

Search Engine Optimization



Rachid EDJEKOUANE (edjek@hotmail.fr)



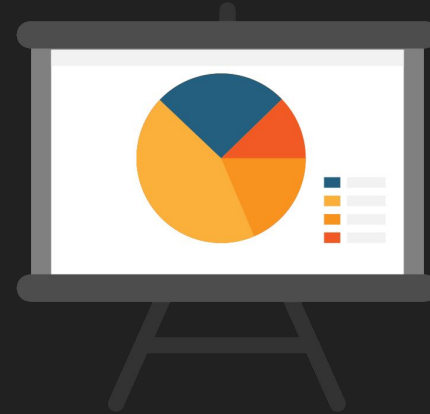
Prérequis

- Connaissance de base du développement web
- Familiarisé avec les moteurs de recherche
- Compréhension des sites web et de leur structure
- Conscience des mots-clés
- Curiosité et motivation
- Ponctualité





Introduction





SEM : Search Engine Marketing

Le SEM (Search Engine Marketing) :

est l'ensemble des techniques qui permettent de gagner en visibilité sur les moteurs de recherche.

Cela inclut le SEO, le SMO, le SEA ou encore le VSEO (référencement vidéo).



SEO : le référencement naturel

Le **SEO** ou **S**earch **E**ngine **O**ptimisation est une technique qui permet d'améliorer la position de notre site sur les moteurs de recherche.

Le positionnement représente la place qu'occupe une **PAGE** dans les résultats de la recherche pour une **EXPRESSION** donnée.



SMO : Social Media Optimization

Le **SMO** (**S**ocial **M**edia **O**ptimization) est l'ensemble des techniques et moyens permettant de gagner en **visibilité** sur les **médias et réseaux sociaux**.

C'est une notion fortement liée aux communautés web (réseaux sociaux, forums, blogs, etc.).



SEA : Search Engine Advertising

Le SEA (Search Engine Advertising) :

Désigne l'ensemble des actions et moyens permettant d'acheter de la visibilité dans les moteurs de recherche.

On le traduit par "**Référencement payant**" ou "**Référencement sponsorisé**". Google ADS



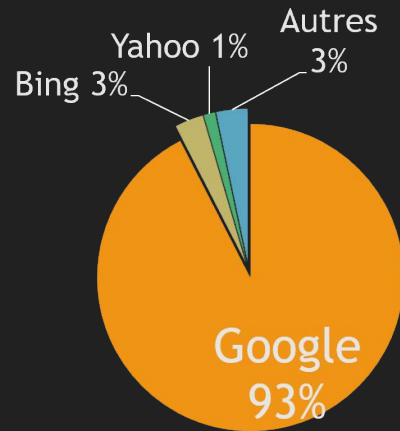
SEO : le trafic web

- **Trafic Organic** : 50,1% du trafic sur un site web vient actuellement des moteurs de recherche, soit 1 accès aux sites internet sur deux.
- **Trafic Direct** : 38% du trafic, près de 4 visites sur 10 s'effectuent suite à la saisie de l'adresse dans le navigateur ou via un clic sur un favori (bookmark).
- **Trafic Referral** : Les liens externes sont eux aussi générateurs de trafic puisque 11% des visites des sites Internet proviennent d'un site extérieur, partenaire, ou d'un annuaire.



Moteurs de recherches

Un leader !





Google





Googlebot (crawler ou spider)

Le **crawl** d'une page est l'étape qui consiste à télécharger un contenu pour en extraire les informations qui serviront à nourrir **l'algorithme** de Google.

Googlebot ne lit pas la mise en forme des pages web, il ne lit **pas** le CSS (pour le moment)

- Parcourt toutes les pages web du monde
- Navigue de lien en lien
- Enregistre tout dans la BDD (l'index) de Google



L'algorithme : l'indexation

Une formule mathématique complexe, quotidiennement mise à jour, détermine la pertinence des mots-clés de chaque page/site, hiérarchise et classe ces résultats dans l'index de Google.

Nous savons qu'environ 200 facteurs sont pris en compte et les deux familles principales sont :

- **on-page** (Le contenu de la page web)
- **off-page** (Les liens externes qui pointent vers la page web)



L'algorithme : on-page ou on-site

- Titre général de la page
- Titre principal de la page
- Texte des Liens
- Titres secondaires de la page
- Contenu général du site



L'algorithme : off-page ou off-site

- Provenance des liens externes (les back links provenant de sites de qualité seront plus pertinents pour Google)
- Ancre de lien (quel terme est utilisé pour rediriger vers votre site)
- La quantité de liens est aussi un facteur, mais il est bien plus important de miser sur la qualité des liens que sur leur quantité.



Les algorithmes de Google

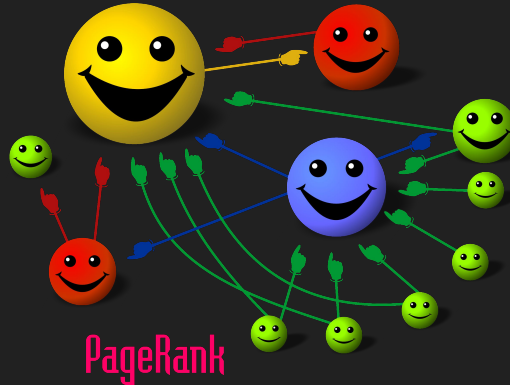
Les **algorithmes de Google** sont des ensembles de règles et de formules complexes utilisés par le moteur de recherche de Google pour **déterminer les classements des pages web** dans les résultats de recherche.

Voici quelques-uns des principaux algorithmes de Google :



Google PageRank

L'algorithme original de Google, lancé en 1998, évalue la pertinence et l'autorité d'une page en fonction du nombre et de la qualité des liens entrants.



Google Panda

Introduit en 2011, cet algorithme vise à réduire la visibilité des sites web de faible qualité et à **favoriser ceux qui offrent un contenu de haute qualité** et une expérience utilisateur satisfaisante.



Google Penguin

Lancé en 2012, cet algorithme cible les sites web qui utilisent des techniques de spam pour obtenir des liens de mauvaise qualité.

Il pénalise les pratiques de création de liens non naturelles ou manipulatrices.





Google Hummingbird

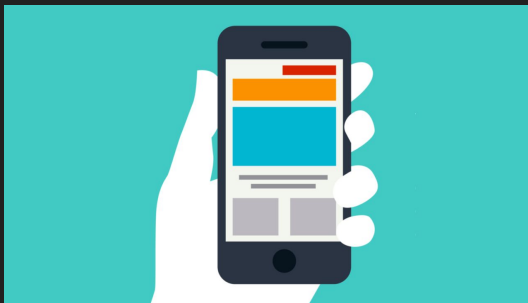
Déployé en 2013, cet algorithme met l'accent sur la compréhension de l'intention de recherche des utilisateurs et sur la fourniture de **résultats plus précis et pertinents** en tenant compte du sens global des requêtes.





Google Mobile-Friendly Update

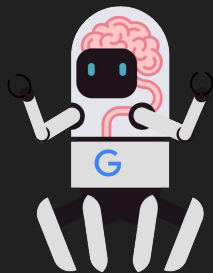
Introduit en 2015, cet algorithme favorise les sites web qui sont **optimisés pour les appareils mobiles**, offrant une meilleure expérience de navigation sur les smartphones et les tablettes.





Google RankBrain

Déployé en 2015, cet algorithme utilise l'intelligence artificielle et le machine learning pour mieux comprendre les requêtes de recherche complexes et **fournir des résultats plus pertinents**.





Google Medic Update

Apparu en 2018, cet algorithme a principalement affecté les sites web liés à la santé et au bien-être.

Il vise à améliorer la qualité et la fiabilité des informations médicales en ligne.

Google BERT

Lancé en 2019, cet algorithme se concentre sur la compréhension du contexte et du sens des mots dans une requête de recherche, ce qui permet à Google de mieux comprendre les requêtes longues et complexes.





Les algorithmes de Google

Il est important de noter que Google utilise de **nombreux autres algorithmes**, ainsi que des **mises à jour régulières** pour améliorer constamment les résultats de recherche.

Les professionnels du **référencement** doivent se tenir informés des changements et des mises à jour afin d'optimiser leurs sites web en conséquence.



En pratique





SEO : dans la pratique

- Utiliser les **services de Google**
- Le **responsive mobile** est devenu la norme
- Obtenez un **certificat SSL** (https)
- La **vitesse** de chargement
- Bien rédiger les **contenus** analysés par Google



SEO : stratégie sémantique

Le **mot-clé** ou l'expression-clef est la base de toute optimisation Seo du site en lui-même (référencement on-site).

Les pages contenant un contenu éditorial de qualité permettant de les faire apparaître en fonction des termes tapés par les internautes ou les mobinautes dans leur moteur de recherche préféré.

C'est ce que l'on nomme les [requêtes]



SEO : keywords

Le **mot-clé** ou l'expression générique a une portée très large. Les résultats pour de telles requêtes se comptent fréquemment en millions.

Parmi les mots-clefs les plus pertinents, on trouve évidemment « votre **marque** », mais également toutes celles pour lesquelles vous êtes distributeur.

La **longue traîne** ressemble davantage à un morceau de phrase. C'est ce que l'on nomme en référencement naturel depuis 2004, la « longue traîne », « long tail » en anglais.



SEO : trouver de bons keywords

Au-delà du simple aspect **SEO** qui est loin d'être négligeable, un « bon » mot-clé est celui qui est le parfait compromis entre **quatre impératifs** :

- Avoir un maximum de requêtes mensuelles
- Être le moins concurrentiel possible
- Définir au mieux l'activité de l'entreprise ou le thème du site
- Être déclencheur d'une intention de la part de l'internaute.



SEO : keyword stuffing

Keyword stuffing, une pratique à proscrire

Cette technique est connue sous l'expression «keyword stuffing ou Spamdexing »

Pour Google Panda et Google Pingouin, une telle pratique « black hat » entraîne systématiquement une **pénalité de référencement**.



SEO : backlinking

Un **back Link** est un lien présent sur un autre site que le vôtre et qui pointe vers le vôtre.

Plus vous en avez, mieux c'est !

Les liens entrants (**back links**, ou inbound links, ou encore liens retours) d'une page web sont les liens pointant vers cette page. Le nombre de **back links** est un **critère déterminant pour votre référencement**. Plus votre taux de liens de qualité sera élevé, plus votre site sera considéré comme populaire par 'Google and co' (alias l'ensemble des moteurs de recherche), et donc mieux référencé.



SEO: Lectures complémentaires

Consultez certains des liens pour mieux comprendre le fonctionnement du [SEO](#) :

[SEO](#) : Bien débuter en référencement naturel

[Actu SEO](#) : Actualités seo et moteurs de recherche

[WhatIsMyIp](#) : Outil d'audit de site



<meta description='merci'>