

Rapport de stratégie SEO
(Search Engine Optimization)
Pour le Site MyMeal

Sommaire

- Introduction
- Les moteurs de recherche : Fonctionnement de l'indexation et du référencement
- Mettre en place une stratégie SEO (ON-SITE)
- Mettre en place une stratégie SEO (OFF-SITE)
- Conclusion

INTRODUCTION

La publication numérique aujourd'hui ne peut pas être abordée sans poser la question du web : que ce soit sur les réseaux sociaux, sur des sites web, des blogs ou encore des applications pour Smartphones et tablettes, une part très importante de l'information lue au quotidien provient d'internet. Google totalise chaque mois plus de 100 milliards de recherches, soit plus de 3,5 milliards chaque jour. Cette forme de publication est régie par des codes et des contraintes très spécifiques, notamment de forme, qui fluctuent constamment et qui demandent donc d'être actualisés sans cesse.

Quasiment toutes les entreprises aujourd'hui vont à un moment ou un autre être amenées à publier des informations sur le web, ce qui demande donc une bonne connaissance des codes de mise en page, des notions solides d'informatique, et qui justifie le plus souvent l'embauche d'un développeur, très au fait des codes et des programmes régissant la construction d'un site internet. Cependant cela ne suffit plus : aussi performant et bien structuré que soit le site web, encore faut-il qu'il soit visité, et accessible.

Si un site est en première position des résultats du moteur de recherche, c'est pour lui l'assurance de récolter 80% des clics, et donc cela lui permet de générer du trafic et de faire vivre son activité.

Le SEO, ou Search Engine Optimisation, c'est justement une aide qui va permettre à un site web de gagner en visibilité, en testant différentes « recettes », pour répondre au mieux aux critères des moteurs de recherche et apparaître dans les premiers résultats.

Une blague dans le domaine du SEO veut que pour cacher un cadavre, il suffise de le cacher en deuxième page des résultats de Google... Travailler au bon référencement d'un site web, c'est s'occuper de tout ce que le moteur de recherche va prendre en compte, donc la structure du site, la façon dont il est codé, son accessibilité, l'optimisation du temps de chargement, ainsi que le contenu publié, son intérêt et surtout sa qualité, mais aussi sa notoriété et la reconnaissance qualitative des autres sites web.

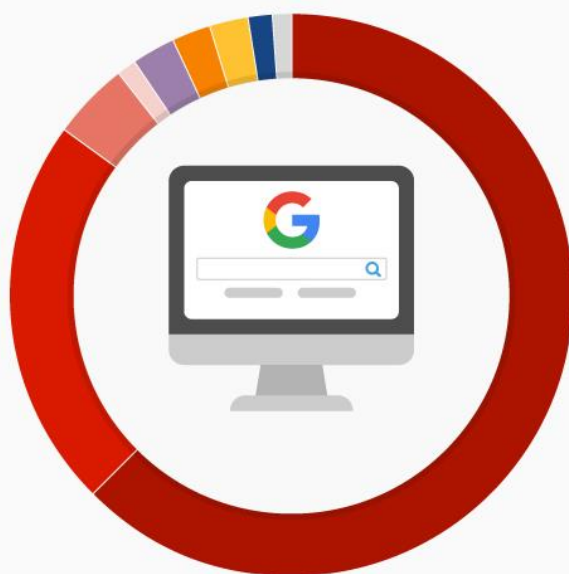
LES MOTEURS DE RECHERCHE : FONCTIONNEMENT DE L'INDEXATION ET DU REFERENCEMENT

Le SEO, ou Search Engine Optimisation, est arrivé avec les moteurs de recherche, notamment Google en 1995, qui ont pour but de procurer à l'utilisateur un résultat en fonction de ce qu'il recherche. Avant les moteurs de recherche, les sites web étaient indexés par ordre alphabétique dans des annuaires, comme celui de Yahoo !

Maintenant que les sites web ne sont plus tous référencés au même endroit, ils apparaissent aléatoirement selon les requêtes des utilisateurs : le but du SEO, appelé référencement en français, c'est de maintenir un site web dans les premiers résultats proposés sur les moteurs de recherche, en le positionnant au mieux sur les mots-clés qui décrivent son activité. Le ou les moteurs de recherche à privilégier dans une stratégie SEO dépendent de la cible géographique visée

Google et sa toute-puissance sur le web

Parts de marché des moteurs de recherche aux États-Unis *



62,6 %	Google
22,6 %	Google Images
4,3 %	YouTube
1,3 %	Google Maps
2,4 %	YAHOO!
2,3 %	amazon
2,2 %	bing
1,4 %	facebook
0,9 %	Autres

METTRE EN PLACE UNE STRATEGIE SEO (ONSITE)

- Optimisez le titre et le méta description

La première chose que les utilisateurs voient quand ils font une recherche sur Google est le snippet de recherche. Ce snippet contient le titre, l'URL et le méta description de votre page.

Le titre doit être bref et concis. Il a un impact sur votre référencement par mot-clé. Le méta description doit décrire le contenu de la page aussi précisément que possible. Même si elle n'a pas d'impact direct sur votre référencement, elle en a un sur votre taux de clic !

- Astuces pratiques pour l'optimisation des titres :

Les titres doivent être courts. Les titres de plus de 70 caractères sont automatiquement tronqués par Google.

Insérez vos mots-clés cibles dans les titres de vos pages.

Vérifiez les titres de toutes vos pages, et ajoutez un titre à celles qui n'en ont pas !



- Astuces pratiques pour l'optimisation de votre méta descriptions

Limitez vos descriptions à 175 caractères. Le reste sera tronqué par Google !

Tentez d'insérer un Call to Action dans votre description pour encourager les utilisateurs à cliquer sur votre page web.

La description doit indiquer clairement l'intérêt d'une visite sur votre site web.

Utilisez des mots-clés importants pour votre activité.

- Utilisez des attributs Alt pour optimiser vos images

Les moteurs de recherche ne déchiffrent pas correctement le contenu des images dépourvues d'élément de texte. C'est pourquoi il est important d'intégrer des attributs Alt texte descriptifs à vos images. Ceux-ci permettent aux moteurs de recherche d'interpréter le contenu des images. Et, en cas de problème de chargement, l'attribut Alt affichera le descriptif que vous avez rédigé sous forme de texte.

Les attributs Alt texte permettent aussi aux utilisateurs malvoyants équipés de logiciels de lecture d'écran d'accéder à votre contenu. Et après tout, l'accessibilité de votre site web est une priorité !

L'attribut ALT est intégré au lien de l'image dans le code source HTML :

```

```

- Standardisez la structure de vos URL

Les URL de votre site web agissent comme des panneaux orientant les utilisateurs vers votre contenu. Plus la structure de votre site web est uniforme, plus il est facile aux utilisateurs de trouver ce qu'ils cherchent. Une expérience utilisateur positive aide à réduire le taux de rebond tout en augmentant le temps passé sur votre page.

Exemple d'une URL descriptive :

[www.monsiteweb.com/ répertoire/ nomduproduit.html](http://www.monsiteweb.com/répertoire/nomduproduit.html)

- Optimisez votre site web pour le mobile

La compatibilité mobile est un facteur de classement essentiel. De plus en plus d'utilisateurs se connectent à Internet depuis leur mobile. Dans certaines régions du monde, plus de 70 % des utilisateurs accèdent au web depuis un mobile. Quelles en sont les conséquences pour vous ? Toutes les pages de votre site web doivent être optimisées pour le mobile.

METTRE EN PLACE UNE STRATEGIE SEO (OFF-SITE)

- Obtenez des avis

Les avis, affichés dans le riche snippet des résultats de recherche Google+ Local, ne doivent pas être négligés. Ils représentent un excellent moyen de mieux vous positionner face à la concurrence et d'être plus crédible pour votre cible. Les avis permettent d'attirer des prospects sur votre site web et ils participent à construire un SEO positif.

- Répondez à des questions

Les plateformes comme [Yahoo Answers](#) ou [Quora](#) sont des sites où vous pouvez poser des questions et recevoir des réponses d'experts ou de professionnels de votre secteur. Elles sont un excellent outil pour acquérir d'avantage de visibilité sur votre propre expertise ou sur votre site web. En aidant vos pairs, vous construirez votre image de marque sur une niche ou d'influencer.



- La présence sur les réseaux sociaux

Il sera important de développer votre présence sur les réseaux sociaux. Il est bien de savoir que presque tous les liens obtenus via les réseaux sociaux sont « nofollow », c'est-à-dire qu'ils ne seront pas pris en compte par les robots d'indexation, et ne permettront pas de participer au référencement d'une page. Mais cela ne signifie pas que ces liens sont sans valeur.

CONCLUSION

Le référencement (SEO) est un travail à très long terme, pour ne pas dire interminable puisqu'il doit s'opérer tout au long du cycle de vie d'un site Internet. Les algorithmes des moteurs de recherche évoluent sans cesse, donc les résultats obtenus ne seront jamais définitivement acquis.

Le référencement est une des disciplines reines du marketing sur Internet. Il est la clé du succès et de la visibilité des sites Internet. Il nécessite un travail d'analyse et de structuration important, un réseau relationnel de qualité ainsi qu'une veille technologique toujours plus importante.

Indispensable, le référencement nécessite à la fois des compétences techniques avancées et une vision des règles et de l'évolution sociale d'Internet pour être efficace.

Nul ne peut contester aujourd'hui, l'importance du référencement des sites web et son impact sur leur survie.

L'étape de référencement est une étape qu'on ne peut point négliger car elle permet d'améliorer la visibilité du site web et de créer du trafic autour de lui. C'est la raison pour laquelle il est fortement conseillé de procéder à une opération de référencement permanente.