

SEO



Le référencement

Dans l'univers du SEO, le terme référencement regroupe les différentes techniques utilisées pour améliorer la position d'un site internet dans les pages de résultats affichées par les moteurs de recherche en réponse aux requêtes des internautes.

Le référencement n'est qu'un élément du dispositif Webmarketing

Qu'est-ce que le Webmarketing ?

Web : porte l'objectif de développement.

Il a 2 objectifs:

- Attirer les prospects
- Convertir vos prospects (cela ne sert à rien d'avoir bc de trafics si personne n'achète sur ce site)

Marketing :

3 types de visiteurs :

- qui cherchent : Il faut donc être là quand où il nous cherchent (c'est ce qu'on appelle le référencement)
- qui participe (ex: réseaux sociaux)
- qui surfent : il ne cherche pas forcément mais il faut pouvoir éveiller l'intérêt = Display



VISITEURS
QUI **CHERCHENT**

Référencement



VISITEURS
QUI **PARTICIPENT**

Réseaux sociaux



VISITEURS
QUI **SURFENT**

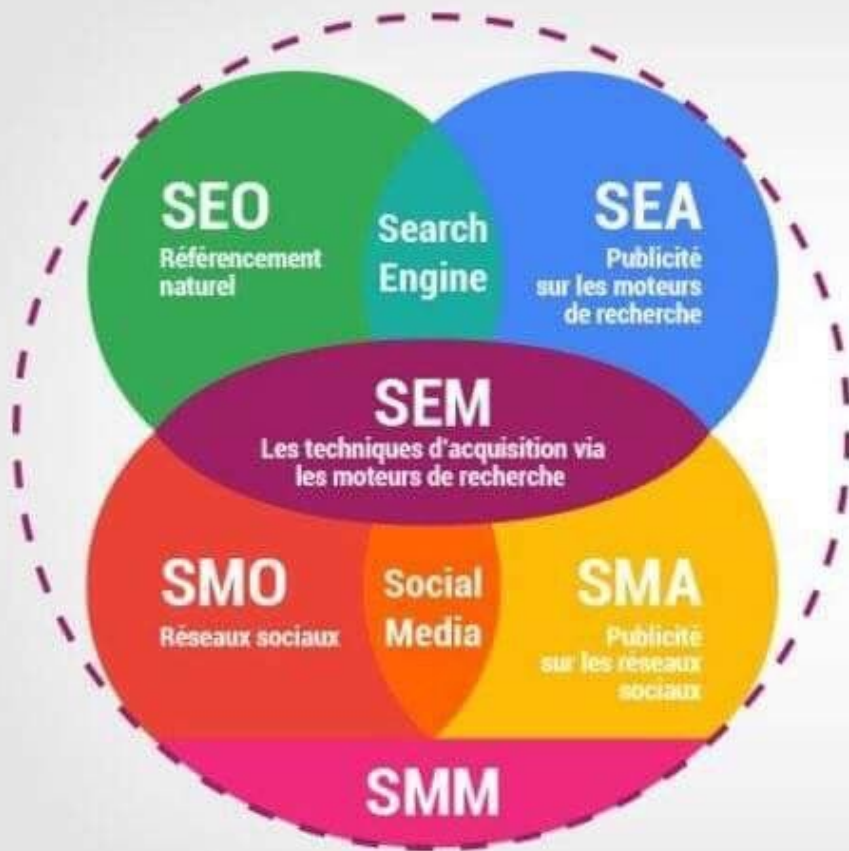
Display

VOTRE **DISPOSITIF WEB**



VOS OBJECTIFS





SEM

Search Engine Marketing

SEO

Search Engine Optimization

SEA

Search Engine Advertising

SMM

Social Media Marketing

SMO

Social Media Optimization

SMA

Social Media Advertising

1. Résultats payants

Afficher les robots domestiques

Annonce sponsorisée

<p>Appbotlink Riley Robot avec Caméra de...</p> <p>149,00 €</p> <p>Amazon.fr</p> <p>Livraison gratuite</p> <p>Par Google</p>	<p>Anki COZMO BLANC Robot connecté</p> <p>199,99 €</p> <p>Darty</p> <p>★★★★ Par F</p>	<p>UBTECH Alpha1 Pro Robot connecté</p> <p>561,99 €</p> <p>ibab Central BE</p> <p>★★★★ (14) Google</p>	<p>UBTECH Alpha1 Pro Robot connecté</p> <p>575,99 €</p> <p>eGlobal Central France</p> <p>★★★★ (14) Par Google</p>
--	---	--	---

Keecker - le Robot Domestique | Il va bouleverser votre maison

(Annonces) www.keecker.com/robot/domestique

Robot à commande vocale pour le divertissement et la sécurité de votre maison. Système audio 117dB.

Exclu Web: 30j d'essai* Caisson de Basse 50W, 4 haut parleurs 10W. Traitement numérique.

Équipements: Vidéo-projecteur HD LED, Système 4.1 117dB, 1 caméra de 13MP 360°.

Spéc: Acheter - Découvrir - A propos

Les aspirateurs **robots** (iRobot Roomba, Samsung, Neato, etc.), tondeuses (Husqvarna, Bosch, Evo, etc.) ou encore **robots** adeptes du lavage de carreaux (Winbot) et du nettoyage des sols (Scooba) se multiplient, mais voici les nouveaux **robots**: ce sont **robots** connectés à tout faire, on les appelle les **robots domestiques**. 29 sept. 2017



Robots domestiques connectés : à quoi servent-ils et quels sont les ...

https://www.frandroid.com/.../robots/403856_robots-domestiques-connectes-a-quoi-serv...

À propos de ce résultat Commentaires

Robots domestiques connectés : à quoi servent-ils et quels sont les ...

<https://www.frandroid.com/Produits/Robots>

29 sept. 2017 - Qu'est-ce qu'un robot domestique ? Les références ne manquent pas. Vous avez sans doute en tête le petit robot de Pivar: Well-e, ou encore ...

2. Résultats naturels



Robot domestique

Un robot domestique est un robot de service personnel utilisé pour des tâches ménagères. On estime à 3 540 000 le nombre de robots domestiques en 2006, avec une estimation de 950 000 robots industriels. Wikipédia

Commentaires

SEO

Partie Orange

Etre présent sur la partie en orange s'obtient en faisant ce qu'on appelle des liens sponsorisés.

L'offre commerciale chez google s'appelle Google Adword.

On appelle ça du référencement payant ou du SEA (Search Engine Advertising)

Partie Violet

S'obtient en faisant du référencement organique ou du référencement naturel

On appelle ça du SEO (Search Engine Optimization)

Attention, ce n'est pas forcément gratuit !

Les moteurs de recherche

Les plus populaires: Google (90% d'utilisateur), Bing, Yahoo

Les moteurs de recherche référencent les pages et non les sites ! Google revoit donc une page et ce n'est pas toujours la page d'accueil.

1. Crawling

Le moteurs envoient à une fréquence aléatoire des petits robots sur Internet qui vont se balader de page en page. Tant que le robot n'est pas passé sur une page, Google ne connaît pas votre page

2. Analyse de la page

Le robot analyse votre page (titre, adresse, nom de domaine, nom des fichier, légende des images, texte)
Il ne voit pas l'image, il ne sait pas ce qu'il y a dedans par contre il lit le titre, pareil pour les vidéos et les animations

3. Indexation

Après avoir analysé la page, il va classer la page dans son index en fonction de ce qu'il aura trouvé

4. Traitement des requêtes

Finalement, quand on pose une question au moteur, il nous propose des pages en fonction de nos questions et de son index

La position de la page dépendra de sa PERTINENCE et de sa NOTORIÉTÉ

La pertinence - SEO On-Page

Etre pertinent c'est tout faire pour construire une page pour dire au moteur: "Moi je suis la meilleure réponse à cette question"

La pertinence d'un site s'évalue par :

- Ses **mots clés** dans la page au bon endroit, au bon format
- Son **contenu**
- Le **comportement des visiteurs** - Le **taux de rebond** (pourcentage d'internautes qui sont entrés sur une page Web et qui ont quitté le site après, sans consulter d'autres pages.)
Remarque: le taux de rebond fait perdre le classement

On parlera de **SEO On-Page** ou d'**optimisation du contenu** avec :

- L'optimisation technique du site : son accessibilité, sa vitesse, sa version mobile (responsive) ;
- La mise en place d'une structure technique optimisée SEO (titres, images, contenus)
- La création de contenu reprenant vos mots-clés et respectant la structure du site.

Cela correspond donc à toutes les actions que vous pouvez effectuer vous-même pour améliorer votre site

La notoriété - SEO Off-Page

Le moteur va proposer en réponse (et en bonne position) des pages qui ont de la notoriété (dont des gens parlent)

La notoriété d'un site s'évaluent avec des backlinks (des liens).

=> Plus il y a des gens qui font de liens vers vous, plus vous êtes quelqu'un de connu, voir de reconnu. Plus vous avez une grosse notoriété !

Le moteur va donc privilégier vos pages

Rque: Le moteur va également regarder la notoriété des gens qui font un lien vers vous

On parlera de **SEO Off-Page**. Cela correspond à la recherche et la création de **partenariats**, dans le but de **créer des liens** vers votre site.

SEO Off-Page est donc ce qui est en dehors de votre contrôle, parce que les actions se font sur d'autres sites.

Attention:

Il n'y a pas de formule secrète pour être premier

Les avis divergent sur les techniques de référencement

Les règles changent tout le temps car les algorithmes des moteurs de recherche changent souvent

Difficultés de référencement

- Ennemi numéro 1: la concurrence. Site bien placé = meilleur que ses concurrents !
- Google fait du ménage. Il faut donc mettre à jour son site
- Les règles des moteurs changent tout le temps

Les mots clés

Un mot clé c'est la question que pose un internaute à un moteur de recherche

On cherche alors à être la bonne réponse.

Il faut donc se demander: Quel est le mot clé sur lequel je veux être bien placé ?

ex: si je suis présent sur un mot clé que personne ne recherche je serai premier mais personne ne viendra

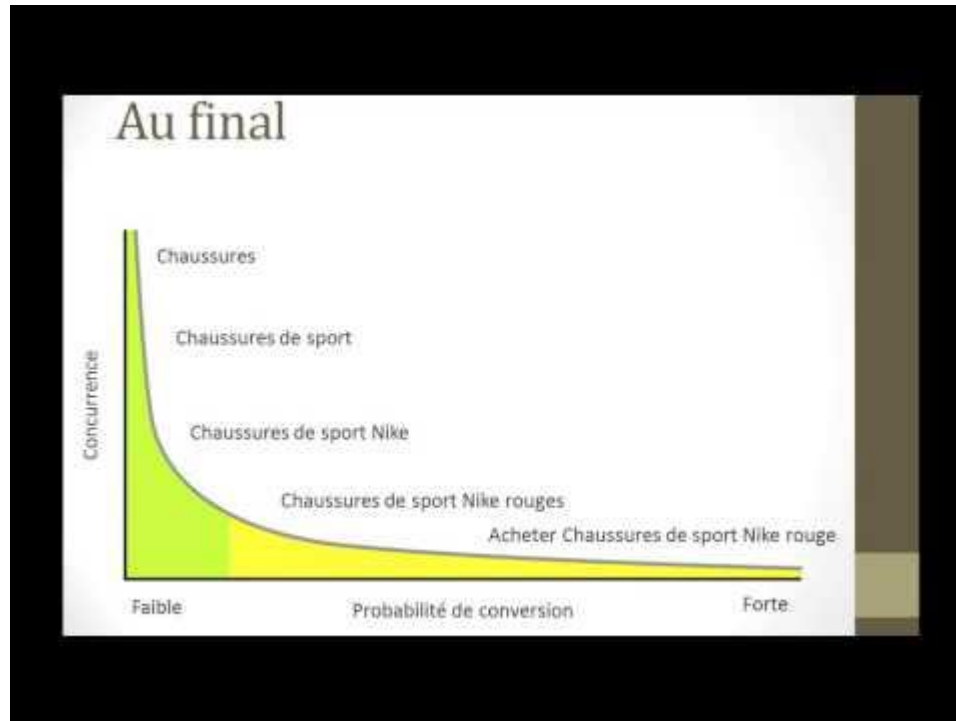
Attention au mot clé trop large !

Pour exemple: Formation

- Il existe plusieurs formations (
- Les visiteurs seront nombreux mais il ne trouveront pas forcément ce qu'il cherche
- Il y aura donc un trafic important mais taux de rebond élevé !!
- Qui dit taux de rebond, dit perte de classement
- Autre problématique, la concurrence est énorme pour ce mot



Comprendre la longue traîne et ses implications stratégiques



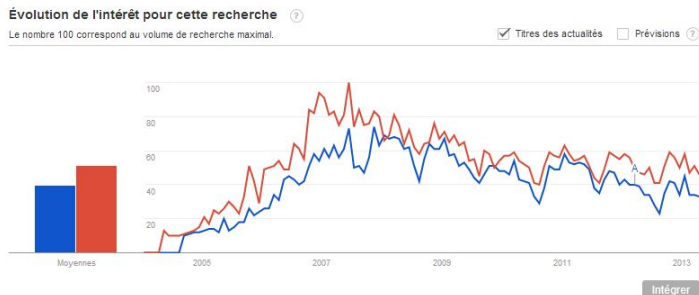
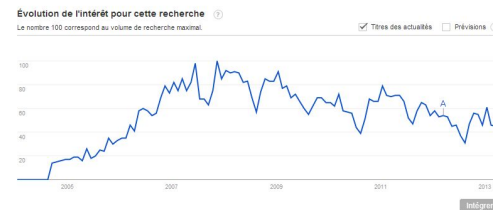
https://www.youtube.com/watch?v=X_XPGfpctRA

Comment trouver les bons mots clés

1. Lister ses propres mots clés (selon: produits, services, société, dirigeants, notion géographique, métiers etc...)
2. Analyser les recherches des internautes. Vous devez vous adapter à votre cible
3. Analyser la concurrence (très populaire <https://www.semrush.com/>
-> alternative gratuite <https://neilpatel.com/fr/ubersuggest/>)

Google Trends est un outil puissant pour connaître les tendances de recherche sur Google. On pourra taper un terme qui aurait pu être recherché sur Google, et cet outil vous retournera une courbe donnant les tendances de recherche de ce terme. Le volume de recherche maximal est ramené à 100.

Il permet également de comparer les tendances de recherche entre deux termes.



Optimisation de contenu

Optimisation de contenu

1 - Focalisez vous bien sur un seul mot clé

Première chose, une page traite d'**un seul sujet**, c'est à dire qu'elle ne contient qu'un mot clé principal. À ce sujet, n'oubliez pas que ce mot clé doit absolument figurer **dans l'URL de la page**.

- Si votre site est un site custom, alors le nom du fichier doit contenir le sujet. Par exemple "**box-gastronomie.html**";
- Si votre site a été créé grâce à un CMS (ex: Wordpress), vous pourrez directement modifier l'URL grâce à l'éditeur de page.

2 - Rédigez les balises meta "title" et "description"

Ce sont les balises les plus importantes pour donner envie à vos visiteurs de visiter votre site. Il faut donc **les écrire d'abord** pour les visiteurs et **ensuite les optimiser** pour Google. Ceci étant dit, essayez autant que possible de mettre votre mot-clé au début de ces balises plutôt qu'à la fin.

Les balises meta title et description ont une taille maximum :

- Title : 70 caractères ;
- Description : Google affiche entre 132 et 160 caractère. Il est conseillé d'**en écrire un peu plus**, pour que Google ait le choix de ce qu'il souhaite afficher.

N'oubliez pas qu'un bon titre et une bonne description peuvent faire la différence, même si vous êtes moins bien placés que vos concurrents.

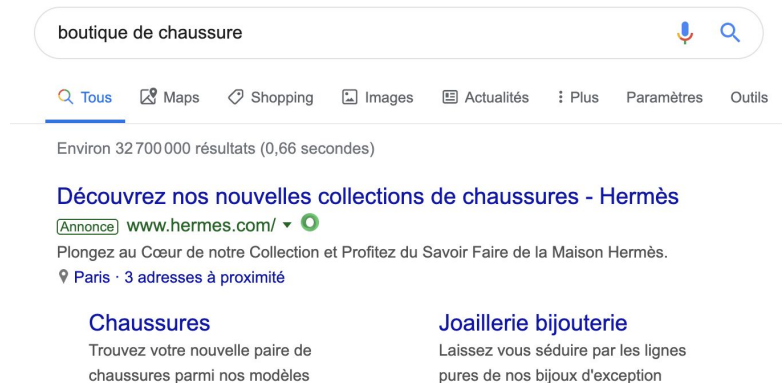
Exemple d'optimisation de balises Title et Description

La balise title

```
<title>Découvrez notre nouvelles collections de chaussures - Hermès </title>
```

La balise description

```
<meta name="description" content="Plongez au Coeur de notre Collection et Profitez du Savoir Faire de la Maison Hermès." />
```



Structurez correctement votre contenu

Toutes les pages de votre site doivent avoir :

- **Un titre** `<h1>` **et un seul ;**
- **Plusieurs titres** `<h2>` faisant office de sous-parties ;
- Une ou plusieurs **images** ;
- Plusieurs **paragraphes**, plutôt courts pour améliorer la lisibilité ;
- Quelques **liens internes** vers d'autres pages de votre site en lien avec le contenu de la page ;
- Si possible, 1 ou 2 **liens externes**.

De plus, le **mot-clé** doit être apparaître dans les éléments suivants :

- Dans les **titres**, de manière exacte dans le `<h1>` ; de manière exacte et/ou remplacé par des synonymes dans les `<h2>` ;
- Dans les **paragraphes**, au moins 1 fois de manière exacte ;
- Dans les **attributs** `alt` des images lorsque c'est cohérent.

Visez toujours au minimum **400 mots par page**.

Exemple d'optimisation des titres

Voici les différents titres présents dans le contenu de notre page :

Titre <h1>

```
<h1>Découvrez notre Box Gastronomie</h1>
```

Titres <h2>

```
<h2>Notre Box Gastronomie contient des produits 100% bio</h2>
```

```
<h2>Notre Box Gastronomie est conçue pour vous faciliter la vie</h2>
```

Comme vous le remarquez, ces titres contiennent le mot-clé principal. Il n'est pas nécessaire de mettre le mot clé exacte dans tous vos titres <h2> . Vous pouvez y mettre des synonymes par exemple, ou rajouter des éléments de contexte. Nous aurions pu, par exemple, créer une partie sur les "Conseils de cuisson de notre box".

Diversifiez votre champ sémantique

Il ne sert à rien de répéter des dizaines de fois le mot-clé. Ceci va juste frustrer vos visiteurs.

Rque 1: Il n'y a pas de règle établie pour savoir combien de fois un mot-clé doit apparaître dans une page web. Rappelez-vous simplement des bonnes pratiques ci-dessus et placez le mot-clé aux bons endroits.

Rque 2: Répéter sans cesse le mot-clé dans votre page s'appelle du "**keyword stuffing**" et est une technique Black Hat. Si le texte ne vous semble pas naturel à lire, il est possible que vous ayez mis trop de fois le même mot-clé !

Veillez surtout à ajouter des synonymes et des mots du même champ lexical que le mot-clé principal.

Google sait de mieux en mieux reconnaître **un mot dans son contexte**. Plus vous utiliserez des mots du champ lexical sur sujet principal, plus vous donnerez de contexte à Google.

L'avantage est donc double, d'une part vous facilitez la lecture à vos visiteurs en écrivant des pages de qualité, et d'autre part vous améliorez votre SEO.

Exemple d'optimisation d'un texte

Voici un exemple de paragraphe optimisé :

<p> C'est la première box à contenir des produits 100% bio de producteurs près de chez vous !

En effet, suivant l'endroit où vous vous trouvez en France, nous adaptons notre box pour privilégier un circuit court.

Vous obtenez donc les meilleurs produits possibles, sans pesticides ni conservateurs, tout en faisant attention à l'environnement !

Nous privilégions aussi la qualité des recettes de cette box gastronomie, pour vous permettre de cuisiner les meilleurs plats en vous inspirant des plus grands chefs ! </p>

Pourquoi ces choix de phrases ?

- D'un point de vue SEO, ce paragraphe reprend le **mot-clé principal** mais sans le "spammer", c'est à dire **sans le répéter inlassablement**. Nous avons, de plus, rajouté des mots pour donner du contexte à Google, comme "producteurs","recettes","cuisiner","plats","grands chefs". Ceci nous permet d'améliorer notre **cohérence** par rapport à notre sujet.
- D'un point de vue visiteur, le texte reste agréable à lire, tout en essayant de le convaincre d'essayer notre box.

Évitez les erreurs les plus communes

Voici les erreurs que vous rencontrerez le plus souvent :

- **Tous les titres sont des** <h1>, ou présence de plusieurs <h1> sur une même page, comme déjà évoqué précédemment ;
- Les textes sont écrits en **ne pensant qu'à Google**, ce qui est plutôt désagréable à lire ;
- Au contraire, le contenu **ne contient pas du tout le mot-clé** ;
- Plusieurs pages traitent exactement du même sujet ou sont à 90 % **copiées-collées** ;
- Les **pages ne sont pas "liées" entre elles** de manière cohérente.

Ne sur-optimizez pas votre contenu, cela pourrait passer pour du spam aux yeux de Google. **Écrivez toujours d'abord pour vos visiteurs et ensuite pour Google.**

Créez une architecture cohérente

Faites du Linking interne : C'est le fait de lier les pages similaires entre elles. Cela permettra à Google de comprendre que vous traitez du sujet **en détail**, ce qui améliorera la cohérence de votre site.

Ajoutez des données structurées au code de vos pages

Les données structurées sont des données que vous rajoutez au code des pages de votre site web pour aider les moteurs de recherche à mieux comprendre leur contenu.

Pourquoi ajouter ces données ?

Ces données permettent à Google d'afficher des résultats enrichis (appelés aussi **Rich Snippets**). Ces résultats sortent de l'ordinaire et attirent l'œil du visiteur, ce qui augmente donc le taux de clics. En clair, cela vous permet d'obtenir plus de visiteurs !

Il y a plusieurs types de données structurées. Voici une liste non-exhaustive :

- avis - s'affiche alors le nombre d'avis sous forme d'étoile
- recette - des informations telles qu'une photo ou le temps de préparation
- musique - ajoute des informations sur l'auteur, le producteur etc.
- entreprise - ajoute des informations sur l'entreprise
- produit - ajoute des informations sur un produit comme sa photo, son prix.
- ...

Les 15 meilleurs logiciels de recrutement et de gestion des candidatures

<https://www.codeur.com> > Mag > Outils ▼

★★★★★ Note : 3,9 - 466 votes

15 **logiciels de recrutement** pour mieux gérer vos candidatures ... Mais dénicher les **meilleurs** talents peut être long et fastidieux, et exige une organisation bien ...

Voici un exemple de résultats enrichis

Résultat enrichi avec des avis (étoiles)

Comment mettre en place des données structurées ?

Les données structurées respectent une syntaxe, une norme, appelée schema.org. Il faut donc rajouter du code HTML dans sa page, en respectant cette norme pour que les moteurs de recherche puissent les afficher.

Cette partie est assez technique et nécessitera des connaissances plus poussées en développement web, nous ne rentrerons donc pas dans les détails ici. Vous pourrez trouver les informations nécessaires dans la [documentation officielle de Google à ce sujet](#) ainsi qu'un [cas pratique simple](#).

Rédiger des contenus optimisés

Le contenu doit être:

Ergonomique

=> Adapter la page à votre cible (au visiteur) + adapter la page aux supports (responsive) + Bon temps de chargement (Moins de 2 secondes)

Unique

=> Attention au Duplicate content (contenu copié sur un autre site)

Un contenu similaire à un autre site peut être pénalisé

L'assemblage de morceaux de contenu dupliqué peut aussi être pénalisé

Netlinking

Le **netlinking** est une stratégie qui consiste à augmenter le nombre de backlinks (liens) vers un site internet pour améliorer son positionnement et sa visibilité

Comment obtenir un lien ?

- En rechercher soi même
Où créer soi-même des sites ?
 - Annuaire de site
 - SpamCo
 - Forum
 - Communiqués de presse
- Echanger de liens
On contactera des sites en leur proposant de faire un lien vers eux s'ils font un lien vers vous (qui ont un rapport avec nous, cela aura
- Acheter de lien (interdit)
Officiellement interdit par Google
 - Annuaire professionnelles payants
 - Articles sponsorisés (contacter d'un blogueur en échange d'un article de vous ou d'une rémunération)

Où obtenir des backlinks ?

- les sites généralistes
 - Annuaires gratuits, payants
 - Echange de liens
 - Forums
 - Blogs (billets sponsorisés, commentaires)
- Les sites en rapport
 - Annuaires professionnels
 - Forums, réseaux privés
 - Sites du même secteur que vous
- Les réseaux sociaux

Les liens à forte notoriété

- Le **PageRank** (note donnée par google de 0 à 10 ex: facebook à 9 PR, la moyenne est de 3, 4 PR)
liens = vote
Pour vos liens, choisissez des pages à bons PR !
On peut le trouver sur des plug-ins

C'est quoi un bon lien ?

C'est un lien avec du contenu en rapport avec le vôtre

Attention au "Ancre du lien"

ex: [cliquez ici](#) , [en savoir plus](#) -> A éviter

[Découvrir ce cours en ligne](#) -> Mieux

Les backlinks :

Ne doit pas être :

- dans le footer
- sur une liste de lien
- sur toutes les pages

Doit plutôt être

- Dans un article
- Dans un texte
- Dans le même univers sémantique

On travaille la qualité plutôt que la quantité !!

Outils SEO

Google Analytics

Google Analytics est un outil d'**analyse du trafic d'un site web** utilisé en **web-marketing** pour :

- Obtenir des informations sur les visiteurs afin de mieux connaître votre audience pour répondre à ses besoins
- Analyser le comportement des visiteurs sur votre site afin d'évaluer et d'adapter l'ergonomie et la navigation de votre site pour favoriser les conversions
- Mesurer et analyser les résultats d'une action de web-marketing sur votre site (Optimisation du référencement naturel, envoi d'une newsletter, lancement d'une campagne Adwords, etc.)
- Identifier les canaux d'acquisition performants et ceux qui nécessitent une optimisation en fonction du type de trafic (direct, recherche organique, sites référents, réseaux sociaux, liens payants, etc.)

Google Search Console

Google Search Console (anciennement *Outils Google pour les webmasters* ou *Google Webmaster Tools*) est un service gratuit de Google qui permet de vérifier si leur site est indexé par Google et d'optimiser son référencement.

Google Analytics



<https://www.youtube.com/watch?v=p42a3WPGq5M>

Google Search Console



<https://www.youtube.com/watch?v=T1QHGajPBEY>

Il existe principalement 10 critères pour optimiser votre référencement SEO.

- Adopter le responsive design. ...
- Réduire le temps de chargement du site. ...
- Optimiser vos balises et métadonnées. ...
- Définir une stratégie mots-clés. ...
- Créer du contenu qualitatif. ...
- Optimiser le référencement du contenu. ...
- Eviter le duplicate content.
- Créer un netlinking performant
- Etre présent sur les réseaux sociaux
- Utiliser Google Analytics et Google Search Console

Voir : <https://www.1ere-position.fr/blog/10-conseils-pour-optimiser-son-referencement-seo/>

Merci à tous !