



Parcours : SEO/SEA

Module : Adopter la bonne organisation quand on fait du SEO

Projet 4 - Les backlinks

I.1 - Exercice 1 :

1. Un backlink, connu également sous le nom de lien retour ou lien entrant, est un lien hypertexte qui dirige les visiteurs depuis un site web externe vers une page particulière sur un autre site web. Ces liens revêtent une importance fondamentale dans la navigation en ligne, car ils facilitent le déplacement des utilisateurs d'une page à une autre. En ce qui concerne le domaine du référencement (SEO), les backlinks jouent un rôle essentiel dans l'évaluation de la crédibilité et de l'influence d'un site web.
2. Les backlinks sont largement perçus comme essentiels dans une stratégie de référencement (SEO) en raison de plusieurs facteurs importants :
 - Autorité et crédibilité : Les moteurs de recherche, comme Google, utilisent les backlinks pour évaluer la fiabilité et l'influence d'un site web. Un site qui obtient des liens de qualité provenant de sites pertinents et fiables a de meilleures chances de figurer en haut des résultats de recherche.
 - Trafic de référence : Si les backlinks sont issus de sources pertinentes et sont stratégiquement positionnés, ils ont la capacité de générer un trafic direct vers votre site web, ce qui peut augmenter sa visibilité et potentiellement attirer de nouveaux visiteurs.
 - Amélioration du classement : Les moteurs de recherche utilisent les backlinks comme un indicateur de la popularité d'un site. Accumuler un grand nombre de backlinks de qualité peut favoriser l'amélioration du classement de votre site dans les résultats de recherche, ce qui est essentiel pour attirer du trafic organique.
3. Il existe plusieurs variétés de backlinks, notamment :

Backlinks naturels : Ces liens se créent spontanément, sans aucune intervention de la part du propriétaire du site web, et ils émanent généralement de sources pertinentes et crédibles.

- Backlinks naturels : Ces liens se forment de manière spontanée, sans aucune intervention de la part du propriétaire du site web, et ils émanent généralement de sources pertinentes et de confiance.

- **Backlinks artificiels** : Il s'agit de liens intentionnellement établis par le propriétaire du site web dans le but d'augmenter son classement. Toutefois, s'ils sont repérés comme des tentatives de manipulation, les moteurs de recherche peuvent les percevoir négativement.
- **Backlinks de qualité** : Ce sont des liens issus de sites web établis, pertinents et de confiance. Ils ont généralement un effet plus favorable sur le classement et la crédibilité.
- **Backlinks de mauvaise qualité** : Ces liens émanent de sites web de médiocre qualité, de spam, ou de sources non pertinentes, et ils peuvent porter préjudice à la réputation de votre site.

4. Voici ce qui permet de reconnaître un backlink de qualité :

- **Pertinence** : Un backlink de qualité se caractérise par son origine sur un site web dont le contenu est en adéquation avec le vôtre. Plus la pertinence est élevée, plus le lien gagne en valeur.
- **Autorité** : Les backlinks issus de sites web de haute autorité dans votre domaine ou secteur ont généralement une valeur accrue.
- **Naturalité** : Les moteurs de recherche favorisent les backlinks qui se forment spontanément, sans aucune forme de manipulation.
- **Ancienneté** : Les liens qui existent depuis un certain temps ont tendance à avoir plus d'influence que les nouveaux.
- **Diversité** : Diversifier les sources de backlinks (en provenance de différents domaines, types de sites, etc.) peut renforcer la crédibilité de votre ensemble de backlinks.



Exercice 2 :

Localisation de sites d'autorité bien positionnés dans les résultats de recherche de Google afin de dénicher des backlinks de qualité pour le site Sport-Univers :

Pour précisément repérer les sites d'autorité bien positionnés dans les résultats de recherche, j'ai suivi plusieurs étapes méthodiques.

Tout d'abord, j'ai mené des recherches spécifiques pour chaque sport abordé sur le site (comme le football, le rugby, le handball, le basketball et le tennis).

En parallèle, j'ai exploité des listes de mots-clés propres à chaque discipline sportive.

Ensuite, j'ai passé en revue chaque site identifié dans les résultats, évaluant leur pertinence et leur crédibilité dans leur domaine spécifique.

Pour affiner davantage cette sélection, j'ai utilisé des outils spécialisés de recherche de backlinks. Ces outils m'ont permis d'explorer les liens entrants vers les sites concurrents ou similaires dans ma niche. En combinant ces différentes approches, j'ai pu cibler avec précision des sites d'autorité hautement pertinents pour chacun des sports que je traite sur sport-univers.fr.



- **Football :**

<https://www.eurosport.fr/football/>

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Football>

<https://www.facebook.com/LemeilleurduFootball92/>

<https://entrainementdefoot.fr/cat/entrainement-de-foot-et-exercice-de-foot/>

- **Rugby :**

<https://www.lequipe.fr/Rugby/>

<https://www.rugbyfederal.com/>

<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=rugby>

- **Handball :**

<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=handball>

<https://www.lequipe.fr/Handball/>

- **Basketball :**

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Basket-ball>

<https://www.eurosport.fr/basketball/>

- **Tennis :**

<https://www.fft.fr/>

<https://tenniszon.com/fr>

I2 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 moteur 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.
- **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.

- **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).