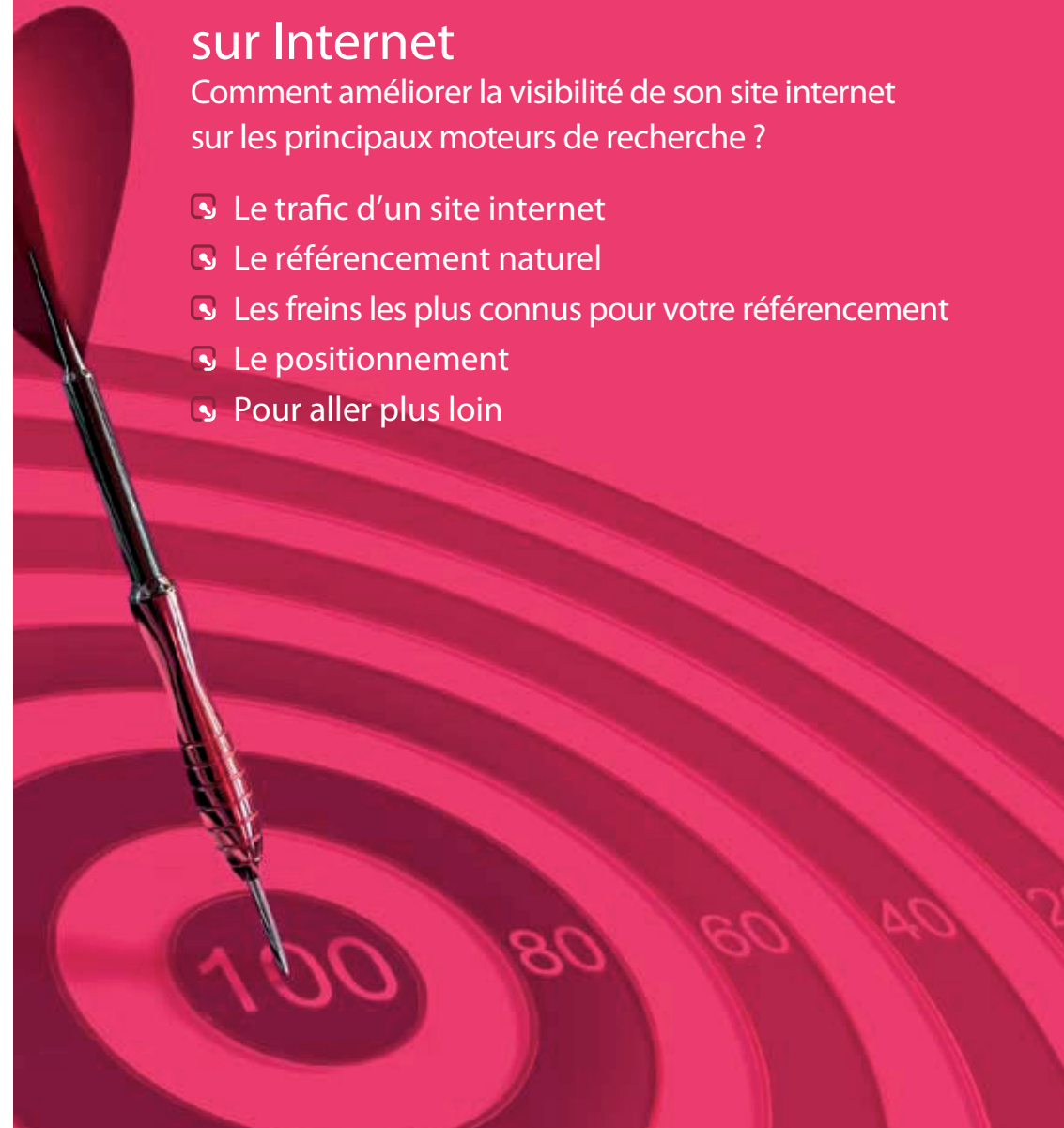




Référencement et visibilité sur Internet

Comment améliorer la visibilité de son site internet sur les principaux moteurs de recherche ?

- 📌 Le trafic d'un site internet
- 📌 Le référencement naturel
- 📌 Les freins les plus connus pour votre référencement
- 📌 Le positionnement
- 📌 Pour aller plus loin



Le nombre d'utilisateurs d'Internet est en constante augmentation depuis le développement du haut Débit en France. Les sites web des entreprises deviennent un outil de communication incontournable et un nouveau canal de vente. Cependant peu d'entre elles estiment que leurs sites internet génèrent du chiffre d'affaires. Alors, pourquoi si peu de retour sur investissement ?

Tout simplement à cause du trafic de votre site ! Très souvent, le site web de l'entreprise est très peu visité car on peine à le retrouver dans les moteurs de recherche. Le bilan est souvent identique : le site n'a pas été trouvé par les moteurs de recherche, le contenu de votre site web n'est pas adapté à votre cible ou des freins techniques empêchent l'indexation.

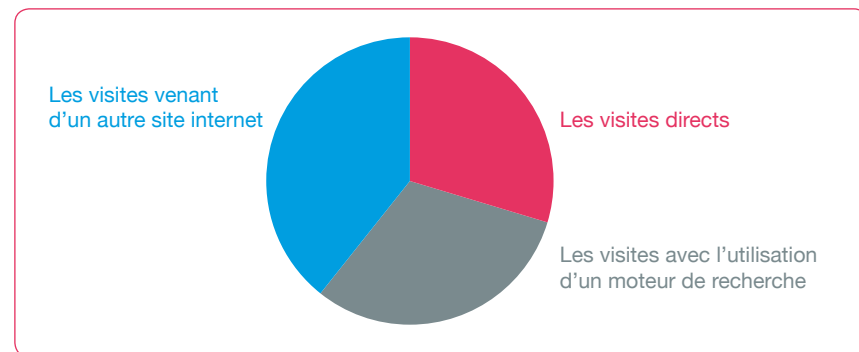
Cette fiche pratique vous donnera les clés qui vous permettront de référencer au mieux votre site Web.

1. LE TRAFIC D'UN SITE INTERNET

Lorsqu'un internaute arrive sur votre site internet, il peut s'y rendre de trois façons différentes. C'est ce qui constitue les bases d'une analyse de votre audience.

Les visites directes

Un internaute peut écrire simplement l'adresse de votre site web dans un navigateur. Ce type de trafic représente généralement 1/3 de vos visites. Les visiteurs connaissent donc l'adresse de votre site, ce qui signifie que votre notoriété est importante ou qu'ils l'ont découvert grâce à un support publicitaire (plaquette, carte de visite, signalétique de camion, publicité, signature de courrier électronique, newsletter, etc.).



Les visites avec l'utilisation d'un moteur de recherche

Les internautes ont trouvé votre site grâce à un moteur de recherche et ont cliqué sur un lien qui mène sur votre site. Ils ont donc saisi un mot-clé ou une expression qui se trouve sur votre site web. Ce type de visite représente une moyenne de 30 à 50% du trafic pour un site correctement référencé.

Le poids des différents moteurs de recherche est variable en fonction des pays ou de la langue. En France, en 2011, 91% des recherches se font avec Google puis on retrouve Bing (Microsoft), Yahoo, Orange et SFR.

Les techniques permettant de faire apparaître votre site web dans les moteurs de recherche se nomme « référencement naturel ».

Les visites venant d'un autre site internet

Ce type de visite provient d'un clic sur votre adresse de site internet inscrit dans une liste de liens. Ce peut être sur le site d'un portail sectoriel (annuaire ou pages jaunes par exemple), d'un fournisseur, d'un communiqué de presse, d'un site institutionnel (syndicat professionnel comme TLF, Chambre de commerce ou de métiers, etc.).

Pour améliorer les statistiques de ce type de visite, il faut identifier les sites utilisés par vos clients et demander ensuite que votre site apparaisse si possible dans cette liste de liens. Le nombre et la qualité de ces liens amenant sur votre site (les Backlinks) auront un très fort impact sur le positionnement de votre site internet.

2. LE RÉFÉRENCEMENT NATUREL

Très souvent on constate que les sites des PME sont constitués d'une douzaine de pages mais qu'une seule page du site (la page d'accueil) est référencée dans les moteurs de recherche. De plus, il se peut que votre site n'apparaisse pas dans les moteurs de recherche pour une expression que vous souhaitez mettre en avant.

Le travail d'optimisation d'un site vise donc à augmenter le nombre de pages identifiables par le moteur de recherche. Il est important que votre site ressorte dans les premières pages car plus de 70% des internautes ne vont pas au-delà des 30 premières réponses que proposent les moteurs de recherche.

Nous allons maintenant lister une série d'optimisation pour améliorer le positionnement de votre site internet dans les moteurs de recherche.

Pour rappel, il ne faut pas confondre référencement naturel et positionnement publicitaire. Le positionnement publicitaire est une technique complémentaire au référencement naturel. Il s'agit de réserver des mots qui vous permettront d'apparaître sur les premières pages des sites dans une zone « publicitaire ». La visibilité est gratuite, mais chaque clic sur le lien vous sera facturé. Le programme Adwords de Google vous permet par exemple d'acheter des mots-clés pour apparaître en tête des recherches : <http://adwords.google.fr/>

Optimiser les contenus

- **Optimisez vos contenus** pour que vos expressions clés apparaissent dans vos pages.
- **Utiliser le gras ou l'italique** pour mettre en évidence vos mots-clés.
- **Calculer la densité des mots-clés** (Taux idéal entre 3% et 5%). Vous pouvez utiliser <http://alyze.info/> pour vous aider.

Améliorer les URLS

- **Une bonne adresse doit être facile à retenir** pour un moteur mais aussi par un humain.
- **Idéalement vos URLS doivent contenir votre expression clés.**

Avoir des titres clairs

- **La balise titre** est située dans le code source vos pages entre la balise <Title> et </Title>.
- **Les titres de vos pages web** doivent contenir vos mots-clés.
- **Les balises titres** doivent être différentes pour toutes vos pages web.
- **Une balise titre** ne doit pas excéder 60 caractères environ.

Optimiser les descriptions

- **La balise description** est située dans le code source de vos pages avec la balise <meta name="description">.
- **Cette balise** affichera la description de votre lien lorsque que l'on affiche une recherche dans Google par exemple.
- **Les balises description** doivent être différentes pour toutes vos pages web.
- **Une balise description** ne doit pas excéder 250 caractères environ.

Avoir des titres de paragraphe clair et efficace

- **Les balises de paragraphe** se situent dans le code source vos pages entre les balises <H1> et </H1>. Elles vont croissantes avec le niveau de détails du titre de H1 à H6.
- **Les titres** doivent refléter vos contenus et contenir des mots-clés ou des synonymes de vos expressions clés.

Optimiser vos images

- **Les images** peuvent améliorer votre référencement si elles possèdent un titre clair (exemple : [service_transport_rouen.gif](#))
- **La balise Alt** permet d'insérer une description à une image, elle est située dans le code source vos pages avec la balise .

Optimiser vos liens

- **Les liens sur votre site web** menant vers des pages importantes doivent être descriptifs. Evitez les liens «en savoir plus» et préférez «le nom de votre service»

Opter pour une structure de pages optimum

- **Le lien de votre page d'accueil** doit être disponible sur toutes les pages de votre site.
- Pour accéder à une partie profonde de votre site, **le nombre de clics ne doit pas être supérieur à 3.**
- **Utiliser les sitemaps** pour donner au moteur de recherche le plan de votre site web. Le site <http://www.xml-sitemaps.com/> vous permet de générer automatiquement le sitemap de votre site internet. Enregistrez le fichier généré et déposez le à la racine de votre site internet.

3. LES FREINS LES PLUS CONNUS POUR VOTRE RÉFÉRENCEMENT

Les frames

Les frames permettent d'organiser votre contenu en différentes fenêtres. Evitez d'utiliser ce type de technique car les moteurs de recherche ne voient pas toutes les pages.

Les sites dynamiques

Si vous utilisez un CMS (Content Management System) qui génère des pages à la volée (en temps réel) les moteurs de recherche peuvent être limités pour l'exploration de toutes vos pages. Pensez à vérifier ce point.

Les mots-clés mal utilisés

Il est inutile d'écrire 60 fois le mot-clé correspondant à votre métier ou à votre service. Ces techniques sont souvent pénalisées par les moteurs de recherche qui vont jusqu'à déréférencer votre site.

La duplication de page

Les copies de pages identiques pour augmenter la taille et les contenus de votre site sont proscrites. Evitez également de reproduire à l'identique la description de l'un de vos services sur plusieurs de vos pages. La duplication de contenu peut également être à l'origine d'un déréférencement.

Les langues

- **Il est plus difficile et surtout coûteux** de référencer un site multilingue.
- **Il est recommandé** d'avoir un nom de domaine spécifique pour chaque langue du site.

Le flash

L'utilisation de cette technologie n'est pas incompatible avec des objectifs de référencement. Mais vous devez préparer un contenu alternatif pour les moteurs de recherche.

4. LE POSITIONNEMENT

Il est essentiel de bien vérifier que son site internet est bien visité par les différents robots des moteurs de recherche. Pour ce faire il suffit de respecter quelques règles techniques et éditoriales.

Règles de conception

- **Le chemin de vos pages** : vérifier que toutes les pages de votre site sont accessibles aux robots de recherche. Pour connaître les pages de votre site indexées par les moteurs, il suffit d'écrire dans le formulaire de recherche de Google par exemple : «site:www.votresite.com».


- **Les textes de votre site** : votre site doit avoir un contenu intéressant pour le visiteur. De plus, le vocabulaire doit être adapté aux personnes qui recherchent votre société ou vos services. Cette idée simple n'est pourtant pas toujours respectée. Il est inutile d'espérer être référencé sur l'expression « transport international » si vous ne possédez pas au moins une page avec des textes en rapport avec ce sujet.

- **La structuration de vos pages** : comme nous l'avons déjà vu, chaque page du site possède différents éléments, des parties visibles par l'utilisateur et des parties moins visibles correspondant aux « méta données » (Balise Title, balise Description, etc.). Il faudra donc veiller à faire correspondre la partie «visible» et la partie «invisible» de chacune de vos pages afin d'assurer la cohérence de votre contenu.

Définir ses objectifs

Il est important de définir précisément l'objectif à atteindre de votre site internet. Vous pouvez par exemple choisir de mettre en avant votre savoir faire, valoriser vos services, chercher à récupérer des leads. Ces éléments impacteront la conception de votre site, sa structuration et son contenu. Une fois que vous aurez défini vos objectifs vous devrez essayer de les mettre en avant en optimisant vos différents contenus et menus de navigation.

Comment définir ses mots-clés ou expression ?

-  Les mots-clés que vous choisirez devront impérativement être ceux que votre cible de clientèle utilise. Il faut faire attention au vocabulaire employé dans l'entreprise qui n'est pas forcément celui utilisé par le client. Idéalement, les mots doivent être définis lors de la conception du site web. C'est sur cette sélection de termes que devront être concentrés tous vos efforts pour positionner votre site dans les premières pages des moteurs de recherche.

Dans un premier temps, vous pouvez réfléchir en interne afin de définir une première liste de mots-clés. Vous pouvez ensuite interroger vos clients pour connaître les termes utilisés et la façon dont ils recherchent vos services. Vous pouvez aussi utiliser les «générateurs de mots-clés» que l'on retrouve sur le web et qui pourront vous donner des idées (exemple le générateur de mot-clés Google : <https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal?hl=fr>).

Ensuite, vous pourrez classer ces mots par ordre d'importance. L'ensemble des mots-clés sera utilisé pour constituer les contenus, les descriptions et le titre de vos pages.

5. POUR ALLER PLUS LOIN

- Ajouter son site internet dans les 3 principaux moteurs de recherche:

<http://www.google.fr/addurl>

<http://fr.docs.yahoo.com/info/ajouter.html>

<http://www.bing.com/docs/submit.aspx>

- Liste d'annuaire pour inscrire votre site & obtenir des liens (backlinks) :

<http://www.webrankinfo.com/actualites/200501-bons-annuaires.htm>

- Connaître le positionnement de son site sur un mot-clé en interrogeant plusieurs datacenters Google :

<http://www.positeo.com/check-position/>

- Site généraliste sur le référencement :

<http://www.abondance.com/>

