

Programme D-CLIC

Module : SEO

Projet 2 - 1er pilier du SEO : La technique

Durée de l'exercice : Tout au long du programme

Du 20/05/2022 au 16/07/2022

Heure limite du dépôt : 16/07/2022 à 18H00

I - Introduction

Repository Name : SAYNA-SEO-PROJET2-052022

La totalité de vos fichiers, qu'importe le format, doivent être inclus dans votre livraison dépôt Github.

II - Objectif

Nous mettons enfin les pieds dans le plat. Ce premier module introduit le premier aspect du SEO qui n'est pas le plus connu mais qui est très important : l'aspect technique. La technique sert de fondation à un site internet et en SEO c'est également le cas. Si la technique n'est pas bonne, Google ne pourra pas lire le site correctement et donc ne pourra pas bien le classer. Il est donc primordial de respecter plusieurs critères afin de faciliter la lecture du site par Google.

A la fin de ce module, l'apprenant doit être capable de comprendre les différents points techniques et de les identifier. Il doit pouvoir détecter un problème / un manque technique s'il y en a un et proposer une solution.

III - Consignes

Pour réaliser ces activités, vous pouvez utiliser un éditeur de texte de votre choix (Word, Google Doc ou autres) et copier les éléments dont vous aurez besoin dans votre document.

Avec ce genre d'activité, le format du rendu du document à préconiser est le PDF. Pensez donc à changer le format de votre document.

Le rendu des activités se fera sur Github (comme pour les projets précédents) en respectant impérativement la nomenclature suivante et en utilisant qu'un seul dépôt :

SAYNA-SEO-PROJET2-052022

⚠ Si la nomenclature n'est pas respectée, le projet ne sera pas pris en compte lors de la correction et l'évaluation ⚠

⚠ Pensez à mettre votre dépôt en "Public". Le projet ne sera pas corrigé si le dépôt se trouve en "Privé" ⚠

IV - Énoncé

Ce module vous a permis d'entrer dans le monde concret du SEO en apprenant le premier aspect : la technique. C'est le premier pilier du SEO et l'un des plus importants.

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

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 parcourir le code afin d'identifier les points techniques vus pendant le cours et les exercices.

IV.2 - Exercice 1 :

Explorer le code HTML d'une page web et repérer les balises :

- title
- meta title
- h1, h2, h3...
- strong
- alt img

Si la page manque de balise, les relever et proposer des solutions. Bien indiquer le lien de la page choisie.

IV.3 - Exercice 2 :

Rendez-vous sur le fichier robots.txt du site web de Nike ici : <https://www.nike.com/robots.txt>

- Le site permet-il au robot Google de lire ses pages ?
- Quelles sont les pages que Nike interdit aux robots des moteurs de recherche de lire ?
- Quelles sont les pages que Nike autorise au robot Baiduspider de lire ?
- Quelles sont les pages que Nike interdit au robot HaoSouSpider de lire ?
- Quels sont les liens vers les sitemap du site ?

IV.4 - Exercice 3 :

Vérifiez la rapidité d'une page web grâce à l'outil de Google Page Speed Insight.

Quel est le résultat ? Faites des recommandations pour optimiser la rapidité de la page.

IV.5 - Exercice 4 :

Rendez-vous sur Google et tapez une requête afin de sélectionner une meta description qui n'est pas optimisée.

Faites ensuite des recommandations et proposez une meta description plus optimisée.

IV.6 - 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.

Erreur 404 : Une erreur 404 est un code d'erreur HTTP transmis par un serveur web quand une ressource demandée est indisponible ou que le serveur n'arrive pas à la trouver. Généralement, c'est une page web qui n'existe pas ou qui n'existe plus.

Fil d'Ariane : Un Fil d'Ariane, ou breadcrumb, est un élément de navigation présent sur un site web et qui permet d'aider l'internaute à savoir où il se trouve sur le site. Le fil d'Ariane se compose d'une succession de liens cliquables souvent structurés en suivant l'arborescence du site internet. On le retrouve en haut de page, avant le titre.

Index Mobile First : L'Index Mobile First désigne une méthode d'indexation de Google. Le moteur de recherche parcourt le site en version mobile pour évaluer la pertinence de celui-ci, alors qu'auparavant la version desktop était la référence pour les robots crawlers.

Indexation Google : L'indexation d'un site ou d'une page web désigne le processus par lequel un robot d'un moteurs de recherche (Google ou autre) va parcourir, analyser, répertorier et classer les pages d'un site avant de les afficher dans une page de résultat. Sans cette étape d'indexation, un site web ne pourra pas s'afficher après une recherche d'un internaute.

Longue traîne : La longue traîne est un concept du référencement naturel (SEO) qui désigne l'ensemble des requêtes générant peu de volume chacune, mais qui lorsqu'on les additionne deviennent un très important volume du trafic global. Ces requêtes fournissent souvent un trafic très qualifié.

Maillage interne : Actions d'optimisation du référencement visant à lier les pages web d'un site les unes aux autres avec des intitulés de liens pertinents. Le maillage interne permet non seulement d'orienter les internautes vers les pages les plus stratégiques mais aussi de mettre en avant ces pages pour les robots d'indexation des moteurs de recherche. Une page recevant plusieurs liens internes sera jugée comme importante.

Netlinking : Désigne l'ensemble des actions visant à la création de liens entrants (backlinks) sur un site dans l'objectif d'en augmenter la popularité.

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.