

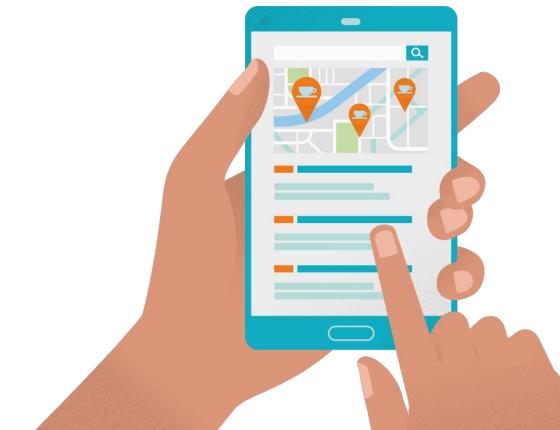


#AteliersNumériques

# Google Ateliers Numériques

---

Se familiariser avec les moteurs de recherche



# Objectifs

---



1. Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche
2. Connaître les bases pour optimiser un site internet
3. Identifier les bons outils pour y arriver

A photograph showing two women sitting at a table in what appears to be a library or study area. One woman in the foreground, with long brown hair and a beige scarf, is looking down at her laptop screen with a focused expression. Another woman is visible behind her, also working on a laptop. The background shows shelves filled with books, creating a scholarly atmosphere.

# Sommaire

- **Les moteurs de recherche et leur fonctionnement**
- Les fondamentaux du SEO
- La boîte à outils pour réussir

# Google year in search

---



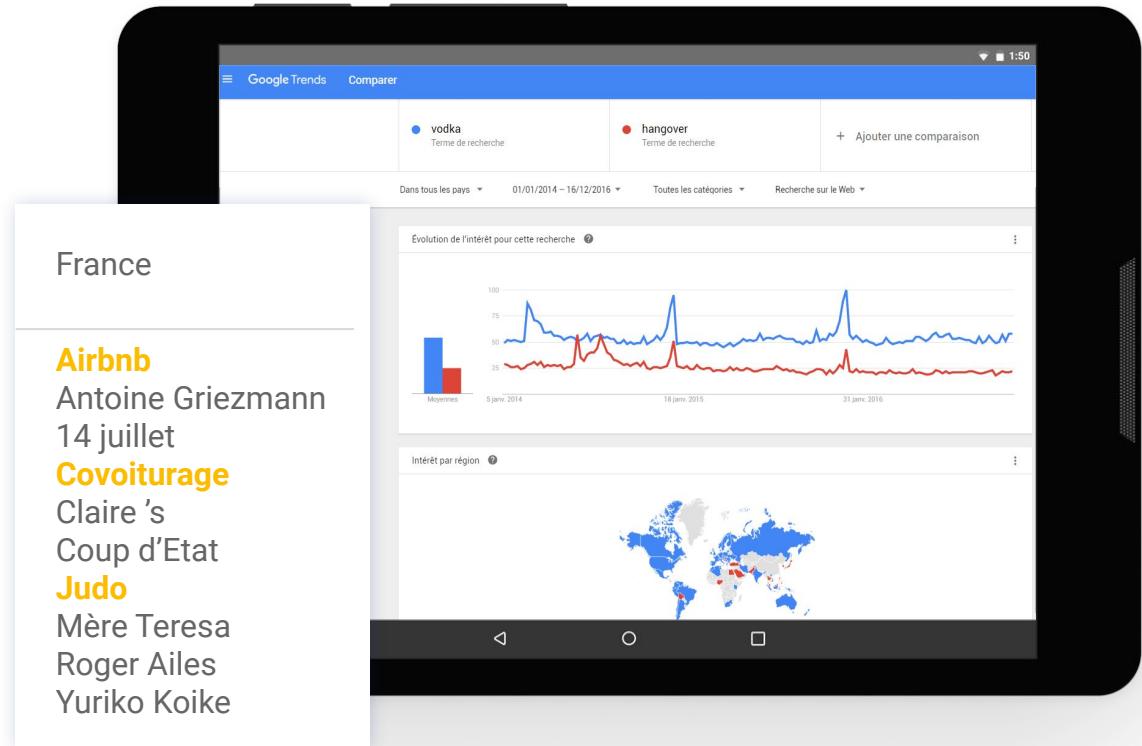
Google Trends

# Google Trends

Outil issu de Google Labs permettant de connaître la fréquence à laquelle un terme a été tapé dans Google.

Utile pour savoir ce que vos clients recherchent et connaître les tendances du moment.

Ne partez pas à l'aveugle,  
renseignez-vous sur ce qui est vraiment important pour vous et votre business.



“

*Trouvez sur Google Trends la première requête*

*“Comment devenir ?” en France sur 2018 :*

- *Pompier*
- *Agent immobilier*
- *Riche*
- *Auto-entrepreneur*
- *Assistante maternelle*



# Ce que nous cherchons aussi sur Google

---

## TOP Recherches insolites

- "Comment faire une recherche sur Google ?"
- "Suis-je enceinte ?"
- "Quand vais-je mourir ?"
- "Comment rentrer chez moi ?"
- "Pourquoi me suis-je marié"
- "Comment faire pour avoir une aventure"

# Question

---



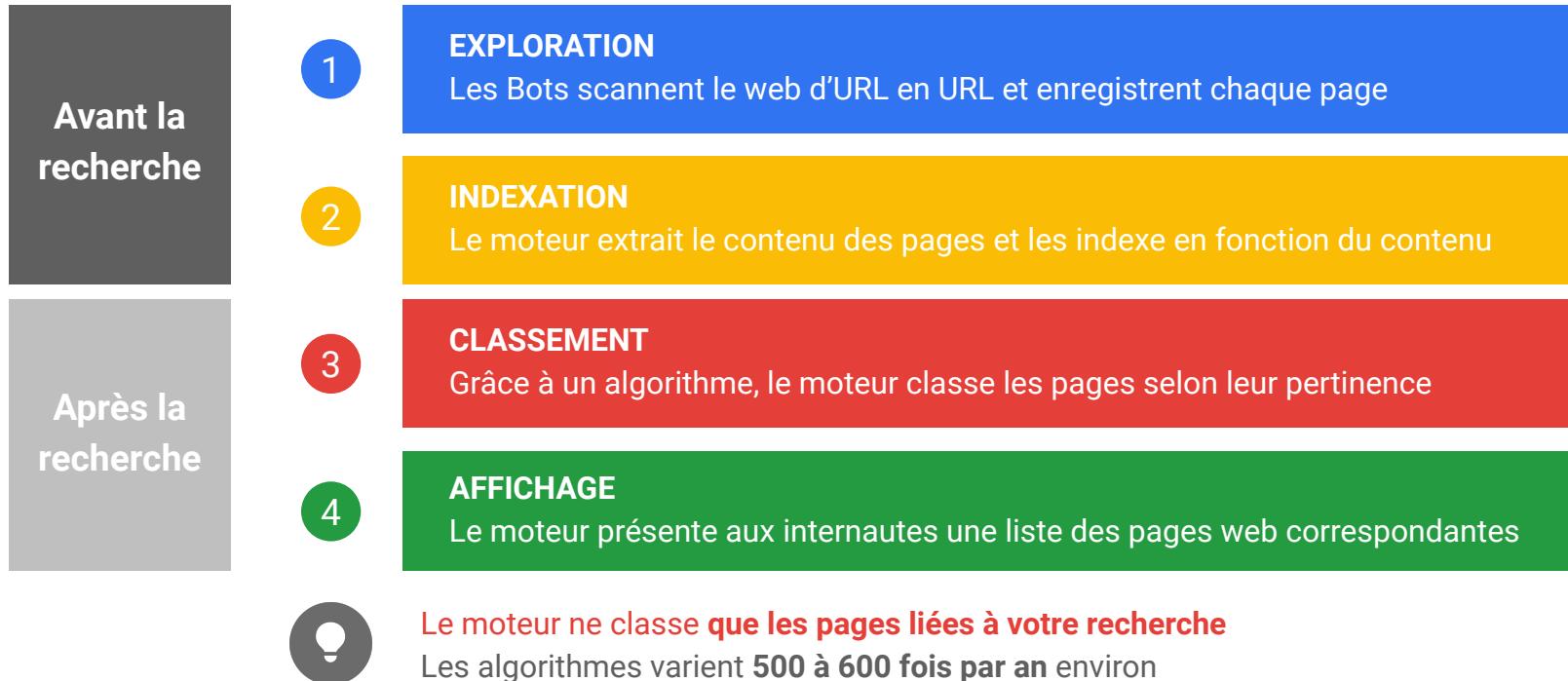
Quel moteur de recherche utilisez-vous le plus souvent ?

# Moteurs de recherche les plus utilisés

---



# Comment fonctionne un moteur de recherche ?



# Indexation mobile first



Google indexe ses pages en analysant la **version mobile** des sites.

## OBJECTIFS :

- Améliorer l'expérience utilisateur
- Être toujours plus pertinent

## NOUVEAUX CRITÈRES :

- Site “mobile-friendly” : pas besoin de zoomer, espaces entre les blocs, taille police,...
- Stop aux bannières interstitielles intrusives

A photograph of a young woman with long brown hair, wearing a light-colored cardigan over a patterned top, smiling as she looks down at her laptop screen. She is in a library setting, with bookshelves visible in the background. Another person is blurred in the background, also working on a laptop.

# Sommaire

- Les moteurs de recherche et leur fonctionnement
- **Les fondamentaux du SEO**
- La boîte à outils pour réussir

# SEO + SEA

## SEA

*Les liens sponsorisés, c'est quand vous payez pour que des liens vers un site s'affichent dans les résultats de recherche pertinents.*

## SEO

*Optimisation du référencement, pour améliorer le classement d'un site dans les résultats de recherche naturelle.*

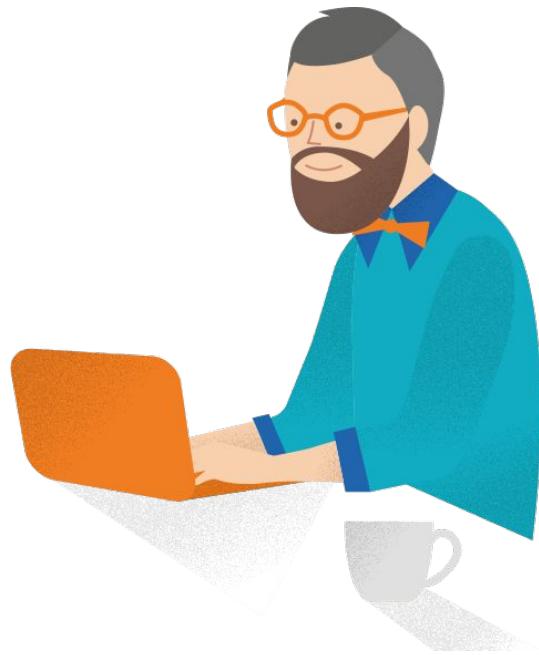
The screenshot shows a Google search results page for the query "magasin ordinateur portable".

- Advertisements:** A box for "Tablette pc portable 2en1 - intel.fr" with a link to www.intel.fr/2-in-1.
- Local Pack:** A map of Montpellier showing locations like Docteur IT, MEDIALOGIK, and DARTY Montpellier Odysseum, each with a red box around it. Below the map are cards for each business with ratings and contact information.
- Organic Search Results:** A list of websites including Boulanger.com, Conforama, and Darty, each with a red box around it. The results include links to product pages like "PC Portable à Petits Prix - Meilleurs prix garantis - boulanger.com" and "Pc Portable 14 Pouces Archos 199,99 € Conforama".

# Pourquoi le SEO et le SEA sont-ils importants ?

---

- En moyenne, **64 %** du trafic Web provient des moteurs de recherche
- La 1<sup>ère</sup> page des résultats génère **92 %** du trafic
- Vous pouvez atteindre **des publics intéressés** par vos produits et/ou service
- Vous pouvez trouver les bons clients grâce au **marketing local**
- **Meilleur ROI** que les leviers traditionnels



# Qu'est-ce que le SEO?

---

Le **SEO** est le processus permettant d'améliorer la visibilité d'un site dans les résultats des moteurs de recherche, dans l'objectif d'attirer du trafic sans payer pour la publicité.

## Objectifs et avantages

Faire figurer son site en tête de liste dans les résultats de recherche naturelle.

Augmenter le trafic sur le site, et donc les ventes.

Marketing rentable, car il est peu coûteux.

Renforcement de l'image de marque si le site figure sur la première page de résultats.

**Rome ne s'est pas construite un 1 jour, soyez patients et persévérants !**

# Ranking Factors

---

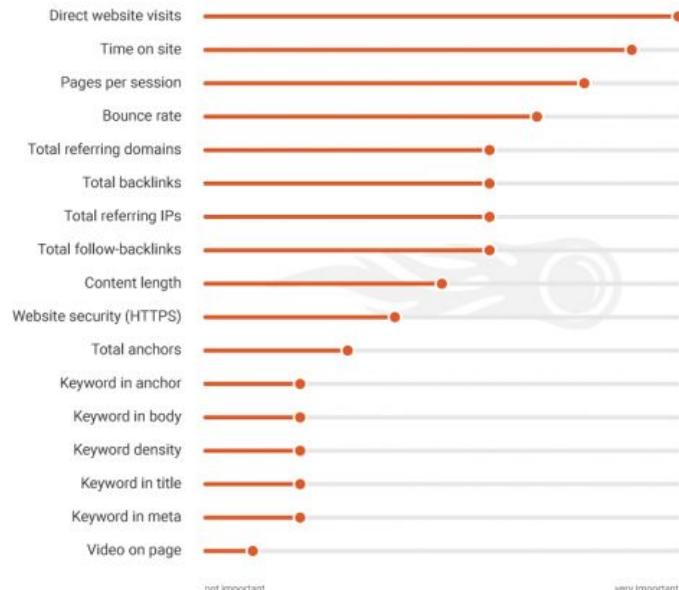
- L'importance de la **notoriété** de la marque (visites directes)
- L'importance de la **qualité et de l'engagement** des internautes (temps passé sur le site)
- L'importance des **backlinks** (liens qui pointent vers votre site)
- L'importance de la **taille du contenu et des mots clés**

## SEMrush Ranking Factors Study 2.0

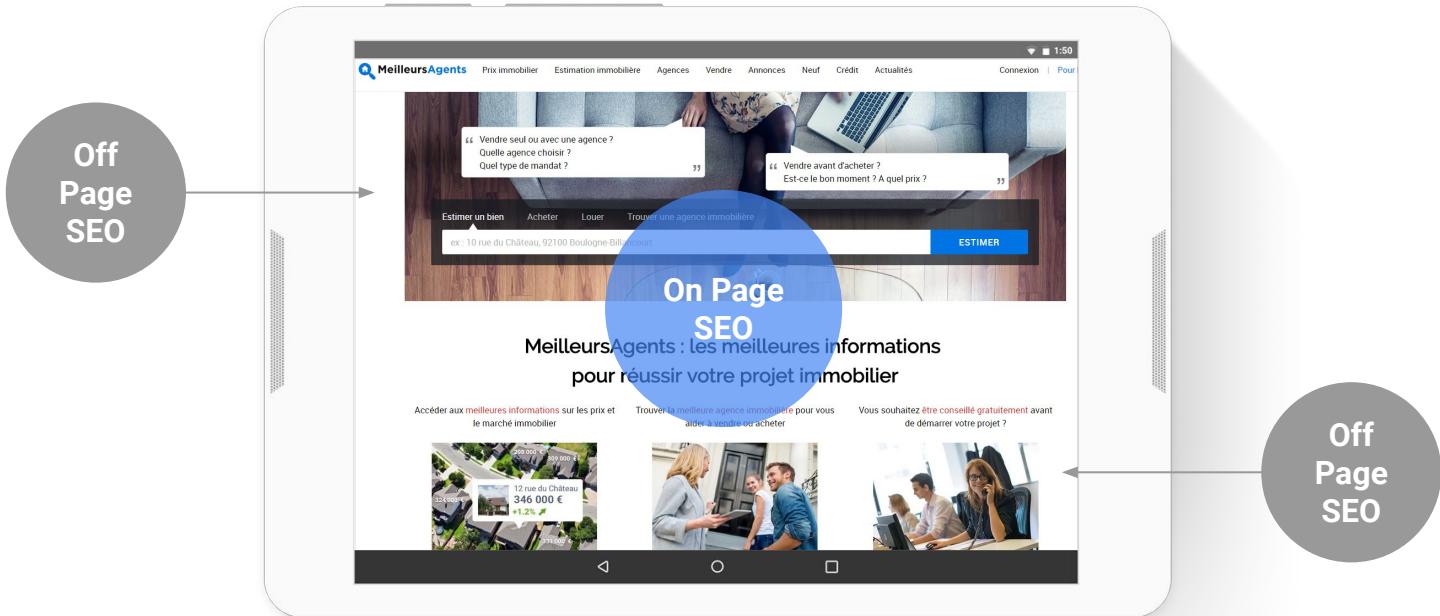
---

Machine learning algorithm applied to 600,000 keywords: a study that will help you become a frontrunner of the SEO Industry.

### 17 ranking factors in order of importance



# Le SEO on page





# 1

## LE CONTENU

# L'évolution du marketing



Source : Marketing 3.0: produits, clients, facteur humain  
Livre de Hermawan Kartajaya et Philip Kotler

“

*Quelle est pour vous LA marque  
3.0 par excellence ?*



# Le cas Coca-Cola

Marketing 1.0  
(~1960 - 2003)

Vendre le produit



Marketing 2.0  
(2004 - 2014)

Satisfaire le client



Marketing 3.0  
(2014 - ...)

Rendre la vie meilleure



# Le marketing de contenu

---

“La création et le partage de contenus en ligne”



Capter l'attention des internautes

Augmenter les ventes



Développer votre notoriété

Générer de l'intérêt et du trafic vers votre site

Toucher son audience comme jamais auparavant

# Bien connaître sa cible

1

Segmenter votre audience pour répondre à ses besoins

2

Créer du contenu à forte valeur ajoutée, adapté à la cible

3

Choisir les bons outils pour susciter l'engagement et fidéliser



Une campagne de marketing de contenu réussie

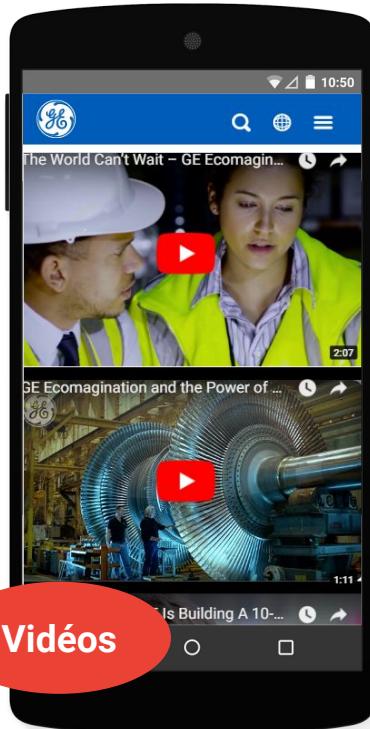


“

*Quels sont les supports à disposition pour diffuser du contenu sur Internet aujourd'hui ?*

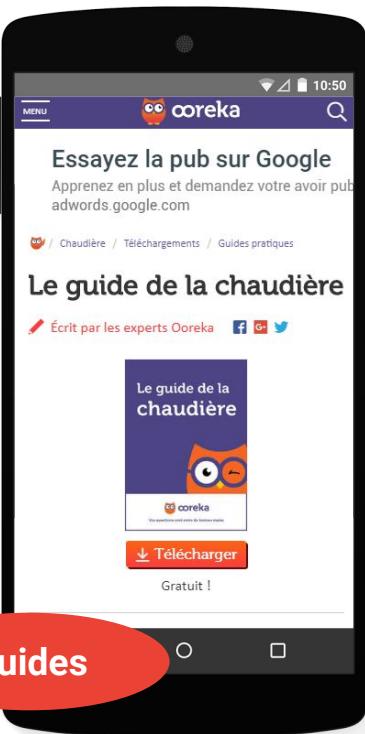


# Choisir les bons formats

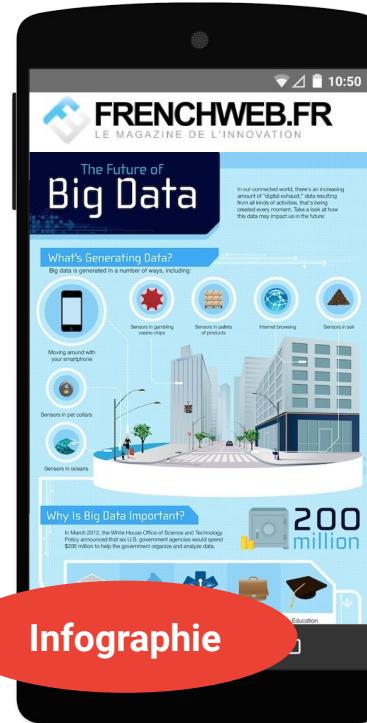


# Choisir les bons formats

---



Guides



Infographie

# Diffuser et promouvoir le contenu

---

1

## LES CANAUX

- Privé
- Public
- Payant

2

## LE CALENDRIER ÉDITORIAL

- Planifiez les actions
- Organisez la production du contenu
- Soyez réaliste

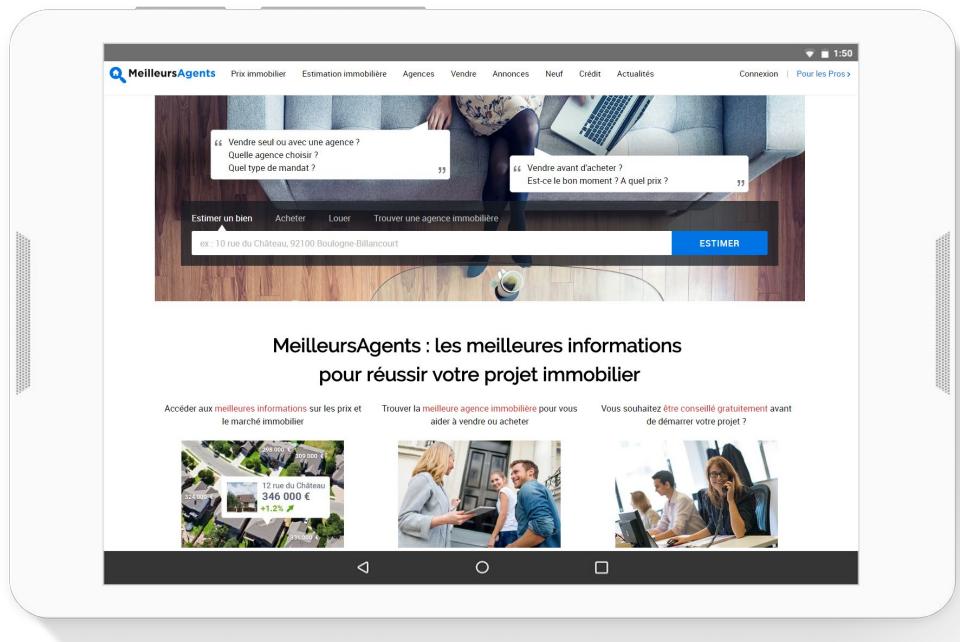
3

## LA MESURE

- Fixez les KPIs
- Mesurez les résultats
- Identifiez les insights
- Améliorez la stratégie

# Un bon contenu SEO

- **Qualité** : offrez un contenu intéressant et original
- **Mots-clés** : assurez-vous que votre contenu procure les informations que les clients recherchent
- **Fraîcheur** : utilisez votre propre contenu et actualisez-le régulièrement
- **Diversité des supports** : images, vidéo, actualités,...

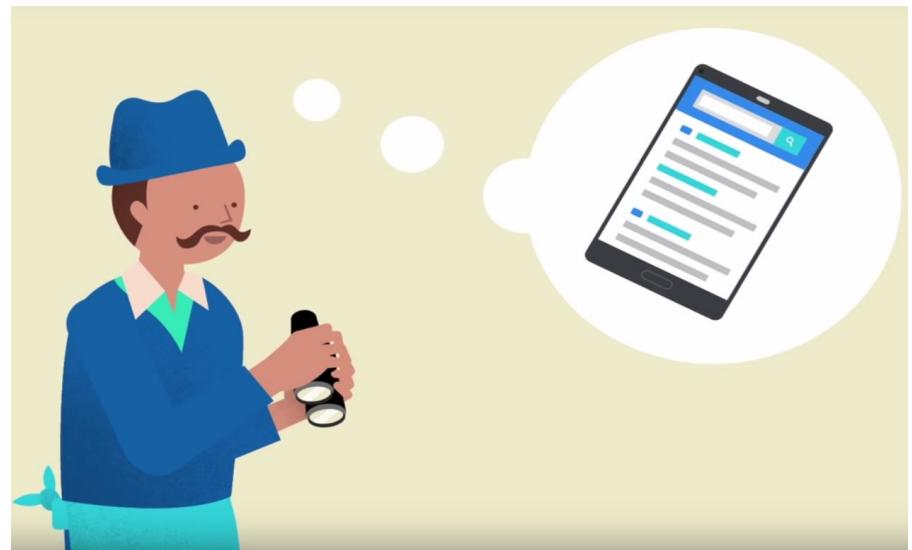


→ Rien n'est plus important pour le SEO qu'un contenu pertinent et de grande qualité

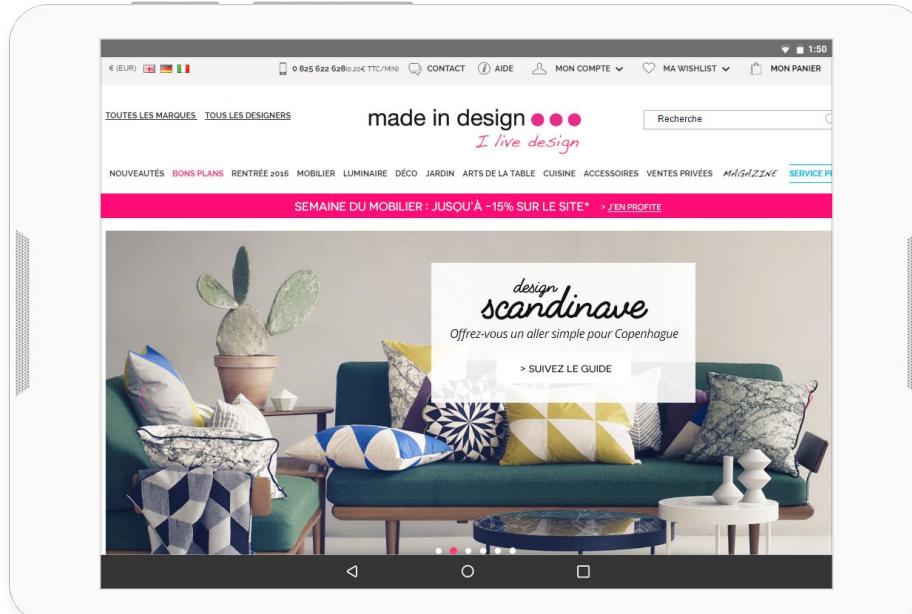
# Les bons conseils

---

- Découvrir les mots ou les expressions que les gens utilisent quand ils recherchent des produits et services liés à votre activité :
  - fréquence
  - longue traîne
  - pertinence
- Faire un point dès qu'il y a des changements dans votre activité (introduction d'un nouveau produit, refonte du site)
- Au moins une fois par an !

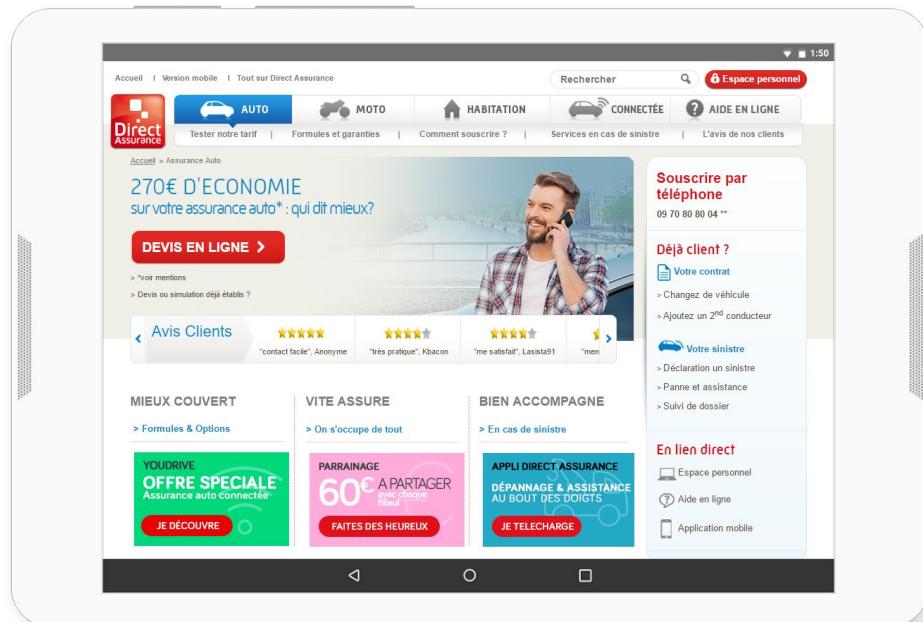


# Exemples de sites optimisés



A screenshot of a Google search results page. The search query 'meubles design' is entered in the search bar. The results include a snippet for 'Mobilier Design &amp; Meuble Contemporain | Made in Design' with the URL 'www.madeindesign.com/mobilier.html'. The snippet describes it as a selection of modern furniture and contemporary furniture for interior design. Other results listed include 'Meuble Design - Mobilier Design et Contemporain - ATYLIA.COM', 'Mobilier Design Pas Cher: Canapé, Chaise, Meuble TV Table Basse ...', 'Du mobilier de designer directement chez vous | made.com', 'AchatDesign: Meuble design - Mobilier contemporain, moderne', and 'Milliboo: Meuble design et mobilier pas cher'.

# Exemples de sites optimisés



Assurance Auto - Direct Assurance  
[www.direct-assurance.fr/assurance/assurance-auto-@view-107-category.html](https://www.direct-assurance.fr/assurance/assurance-auto-@view-107-category.html) ▾  
N° 1 de l'assurance auto directe. 270€ d'économie moyenne. devis personnalisé en ligne. Nous vous remboursions 2X la différence si vous trouvez moins cher ...  
Comment souscrire : Vous êtes déjà client et ... Formules et garanties

Souscrire une Assurance Auto en ligne en 5 min - LeLynx.fr  
<https://www.lelynx.fr/Assurance-auto/la-comparaison-d-assurance-auto.html> ▾  
★★★★★ Note : 4,2 - 3 398 votes  
Le comparateur d'assurances LeLynx.fr vous facilite la souscription de votre assurance auto en ligne. Pour souscrire, il suffit de remplir le formulaire.

Assurance auto en ligne - Devis/contrat d'assurance voiture - Amaguiz  
<https://www.amaguiz.com/assurance-auto.html> ▾  
★★★★★ Note : 4,2 - 3 398 votes  
L'assurance auto amaguiz, c'est 3 offres sur mesure : au km, éco conduite ou classique, il y en a forcément une pour vous. devis personnalisé en 3 minutes.  
Devis assurance auto en ligne - Assurance auto en ligne - Assurance éco conduite

Comparateur Assurance Auto - LesFurets.com  
<https://www.lesfurets.com/assurance-auto.html> ▾  
★★★★★ Note : 4,1 - 5 395 votes  
Comparez GRATUITEMENT les tarifs d'assurance auto avec LesFurets.com, comparateur d'assurance automobile ... Choisir son assurance auto en ligne

Assurance auto : Comparateur et Devis Gratuit - Assurland.com  
<https://www.assurland.com/assurance-auto.html> ▾  
★★★★★ Note : 4,3 - 1 793 avis  
Economisez jusqu'à 40% sur votre assurance auto ! ... Inventeur du concept de comparaison d'assurances auto en ligne, assurland.com interagit en quelques

## 2

# LE CODE HTML

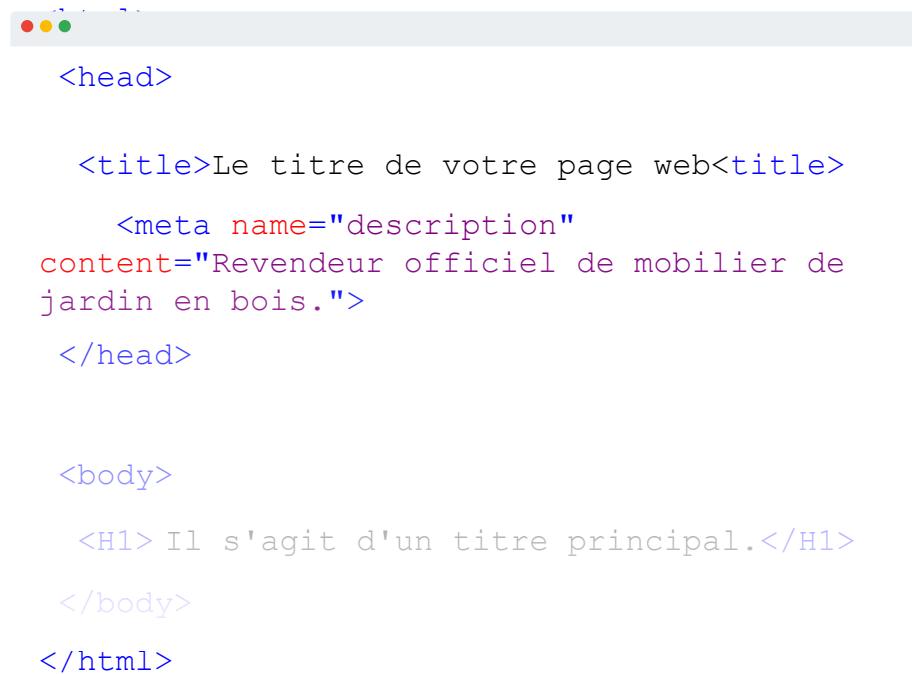
```
<li><a href="index.html">Home</a></li>
<li><a href="home-events.html">Home Events</a></li>
<li class="has-children"> <a href="#" class="current">Multiple Column Menu on Larger Viewports</a>
    <ul>
        <li><a href="tall-button-header.html">Tall Button Header</a></li>
        <li><a href="image-logo.html">Image Logo</a></li>
        <li class="active"><a href="tall-logo.html">Tall Logo Images</a></li>
    </ul>
</li>
<li class="has-children"> <a href="#">Carousels</a>
    <ul>
        <li><a href="variable-width-slider.html">Variable Image Width Sliders</a></li>
        <li><a href="testimonial-slider.html">Testimonial Slider</a></li>
        <li><a href="featured-work-slider.html">Featured Work Slides</a></li>
        <li><a href="equal-column-slider.html">Equal Column Slides</a></li>
        <li><a href="video-slider.html">Video Slides</a></li>
        <li><a href="mini-bootstraps.html">Mini Bootstrap Examples</a></li>
    </ul>
</li>
```

# Facteurs de succès SEO on-page

---

## Le code HTML

- Créez des titres de pages uniques, courts et pertinents
- Utilisez les balises :
  - Title
  - Meta “description”
- Le titre doit être court et sympathique, tandis que la description doit correspondre au contenu de la page



```
<head>
  <title>Le titre de votre page web</title>
  <meta name="description" content="Revendeur officiel de mobilier de jardin en bois.">
</head>

<body>
  <H1> Il s'agit d'un titre principal.</H1>
</body>
</html>
```

The screenshot shows the Le Monde.fr website's Pixels section. At the top, there's a navigation bar with links like "Le Monde", "Télérama", "Le Monde diplomatique", "Le Huffington Post", "Courrier International", "La Vie", "L'Obs", "Services Le Monde", and "S'abonner au Monde à partir de 1€". Below the navigation is a search bar and social media links. The main content area features a large image of a person wearing a VR headset. A green box highlights a news article titled "Optimiste, l'industrie du jeu vidéo en France reste néanmoins fragile". Another green box highlights a sidebar with the text "Dans un rapport remis jeudi 24 novembre à Axelle Lemaire, le Syndicat national du jeu vidéo brosse un portrait optimiste de son industrie. Malgré une fragilité bien réelle du secteur." To the left, there's a sidebar with a headline "TROIS ANS APRÈS LES RÉVÉLATIONS SNOWDEN, LA SURVEILLANCE DE MASSE SE PORTE BIEN ..." and a small image of a person. Below the main image, there are two smaller images: one of a drone and another of a person at a table.

## 1 : Balise Titre

Pixels : Toute l'actualité sur Le Monde.fr

```
<title>Pixels : Toute l'actualité sur Le Monde.fr.</title>
```

## 2 : Balise Meta Description

```
<meta name="description" content="Pixels - Découvrez gratuitement tous les articles, les vidéos et les infographies de la rubrique Pixels sur Le Monde.fr.">
```

## 3 : Balise en-tête / H1

```
<h1 class="tt2">Optimiste, l'industrie du jeu vidéo en France reste néanmoins fragile</h1>
```

# Utilisation des balises

The diagram illustrates how Google uses meta tags to generate search results. It shows two search results for the query "impression photo".

**Title:** The first result, "Développement Photo Numérique et Tirage Photo - PhotoBox", has a dashed line connecting its title to the page's title tag: <title>Développement Photo Numérique et Tirage Photo - PhotoBox</title>.

**Description:** The second result, "Développement Photo Numérique et Tirage Photo - PhotoBox", has a dashed line connecting its description to the page's meta description tag: <meta content="Tous les formats pour imprimer vos photos sont ici : petit ou grand, carré, panoramique ou tirage photo rétro.. Les pros de l'impression photo c'est nous !" name="description">.

**DESCRIPTION :** Parfois, Google va choisir un autre élément de la page à afficher dans les recherches

# Beekast time

---

Maxime vend les produits de sa ferme en ligne.  
Il veut optimiser la page qui vend des fruits et légumes.

Pouvez-vous aider Maxime à choisir un titre et une meta description appropriés ?

## TITLE

1. Produits de Maxime - Vente produits locaux
2. Des produits fermiers à Nantes
3. Produits de Maxime - Fruits et légumes frais
4. Achetez vos produits frais et locaux



# Beekast time

---

**Maxime** vend les produits de sa ferme en ligne. Il veut optimiser la page qui vend des fruits et légumes.

Pouvez-vous aider **Maxime** à choisir un titre et une meta description appropriés ?

## META DESCRIPTION

1. Produits cultivés localement et livrés chez vous
2. Produits frais de la ferme cultivés par le fermier local Maxime et livrés à votre porte
3. Mangez local sur Nantes - Produits fermiers : fruits, légumes, œufs...
4. Fruits et légumes cultivés localement et livrés chez vous en 24h



# beekast

# Break

---





# 3 L'ARCHITECTURE

# Facteurs de succès SEO on-page

---

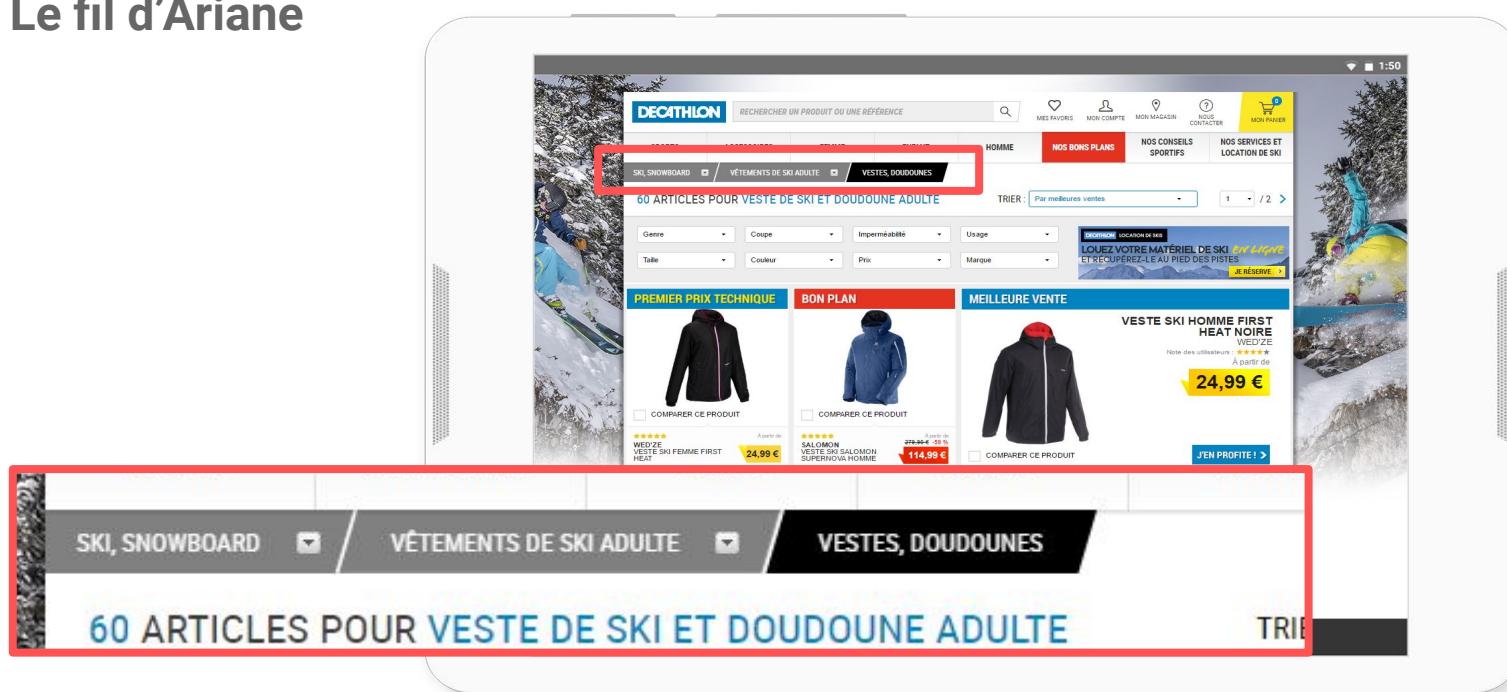
## L'architecture

- Faciliter l'exploration de votre **contenu textuel** par le moteur
- Utiliser les "fils d'Ariane" pour aider le robot et les visiteurs à naviguer
- Utiliser des URL descriptives et similaires au fil d'Ariane
- Optimiser votre site pour **les mobiles** (cf. outil)
- Optimiser **la vitesse de chargement** des pages.



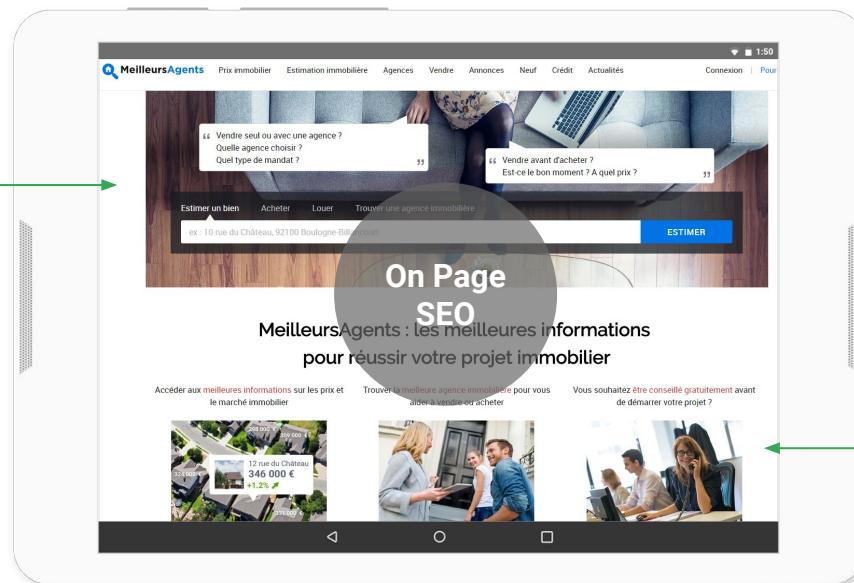
# Facteurs de succès SEO on-page

## Le fil d'Ariane



# Le SEO off-page

Off  
Page  
SEO



Off  
Page  
SEO

# Les backlinks

2 atouts pour contrôler ce qui se dit de vous



## Liens entrants

- Lien situé sur un autre site qui pointe vers le vôtre
- Mix entre qualité et quantité



## Réseaux Sociaux

- Toucher un public plus large
- Met en avant votre contenu
- Peu importe la popularité

Créer un bon contenu qui donne à votre site une image de qualité et attire des visiteurs

# Liens entrants vers votre site

---

- Sites de comparateurs
- Market places (e-commerce)
- Communiqués de presse
- Blogs : interne et externe



LES NEWS DU NET  
News, Communiqués de Presse et Actualités

# Facteurs de succès SEO off-page

---

## La construction de liens - NETLINKING

### À FAIRE

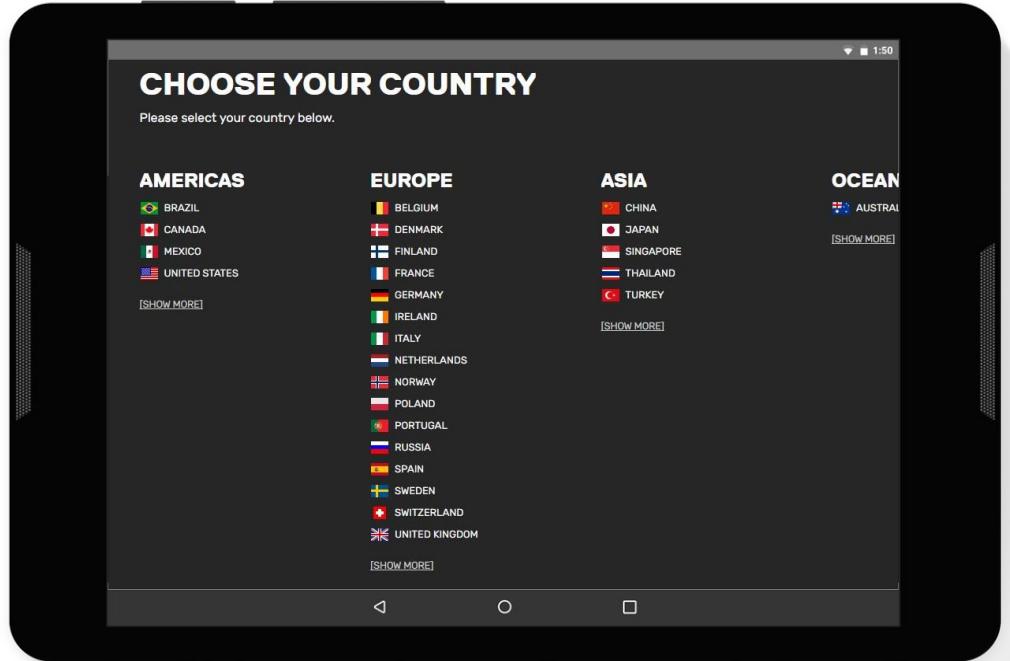
- Liez votre site aux réseaux sociaux
- Invitez les gens à lire votre contenu
- Invitez les gens à donner des avis sur votre contenu
- Créez des liens vers des sites que vous aimez
- Utilisez les blogs et mini-sites

### À ÉVITER

- Inclure un lien vers votre site dans les forums en ligne ou dans une signature de forum
- Utiliser un système d'échange de liens

# Le SEO à l'international

- 1 langue = 1 URL différente
- Évitez d'avoir plusieurs langues sur une même page
- Évitez les outils de traduction automatiques (qualité du contenu)
- Pensez aux devises affichées
- Pensez aux indicatifs téléphone
- Affichez le bon site en fonction de la géolocalisation



A photograph showing two women sitting at a table in what appears to be a library or study area. One woman in the foreground, with long brown hair and a beige scarf, is looking down at her laptop screen with a focused expression. Another woman is visible behind her, also working on a laptop. The background shows shelves filled with books. The overall atmosphere is one of concentration and learning.

# Sommaire

- Les moteurs de recherche et leur fonctionnement
- Les fondamentaux du SEO
- **La boîte à outils pour réussir**

# Beekast time

---

**Maxime** tient à améliorer ses résultats sur les moteurs de recherche et veut utiliser le SEO à cet effet. Il a écrit le processus étape par étape pour son plan SEO, mais il est actuellement dans le désordre.

Pouvez-vous le remettre dans l'ordre ?

- A. Mettre en œuvre des changements pour le SEO
- B. Mesurer la performance du SEO
- C. Mots clés de recherche et autres contenus SEO
- D. Définir les objectifs et la stratégie SEO
- E. Continuer à optimiser
- F. Audit du site



beekast

# Plan d'optimisation du SEO

---

Audit du site

Mots clés de recherche pour identifier les opportunités

Définir les objectifs et la stratégie

Mettre en œuvre des changements

Mesurer la performance

Continuer à optimiser

**Le SEO est un processus itératif,  
qui doit se répéter encore et encore...**



# Conseils et astuces pour optimiser votre SEO

---

Le travail de SEO **n'est jamais terminé**, parce que les tendances changent, les utilisateurs modifient leur comportement et les moteurs de recherche évoluent avec le temps :

- 1 Renseignez-vous sur le fonctionnement des moteurs de recherche
- 2 Gardez un œil sur les changements et surveillez leur impact sur votre site Web
- 3 Trouvez l'inspiration sur d'autres sites Web
- 4 Parlez à vos clients !
- 5 Analyser le succès de votre SEO (outils gratuits, Search Console, Analytics)

OBJECTIFS CLAIRS



OUTILS DE SUIVI

# Le SEO est à vous !

---



# Exercice

---

Le café de **Paul** : On Page, Off Page ou ni l'un ni l'autre ?

		On Page	Off Page	Ni l'un ni l'autre
1	Souligner les aspects uniques de son activité			
2	Écrire un blog pour faire l'éloge de ses grains de café péruviens			
3	S'assurer que son café apparaît sur Google Maps			
4	Coller une description de ses grains de café péruviens trouvée sur un autre site			
5	Mettre ponctuellement à jour son contenu Web pour les amateurs de café			
6	Essayer d'attirer d'autres amateurs de café pour qu'ils donnent un avis à propos de son activité/site			

# Exercice

---

Le café de **Paul** : On Page, Off Page ou ni l'un ni l'autre ?

		On Page	Off Page	Ni l'un ni l'autre
1	Souligner les aspects uniques de son activité			
2	Écrire un blog pour faire l'éloge de ses grains de café péruviens			
3	S'assurer que son café apparaît sur Google Maps			
4	Coller une description de ses grains de café péruviens trouvée sur un autre site			
5	Mettre ponctuellement à jour son contenu Web pour les amateurs de café			
6	Essayer d'attirer d'autres amateurs de café pour qu'ils donnent un avis à propos de son activité/site			

# Outils pour aider à mettre en œuvre le SEO

---



Permet de rechercher de nouveaux mots clés ou des idées de groupe d'annonces, ainsi que d'obtenir les tendances d'exécution.



Permet d'inscrire un site que vous possédez, de l'analyser et de savoir comment l'optimiser pour Google.



La saisie d'un mot clé vous permet d'explorer les termes de recherche associés par langue et pays.



L'inscription à Majestic permet d'effectuer des recherches et des analyses SEO.

# Les outils à votre disposition



## Keyword Planner

Outil qui vous permet de préparer vos campagnes en vous positionnant sur les mots-clés les plus pertinents :

- Rechercher les mots-clés et les listes sur lesquels vous positionner
- Obtenir des tendances et des prévisions pour viser au plus juste

A screenshot of the Google AdWords Keyword Planner interface. The top navigation bar includes "Accueil", "Campagnes", "Opportunités", "Rapports", and "Outils". The main section is titled "Planification des mots clés" with tabs for "Rechercher des mots clés" (selected), "Examiner le plan", and "Étiqueter". A search bar contains the query "entrepreneur, pme, start-up, entreprise, tpe, pmj, réussite, entreprenariat". Below the search bar, it says "Nombre moyen de recherches mensuelles pour toutes les idées Entre 100 k et 1 M". A table displays the results:

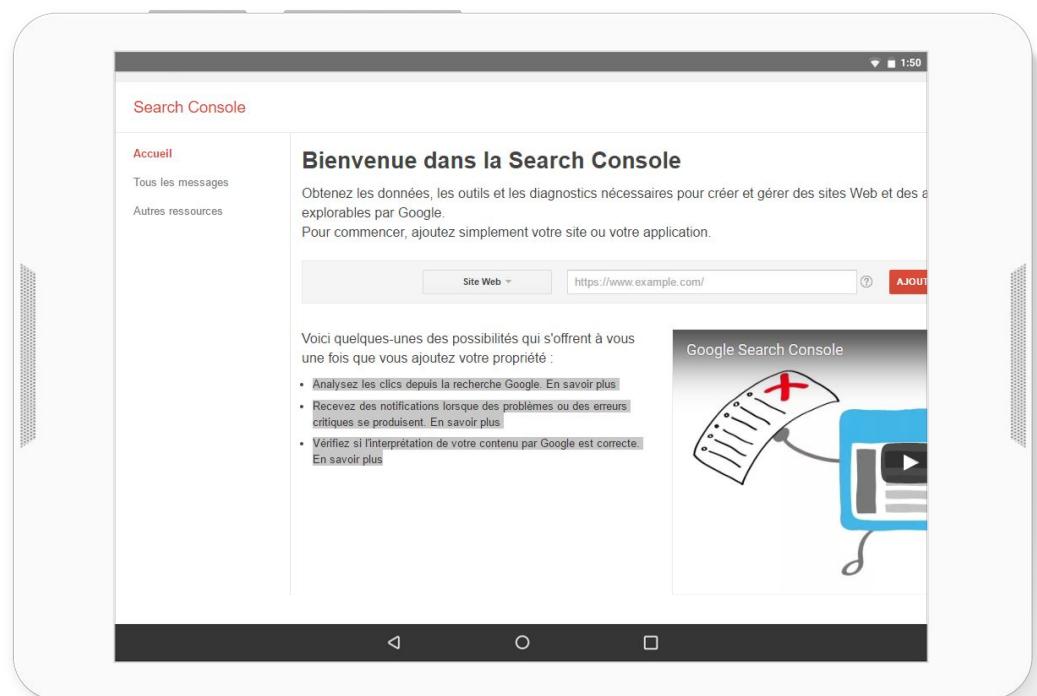
Mot clé (par ordre de pertinence)	Nombre moy. de recherches mensuelles	Concurrence	enchère suggérée	Taux d'impr. d'annonces
entrepreneur	Entre 10 k et 100 k	Faible	1,63 €	
pme	Entre 10 k et 100 k	Faible	1,73 €	
tpe	Entre 10 k et 100 k	Faible	1,43 €	
start up	Entre 10 k et 100 k	Faible	1,27 €	

# Les outils à votre disposition

## Google Search Console

Outil qui vous permet de vérifier si votre site est indexé par Google et d'optimiser votre référencement :

- Analyser les clics depuis la recherche Google
- Recevoir des notifications lorsque des problèmes ou des erreurs critiques se produisent
- Vérifier si l'interprétation de votre contenu par Google est correcte
- Obtenir votre rapport d'analyse
- Vérifier où se trouvent les liens pointant vers votre site



# Google Search Console

---



# Des questions ?

---



# Merci

---

