

Programme D-CLIC

Module : SEO

Projet 4 - 3e pilier du SEO : Les backlinks

IV - Énoncé

Ce module vous a permis d'apprendre ce que sont les backlinks et leur importance dans une stratégie SEO.

Dans cette liste d'exercice, vous devrez mettre en pratique tout ce que vous avez appris afin d'essayer d'identifier de bons backlinks.

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 identifier les backlinks comme vu pendant le cours et les exercices.

IV.2 - Exercice 1 :

1) Définir ce qu'est un backlink.

Un backlink est un "lien entrant" c'est-à-dire un lien pointant depuis un site web vers le vôtre. Le terme « backlink » est utilisé dans le domaine du référencement naturel (SEO) pour désigner un lien hypertexte à l'intérieur d'un contenu pointant vers un autre site, un autre domaine.

2) Est-ce qu'un backlink est indispensable dans une stratégie SEO ? Expliquez pourquoi.

Oui un backlink est indispensable dans une stratégie SEO. Les backlinks sont recommandés pour améliorer la visibilité. Ils permettent aussi d'améliorer le positionnement Google d'un site web.

3) Citer les différents types de backlinks et leur définition.

1. Liens de l'annuaire des articles

Définition

L'avantage de ces liens est que les utilisateurs peuvent soumettre des articles qui sont utilisés sur divers sites spécialisés. En retour, les propriétaires

d'autres sites ont le droit de copier le contenu de ces sites sur leurs propres sites.

2. Liens bio de l'auteur

Définition

Les biographies des auteurs peuvent être consultées dans tout article publié par l'auteur ou sur certaines pages de l'auteur. Ces sites proposent des profils d'auteurs pour tout article publié.

3. Liens générés automatiquement

Définition

Les liens générés automatiquement ne fonctionnent souvent qu'à court terme. Ces liens apparaissent lorsque vous devez créer plusieurs backlinks à la fois pour des mots-clés dans un court laps de temps. Dans un tel cas, les programmes suivants Rookie, WebEffector ou SEO Hammer peuvent vous aider. Avec leur aide, vous pouvez afficher des liens dans les commentaires.

4. Liens de commentaires du blog

Définition

Jusqu'en 2005, la publication des liens dans les différents commentaires de blog était un moyen populaire de créer des liens. Cependant, Google a par la suite mis fin à cette pratique et a introduit un lien de type « nofollow ». La création de liens dans les commentaires de blogs consistait à poster des commentaires sur différents articles de blogs et à publier du texte sans mots-clés spécifiques. Ce processus était entièrement automatisé, mais le spam dans les différents commentaires de blog était un problème pour les propriétaires de sites.

5. Liens du Blogroll

Définition

Les liens vers toutes les informations d'un site dans la barre latérale du blog sont appelés liens blogroll. Ce sont les liens que le propriétaire du blog veut généralement inclure.

6. Liens contextuels et éditoriaux

Définition

Un lien contextuel renvoie toujours à un autre site pertinent dans le corps central et principal du contenu. Ces liens comportent le plus souvent des mots-clés ou sont marqués. La nature éditoriale de ces liens aide l'auteur à se relier à un autre site pour soutenir son site.

7. Liens de redirection de domaine

Définition

La redirection de domaine est un outil légitime dans l'arsenal d'optimisation SEO. Avec son aide, vous pouvez transférer l'autorité d'un domaine à un autre. Dans ce cas, il est nécessaire d'utiliser un vérificateur de backlinks. Une telle vérification commence par le travail dans la console de recherche Google, Netpeak Checker, Ahrefs.

8. Mise en signet des liens du site

Définition

Delicious, qui a été fondée en 2003, a réussi à populariser les plateformes de partage de signets. Ils ont permis à différents utilisateurs de partager des liens vers des sites, de les commenter et de les modifier.

Lors de la création de liens entrants vers leurs sites, ces plateformes sont devenues une source pour le webmaster. Grâce à ces liens, la visibilité de recherche du site web a augmenté. C'était il y a longtemps, et maintenant le 'nofollow' est ce qui fait le plus autorité vers les sites de partage de signets.

9. Liens de bas de page

Définition

Un lien en bas de page est lié à la partie fondamentale du site, située précisément dans le pied de page du site.

10. Liens des commentaires du forum

Définition

Les liens vers les commentaires des forums sont utilisés dans les communautés en ligne (forums / forums de discussion). Des personnes partageant les mêmes idées y discutent de divers problèmes. Il convient de distinguer trois types de liens de commentaires de forum :

Lien de signature,

Lien vers le profil,

Lien vers le post.

11. Liens de la signature du forum

Définition

Ces liens sont utilisés pour créer des backlinks vers le site en postant différents messages sur les forums. Ils vous permettent d'utiliser des liens sortants avec de nombreux mots-clés.

12. Liens des posts d'invités

Définition

Un lien de blog invité est un billet de blog sur un autre site. Un tel lien est nécessaire pour obtenir un backlink vers les liens de votre site.

13. Liens infographiques

Définition

Si vous voyez une présentation visuelle des données bien pensée et attrayante lorsque vous créez des liens utiles et faisant autorité, alors il s'agit de liens infographiques.

14. Liens payants

Définition

Si vous payez pour un backlink et que celui-ci apparaît sur votre site, il s'agit d'un lien payant.

15. Liens vers les communiqués de presse

Définition

Si vous suivez les déclarations officielles des entreprises, il s'agit alors de communiqués de presse. Ils sont nécessaires pour permettre aux parties intéressées de se familiariser avec le contenu d'informations spécifiques.

Une option gagnant-gagnant consiste à afficher votre message sur des sites qui se soucient de la qualité du contenu

16. Liens du réseau de blogs privés (PBN)

Définition

PBN est un réseau de sites qui organise une masse de liens contrôlée par un site afin d'augmenter la position du site dans son ensemble et d'améliorer son positionnement dans le moteur de recherche.

17. Liens vers les pages de ressources

Définition

Si vous voyez une page sur un site qui énumère des liens/ressources utiles sur un sujet spécifique, il s'agit alors de pages de ressources.

4) A quoi reconnaît-on un bon backlink ?

De bons liens lors d'un Référencement google doivent apporter une valeur ajoutée ou une recommandation aux lecteurs de l'article. Surtout, ils doivent

être beaux afin que les gens ne pensent pas immédiatement qu'ils ne sont pas authentiques ou qu'ils ont été achetés ou échangés. Et un backlink de qualité remplit sa fonction avant tout lorsqu'il vous apporte un bon trafic, c'est-à-dire plus de visiteurs sur le site. Il n'est pas très facile d'obtenir de bons liens de retour. Si votre site web ou votre blog offre un contenu de haute qualité et populaire qui intéresse les utilisateurs et dont ils ont besoin, des liens vers d'autres sites web peuvent apparaître au fil du temps. Il ne faut pas le forcer et le but de chaque blogueur devrait être d'écrire du contenu pour ses lecteurs et non d'obtenir des liens de retour. À l'heure des médias sociaux, les goûts et les parts dans les réseaux sont donc plus susceptibles d'être le cas que les liens de retour d'autres sites web.

IV.3 - Exercice 2 :

Reprenez votre rôle de webmaster pour le site sport-univers et essayez de trouver des backlinks de qualité pour votre site dans la thématique du sport. Tapez vos mots-clés dans la barre de recherche de Google afin d'identifier des sites d'autorité bien placés dans les résultats de recherche.

IV.4 - 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.