

Les actions d'optimisation : le SEO technique

I. Un URL de site web conforme SEO

Lorsque l'arborescence de votre site et l'emplacement de ses différentes pages ont été définis, il faut se pencher sur la structure des URLs du site pour qu'ils soient conformes avec le référencement naturel.

Qu'est-ce qu'une URL ? Une URL est l'adresse d'une page Web. Sur Internet, chaque page possède une URL unique qui indique le chemin pour trouver la page dans votre serveur.

Elle comprend deux parties :

- une première partie avec le nom de domaine du site.
- une deuxième partie modifiable avec des caractères comme par exemple, /optimiser-url-seo/.

Il existe trois types d'URL :

- URL exotique

Une URL exotique est une URL qui utilise différents caractères spéciaux tels que le point d'interrogation, les accolades {}, le signe égal (=), les crochets [], \$, &, ~, point d'interrogation, une espace ou encore un accent.

- URL optimisé ou explicite (c'est-à-dire descriptive)

Une URL optimisée est une URL qui décrit avec précision le contenu de la page. Dans ce type d'URL, on retrouve des mots faciles à identifier pour les moteurs de recherche et les internautes.

- URL polluant

Une URL polluante est une URL qui est associée à une page en erreur (page n'existant plus) ou une page en redirection

Ici, l'objectif du référencement naturel est :

- de supprimer les URL polluantes
 - de transformer l'URL exotique en URL optimisée.
- Cette action s'appelle le rewriting.

Pour faire un rewriting, il faut effectuer les actions suivantes :

- insérer des mots clés importants et intelligibles dans l'intitulé complet de l'URL
- séparer les mots importants par des tirets hauts (traits d'union) dans les énoncés des URL
- remplacer les caractères accentués et diacritiques de l'URL par des équivalents non accentués

II. Le fichier Sitemap

Le fichier sitemap contient la liste des pages d'un site web ainsi que certaines informations les concernant (fréquence de mise à jour, priorité de crawl, etc...). Ce fichier est chargé par le webmaster sur le serveur qui héberge le site WEB. Il permet de signaler aux moteurs de recherche les adresses URL des pages d'un site WEB.

Le fichier Sitemap permet donc de donner des indications aux moteurs de recherche sur la façon de lire le site WEB et de lui indiquer aussi les parties du site que le webmaster ne souhaite pas indexer. Ceci peut s'avérer particulièrement utile lorsqu'on souhaite déréférencer un contenu (une page éphémère, un produit qu'on ne vend plus...) Pour s'assurer qu'un moteur n'indexe pas une page, il faudra également renseigner les balises meta-robots et y donner l'instruction : « noindex ».

Il est à noter que le fichier sitemap ne va pas remplacer le crawl du site web par les robots suivants les liens des pages web de façon traditionnelle.

III. Le maillage interne

Le maillage interne est très important dans le référencement d'un site web.

Le maillage interne, ou maillage de liens, désigne l'organisation des liens en interne sur un site web. Un lien interne est un lien qui relie deux pages d'un même site internet.

Ex : Une page A du site www.lesite.fr fait un lien vers une page B du site www.lesite.fr

Une page du site sera indexée plus rapidement si elle est facilement trouvable dans l'architecture du site.

Par ailleurs, plus une page a des liens internes, plus elle aura des chances d'être indexée dans les moteurs de recherche.

C'est le linking interne qui va définir l'architecture d'un site, c'est-à-dire la manière dont sont organisées les pages d'un site internet.

IV. Responsive design

Aujourd'hui un site web doit être responsive design. Le responsive design consiste en une charte graphique et un contenu qui s'adaptent automatiquement aux dimensions de tous les appareils utilisés par l'internaute (PC, tablette smartphones...)

Ce concept permet à un site web d'avoir une meilleure expérience utilisateur.

L'hébergement est-il important pour le référencement ? C'est toujours un plus pour être bien référencé sur Google France. Pour cela, il faut obéir à deux conditions : être hébergé en France et avoir une extension en « .fr ».

V. La vitesse de chargement des pages d'un site web

Depuis 2019, Google prend en considération la vitesse de chargement des pages web.

Pour voir si une page se charge rapidement ou pas, Google Analytics propose une fonctionnalité donnant les statistiques suivantes :

- le temps de chargement moyen des pages d'un site web,
- le temps de réponse moyen du serveur qui doit être inférieur à 200ms,
- l'évolution du temps de chargement moyen des pages de votre site sur une durée déterminée.

VI. Bouton de partage réseaux sociaux

Il est intéressant de mettre en place des boutons de partage des réseaux sociaux pour permettre aux internautes de partager plus efficacement et rapidement les pages produits et articles.