



I. Les bases du référencement

- A. Les notions clés du SEO
- B. Les algorithmes
- C. Les fichiers SEO

II. La sémantique en SEO

- A. Les mots-clés
- B. Les différents outils
- C. L'architecture d'une page

III. Stratégie SEO

- A. Les mots-clés
- A. Rédaction Web
- B. On page / Off Page
- C. SMO / Netlinking

IV. Optimisation technique

- A. Accessibilité et SEO
- A. Optimiser les chargements
- B. Mesurer les performances

Les bases du référencement

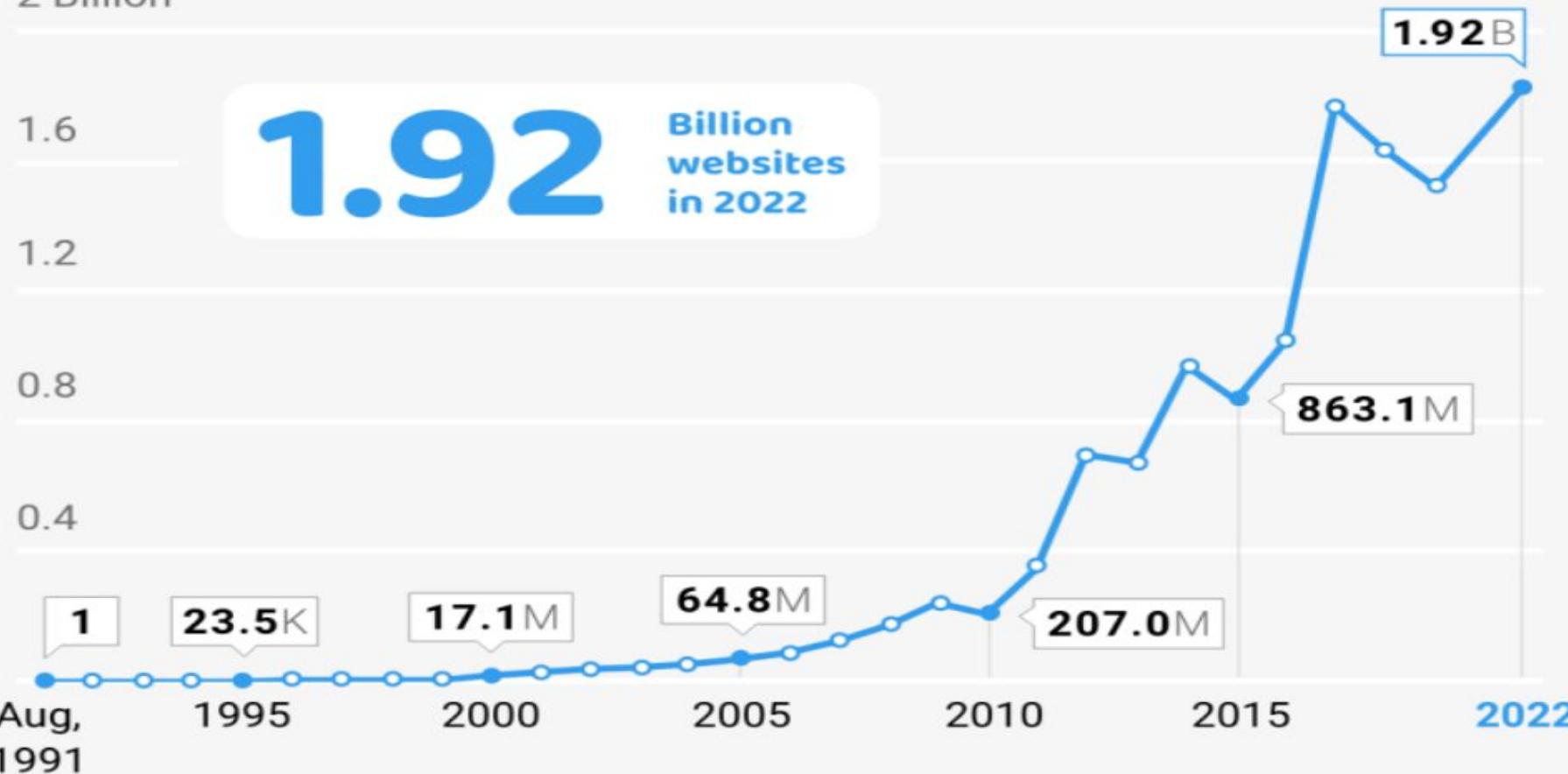
Le domaine du référencement concerne tout ce qui touche à la présence d'un site web sur les moteurs de recherche.

Est-ce qu'un site web apparaît dans les résultats lorsqu'un internaute fait une recherche sur internet ?

Quelques chiffres sur le web

No. of websites

2 Billion



Quelques articles intéressants

Nombre de sites Web :

<https://www.emarketerz.fr/nombre-de-sites-web-internet-monde/>

<https://www.internetlivestats.com/>

<https://www.sales-hacking.com/post/evolution-nombre-de-sites-web>

Chiffres clés SEO :

<https://comarketing-news.fr/seo-20-chiffres-cles-a-connaître-en-2020/>

Les notions clés du référencement

Vocabulaire spécifique

Indexation

Inscription d'un site sur les moteurs de recherche

Positionnement

Place occupée par un site sur les moteurs de recherche

Crawl

Scan d'une page web effectué par les robots d'un moteur de recherche pour indexer celle-ci

SERP

Search Engine Results Page. Page affichant les résultats des pages trouvées pour une requête donnée

Vocabulaire spécifique

Référencement

Ensemble des outils utilisés pour améliorer le positionnement d'un site

SEO

Search Engine Optimization. Stratégie de référencement naturel

SEA

Search Engine Advertising. Stratégie de référencement payant

Vocabulaire spécifique

SMO

Social Media Optimization ou Référencement social. C'est le trafic issu des réseaux sociaux (likes, partages, commentaires, followers...). Ce référencement n'est pas pris en compte dans les algorithmes Google

Le SMO a bien sûr un effet indéniable sur le trafic d'un site web et sa notoriété. Il a donc quand même un effet indirect sur son référencement

SEM

Search Engine Marketing = ensemble des différentes techniques utilisées pour optimiser le référencement d'un site web



Quelques chiffres

Trafic organique [depuis les moteurs de recherche] = **50%**

Trafic direct [saisie url] = **25%**

Trafic de référence [liens externes] = **10%**

Google = **9** visites sur **10**

70% ne cliquent pas sur les annonces Google

Page 1 SERP = **90%** du trafic Google

Page 2 rarement voire jamais consultée

SEO vs SEA

Référencement payant = résultat instantané

→ être bien placé sur un mot-clé et sur une période donnés

Référencement naturel = résultat durable

→ Correspondre le plus possible aux algorithmes des moteurs de recherche
→ Le référencement d'un site se réfléchit au moment de la conception du site
→ SEO plus efficace que la publicité : meilleure visibilité à long terme

cours anglais

[Tous](#)[Vidéos](#)[Images](#)[Maps](#)[Actualités](#)[Plus](#)[Outils](#)

Environ 371000000 résultats (0,47 secondes)

Annonce · <https://www.acadomia.fr/cours-anglais> 09 74 75 54 54

Cours Anglais Hauts De Seine - Avec un Professeur Certifié

Parmi nos 20 000 enseignants, nous sélectionnons le meilleur pour chaque élève. **Cours** à...

Prof Particulier en Ligne · Enseignez chez Acadomia · CESU acceptés · Scooling Acadomia

📍 36 rue de l'avenir, Clichy - Ouvert aujourd'hui · 09:00 – 19:00 ▾

Annonce · <https://www.babbel.com/> ▾

Cours d'Anglais en Ligne - C'est Simple comme Bonjour

Commencez à parler **Anglais** rapidement avec Babbel. C'est Simple et Ludique !...

★★★★★ Note associée à babbel.com: 4,8 - 105 avis

Révisez votre Anglais · 14 langues disponibles · Apprendre le Néerlandais

**SEA****Annonce** · <https://blog.hynpoledge.com/> ▾

Anglais : nos thématiques de cours - Blog

Apprendre une langue en hypnose, 14 jours offerts ! Prenez confiance en vous et boostez votre apprentissage en langue étrangère. **Cours: Anglais**, Espagnol, Italien, Allemand.

Comment ça marche ? · Financable avec votre CPF · Demander une démo · FAQ

Annonce · <https://www.amazingtalker.fr/> ▾

N°1 Cours d'Anglais en ligne - 15 000 profs dès 5€/h

Cours Privé avec un Prof d'**Anglais** Natif. Satisfait ou Remboursé !



[https://www.anglaisfacile.com › debutants ▾](https://www.anglaisfacile.com/debutants)

Cours / leçons d'anglais pour débutants - Anglais facile

Cours débutants en **anglais**. ... Un bon point de départ si vous ne connaissez pas l'**anglais**, ou si vous souhaitez approfondir vos connaissances.

Guide de travail · Cours de grammaire anglaise... · Avec cours-anglais

[https://www.ispeakspokespoken.com › cours-anglais ▾](https://www.ispeakspokespoken.com/cours-anglais)

Cours d'Anglais : 200 Leçons de Débutant à Avancé (Gratuit)

il y a 6 jours — Plus de 150 **cours** disponibles gratuitement pour améliorer votre **anglais**.

Vocabulaire, grammaire, conjugaison et prononciation de débutant à ...

★★★★★ Note : 4 · 213 votes

Vocabulaire Anglais · Grammaire Anglaise · Prononciation Anglaise

SEO

[https://www.superprof.fr › cours › anglais › france ▾](https://www.superprof.fr/cours/anglais/france)

102 174 professeurs pour vos cours d'anglais particuliers

Améliorez votre niveau **d'anglais** avec un **cours** particulier. Un accompagnement personnalisé et pédagogique. Profs natifs et le premier **cours** offert !

★★★★★ Note : 5 · 17 402 votes · Prix : de 5€ à 45€/h

[https://wallstreetenglish.fr › cours-anglais ▾](https://wallstreetenglish.fr/cours-anglais)

Cours d'anglais en ligne et cours intensifs avec professeur

Découvrez les **cours d'anglais** Wall Street English - N°1 en France. Des **cours** et leçons **d'anglais** en ligne ou en centre de **formation** pour tous les niveaux ...

Fonctionnement moteur de recherche

Des robots crawlers scannent les pages et copient leur contenu dans un fichier index. On parle ainsi d'indexation d'un site web. Ces robots suivent également tous les liens présents dans les pages et effectuent les mêmes opérations de scan et d'indexation pour chaque nouvelle page.

Les index ainsi stockés seront consultés en fonction des mot-clés tapés dans un moteur de recherche, selon les algorithmes établis par Google. Les recettes et contenus exacts des algorithmes Google sont bien évidemment tenus secrets.

Ces algorithmes essaient aujourd'hui d'imiter au maximum un comportement humain lors des requêtes effectuées et pénalisent les tentatives de triches (le bombardement de mots-clés, les faux backlinks...).

Découvrez ci-dessous les principaux facteurs qui déterminent les résultats renvoyés pour votre requête :

Sens

Pertinence

Qualité

Facilité d'utilisation

Contexte

Quelques articles intéressants

Comment les résultats de recherche sont-ils générés :

<https://www.google.com/intl/fr/search/howsearchworks/how-search-works/ranking-results/>

Part de trafic des moteurs de recherche par pays :

<https://www.abondance.com/les-parts-de-trafic-des-moteurs-de-recherche-dans-le-monde>

Différences algos Bing / Google :

<https://www.wearethewords.com/referencement-bing-google-differences/>

Les algorithmes



Algorithmes Google

2011 - Panda

Pénalise les sites possédant un contenu considéré comme étant de faible qualité.

2012 - Penguin

Pénalise les utilisations frauduleuses de liens internes et externes au sein d'un site web.

2013 - Hummingbird

Optimise les réponses aux requêtes composées de phrases ou de plusieurs mots.

2015 - Rank Brain

Prend en compte le contexte et l'expérience utilisateur pour proposer des résultats cohérents.

2018 - Mobile First Index

Priorise l'indexation de la version mobile d'un site web par rapport à sa version desktop.

Algorithmes Google

Panda : <https://smartkeyword.io/seo-algorithme-google-google-panda/>

Penguin : <https://smartkeyword.io/seo-algorithme-google-google-pingouin/>

Hummingbird : <https://smartkeyword.io/seo-algorithme-google-google-hummingbird/>

Rank Brain : <https://smartkeyword.io/seo-algorithme-google--focus-rankbrain/>

Mobile First Index : <https://www.boostyourweb.fr/blog/quest-ce-que-le-mobile-first-index/>

Quelques articles intéressants

Tour d'horizon des différents algorithmes Google :

<https://www.la-clau.net/9-algorithmes-google-pour-un-referencement-optimal/>

Mauvaises pratiques pénalisées par Google :

<https://developers.google.com/search/docs/advanced/guidelines/hidden-text-links?hl=fr>

L'utilisation du Knowledge Graph en SEO :

<https://www.semjuice.com/blog/knowledge-graph-atout-ameliorer-visibilite-web>



digital nomad



Tous Actualités Images Vidéos Shopping Plus Outils

Environ 45 200 000 résultats (0,41 secondes)

<https://www.cadremploi.fr> > Conseils > Conseils carrière ▾

Top 5 des métiers pour devenir digital nomad - Cadremploi

23 juil. 2020 — Le **digital nomad** c'est une personne qui n'a pas de lieu de travail fixe et qui se déplace fréquemment. Cet exercice du travail nomade est rendu ...

Autres questions posées

Quel métier pour Digital Nomad ? ▾

Comment faire pour être un Digital Nomad ? ▾

Pourquoi devenir Digital Nomad ? ▾

Quel statut pour digital nomade ? ▾

Commentaires

<https://fr.april-international.com> > portraits-d-expatriés ▾

Travailler en voyageant : les conseils d'un digital nomad

Un **digital nomad** est une personne qui gère ses activités professionnelles en ligne, tout en ayant une mobilité qui lui permette de voyager. Grâce à une ...

<https://www.voyage-en-roue-libre.com> > metiers-digital... ▾

49 métiers de digital nomads - Voyage en roue libre

14 mai 2021 — **Nomad digital** : métiers créatifs en freelance · 1 – Graphiste / directeur artistique · 2 – Web designer · 3 – Motion designer · 4 – Street Artist · 5 ...

 Plus d'images

Nomadisme numérique

Le nomadisme numérique ou la mobilité connectée désigne les usages et usagers des technologies électroniques et informatiques sans-fil permettant d'accéder aux médias numériques et à des informations ... [Wikipédia](#)

[Signaler un problème](#)

Knowledge Graph

Vocabulaire spécifique

CTR

Click-through rate || taux de clic = ratio entre le nombre de clics sur une annonce et le nombre de fois où l'annonce est affichée.

Un CTR élevé va indiquer la pertinence d'une annonce selon le comportement des utilisateurs.

CTA

Call To Action = action attendue lors du passage d'un utilisateur sur une page web. Cette action est le plus généralement illustrée par un bouton contenant un lien.

Vocabulaire spécifique

Taux de conversion

Proportion d'utilisateurs ayant effectuée l'action recherchée (achat, inscription...) par rapport au nombre de visiteurs sur une page web.

Taux de Rebond || Bounce Rate

Indicateur marketing qui mesure le pourcentage d'internautes qui sont entrés sur une page Web et qui ont quitté le site juste après, sans consulter d'autres pages.
Un taux de rebond inférieur à 30% est un bon taux.

Vocabulaire spécifique

Knowledge Graph

Encart présent dans les SERP et regroupant des informations sur un sujet précis. Place très prisée par les sites web.

Backlink

Lien externe pointant vers un site web, en opposition à un lien interne pointant vers une autre page du même site.

Ils sont comme des votes attestant de la popularité d'un site ou d'une page web.

Les fichiers SEO

Fichiers spécifiques SEO

robots.txt

Fichier destiné aux robots crawlers pour le permettre ou non d'accéder à tout ou une partie d'un site web.

Ce fichier permet également d'indiquer l'adresse du fichier *sitemap.xml* du site.

sitemap.xml

Fichier qui liste toutes les URL du site que l'on souhaite ouvrir au référencement.

Les robots de Google – ou des autres moteurs de recherche – doivent visiter (crawler) le sitemap avant d'aller crawler toutes les URLs du site.

```
User-agent: Googlebot
Disallow: /nogooglebot/

User-agent: *
Allow: /

Sitemap: http://www.example.com/sitemap.xml
```

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  <url>
    <loc>http://www.example.com/foo.html</loc>
    <lastmod>2018-06-04</lastmod>
  </url>
</urlset>
```

Fichiers spécifiques SEO

.htaccess

Fichier de configuration destiné aux serveurs. Il sert à indiquer des commandes ou à renforcer la sécurité d'une page web avec un mot de passe. En SEO, il permet de gérer les réécritures d'URL, les redirections (erreur 404), l'indexation des contenus.

Quelques articles intéressants

Manuel explicatif fichiers robots.txt :

<http://robots-txt.com/>

<https://developers.google.com/search/docs/advanced/robots/create-robots-txt>

SEO : ce qu'il faut savoir sur le fichier .htaccess :

<https://seo-ce-quil-faut-savoir-sur-le-fichier-htaccess/>

<https://www.digitaweb.com/blog/htaccess-booster-referencement-naturel/>

<https://www.seoh.fr/seo-technique/htaccess-seo.html>

Quelques articles intéressants

Comment créer un sitemap :

<https://developers.google.com/search/docs/advanced/sitemaps/build-sitemap>

<https://www.sitemaps.org/protocol.html>

Générateur de sitemap :

<https://www.xml-sitemaps.com/>

La sémantique en SEO

Les mots-clés

Un mot clé correspond à la requête effectuée par un internaute dans un moteur de recherche. Cela peut être un simple mot tout comme un groupe de mots.

traiteur = 1 mot-clé

traiteur mariage corse = 1 mot-clé

Des outils comme *Google Ads* ou *Google Trends* peuvent aider lors de la recherche de mots-clés pertinents, ou tout simplement les suggestions ou les recherches associées proposées par Google lors de la saisie de mots-clés.

Identifier de la manière la plus précise possible la cible visée par un site web aide à mieux anticiper leurs requêtes potentielles sur un moteur de recherche.

Les outils du travail lexical

Quelques articles intéressants

Analyser les tendances dans les recherches Google :

<https://trends.google.fr/trends/?geo=FR>

Outils pour trouver de nouvelles idées de mots-clés :

<https://ads.google.com/aw/keywordplanner/home?>

<https://keywordtool.io/fr>

<https://neilpatel.com/fr/ubersuggest/>

Quelques articles intéressants

Analyser les recherches associées dans les requêtes :

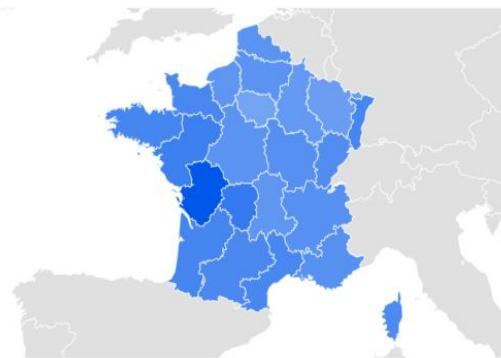
<https://answerthepublic.com/>

<https://answerthepublic.com/reports/fdefbb61-d082-4d18-b10c-b070b01fbe3>

● food truck

France, 12 derniers mois

Recherches par région



Région

1	Poitou-Charentes	100	
2	Limousin	70	
3	Pays de la Loire	66	
4	Bretagne	61	
5	Aquitaine	61	

< Affichage des régions 1 à 5 sur 22 >

Sujets associés

En progression

- 1 Buxerolles - Commune en France
- 2 Basilique Notre-Dame de la Garde - Basilique à...

Record

Requêtes associées

En progression

- 1 food truck buixerolles
- 2 christophe boyer food truck

Record

Idées de mots clés

 livraison repas

France

Français

Google

août 2021 – juil. 2022

Prévision

▼ Plan de mots clés

Mots clés enregistrés

Mots clés à exclure

Élargir la recherche : + commande repas + livraison nourriture + service repas + livraison + livraison de restaurant + restaurant à emporter+ 1 autreAjouter un filtre

697 idées de mots clés disponibles



COLONNES

Affichage des mots clés ▾

<input type="checkbox"/> Mot clé (par ordre de pertinence)	Nombre moy. de recherches mensuelles	Variation sur trois mois	Variation YoY	Concurrence	Taux d'impressions des annonces	Enchère de haut de page (fourchette basse)	Enchère de haut de page (fourchette haute)
--	--------------------------------------	--------------------------	---------------	-------------	---------------------------------	--	--

Mots clés que vous avez fournis

<input type="checkbox"/> livraison repas	10 k – 100 k	0 %	+ 900 %	Moyen	–	0,97 €	3,80 €
--	--------------	-----	---------	-------	---	--------	--------

Idées de mots clés

<input type="checkbox"/> restaurant livraison	1 k – 10 k	0 %	0 %	Faible	–	0,74 €	3,09 €
<input type="checkbox"/> restaurant à emporter à proximité	1 k – 10 k	0 %	0 %	Faible	–	0,71 €	2,75 €
<input type="checkbox"/> livraison repas à domicile	1 k – 10 k	0 %	0 %	Élevé	–	0,86 €	2,99 €
<input type="checkbox"/> livraison restaurant	1 k – 10 k	0 %	0 %	Faible	–	0,73 €	3,27 €
<input type="checkbox"/> commander a manger	1 k – 10 k	0 %	0 %	Moyen	–	1,02 €	4,82 €

↑ Keywords i coach nutrition green coach nutrition formation coach nutrition tarif coach nutrition formation coach nutrition **en ligne** devenir coach nutrition formation coach nutrition **cpf** formation coach nutrition **belgique** devenir coach nutrition **en ligne** **emploi** coach nutrition vdi coach nutrition formation coach nutrition **et bien etre** coach nutrition **angers**Search Volume i

2,900

Trend i

↓ -17%

Average CPC (USD) i

\$1.87

Competition i

47 (Medium)

**Keyword Tool Pro**

Do you need this information?

Keyword Tool Pro provides search volume data for French keywords.

Try it now!

Tableau de Bord

Suivi du ranking

Opportunités SEO

Extension Chrome

Audit de site**Mots-clés**

Analyse mots-clés

Idées de mots-clés

Mots-clés recherchés

Sites similaires

Idées de contenu

Listes de mots-clés **NOUVEAU!****Traffic** ▾**Backlinks** ▾**Labs** **NOUVEAU!** ▾

Volume ▾ Difficulté SEO ▾ CPC ▾ Filtres de mots-clés ▾ BETA TOUS RANKING POTENTIEL EN PAGE 1

S'INSCRIRE POUR EXPORTER

AJOUTER À LA LISTE ▾

0 sur 153 sélectionnés

<input type="checkbox"/> MOTS-CLÉS <small>?</small>	VOLUME <small>?</small>	CPC <small>?</small>	DIFFICULTÉ PAYANT <small>?</small>	DIFFICULTÉ SEO <small>?</small>
VOS MOTS-CLÉS				
<input type="checkbox"/> conseils nutrition Recherches ▾ 720 €0,78 28 27				
IDÉES DE MOTS-CLÉS				
<input type="checkbox"/> conseils nutritionnels Recherches ▾ 720 €0,77 28 59				
<input type="checkbox"/> conseils nutritionniste Recherches ▾ 720 €0,77 28 71				
<input type="checkbox"/> conseils nutritionnels pour perdre du poids Recherches ▾ 110 €0,98 55 22				
<input type="checkbox"/> conseils nutrition sport Recherches ▾ 110 €0,72 41 46				
<input type="checkbox"/> conseils nutrition sportive Recherches ▾ 110 €1,06 73 50				
<input type="checkbox"/> conseils en nutrition Recherches ▾ 90 €1,15 57 63				
<input type="checkbox"/> conseils alimentaires grossesse Recherches ▾ 70 €1,67 80 55				

Aide

392 RESULTS FOR VEGAN (TOP)

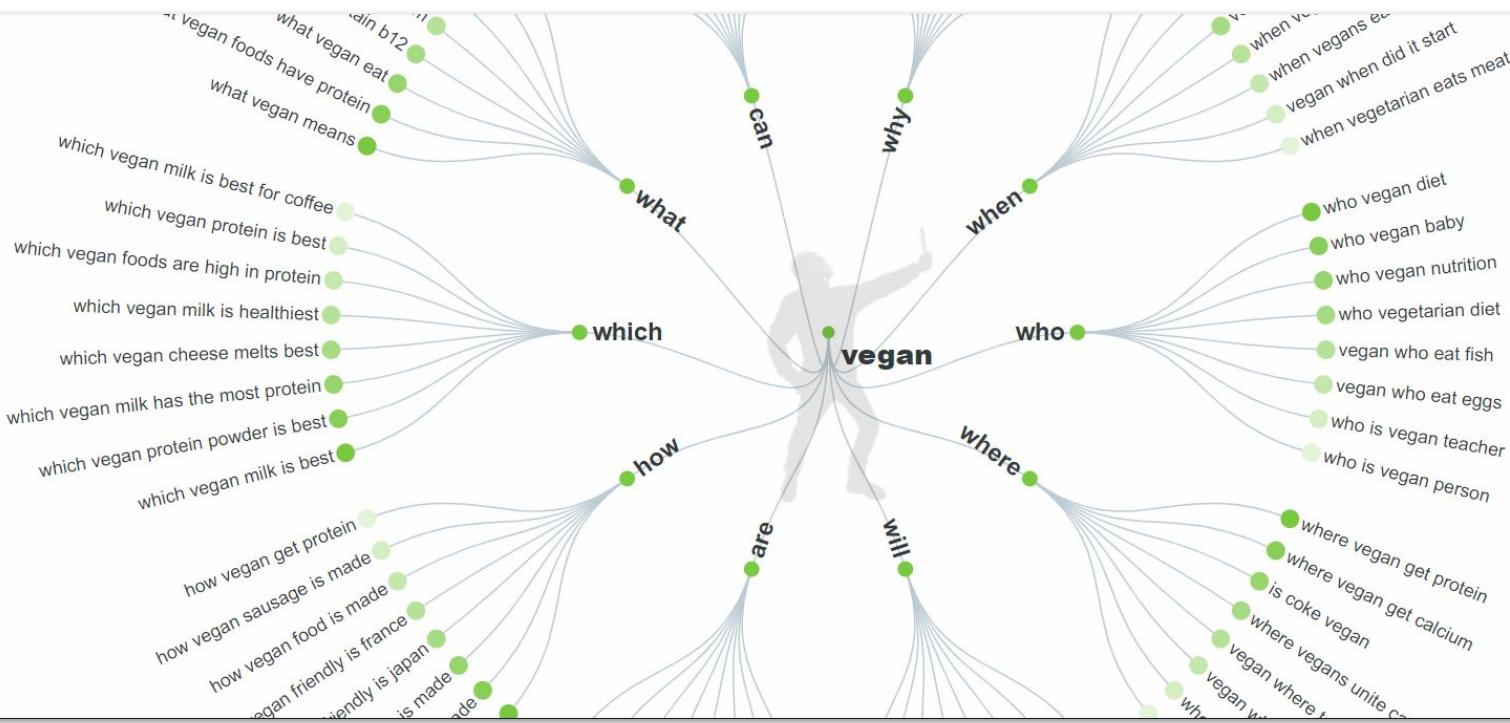
QUESTIONS 80

PREPOSITIONS 5

COMPARISONS

ALPHABETICALS 20

RELATED 8





location salle



- location salle **mariage**
- location salle **gennevilliers**
- location salle **anniversaire**
- location salle **anniversaire gennevilliers**
- location salle **anniversaire paris**
- location salle **villeneuve-la-garenne**
- location salle **paris**
- location salle **pas cher**
- salle **des fêtes gennevilliers programme**
- location salle **anniversaire prix**

[Signaler des prédictions inappropriées](#)
[En savoir plus](#)



92230 gennevilliers



combelles



manoir



palais 91



Signaler un problème

Tout afficher →

Recherches associées

location salle mariage **près de**
Gennevillierslocation salle mariage **paris**location salle mariage **tarif**location **de** salle **chez un**
particulierlocation salle mariage **ile-de-**
francelocation salle mariage **77**location salle mariage **pas cher**location salle **des fêtes**

<https://www.abcsalles.com> ▾

ABC Salles: Location de salle de mariage salle de réception

Location de **salle** pour tout événement : **mariage**, réception, séminaire, réunion, conférence, fête ou anniversaire. Trouvez enfin une **salle** à louer.

[Salles de mariage](#) · [Location de salle Strasbourg](#) · [Location de salle Rennes](#) · [Fête](#)

<https://www.abcsalles.com> › [salle-de-mariage-2_paris_d](#)

Salles de mariage Paris (75)

[Salle de mariage Paris](#) · [Salles à louer à Paris](#) · [Le Loft Triangle d'or](#) · [Le Scarlett](#) · [Bateau l'Événement](#) · [Péniche Henjo](#) · [Le Lieu Secret](#) · [Salle Colonne](#) · [Bateau Le ...](#)

Autres questions posées

Quel budget pour une salle de mariage ? ▾

Comment calculer le prix de location d'une salle ? ▾

Comment avoir une salle de mariage ? ▾

Comment se passe une location de salle ? ▾

Vocabulaire spécifique

Long Tail || Longue Traîne

Une requête composée de plusieurs mots pour affiner la recherche. Plus précise et moins concurrentielle, elle représente 80% du trafic.

Champ lexical

Ensemble de mots appartenant à un thème commun.

Champ sémantique

Ensemble des sens qui peuvent être donnés à un mot précis. L'utilisation de synonymes et le travail du champ lexical aident à préciser le champ sémantique.

COÛTS ET
CONCURRENCE ÉLEVÉS



Q RECHERCHES 1 MOT CLÉ
Ex : Location

Q RECHERCHES 2-3 MOTS CLÉS

Ex : Location appartement / Location appartement Paris

Q RECHERCHES LONGUES

Ex : Location appartement 3 pièces Paris 17ème

COÛTS ET
RISQUES RÉDUITS



X TRAFIC DE BASSE
QUALITÉ

✓ TRAFIC DE HAUTE
QUALITÉ

L'architecture en SEO

Vocabulaire spécifique

Silo thématique || siloing

Classement par thématique des différentes pages et sous-pages d'un site web. C'est l'architecture la plus courante pour les boutiques de e-commerce qui vont posséder de nombreuses sous-catégories pour chaque produit proposé.

Mindmap

Carte mentale, schéma aidant à la représentation visuelle des liens entre les différentes thématiques abordées dans un site web. La mindmap est utilisée en amont de la création de l'architecture d'un site.

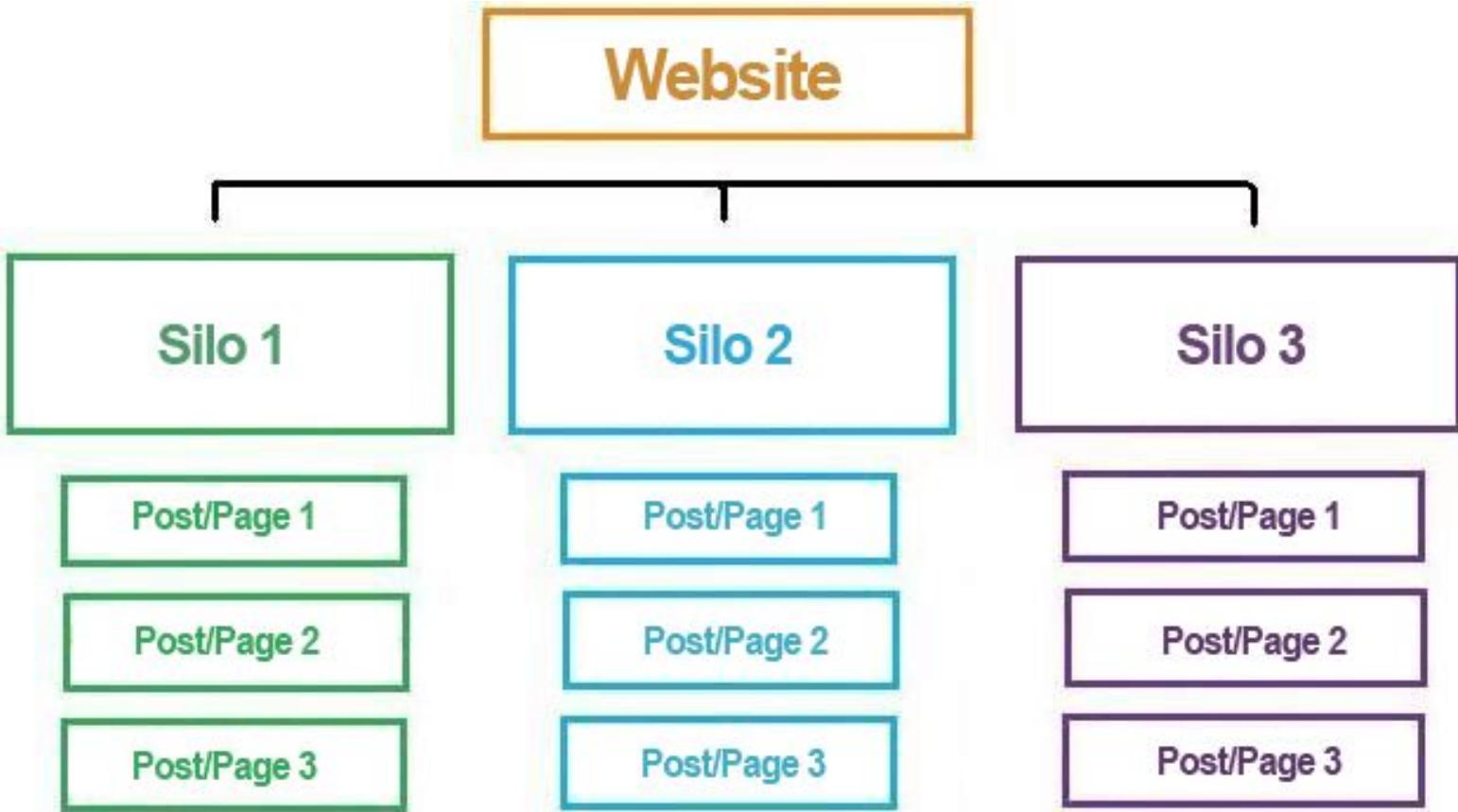
Vocabulaire spécifique

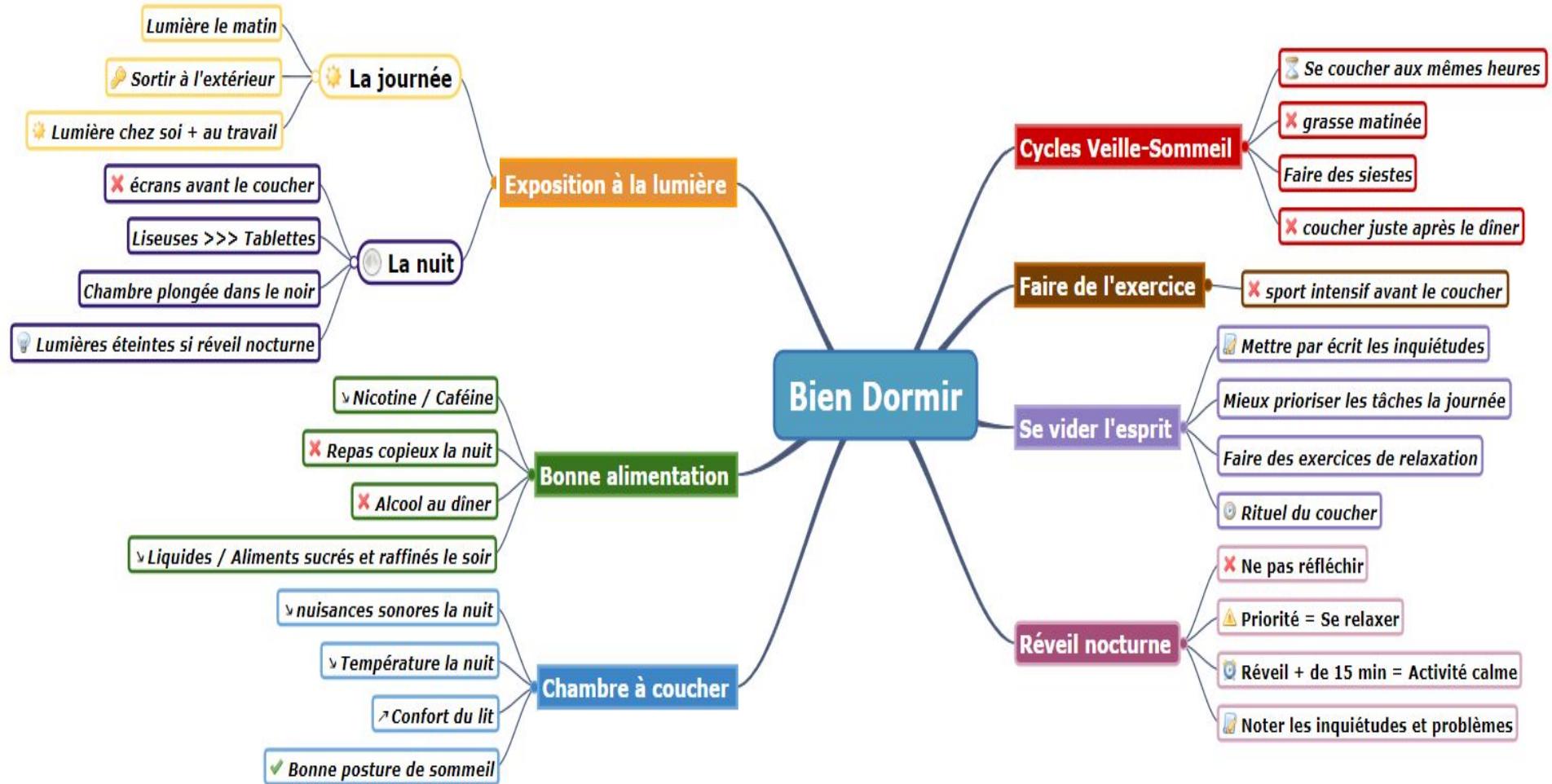
Maillage interne

Organisation des liens internes d'un site internet. Il fait partie intégrante de l'architecture du site web et offre une navigation très intuitive entre ses différentes pages.

Cocon sémantique

Création de l'arborescence d'un site web à partir d'un travail sur les champs lexicaux et sémantiques. L'alliage du cocon sémantique et du maillage interne est l'une des stratégies SEO les plus performantes.





Quelques articles intéressants

L'importance du champ sémantique en SEO :

<https://smartkeyword.io/seo-mots-cles-champ-semantique/>

Les différences entre champs lexicaux et sémantiques :

<https://semantisseo.com/blog/champ-lexical-et-champ-semantique/>

Comment créer un cocon sémantique :

<https://www.semjuice.com/definition/cocon-semantique>

<https://redaction-contenu.info/cocon-semantique/>

<https://blog.growthroom.co/seo-comment-creer-son-cocon-semantique/>

Stratégie SEO



Stratégie SEO

La première étape consiste donc à décider des technologies à utiliser (CMS, frameworks). L'environnement choisi nécessitera alors de travailler à l'optimisation technique de celui-ci.

La maîtrise des différents outils HTML sera, dans tous les cas, une obligation pour mener à bien une stratégie SEO .

La deuxième étape concerne le contenu rédactionnel : le choix des mots clés et de leur univers, ainsi que la manière de les utiliser.

Cette étape nécessite un réel travail sur les intentions de l'utilisateur ainsi que sur les méthodes utilisées par la concurrence dans ce domaine.

Stratégie SEO

Le travail lexical sera à réaliser sur chaque page d'un site web. Chaque page sera donc réalisée en fonction d'un mot-clé ou d'une expression clé.

Il faut bien avoir en tête que ce n'est pas un site web entier qui est positionné, mais chaque page de ce site qui est positionnée, référencée, de façon individuelle.

C'est l'ensemble de ces actions réalisées sur le contenu rédactionnel ainsi que l'utilisation des outils HTML qui représente ce qu'on appelle la partie *On Page* : le travail interne au site.

Stratégie SEO

La dernière étape représente la partie appelée *Off Page* : le travail externe au site en lui-même. Ce travail fait directement référence au SMO (Social Media Optimization).

C'est une étape qui n'impacte pas directement le référencement d'une page web mais qui est aujourd'hui incontournable puisque c'est avec elle que se construit majoritairement l'audience et la notoriété d'un site.

Cependant, une partie de la notoriété d'un site repose également sur le Link Building : c'est la capacité à obtenir des backlinks de bonne qualité (ces précieux liens externes pointant vers la ou les pages voulues).

Les mots-clés

Trouver les mots-clés

Pour trouver les termes sur lesquels se placer, il est important de tenter de comprendre au mieux l'intention qui se cache derrière la recherche d'un utilisateur :

Que souhaite réellement faire l'internaute avec les résultats de recherche obtenus ?

Ce n'est qu'en répondant à cette question qu'il est sera possible de répondre à la question suivante : Comment satisfaire le besoin de l'utilisateur ?

La profondeur du travail à effectuer en amont dépend bien sûr du domaine d'activité auquel appartient un site web. Certains besoins seront bien plus simples à identifier que d'autres.

Trouver les mots-clés

Le processus de prise de décision du consommateur se déroule généralement en quatre étapes :

- 1- Identification / naissance d'un besoin
- 2 - Recherche d'informations sur ce besoin
- 3 - Comparaison des différentes solutions trouvées
- 4 - Achat / consultation

Ce processus peut être extrêmement simple et nécessite alors peu de critères de sélection sur lesquels se placer (achat d'une bouteille d'eau).

Mais ce processus peut aussi s'avérer bien plus complexe et nécessitera alors beaucoup plus de critères de sélection (achat d'une voiture).

Travail mots-clés

Le choix des mots clés va donc se faire en étudiant ce que recherche l'internaute et en étudiant la façon dont il effectue ses recherches.

Les différentes suggestions de Google (termes et questions proposés, recherches associées) ainsi que de nombreux outils en ligne sont très utiles pour cibler un univers sémantique et ainsi enrichir la liste des différents mots clés sur lesquels travailler (champ lexical et synonymes).

<https://www.wordtracker.com/>

<https://www.keyworddiscovery.com/>

Travail mots-clés

Une fois trouvé un ensemble de mots-clés intéressants et semblants prometteurs de trafic, il est important de se poser la question de la faisabilité :

Ces mots-clés sont-ils réalistes et accessibles ou trop fortement concurrentiels ?

"La principale difficulté réside dans le fait que les mots-clés qui vous permettent d'augmenter votre trafic ne sont pas forcément ceux qui vont améliorer votre positionnement."

C'est à ce moment-là que doit se décider une stratégie efficace et réaliste, c'est-à-dire une stratégie progressive, pensée sur le long terme.

Travail mots-clés

Il est généralement plus bénéfique sur le long terme de découper le choix des mots-clés sur lesquels se positionner en plusieurs étapes :

Les 3 premiers mois, il faut savoir choisir des mots-clés très peu concurrentiels, soit des mots-clés longue traîne. Il suffit, par exemple, de prendre les mots-clés à fort trafic auxquels ajouter des précisions.

Étant moins concurrentiels, il sera plus efficace de se positionner dessus. Ces mots-clés génèrent effectivement moins de trafic, mais au bout du compte, plusieurs pages à faible trafic apporteront, une fois regroupées, un trafic bien plus important.

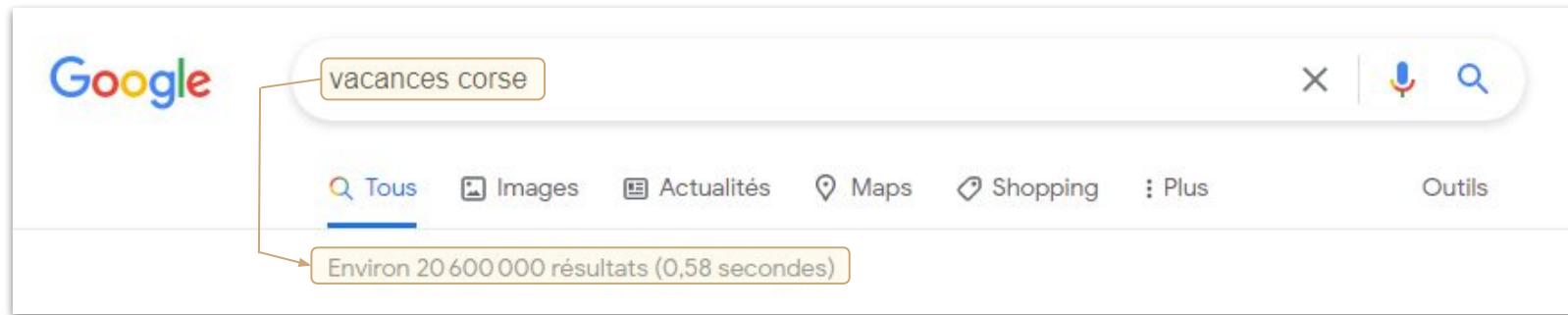
Travail mots-clés

Les 3 mois suivants, le nombre de visites sur le site ayant sensiblement augmenté, il est plus maintenant plus aisé de se placer sur mots-clés à plus fort trafic.

Et les mois suivants, il est sera alors parfaitement réaliste et envisageable de se positionner enfin sur les mots clés ciblés initialement, soit ceux à très forte concurrence.

Il suffit, pour se rendre compte du bien fondé de cette stratégie, de comparer en termes de volume les résultats d'une recherche sur un mot clé très générique (et donc à très forte concurrence) et les résultats d'une recherche sur des mots-clés à longue traîne.

Travail mots-clés



Google

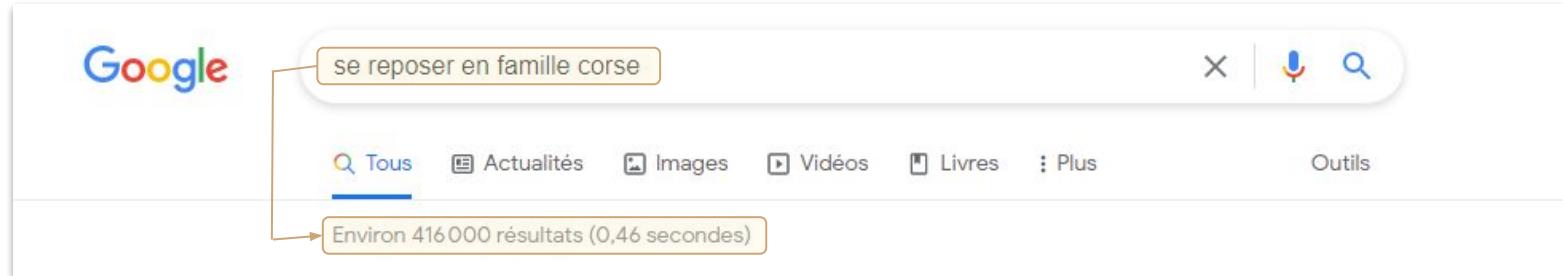
vacances corse

X | ⚡ | 🎤 | 🔎

Tous Images Actualités Maps Shopping Plus Outils

Environ 20 600 000 résultats (0,58 secondes)

This screenshot shows a Google search bar with the query "vacances corse". Below the search bar are standard Google search filters: Tous, Images, Actualités, Maps, Shopping, Plus, and Outils. A large orange box highlights the search bar and the results count. An arrow points from the bottom-left of this box to the results count. The results count is "Environ 20 600 000 résultats (0,58 secondes)".



Google

se reposer en famille corse

X | ⚡ | 🎤 | 🔎

Tous Actualités Images Vidéos Livres Plus Outils

Environ 416 000 résultats (0,46 secondes)

This screenshot shows a Google search bar with the query "se reposer en famille corse". Below the search bar are search filters: Tous, Actualités, Images, Vidéos, Livres, Plus, and Outils. A large orange box highlights the search bar and the results count. An arrow points from the bottom-left of this box to the results count. The results count is "Environ 416 000 résultats (0,46 secondes)".

Exemple longue traîne

Mettons qu'un internaute souhaite par exemple acheter un polo de la marque *Fred Perry*. Il se rend donc sur son moteur de recherche habituel pour y trouver son bonheur.

S'il base sa recherche sur le mot clé générique *fred perry*, les deux premiers résultats seront :

- le site officiel <https://www.fredperry.com>
- la page [Wikipédia](#) sur le joueur de tennis Fred Perry

S'il étoffe sa recherche en précisant cette fois-ci *polo fred perry*, les résultats ne seront plus exactement les mêmes, puisque s'y trouve maintenant en deuxième place :

- le site <https://www.amazon.fr>

https://www.fredperry.com › eu-fr ▾

Original Depuis 1952 | Fred Perry FR

Crée en 1952 par **Fred Perry**, le triple champion de Wimbledon, la marque a été adoptée par des générations de sous-cultures britanniques depuis.

La Collection Pour Homme

Découvrez la collection de vêtements et d'accessoires Fred ...

Ventes Privées

Abonnez-vous pour rester informés de nos soldes ...

Polos

Découvrez la nouvelle collection de polos Fred Perry pour homme.

Homme / Nouveautés

Parcourez les Nouveautés Fred Perry. Découvrez les tout ...

[Autres résultats sur fredperry.com »](#)

https://fr.wikipedia.org › wiki › Fred_Perry ▾

Fred Perry - Wikipédia

Frederick John **Perry**, né le 18 mai 1909 à Stockport et mort le 2 février 1995 à Melbourne (Australie), est un joueur de tennis et de tennis de table ...

[Son jeu](#) · [Appropriation culturelle de la...](#) · [Collaborations](#) · [Finales perdues...](#)



Fred Perry
Unisex...

95,00 €

Fred Perry
Livraison grat...

Par Google



Fred Perry
Femme Polo ...

65,00 €

Fred Perry
Livraison grat...

Par Google



Fred Perry THE
FRED PERR...

62,95 €

Spartoo.com
+ 5,00 € de fr...

Par Google

Afficher les résultats pour



Fred Perry
Entreprise

>



Fred Perry
Joueur de tennis

>

→ <https://www.fredperry.com › eu-fr › homme › polos>

Polos Pour Homme | Fred Perry FR - Fred Perry



Découvrez la nouvelle collection de **polos Fred Perry** pour homme. Profitez de la livraison gratuite pour toutes les commandes.

<https://www.fredperry.com › eu-fr › the-fred-perry-shirt>

The Fred Perry Shirt Pour Homme | Le polo original

Le **polo Fred Perry** original. Élément de l'uniforme sous-culturel britannique depuis les années 50. Toujours différent, toujours le même.

→ <https://www.amazon.fr › T-shirts-polos-chemises-Fred-...> ▾

Amazon.fr : Fred Perry - T-shirts, Polos Et Chemises / Homme



Achat en ligne pour Vêtements dans un vaste choix de T-shirts à manches courtes, Chemises, **Polos**, T-shirts à manches longues, Débardeurs et plus à prix bas ...

Exemple longue traîne

S'il décide maintenant d'ajouter encore une précision supplémentaire à sa recherche et utilise le mot clé *polo white fred perry*, les résultats sont à nouveau différents, puisque même la première place n'est plus la même :

- la site <https://www.zalando.fr>
- le site officiel <https://www.fredperry.com>

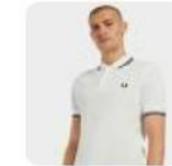
Les résultats peuvent évidemment varier d'un jour à l'autre et même d'un navigateur à un autre, selon l'historique de recherche de chacun.

On trouve également de plus en plus souvent de nombreuses images parmi les premiers résultats.

→ <https://www.zalando.fr › fred-perry-polo-white-fr822p...>

Fred Perry Polo - white/blanc - ZALANDO.FR

Fred Perry Polo - white/blanc pour 89,00 € (06/10/2022) Livraison gratuite pour toutes les commandes supérieures à 24,90€.
89,00 € · En stock



<https://www.zalando.fr › fred-perry-polo-white-fr822p...>

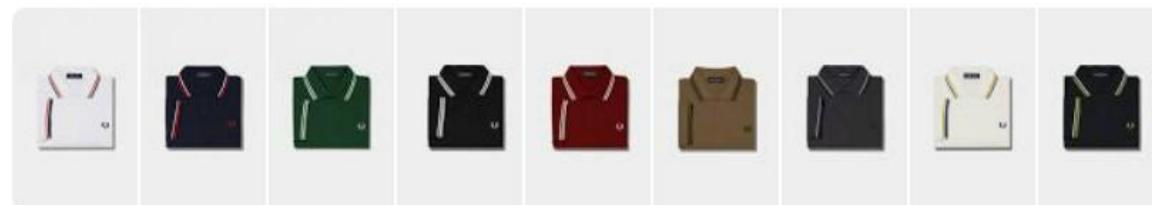
Fred Perry Polo - white/blanc - ZALANDO.FR

Fred Perry Polo - white/blanc pour 89,95 € (28/08/2022) Livraison gratuite pour toutes les commandes supérieures à 24,90€.
89,95 € à 104,90 € · En stock



→ <https://www.fredeperry.com › eu-fr › the-fred-perry-shirt>

The Fred Perry Shirt Pour Homme | Le polo original



Le polo **Fred Perry** original. ... Le polo M3600 est une adaptation de la coupe profilée caractéristique de Fred. ... Ryan in **White / Bright Red / Navy**.

Images correspondant à polo white fred perry

zalando

tipped polo

polo shirt

perry shirt

perry m3600

▼



Produit



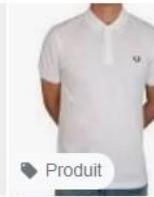
Produit



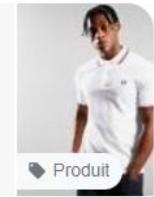
Produit



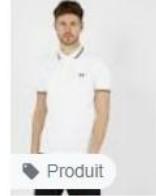
Produit



Produit



Produit



Produit



Produit



Produit



Produit



Produit



Produit



Produit



Produit



Produit



Produit



Signaler un problème

Tout afficher →

Exemple longue traîne

Il serait maintenant intéressant de commencer à regarder comment sont placés ces mots clés dans le code des différentes pages proposées dans les SERP.

Si on analyse des fiches produits choisies parmi les résultats les plus courants, on observe souvent les mêmes pratiques :

Les mots clés de longue traîne ou les mots clés tout simplement moins concurrentiels sont régulièrement placés dans des balises `<h1>`. C'est la syntaxe HTML utilisée pour représenter les titres les plus importants d'une page.

Quant aux mots clés les plus concurrentiels, ces derniers seront alors plutôt placés dans des balises `<h2>`, qui sont utilisées pour représenter des titres un peu moins importants.

≡ MENU

Bons plans

Pièces

Vestiaire

Responsable

Marques

Doudoune

La Redoute / Homme / Vêtements / Polo / Polo manches courtes



< h2 >

Fred perry

Polo Twin Tipped Fred Perry Shirt
Ivy Snow White

Détails

★★★★★ (3 avis)



Vert

+1 Couleur >

Taille

Quantité 1 >

89,99 €

Ajouter au panier



★★★★★ (241 avis)

Vendu et expédié par : Usine 23

Livraison gratuite dès

90,00 €

Articles similaires

< h1 >

**Fred Perry****Polo**

à partir de 89,95 € TVA incluse



< h1 >

Couleur: **white**

< h2 >

Votre taille

Ajouter au panier

Vendu et envoyé par un partenaire Zalando

**4 à 7 jours ouvrés**

Livraison Standard

Gratuit**Livraison et retour gratuits****Retour gratuit sous 100 jours****Revendre vos articles**

Que fait la concurrence ?

Une façon d'optimiser le choix des mots clés est tout simplement d'analyser les pratiques des différents sites webs concurrents sur les mêmes thématiques.

Vous pouvez effectuer une recherche sur un mot clé ou un groupe de mots clés et analyser le code source des sites se trouvant dans les premiers résultats, pour voir où ont été placés ces mots clés.

Vous pouvez ensuite faire le même travail d'inspection sur des mots-clés supplémentaires en vous basant sur les suggestions, les recherches associées ou bien sur le champ lexical. Les résultats analysés peuvent alors fournir une première base de réflexion.

Mots clés - Exercice

- * Mots-clés recherchés dans Google : "*voyager en van*"
- * Premier résultat trouvé : <https://www.instinct-voyageur.fr/voyager-en-van-amenage/>
- * Recherche des mot-clés dans le code source :
 - "*voyager en van*" → 33 occurrences
[title | meta | h1 | strong | liens | script ld+json | img src & alt]
 - "*voyager*" → 87 occurrences
[title | meta | h1 | strong | liens]
 - "*van*" → 172 occurrences
[title | meta | h1 | h3 | strong | liens]

Mots clés - Exercice

* Recherche des mot-clés associés dans le code source :

- "*roadtrip*" → 7 occurrences
[title | meta | lien strong | script ld+json | p]
- "*indispensable*" → 7 occurrences
[liens | h2 | strong | b]
- "*aménagé*" → 29 occurrences
[title | meta | h2 | img src & alt | liens]
- "*livre*" → 9 occurrences
[liens | strong]



voyager en van



Tous

Vidéos

Images

Actualités

Shopping

Plus

Outils

Environ 29 100 000 résultats (0,58 secondes)

<https://www.instinct-voyageur.fr/voyager-en-van-amene...>

Voyager en van aménagé : 25 conseils et erreurs à éviter

12 janv. 2022 — D'un point de vue général, **voyager en van** aménagé consiste à partir sur les routes sans prévoir d'hébergement où dormir et le fait de pouvoir se ...

1-Trouver un spot pour dormir · 8- La route · 13- L'insécurité, le vol ou l...



<https://www.roadcalls.fr/voyager-en-van-amenage>

Voyager en van aménagé : les 23 conseils d'un road ...

Voyager en van aménagé vous fait rêver ? Pierre a concrétisé ce rêve : il fait son road trip en van, au Canada, depuis 3 mois. Voici ses conseils :

Rencontre avec Pierre... · Le quotidien de la vie en van



<https://www.nomade-aventure.com/theme/voyage>

tous nos voyages en van aménagé avec Nomade Aventure

Voyages en van hors des sentiers battus : partez à la découverte d'un pays en van aménagé, à votre rythme et en toute autonomie avec Nomade Aventure.

★★★★★ Note : 90 % - 40 avis

voyager en van



Recherches associées

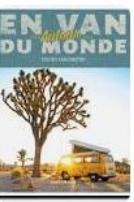
Livre sur les voyages en van



Voyager en van



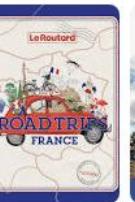
Partir en Van



En van autour du monde



Vanlife et vie nomade:
Vivre, voya...



Road trips France



Ma vie en van

Voir plus →

^

Commentaires

voyager en van en france

voyager en van à 5

les indispensables pour
voyager en van

voyage en van en famille

voyager en van livre

road trip en van

voyage en van aménagé

voyager seul en van

```
<meta name='robots' content='index, follow, max-image-preview:large, max-snippet:-1, max-video-preview:-1' />

<!-- This site is optimized with the Yoast SEO plugin v18.2 - https://yoast.com/wordpress/plugins/seo/ --&gt;
&lt;title&gt;Voyager en van aménagé : mes 25 conseils et astuces&lt;/title&gt;&lt;link rel="stylesheet" href="https://www.instinct-voyageur.fr/wp-content/cache/min/1/e46eb598bct1d33ba4179217905c26fd.css" media="all" data-minify="1" /&gt;
&lt;meta name="description" content="Vous souhaitez voyager en van aménagé ? Voici 25 conseils pour aménager votre véhicule et passer un super roadtrip en liberté et sécurité." /&gt;
&lt;link rel="canonical" href="https://www.instinct-voyageur.fr/voyager-en-van-amenege/" /&gt;
&lt;meta property="og:locale" content="fr_FR" /&gt;
&lt;meta property="og:type" content="article" /&gt;
&lt;meta property="og:title" content="Voyager en van aménagé : mes 25 conseils et astuces" /&gt;
&lt;meta property="og:description" content="Vous souhaitez voyager en van aménagé ? Voici 25 conseils pour aménager votre véhicule et passer un super roadtrip en liberté et sécurité." /&gt;
&lt;meta property="og:url" content="https://www.instinct-voyageur.fr/voyager-en-van-amenege" /&gt;
&lt;meta property="og:site_name" content="Instinct Voyageur" /&gt;
&lt;meta property="article:published_time" content="2021-09-24T06:00:35+00:00" /&gt;
&lt;meta property="article:modified_time" content="2022-01-12T09:12:30+00:00" /&gt;
&lt;meta property="og:image" content="https://www.instinct-voyageur.fr/wp-content/uploads/2021/09/voyager-van-amenege.jpg" /&gt;
&lt;meta property="og:image:width" content="720" /&gt;
&lt;meta property="og:image:height" content="425" /&gt;
&lt;meta property="og:image:type" content="image/jpeg" /&gt;
&lt;meta name="twitter:card" content="summary" /&gt;
&lt;meta name="twitter:label1" content="Written by" /&gt;
&lt;meta name="twitter:data1" content="Ali Hope Travel" /&gt;
&lt;meta name="twitter:label2" content="Est. reading time" /&gt;
&lt;meta name="twitter:data2" content="26 minutes" /&gt;
&lt;script type="application/ld+json" class="yoast-schema-graph"&gt;{"@context":"https://schema.org","@graph":[{"@type":"WebSite","@id":"https://www.instinct-voyageur.fr/#website","url":"https://www.instinct-voyageur.fr/","name":"Instinct Voyageur","description":"","potentialAction":[{"@type":"SearchAction","target":{"@type":"EntryPoint","urlTemplate":"https://www.instinct-voyageur.fr/?s={search_term_string}"},"query-input":"required name=search_term_string"]}], "inLanguage":"fr-FR"}, {"@type":"ImageObject","@id":"https://www.instinct-voyageur.fr/voyager-en-van-amenege#primaryimage","inLanguage":"fr-FR","url":"https://www.instinct-voyageur.fr/wp-content/uploads/2021/09/voyager-van-amenege.jpg","width":720,"height":425}, {"@type":"WebPage","@id":"https://www.instinct-voyageur.fr/voyager-en-van-amenege#webpage","url":"https://www.instinct-voyageur.fr/voyager-en-van-amenege","name":"Voyager en van aménagé : mes 25 conseils et astuces","isPartOf":{"@id":"https://www.instinct-voyageur.fr/#website"},"primaryImageOfPage":{"@id":"https://www.instinct-voyageur.fr/voyager-en-van-amenege#primaryimage"}, "datePublished":"2021-09-24T06:00:35+00:00", "dateModified":"2022-01-12T09:12:30+00:00", "author":{"@id":"https://www.instinct-voyageur.fr/#schema/person/f63ee4120c999c6ec37d4dd00f61fa8d"}, "description":"Vous souhaitez voyager en van aménagé ? Voici 25 conseils pour aménager votre véhicule et passer un super roadtrip en liberté et sécurité.", "breadcrumb":{"@id":"https://www.instinct-voyageur.fr/voyager-en-van-amenege#breadcrumb"}, "inLanguage":"fr-FR", "potentialAction":[{"@type":"ReadAction","target":["https://www.instinct-voyageur.fr/voyager-en-van-amenege/"]}], {"@type":"BreadcrumbList","@id":"https://www.instinct-voyageur.fr/voyager-en-van-amenege#breadcrumb"}, "itemListElement":[{"@type":"ListItem","position":1,"name":"Voyager en van aménagé : 25 conseils et erreurs à éviter"}]}, {"@type":"Person","@id":"https://www.instinct-voyageur.fr/#schema/person/f63ee4120c999c6ec37d4dd00f61fa8d", "name":"Ali Hope Travel", "image":{"@type":"ImageObject","@id":"https://www.instinct-voyageur.fr/#personlogo", "inLanguage":"fr-FR", "url":"https://secure.gravatar.com/avatar/594f57ca9789873d3b6e51d6119362a?size=96&amp;r=g", "contentUrl":"https://secure.gravatar.com/avatar/594f57ca9789873d3b6e51d6119362a2?s=96&amp;r=g", "caption":"Ali Hope Travel"}, "description": "Baroudeuse, rêveuse et blogueuse passionnée de voyage, à 18 ans déjà, c'était le début des aventures en solo pour moi : celles d'ici et d'ailleurs ! Depuis, j'aime évoluer dans différentes structures et me déployer hors de mon pays, faisant de moi une nomade. Mon seul but dans la vie : découvrir et vivre des expériences ! Expérimenter les choses de la vie avec ouverture d'esprit et vivre l'instant présent.", "url":"https://www.instinct-voyageur.fr/auteurs/ali-hope-travel/"}]}&lt;/script&gt;
&lt;!-- / Yoast SEO plugin. --&gt;</pre>
```

Mots clés - Exercice

L'image est aussi un élément intéressant à utiliser pour y placer des mots clés, tant dans le nom du fichier lui-même, que dans la description dans l'attribut alt.

Il permet en plus d'essayer de bien se positionner dans les résultats de Google images, même si cela reste aujourd'hui une science assez inexacte.

```

```

Que fait la concurrence ?

Une façon d'optimiser le choix des mots clés est tout simplement d'analyser les pratiques des sites webs concurrents sur les mêmes thématiques.

La première méthode consiste à se plonger dans le code source des pages webs sélectionnées à la recherche de mots clés, comme nous venons de le faire.

Il existe sinon des nombreux sites proposant le scan et l'analyse de pages web. De précieuses informations peuvent ainsi être collectées.

<https://semrush.com/analytics/organic/competitors>

https://www.toutelanutrition.com/ X Root Domain Search Projects +

Dashboard > Domain Analytics > Organic Research User manual Send feedback Export to PDF

Organic Research: toutelanutrition.com

FR 63.2K CA 6K US 688 ... Device: Desktop Date: Oct 4, 2022 Currency: USD

Overview Positions Position Changes Competitors Pages Subdomains

Keywords **688** 1.62%

Traffic **676** 0.15%

Traffic Cost **\$119** 0.0%

Branded Traffic **32** 0.0%

Non-Branded Traffic **644** 0.16%

Top Organic Keywords

Keyword	Pos.	Diff.	Volume	Traffic %
brûleur de graisse >>	1 → 1	0	260	9.46
perte de poids >>	2 → 2	0	320	6.21
toutelanutrition >>	1 → 1	0	40	4.73
les bienfaits de l'eau alcaline >>	1 → 1	0	110	3.99
le jaune d'oeuf >>	1 → 1	0	110	3.99
l'eau alcaline >>	1 → 1	0	110	3.99
programme d'entraînement physique >>	1 → 1	0	90	3.25

View all 688 organic keywords

Top Position Changes

New Lost Improved Declined

Keyword	Pos.	Diff.	Volume	Traffic %
courbatures >>	• → 68	new	110	< 0.01
spartiate définition >>	• → 70	new	50	< 0.01
apprendre a nager >>	• → 91	new	30	< 0.01
arrêter de manger pour maigrir >>	• → 88	new	40	< 0.01
regime keto >>	• → 93	new	170	< 0.01
dragcurl >>	• → 97	new	40	< 0.01

View all 7 new keywords

brûleur de graisse Search Projects +

Dashboard > Keyword Overview

Keyword Overview: brûleur de graisse ⓘ

United States ▾ Desktop ▾ Oct 5, 2022 ▾ USD

[Overview](#) Bulk Analysis

Volume
260

Keyword Difficulty
38%

A competitive keyword to rank for. You will need well-structured and unique content.

Global Volume
18,8K

Country	Volume
FR	14,8K
BE	1,0K
CA	720
CH	590
US	260
MA	210
Other	1,3K

Intent
Informational

Trend

Results
795,0K

SERP Features

Category	Value
CPC	\$0.84
Com.	0.93
PLA	0
Ads	0

Keyword Variations
629 Total volume: 1,4K

Keywords	Volume	KD %
brûleur de graisse	260	38
brûleur de graisse efficace	40	35
brûleur de graisse naturel	40	23
brûleur de graisse puissant	40	33
brûleur de graisse cla	30	n/a

[View all 629 keywords](#)

Questions
2 Total volume: 0

Keywords	Volume	KD %
a quel moment prendre le brûleur de graisse	0	n/a
a quel moment prendre un brûleur de graisse	0	n/a

[View all 2 keywords](#)

Related Keywords
6 Total volume: 230

Keywords	Volume	KD %
brûleur de graisse	40	43
brûleur de graisse efficace	40	35
brûleur de graisse puissant	40	33
brûle graisse	30	17
brûleur de graisse naturel	40	23

[View all 6 keywords](#)

SERP Analysis

795,000 results

 View SERP

 Export

1-10 | 11-20 | 21-30 | 31-40 | 41-50 | 51-60 | 61-70 | 71-80 | 81-90 | 91-100

URL

Page AS Ref. Domains Backlinks Search Traffic URL Keywords

- 1 <https://www.toutelanutrition.com/seche-minceur/bruleur-de-graisse> 
- 2 <https://www.fitnessboutique.fr/nutrition/bruleurs-de-graisse/cat-53.html> 
- 3 <https://www.amazon.fr/bruleur-de-graisse-puissant/s?k=bruleur+de+graisse+puissant> 
- 4 <https://www.doctissimo.fr/html/nutrition/dossiers/regimes/articles/12237-brule-graisses.htm> 
- 5 <https://www.pharma-gdd.com/fr/bruleur-de-graisse-c166.html> 
- 6 https://www.youtube.com/watch?v=vG_AVGk1hNE 
- 7 <https://www.brulafine.com/> 
- 8 <https://www.draivenutrition.fr/bruleur-de-graisse-efficace> 
- 9 <https://www.healthcanal.com/fr/minceur/meilleurs-bruleurs-de-graisse> 
- 10 <https://www.fitadium.com/56-bruleurs-de-graisse> 

Get a SERP breakdown analysis

View up-to-date data on your top 100 competitors, their backlinks, and organic metrics for their positions on the SERP.

 Get metrics



Brûleur de graisse naturel Brulafine®



+ de 100.000 clients nous font confiance !

Note : 4,5/5 ★★★★★ [Voir tous les avis](#)



Brulafine est un brûleur de graisse naturel et puissant qui aide à la perte de poids. [Lire la suite »](#)



J'achète !



Voir aussi les témoignages de
[nos clientes en vidéo !](#)

alt="Brulafine brûleur de graisse puissant et naturel"



SATISFAIT OU REMBOURSÉ



PAIEMENT SÉCURISÉ



LIVRAISON GRATUITE DÈS 45€
(Hors DOM-CROM)



FORMULATION FRANÇAISE

A screenshot of a YouTube video player interface. The video content is a solid black rectangle, indicating the video has either ended or is currently buffering. At the top, the YouTube logo is visible next to a search bar containing the placeholder text "Rechercher". To the right of the search bar are icons for search, microphone, and account. Below the video area, there's a small grey box labeled "Lire (k)". The control bar at the bottom includes standard video controls: play, pause, volume, and seek bar showing "0:00 / 3:18". To the right of the controls are settings and sharing icons. The video details below the bar show the title "Une pilule magique pour perdre du poids ?! (Brûleur de graisse)" with a yellow box highlighting "Brûleur de graisse". It also shows statistics: "101 725 vues • 13 juil. 2021", "3,7 K", "JE N'AIUME PAS", "PARTAGER", "TÉLÉCHARGER", "EXTRAIT", "ENREGISTRER", and three dots for more options. A "Tout" button is highlighted in a white circle, and a "Vidéos similaires" button is also present.

Lire (k)

▶ ▶ | 0:00 / 3:18

Une pilule magique pour perdre du poids ?! (Brûleur de graisse)

101 725 vues • 13 juil. 2021

3,7 K JE N'AIUME PAS PARTAGER TÉLÉCHARGER EXTRAIT ENREGISTRER ...

Tout Vidéos similaires

FR 63.6K CA 6.1K BE 2.1K ...

Device: Desktop Date: Oct 10, 2022 Currency: USD

Overview Positions Position Changes Competitors Pages Subdomains

<https://semrush.com>Keywords
63.6K
1.41%Traffic
361.8K
0.78%Traffic Cost
\$142.8K
0.62%

Competitive Positioning Map

fitadium.com ericfavre.com myprotein.com espace-musculation.com foodspring.fr toutelanutrition.com



Organic Competitors 1 - 100 (13,838)

[Export](#)

Domain	Com. Level	Common Keywords	SE Keywords	Traffic	Costs (USD)	Paid Keywords
fitadium.com	45%	7.6K	44.3K	148.1K	68K	41
ericfavre.com	39%	7.1K	64.3K	183.4K	34.7K	7
myprotein.com	39%	7.3K	62.5K	329.2K	30.2M	95
espace-musculation.com	35%	6.2K	40.1K	158.2K	239.4K	1
foodspring.fr	31%	6.4K	67.4K	181.4K	130.2K	25
superphysique.org	30%	6K	59.4K	120.3K	20.3K	



Organic Research: toutelanutrition.com

[Export to PDF](#)

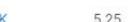
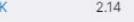
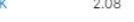
FR 63.6K CA 6.1K BE 2.1K ... Device: Desktop Date: Oct 10, 2022 Currency: USD

Overview Positions Position Changes Competitors Pages Subdomains

Filter by URL Intent Advanced filters

Organic Pages 1 - 100 (1,630)

[Export](#)

URL	Traffic	Traffic %	Keywords	Ads keywords	Backlinks	
https://www.toutelanutrition.com/	19.1K	5.25		490	6	Show
https://www.toutelanutrition.com/wikifit/guide-zone/homme/dorsaux	13.6K	3.74		998	0	Show
https://www.toutelanutrition.com/wikifit/guide-zone/homme/epaules	10.1K	2.78		710	0	Show
https://www.toutelanutrition.com/wikifit/entrainement/exercices-materiel/le-top-5-des-exercices-pour-les-fessiers	7.8K	2.14		366	0	Show
https://www.toutelanutrition.com/proteine/whey	7.6K	2.08		138	3	Show
https://www.toutelanutrition.com/wikifit/guide-zone/homme/les-bras	6.8K	1.86		461	0	Show
https://www.toutelanutrition.com/wikifit/entrainement/exercices-materiel/quels-exercices-pour-avoir-des-abdos-parfaits	6.3K	1.74		82	0	Show
https://www.toutelanutrition.com/seche-minceur/bruleur-de-graisse	6K	1.65		153	11	Show
https://www.toutelanutrition.com/wikifit/guide-zone/homme/abdos	6K	1.63		718	0	Show
https://www.toutelanutrition.com/wikifit/guide-zone/homme/les-jambes	5.7K	1.57		855	0	Show

Projects <https://www.toutelanutrition.com/> Root Domain Search Projects +

SEO Dashboard Domain Overview Traffic Analytics Organic Research Keyword Gap Backlink Gap KEYWORD RESEARCH Keyword Overview Keyword Magic Tool Keyword Manager Position Tracking Organic Traffic Insights LINK BUILDING Backlink Analytics Backlink Audit Link Building Tool Bulk Analysis ON PAGE & TECH SEO Site Audit Listing Management SEO Content Template On Page SEO Checker Log File Analyzer Local SEO >

Dashboard > Domain Analytics > Backlink Analytics

Backlinks: toutelanutrition.com [73 backlinks found today](#) Categories: Beauty & Fitness > Fitness > Bodybuilding 9 more

[Link building ideas](#) [User manual](#) [Send feedback](#) [Export to PDF](#)

Overview Backlinks Anchors Referring Domains Referring IPs Outbound Domains Indexed Pages Competitors

Backlinks
30K -1%

Referring Domains
2.2K -5%

Referring IPs
1.9K

Backlink Types

Text	62%	37%	11.1K
Image	2%	62%	18.9K
Form	<1%	2%	2
Frame	0%	0%	0

Link Attributes

Follow	89%	26.6K
Nofollow	11%	3.4K
Sponsored	<1%	5
UGC	<1%	297

Backlinks 1 - 100 (18,896)

All Active New Lost Time period All Follow Nofollow Sponsored UGC Links per ref. domain All 1 3 10

Link placement Ref. page platform Ref. page language Mobile friendly pages Filter by title or URL Advanced filters Export

<input type="checkbox"/> Page AS	Source page Title and URL	Ext. Links	Int. Links	Anchor and Target URL	First Seen	Last Seen
<input type="checkbox"/>	29 Top 75 Similar websites like sport-passion.fr and alternatives ↳ www.sitelike.org/similar/sport-passion.fr/ EN Mobile friendly	78	269	toutelanutrition.com ↳ www.toutelanutrition.com/ Image Lost Nofollow	Jan 3, 2022	May 10, 2022
<input type="checkbox"/>	26 Top 76 Similar websites like optigura.com and alternatives ↳ www.sitelike.org/similar/optigura.com/ EN Mobile friendly	79	261	toutelanutrition.com ↳ www.toutelanutrition.com/ Image New Nofollow	Sep 15, 2022	Sep 15, 2022
<input type="checkbox"/>	24 Top 74 Similar websites like irbms.com and alternatives ↳ www.sitelike.org/similar/irbms.com/	77	255	toutelanutrition.com ↳ www.toutelanutrition.com/	Sep 14, 2022	Sep 14, 2022

La rédaction web

55 %



DES UTILISATEURS

passent moins de 15 secondes sur une page après avoir cliqué !

60 %



DES LECTEURS

de votre contenu web ne liront pas plus de 200 mots !

LES

3/4 DU CONTENU



d'un article sont lus en diagonale

**20 %
DES MOTS**



d'un contenu web sont effectivement lus.
Oui, seulement 20 % !

LES

10 PREMIÈRES SECONDES



sur la page d'un contenu sont déterminantes

10 à 20 %



DES INTERNAUTES

lisent la totalité d'un article sur le web

Rédaction Web

La lecture sur un écran n'est pas du tout la même que sur les autres types de médias, comme les journaux par exemple. La majeure partie des consultations de sites web se font aujourd'hui sur les portables, et dans des conditions qui ne favorisent pas la concentration.

La rédaction web doit donc répondre à des critères bien particuliers, adaptés à ces types de lecture et d'environnement. Il faut en effet capter très rapidement l'attention du lecteur et tenter de le garder intéressé le plus longtemps possible.

La préférence est donc aux textes courts et aérés. Les phrases doivent rester simples mais informatives. Et les titres se doivent d'être percutants et accrocheurs.

Rédaction Web

Il faut éviter de lasser le lecteur avec une répétition assommante des mêmes mots-clés et tâcher de varier le plus possible le vocabulaire tout en restant simple et compréhensible.

Mieux vaut un texte pertinent avec une grande richesse sémantique, plutôt qu'un bombardement de mots clés dans un texte vide de sens.

Selon l'algorithme Hummingbird : "*Les requêtes des internautes étant très précises et spécifiques, les sites Internet doivent proposer un contenu documenté et détaillé afin d'être bien classés par les moteurs de recherche.*"

Le web a clairement changé. Le *web of strings* est aujourd'hui remplacé par le *web of things*.

Rédaction Web

On lit souvent que le contenu d'un article doit être de 1000 mots minimum. Mais tout dépend bien sûr du domaine :

Une description d'une fiche produit ou un article sur le réchauffement climatique ne répondent pas aux mêmes attentes de contenu.

Il existe de nombreuses techniques d'écriture pour le web. Les plus connues sont :

- la méthode *AIDA* : acronyme pour *Attention, Intérêt, Désir, Action*
- la méthode des *5W*: pour les 5 questions *What / Why / Where / When / Who*

<https://www.adimeo.com/blog/les-outils-pour-bien-rediger-sur-le-web>





- La méthode des 5W -

Rédaction Web

Il faut également éviter de placer trop de liens hypertextes, et surtout privilégier les liens pertinents. Le but étant de créer la meilleure expérience utilisateur possible, il est impératif que l'utilisateur ne se sente pas dupé par un contenu pauvre et racoleur.

Les fautes de grammaire et d'orthographe sont bien sûr à éviter. En plus de donner une mauvaise impression, ce sont des erreurs qui peuvent être pénalisantes, puisque la langue est renseignée en HTML via l'attribut *lang*.

Toujours dans l'optique d'optimiser l'expérience utilisateur, le challenge est de réussir à se mettre à la place du lecteur, afin de deviner ses attentes et d'anticiper au mieux ses réactions, les bonnes comme les mauvaises.

Les balises sémantiques

Pour optimiser les bases d'un travail de référencement, il est impératif d'utiliser toutes les balises sémantiques disponibles en HTML5.

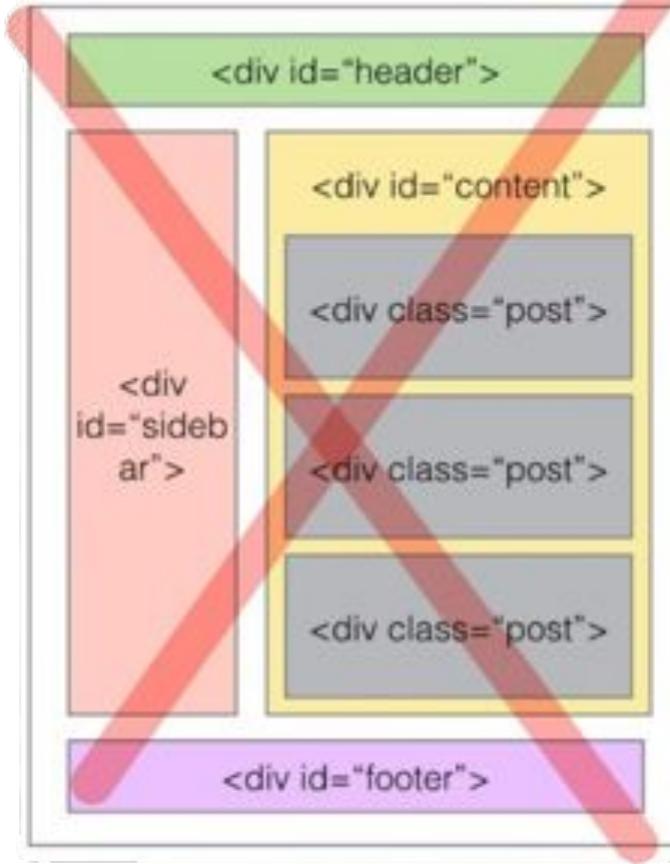
Une balise sémantique est une balise qui va permettre de renseigner le type de contenu ou l'importance d'un contenu au sein d'une page web. C'est l'une des fonctions principales du langage HTML, avec l'accessibilité.

Les balises containers comme `<header>`, `<nav>`, `<footer>` sont à privilégier pour aider les bots crawlers à interpréter au mieux la structure d'une page web.

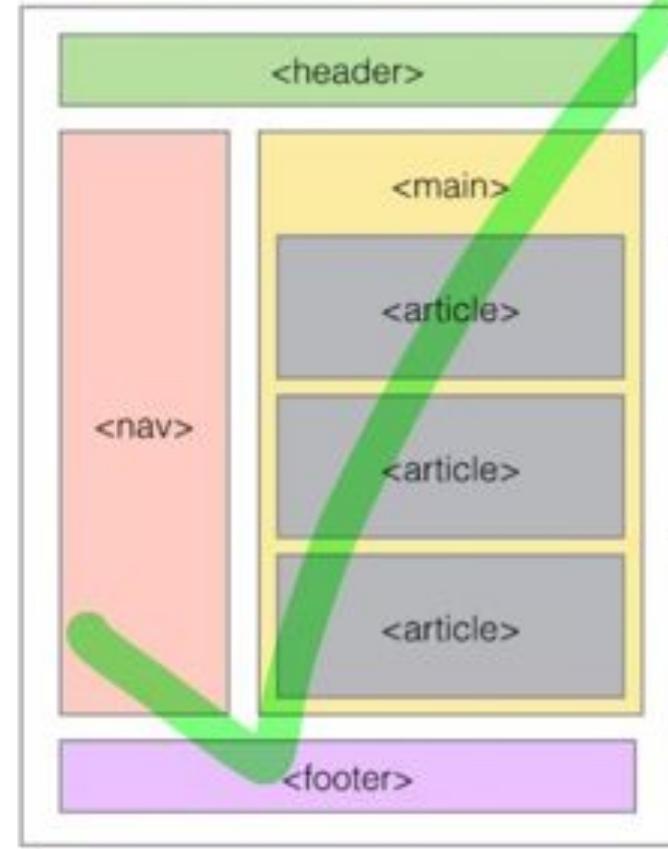
https://www.w3schools.com/html/html5_semantic_elements.asp

<https://www.semrush.com/blog/semantic-html5-guide/>

HTML4: Lots of Classes/IDs



HTML5: Semantic Tags/Sections



Les balises sémantiques

Les balises de titres (*<h1>* - *<h6>*) permettent d'indiquer l'index, le sommaire de chaque page. Il est donc essentiel de respecter la hiérarchie dans leur utilisation.

De manière générale, chaque type de contenu ou d'information doit être renseigné avec la balise adéquate : *<form>*, *<figure>*, **, *<address>*, *<blockquote>*, *<cite>*...

Il faut également penser à utiliser les balises ** et ** pour souligner l'importance de certains mots clés ou groupes de mots clés.

Une bonne pratique est de régulièrement vérifier que le code HTML fourni soit bien conforme aux standards du **W3C**.

Les balises sémantiques

Les mots clés doivent donc être indiqués dans les différentes balises indiquant une importance (*<hn>*, **), mais également dans les noms des différents fichiers (images, vidéos, pdf...) et URL des pages internes.

Les textes accompagnant les différents liens présents dans une page sont également une cible intéressante pour y héberger des mots clés.

Nous abordons ici uniquement le contenu direct de la page web, soit tout ce qui se trouve dans l'élément *<body>* de la page HTML.

L'ensemble des données contenues dans la balise *<head>*, comme le *<title>* ou les *<meta>* seront évoqués dans un chapitre ultérieur.

Les images en SEO

On doit retrouver les mots importants pour le référencement dans le nom des fichiers images, ainsi que dans le descriptif des images (la légende *<figcaption>* et/ou l'attribut *alt*).

L'attribut *alt* permet de fournir un texte alternatif aux images en cas d'inaccessibilité humaine ou technique. Il a une réelle importance au niveau du SEO.

Ce n'est pas le cas de l'attribut *title* qui n'a aucune incidence en SEO. Il n'apporte donc qu'une information visuelle mais sera cependant potentiellement lu par les screen readers.

<https://www.webrankinfo.com/dossiers/google-images/referencement-images>

Les images en SEO

Le contexte accompagnant l'image a également son importance. Placer un titre juste avant une image peut s'avérer payant. Les tags proposés dans Google Images peuvent aider au choix du contexte sémantique d'une image ou à son nommage.

The screenshot shows a Google search interface for the query "coucher de soleil". The search bar contains the query. Below it, the "Images" tab is selected, while other tabs like "Tous", "Actualités", "Vidéos", "Shopping", and "Plus" are visible. A "Outils" (Tools) link is also present. Below the tabs, several image thumbnails are shown, each with a caption: "plage", "magnifique", "mer", "paysage", "wallpaper", "ciel", and "fond". Each caption is enclosed in an orange box.

Quelques articles intéressants

Comment les internautes lisent une page web :

<https://www.adimeo.com/comment-les-internautes-lisent-les-pages-web>

Les principes de la rédaction web :

<https://www.adimeo.com/blog/reussir-la-redaction-de-contenu-web>

La longueur idéale d'un texte en SEO :

<https://fr.semrush.com/blog/longueur-ideale-texte-pour-le-seo/>

<https://www.redacteur-contenu-web.com/nombre-de-mots-article-seo/>

Quelques articles intéressants

La recherche de contenu dupliqué :

<https://www.copyscape.com/>

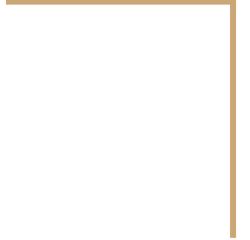
https://www.youtube.com/watch?v=gq_hpks07so

Le contenu dupliqué dans les sites de e-commerce :

<https://www.upmybiz.com/contenu-duplique-ecommerce-eviter/>

L'utilisation de la balise canonical :

<https://www.redacteur.com/blog/seo-comment-utiliser-balise-canonical/>



On Page || Off Page

On Page et Off Page

Une grande partie de ce qu'on appelle *On Page* est traitée dans un endroit dont le contenu n'est pas directement visible dans une page web : la balise `<head>`.

C'est ici que sont renseignées toutes les méta-données donnant des informations ou bien des instructions concernant la page web.

C'est également dans cette balise `<head>` que commence à se mettre en place le *Off Page*, puisqu'y sont incluses des données relatives à la communication sur les réseaux sociaux.

On est donc à la frontière entre *On Page* et *Off Page*, entre ce qui se passe dans la page web et ce qui se passe à propos de la page web.

La balise *<title>*

La balise *<title>* se place dans la balise *<head>* d'un fichier HTML. Son contenu correspond au titre qui apparaît entre l'URL et la description d'un site dans les SERP. On retrouve également ce titre dans l'onglet de la page web ouverte dans le navigateur.

Le contenu de cette balise va servir d'accroche pour inciter l'internaute à venir visiter la page web. Le choix des mots clés s'y trouvant est donc primordial (la balise peut contenir en moyenne une soixantaine de caractères).

Chaque page d'un site web possède une balise *<title>*. Son contenu est donc représentatif du contenu de chaque page. Il ne faut pas oublier que c'est chaque page d'un site qui est indexée et non le site en lui-même.

Vocabulaire spécifique

Snippet

Manière dont un site est représenté dans les SERP. Cela peut désigner le simple texte descriptif ou bien le bloc complet (URL, titre et description). Il peut également contenir une note, des avis... On parle alors de *rich snippet*.

Meta

Les balises <meta> permettent d'indiquer au navigateur et aux différents robots des informations relatives à une page web et/ou à son fonctionnement. Ces informations n'apparaissent pas directement à l'intérieur de la page web.

<https://developers.google.com/Les-balises-meta-acceptees-par-Google>

<title>

https://www.sushishop.fr › ... › Île-de-France ▾

Restaurants Japonais & Sushi Asnières-sur-Seine

Dans votre boutique **Sushi Shop Asnières-sur-Seine** de restauration japonaise, nos créations vous attendent : **Sushi**, California, Maki, Spring, ...

★★★★★ Note : 4,3 · 39 585 votes

rich snippet

<meta name="description" content="...">

La <meta> description

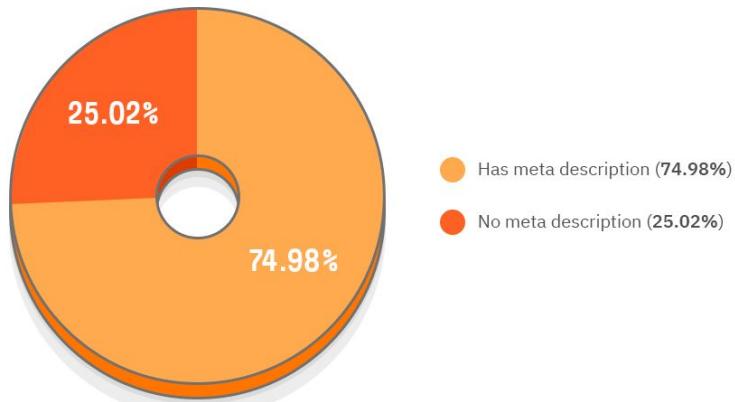
La balise `<meta name="description">` permet de fournir un descriptif concis de la page web qui sera affiché sous l'URL et le contenu de la balise `<title>`, dans la page de résultats des moteurs de recherche.

La longueur de ce texte doit être de 920 pixels maximum, soit entre 120 et 150 caractères. C'est un peu la phrase d'accroche d'un site web et représente donc un endroit idéal pour y placer des mots-clés.

Il est conseillé de placer les mots les plus importants au début de cette description pour optimiser son affichage sur les écrans mobiles. Attention cependant, Google peut décider d'afficher un autre contenu s'il trouve celui-ci plus cohérent...

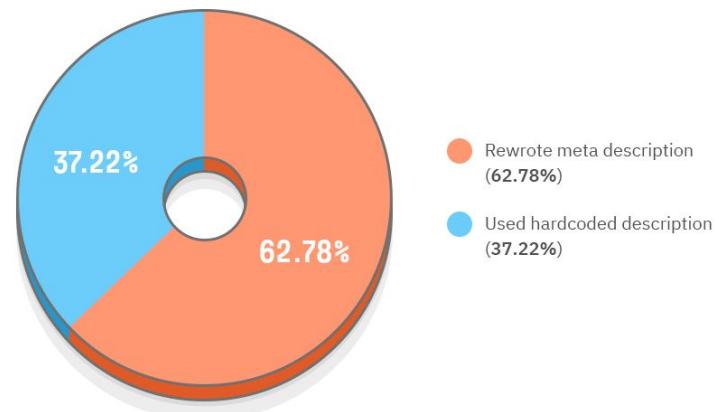
25.02% of Top-ranking Pages Don't Have a Meta Description

Based on a study of 192,656 pages ranking in the top 10.



Google Rewrites Meta Descriptions 62.78% of the Time

Based on a study of 192,656 pages ranking in the top 10.



Quelques articles intéressants

Optimiser la meta description pour la version mobile :

<https://jamiemckaye.com/mobile-seo-optimisation-guide/>

Simulateur de title et meta description :

<https://www.twaino.com/simulateur-de-serp/>

<https://www.comonsoft.com/produits/simulateur-serp-google.htm>

La <meta> keywords

Initialement, une balise `<meta name="keywords">` permettait de renseigner un maximum de mots-clés utilisés pour le référencement d'une page web.

Cependant, cette balise n'a actuellement plus d'impact réel sur le référencement. La preuve en est avec ces recherches effectuées sur les mots-clés suivants :

* recherche avec le mot-clé "SEO"

→ <https://www.seo.fr/definition/seo-definition> [pas de meta keywords trouvée]

* recherche avec le mot-clé "référencement naturel"

→ <https://www.eskimoz.fr/referencement-naturel/> [pas de meta keywords trouvée]

La <meta> robots

La balise `<meta name="robots">` adresse des directives aux robots arrivant sur une page web. Généralement, ces directives servent à autoriser ou non l'indexation de cette page, ou bien à refuser que les liens se trouvant sur cette page soient suivis.

<https://www.webrankinfo.com/dossiers/conseils/balise-meta-robots>

```
<meta name="robots" content=" index,follow ">
<meta name="robots" content=" noindex,nofollow ">
<meta name="robots" content=" noindex,follow ">
<meta name="robots" content=" index,nofollow ">
```

`<meta> robots VS robots.txt`

La balise `<meta name="robots">` est placée dans une page précise et s'adresse aux robots qui viennent crawler cette page en particulier, quand le fichier `robots.txt` est placé à la racine d'un site et fournit aux robots une liste de toutes les pages auxquels ils n'ont pas le droit d'accéder.

Avec le fichier `robots.txt`, on peut donc disallow des groupes de pages en entier (en ciblant des dossiers avec des pattern spécifiques). La balise `<meta name="robots">` sera plutôt utilisée pour des cas précis, comme permettre de parcourir les liens d'une page sans pour autant indexer cette page.

Une différence importante réside dans l'optimisation du budget crawl. C'est une notion que nous aborderons plus tard.

Vocabulaire spécifique

Position Zéro

Position très prisée située tout en haut de la page des résultats de recherche. On y trouve sous forme d'encadré des réponses directes aux questions posées par les internautes

Knowledge Graph

Un des types de résultats trouvés en position zéro. On y trouve regroupées dans un encadré les informations principales concernant un sujet précis

Featured Snippet

Autre type de résultat trouvé en position zéro. C'est souvent la réponse à une question posée, parfois accompagnée d'un lien pour plus d'informations

Vocabulaire spécifique

One Box

Autre type de résultat trouvé en position zéro. Il apporte des informations directes sur la requête. Cela peut être la météo, le cours d'une monnaie ou encore une définition

AEO

Answer Engine Optimization. C'est l'optimisation du contenu d'une page web de façon à le retrouver en réponse à une question en Position Zéro. Cette technique est surtout axée sur les réponses aux commandes vocales

<https://www.99digital.fr/tendances/aeo-est-ce-vraiment-le-futur-du-seo/>

Environ 2 950 000 000 résultats (0,68 secondes)

https://fr.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web

World Wide Web - Wikipédia

Le **World Wide Web** (/ wɜːld wɛd /; littéralement la « toile (d'araignée) mondiale », abrégé www ou le Web), la Toile mondiale ou la Toile, ...

World Wide Web Consortium · Tim Berners-Lee · Hypertexte · Robert Cailliau

https://en.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web Traduire cette page

World Wide Web - Wikipedia

The **World Wide Web** (WWW), commonly known as the Web, is an information system enabling documents and other web resources to be accessed over the Internet.

Autres questions posées

Qui signifie World Wide Web ?

Qui a inventé le World Wide Web ?

Quelle est l'année de naissance du web ?

Quelle est la différence entre l'Internet et le WWW ?

Commentaires

<https://www.techno-science.net/definition/world-wide-web>

World Wide Web : définition et explications

Le **World Wide Web**, littéralement la "toile (d'araignée) mondiale", est communément appelé le Web, parfois la Toile ou le WWW. C'est un système hypertexte ...

Knowledge Graph



Afficher les résultats pour



WorldWideWeb

Navigateur web

>

Environ 61900000 résultats (0,69 secondes)

Traditionnellement, on laisse infuser : les **thés** verts pendant 3 minutes à 75-80°C. les **thés** noirs pendant 4 minutes, sauf **pour** les feuilles de **thés** brisés plutôt 2 à 3 minutes, à 85-90°C et les Darjeeling à 95°C. les **thés** bleus pendant 4 à 5 minutes à 95°C.



<https://www.fauchon.com/mag/conseils/quelle-tempe...>

[Quelle température de l'eau pour le thé ? | FAUCHON Paris](#)



À propos des extraits optimisés



Commentaires



Featured Snippet

Autres questions posées

Pourquoi ne pas laisser infuser le thé trop longtemps ?



Comment savoir si l'eau est à 80 degrés ?



Comment mesurer la température de l'eau pour le thé ?



Quelle est la température de l'eau frémissante ?



Commentaires

Environ 30100000 résultats (0,57 secondes)



16

°C | °F

Précipitations : 2%
Humidité : 85%
Vent : 2 km/h

Température | Précipitations | Vent

16

14

13

13

14

18

20

19

22:00

01:00

04:00

07:00

10:00

13:00

16:00

19:00

mer.

jeu.

ven.

sam.

dim.

lun.

mar.

mer.



22 ° 12 °



21 ° 17 °



21 ° 15 °



25 ° 14 °



28 ° 18 °



28 ° 17 °



28 ° 16 °



28 ° 15 °

weather.com • Commentaires

Bordeaux
mercredi 21:00
Temps clair

One Box

<https://meteofrance.com> › prévisions-meteo-france › bo... ▾

METEO BORDEAUX par Météo-France

12 oct. 2016 — METEO FRANCE - Retrouvez les prévisions **METEO BORDEAUX** de Météo-France pour aujourd'hui, demain et jusqu'à 15 jours, ainsi que les ...

Environ 162 000 000 résultats (0,46 secondes)

Anglais

Français

snippet

'snipit'



Traductions de "snippet"

nom

le fragment

fragment, piece, snippet, chip, bit, scrap

le petit bout

snip, wisp, snippet

la brie

scrap, snippet, crumbs

Afficher plus ▾

[Ouvrir dans Google Traduction](#) • [Commentaires](#)[https://www.youdemus.fr/2018/09/27/quest-ce-que-... ▾](https://www.youdemus.fr/2018/09/27/quest-ce-que-...)

Qu'est-ce que les snippets et pourquoi c'est important

27 sept. 2018 — En référencement, le **snippet** est un encart dans lequel apparaissent des informations provenant d'une page web, répondant à une requête faite par ...

Knowledge Graph

This is a featured snippet

Extrait Structure (Structured Snippet)

This is Position 1.

Snippet

Un snippet est un terme de programmation informatique désignant une petite portion réutilisable de code source ou de texte. Ordinairement, ce sont des unités formellement définies à incorporer dans des modules plus larges. [Wikipédia](#)

Signaler un problème

One Box

dollar

[Tous](#)[Finance](#)[Actualités](#)[Images](#)[Vidéos](#)[Plus](#)[Outils](#)

Environ 2390000000 résultats (0,53 secondes)

1 Dollar américain égal

1,03 Euro

12 oct., 20:40 UTC - Clause de non-responsabilité

[+ Suivre](#)

1 j 5 j 1 m 1 a 5 a Max.

1

Dollar américain ▾

1,03

Euro ▾

[En savoir plus sur USD/EUR →](#)[Signaler un problème](#)https://fr.wikipedia.org/wiki/Dollar_américain ▾

Dollar américain - Wikipédia

Le **dollar** américain ou **dollar** des États-Unis ou **dollar US** (symbole monétaire : \$; code ISO : USD pour United States **dollar**) est la monnaie nationale des ...

Banque centrale : [Réserve fédérale des É...](#) Sous-unité : 1 dollar; = 10 dimes (1 dim...

Symbol local : \$

Taux de change : 1 EUR = 1 USD (12 j...

[Euro/dollar](#) · [Billet de 1 dollar américain](#) · [Pièce de 1 dollar américain](#)



Afficher les résultats pour

**Dollar américain**
Monnaie**Dollar**
Le dollar est le nom de la monnaie de plusieurs pays, ...**dollar**
Définition du dictionnaire**Dollar Rent A Car**
Entreprise**One Box**

Les données structurées

Les données structurées sont un groupe d'informations apportées sur une page web, et renseignées dans une syntaxe particulière. Il existe plusieurs types de données structurées, visant chacun des objectifs différents.

JSON-LD

JavaScript Object Notation for Linked Data. C'est le format de données structurées généralement utilisé par Google pour créer les Knowledge Graph. Il est écrit dans une balise `<script>` dans le `<head>` de la page HTML.

<https://mylittlebigweb.com/seo-extraits-enrichis/>

<https://jsonld.com/>

```
1<script type="application/ld+json">
2  {
3    "@context": "https://schema.org/",
4    "@type": "VideoObject",
5    "name": "Learn JSON-LD",
6    "@id": "http://example.com/video",
7    "datePublished": "2015-10-02",
8    "description" : "In this video, we'll teach you how to use json ld and get 6 pack abs.",
9    "thumbnailURL" : "http://placehold.it/350x150",
10   "thumbnail" : "http://placehold.it/350x150",
11   "duration" : "T1M33S",
12   "uploadDate" : "2015-10-02",
13   "author": {
14     "@type": "Person",
15     "name": "Jason Lord"
16   }
17 }
18
19</script>
```

video-object.js hosted with ❤ by GitHub

[view raw](#)

Les données structurées

Microdata

Ces données sont directement intégrées dans des éléments HTML via une série d'attributs spécifiques. C'est une façon de mieux renseigner un contenu pour optimiser son référencement.

<https://www.schema.org/docs/gs.html>

```
<div itemscope itemtype="https://schema.org/Book">
  <span itemprop="name"> The Catcher in the Rye </span>
  <link itemprop="url" href="http://en.wikipedia.org/wiki/The_Catcher"/>
  by <span itemprop="author"> J.D. Salinger </span>
</div>
```

Les données structurées

RDFA

Resource Description Framework in Attributes. C'est un système de codage XHTML permettant d'apporter des précisions supplémentaires sur des données via des attributs afin d'en améliorer le référencement

<https://wcommerce.tech/schema-org-microdonnees-rdfa-json-ld/>

Google My Business

Service Google permettant la création d'une fiche de renseignements sur une entreprise. L'objectif est d'optimiser son référencement local.

<https://mylittlebigweb.com/page-google-my-business-seo-local/>

Tous Vidéos Images Actualités Shopping Plus Outils

Environ 1150 000 résultats (0,58 secondes)

<https://3wa.fr> ▾

3WA | école développeur web

La 3W Academy propose une formation en alternance au métier de Développeur Web permettant de se spécialiser sur les technologies les plus demandées sur le ...

HTML, CSS

Exercices de la 3W Academy pour apprendre le HTML, le CSS et ...

Formation développeur web

La 3W Academy a aussi à cœur de développer les soft skills de ses ...

Formulaire de contact

Formation développeur 3W Academy. Inscription à une ...

Concepteur développeur web

Devenez concepteur et développeur web : formation en ...

[Autres résultats sur 3wa.fr](#) »

<https://la-webeuse.com> ▾ Entreprendre sur le Web ▾

Mon avis sur la 3WA (3W Academy) - La Webeuse

La 3WA est une école qui dispense une formation de 3 mois pour apprendre et maîtriser les 5 langages principaux du Web, à savoir le HTML, le CSS, ...

– Qu'est-ce que la 3WA (3W... – Faut-il avoir des bases pour...



<https://home.3wa.io> ▾

Connexion - 3W Academy

Le code d'aujourd'hui, votre emploi de demain. Formations professionnelles pour devenir développeur web et mobile. Siège de l'école.

Google My Business



3W Academy

[Site Web](#) [Itinéraire](#) [Enregistrer](#) [Appeler](#)

École d'informatique à Paris

Adresse : 46 Rue René Clair, 75018 Paris

Horaires : Fermé · Ouvre à 09:00 jeu. ▾

Téléphone : 01 75 43 42 42

Rendez-vous: typeform.com

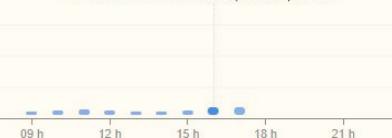
Fournisseurs ⓘ

Suggérer une modification

Horaires d'affluence ⓘ

LUN. MAR. MER. JEU. VEN. SAM. DIM.

16 h : Généralement pas fréquenté



SMO / Netlinking

Les données structurées

Open Graph

Protocole créé par Facebook et regroupant un ensemble de balises `<meta>` contenant les informations sur une page web afin d'optimiser le partage de son URL sur les réseaux sociaux Facebook, LinkedIn et Twitter

<https://ogp.me/>

<https://ahrefs.com/blog/open-graph-meta-tags/>

Twitter Card

Même si le protocole Open Graph fonctionne pour les différents réseaux sociaux. Twitter possède son propre protocole utilisant les balises `<meta>` également

<https://developer.twitter.com/en/docs/twitter-for-websites/cards/guides/getting-started>

Status Photo / Video Life Event

Here is a link I want to share: <http://www.ogp.me/>

The image shows a Facebook sharing dialog box. At the top, there are tabs for Status, Photo / Video, and Life Event. Below that, a message says "Here is a link I want to share: http://www.ogp.me/". The main area is titled "Open Graph protocol" with the subtext "The Open Graph protocol enables any web page to become a rich object in a social graph." A blue icon of a globe with lines represents the protocol. Below this, the URL "WWW.OGP.ME" is entered. There are sharing options like "Only Me" and a "Post" button. At the bottom, there are icons for adding people, setting a time, and choosing a location (Cedar Falls).

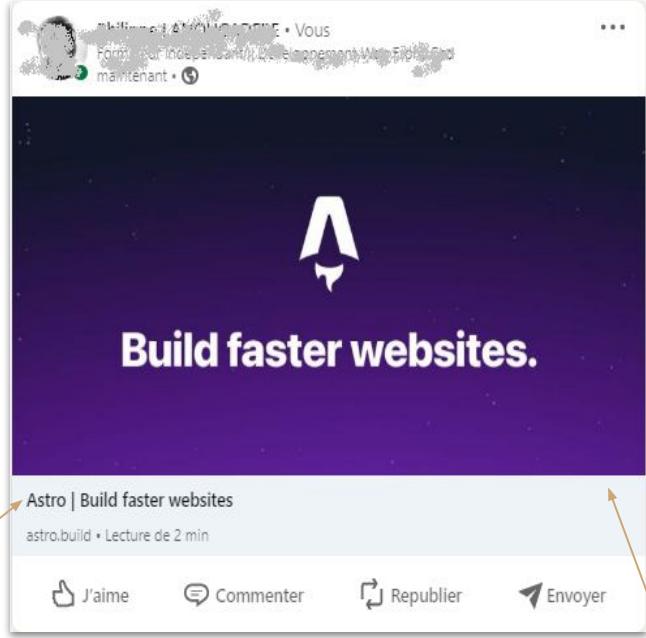
WWW.OGP.ME

Only Me Post

Cedar Falls

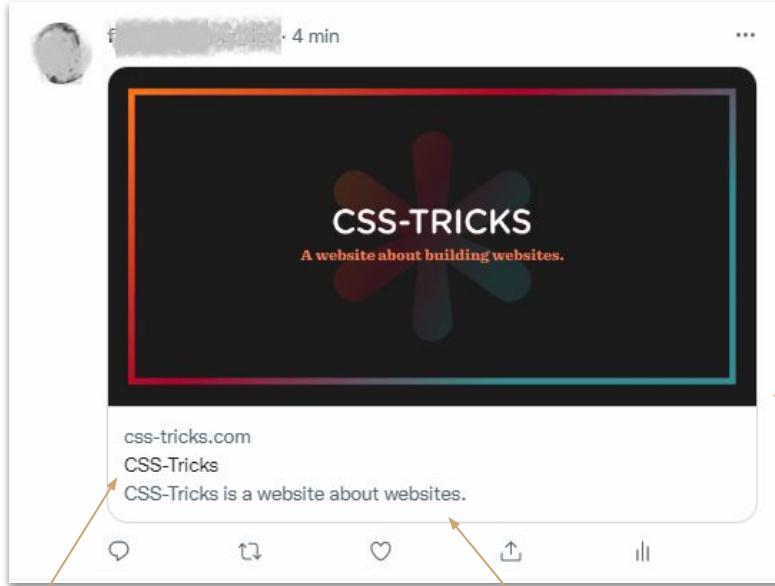
Open Graph on Facebook

```
<meta property="og:title" content="Open Graph protocol">
<meta property="og:type" content="website">
<meta property="og:url" content="https://ogp.me/">
<meta property="og:image" content="https://ogp.me/logo.png">
<meta property="og:image:type" content="image/png">
<meta property="og:image:width" content="300">
<meta property="og:image:height" content="300">
<meta property="og:image:alt" content="The Open Graph logo">
<meta property="og:description" content="The Open Graph protocol enables any web page to become a rich object in a social graph.">
<meta prefix="fb: https://ogp.me/ns/fb#" property="fb:app_id" content="115190258555800">
```



Open Graph on LinkedIn

```
<meta name="og:site_name" property="og:site_name" content="Astro">
<meta name="og:type" property="og:type" content="website">
<meta property="og:description" content="Pull content from anywhere and serve it fast with Astro's next-gen island architecture. Astro is the web framework that you'll enjoy using.">
<meta property="og:title" content="Astro | Build faster websites">
<meta property="og:image" content="https://astro.build/assets/social.4df01cf6_Z1jhpsT.jpeg">
<meta property="og:url" content="https://astro.build/">
```



Twitter Card

```
<meta name="twitter:card" content="summary_large_image">
<meta name="twitter:title" content="CSS-Tricks">
<meta name="twitter:description" content="CSS-Tricks is a website about websites.">
<meta name="twitter:site" content="@CSS">
<meta name="twitter:image" content="https://i0.wp.com/css-tricks.com/wp-content/uploads/2021/12/default-social-css-tricks.png">
```

Tester les données structurées

Des outils sont mis à disposition par les réseaux sociaux pour avoir une prévisualisation des informations saisies lors du partage d'une URL sur leur application. il faut cependant avoir un profil déjà actif chez eux pour pouvoir utiliser ces outils :

<https://www.linkedin.com/post-inspector/>

<https://developers.facebook.com/tools/debug/>

<https://cards-dev.twitter.com/validator>

Social Media Optimization

Le SMO est l'ensemble des actions réalisées sur les réseaux sociaux pour acquérir une e-réputation qui soit la meilleure possible. L'e-réputation est l'image véhiculée par une marque, une entreprise ou une personne sur le web.

A la différence d'une mauvaise place dans les moteurs de recherche, situation qui peut aisément s'arranger avec une bonne stratégie SEO, une mauvaise image sur le web aura des conséquences beaucoup plus néfastes et tenaces.

Une e-réputation doit donc s'entretenir très régulièrement si l'on souhaite pouvoir bénéficier de répercussions positives et durables.

Social Media Optimization

L'optimisation de l'image via les réseaux sociaux est une démarche différente de celle du référencement naturel.

Le SEO se focalise essentiellement sur des intentions et des besoins, même si une certaine catégorie d'utilisateurs est ciblée.

L'intérêt en SMO est de pouvoir cibler des profils d'internautes beaucoup plus précis auprès desquels communiquer (sexé, âge, centre d'intérêt, localisation...).

Le choix des réseaux sociaux sur lesquels apparaître dépendra du domaine du site web et des types de profil auxquels s'adresser :

Facebook | LinkedIn | Twitter | Instagram | YouTube | TikTok | Snapchat

Social Media Optimization

Tout l'intérêt d'une présence sur les réseaux sociaux est de pouvoir profiter du rôle d'ambassadeur joué par la communauté qui aura été ciblée.

Les différents outils présents sur ces réseaux (partages, likes, comments) peuvent créer une notoriété beaucoup plus rapidement qu'avec le SEO.

Mais ce qui fait la force d'internet fait aussi sa faiblesse et toute existence sur le web est vouée à disparaître aussi rapidement qu'elle est apparue...

Créer des pages ou des profils ne suffit donc pas et toute la stratégie repose véritablement sur la capacité à faire vivre un contenu et une image.

Social Media Optimization

La création régulière de nouveau contenu percutant et attrayant peut se révéler extrêmement chronophage.

D'autant plus que les réseaux sociaux répondent à des codes bien précis qu'il faut savoir adopter et maîtriser.

La solution peut être alors tout simplement de déléguer cette tâche à un community manager, ce qui peut s'avérer rentable ou non, selon le budget.

Ou il existe des outils aidant à la préparation de contenu prêt à publier sur les réseaux :

<https://www.hootsuite.com/fr>

Les annuaires du Web

S'assurer d'une notoriété sur les différents réseaux sociaux n'est pas forcément suffisant. Il y a d'autres méthodes permettant de se faire connaître auprès d'une audience ciblée.

Selon le domaine d'activité, il peut donc être intéressant de s'inscrire dans les annuaires du web. Il en existe de multiples et sont généralement classés par catégories.

Cette méthode n'est cependant pas à opposer à une inscription sur Google My Business. Ce sont deux actions complémentaires au sein d'une stratégie SEO.

<https://emmanuelle-wiesemes.com/sur-quels-annuaires-inscrire-site-web/>

MOTEURS	ANNUAIRES
Pour la recherche d'informations	
Pages web indexées	Sites web indexés
Un plus grand nombre de pages dans l'index	Moins de sites référencés
Prétendent à l'exhaustivité	Critères de qualité
Recherche par mots-clés	Recherche par catégories et par mots-clés
Classement par ordre de pertinence	Classement par ordre alphabétique
Mise à jour plus rapide des informations	Mise à jour plus lente des informations
Pour le référencement	
Indexation logicielle	Indexation humaine
Une grande majorité de pages référencées	Critères de "qualité" appliqués pour le référencement

Vocabulaire spécifique

Domain Authority

Inventé par Moz, une société de marketing, le DA est une note entre 0 et 100 donnée par les moteurs de recherche et représentant la confiance accordée par Google à une page web.

Plusieurs facteurs sont étudiés pour cette notation : les backlinks, le contenu, le SEO...

Le DA ne fait pas partie des critères pris en compte par Google dans son référencement, mais un bon DA est forcément révélateur d'un bon positionnement dans les SERP.

<https://moz.com/domain-analysis>

<https://www.lafabriquedunet.fr/autorite-domaine-en-seo>

Vocabulaire spécifique

PageRank

Algorithme analysant la qualité et la quantité des liens reçus par une page web. Le PA est un des moyens de mesurer la popularité d'une page web.

Link Juice

Puissance diffusée par une page web lors de la création d'un lien vers une autre page. Plus le PR et le DA d'une page sont élevés, plus le Link Juice sera important. Ce "jus" sera alors réparti entre les différents liens internes de la page web.

PageRank Sculpting

Stratégie mise au point pour optimiser la diffusion de ce "jus" vers les différentes pages d'un site web, selon l'importance de chacune de ces pages.

Vocabulaire spécifique

NetLinking

Stratégie mise en place visant à collecter un maximum de backlinks afin d'augmenter la notoriété et le trafic d'un site web ainsi que son référencement. Tous ces liens ainsi que la page d'où ils proviennent doivent bien évidemment être de qualité.

Link Farm

Sites web proposant des partenariats d'échanges de liens. Des pages webs sont créées dans le seul but d'y placer des backlinks. La dénomination ferme fait référence au nombre trop important de liens dans ces pages web les faisant ressembler à un élevage.

<https://www.twaino.com/definition/l/link-farm/>

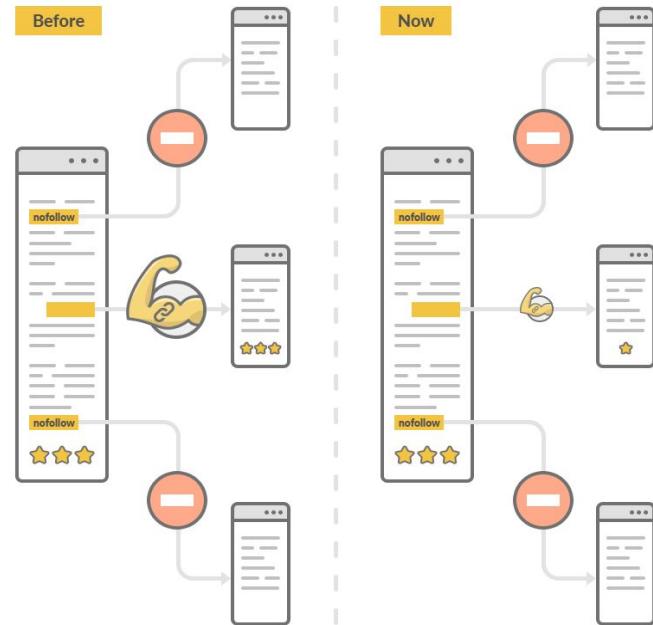
How PageRank Sculpting (With “Nofollow” Links) Used to Work

Adding ‘nofollow’ tags to some links used to increase the share of PageRank to the ‘followed’ links on the page.



Why PageRank Sculpting (With “Nofollow” Links) No Longer Works

“Link juice” is now divided equally between all links on the page, regardless of whether or not they have the “nofollow” attribute.



Quelques articles intéressants

Description de l'algorithme Page Rank :

<https://www.webrankinfo.com/dossiers/pagerank/formule>

La syntaxe concernant les URL dans les robots-txt :

<https://developers.google.com/search/robots-txt#url-matching>

Comment différencier Robots.txt et Noindex :

<https://www.abondance.com/robots-txt-ou-noindex-que-choisir.html>

Quelques articles intéressants

Comprendre au mieux l'attribut nofollow:

<https://www.abondance.com/robots-txt-ou-noindex-que-choisir.html>

<https://www.abondance.com/un-point-sur-lattribut-nofollow.html>

<https://ahrefs.com/blog/nofollow-links/>

Optimisation technique

Accessibilité et SEO

L'accessibilité regroupe les actions menées pour qu'une page web soit parfaitement accessible tant pour une personne lambda que pour une personne dont les capacités sont diminuées pour quelque raison que ce soit.

Ces différentes actions visent à faciliter la navigation au sein d'une page et à s'assurer que la totalité du contenu soit accessible à tou(te)s.

Très tôt, le W3C a travaillé sur l'accessibilité du web avec la création en 1997 du *WAI* ([Web Accessibility Initiative](#)).

Quelques années après, les normes ARIA (*Accessible Rich Internet Applications*) ont été implémentées en HTML5, facilitant la tâche aux développeurs dans cette tâche.

Accessibilité et SEO

La recommandation la plus connue pour faciliter l'accessibilité est l'utilisation de l'attribut *alt* pour les images. Mais cela peut regrouper bien d'autres choses comme le fait de soigner les contrastes entre les backgrounds et les couleurs de police.

D'une manière générale, il faut s'attacher à donner le maximum d'informations aux lecteurs d'écrans. Cela passe par l'utilisation de l'attribut *title* sur les différents liens d'une page web mais aussi de tous les attributs *aria*.

<https://developer.mozilla.org/fr/docs/Web/Accessibility/ARIA>

<https://www.w3.org/WAI/tips/developing/>

<https://www.w3.org/TR/html-aria/>

Accessibilité et SEO

Il est aussi important de faciliter au maximum la navigation entre les différents éléments d'une page avec la tabulation en renseignant des attributs comme *autofocus* ou *tabindex*.

Le même effort sera fait dans les formulaires en pensant à bien lier input et label pour rendre plus simple l'accès aux différents champs de saisie.

Voici quelques articles rappelant les meilleures pratiques en termes d'accessibilité :

<https://fr.oncrawl.com/seo-technique/accessibilite-web-seo/>

<https://elbuffeto.github.io/list-articles/>

Optimiser les chargements

Optimiser le chargement des fichiers

Parmi les critères pris en compte pour le référencement d'un site web, la performance occupe une place extrêmement importante. Elle se mesure principalement avec le temps de chargement d'une page.

Un temps de chargement trop long a de multiples conséquences dont la première est une expérience utilisateur de mauvaise qualité. Les chances pour que l'utilisateur patiente sont évidemment très faibles. Ce qui se traduit généralement par un taux de rebond important.

La majorité des pages web étant aujourd'hui consultées sur des mobiles, l'optimisation du temps de chargement est devenu un enjeu essentiel pour le référencement.

Optimiser le chargement des fichiers

FCP

Le First Contentful Paint mesure le moment où le premier élément HTML est affiché à l'écran. Il est donc un indice de performance relativement important. Lors d'un audit SEO, des codes couleurs lui sont associés :

0 - 1.8s | 1.8 - 3s | > 3s

LCP

Le Largest Contentful Paint mesure le moment où l'élément HTML le plus grand est affiché à l'écran. Des codes couleurs lui sont également associés :

0 - 2.5s | 2.5 - 4s | > 4s

Optimiser le chargement des fichiers

Budget Crawl

Temps et fréquence alloués par un moteur de recherche pour le crawl d'une page. Plus le budget est élevé, plus le site a donc d'importance aux yeux du moteur, et plus il y aura de contenu à crawler, et à indexer

Crawlabilité

Facilité avec laquelle un bot peut crawler une page web. Cela dépend bien sûr des temps de chargement. Plus ils seront longs, moins le robot pourra crawler de contenu...

Fichier de log

Ce fichier contient la liste de toutes les requêtes effectuées pour votre site (et donc celles des robots crawlers). C'est l'hébergeur du site qui peut fournir ce fichier.

Optimiser le chargement des fichiers

Les analyses des logs permettent également de se rendre compte si des pages ne sont jamais visitées ou crawlées.

Une page peut être rarement visitée pour de multiples raisons, comme un mauvais contenu ou bien une mauvaise expérience utilisateur.

Mais si une page n'est jamais visitée, ni même crawlée, alors il y a sans doute des erreurs de redirection, de liens mal renseignés ou d'URL non trouvées (les fameuses erreurs 404).

Des nombreux outils sont disponibles pour analyser les fichiers de logs d'un site web :

[Oncrawl](#) || [Seolyzer](#)

Optimiser le chargement des fichiers

Une des techniques les plus simples pour optimiser le chargement d'une page web est tout simplement d'alléger au maximum les différents fichiers que devra charger le navigateur.

On a pour cela des outils permettant de compresser les fichiers de code CSS et JavaScript. On parle de *minifier* un fichier, c'est-à-dire supprimer tous les espaces vides du fichier. Cela rend le code illisible pour un humain mais parfaitement utilisable par une machine.

Les fichiers images peuvent aussi être compressés mais il est avant tout important de fournir des images de tailles cohérentes, afin de ne pas forcer le navigateur à redimensionner les images, ce qui diminue inutilement les performances d'une page web.

Quelques articles intéressants

Minifier du code CSS et JavaScript :

<https://www.cleancss.com/> | <https://jscompress.com/>

Compresser des images :

<https://compressjpeg.com/fr/>

Optimiser le chargement de polices d'écriture :

<https://www.artwai.com/optimiser-les-google-fonts/>

Optimiser le moment de chargement des images :

<https://www.alsacreations.com/chargement-images-differe-loading-lazy.html>

SEO & JavaScript

L'utilisation de JavaScript pour de simples animations peut éventuellement s'avérer gênante en termes de performance mais ne gêne en rien l'indexation et le référencement d'une page web.

L'utilisation de frameworks JavaScript comme React ou Vue peut par contre poser certains problèmes en termes de référencement, de par leur fonctionnement.

Le rendu du contenu d'une SPA étant dynamique, la disponibilité immédiate du contenu HTML total n'est du coup pas garantie au moment du crawl de la page.

Il faut en effet pour cela que tout le script soit exécuté, ce qui prend du temps sur le budget crawl d'une page et au final, moins de contenu pourra être crawlé.

SEO & JavaScript

L'utilisation de frameworks JavaScript comme React ou Vue peut poser certains problèmes en termes de référencement, de par leur fonctionnement.

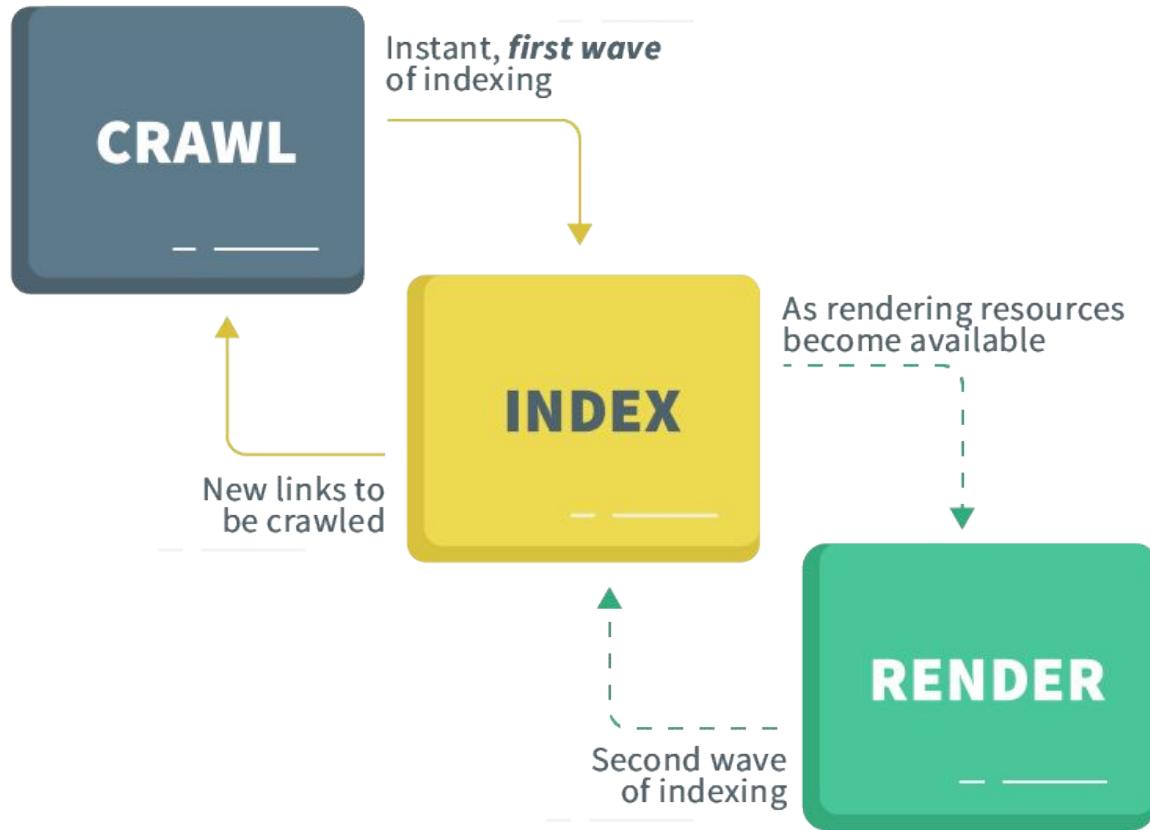
Le rendu du contenu d'une SPA étant dynamique, la disponibilité immédiate du contenu HTML total n'est du coup pas garantie au moment du crawl de la page.

Il faut en effet pour cela que tout le script soit exécuté, ce qui prend du temps sur le budget crawl d'une page et au final, moins de contenu pourra être crawlé.

Des solutions existent cependant. L'une d'elle réside dans l'utilisation de générateurs de pages statiques comme Gatsby ou Next Js.

<https://maxime-boun/optimiser-le-referencement-d-un-site-avec-react>

<https://www.codeur.com/blog/react-seo/>



Mesurer les performances

Mesurer les performances

Il existe de nombreux outils permettant de mesurer la performance d'un site et ces outils proposent généralement un diagnostic si la performance mesurée s'est avérée mauvaise.

Ce diagnostic préconise toute une série d'actions à réaliser pour remédier au problème et optimiser ainsi le temps de chargement de la page.

Parmi les différents outils d'audit existants, deux outils proposés par Google :

<https://pagespeed.web.dev/>

<https://www.blogdumoderateur.com/lighthouse-score-performance-web/>



Measure page quality

Test your pages in a lab environment powered by PageSpeed Insights. Then get tips and recommendations to improve your user experience. For field performance, see the [PageSpeed Insights](#) tool.

A text input field for entering a web page URL, with placeholder text "Enter a web page URL".A small gray close button icon located next to the URL input field.[SWITCH URL](#)[RUN AUDIT](#)

https://www.ville-clichy.fr/

Analyser



Mobile



Bureau



Découvrez l'expérience de vos utilisateurs

Cette URL Origine

 Évaluation des Signaux Web essentiels :**échec** ?

Développer la vue

 [Largest Contentful Paint \(LCP\)](#)

2,6 s

 [First Input Delay \(FID\)](#)

23 ms

 [Cumulative Layout Shift \(CLS\)](#)

0

AUTRES MÉTRIQUES NOTABLES

 [First Contentful Paint \(FCP\)](#)

1,8 s

 [Interaction to Next Paint \(INP\) △](#)

284 ms

 [Time to First Byte \(TTFB\) △](#)

0,6 s



Analysez les problèmes de performances



Les valeurs sont estimées et peuvent varier. Le [calcul du score lié aux performances](#) repose directement sur ces statistiques. [Affichez la calculatrice.](#)

▲ 0–49 ■ 50–89 ● 90–100

STATISTIQUES

▲ First Contentful Paint

6,6 s

▲ Speed Index

7,6 s

▲ Largest Contentful Paint

12,8 s

▲ Time to Interactive

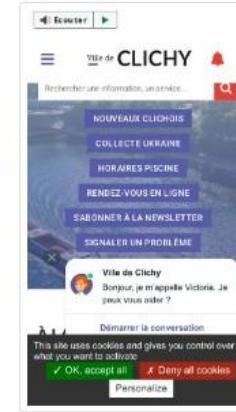
18,2 s

■ Total Blocking Time

470 ms

■ Cumulative Layout Shift

0,236



[Développer la vue](#)



Afficher les audits pertinents pour : [All](#) [FCP](#) [TBT](#) [LCP](#) [CLS](#)

OPPORTUNITÉS

Opportunité

Estimation des économies

▲ Éliminez les ressources qui bloquent le rendu	<div style="width: 100%;">6,06 s</div>
▲ Diffusez des images aux formats nouvelle génération	<div style="width: 100%;">4,98 s</div>
▲ Activez la compression de texte	<div style="width: 100%;">3,3 s</div>
▲ Réduisez les ressources JavaScript inutilisées	<div style="width: 100%;">2,4 s</div>
▲ Différez le chargement des images hors écran	<div style="width: 100%;">1,35 s</div>
■ Réduisez les ressources CSS inutilisées	<div style="width: 50%;">0,45 s</div>
■ Évitez d'utiliser de l'ancien code JavaScript dans les navigateurs récents	<div style="width: 50%;">0,45 s</div>
■ Réduisez la taille des ressources JavaScript	<div style="width: 15%;">0,15 s</div>

Ces suggestions peuvent contribuer à charger votre page plus rapidement. En revanche, elles n'ont pas d'[incidence directe](#) sur le score lié aux performances.

DIAGNOSTIC

▲ Diffusez des éléments statiques grâce à des règles de cache efficaces — 77 ressources trouvées



▲ Assurez-vous que le texte reste visible pendant le chargement des polices Web



▲ La page n'utilise pas d'écouteurs d'événements passifs pour améliorer les performances de défilement



▲ Les éléments d'image ne possèdent pas de `width` ni de `height` explicites



▲ First Contentful Paint (3G) — 12517 ms



■ Réduisez le travail du thread principal — 3,2 s



■ Évitez une taille excessive de DOM — 1 018 éléments



■ Réduisez le temps d'exécution de JavaScript — 1,6 s



■ Évitez d'énormes charges utiles de réseau — La taille totale était de 2 848 Kio



○ Évitez de créer des chaînes de requêtes critiques — 30 chaînes trouvées



○ Réduisez au maximum le nombre de requêtes et la taille des transferts — 99 requêtes* 2 848 Kio



○ Élément identifié comme "Largest Contentful Paint" — 1 élément trouvé



○ Évitez les changements de mise en page importants — 5 éléments trouvés



○ Évitez les tâches longues dans le thread principal — 12 tâches longues trouvées



🌐 https://www.toutelanutrition.com/

SWITCH URL

RUN AUDIT

Audited on: Oct 8, 12:54 PM [View Report](#)



Performance

Accessibility

Best Practices

SEO



Performance

Values are estimated and may vary. The [performance score is calculated](#) directly from these metrics. [See calculator.](#)



0–49



50–89



90–100



Diagnostics

- ▲ Does not use passive listeners to improve scrolling performance ▼
- ▲ Image elements do not have explicit `width` and `height` ▼
- ▲ Registers an `unload` listener ▼
- ▲ Avoid an excessive DOM size — 2,596 elements ▼
- ▲ Serve static assets with an efficient cache policy — 39 resources found ▼
- ▲ Minimize main-thread work — 5.7 s ▼
- ▲ First Contentful Paint (3G) — 5160 ms ▼
- Reduce JavaScript execution time — 2.0 s ▼
- Avoid chaining critical requests — 7 chains found ▼
- Keep request counts low and transfer sizes small — 63 requests • 1,714 KiB ▼
- Largest Contentful Paint element — 1 element found ▼
- Avoid large layout shifts — 3 elements found ▼
- Avoid long main-thread tasks — 16 long tasks found ▼
- Avoid non-composited animations — 57 animated elements found ▼

More information about the performance of your application. These numbers don't [directly affect](#) the Performance score.

Passed audits (18)

Show

Metrics

[Expand view](#)

■ First Contentful Paint	2.6 s	▲ Time to Interactive	11.3 s
▲ Speed Index	6.4 s	▲ Total Blocking Time	950 ms
▲ Largest Contentful Paint	11.5 s	● Cumulative Layout Shift	0.047

[View Treemap](#)Show audits relevant to: [All](#) [FCP](#) [TBT](#) [LCP](#) [CLS](#)

Opportunities

Opportunity

Estimated Savings

▲ Reduce unused JavaScript	2.85 s ▾
▲ Serve images in next-gen formats	1.72 s ▾
▲ Eliminate render-blocking resources	1.42 s ▾
▲ Defer offscreen images	1.05 s ▾
▲ Reduce initial server response time	0.66 s ▾
■ Reduce unused CSS	0.3 s ▾
■ Efficiently encode images	0.15 s ▾
■ Avoid serving legacy JavaScript to modern browsers	0.15 s ▾

These suggestions can help your page load faster. They don't [directly affect](#) the Performance score.



These checks highlight opportunities to [improve the accessibility of your web app](#). Only a subset of accessibility issues can be automatically detected so manual testing is also encouraged.

ARIA

- ▲ Elements with an ARIA `[role]` that require children to contain a specific `[role]` are missing some or all of those required children.
- ▲ ARIA input fields do not have accessible names

These are opportunities to improve the usage of ARIA in your application which may enhance the experience for users of assistive technology, like a screen reader.

Names and labels

- ▲ Buttons do not have an accessible name
- ▲ Image elements do not have `[alt]` attributes
- ▲ Links do not have a discernible name

These are opportunities to improve the semantics of the controls in your application. This may enhance the experience for users of assistive technology, like a screen reader.

Best practices

▲ [user-scalable="no"] is used in the <meta name="viewport"> element or the [maximum-scale] attribute is less than 5. ▾

These items highlight common accessibility best practices.

Contrast

▲ Background and foreground colors do not have a sufficient contrast ratio. ▾

These are opportunities to improve the legibility of your content.

Additional items to manually check (10)

Show

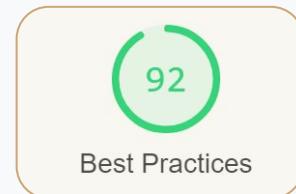
These items address areas which an automated testing tool cannot cover. Learn more in our guide on [conducting an accessibility review](#).

Passed audits (20)

Show

Not applicable (17)

Show





These checks ensure that your page is following basic search engine optimization advice. There are many additional factors Lighthouse does not score here that may affect your search ranking, including performance on [Core Web Vitals](#). [Learn more](#).

Crawling and Indexing

- ▲ Links are not crawlable

To appear in search results, crawlers need access to your app.

Content Best Practices

- ▲ Image elements do not have `[alt]` attributes

Format your HTML in a way that enables crawlers to better understand your app's content.

🕒 Captured at Oct 8, 2022, 12:54 PM GMT+2

⌚ Initial page load

🕒 Emulated Moto G4 with Lighthouse 9.6.6

⚐ Unknown

✖ Single page load

⌚ Using HeadlessChromium 102.0.5005.115 with lr