



TC5 Dev - Le SEO

21/01/2022

Gomez Gaétan

Le SEO est un concept essentiel du Web. En tant que développeur Web, connaître et maîtriser les bases de ce concept est capital pour maximiser la valeur du travail effectué. Un site peut-être le meilleur au monde, si personne ne le consulte cela ne sert à rien.

SEO, définitions et concepts

Q1 : Définir le SEO.

SEO (Search Engine Optimisation) signifie en français : « Optimisation pour les moteurs de recherche ». Ce terme définit l'ensemble des techniques mises en œuvre pour améliorer la position d'un site web sur les pages de résultats des moteurs de recherche (SERP). On l'appelle aussi référencement naturel. L'objectif d'un expert en référencement naturel est d'améliorer la visibilité des sites web qu'il prend en charge en leur faisant gagner des places sur les moteurs de recherche (Google, mais aussi Yahoo !, Bing, etc.). Le but est de faire se rencontrer les internautes intéressés par des produits / services ou du contenu informatif. On dit qu'un site est bien optimisé ou référencé s'il se trouve dans les premières positions d'un moteur de recherche sur les requêtes souhaitées.

SOURCE : <https://www.seo.fr/definition/seo-definition>

Q2. Pourquoi se concentrer principalement sur le référencement d'un site sur Google ?

Google est le plus gros moteur de recherche (93% des utilisateurs dans le monde utilise google, test indexation). Le référencement d'un site est un acteur majeur pour sa visibilité. En effet si vous créez un site mais que celui-ci n'est pas visible dès les premières lignes sur un moteur de recherche. Vous avez très peu de chance qu'un utilisateur et l'envie de chercher votre site. Il faut lui mâcher le travail. Effectivement il est mieux si en tapant les bons mots clés correspondant à votre site, celui-ci se trouve sur la première page et les premières lignes de google.

Q3. Où peut-être référencé un site ? (Pensez que Google est un environnement multiple).

Q4. Quelles sont les différences d'intérêts entre Zalando et une site de formation au Web vis à vis du référencement ?

Le référencement ne sera pas le même. Les mots clés pour référencer ce site ne seront pas du tout les mêmes. Zalando aura du style "vêtement", "mode" ... Alors qu'un site de formation aura "formation", "Web"... De ce fait, ils n'auront pas le même objectif vis-à-vis de l'algorithme de référencement. De plus, ils n'auront pas du tout le même style de design de site. Ils ne seront pas en concurrence entre eux tout simplement car ils n'abordent pas le même centre d'intérêt. Différences de lieux de référencement (maps, shopping, images pour Zalando. Alors que le site de formation sera accès sur les vidéos) Différences de finalités de référencement (achat VS informations).

Q5. Qu'est-ce que les Googlebots, aussi appelés spiders ? Expliquer leur fonctionnement.

Googlebot est le nom générique du robot d'exploration de Google. Il désigne deux types de robots d'exploration distincts : l'un simule un internaute sur un ordinateur, tandis que l'autre simule un utilisateur sur un appareil mobile. Votre site Web est probablement exploré par les deux types de robots d'exploration de Google : Googlebot pour ordinateur et Googlebot pour smartphone. Les googlebots sont des robots d'indexation utilisés par le moteur de recherche Google afin de recenser et indexer les pages web. Ces bots vont donc analyser votre site pour tout d'abord vérifier si celui-ci est bien compatible avec Google (autant la version PC que Mobile). Dans le cas échéant, votre site sera très mal référencé. Dans le cas contraire si votre site répond aux attentes des bots ils sera référencé suivant les mots clés que vous avez défini.

Q6. Définir le crawling

Aujourd'hui, avoir un site Internet est une nécessité, mais ce n'est pas suffisant. Si vous voulez réussir, vous devez utiliser le crawling pour générer du trafic. Concrètement, le crawling vous permettra d'indexer votre site web sur les moteurs de recherche pour gagner en visibilité. Quand vous faites une recherche sur Google, celui-ci a pour objectif de vous proposer les résultats les plus pertinents. Pour y arriver, le moteur de recherche doit analyser le contenu des pages web, en retirer les informations essentielles et décider comment il va les positionner dans les pages de résultats. C'est ce qu'on appelle le Crawl Google, le crawling web, le crawling moteur de recherche, ou plus généralement le crawling. Le crawling est donc un processus d'exploration des pages web pour les classer selon leur pertinence. Ce sont les crawlers de Google, ou robots d'indexation, qui s'en occupent. Ils vont extraire et évaluer les mots des pages web pour déterminer leur pertinence par rapport à votre requête.

SOURCE : <https://www.sortlist.fr/blog/crawling/>

Q7 : Vous êtes développeur Web et un de vos clients vous dit qu'on ne trouve pas son site lorsque l'on cherche sur Internet. Rédiger un mail afin de lui vendre une prestation de référencement.

frederique-levant@gmail.com

Prestation de référencement

Cher Monsieur Levant.

Vous m'avez contacté pour un problème de référencement de votre site WEB. En effet je suis en mesure de vous vendre une prestation de référencement. Car je connais très bien les bots d'indexation de Google et autres comme les spiders et comment répondre à leurs critères. De plus je peux vous mettre une suite de mots clés précis et efficaces pour trouver votre site Web en premier lieu après un recherche Google.
En espérant pouvoir travailler pour vous.

Cordialement

Gomez Gaétan

Q8. Identifier les causes les plus fréquentes d'un problème de référencement.

Les principales causes les plus courantes d'un problème de référencement sont :

→ Des pages en manque de contenu : Si on a coutume de prendre la règle des 300 mots minimum comme principe immuable, il ne faut pas oublier qu'avant tout le contenu doit être intéressant, unique et assez long pour exploiter le sujet choisi au maximum.

→ Des pages de faible qualité : Un clic sur une catégorie vide. Une catégorie sans présentation avec un produit sans véritable travail de rédaction. Des liens à foison placés partout et surtout n'importe où. Un contenu avec trois lignes de description qui n'apporte rien. Je vous l'avais dit : la liste des problèmes liés à la qualité des pages web est longue.

→ Contenu obsolète et déception de l'internaute : Dès qu'un internaute clique sur un résultat qui n'est plus à jour et repart aussitôt, dès qu'un internaute est déçu de ne pas retrouver ce qui était promis dans la méta description de la page cliquée ou encore quand le titre est accrocheur mais ne tient pas ses promesses, l'internaute fuit et Google le suit.

→ Duplicate content : le copier-coller c'est mal

→ Un design dépassé et/ou mal pensé : Premier contact que l'on a avec un site web, le design est aussi évoqué dans les problèmes de référencement naturel. Et pour cause : un webdesign mal exécuté fait fuir les visiteurs et donc fait du tort au site web pour son positionnement. En ligne de mire, plusieurs erreurs comme une surabondance de fenêtres pop-up, un design trop ancien et non intuitif, une version mobile responsive inexistante, un menu trop chargé et incompréhensible.

→ Un temps de chargement de pages trop long : Que ce soit sur mobile ou sur ordinateur, le temps de chargement des pages est devenu un critère prédominant pour le classement des pages dans le moteur de recherche

→ Trop de publicités envahissantes : Une fenêtre pop-up par là, un clignotement par-ci, des bandeaux ici et là, la pub omniprésente sur les sites web est un frein considérable pour les performances d'un site.

→ Ignorance des mots clés ou surabondance de mots clés (Balise META, H1 ...): C'est ce que va taper l'internaute dans le moteur de recherche qui doit définir vos mots-clés

→ Des pages trop profondes :Clic, clic, clic et reclic. Plus le taux de clic est élevé pour atteindre une page depuis la page d'accueil, plus on dit que la page est profonde. La profondeur des pages peut en effet être un problème car l'internaute doit "fouiller" pour atteindre une page susceptible de plus l'intéresser.

→ Pas d'animation ni de nouveauté sur le site : Un site vit et a besoin d'être renouvelé jour après jour.

SOURCE : <https://www.3scglobalservices.com/fr/blog/referencement-google-site-internet>

TC5 Dev - Les algorithmes SEO

Compétences BTS SIO

Compétences	Savoirs associés
Référencer les services en ligne de l'organisation et mesurer leur visibilité.	Référencement et mesure d'audience d'un service en ligne

Rappel des indicateurs de performance de la compétence "Développer la présence en ligne de l'organisation:

- L'image de l'organisation est conforme aux attentes et valorisée.
- Les enjeux économiques liés à l'image de l'organisation sont identifiés et les obligations juridiques sont respectées.
- Les mentions légales sont accessibles et conformes à la législation.
- La visibilité des services en ligne de l'organisation est satisfaisante.
- Le site Web a évolué conformément au besoin exprimé.

Introduction

Nous allons désormais nous intéresser aux algorithmes de Google et au principe du cocon sémantique.

Les algorithmes (Groupe 1)

1. Citer les deux principaux algorithmes de Google concernant le SEO.
2. Quelle est la cible de chacun d'entre eux ? (Pourquoi ont-ils été créés ? Pour contrer quelle pratique ?)
3. Quel est le fonctionnement de chacun d'entre eux ?

Q1 : Les 2 algorithmes les plus connus de Google sont Panda et Pingouin. Apparus respectivement en 2011 et 2012, ils font respecter leurs règles et attention aux faux pas !

Enfin, « hummingbird » ou Colibri en français, est apparu en 2013. Cet algorithme va plus loin que les précédents car il ne raisonne pas en fonction des mots-clés tapés lors de la recherche. L'algorithme offre des résultats plus précis et pertinents sur des requêtes liées par exemple à votre situation géographique.

Q2 : Panda sanctionne les sites de mauvaise qualité au contenu de faible valeur ajoutée.

Par exemple, les sites publiant du contenu pour générer des revenus publicitaires ou bien des sites dupliquant du contenu déjà existant ainsi que les comparateurs de prix. La dernière version officielle de Panda date de juillet 2015. C'est un algorithme majeur de Google.

Pingouin s'attaque aux sites « sur optimisés pour le SEO » dans le but de booster leur référencement. Cette technique consiste à multiplier des liens sortants (netlinking) non justifiés, mais de multiplier les liens entrants issus d'autres sites (backlinking), enfin de décliner un contenu identique sur différentes pages d'un site. Penguin a été mis à jour le 23 septembre 2016. Il est enfin intégré dans l'algorithme de Google, avec des mises à jour « en temps réel ». C'est un autre algorithme majeur de Google.

Q3 : Comment les algorithmes fonctionnent-ils ? Les algorithmes se présentent comme des robots d'indexation encore appelés bots, spiders, crawlers ou agents qui parcourent les sites à intervalles réguliers. Ils scannent de haut en bas tout ce qui se trouve sur votre site. C'est pour cette raison qu'en termes de référencement naturel (SEO), il est important de mettre les bons mots-clés en haut de page d'un site. Ce n'est bien sûr pas suffisant, car le SEO est un ensemble et de nombreux points sont à optimiser.

Le cocon sémantique (Groupe 2)

Laurent Bourrelly a créé dans les années 2010 une architecture nommée cocon sémantique permettant d'optimiser le référencement de son site Web tout en prenant en compte les algorithmes vus précédemment.

4. Quel est le principe de base du cocon sémantique ?
5. Quelles sont les 4 étapes de la création d'un cocon sémantique ?
6. Décrire chacune des étapes.