



Parcours : SEO/SEA

Module : Adopter la bonne organisation quand on fait du SEO

Projet 4 - Les backlinks

Tous vos travaux devront être déposés sur votre compte Github

I.1 - Exercice 1 :

1) Définir ce qu'est un backlink.

Un backlink, également connu sous le nom de lien entrant ou lien retour, est un lien hypertexte qui pointe depuis un site web externe vers une page spécifique d'un autre site web. Ces liens sont essentiels pour la structure du web, car ils permettent aux moteurs de recherche de découvrir de nouvelles pages et de déterminer leur pertinence en fonction du nombre et de la qualité des backlinks pointant vers elles. Les backlinks sont un élément central de la stratégie de référencement (SEO) et ont un impact significatif sur la visibilité d'un site web dans les résultats des moteurs de recherche.

2) Est-ce qu'un backlink est indispensable dans une stratégie SEO ? Expliquez pourquoi.

Les backlinks sont indispensables dans une stratégie SEO pour plusieurs raisons :

Autorité et pertinence : Les moteurs de recherche, tels que Google, considèrent les backlinks comme des votes de confiance. Plus un site web de qualité pointe vers votre contenu, plus cela renforce la crédibilité et la pertinence de votre site aux yeux des moteurs de recherche.

Découverte et indexation : Les backlinks aident les moteurs de recherche à découvrir de nouvelles pages web. Sans backlinks, il serait difficile pour les moteurs de recherche de trouver et d'indexer votre contenu rapidement.

Classement dans les résultats de recherche : Les moteurs de recherche utilisent les backlinks comme l'un des critères de classement. Les pages avec un grand nombre de backlinks de qualité ont tendance à se classer plus haut dans les résultats de recherche.

3) Citer les différents types de backlinks et leur définition.

Nofollow : Un lien nofollow est un lien qui inclut l'attribut "nofollow" dans son code HTML. Les moteurs de recherche ne suivent pas ces liens pour déterminer le classement, mais ils peuvent toujours être utiles pour le trafic et la visibilité.

Dofollow : Les liens dofollow sont les liens standards qui n'ont pas l'attribut "nofollow". Ils sont suivis par les moteurs de recherche et contribuent à l'autorité de la page liée.

Sponsored : Les liens sponsorisés sont utilisés pour indiquer que le lien est payant ou sponsorisé. Ils aident à se conformer aux directives de transparence de Google en matière de liens sponsorisés.

UGC (User-Generated Content) : Les liens UGC sont utilisés pour indiquer que le lien provient du contenu généré par les utilisateurs, comme les commentaires de blog ou les forums. Ils sont également suivis par les moteurs de recherche.

Liens toxiques : Les liens toxiques, ou spammy, sont des backlinks provenant de sites de mauvaise qualité, de spam ou de réseaux de liens artificiels. Ils peuvent nuire à votre référencement et doivent être évités.

4) A quoi reconnaît-on un bon backlink ?

Un bon backlink doit être en dofollow pour bénéficier du PageRank du site source, utiliser une ancre de lien précise et travaillée, provenir d'un site de la même thématique ou d'une notoriété élevée, être contextualisé avec un contenu pertinent, provenir de sources diverses, et être réparti sur différentes pages du site cible pour une approche naturelle aux yeux de Google.

I.2 - Exercice 2 :

Reprenez votre rôle de webmaster pour le site sport-univers et essayez de trouver des backlinks de qualité pour votre site dans la thématique du sport.

- <https://www.sports.fr/>
- <https://www.leblogdusport.fr/>
- <https://www.theguardian.com/sport/blog>
- <https://www.eurosport.fr/>
- <https://rmcsport.bfmtv.com/fil-sport/>
-