

Activité 5 : Le référencement sur internet

Compétences du référentiel

Développer la présence en ligne de l'organisation

- Référencer les services en ligne de l'organisation et mesurer leur visibilité

Comprendre la notion de référencement et son utilité

1. Qu'est-ce que le référencement web ?

Le référencement, aussi appelé SEO pour Search Engine Optimization, est l'ensemble des efforts effectués pour mieux positionner un site ou une page web dans les résultats sur les moteurs de recherche. Le référencement peut être travaillé à trois niveaux : l'optimisation du contenu de la page, l'optimisation de liens pointant vers la page et les éléments techniques.

2. Quels sont les deux types de référencement sur Internet ?

Le référencement dit payant ou sponsorisé (SEA) et le référencement dit naturel ou organique (SEO). Ces deux pratiques ne répondent pas aux mêmes règles ni aux mêmes besoins.

Le référencement payant ou SEA, search engine advertising, consiste à diffuser des annonces ciblées, en général au-dessus et sur les côtés des pages de résultat des moteurs de recherche. Ces publicités permettent aux annonceurs de gagner en visibilité grâce à des mots-clés choisis judicieusement.

3. En matière de référencement, qu'appelle-t-on SERP ?

L'acronyme anglophone SERP, pour Search Engine Result Page, désigne la page web générée par un moteur de recherche pour répondre à une requête tapée par un internaute. La SERP propose une sélection des liens considérés comme les plus pertinents par rapport à l'intention de recherche : information, achat, prise de décision, etc. Plus simplement, il s'agit de la page web qui s'affiche lorsqu'un internaute effectue une recherche sur un moteur de recherche comme Google ou Bing.

4. Qu'est-ce que le taux de clic ou CTR (Google) ?

Ce ratio indique à quelle fréquence les personnes qui voient votre annonce ou votre fiche produit gratuite cliquent dessus. Le taux de clic (CTR) permet d'évaluer les performances de vos mots clés, annonces et fiches gratuites.

Le CTR correspond au nombre de clics sur votre annonce divisé par le nombre de fois où elle s'est affichée (clics ÷ impressions = CTR). Par exemple, si vous enregistrez 5 clics et 100 impressions, votre CTR est de 5 %.

Chaque annonce, fiche et mot clé est associée à un CTR spécifique, que vous pouvez consulter dans votre compte.

Un CTR élevé indique que les utilisateurs considèrent vos annonces et vos fiches comme utiles et pertinentes. Le taux de clic contribue également au CTR attendu de vos mots clés, qui est pris en compte dans le classement de l'annonce. Notez qu'un bon CTR est fonction du produit ou service que vous promouvez, et des réseaux que vous utilisez.

Le CTR peut vous permettre d'identifier les annonces, fiches et mots clés les plus performants, et ceux qui doivent être améliorés. Plus vos mots clés, vos annonces et vos fiches sont liés les uns aux autres et en rapport avec votre activité, plus il y a de chances qu'une personne clique sur votre annonce ou votre fiche après avoir recherché l'expression concernée.

Ce chiffre est obtenu en divisant le nombre de clics par le nombre d'impressions :

$$\text{CTR} = (\text{clics/impressions}) \times 100$$

👉 Si par exemple, votre annonce a enregistré 1000 impressions et 100 clics alors vous avez un CTR de 10 % $[(100/1000) \times 100]$.

Dans notre exemple, chaque fois que notre annonce est vue 100 fois dans les résultats de recherche, 10 personnes cliquent dessus.

5. Quel est le taux de clic (CTR) sur le premier résultat d'une recherche sur Google ?

La 1ère page de Google représente à elle seule un taux de clic de plus de 91%, la 2nde seulement 4,8%, la 3ème 1,1% et la 4ème 0,4%. Positionner son site Internet sur la première page des moteurs de recherches est donc une obligation sans quoi votre site ne sera que très peu consulté. Le volume de clic sur la 1ère page de Google ne faisant que se renforcer au fil des années.

6. Quel pourcentage de clics s'effectuent sur les 3 premiers résultats d'une recherche Google ?

Sur une requête, 75% des clics se font sur les 3 premiers résultats. Backlinko démontre par ailleurs que le gain d'une seule position sur Google peut s'avérer un facteur déterminant en termes de performance.

7. Quel est le taux de clics sur la deuxième page des résultats Google ?

Selon cette étude, le taux de clics chute à 15,7 % pour le 2e lien

8. Des réponses précédentes, en déduire pourquoi il faut améliorer le référencement d'un site web.

Se faire connaître, améliorer l'image de son entreprise, se démarquer de ses concurrents... l'optimisation de son site web présente plusieurs avantages. En voici quelques-uns :

- Auparavant, il fallait payer des annonceurs pour améliorer la visibilité de son site sur les moteurs de recherche. Mais aujourd'hui, le référencement naturel est suffisant pour faire figurer son site en bonne position. Optimiser un site est ainsi gratuit. De plus, plusieurs outils permettent au propriétaire du site de réaliser les tâches nécessaires pour faire connaître son site, et ce, sans déboursier d'argent.
- Contrairement au référencement payant, le référencement naturel génère un trafic de qualité. Dans le cas d'un site d'e-commerce par exemple, les visiteurs drainés par un référencement payant n'effectueront pas forcément des achats, à cause d'un mauvais ciblage de la clientèle. En revanche, les visiteurs attirés par le référencement naturel ont plus de chances d'effectuer des achats, car les personnes ciblées sont avant tout concernées par la thématique du site.
- Un site optimisé est aussi nécessaire pour sortir du lot. Cet aspect permet souvent de faire la différence entre deux sites concurrents.
- Un site optimisé améliore également le taux de conversion et par conséquent augmente le chiffre d'affaires. Mais pour qu'il soit bien optimisé, il ne suffit pas de maximiser le contenu. Il faut aussi améliorer le temps de chargement du site, optimiser les pages de ventes et améliorer l'expérience client, des facteurs qui influencent énormément la décision d'achat des clients.
- Le dynamisme d'un site internet donne un aperçu de la structure. Un site optimisé apporte ainsi un certain dynamisme à l'image de la structure. En effet, le visiteur se fait une idée d'un site internet en quelques secondes seulement. Il ne s'attardera pas sur un site qui met du temps à charger ou qui comporte des bugs. Par contre, un site fluide et qui lui plaît a de grandes chances de le transformer en client.
- L'optimisation d'un site permet aussi de développer une communauté de personnes engagées. En effet, lorsqu'un visiteur se plaît sur un site, il a tendance à y revenir. Il ira même jusqu'à recommander le site à d'autres personnes.

Plus de 200 critères doivent être pris en compte pour optimiser un site. Il est ainsi nécessaire de prendre son temps pour réaliser cette tâche. Il ne faut pas oublier que la stratégie d'optimisation doit être pensée sur le long terme, car elle participe à la pérennité du site.

9. Qu'est-ce que le « PageRank » ?

Le PageRank est un algorithme utilisé par Google qui permet de mesurer la popularité d'un site ou d'une page web. C'est un système qui a été inventé par Larry Page, qui n'est autre que le cofondateur de Google.

L'algorithme PageRank sert notamment des liens entrant vers un site. Plus il y a de liens pointant vers une page web, mieux celle-ci sera notée. Mais la note PR (PageRank) ne prend pas que cela en compte. En effet, l'algorithme de Google étudie également la qualité des sites qui parlent d'un site et qui utilisent ces liens sortant. Ainsi, plus les gens qui parlent d'un site, plus le PageRank sera élevé. Et si vous désirez connaître votre indice PageRank, il existe plusieurs outils qui permettent de le calculer en ligne, le plus connu étant « Googlebar ».

10. Qu'est-ce que l'indexation d'un site web par Google ?

L'indexation d'un site ou d'une page web désigne le processus par lequel un robot d'un moteur de recherche (Google ou autre) va parcourir, analyser, répertorier et classer les pages d'un site avant de les afficher dans une page de résultat. Sans cette étape d'indexation, un site web ne pourra pas s'afficher après une recherche d'un internaute.

L'indexation est une phase du référencement naturel visant à la prise en compte des pages d'un site web dans l'index des moteurs de recherche. Cette première phase du référencement d'un site web est un prérequis nécessaire (mais non suffisant) à son positionnement dans les pages de résultats des moteurs. Pour être correctement indexé, un site internet doit éliminer l'ensemble des facteurs bloquants et ainsi garantir la prise en compte de l'ensemble de ses pages web.

11. Comment Google parcourt-il le web pour indexer son contenu ?

Sur Internet, l'index c'est ce qui désigne un répertoire, un catalogue, une liste qui vise à classifier les informations.

Par exemple, à la bibliothèque, tous les livres sont classés par thème, auteur, etc. Ces informations sont traduites sur l'étiquette de la côte, et permettent de ranger les livres à leur place. L'index de la bibliothèque est donc la liste qui indique l'ensemble des livres que cette bibliothèque possède.

Sur Internet, les bibliothécaires sont les moteurs de recherche. Les livres, ce sont les pages des sites internet.

Ainsi, si vous tapez « sciences humaines » dans Google, le moteur va vous indiquer toutes les pages qui traitent des sciences humaines.

L'indexation de votre site web est la première composante du référencement dont l'objectif est de faciliter l'enregistrement des pages dans les bases de données, le catalogue, du moteur de recherche.

Être indexé par Google ne signifie pas être bien positionné dans les résultats de recherche : il s'agit simplement de la base du travail de référencement. Impossible d'être visible si vous ne figurez pas dans l'index des moteurs !

SEO et techniques d'optimisation

12. Proposer une définition de SEO simple et que vous êtes capable de restituer facilement

Optimiser un site Web pour les moteurs de recherche se décompose en 3 sous-domaines :

- Le SEO « On-page »,

Le SEO on-page consiste à optimiser les pages d'un site web pour qu'elles soient mieux positionnées dans les résultats de la SERP. Le terme s'applique à la fois au contenu et à l'ensemble des informations prises en compte par l'algorithme des moteurs de recherche lors du référencement du site.

- Le SEO « Off-page »,

Alors que le SEO on-page correspond à toutes les actions réalisées sur un site web, le SEO off-page, lui, se concentre sur tout ce qui se passe en dehors du site. Ces deux pratiques ont le même objectif : améliorer son classement dans les résultats de recherche.

Le SEO off-page est primordial pour augmenter la notoriété d'un site web. Il est essentiellement basé sur la création de backlinks et sur la promotion réalisée via les réseaux sociaux ou autres médias.

- Le SEO « Technique »

Le SEO technique (appelé aussi On-Page SEO) est le processus d'optimisation de votre site web pour les phases d'exploration et d'indexation par les moteurs de recherche dans le but d'améliorer l'expérience de vos utilisateurs et par conséquent d'obtenir un meilleur classement de votre site web sur les moteurs de recherche.

Autrement dit, le SEO technique concerne tout travail de référencement que vous faites en dehors du contenu.

Dans les termes les plus élémentaires, le SEO technique consiste à améliorer les aspects techniques de votre site Web afin d'optimiser son classement dans les résultats de recherche. Il s'agit d'un vaste domaine qui couvre un large éventail de sujets de référencement, notamment:

1. Assurez que votre site est adapté aux mobiles
2. La création des Sitemaps
3. L'exploration et l'indexation
4. L'Optimisation mobile
5. La vitesse de chargement du site
6. La structure et l'ergonomie du site
7. La sécurité du site (Certificats SSL)
8. L'optimisation d'image
9. Les liens internes et externes
10. Les URL canoniques (Contenu dupliqué)

L'optimisation « on-page »

13. En quoi consiste l'optimisation du référencement « on-page » (on-page SEO) ?

L'optimisation on-page est un volet de l'optimisation du référencement. Elle se compose des ajustements techniques, structurels et sur le contenu qu'on effectue sur un site web. L'optimisation on-page peut aussi être appelée optimisation in-site et complète l'optimisation dite off-page. Les deux variantes construisent l'optimisation globale du référencement et sont ainsi élémentaires pour le succès d'un site web. L'objectif de l'optimisation on-page est d'améliorer de manière durable les classements dans les moteurs de recherche, de par l'amélioration de la technique, de la structure et du contenu d'un site web. La visibilité d'un site web est ainsi également améliorée ainsi que l'utilisabilité d'une page.

14. Indiquer ci-après 4 critères d'optimisation « on-page ». Vous décrirez brièvement comment ces techniques en quoi consiste ces optimisations.

1. Recherche de mots-clés

Avant même de mettre un seul mot sur le « papier », vous devez savoir quel est votre mot-clé cible, et le positionnement du contenu sur Google est une question de pertinence.

Tout ce qui a trait à l'optimisation du SEO on-page repose sur ce principe.

Il s'agit de comprendre ce que Google essaie réellement d'accomplir, à savoir :

Google veut organiser les informations du monde entier et fournir à une recherche la réponse la plus précise possible.

2. Alignez le contenu en fonction de l'intention de recherche

Une fois que vous avez choisi un mot-clé attrayant, avec un bon volume de recherche et une concurrence raisonnable, vous devez examiner de plus près les SERPs pour déterminer l'intention de recherche.

Comme nous l'avons décrit à l'étape 1, Google recherche le contenu le plus pertinent pour répondre à une requête de recherche, nous devons donc aligner notre contenu en fonction de l'intention de recherche.

3. Le formatage

Une fois que nous avons trié les mots-clés et l'intention de recherche, il est maintenant important de formater l'article de manière à faciliter la vie des robots d'exploration de Google.

À l'aide d'un outil gratuit comme Moz, assurez-vous d'utiliser un titre convaincant qui correspond à l'intention de recherche, contient le mot-clé et respecte la limite de caractères du titre pour ne pas être coupé.

Ce titre sera votre H1 dans l'article (Heading 1).

Les titres H2 sont destinés aux questions et le mot-clé doit également figurer dans le premier titre H2.

H3 sont les réponses aux questions de H2.

H4 sont des étapes, des actions ou des sous-thèmes en dessous de H3.

4. Utilisez des outils de SEO

Les trois étapes précédentes vous ont permis de surclasser la majorité de vos concurrents, mais vous pouvez aller encore plus loin.

En utilisant les outils de SEO, nous obtenons un avantage dans la façon dont nous écrivons le contenu. L'algorithme de Google devient de plus en plus intelligent et ne se contente pas d'examiner un seul mot-clé.

Il recherche également tous les mots-clés liés au sujet principal, appelés mots-clés sémantiques.

En utilisant un outil de mots-clés SEO comme SurferSEO, nous pouvons obtenir une liste de mots-clés sémantiquement liés, combien de fois ils doivent apparaître dans le contenu, quelle doit être la longueur de l'article, et bien plus encore.

L'optimisation « off-page »

15. Qu'est-ce que l'optimisation du référencement « off-page » ?

L'optimisation off-page consiste à développer la réputation d'un site web. Au contraire de l'optimisation on-page, on n'apporte pas de modifications au site web même, mais on cherche à renforcer les backlinks. Les backlinks sont des liens qui pointent vers le site web en question depuis un autre site et ce sont principalement eux qui déterminent la réputation d'une page. Au cours de l'exploration d'un site, les moteurs de recherche comme Google prennent en compte l'ensemble des liens entrants pour déterminer, avec quantité d'autres facteurs, l'état du classement dans les résultats de recherche. L'optimisation off-page se compose donc notamment du link building, action qui sert à générer le plus grand réseau de recommandations possible depuis d'autres sites web, au moyen de backlinks.

16. Comment les backlinks permettent d'améliorer le référencement du site cible ?

Les backlinks ont plusieurs utilités et sont essentiels dans les techniques de référencement. Premièrement, les liens entrants peuvent amener plus de visiteurs sur votre site web. En effet, il amène les internautes du site externe vers le vôtre : le backlink est donc une source de trafic. Ensuite, le backlink transmet du « juice » à votre site. Ce « jus de lien », appelé également « Google Juice » transmet de la puissance du site externe vers votre page. Les backlinks rapportent donc de la notoriété, de l'autorité, de la popularité et du Google Juice. Cet outil permettra de remonter sur les résultats des moteurs de recherche.

17. Indiquer ci-après 2 autres techniques d'optimisation « off-page » (en dehors des backlinks). Vous décrierez brièvement comment ces techniques permettent d'améliorer le référencement du site.

En obtenant toutes ces références sur d'autres sites, le trafic de votre site Web va naturellement augmenter :

- Plus de trafic en provenance des moteurs de recherche. Vos classements dans les pages de résultats montent puisque les algorithmes des moteurs de recherche prennent en compte le nombre et la qualité des backlinks,

- Plus de trafic suite à l'exposition de vos liens. Chaque lien présent sur un site tierce est susceptible d'être cliqué par des internautes. Vous récupérez de facto une petite part du trafic de tous ces sites. Les experts en SEO dénomment cette acquisition de trafic le « jus de lien », traduit de l'anglais "Link Juice".

Évidemment, pour conquérir de nouveaux clients, il est nécessaire que ce « jus de lien » génère du trafic qualifié.

C'est donc un aspect à prendre en compte dès que vous travaillez votre "SEO Off page".

L'optimisation « technique »

18. En quoi consiste l'optimisation « technique » du référencement ?

L'optimisation technique SEO concerne toutes les modifications qui ont directement lieu sur le site web. Principalement au niveau du code source, des url et des contenus. C'est un travail aussi bien sur le fond que sur la forme, avec comme objectif de faciliter la compréhension du site par les robots et son indexation. Il faut réaliser un audit technique du site pour définir les corrections à apporter, pour qu'il soit accessible, indexable et performant.

Faire un état des lieux pour identifier les coquilles techniques est donc primordial. C'est pourquoi vous devez mener dès le départ un audit technique. Il permet de lister tous les éléments bloquants au bon référencement du site (ou à sa bonne indexation).

19. Indiquer ci-après 5 critères d'optimisation technique ». Vous décrivez brièvement comment ces techniques en quoi consiste ces optimisations.

La crawlabilité

Avant de proposer certaines de leurs pages dans leurs résultats, les moteurs de recherche parcourent les sites web par l'intermédiaire de leurs liens internes. Mais ils bénéficient pour cela de ressources limitées. Un des principaux enjeux du SEO technique consiste donc à faire en sorte que les pages explorées soient celles qui sont intéressantes pour le référencement. Cela passe par une organisation des liens internes, et l'élaboration d'une arborescence qui favorise l'exploration des pages à positionner.

Il convient aussi de s'assurer que les robots d'indexation ne rencontrent pas de problème lors de leur passage (réponses 404, pages non indexables par erreur...).

D'autres leviers permettent d'agir sur l'exploration des moteurs : le fichier robots.txt va lui permettre de leur interdire l'accès à certains répertoires ou types de pages. Cela dans l'optique de limiter l'exploration des contenus qui n'ont pas d'intérêt pour le référencement, ou qui posent problème, et de privilégier l'exploration de ceux qui doivent se positionner.

La gestion des contenus dupliqués

La présence de contenus dupliqués au sein d'un site est un mauvais point pour le référencement.

Lorsqu'ils sont confrontés à des contenus identiques, les moteurs de recherche doivent identifier par eux-

mêmes la version qui doit être prise en compte pour le référencement. Au final, il est possible qu'aucune des versions ne soit réellement positionnée.

Il est cependant possible de guider les moteurs de recherche, en indiquant sur les pages dupliquées, via l'ajout de balises html spécifiques, la version de référence (dites « canonique ») à positionner. Ces balises prennent la forme suivante :

```
<link rel="canonical" href="« https://exemple.com/url-de-la-page-de-reference.html />
```

A noter qu'une page peut indiquer sa propre url en balise canonique.

La gestion des contenus dupliqués via l'ajout de balises canoniques est un point important en SEO technique.

La performance Web

La performance web (temps et processus de chargement) est depuis de nombreuses années un critère de positionnement pour les moteurs de recherche, et notamment Google. Ce dernier a d'ailleurs récemment fait évoluer son algorithme pour mieux évaluer le processus de chargement des pages analysées.

Les attentes des moteurs (et avant eux des utilisateurs) sur ce sujet sont de plus en plus fortes. Aujourd'hui, une page très lente au chargement, et peu stable pour l'utilisateur, a moins de chance d'être bien positionnée qu'une page équivalente concurrente, qui elle propose une expérience optimisée.

Auditer ses performances web, et mettre en place des actions d'optimisation quand c'est nécessaire fait donc partie du processus d'optimisation du SEO technique.

La sécurité

La sécurité des sites web a aussi son importance en SEO. Aujourd'hui, et depuis plusieurs années déjà, l'implémentation du HTTPS fait partie des standards. L'obtention d'un certificat SSL, entre autres, met en confiance les utilisateurs qui savent que leurs données sont sécurisées. C'est précisément pour cette raison que les moteurs de recherche en ont fait un critère de classement.

L'implémentation de données structurées

Les données structurées aident les moteurs de recherche à comprendre les contenus d'un site web, qu'il s'agisse d'une page produit, d'une page de FAQ ou de bien d'autres éléments. Il s'agit d'informations (sous forme de codes) que l'on intègre à la structure HTML des pages web, et qui sont facilement lisibles des moteurs de recherche.

Les données structurées peuvent par ailleurs permettre de bénéficier d'affichages améliorés (« rich snippets ») sur les pages de résultats des moteurs de recherche.

Lister les éléments à corriger

Pour récupérer le maximum de données d'un site, nous avons pour habitude d'utiliser Screaming Frog et d'y associer des outils comme la Search Console, Google Analytics et le Page Speed Insights.

Une fois l'analyse terminée, il est indispensable d'exporter un maximum d'informations sur :

- le temps de chargement des pages,
- les pages en erreur 404 et 301,
- les url en http alors que le site est en https,
- le nombre de liens cassés et en redirection,
- les pages orphelines,
- le nombre d'URL avec paramètres,
- la présence de balises canoniques mal utilisées,
- le nombre de balises title dupliquées,
- les pages sans balise méta description ou trop courte,
- le nombre de pages sans titre H1,
- les types d'url bloqués par le robots.txt,
- les pages non indexées et qui ne figurent pas dans le sitemap,
- ou encore les images qui ne renseignent aucun attribut alt.

Sources

(Indiquez vos sources ici)

<https://www.affluences.ca/quest-ce-que-le-referencement/>

[https://www.seo.fr/definition/comprendre-referencement#:~:text=Sur%20internet%2C%20on%20distingue%20deux,naturel%20ou%20organique%20\(SEO\).](https://www.seo.fr/definition/comprendre-referencement#:~:text=Sur%20internet%2C%20on%20distingue%20deux,naturel%20ou%20organique%20(SEO).)

[https://www.definitions-seo.com/definition-dune-serp#:~:text=Le%20terme%20de%20SERP%20\(pour,Graph%2C%20Featured%20Snippets%2C%20etc.](https://www.definitions-seo.com/definition-dune-serp#:~:text=Le%20terme%20de%20SERP%20(pour,Graph%2C%20Featured%20Snippets%2C%20etc.)

<https://www.journaldunet.fr/web-tech/dictionnaire-du-webmastering/1203527-serp-search-engine-result-page-definition-traduction/>

<https://support.google.com/google-ads/answer/2615875?hl=fr>

<https://nomadclick.com/blog/ctr-google-ads/>

<https://www.consulting-web.com/taux-de-clics-sur-les-pages-google/#:~:text=La%20%C3%A8re%20page%20de%20Google,sera%20que%20tr%C3%A8s%20peu%20consult%C3%A9.>

<https://www.blogdumoderateur.com/etude-taux-de-clics-et-les-performances-des-liens-selon-la-position-dans-les-serps/#:~:text=Sur%20une%20requ%C3%AAte%2C%2075%25%20des,d%C3%A9terminant%20en%20termes%20de%20performance.>

<https://www.blogdumoderateur.com/seo-etude-taux-de-clics-serp/>

<https://www.breizhconnecting.bzh/pourquoi-optimiser-referencement-seo-site/#:~:text=Cette%20technique%2C%20%C3%A0%20laquelle%20on,est%20pas%20optimis%C3%A9%20en%20SEO.>

<https://www.seo.fr/definition/pagerank>

<https://www.1ere-position.fr/definitions/indexation/#:~:text=L'indexation%20d'un%20site,dans%20une%20page%20de%20r%C3%A9sul tat.>

<https://www.b2w.fr/838-comment-fonctionne-lindexation-dun-site-dans-google.html>

<https://blog.hubspot.fr/marketing/on-page-seo-comment-optimiser-site-web#:~:text=Le%20SEO%20on%20Dpage%20consiste,lors%20du%20r%C3%A9f%C3%A9rencement%20du%20site.>

<https://yoomweb.com/blogue/seo/optimisation-referencement-technique-seo.html>

https://fr.ryte.com/wiki/Optimisation_on-page

<https://fr.oncrawl.com/seo-technique/5-etapes-simples-optimisation-on-page-seo-site-web/>

https://fr.ryte.com/wiki/Optimisation_off-page#:~:text=L'optimisation%20off%20Dpage%20consiste,cherche%20%C3%A0%20renforcer%20les%20backlinks.

<https://audreytips.com/seo-off-page/>

<https://www.synerweb.fr/blog/fiches/le-seo-technique-c-est-quoi-pourquoi-est-ce-important.html>

<https://www.seomix.fr/guide-optimisation-seo/>

