

Les actions d'optimisation sur le contenu

I. Les balises Meta

Les balises Meta sont insérées dans la partie Head de la page HTML. Elles contiennent des informations non visibles dans le navigateur mais qui sont prises en compte par les moteurs de recherche pour le référencement.

Il y a aujourd'hui deux balises Meta importantes.

La balise Title correspond au titre d'une page web. Le contenu de cette balise apparaît dans la barre du navigateur et est souvent repris dans les résultats de recherche. Une balise Title peut comprendre entre 50 et 60 caractères.

C'est la balise qui aura le plus de poids en termes d'impact sur le référencement naturel (SEO). Le référencement mettra les informations pertinentes répondant aux requêtes des internautes. C'est dans cette zone qu'il devra insérer les mots-clés stratégiques.

Dans le code HTML de la page web, le titre se situe entre les balises <title> (début du titre) et </title> (fin du titre).

Chaque page web doit avoir son propre titre avec du texte original et un descriptif du contenu de la page.

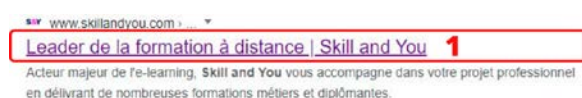


Fig. 1 Le contenu de la balise titre © Albert Grego

La zone 1 représente le contenu de la balise « titre » de la page d'accueil de Skill and You repris par les moteurs de recherche.

La balise Meta Description est la balise dans laquelle le chargé de référencement va décrire la page web. Cette balise indique aux moteurs de recherche un résumé du contenu ou une description de la page.

Le contenu de cette balise s'affiche sous le titre du site dans les résultats de recherche.

Elle est très importante pour les internautes et pour l'amélioration du positionnement du site. Cette balise doit contenir entre 140 et 160 caractères. Le référencement doit y mettre du contenu qui capte l'attention des internautes.

La description de la page doit être une phrase grammaticalement construite et correctement écrite, utilisant idéalement les mots-clés/expressions clés que vous aurez choisis.

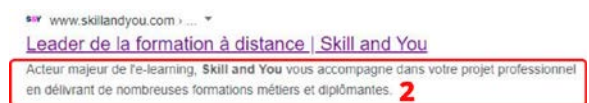


Fig. 2 Le contenu de la balise description © Albert Grego

La zone 2 représente le contenu de la balise <description> de la page d'accueil de Skill and You repris par les moteurs de recherche.

La **balise Alt** est importante pour le référencement des images. Elle contient le texte alternatif d'une image. Elle permet de donner une description de l'image aux moteurs de recherche.

II. Les balises heading titles

Les balises *heading titles* (Hn) sont des titres internes et hiérarchisés du contenu d'une page web (de h1 à h6). Elles correspondent aux titres éditoriaux qui structurent et hiérarchisent l'information au sein d'une page web.

Au sein de ces balises, le référencement doit insérer les mots clés stratégiques sur lesquels il souhaite positionner son site web.

Les balises Heading titles n'ont pas de limite de caractères.

Comme un entonnoir, les balises heading titles doivent s'organiser de la façon suivante : la balise H1 doit comprendre une information générique et, plus on avance dans le nombre de balises, plus l'information doit devenir spécifique et précise.

La balise H1 est donc la plus importante et elle est capitale pour le bon référencement de la page web.

Exemple

Voici une utilisation correcte des balises Hn si ce module de cours devait tenir sur une page web :

`<body>`

`<h1>Introduction au référencement</h1>`

Ici le contenu du paragraphe...

`<h2>Le choix des mots clés</h2>`

Ici le contenu du paragraphe...

`<h3>Les actions d'optimisation : le SEO technique</h3>`

Ici le contenu du paragraphe...

`<h4>Les actions d'optimisation sur le contenu</h4>`

Ici le contenu du paragraphe...

`<h5>La production de contenu</h5>`

Ici le contenu du paragraphe...

`<h6>Le netlinking</h6>`

`</body>`

III. Les balises de mise en gras

Pour optimiser sa page web, il est important de mettre des mots en gras. Pour cela, il faudra utiliser les balises `` ``.

Une page qui contient les mots « 200 formations » en gras sera mieux positionnée par rapport aux autres pages où les mots ne sont pas mis en gras.

Ex. : *Skill and You, ce sont 13 écoles proposant plus de `200 formations` allant de l'apprentissage d'un métier à un diplôme, du CAP au Bac + 2 en passant par le titre professionnel.*

IV. Les liens internes

Un lien interne est un type de lien hypertexte situé sur une page web et qui renvoie vers une autre page ou ressource. Cela peut être une image ou un document sur le même site web.

Pour le positionnement d'une page web, les moteurs de recherche prennent en compte les mots-clés cliquables et renvoyant vers une autre page du site.