

SEO

Myriam Trillat - Mickael Vandenbulcke

Le SEO, qu'est ce que c'est ?

Le SEO, pour Search Engine Optimisation, en français “Optimisation pour les moteurs de recherche”, parfois aussi appelé référencement naturel, désigne les techniques utilisées pour être le plus visible possible dans les résultats naturels, c'est-à-dire non payants, remontés par les moteurs de recherche comme Google.

L'objectif est d'améliorer la visibilité des sites Web en leur faisant gagner des places sur les moteurs de recherche. 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.

Pourquoi c'est important ?

En France et généralement dans le monde, les sites les plus visités par les internautes sont ceux qui apparaissent sur la toute première page de résultats (parmi les 10 premiers). Sur ces 10 premiers résultats, les 3 premiers sites sont les plus visités.

D'après les études, les chiffres concernant le pourcentage de clics sur les résultats de recherche Google en fonction de leur position sur la SERP (*search Engine Result Page*, page de résultats d'un moteur de recherche), sont les suivants :

- 1ère position : **33%** des clics sur ordinateur
- 2ème position : **15,6%** des clics sur ordinateur et la même chose sur mobile
- 3ème position : **10%** des clics sur ordinateur et la même chose sur mobile

Les 3 premiers résultats représentent donc quasiment 60% des clics sur les moteurs de recherche. D'où l'importance d'être bien placé dans les résultats naturels.

Google note par degré de pertinence les sites web. Plus les notes sont bonnes, plus ils sont visibles et se rapprochent de la 1^{ère} page. Pour être pertinent aux yeux du moteur de recherche, plusieurs critères sont pris en compte.

4 balises HTML à travailler pour booster votre SEO :

« SEO on page »

- La balise SEO de “Title” ou le titre SEO,
-
- Les balises d’en-tête ou les Titres et Sous-titres dans votre contenu,
-
- La meta-description,
-
- Les catégories et les étiquettes de blog.

Une histoire de balises et de référencement

En bref, les balises HTML (ou balises SEO) sont un moyen pour les algorithmes des moteurs de recherche de comprendre et de différencier les données d'un contenu Web.

1. La balise "Title":

une balise Title doit avant tout comporter des mots ou expressions clés relatives au contenu présent sur la page web en question. Les balises "Title" jouent toujours un rôle important dans le référencement

2. Les balises d'en-tête : H1, H2, H3 ... H6

Contrairement à la balise “Title”, ces balises sont visibles directement dans le contenu web.

Contrairement à la balise “Title”, ces balises ne sont pas visibles dans les pages de résultats.

Par contre, les moteurs de recherches utilisent ces informations pour calculer le classement de votre page parmi tous les résultats.

3. La balise meta-description

La Meta-Description est un petit résumé de votre contenu.

En effet, cette balise SEO fournit une description aux moteurs pour l'affichage des résultats au sein des pages de recherches

Bien rédigée, une meta description incite à cliquer ce qui augmente le trafic naturel de votre site Web.

Cette balise de description est présente dans les pages de résultats des moteurs de recherche comme Google, Bing, Yahoo... juste en-dessous de la balise "Title" et de l'URL d'un résultat.

Où s'affiche la Meta Description d'une page Web ?

Marketing Digital : le guide complet du chef d'entreprise - AudreyTips

<https://audreytips.com/marketing-digital-entrepreneur/> ▼ Translate this page

Mar 20, 2019 - La façon dont les consommateurs prennent leurs décisions d'achat aujourd'hui rend le **Marketing Digital** obligatoire pour tout **entrepreneur** qui ...

Ce petit résumé précise à l'internaute le contenu qu'il va trouver en cliquant sur le résultat en décrivant succinctement le contenu de la page cible en quelques phrases.

4. Les autres balises du blog de votre entreprise

Les étiquettes (tags) et les catégories de votre blog ne sont pas une contrainte du langage HTML.

Elles sont par contre une façon efficace d'organiser des articles de blog dans votre système de gestion de contenu (CMS) comme WordPress.

En ce qui concerne le Référencement Naturel, le poids des étiquettes et des catégories est bien moins important que celui des balises "Title" et en-têtes.

Les étiquettes et les catégories d'un blog professionnel n'affectent directement pas le SEO. Mais elles influent sur la compréhension sémantique pour les moteurs de recherche.

Récapitulons :

Peaufiner sa balise “Title” et ses en-têtes est vital pour optimiser efficacement le référencement naturel de votre site.

Par contre, les catégories et les étiquettes de vos articles de blog ne sont pas aussi importantes, ce qui les rend un peu plus difficile à définir.

Cependant, elles restent essentielles pour développer une bonne expérience utilisateur, ce qui est toujours bénéfique du point de vue SEO.

Plus vous peaufinez le contenu Web du site de votre entreprise, plus vous attirez du trafic pour conquérir de nouveaux clients.

Optimiser son SEO en 2020

Mobile first :

Cela fait maintenant plusieurs années que le nombre de recherches sur appareils mobiles a dépassé celui des recherches sur desktop. C'est pour cela que Google et les autres moteurs de recherche s'adaptent et tendent à privilégier les sites dits « responsive » dans leur algorithmes de référencement.

Passage au HTTPS :

Google l'a déjà officiellement annoncé. La chasse aux sites non HTTPS (surtout e-commerces) est lancée. Ceux-ci sont et vont de plus être bannis des premiers résultats de recherche. Mieux vaut donc prendre les devants et migrer en HTTPS le plus rapidement possible.

Référencement local :

De plus en plus, on voit apparaître dans les SERP des résultats locaux géolocalisés (voir l'outil Google My Business)

Recherche vocale :

« Ok Google ! » Cette phrase montre toute l'entendue de ce qu'est la recherche vocale aujourd'hui. En terme de SEO aussi, les pratiques changent rapidement dans ce sens. Les recherches deviennent de plus en plus naturelles. On se concentre de moins en moins sur des mots-clés et de plus en plus sur l'aspect sémantique et sur des questions sous forme de phrases entières.

Référencement vidéo :

Réseaux sociaux, plateformes de streaming, live, ... On le voit tous les jours, le contenu visuel est beaucoup plus représenté et impactant dans notre système d'information actuel. C'est la raison pour laquelle produire, optimiser et intégrer des vidéos dans votre contenu ne pourra être que bénéfique pour vous.

SXO :

Après le SEO, place au SXO. C'est en tout cas le terme d'ores et déjà utilisé par certains experts en référencement naturel qui voient le SEO comme un terme vieillissant, qui ne sera plus utilisé dans quelques années. Pour eux, le critère numéro 1 sera bientôt l'expérience utilisateur (UX). D'où le terme SXO (Search eXperience Optimization).

Sources et outils divers :

outils :

outil gratuit de Google pour identifier les mots clés les plus recherchés :

[Keyword Planner](#)

Sources :

<https://audreytips.com/4-balises-html-booster-seo/>

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

<https://www.axenet.fr/img/le-seo-en-une-image-1000px.jpg>

<https://support.google.com/webmasters/answer/7451184?hl=fr>