

## TP : Définir SEO



## 1. Définir le SEO.

Le SEO est short for search engine optimization. Ce terme définit l'ensemble des techniques mises en œuvre pour améliorer la position d'un site web sur les pages de résultats des moteurs de recherche (SERP). On l'appelle aussi référencement naturel. L'objectif d'un expert en référencement naturel est d'améliorer la visibilité des sites web qu'il prend en charge en leur faisant **gagner des places sur les moteurs de recherche** (Google, mais aussi Yahoo !, Bing, etc.). Le but est de faire se rencontrer les internautes intéressés par des produits / services ou du contenu informatif.

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.

## 2. Pourquoi se concentrer principalement sur le référencement naturel d'un site sur le moteur de recherche Google ?

On concentre principalement le référencement sur Google car Google est le plus gros moteur de recherche du monde et le plus utilisé.

## 3. Où peut-être référencé un site ? (Pensez que Google est un environnement multiple).

On peut être référencé sur Google mais aussi sur les réseaux sociaux (Instagram, Facebook et autres réseaux sociaux).

#### 4. Quelles sont les différences d'intérêts entre Nike et un site de formation au Web vis à vis du référencement ?

Les différences d'intérêt entre Nike et un site de formation sont qu'elle n'attire pas la même clientèle, il y a une plus grosse demande pour Nike que pour les formations et Nike est une marque internationale. Nike veut en faire de l'argent contrairement au site de formation gratuit.

#### 5. Qu'est-ce que les Googlebots, aussi appelés Spiders ?

##### Expliquer leur fonctionnement.

Le rôle principal des spiders de Google ou du Googlebot est de crawler. Autrement dit, ils **parcourent toutes les pages sur internet et les indexent dans le moteur de recherche de la firme de Mountain View.**

Pour cela, les spiders effectuent une visite de vos pages web, puis chargent les contenus sur une base de données. Le texte de vos pages est décomposé en mots et ces derniers seront placés dans l'index de Google.

Voici une liste illustrant les principaux rôles des spiders de Google :

- Parcourir les pages d'un site web en se déplaçant d'URL en URL.
- Déterminer le nombre de pages liées à un site web.
- Créer un répertoire de tous les domaines, liens, mises à jour, liens morts à indexer.
- Mettre à jour régulièrement l'index de Google.

L'index de Google désigne le répertoire de Google composé de milliards de sites web mis à disposition des utilisateurs. Concernant le rôle de Googlebot, il est important de stipuler qu'il ne joue pas directement un rôle d'indexation, mais ne fait que parcourir les divers contenus (domaine, site web, article, page, liens, etc.) à indexer.

## 6. Définir le Crawling

Les termes de **crawler**, robot de crawl ou spider, désignent dans le monde de l'informatique un robot d'indexation. Concrètement, il s'agit d'un logiciel qui a pour principale mission d'explorer le Web afin d'analyser le contenu des documents visités et les stocker de manière organisée dans un index.

Le **crawler** parcourt donc, en permanence, de façon autonome et automatique, les différents sites et pages Internet à la recherche de contenus nouveaux ou d'éventuelles mises à jour de contenus déjà explorés par le passé. Le fonctionnement basique d'un robot de crawl rappelle celui de logiciels malveillants, comme les spambots ou les malwares, mais contrairement à ces derniers, leur passage n'est pas nuisible pour le site. Derrière cette activité se cache une autre mission : celle d'indexer les pages Web en fonction de la qualité des contenus (évaluée selon des critères paramétrés en amont) et, ainsi, aider les moteurs de recherche à classer les pages Internet dans l'affichage des résultats.

## 7. Vous êtes développeur Web et un de vos clients vous dit qu'on ne trouve pas son site lorsque l'on cherche sur Internet. Rédiger un mail afin de lui fournir une prestation de référencement.



**RAYNIER, Rémy** <remy.raynier@lycee-pardailhan.fr>

À Melvin ▾

Bonjours Monsieur Lacime

Pour que votre site soit plus visible il faut :

- Il faut qu'il y est beaucoup de contenue .
- Mètre a jour le contenue.
- Une bonne qualité de site.
- Beau site.
- Des bon backlinks.
- Pas beaucoup de pub
- Site rapide et fluide.

↩ Répondre

➡ Transférer

## 8. Identifier les causes les plus fréquentes d'un problème de référencement.

Les causes les plus fréquentes d'un problème de référencement sont :

- Manque de contenu dans la zone principale
- Contenu qui n'est plus à jour et fausses promesses
- Qualité insuffisante sur la page
- UX et/ou design catastrophique
- Des backlinks trop artificiels
- Un manque évident d'Expertise, Autorité et Trust
- Trop de pub envahissante
- Masse noire
- Temps de téléchargement et de chargement énormes
- Trop de pages non indexables mais crawlables

## Consignes aux Webmasters, spécifiques au contenu et à la qualité.

C'est le webmaster (ou webmestre) qui fait naître et vivre un site internet. Après en avoir mis en place l'architecture et les rubriques, il veille à son bon fonctionnement (bugs d'affichage, compatibilité avec les différents navigateurs) et à sa mise à jour. Il assure la veille technologique qui consiste à observer la concurrence et les évolutions techniques, et gère les relations avec les web designers et les développeurs.

Quand le webmaster est également responsable du contenu éditorial du site, il est souvent amené à ajouter du contenu (textes, sons, images, vidéo...) en plus des mises à jour. Il doit savoir manipuler toutes sortes de logiciels et de langages spécifiques : HTML, JavaScript, Dreamweaver, XML, ASP, PHP, Java...

De plus en plus, les webmasters ont la responsabilité de l'hébergement, du référencement et de l'analyse de trafic (avec notamment Google Analytics), dans le but d'établir des prévisions et des préconisations qui permettent des choix éditoriaux plus pertinents et une performance technique optimale. Cette facette du webmaster rejoint donc le métier de traffic manager.

Le webmaster ou webmestre est donc amené selon les cas à avoir nombre de cordes à son arc : programmation web, référencement web, graphisme, rédaction...

Selon la taille de l'entreprise ou du service, le webmaster peut travailler sous la responsabilité du directeur marketing, du responsable communication, du chef de projet ou du responsable du site, quand il n'assume pas lui-même cette fonction. Pour un site Intranet, il sollicite les différents services de l'entreprise pour enrichir les rubriques.

Un webmaster doit savoir assurer l'interface entre plusieurs services et avoir le sens de la coordination. Il a des conditions de travail parfois difficiles, avec des horaires lourds et décalés : le respect des délais est impératif et les jours d'astreinte ne sont pas rares.