour qu'il sache qu'il ne faut pas passer de PageRank sur ce lien. L'idée ici est que vous ne devriez pas profiter des résultats de référencement organiques en achetant des publicités qui incluent vos liens sur d'autres sites Web.

Plus récemment, Google a étendu ce concept pour inclure des liens optimisés dans les communiqués de presse, les répertoires d'articles et les publiereportages. Ce sont tous des exemples où l'utilisation de `nofollow` est tout à fait appropriée.

En ce qui concerne votre travail, vous devriez savoir que les liens qui ont l'attribut `nofollow` appliqué n'aideront probablement pas votre classement dans les résultats de recherche organique aussi directement que les liens `follow`. Cela ne veut pas dire qu'ils n'en valent pas la peine. Après tout, les visiteurs typiques ne remarquent pas si un lien est `nofollow` ou non, et peuvent réellement cliquer à travers et visiter votre site Web même si elle est. Après tout, c'est là le but de l'achat de publicités en ligne.

Comment la création de liens pourrait-elle être bénéfique ?

Comme nous en avons discuté, les liens sont un indicateur très important que les moteurs de recherche utilisent pour déterminer les classements des pages web. Ainsi, nous savons qu'augmenter le nombre de liens de haute

qualité pointant vers votre site Web peut augmenter considérablement vos chances de bien vous classer.

Il y a d'autres avantages à construire des liens, cependant, qui peuvent être moins évidents immédiatement, mais qui méritent tout de même d'être pris en considération.

Établir des relations

L'établissement de liens peut souvent nécessiter des contacts avec d'autres sites Web et blogues pertinents en relation avec votre activité. Ceci se rapporte souvent à la promotion de quelque chose que vous venez de créer, comme un élément de contenu ou une infographie. Un objectif commun de la sensibilisation est d'obtenir un lien, mais il y a beaucoup plus que cela : la sensibilisation peut vous aider à établir des relations à long terme avec des personnes influentes clés de votre industrie, et ces relations peuvent faire en sorte que votre entreprise soit hautement respectée et digne de confiance.

Envoi de trafic de référence

Nous avons parlé de l'impact des liens sur votre classement, mais qu'en est-il de l'impact des liens sur le trafic de référence ? Un bon lien à partir d'un site Web très fréquenté peut également entraîner une augmentation du trafic. S'il s'agit d'un site Web pertinent, il y a de fortes chances que le trafic soit également pertinent et puisse également entraîner une augmentation des ventes. Encore une fois, dans cette situation, la valeur d'un lien n'est pas seulement une question de référencement - c'est une question de clients. Il y a une grande différence entre être exposé à un large public, dit-il, et être exposé à un public comparativement plus petit (mais toujours grand), mais ridiculement passionné. En d'autres termes, les adeptes passionnés d'un même blog étaient beaucoup plus enclins à suivre les conseils du blogueur que (par exemple) les téléspectateurs à prêter attention au présentateur sur CNN, même si ce dernier groupe était plus nombreux que le premier.

Construction de sa marque

Un bon linkbuilding peut vous aider à construire votre marque et à vous établir en tant que référence dans votre niche. Il existe certaines techniques de création de liens, comme la création de contenu, qui peuvent montrer aux gens l'expertise de votre entreprise, et cela peut contribuer grandement à bâtir votre marque. Par exemple, si vous créez un contenu basé sur des données de l'industrie et que vous le publiez, vous avez une chance de devenir bien connu dans votre industrie. Lorsque vous faites de la sensibilisation et que vous essayez d'obtenir des liens vers le contenu relatif à cette dernière, vous montrez votre expertise et demandez à d'autres personnes de votre industrie d'aider à faire passer le mot et à montrer la même chose aux autres.

Une note importante sur le linkbuilding vs link "earning".

Ou, l'importance d'avoir des pages web qui valent la peine d'être reliées.

Avant de construire des liens, vous avez besoin de quelque chose de valeur pour construire des liens. Souvent, il s'agit de la page d'accueil de votre site Web. Plus souvent qu'autrement, cependant, vous créez des liens vers des ressources spécialisées telles qu'un billet de blogue, un outil, une étude de recherche ou un graphique. Parfois, ces atouts existent bien avant que vous ne commenciez votre campagne de linkbuilding. D'autres fois, vous créez ces ressources spécifiquement dans le but de créer des liens en tête.

Ceci introduit les concepts de link-earning et de "méritant d'être classé". Il est très difficile de créer des liens vers des pages Web de faible valeur, mais lorsque vous commencez par quelque chose de vraiment précieux que les gens trouvent utile ou digne d'être partagé, la création de lien devient beaucoup plus facile.

Types de liens

Lien éditorial

Les liens éditoriaux sont les liens qui ne sont pas acquis en payant de l'argent, en demandant, en commerçant ou en échangeant. Ces liens sont attirés par le bon contenu et les stratégies de marketing d'un site Web. Ce sont les liens que le propriétaire du site n'a pas besoin de demander, car ils sont naturellement créés par d'autres propriétaires de sites.

Lien de ressource

Les liens de ressources sont une catégorie de liens, qui peuvent être unidirectionnels ou bidirectionnels, généralement appelés "Ressources" ou "Informations" dans les barres de navigation, mais parfois, surtout dans les premières années du Web, moins compartimentés, simplement appelés "liens". Il s'agit essentiellement d'hyperliens vers un site Web ou une page Web particulière contenant un contenu jugé utile, utile et pertinent pour les visiteurs du site qui établit le lien.

Ces dernières années, les liens de ressources ont pris de l'importance parce que la plupart des principaux moteurs de recherche ont clairement indiqué que, selon Google, " la quantité, la qualité et la pertinence des liens comptent pour votre évaluation ".

Les moteurs de recherche mesurent la valeur et la pertinence d'un site Web en analysant les liens vers ce site à partir d'autres sites Web. La "popularité des liens" qui en résulte est une mesure du nombre et de la qualité des liens vers un site Web. Les moteurs de recherche examinent chacun des liens vers un site Web particulier pour déterminer sa valeur. Bien que chaque lien vers un site Web soit un vote en sa faveur, tous les votes ne sont pas comptés également. Un site Web ayant un sujet similaire à celui du site Web recevant le lien entrant a plus de poids qu'un site non relié, et un site bien considéré (comme une université) a une meilleure qualité de lien qu'un site Web inconnu.

Le texte des liens (anchor) aide les moteurs de recherche à catégoriser un site Web. L'insistance des moteurs pour que les liens de ressources soient pertinents a évolué parce que de nombreuses méthodes artificielles de création de liens ont été employées uniquement pour tromper les moteurs de recherche, c'est-à-dire pour "aveugler" les algorithmes de ces derniers dans l'attribution des sites utilisant ces moyens non éthiques afin d'accroître leur PageRank.

Lien acquis

Il s'agit des liens acquis par le propriétaire du site par le biais du paiement ou de la distribution. Ils sont également connus sous le nom de liens obtenus organiquement. Ils comprennent des publicités de liens, des liens payants, la distribution d'articles, des liens vers des annuaires et des commentaires sur des forums, des blogues et d'autres formes interactives de médias sociaux.

Lien réciproque

Un lien réciproque est un lien mutuel entre deux pages, généralement entre deux sites Web, pour assurer un trafic mutuel. Par exemple, Alice et Bob ont des sites Web. Si le site Web de Bob renvoie au site Web d'Alice et le site Web d'Alice renvoie au site Web de Bob, ces derniers sont liés réciproquement. Les propriétaires de sites Web soumettent souvent leurs sites à des répertoires d'échange de liens réciproques afin d'obtenir un meilleur classement dans les moteurs de recherche. Les liens réciproques entre les sites Web ne sont plus une partie importante du processus d'optimisation pour les moteurs de recherche. En 2005, avec la mise à jour de Jagger 2, Google a cessé d'accorder du crédit aux liens réciproques, car cela n'indique pas une véritable popularité de ces derniers.

Lien de signature de forum

Le lien de signature de forum est une technique utilisée pour construire des backlinks vers un site web. Il s'agit du processus d'utilisation des communautés de forums qui permettent l'utilisation d'hyperliens sortants dans la signature d'un membre. Ceci peut être une méthode rapide pour

construire des liens entrants et une valeur additionnelle quant à l'optimisation pour les moteurs de recherche d'un site Web.

Commentaires du blog

Le fait de laisser un commentaire sur un blogue peut donner lieu à un lien pertinent vers le site Web de l'individu. La plupart du temps, cependant, laisser un commentaire sur un blog se transforme en lien no-follow, ce qui n'est pas compté par les moteurs de recherche, tels que Google et Yahoo ! search. D'autre part, les commentaires du blog sont cliqués par les lecteurs du blog si le commentaire est bien pensé et se rapporte à la discussion de l'article sur le blog.

Lien des annuaires

Les répertoires de sites Web sont des listes de liens vers des sites Web qui sont classés par catégories. Les propriétaires de sites Web peuvent soumettre leur site à plusieurs annuaires. Certains annuaires acceptent le paiement de l'inscription tandis que d'autres sont gratuits.

Social bookmarking

Le bookmarking social est un moyen d'enregistrer et de catégoriser les pages Web dans un endroit public sur le Web. Parce que les signets ont du texte d'ancrage et sont partagés et stockés publiquement, ils sont scannés par les robots des moteurs de recherche et ont de la valeur pour les moteurs de recherche.

Liens images

Le lien d'image est un moyen de soumettre des images, telles que des infographies, à des répertoires d'images et de les relier à une URL spécifique.

Qualité des liens

La qualité est plus importante que jamais, car Google a commencé à pénaliser les sites Web qui construisent des liens de mauvaise qualité. Dans le passé, les spécialistes de référencement ont été en mesure de border sur

le côté risqué quand il s'agissait de la construction de liens. Des techniques telles que les soumissions d'article et l'inscription dans les annuaires ont été généralement recommandées par les firmes de SEO, parce qu'elles ont bien fonctionné et posaient peu de risques si elles étaient faites correctement. Cependant, les temps ont changé avec l'introduction des mises à jour à Google Penguin et qui pénalisent agressivement les sites Web qui utilisent ces techniques de création de liens de mauvaise qualité. Dans ce chapitre, nous vous donnerons un aperçu des types de liens que vous devriez et ne devriez pas mettre l'accent sur la construction.

Les types de liens que vous choisissez de poursuivre avec votre stratégie devraient dépendre de votre profil de lien existant, mais en général, vous devriez éviter les liens qui ne sont pas donnés par l'éditeur. Au lieu de cela, vous devriez vous concentrer sur les tactiques qui vous donneront des liens éditoriaux qui ajoutent de la valeur à votre site Web et à votre entreprise.

Démarrer une Campagne de linkbuilding



Une campagne de création de liens est le processus qui consiste à essayer d'augmenter le nombre de liens vers votre site Web, elle est généralement accompagnée d'une sorte d'objectif global. Elle utilisera des actifs appartenant au site Web afin d'acquérir ces liens, et un actif peut être n'importe quoi, du contenu et des ressources graphiques aux produits et services.

Structurer une campagne de link-building

Une campagne de linkbuilding comporte diverses composantes ; certaines seront cruciales pour le succès et d'autres seront utiles, mais pas nécessairement essentielles. Tout dépendra en grande partie d'une combinaison de vos actifs et de vos ressources disponibles.

Fixer des objectifs

La création de liens est une forme de marketing en ligne, et avec toute forme de marketing, vous devriez commencer par des objectifs. Connaître les objectifs de votre campagne dès le départ vous aide à créer une stratégie claire qui vous donne les meilleures chances de succès possible. Vous devez également vous assurer que les objectifs de votre campagne de création de liens sont étroitement liés aux objectifs généraux de votre entreprise. Par exemple, "construire 10 liens" n'est pas un bon objectif à atteindre si la construction de 10 liens n'a aucun impact sur le succès global de l'entreprise.

Ici, nous rencontrons un léger problème. Nous avons appris plus tôt que les liens font partie intégrante des algorithmes de classement des moteurs de recherche. Donc, atteindre un objectif de plus de liens n'aiderait-il pas avec les classements ? Aider avec les classements aide à conduire plus de trafic et cela aide à apporter plus de clients, non ? Tout cela est vrai, mais le problème est qu'il faut parfois du temps pour que les liens que vous avez créés commencent à avoir un effet globalement positif sur le classement. Ce n'est pas aussi simple que de construire des liens un jour et de voir des améliorations le lendemain. C'est particulièrement vrai dans les industries concurrentielles.

Cela pose un problème pour les spécialistes du référencement, car il peut être difficile de montrer qu'une campagne de link building est réussie, même si elle atteint certains objectifs.

Pour cette raison, il est très important non seulement de se fixer des objectifs réalistes, mais aussi de s'assurer que les objectifs que vous vous fixez sont plus intelligents que "construire x liens". Les objectifs doivent être liés à des objectifs organisationnels réels et avoir un impact positif sur les résultats financiers de votre entreprise. Par exemple, vous voudrez peut-être augmenter le trafic de recherche organique afin d'augmenter les ventes. Au même temps, vous devez éduquer ceux qui vous entourent que le référencement et la création de liens ne réussissent pas du jour au lendemain et que les résultats ne sont pas instantanés. Comme tout bon marketing, l'accent doit être mis sur les gains à long terme, et non sur les gains rapides du jour au lendemain.

Trouver vos actifs

Au cœur de toute campagne de linkbuilding se trouve l'atout que vous allez utiliser pour acquérir des liens. C'est ce que l'on peut aussi appeler le "crochet" qui incitera les gens à se soucier de ce que vous avez à offrir et qui les incitera à établir des liens avec vous. Les actifs varieront d'une entreprise à l'autre et vous devez identifier les actifs de votre entreprise qui seront d'intérêt pour les autres et qui peuvent être utilisés dans le link building.

Voici des exemples d'actifs :

- Contenu
- Données
- Produits
- Prestations de services
- Les gens

Un autre atout que les référenceurs black-hat utilisent encore c'est l'argent. Évidemment, tous les actifs nécessiteront probablement un investissement d'une sorte ou d'une autre, mais ces référenceurs abordent l'acquisition de

liens comme une transaction purement en espèces. L'achat de liens est strictement contraire aux directives de Google, et si un site Web est pris à s'engager dans cette pratique, il peut être condamné d'une pénalité lourde et la perte de trafic. L'achat de liens est risqué et les risques l'emportent généralement sur des pertes potentielles, c'est pourquoi nous vous le déconseillons fortement.

Vous devrez également vous assurer que les actifs que vous créez sont pertinents pour le public que vous souhaitez attirer. Aleyda Solis a mis au point une analyse approfondie qui vaut la peine d'être examinée.

Quels types de liens vous avez besoin ?

Lors de la définition de la stratégie pour votre campagne de linkbuilding, vous devrez réfléchir aux types de liens que vous devez obtenir. Il y a plusieurs types à considérer :

- Liens vers votre page d'accueil
- Liens vers des pages "profondes" (telles que les pages de produits ou de catégories)
- Liens contenant le nom de votre marque / société
- Liens contenant les mots-clés que vous ciblez

En outre, il existe des combinaisons de ce qui précède, telles qu'un lien de marque vers une page profonde. L'identification des types de liens dont vous avez besoin commencera par une analyse détaillée des liens de votre site Web actuel ainsi que par un examen de votre classement par rapport à vos concurrents pour certains mots clés. Vous pouvez utiliser SemRush pour exécuter ce type d'analyse et voir à quoi ressemble actuellement votre profil de lien.

L'analyse vous montrera les possibilités d'amélioration. Par exemple, vous verrez peut-être que vous n'êtes pas dans le classement pour l'un de vos mots-clés principaux. Après avoir fait une analyse des liens, vous constatez que vous n'avez pas de liens pointant vers votre site Web qui contiennent ce mot-clé, ou, vous constatez que la page profonde la plus pertinente n'a pas de liens du tout pointant vers elle. Si vous identifiez quelque chose comme

ça, vous avez un problème tangible que vous devez résoudre. Dans ce cas, cela peut signifier que votre stratégie consiste à essayer de construire des liens vers la page profonde qui n'a actuellement aucun lien et ne se classe pas pour vos mots clés cibles.

Trouver des cibles de liens

La première chose à laquelle vous devez penser est de savoir quels types de personnes vous devez contacter, car vous voulez vous assurer que vous contactez des gens qui sont susceptibles d'être intéressés par votre contenu. Si vous contactez les gens au hasard, votre taux de réponse sera beaucoup plus bas, et vous risquez de vous donner, à vous et à votre site Web, une mauvaise réputation.

Idéalement, avant de commencer une campagne de création de liens, vous devriez avoir une idée approximative de qui, à votre avis, se souciera de ce que vous faites. Si vous créez un élément de contenu vers lequel vous voulez créer des liens, comme un infographique, vous devriez vous demander dès le début du processus qui s'en souciera. Plus important encore, qui s'en souciera assez pour s'y rattacher ?

Cette dernière partie est cruciale. Bien qu'il vous soit assez facile d'amener les gens à regarder votre contenu, c'est un tout nouveau niveau d'engagement pour eux d'y accéder réellement. Se lier à quelque chose demande un peu d'effort et de temps, donc vous devez faire en sorte que quelqu'un s'en occupe suffisamment pour qu'il n'y voie pas d'inconvénient à le faire. L'obstacle pour obtenir votre contenu partagé sur les réseaux sociaux est en l'occurrence beaucoup plus faible. Plus de gens ont un compte Twitter ou Facebook qu'un site Web ou un blogue, ce qui facilite leur partage.

Alors, comment faire en sorte que les gens s'en soucient suffisamment pour établir des liens ?

Vous devez trouver un crochet qui fait que les gens s'en soucient. Vous devez travailler ce crochet dans votre contenu dès le début. Si vous retardez la création de votre crochet jusqu'au moment où vous commencez votre

diffusion, vous découvrirez peut-être que personne ne se soucie de l'intérêt de votre contenu, de sorte que vous auriez consacré beaucoup de temps à créer un contenu auquel personne ne veut faire de lien.

Certains exemples de crochets auxquels vous pouvez penser :

- Actualités
- Comédie
- Controversé
- Visualisation des données
- Concurrence

Il y a beaucoup de crochets, mais ceux qui précèdent devraient au moins vous faire réfléchir à ce que vous pouvez offrir aux gens qui vont les relier à vous.

Identifier votre public cible pour les liens

Une fois que votre idée est tracée, il ne devrait pas être trop difficile de savoir qui fera partie de votre public cible.

Techniques de création de liens

Il existe de nombreuses tactiques permettant d'obtenir des liens de retour de qualité. Les bonnes méthodes dépendent des ressources dont vous disposez et de l'activité dans laquelle vous évoluez. Les activités qui sont plus établies et plus compétitives exigent souvent un effort considérable lors de la création de liens, tandis que d'autres, souvent récentes et qui connaissent une croissance rapide, sont pleines d'occasions, ne demandent pas trop d'effort.

Acquisition passive de liens à travers un contenu de qualité



Cette technique se compte parmi les méthodes les plus efficaces pour générer des liens de retour de haute qualité. Elle nécessite tout d'abord la création de ressources que vous allez utiliser pour attirer les internautes à travers les moteurs de recherche vers votre site, et les inciter naturellement à générer des liens vers ce dernier. En voici quelques exemples de ressources que vous pouvez préparer :

- Un article de blog
- Un infographique
- Une visualisation des données
- Un livre PDF
- Un guide pratique
- Une vidéo
- Une galerie d'images

Vous créez ces ressources dans le but d'obtenir des liens vers elles de la part de personnes qui les trouvent pertinentes, intéressantes, amusantes, informatives, etc.

Le fondateur de Microsoft Bill Gates décrit le contenu de qualité comme étant la pièce maitrise du Marketing sur Internet, il a écrit en 1996 : "content is king" (le contenu est roi), cette citation devenue très célèbre au début du XXIe siècle décrit l'avenir d'Internet comme un marché pour le contenu et la qualité de ce dernier comme le facteur crucial de réussite d'une compagne de marketing en ligne.

Guest blogging

Le guest blogging est un outil qui peut améliorer votre réputation et votre visibilité en tant qu'auteur. Lorsque vous lancez un nouveau blog, votre contenu peut avoir du mal à atteindre un large public, même s'il est de première qualité. En offrant des articles à d'autres sites bien établis à publier, vous pouvez atteindre beaucoup plus de gens qui peuvent les diffuser sur leurs sites et devenir en même temps des abonnés.

De nombreux sites acceptent le guest posting, parce qu'il est difficile de produire régulièrement du contenu frais. Mais même si le contenu est gratuit, la plupart des sites auront une sorte de normes de guest blogging.