SEO (Search Engine Optimization)

Autrement appelé le référencement Naturel, Le SEO défini l’ensemble des techniques mis en œuvres pour améliorer la position (ranking) d’un site internet sur les pages de résultats des moteurs de recherche. (seo.fr)

Les point pris en compte sont :

* L’UX : taux de rebond, ergonomie du site sur tous type d’écran,, temps de chargement,
* La qualité du code, le poids, et la vitesse de chargement, l’arborescence et la sécurisation (https)
* L’optimisation des pages : Hiérarchisation des pages
* L’optimisation off site : les liens externe (netlinking) que ce soit au niveau de la provenance que de la qualités des ancres.
* Référencement Local : cherche à fournir des résultats en fonction de la localité

Ces techniques cherchent à améliorer la compréhension et la prise en compte de la thématique et du contenu d’une ou de l’ensemble des pages d’un site grâce à l’algorithme de classement des Moteurs de recherches. (Wikipedia)

SEA (Search Engine Advertizing)

C’est un mode de référencement qui a pour avantage de se positionner rapidement sur les mots clés que l’on vise et générer du trafic.

Ce système mise sur la mise en avant d’annonce publicitaire dans la partie payant des moteur de recherche (ex : google ads, lien sposo etc…). (seo.fr)

SERP (Search Engin Result Page)

C’est ni plus ni moins que les moteurs de recherche.

C’est la liste des liens qui résulte de la recherche, classé par pertinence qui elle-même est influencé par le référencement.

Le SEO est donc très important afin d’avoir le meilleur ranking possible.

Balise Title

Meta description

REFERENCEMENT LOCAL

C'est une recherche dite naturelle, mais géolocalisée parce qu'elle provient d'un appareil mobile géolocalisé à proximité de votre enseigne par exemple. En d’autres termes, une requête locale provient d'un consommateur en quête d’informations sur une entreprise ou un point d’intérêt situé dans un lieu précis ou autour de lui. On parle alors de référencement géolocalisé.

Sitemap :

C’est un protocole qui permet d’informer les moteurs de recherche des adresse disponibles pour l’indexation.

Il s’agit ni plus ni moins que du plan du site qui sera compréhensible par les moteur d’indexations.

Il est rédigé sous format XML .

Il est important car il sert au moteur à comprendre comment le site est structuré et comment les pages sont liès les unes aux autres. Il va servir aussi a explorer le contenu et tous les fichiers hébergés.

Plus le moteur de recherche va comprend l’ossature du site, plus les chances d’une meilleure indexation classé ppôur les bon mots clés augmentent .

Robot.txt

C’est un fichier qui indique au robot des moteur de recherche les pages qu’ils peuvent ou ne peuvent pas explorer.

Il est important car il permet de gérer l’activités des bot d’exploration afin de ne pas surchargé le site web.

IIl va servir aussi a indiquer quel pages du site ne doivent pas êtres vue du public.

Nofollow

Un lien nofollow est un lien inséré par l'éditeur sur un contenu de son site internet. Ce lien a la particularité de donner l'indication aux moteurs de recherche de ne pas suivre son contenu et donc de ne pas le prendre en compte pour le référencement naturel du site.

<a href= » #» rel= » nofollow»>

Dofollow

Lorsqu'il s'agit d'optimiser un site pour le crawl par les « user agents », le webmaster peut être amené à utiliser l'instruction rel=nofollow sur des liens jugés peu qualitatifs ou sans intérêt pour le SEO. Dans le même temps, il doit laisser les [crawlers](https://www.semjuice.com/definition/crawler) accéder aux hyperliens pertinents qui contribuent au référencement naturel. Ces liens hypertextes sur lesquels le Nofollow n'a pas été utilisé sont qualifiés de Dofollow en marketing digital