

IV - Énoncé Ce module vous a permis de faire un premier pas dans le monde du SEO (du référencement naturel) afin de vous familiariser avec les termes, les objectifs et les enjeux qu'une stratégie de référencement peut représenter.

Vous trouverez donc ci-dessous quelques exercices qui vous permettront de mettre en pratique ce que vous avez appris dans ce module.

IV.1 - Prélude : Si vous n'en avez pas encore, créez-vous une adresse Gmail (<https://support.google.com/mail/answer/56256?hl=fr>) afin de commencer à manipuler les outils de Google.

IV.2 - Exercice 1 :

Apprendre et maîtriser le vocabulaire présent dans le glossaire. Il faut absolument se familiariser avec les termes listés, car ils sont employés partout dans le monde du SEO. Retourner dans les modules de cours et exercez-vous pour apprendre et comprendre les différents termes présents dans le glossaire. N'hésitez pas à réaliser des recherches annexes si vous avez besoin de plus de précisions. Cela aura également pour effet de faciliter l'apprentissage de ce vocabulaire.

VOCABULAIRE

Affiliation

Le système d'affiliation traduit une stratégie de placement de bandeaux publicitaires sur des sites partenaires, dits affiliés. Une marque, une entreprise ou un site marchand, apportent ainsi de la visibilité à leur offre, pour augmenter le trafic vers leurs sites. En un clic, les utilisateurs sont redirigés vers une page de destination, pour découvrir un nouveau produit, bénéficier d'une offre promotionnelle ou renseigner un formulaire en ligne. L'affilié perçoit une rémunération en fonction du nombre de visiteurs acquis par l'entreprise.

Accelerate Mobile Page (AMP)

L'AMP est un format d'affichage rapide des pages web développé par Google. Il s'agit d'un nouveau format de sites web mobiles, axé sur un nouveau standard de conception et d'encodage des sites responsive. Ce nouveau format permet notamment d'accélérer la vitesse de chargement des pages et d'améliorer la compatibilité avec les smartphones et les tablettes.

Ancre texte

En insérant des liens hypertextes dans un contenu publié, les ancres de texte, ou ancres de lien, correspondent aux mots clés stratégiques qui nomment ce lien. Les termes utilisés doivent inclure un mot clé fort, qui correspond au contenu vers lequel le lien pointe. Les ancres de texte ont ainsi un impact sur le référencement naturel d'une page web.

Backlinks

Les backlinks regroupent l'ensemble des liens externes pointant vers un site. S'ils sont perçus de qualité par les moteurs de recherche, autrement dit en provenance de sites dont l'autorité score est élevée, les backlinks d'un site décuplent considérablement son référencement SEO.

Balise alt

Lorsqu'une image est insérée dans une page et diffusée sur le web, elle possède un attribut HTML nommé balise Alt. Cet attribut décrit le visuel et permet ainsi d'afficher un texte lorsque l'image n'est pas téléchargée.

Balise title

Chaque page d'un site web possède une balise Title. Il s'agit d'un codage HTML qui indique le titre de la page. Associée à la balise meta description, la balise title correspond au titre en bleu, que l'on retrouve sur la page de résultats de requêtes, soit SERP, sur les moteurs de recherche.

Benchmark

Le benchmark est essentiel avant toutes actions SEO. Il correspond à l'analyse des concurrents d'une entreprise. En référencement naturel, le benchmark consiste à étudier les mots-clés stratégiques utilisés par la concurrence, leurs positionnements sur les moteurs de recherche, ainsi que le trafic généré selon leurs mots-clés.

Bot

Un bot, ou robot informatique, tel que Googlebot, est un programme informatique qui permet de scanner les pages des sites web. Ils favorisent ainsi l'indexation des sites sur les moteurs de recherche et déterminent leurs pertinences en fonction des requêtes des utilisateurs.

Champ sémantique

Lors de la rédaction de contenu SEO, le champ sémantique s'articule autour d'un mot clé fort et des mots clés secondaires. Il regroupe un ensemble de mots qui découle du terme clé et enrichit la sémantique de la thématique choisie.

Chatbot

Lorsqu'un utilisateur parcourt un site web, s'enclenche souvent une fenêtre de discussion appelée chatbot. Favorisant l'interactivité avec l'audience d'un site, le chatbot s'inscrit dans un accompagnement du parcours client, afin d'obtenir rapidement une réponse à leurs éventuelles questions.

CMS

Content Management System, ou Système de Gestion de Contenu. Ces outils permettent de concevoir ou de gérer de manière facilitée vos différents Sites Web, Blog, ou Réseaux Sociaux.

Les CMS les plus connus et les plus usités sont WordPress (pour les Blogs, Les Sites Vitrines et maintenant les sites de ventes), Prestashop (pour les Boutiques en ligne), Joomla et Drupal.

Cookie

Mis en place sur le serveur d'un site web, le cookie est un fichier capable d'identifier un utilisateur qui se connecte sur un site. Il opère une jonction entre le navigateur de l'audience et le site visité. Ce fichier enregistre les données du visiteur, permettant ainsi de l'identifier automatiquement, de savoir s'il est un nouveau visiteur ou s'il possède déjà un compte client ou qu'il a déjà parcouru le site.

Copywriting

Le copywriting repose une technique marketing et publicitaire incitative, basée sur le contenu avec des arguments convaincants. Un processus rédactionnel personnalisé qui apporte une solution au problème de l'audience cible. Les utilisateurs peuvent ainsi se projeter et s'orienter vers un produit ou un service qui répond parfaitement à leurs attentes.

Tout ce vocabulaire est vérifiable sur ce lien : <https://semantisseo.com/blog/le-grand-lexique-du-seo/>

IV.3 - Exercice 2 :

Dans le but de se familiariser avec la recherche sémantique de Google et de comprendre comment se positionner sur des mots-clés intéressants, vous trouverez des exemples de requêtes larges qu'il est possible de transformer en requête plus ciblée (comme l'exemple "chocolat" du chapitre 2) dans le domaine du sport. En identifier au moins 3.

Proposition de réponse :

- Mot-clé générique : basket. Est-ce qu'on parle de chaussures de sport ou de sport collectif ?

Jordan

Quand nous avons rentré le mot Jordan plusieurs propositions se sont offertes à nous. On nous propose **Michael Jordan** le joueur emblématique des Chicago Bull et les sneakers **Air Jordan**

- Mot-clé un peu ciblé : basket homme. Google comprend un peu mieux la requête et propose des chaussures de sport pour homme. Mais on peut aller encore un peu plus loin.

Air Jordan homme

Nous choisissons les **Air Jordan** à ce niveau aussi il fallait plusieurs choix tel que Air Jordan pour femme, enfant et homme

- Mot-clé très ciblé : basket noire pour courir homme. Dans cette situation Google comprend parfaitement la requête et ne propose que des résultats pertinents.

Air Jordan 1 Elevate Low femme

Nous choisissons Air Jordan femme et nous voyons que il y'a plusieurs model

IV.4 - Exercice 3 : Ceci est un lien vers un compte de démonstration de Google Analytics afin de le prendre en main :

[https://analytics.google.com/analytics/web/?utm_source=demoaccount&utm_medium=demoaccount&utm_campaign=demoaccount#/report/visitors-overview/a54516992w87479473p92320289 /](https://analytics.google.com/analytics/web/?utm_source=demoaccount&utm_medium=demoaccount&utm_campaign=demoaccount#/report/visitors-overview/a54516992w87479473p92320289/)

Rendez-vous sur ce lien et commencez à manipuler Google Analytics en observant des KPI vu pendant le cours sur le tracking de performance : nombre de sessions, nombre de visiteurs, taux de rebond... En extraire un maximum et essayer de les analyser en proposant des pistes d'amélioration. Commentez le plus possible pour avoir une analyse la plus pertinente

L'analyse de Google Analytics nous a donné ses données suivantes :

Donnée générale

Nombre total d'utilisateurs

Nouveaux utilisateurs

Moyenne d'engagement par période

Nombre totale de revenue

Le cycle de vie

Acquisitions

Engagement

Monétisation

Fidélisation

Démographie

Les utilisateurs par pays

Technologie

Les utilisateurs par système d'exploitation

Les utilisateurs par plateforme et par pareil

Les utilisateurs par navigateurs

Les utilisateurs par Applications

Les dernières versions de l'application

L'utilisation par minute

La plateforme préférée des utilisateurs