

Leçon 3 : Notion et enjeux du référencement web

*Cours_ UVCi
GCW2104-1*

Lien sponsorisé > [Plaquette de présentation | Publicité pour les entreprises](https://www.print-and-web.com/)
Impression en ligne de plaquettes commerciales. Publicité efficace à petit prix. Satisfait ou remboursé. Livraison gratuite. Services: Impression et publicité, Imprimerie en ligne. Impression dépliant - Impression de documents

Lien naturel > [Comment réussir la création d'une plaquette commerciale ?](https://www.artnidesign.fr/actualite/print)
★★★★★ Note: 4.1 - 39 avis
Une plaquette commerciale attrayante et bien conçue est un atout pour votre force de vente et votre image. Tout savoir pour réussir sa plaquette commerciale.

Nagbégna DIABATE, UVCi

Table des matières



I - Objectifs	3
II - Section 1 : Généralités et enjeux du référencement Web	4
1. 1. Définition et enjeux du référencement web	4
2. 2. Le référencement Naturel ou SEO	4
3. 3. Le référencement sponsorisé ou SEA	5
4. 4. La notion de visibilité et comparaison SEO/SEA	6
5. Exercice : Quiz de compréhension	8
III - Section 2 : Moteurs de recherches et vocabulaire	9
1. 1. Les moteurs de recherche	9
2. 2. Éléments de vocabulaire et lexicaux du référencement	10
3. Exercice : Quiz d'entrainement	12
IV - Solutions des exercices	13



Objectifs

À la fin de cette leçon, l'apprenant sera capable de :

- *Expliquer* le vocabulaire et les enjeux du référencement ;
- *Décrire* le fonctionnement des moteurs de recherche.

Section 1 : Généralités et enjeux du référencement Web



1. 1. Définition et enjeux du référencement web

Définition

Pris dans un sens large, le référencement est l'action de référencer une chose, c'est à dire de la mentionner dans un système afin de pouvoir la retrouver grâce aux informations utilisées pour la référencer. Comme par exemple des produits dans un magasin, des informations, des fichiers dans un ordinateurs, etc...

Sur internet, le terme référencement a été repris pour définir l'action d'inscrire un site dans (sur) un moteur de recherche ou un "annuaire web". Il s'agit de faire en sorte d'apparaître, si possible, sur la première page affichée par Google, par exemple, lorsqu'un internaute effectue une recherche en lien avec le site web concerné par le référencement.

L'objectif principal visé dans un référencement, c'est bien de se faire connaître en étant rapidement trouvé dans les recherches des internautes. D'où le principal enjeux d'apparaître au moins sur la première page des résultats des recherches en liens avec votre page sinon, apparaître en première position des résultats. Aussi, faut-il que les mots ou phrase a saisir pour trouver votre page soient plus faciles et nombreux de sorte a vous trouver facilement !

Sur internet, on distingue deux types de référencement qui sont pratiquement distincts, même si cela n'a pas d'importance pour le visiteur ou l'utilisateur.

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

Une stratégie de référencement pour un site internet peut se faire uniquement sur la base du référencement naturel ou peut combiner les deux pratiques si besoin.

Par contre une stratégie de référencement n'intervenant que sur la technique du référencement payant n'est pas viable à long terme.

Le référencement naturel est indispensable pour la réussite et l'efficacité d'un site internet.

2. 2. Le référencement Naturel ou SEO

Définition

« Le référencement naturel, ou SEO (Search Engine Optimization), englobe l'ensemble des méthodes et techniques qui visent à positionner les pages web de votre site internet dans les premiers résultats naturels des moteurs de recherche (notamment Google, mais aussi Bing, Yahoo et consorts). Cela dans le but d'améliorer la visibilité des pages en question, en appliquant une série de « règles » édictées par les moteurs de recherche. » <http://www.eskimo.fr/referencement-naturel/>

Le référencement fait donc appel à différentes techniques comme l'optimisation du contenu avec l'utilisation de mots-clés, la mise en place de liens hypertextes pointant vers le site web, etc. Les moteurs de recherches indexent en effet les fichiers suivant un algorithme complexe qui détermine leur pertinence pour ensuite ressortir ces fichiers dans un ordre logique lorsqu'un internaute effectue une recherche. Pour ressortir efficacement sur la page des résultats de recherches, il faut donc comprendre comment fonctionne cet algorithme (en général les moteurs de recherche) afin d'optimiser le site en fonction.

L'optimisation se fait à deux niveaux : le référencement On Site et le référencement Off Site.

a) *Le référencement On Site*

Ce sont les pratiques intervenant directement sur le site à référencer. On y retrouve l'optimisation technique du site, l'optimisation de la structure, l'optimisation du contenu..

Le référencement naturel on-site regroupe tous les éléments qui ont trait aux pages web elles-mêmes :

- Les balises html (title, meta description, niveaux de titres Hn, attribut alt pour les images...)
- Les extrait enrichis (rich snippets)
- La structure des URLs
- Les temps de chargement
- Le maillage interne du site
- Les fichiers robots.txt et sitemap
- La pertinence des mots-clés
- Le placement des mots-clés dans les contenus et leur densité
- Le champ sémantique autour des mots-clés
- La qualité et l'originalité du contenu
- L'aspect mobile friendly – Responsive

Ces éléments impactent plus ou moins le référencement naturel d'une page, mais ils contribuent au minimum à sa bonne indexation et/ou à l'amélioration de sa visibilité.

b) *Le référencement Off Site*

Ce sont les pratiques intervenant en dehors du site à référencer, mais avec pour objectif de favoriser indirectement son référencement. On parle essentiellement de stratégie de liens entrants, de *netlinking* ou d'acquisition de *backlinks*. Si des sites B, C, D font un lien vers un site A, l'algorithme du moteur de recherches va estimer que le site A est pertinent car d'autres sites le mentionnent.

Le site A va ainsi améliorer son référencement. Plus les sites faisant des *backlinks* vers le votre sont des sites bien réputés, avec une forte autorité, plus leurs liens auront un impact positif sur le site A.

Le Netlinking concerne donc les éléments extérieurs aux pages web :

- La popularité du site
- Le netlinking et les backlinks (les liens qui pointent vers vos pages en provenance d'autres sites)
- Le benchmarck concurrentiel
- Les liens sociaux

Le moteur du référencement naturel Google off-page est la qualité : une page qui plaît aux internautes obtiendra plus facilement des liens entrants et verra sa popularité s'accroître ; 10 backlinks en provenance de quelques sites influents sont plus importants que 100 backlinks venant de sites ayant mauvaise réputation, etc.

3. 3. Le référencement sponsorisé ou SEA

Définition

Le référencement payant, appelé aussi SEA (Search Engine Advertising) consiste, à acheter la visibilité de son site web sur un moteur de recherche donné à travers un système d'enchère qui définit sa position en marge de la page de résultat. Il s'agit, en pratique, de liens publicitaires placés sur les pages de résultats des moteurs de recherches, ou même sur des sites partenaires de régies publicitaires.

Lorsque l'on parle de référencement payant, on pense donc aux liens sponsorisés ou aux campagnes Google Ads. Pour apparaître dans les annonces Google, il faut acheter des mots clés aux enchères. Le coût payé dans ce système se fait au clic. C'est à dire que le site publiant son annonce va payer l'enchère prévue à chaque fois qu'un internaute clique sur l'annonce.

Lorsque je navigue sur Google après avoir fait une recherche, je vois apparaître des résultats comportant un cartouche jaune sur lequel il est écrit “*annonce*”. Il s'agit donc de liens sponsorisés.

Lien sponsorisé > **Plaquette de présentation | Publicité pour les entreprises**
 Annonce www.print-and-web.com/ ▼
 Impression en ligne de plaquettes commerciales. Publicité efficace à petit prix. Satisfait ou remboursé. Livraison gratuite. Services: Impression et publicité, Imprimerie en ligne.
 Impression dépliant - Impression de documents

Lien naturel > **Comment réussir la création d'une plaquette commerciale ?**
<https://www.anthedesign.fr> > Actualité > Print ▼
 ★★★★★ Note : 4,1 - 39 avis
 Une plaquette commerciale attrayante et bien conçue est un atout pour votre force de vente et votre image. Tout savoir pour réussir sa plaquette commerciale.

On met généralement en place une stratégie de référencement payant pour :

- Les sites e-commerce
- Se positionner très rapidement
- Le lancement d'un nouveau site encore mal référencé naturellement
- Une période spéciale de l'année
- Se positionner sur une recherche très concurrentielle
- Compenser une mauvaise position dans les résultats naturels

Remarque

Les annonces et liens sponsorisés permettent d'optimiser et de travailler votre référencement naturel. Il est par exemple impossible d'avoir un bon référencement naturel du jour au lendemain sur une nouvelle offre d'assurance, alors que grâce à la publicité en ligne on peut avoir une visibilité en quelques minutes ou heures. Mais l'intérêt pour le SEO réside dans le fait que les outils statistiques (Google Analytics et autres) vont vous permettre de savoir comment optimiser votre contenu. Et ce grâce aux expressions que les internautes ont recherché sur les moteurs de recherche notamment.

Complément

En vous penchant du côté du marketing digital ou de la publicité en ligne, on vous parlera de deux autres techniques de référencement que nous n'allons pas étudier dans le cadre de ce cours. Il s'agit du :

SEM : Le « Search Engine Marketing » comprend le SEO et le SEA. Il regroupe ainsi à la fois les techniques de référencement payant et naturel pour obtenir du trafic sur un site à partir des moteurs de recherche.

SMO : « Social Media Optimisation » en anglais et « Optimisation des Médias Sociaux » en français, fait référence au travail d'amélioration de la visibilité d'un site au travers des réseaux sociaux.

4. 4. La notion de visibilité et comparaison SEO/SEA

La notion de visibilité

« La notion de référencement ne peut pas être considérée de façon autonome. Elle est indissociable d'une notion capitale : la notion de visibilité.

Si la notion de référencement définit l'action d'être référencé et donc présent dans une base de donnée, la notion de visibilité elle définit la capacité de la chose référencée à être trouvée. C'est une notion essentielle à toujours avoir en tête lorsque l'on parle de référencement. Imaginez un grand magasin sur 3 étages, votre produit y est référencé, mais au fond d'une allée du troisième étage au niveau du sol et en un unique exemplaire. Vous conviendrez que l'utilité de la chose est très réduite.

Alors que si votre produit est référencé en tête de gondole prêt de l'entrée du grand magasin, c'est une toute autre histoire.

Le référencement sur internet fonctionne de la même façon. Les 3/4 des internautes ne visiteront même pas la seconde page de résultats de recherches. Lorsque vous pensez référencement, vous devez donc penser visibilité avec pour objectif d'être présent en première page des résultats de recherches pour des mots clés pertinents, en rapport avec votre activité et votre clientèle. »

<https://www.seo.fr/definition/comprendre-referencement>

On revient très souvent à se poser la question de savoir lequel choisir entre le SEO et SEA pour être plus visible sur Internet.

En effet, le SEO et le SEA ont chacun des caractéristiques particulièrement pertinentes pour donner de la visibilité à un site internet. Pour simplifier la question, on peut se baser sur un tableau :

	SEO – Référencement naturel	SEA – Référencement payant
Temps passé	Long. Vous devez mettre en place plusieurs optimisations sur des domaines variés (netlinking, technique, contenu...)	Relativement court. Le paramétrage et le suivi de campagnes varient en fonction de la concurrence.
Rapidité du positionnement	Long. Google valorise les optimisations sur le moyen terme (plusieurs mois parfois)	Très court. Le système d'enchères est quasi-immédiat.
Retour sur Investissement	Long et moyen terme. Les positions acquises sont à suivre et à nécessite un entretien (liens notamment)	Court terme. Dès la fin de la campagne, vous disparaissiez.
Budget	Il s'agit ici de passer du temps, qui a un coût forcément !	Coûteux. Plus la concurrence est forte, plus vous devrez dépenser de l'argent.
Contenus	Plus les contenus sont riches et pertinents mieux ils se positionneront	Plus les contenus de la landing pages sont pertinents, plus le quality score sera élevé ce qui fera baisser le prix de vos campagnes !

Source :

<https://www.1ere-position.fr/blog/seo-vs-sea-referencement-naturel-ou-referencement-payant/>

Ainsi, que cela a été remarqué plus haut, les deux méthodes peuvent être utilisée de façon complémentaire selon la stratégie mise en place.

5. Exercice : Quiz de compréhension

[Solution n°1 p 13]

Exercice

1) On ne parle de référencement que dans le cadre des sites web

☐ Vrai

☐ Faux

Exercice

2) Qu'il s'agisse de SEO ou de SEA, les deux pratiques répondent :

☐ aux mêmes règles

☐ aux mêmes stratégies

☐ aux mêmes techniques

☐ aux mêmes besoins

Exercice

3) Le SEO peut aussi être payant

☐ Vrai

☐ Faux

Exercice

4) Quel type de référencement est indiqué pour un site web de e-commerce ?

☐ Référencement Naturel

☐ Référencement payant

Exercice

5) L'ensemble des méthodes et techniques qui visent à positionner les pages web de votre site internet dans les premiers résultats naturels des moteurs de recherche dans le but d'améliorer la visibilité des pages en question s'appelle :

☐ le SEO

☐ le SEA

Section 2 : Moteurs de recherches et vocabulaire

1. 1. Les moteurs de recherche

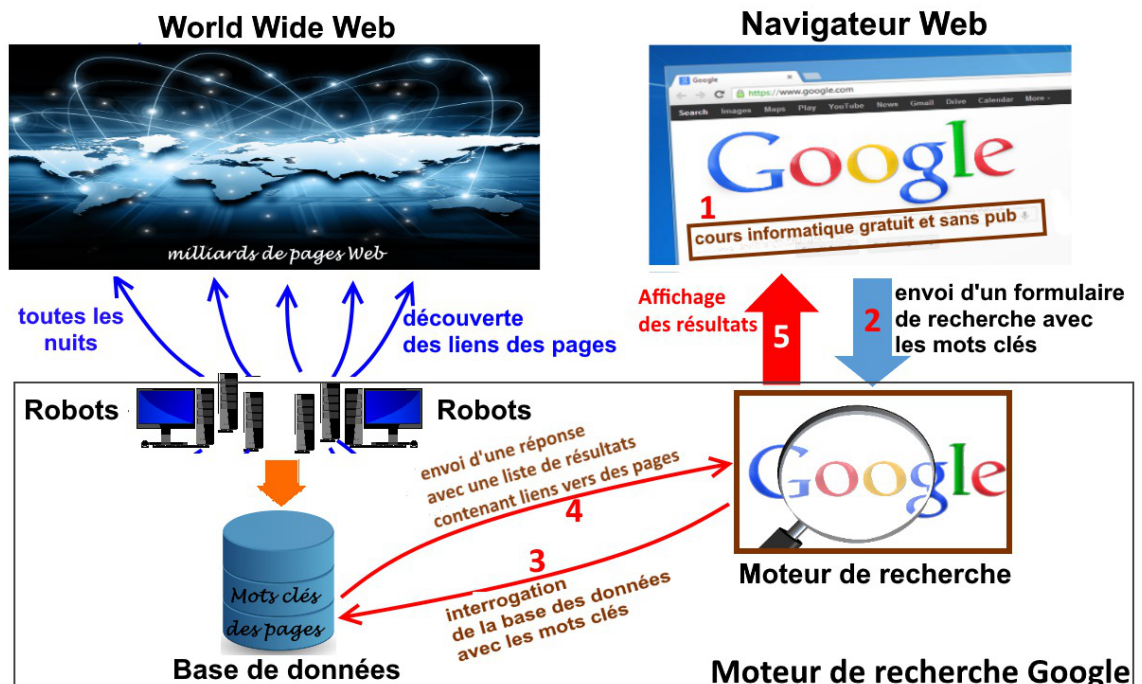
Il existe des milliards de pages enregistrées sur des millions de sites Web répartis sur toute la planète. Chaque page contient des informations appelées (mots clés) qui décrivent son contenu.

Définition

Un moteur de recherche est un service en ligne permettant de trouver facilement une page ou une ressource sur le Web grâce à un ou plusieurs mots-clés renseignés décrivant son contenu que l'utilisateur saisi dans un formulaire de recherche.

En pratique, un moteur de recherche c'est comme votre GPS pour vous déplacer sur le réseau Internet, qui est comparable à un réseau routier. Il vous guidera dans vos déplacements et vos recherche sur Internet.

Un *moteur de recherche* fonctionne grâce à un grand nombre de serveurs appelés *robots* qui parcourent les sites Web existants à intervalle régulier pour découvrir les liens des milliards de pages Web et leurs description. Chaque page identifiée est alors *indexée* dans une *base de données*, accessible ensuite par les internautes à partir de *mots-clés*.



Source : <http://www.coursinfo.fr/wp-content/uploads/2016/11/moteur-de-recherche-1.png>

Lorsqu'un internaute utilise un moteur de recherche :

1. Il saisit les mots clés décrivant les pages qu'il recherche, par exemple : « *cours informatique gratuit et sans pub* », soit directement dans la barre d'adresse et de recherche soit sur le site web du moteur de recherche;
2. Le navigateur prépare ensuite un *formulaire de recherche* contenant ces mots-clés et l'envoie au moteur de recherche;
3. Le moteur de recherche *interroge sa base de données* pour chacun des mots-clés puis affine la recherche en enlevant les pages ne convenant pas ;
4. La base de données répond avec une *liste de résultats* contenant les liens vers les pages adéquates
5. Le moteur de recherche retourne au navigateur cette liste de résultats contenant liens vers des pages, avec soit le début du texte de la page, soit le texte spécifié par le créateur de la page grâce aux balises spécifiques, appelées méta-tags, ou encore l'extrait de la page qui contient les mots recherchés.
6. Le navigateur affiche la liste de résultats à l'Internaute.

Rappel : Le cours d'initiation à l'informatique

Cette vidéo introductive vous explique ce que c'est qu'un moteur de recherche et son comment il fonctionne.

2. 2. Éléments de vocabulaire et lexicaux du référencement

Le référencement web ne se limite plus aux seuls aspect techniques dévolus aux webmestres. Il est devenu aujourd'hui un outil efficace utilisé dans marketing autour duquel se développent plusieurs stratégies et métiers.

Les professionnels du marketing digital utilisent un vocabulaire technique ponctué d'abréviations, de sigles et d'anglicisme qui vous semble parfois déroutant.

En tant que développeur, il convient de comprendre ce jargon du SEO afin de pouvoir converser et adapter vos développement aux besoins des marketeurs.

Toute une multitude de thème et d'abréviations sont utilisés, se basant souvent sur des anglicismes. Nous allons, dans le cadre de ce cours, vous présenter les principaux termes liés au référencement naturel :

- *Positionnement* : Désigne la position d'une page Web dans les pages de résultats des moteurs de recherche.
- *Mots-clés* : Les mots-clés sont les expressions rentrées sur un moteur de recherche par un internaute pour trouver un produit/service/autre.
- *Trafic (en terme de référencement)* : En référencement, le trafic d'un site Internet se compte au nombre de ses visites.
- *Duplication interne* : Contenu identique présent sur plusieurs pages d'un même site.
- *Duplication externe* : Contenu identique présent sur plusieurs pages de différents sites.
- *Indexation* : L'on dit d'une page Web qu'elle est indexée lorsque celle-ci est enregistrée dans l'index d'un moteur de recherche ou d'un annuaire en ligne.
- *Algorithme* : L'algorithme d'un moteur de recherche désigne les méthodes de calculs utilisées par ce dernier pour déterminer le classement d'une page Web selon sa pertinence.
- *Annuaire* : Un annuaire est un outil de recherche qui recense et stocke dans une base de données les sites Web classés par catégories et thématiques.
- *URL* : Une URL, « Uniform Resource Locator », fait simplement référence à l'adresse unique d'un document sur le Web, à savoir celle qui est saisie dans la barre d'adresse du navigateur Web.
- *SERP* : « Search Engine Results Page », il s'agit là des pages de résultats affichées par les moteurs de recherche.
- *Ancre (en terme de référencement)* : En référencement, une ancre représente le texte visible d'un lien sur lequel on peut cliquer.

- *Backlinks* : Les backlinks sont des liens externes, provenant d'un autre site Web, et pointant vers les pages de votre propre site.
- *Netlinking* : Désigne l'ensemble du travail réalisé visant à obtenir et optimiser des liens pointant vers les pages de votre site Web, afin d'en améliorer le référencement.
- *PageRank* : Il s'agit en quelque sorte de l'appréciation donnée par Google à une page Web : indice de Google mesurant, de 0 à 10, la popularité des pages en fonction du nombre et de la qualité des liens qui pointent vers elles.
- *CPC* : Le « Coût Par Clic » représente le montant qu'un annonceur paye aux moteurs de recherche à chaque fois qu'un internaute clique sur son lien, dans le cadre d'une campagne SEA.
- *CTR* : « Clic Through Rate » est le ratio entre le nombre d'affichages et le nombre de clics d'une annonce payante. Il mesure l'attractivité de votre annonce pour les internautes.
- *Taux de transformation* : C'est le rapport entre le nombre de visiteurs ayant effectué une action donnée (achat d'article, téléchargement d'un logiciel, demande de devis, etc.) sur le nombre total de visiteurs.
- *Taux de rebond* : Pourcentage d'internautes ayant quitté un site après y avoir consulté qu'une seule page Web.
- *CPA* : Le « Coût Par Action » permet de mesurer la rentabilité d'une campagne SEA : rapport entre le budget dépensé et le nombre d'actions.
- *Tracking* : Ensemble d'outils permettant d'étudier les comportements des internautes sur un site Web, définir des profils type de visiteurs ou encore connaître les sources de trafic.
- *Programme d'affiliation* : Le but de ce programme est principalement d'augmenter sa notoriété ou de produire des contacts commerciaux qualifiés. Le principe : l'annonceur rémunère un site affilié pour la mise en place de campagnes à la performance (CPA).
- *Liens Nofollow* : A contrario d'un lien normal qui est « dofollow », un lien nofollow comporte un attribut qui donne comme indication aux moteurs de recherche de ne pas prendre en compte ce lien.

Cette liste, inspirée du blog : <https://leblog.powerboutique.com/lexique-lessentiel-du-vocabulaire-du-referencement-explique/>, n'est pas exhaustive, vous pouvez avoir plus de définitions et d'explications sur les liens suivants :

- <https://www.neoptimal.com/blog/glossaire-seo>
- <http://www.superbibi.net/glossaire-webmarketing>
- <https://leblog.powerboutique.com/lexique-lessentiel-du-vocabulaire-du-referencement-explique/>

3. Exercice : Quiz d'entrainement

[Solution n°2 p 13]

Exercice

1) *Trouvez l'intrus*

- ☐ Bing
- ☐ Gmail
- ☐ Google
- ☐ Quant

Exercice

2) *Un mot clé, c'est :*

- ☐ Un dessin montrant un mot avec une clé
- ☐ Mot qu'on utilise pour faire une recherche
- ☐ Un mot avec une clé dessus

Exercice

3) *Si je connais l'adresse URL d'un site, je ne suis pas obligé d'utiliser Google pour accéder à ce site*

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Exercice

4) *Que fais le moteur de recherche Google lorsqu'il ne trouve pas exactement ce qu'il recherche ?*

- ☐ Il ferme le navigateur
- ☐ Il se plante
- ☐ Il vous propose des résultats de recherche similaires ou proches de ce que vous cherchez
- ☐ Il vous déconnecte de l'Internet et vous envoie une notification

Exercice

5) *Avec lesquelles des connections Internet on ne peut pas faire de recherches ?*

- ☐ 3G+
- ☐ ADSL
- ☐ Wimax
- ☐ 4G
- ☐ 3G
- ☐ Aucune, on peut faire des recherches avec toutes ces connexions

Solutions des exercices

> Solution n°1

Exercice p. 8

Exercice

- ☐ Vrai
- ☒ Faux

On peut bien référencer un livre dans une bibliothèque !

Exercice

- ☐ aux mêmes règles
- ☐ aux mêmes stratégies
- ☐ aux mêmes techniques
- ☐ aux mêmes besoins

Exercice

- ☐ Vrai
- ☒ Faux

Exercice

- ☐ Référencement Naturel
- ☒ Référencement payant

Exercice

- ☒ le SEO
- ☐ le SEA

> Solution n°2

Exercice p. 12

Exercice

- ☐ Bing
- ☒ Gmail
- ☐ Google

☐ Quant

Les autres sont des moteurs de recherches alors que Gmail non !

Exercice

- ☐ Un dessin montrant un mot avec une clé
- ☒ Mot qu'on utilise pour faire une recherche
- ☐ Un mot avec une clé dessus

Exercice

- ☒ Vrai
- ☐ Faux

Exercice

- ☐ Il ferme le navigateur
- ☐ Il se plante
- ☒ Il vous propose des résultats de recherche similaires ou proches de ce que vous cherchez
- ☐ Il vous déconnecte de l'Internet et vous envoie une notification

Exercice

- ☐ 3G+
- ☐ ADSL
- ☐ Wimax
- ☐ 4G
- ☐ 3G
- ☒ Aucune, on peut faire des recherches avec toutes ces connexions