

## Parcours : SEO/SEA

Module : Adopter la bonne organisation quand on fait du SEO

### Projet 4 - Les backlinks

#### IV - Énoncé

Ce module vous a permis d'apprendre ce que sont les backlinks et leur importance dans une stratégie SEO.

Dans cette liste d'exercice, vous devrez mettre en pratique tout ce que vous avez appris afin d'essayer d'identifier de bons backlinks.

##### IV.1 - Prérequis

Avoir une connexion internet

Si possible, disposer d'un site / blog. Si non, l'apprenant peut choisir n'importe quel site et identifier les backlinks comme vu pendant le cours et les exercices.

##### IV.2 - Exercice 1 :

###### 1) Définition d'un backlink.

Un Backlink ce sont des liens qui pointent d'une page d'un site vers une page d'un autre site. Ils sont également appelés liens entrants, car entrant sur le site web ou liens externes, car provenant de sites externes.

2) Oui, un backlink est indispensable dans une stratégie SEO car les backlinks sont un gage de confiance auprès de Google, il les utilise pour évaluer l'autorité d'une page. Et c'est comme la réputation en ligne d'un site auprès de Google, où un lien pointant vers le site est considéré comme un vote de confiance

###### 3) Les différents types de backlinks et leur définition :

- Les liens nofollow : c'est un lien qui indique à Google que le lien vers la page d'un site n'est pas fiable.
- Les liens dofollow : c'est un lien qui indique la notoriété d'une page d'un site
- Les liens sponsorisés ou payants : c'est un lien pour promouvoir un produit ou un contenu
- **Les liens UGC** : ce sont des liens qui proviennent des forums et des commentaires de blog, ou d'autres endroits susceptibles de générer des liens par des utilisateurs finaux
- **Les liens toxiques** : sont des liens qui peuvent nuire au référencement de Google.

###### 4) Un bon backlink on le reconnaît par ces :

**Dofollow** : il faut absolument que le backlink soit en dofollow afin que le site puisse bénéficier du PageRank du site qui héberge le lien

**Ancre de lien** : le texte qui est écrit et sur lequel le lien est collé

**Site référent** : il faut que le backlink provienne d'un site de la même thématique ou du même domaine pour que le backlink soit identifié et que le PageRank puisse être

bénéfique. Il est possible de bénéficier de backlinks qui proviennent d'un site qui n'appartient pas à la même thématique si c'est un site de notoriété élevée, qui est présent depuis longtemps avec une bonne volumétrie de contenu et de bons backlinks.

**Contextualisation de la page** : si votre site dispose d'un backlink, il ne faut pas que la page soit vide et ne contienne exclusivement que le lien

**Diversifier les méthodes** : il est important de recevoir des liens de plusieurs sources. Il faut essayer de diversifier ces sources et d'obtenir des liens de forums, de sites e-commerce dans la même thématique, de blogs, d'images, etc. Plus les backlinks seront diversifiés, plus cela va paraître naturel auprès de Google et automatiquement le site sera récompensé.

**Diversifier les pages de destination** : ne pas demander des backlinks uniquement sur une même page comme la page d'accueil par exemple

#### IV.3 - 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. Tapez vos mots-clés dans la barre de recherche de Google afin d'identifier des sites d'autorité bien placés dans les résultats de recherche.

[https://ads.google.com/intl/fr\\_fr/home/tools/keyword-planner/](https://ads.google.com/intl/fr_fr/home/tools/keyword-planner/)

Basketball :

<https://www.eurosport.fr/basketball/>

<https://www.beinsports.com/fr-fr/basketball/nba/news?gr=www>

Football :

<https://www.lequipe.fr/Football/>

<https://www.ouest-france.fr/sport/football/>

#### IV.4 - Glossaire

- **Backlink (BL)** : Le Backlink désigne un lien entrant pointant vers un site internet depuis un autre site internet.
- **Balise Title (<title>)** : La balise HTML <title> désigne le titre de page qui apparaît dans les pages de résultats des moteurs de recherche. Le <title> est un des facteurs internes les plus importants pour le référencement naturel d'un site et son bon positionnement.
- **Balise meta** : Balises HTML situées dans l'entête d'une page web, les balises méta permettent de qualifier une page et de donner des instructions aux robots des moteurs de recherche.
- **Balise meta description** : La balise meta description est une balise HTML méta permettant de décrire de manière succincte le contenu d'une page web pour les moteurs de recherche. Elle apparaît le plus souvent sous le titre d'une page dans les résultats des moteurs de recherche sur une requête donnée (lorsqu'elle est jugée pertinente).

- **Critères de référencement on-page** : Ensemble des critères d'optimisation pour le référencement naturel (SEO) dans les moteurs de recherche qui sont modifiables directement sur le site (contenu texte, images...). Les critères on page s'opposent aux critères off page.

- **Données structurées** : Les données structurées, parfois appelées schéma de balisage, sont des informations qui facilitent la compréhension du contenu d'un site par les robots des moteurs de recherche. Ces données se présentent sous la forme d'éléments sémantiques et constituent un véritable langage commun entre les administrateurs de site internet et les moteurs de recherche.

- **Duplication de contenu** : La duplication de contenu (ou "duplicate content") indique une forte similarité entre plusieurs pages ou portions de contenu textuel ou média sur le web. La duplication de contenu est néfaste à l'utilisateur et peut être pénalisante pour le référencement naturel dans les moteurs de recherche.

#### IV.4 - Glossaire

- **Backlink (BL)** : Le Backlink désigne un lien entrant pointant vers un site internet depuis un autre site internet.

- **Balise Title (<title>)** : La balise HTML <title> désigne le titre de page qui apparaît dans les pages de résultats des moteurs de recherche. Le <title> est un des facteurs internes les plus importants pour le référencement naturel d'un site et son bon positionnement.

- **Balise meta** : Balises HTML situées dans l'entête d'une page web, les balises méta permettent de qualifier une page et de donner des instructions aux robots des moteurs de recherche.

- **Balise meta description** : La balise meta description est une balise HTML méta permettant de décrire de manière succincte le contenu d'une page web pour les moteurs de recherche. Elle apparaît le plus souvent sous le titre d'une page dans les résultats des moteurs de recherche sur une requête donnée (lorsqu'elle est jugée pertinente).

- **Critères de référencement on-page** : Ensemble des critères d'optimisation pour le référencement naturel (SEO) dans les moteurs de recherche qui sont modifiables directement sur le site (contenu texte, images...). Les critères on page s'opposent aux critères off page.

- **Données structurées** : Les données structurées, parfois appelées schéma de balisage, sont des informations qui facilitent la compréhension du contenu d'un site par les robots des moteurs de recherche. Ces données se présentent sous la forme d'éléments sémantiques et constituent un véritable langage commun entre les administrateurs de site internet et les moteurs de recherche.

- **Duplication de contenu** : La duplication de contenu (ou "duplicate content") indique une forte similarité entre plusieurs pages ou portions de contenu textuel ou média sur le web. La duplication de contenu est néfaste à l'utilisateur et peut être pénalisante pour le référencement naturel dans les moteurs de recherche.

- **Page de destination** : La page de destination (ou landing page en anglais) désigne la page d'entrée des internautes sur un site depuis les pages de résultats de moteurs de recherche (SERP). Il s'agit donc de la première page que l'internaute visitera après avoir cliqué sur un résultat dans les moteurs de recherche.

- **Pagerank** : Le Page Rank est une valeur de popularité comprise entre 1 et 10 attribuée par le moteur de recherche Google à chacune des pages d'un site web. Le Page Rank est calculé en fonction du nombre et de la qualité des liens pointant vers une page.

- **Popularité** : Terme désignant de manière générique le potentiel de positionnement d'un site. La notion de popularité dans les moteurs de recherche se résume essentiellement à la qualité des liens entrants et à la légitimité d'une marque ou d'un site à se positionner dans les pages de résultats des moteurs de recherche sur les expressions ciblées.

- **Position zéro** : La Position 0, en référencement naturel SEO, correspond à la position préférentielle obtenue sur une page de résultats d'un moteur de recherche. Un extrait du contenu du site est affiché dans un bloc spécial qui apporte une belle visibilité et donc du trafic.

- **Positionnement** : Le positionnement est l'état du classement d'un site dans les pages de résultats des moteurs de recherche ou l'ensemble des actions visant à améliorer sa position dans ceux-ci.

- **Redirection 301** : Une redirection 301 est une redirection permanente d'une adresse URL à une autre. Elle permet aux internautes et aux robots des moteurs de recherche d'être redirigés vers la bonne page. Elle donne l'indication aux moteurs de recherche de mettre à jour leur index.

- **Référencement local (SEO local)** : Le référencement local ou SEO local est une technique de référencement web. Cette technique d'optimisation pour les moteurs de recherche se concentre sur des requêtes avec des éléments géographiques (quartier, ville, pays, etc) ou bien des requêtes géolocalisées dans le cas des appareils mobiles notamment.

- **Résultats organiques** : Les résultats organiques aussi appelés résultats naturels sont les liens présents dans les moteurs de recherche dont le positionnement est fonction de la pertinence attribuée par les algorithmes des moteurs de recherche.

- **Rich snippets** : Les Rich Snippets, en français "extraits enrichis", désignent les éléments constitutifs des pages de résultats des moteurs de recherche (SERPs) affichés en complément du texte standard (titre, url, description).

- **Robots.txt** : Le robots.txt est un fichier texte placé à la racine du domaine et permettant de donner des instructions d'indexation aux robots des moteurs de recherche via une syntaxe standard. C'est le premier fichier vers lequel les robots d'indexation de Google se dirigent.

- **SERP** : Acronyme de l'expression anglophone "Search Engine Result Page", SERP désigne les pages de résultats des moteurs de recherche.

- **Sitemap XML** : Le sitemap XML est un fichier de données au format XML permettant d'améliorer l'indexation des pages d'un site web dans les moteurs de recherche.

- **Taux de rebond** : Le taux de rebond est une donnée qui mesure le pourcentage de personnes qui atterrissent sur votre site et le quittent sans aucune autre action ou clic sur la totalité des visiteurs. Un utilisateur rebondit lorsqu'il n'y a pas d'interaction avec la page de destination et la visite se termine par une visite d'une seule page.

- **URL** : Acronyme de l'expression anglophone Uniform Resource Locator définissant l'adresse d'une page web (ex : monsite.com/ma-page.html).

- **URL canonique** : L'URL canonique est une balise méta permettant de définir une URL préférée et éviter la duplication de contenu pouvant survenir avec l'URL rewriting, les URLs de tracking ou id de sessions.