

Parcours : SEO/SEA

Module : Adopter la bonne organisation quand on fait du SEO

Projet 4 - Les backlinks

IV.2 - Exercice 1 :

1. Les **backlinks** désignent un lien entrant pointant vers un site internet depuis un autre site internet et sont aussi un des piliers du SEO les plus importants, si ce n'est celui qui a le plus d'influence auprès de Google pour référencer une page. Il faut y prêter une attention toute particulière. Confirmé par Google en 2016 : avec le contenu, les backlinks sont un des deux signaux forts utilisés pour référencer les sites web.

2. **Les backlinks** sont un gage de confiance auprès de Google. Il les utilise pour évaluer l'autorité d'une page. Il faut voir les backlinks comme la réputation en ligne d'un site auprès de Google, où un lien pointant vers le site est considéré comme un vote de confiance. Cette confiance est un facteur déterminant dans l'établissement des classements par Google puisqu'il existe une forte corrélation entre ces deux éléments : plus un site dispose de backlinks de qualité, plus le référencement sera meilleur. Mais tous les backlinks ne se valent pas.

3. **Les liens nofollow** : sont des liens insérés par l'éditeur sur un contenu de son site internet. Ces liens ont la particularité de donner l'indication aux moteurs de recherche de ne pas suivre son contenu et donc de ne pas le prendre en compte pour le référencement naturel du site.

Les liens dofollow sont l'inverse des nofollow. Ce sont les liens qui font passer la notoriété, le PageRank, et qui par conséquent n'a pas d'attribut nofollow

Les liens sponsorisés ou payants : Selon Google, le lien sponsorisé est surtout utilisé pour les hyperliens de nature promotionnelle. Avant leur création, les liens payants étaient classés dans la catégorie des liens nofollow, ce qui s'est avéré très trompeur. Le nouveau critère sponsorisé aide Google à identifier les liens publicitaires.

Les liens UGC (User Generated Content) : Ce sont les liens qui proviennent des forums et des commentaires de blog, ou d'autres endroits susceptibles de générer des liens par des utilisateurs finaux. Cet attribut permet à Google de savoir que le lien a été placé par un utilisateur et pas par le gestionnaire du site

Les liens toxiques sont des liens qui peuvent nuire au référencement de Google. Ils proviennent de sites suspects ou de mauvaise qualité, ou qui violent les directives de Google et qui n'existent que pour tromper les algorithmes de Google et manipuler les classements sur les moteurs de recherche.

4. Un bon backlink se base sur 6 critères principaux à respecter :

- **Dofollow** : il faut absolument que le backlink soit en dofollow afin que le site puisse bénéficier du PageRank du site qui héberge le lien. Il est possible d'accepter un lien en nofollow si le site est un site de qualité car les lecteurs sont susceptibles de cliquer et donc d'atterrir sur la page en question. Mais si ce n'est pas un site d'autorité, il faut demander à le transformer en dofollow.
- **Ancre de lien** : l'ancre de lien est le texte qui est écrit et sur lequel le lien est collé. Il faut indiquer au site une ancre de lien précise et éviter les mauvaises pratiques. Il faut que l'ancre de lien soit un texte travaillé comme par exemple « découvrez notre gamme de chocolat blanc », et ne pas se contenter d'une ancre comme « chocolat blanc » qui n'est rien de plus que le mot-clé concerné.

IV.3 - Exercice 2 :

Des sites d'autorité bien placés dans les résultats de recherche qui pourront avoir des backlinks de qualité pour mon site dans la thématique du sport.

L'Équipe

Le Monde

Le Figaro