

# ETRE VISIBLE SUR INTERNET

---

Search Engine Optimisation (SEO)

# INTRODUCTION

---

# Définition

“ Search marketing is the process of gaining traffic and visibility from search engines through both paid and unpaid efforts.”

Search Engine Land

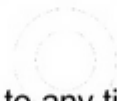
**Search Engine Marketing (SEM)** : opérations consistant à générer du trafic par l'achat de publicités sur les moteurs de recherche.

**Search Engine Optimisation (SEO)** : opérations consistant à générer du trafic depuis les résultats «naturels», «gratuits», «organiques» des moteurs de recherche.

# Comment marche Google ?

- **Crawler** : un robot qui crawle le web 24/7 et enregistre des versions html des pages web. Le crawler suit un lien. Pour trouver votre site, il doit être lié.
- **Index** : base de données gigantesque qui recense les pages web «crawlées». L'index est mis à jour dès que les robots trouvent une nouvelle version d'une page web.
- **Algorithme** : l'affichage des pages web dans les résultats de recherche de Google dépend d'un algorithme qui est secret et dont les facteurs changent régulièrement.

Still rely on **LINKS** to your site to assess the **QUALITY** of your website  
Still rely on the **WORDS** used on your site and linking sites to assess  
**RELEVANCE**



This hasn't changed and isn't likely to any time soon.

# HOW SEARCH WORKS

From algorithms to answers.

SCROLL TO SEE THE STORY

PART 1 OF 3

## CRAWLING AND INDEXING

# Panda updates



## Google Panda Updates

Penalise if your site has lots of duplicate and/or low value content pages

Result = loss of rankings and traffic/sales

**Even if duplicate and low value content is unintentional you will be penalised.  
Panda is indiscriminate.**



Action Points:

- Ensure your CMS isn't causing duplication
- Ensure every page on your site provides user value. If not improve the content or ditch the page

# Penguin Updates

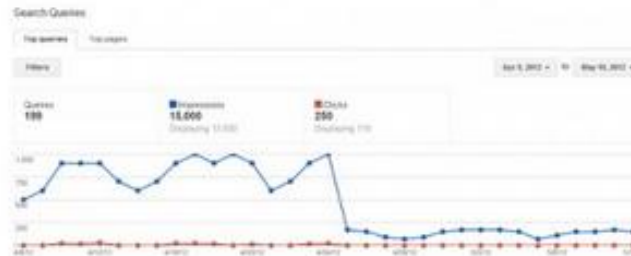


## Google Penguin Updates

Penalise if your site has lots of links with the same keywords/terms stuffed into their anchor text

This was a strategy heavily employed by SEO's in the past

Result = loss of rankings and traffic/sales



### Action Points:

- Ensure your SEO is not building links stuffed with keyword rich anchor text
- Ensure you don't have old links stuffed with keyword anchor text because of past SEO activity
- Look towards Content Marketing for gaining natural looking links

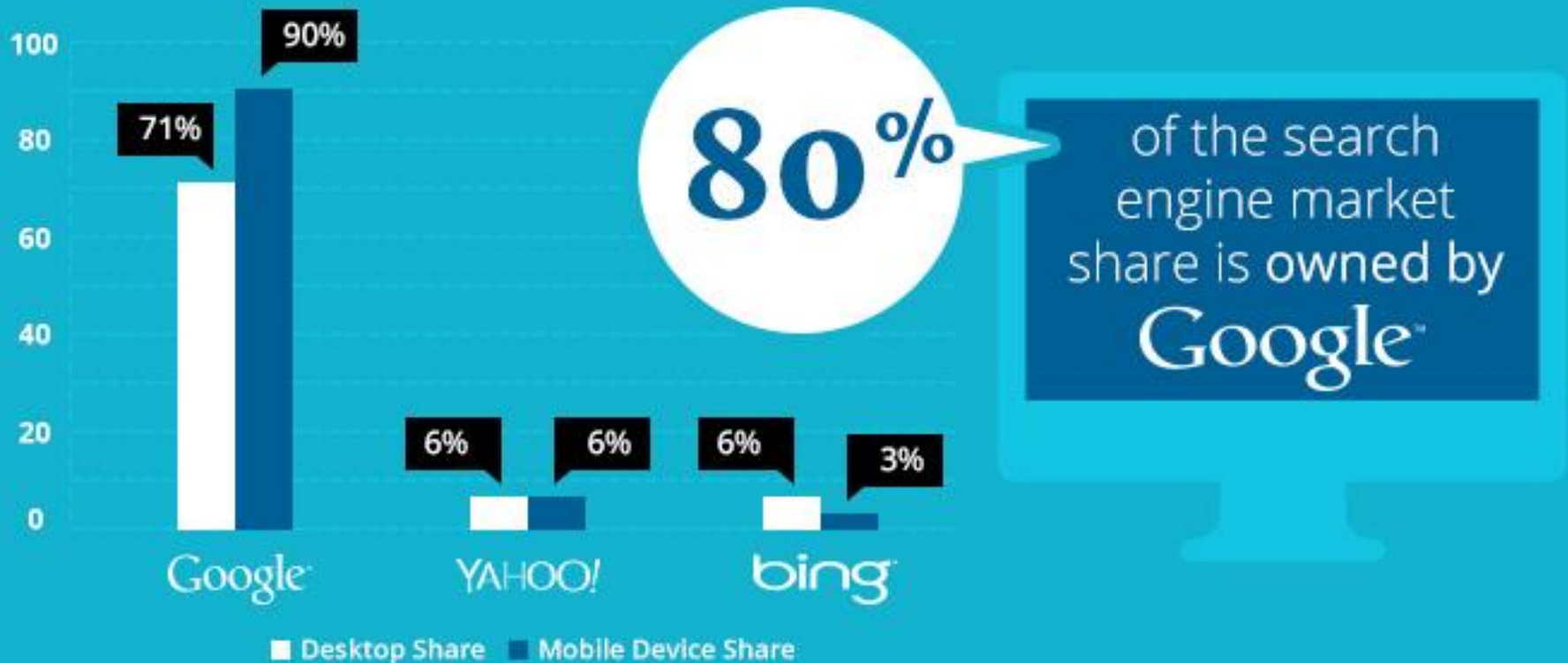
# Quelques chiffres

- **93%** des expériences en ligne commencent par une recherche sur les moteurs de recherche (Google, Bing...)
- **75%** des internautes s'arrêtent à la première page de résultats.
- **Les 4 premiers sites positionnés perçoivent plus de 40% des clics** (18.2% de clics pour le 1er et 10.1% pour le 2nd).



# Google est incontournable

## Focusing Your Search Engine Efforts



# La position dans les pages de recherche



# L'objectif de Google

« Offrir la meilleure expérience possible à ses utilisateurs en proposant des résultats pertinents à leurs requêtes de recherche. »

# On-site et Off-site SEO

- Le SEO dit «on-site» ou «on-page» correspond à l'optimisation d'éléments liés à votre site Internet.
  - Structure du site
  - Vitesse de chargement
  - Contenu
- Le SEO dit «off-site» correspond à l'optimisation d'éléments externes à votre site Internet.
  - Les liens

# ON-SITE SEO

---

Optimisation du site

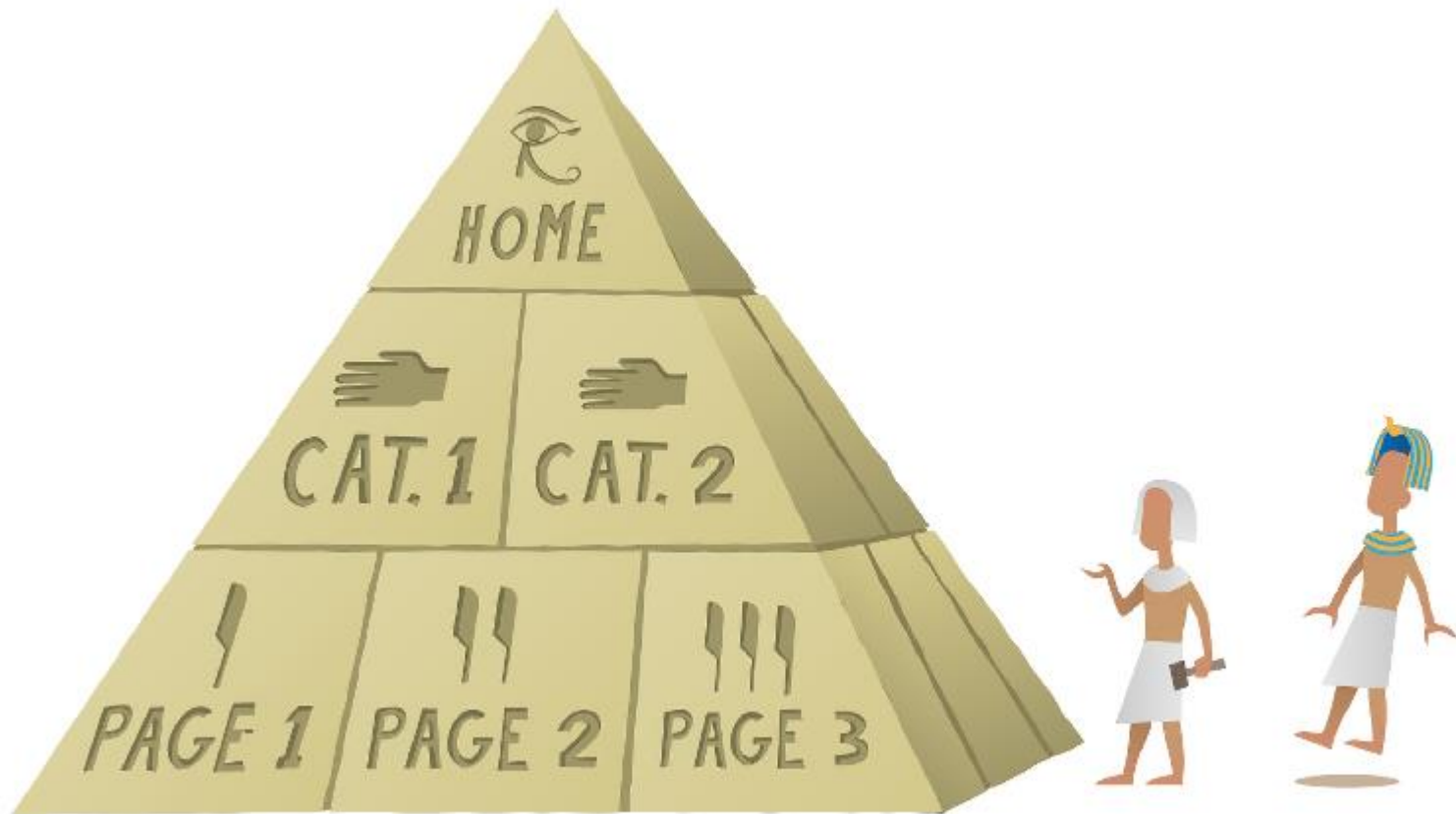
Optimisation du chargement

Optimisation du contenu

# Importance de la structure

- Une «bonne» structure rend votre site plus compréhensible pour Google.
  - Indexation facile
  - Support des pages bien classées aux autres pages du site.
- Ne pas s'auto-concurrencer
  - Beaucoup de contenus traitent le même thème
  - La structure aide Google à savoir quel contenu est le plus important

# La structure idéale



# Analyser sa structure

- Une pyramide équilibrée
  - Navigation du haut vers le bas : de la home vers les pages intérieures puis vers les sous-catégories
  - Recommandation : pas plus de 7 sections principales.
- Des sections de taille équivalente
  - Eviter les déséquilibres dans les sous-sections
  - Diviser en 2 les sections trop importantes
  - Rassembler les sections trop faibles

➤ Réaliser un schéma sous Excel ou autre format pour visualiser la structure.





RENAISSANCE DU TAO  
ECOLE DE TAI CHI CHUAN ET QI-GONG

[Accueil](#)

[Actualités](#)

[Le Tai-chi-chuan](#)

[Le Qi-Gong](#)

[L'Ecole Renaissance du Tao](#)

[Cours en entreprise](#)



Découvrir le

Rien de

Les cours de Tai chi  
chuan

Inscriptions – cours de  
Tai chi chuan, Qi Gong

L'enseignant, Antonio  
Zanni

Renaissance Tao, l'école  
de Tai chi chuan –  
Vacances et fériés

Stages de Tai chi chuan



# Optimisation de la vitesse de chargement

Les images et vidéos présentées sur le site doivent être optimisées pour ne pas alourdir les pages.

- Images : veillez à utiliser principalement des formats .jpg et .png.
    - Pour les images d'en-tête : jusqu'à 100 ko max
    - Pour les images d'illustration : jusqu'à 50 ko max
    - Pour les logos simples, préférez le .png, plus léger
- Plus vos images seront légères, plus la page se chargera vite.
- Vidéos : Evitez d'héberger les vidéos sur votre site, préférez les intégrer depuis Youtube, Vimeo ou Dailymotion.

# PageSpeed Insights



Améliorez la vitesse de chargement de vos pages sur tous les appareils.

[ANALYSER](#)

## Performance Web

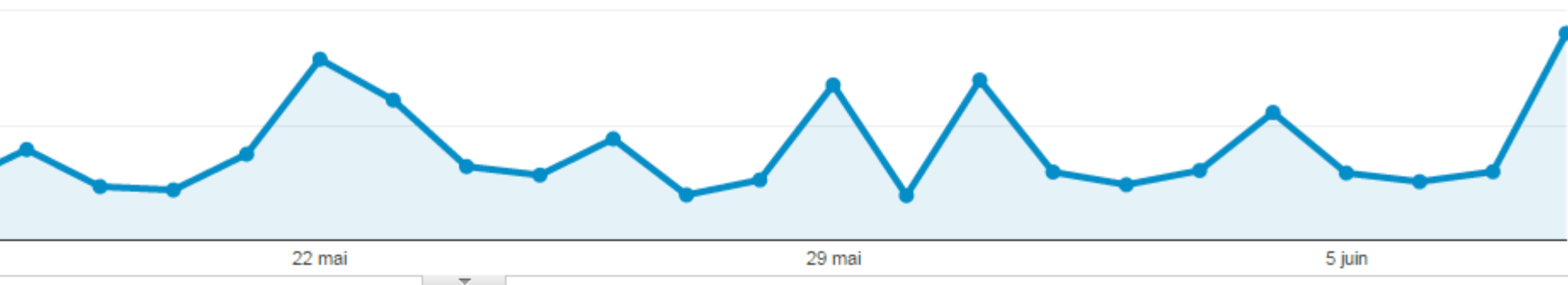
En savoir plus sur les [outils de performance Web de Google](#), y compris les extensions pour navigateur, les API pour Insights, le service PageSpeed et nos bibliothèques d'optimisation.

## Envoyer un commentaire

Vous avez des commentaires ou des questions à propos de PageSpeed Insights ? [Envoyez vos commentaires](#) ou [discutez avec d'autres utilisateurs via notre liste de diffusion](#).

## À propos de PageSpeed Insights

PageSpeed Insights analyse le contenu d'une page Web, puis génère des suggestions pour accroître la vitesse de la page. [En savoir plus](#)



|     |  | Pages vues                              | Temps de chargement moyen de la page (s) (par rapport à la moyenne du site) |
|-----|--|---|---|
|     |  | 26 255<br>% du total: 100,00 % (26 255) | 6,65<br>Valeur moy. pour la vue: 6,65 (0,00 %)                              |
|     |  | 1 876                                   | 11,68 %   |
|     |  | 1 244                                   | 22,89 %   |
|     |  | 1 017                                   | 58,83 %   |
|     |  | 966                                     | -39,56 %  |
| id/ |  | 963                                     | 7,76 %  |
|     |  | 881                                     | -18,83 %  |
|     |  | 871                                     | 19,08 %   |
|     |  | 541                                     | -100,00 %   |

# Optimisation du contenu

- Balises html
- Images
- Contenu textuel

# Optimiser ses pages

- **Contenu** : Optimiser chaque page en fonction de son objectif et de son(ses) mot-clé(s).
- **Titre** : Choisir sa balise Titre <title>
- **Description** : Donner à chaque page une meta-description unique .

Bienvenue » Restaurant Le Lacustre - Ouchy

[www.lacustre.ch/](http://www.lacustre.ch/) ▼

Notre restaurant et sa terrasse offrent un panorama de 180° sur le lac Léman et les Alpes. Le Lacustre est idéalement situé sur les quais d'Ouchy, en face du ...

[La carte](#) - [Contact](#) - [Galerie](#) - [Evenements](#)

Meta Description

Château d'Ouchy Lausanne - Hôtel 4 étoiles ...

[http://www.chateau-ouchy.ch/fr/restaurant.php](#) ▼

J'ai été appelé à diriger les différentes brigades des restaurants du Lausanne Palace & Spa, et depuis juillet 2008, celle du Château ...

Café, Restaurant à ouchy - 45 Résultats sur local.ch

[tel.local.ch/fr/q/ouchy/Café,%20Restaurant.html](http://tel.local.ch/fr/q/ouchy/Café,%20Restaurant.html) ▼

45 Résultats pour Café, Restaurant à ouchy (Café, Restaurant, Restaurants par spécialité, Pizzeria, Chinoise, cuisine, Hôtel)

# Exemple

- Château d'Ouchy ressort en 2<sup>ème</sup> position sur le mot-clé «restaurant Ouchy»

```
<meta http-equiv="content-type" content="text/html; charset=UTF-8">  
  <title>&#8594; Restaurant | Château d'Ouchy Lausanne - Hôtel 4 étoiles Lausanne - Site officiel</title>  
<meta name="description" content="Le Château d'Ouchy est situé à Lausanne, en Suisse, au bord du lac Léman."
```

# Optimiser son contenu

- Titre de la page
- Url
- Contenu : répéter le mots-clés à divers endroits de la page
- Sous-titres : Importance des mots-clés dans les titres
- Bold : Importance de la mise en gras



# Optimiser ses images

La balise «alt» doit refléter vos mots-clés cibles.



```
dy data-pinterest-extension-installed="cr1.35" data-feedly-mini="yes">
```

```
div id="wrapper">
```

```
<div class="bg-stretch">
```

```

```

```
::after
```

```
</div>
```

```
<!-- header of the page -->
```

```
<header id="header">...</header>
```

```
<main id="main" role="main">
```

```
<!-- main heading of the page -->
```

# STRATÉGIE DE MOTS- CLÉS

---

Choisir les mots-clés pour optimiser son référencement

# Vocabulaire spécifique

- **Mot-clé** : en SEO, la notion de mot-clé ne définit pas nécessairement un seul mot. «Visiter Lausanne» est un mot-clé.
- **La longue traîne** : Plus les mots-clés sont longs, plus il est facile d'être bien classé. Ces mots-clés spécifiques et souvent longs sont appelés longue traîne.
  - «à visiter à Lausanne en septembre»
  - «ballades au bord du lac à Lausanne»

# Etude des mots-clés

- **Définition** : action qui consiste à identifier l'ensemble des mots-clés pour lesquels les pages d'un site web doivent être bien classées par Google.
- **Objectif** : définir le langage (mots, expressions, phrases...) utilisé par l'audience pour parler de l'activité du site Internet.

➤ Phase déterminante pour le succès de la stratégie SEO.

# Etape 1 : Mission

- Définir la mission
  - Qui est votre organisation ?
  - De quoi traite votre site web ?
  - Que faites-vous de spécial ?
  - Quelles sont les bénéfices pour votre audience ?
- Prendre en compte la concurrence
  - Taille du marché
  - Concurrence forte ou non
  - Capitaliser sur une niche

# Exemple : renaissance-tao.ch

- Définir la mission

- Qui est votre organisation ? Cours de tai chi et qi gong
- De quoi traite votre site web ? Explication arts martiaux et présentation des cours
- Que faites-vous de spécial ? Cours d'arts martiaux dans une zone peu dotée Nord Vaudois
- Quelles sont les bénéfices pour votre audience ? Profiter de cours avec un professeur expérimenté

- Prendre en compte la concurrence

- Taille du marché : marché peu important
- Concurrence forte ou non : concurrence des grands centre sur Genève et Lausanne
- Capitaliser sur une niche : capitaliser sur la région

# Etape 2 : Liste de mots-clés

- Se mettre à la place de l'utilisateur
  - Qu'est-ce qu'il cherche ?
  - Quels termes de recherche va-t-il utiliser ?
- Respecter la cohérence
  - Les mots-clés doivent être cohérents avec le contenu de votre site
  - Ne pas être trop éloigné des thèmes traités dans le contenu du site.
- Prioriser
  - Réduire sa liste de mots-clés en fonction des ressources disponibles.

➤ Etablir une liste de mots-clés aussi longue et détaillée que possible.

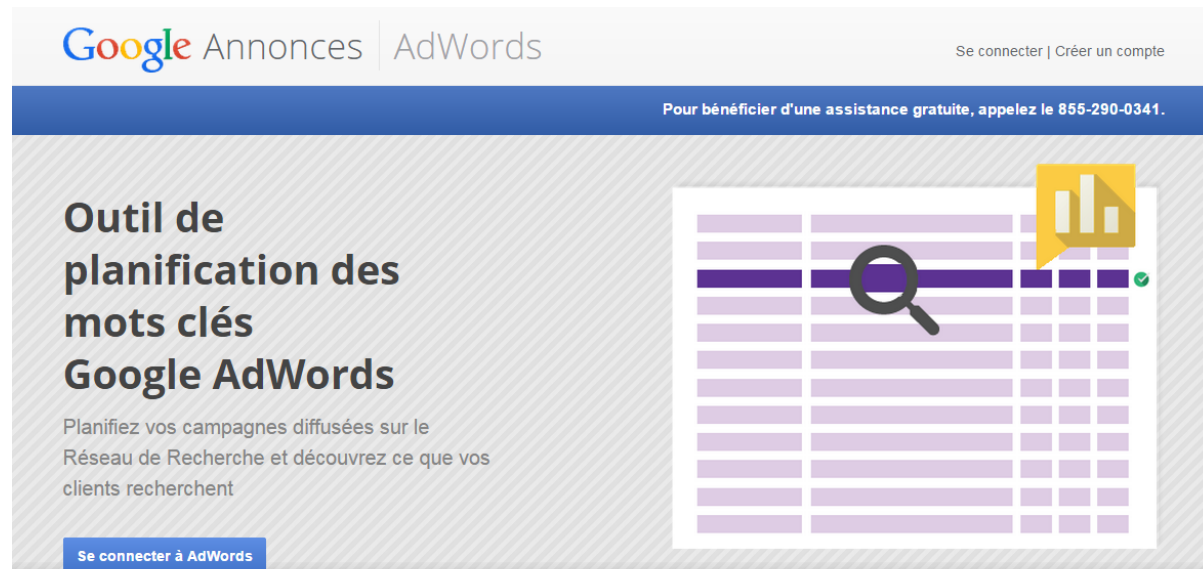
# Exemple : renaissance-tao.ch

- Se mettre à la place de l'utilisateur
  - Qu'est-ce qu'il cherche ? : explications, vidéos et cours
  - Quels termes de recherche va-t-il utiliser ? Plusieurs orthographes possibles : tai chi, tai chi chuan avec ou sans tirets
- Respecter la cohérence
  - Les mots-clés doivent être cohérents avec le contenu de votre site
  - Ne pas être trop éloigné des thèmes traités dans le contenu du site.
    - Les mots-clés liés à Genève et Lausanne n'ont pas été retenus
- Prioriser
  - Réduire sa liste de mots-clés en fonction des ressources disponibles.



# Etape 2 : les outils

- Outil de planification des mots-clés Google Adwords
- Google Trends
- Yoast Suggest
- Outil de recherche interne



The screenshot shows the Google AdWords Keyword Planner tool interface. At the top, the Google logo is followed by 'Annonces' and 'AdWords'. To the right, there are links for 'Se connecter' and 'Créer un compte'. Below this, a blue banner contains the text 'Pour bénéficier d'une assistance gratuite, appelez le 855-290-0341.' The main heading is 'Outil de planification des mots clés Google AdWords'. Below this, a subheading reads 'Planifiez vos campagnes diffusées sur le Réseau de Recherche et découvrez ce que vos clients recherchent'. A blue button labeled 'Se connecter à AdWords' is positioned below the subheading. On the right side, there is a graphic of a magnifying glass over a grid, with a yellow speech bubble containing a bar chart icon and a green checkmark.

## Trouvez de nouvelles idées de mots clés ou de groupes d'annonces

L'outil de planification des mots clés est comme un atelier qui vous permet de créer des campagnes ou de développer des campagnes existantes sur le Réseau de Recherche. Vous pouvez rechercher des idées de mots clés et de groupes d'annonces, obtenir des statistiques historiques, comprendre les résultats qu'une liste de mots clés est susceptible d'obtenir et même créer une liste de mots clés en combinant plusieurs listes existantes. Il s'agit d'un outil AdWords gratuit qui peut également vous aider à définir des enchères et des budgets compétitifs dans vos campagnes.

Que vous découvriez la publicité en ligne ou que vous soyez un professionnel chevronné, l'outil de planification des mots clés peut vous aider à jeter les bases d'une campagne efficace. [En savoir plus](#)

# Les recherches internes sur Google Analytics

| Terme de recherche     | Nombre total de recherches uniques | % Nombre total de recherches uniques |
|------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Recherche...        | 6                                  | 3,95 %                               |
| 2. moviestarplanet     | 5                                  | 3,29 %                               |
| 3. Gratuit             | 4                                  | 2,63 %                               |
| 4. 94%                 | 2                                  | 1,32 %                               |
| 5. anglais             | 2                                  | 1,32 %                               |
| 6. apprendre a lire    | 2                                  | 1,32 %                               |
| 7. chocolapps          | 2                                  | 1,32 %                               |
| 8. couleurs            | 2                                  | 1,32 %                               |
| 9. creative adventures | 2                                  | 1,32 %                               |
| 10. elmer              | 2                                  | 1,32 %                               |

[Afficher le rapport complet](#)

## Etape 3 : Page d'atterrissage

- Cohérence : Chaque mot-clé doit atterrir sur une page cohérente avec sa signification
- Spécificité : plus la page d'atterrissage est spécifique, plus les chances d'être bien classé sont importantes.

➤ Travail à réaliser au cours du temps

# Exemple : renaissance-tao

- Position 6 et 7 sur Google

---

## S'inscrire à un cours de Tai chi - Yverdon, Morges...

[renaissance-tao.ch/inscriptions/](http://renaissance-tao.ch/inscriptions/) ▼

L'école Renaissance du Tao propose des cours de Tai chi à Yverdon, Morges, Vallorbe et La Sarraz. ... Inscriptions – cours de Tai chi chuan, Qi Gong ...

## Cours de Tai chi - Qi Gong Yverdon, Morges, Vallorbe

[renaissance-tao.ch/les-cours/](http://renaissance-tao.ch/les-cours/) ▼

Venez essayer un cours de Tai chi à Yverdon, Morges, Vallorbe ou La Sarraz. Le premier cours est gratuit.

## Qi Gong | COLIFE Yogatemple | 1202 Genève, Suisse

[www.colife.ch/#lqi-gong-geneve/c229x](http://www.colife.ch/#lqi-gong-geneve/c229x) ▼

Le Qi Gong est une gymnastique de santé chinoise, âgée de plus de 2500 ans, vous apprenant à utiliser l'énergie vitale du corps, le "Qi" prononcé "Chi".

## Espace Prévention - La Côte: Nyon, Morges - Accueil

[www.espace-prevention.ch/ouest/](http://www.espace-prevention.ch/ouest/) ▼

Tai-chi chuan, Qi Gong, Qi Gong, Relaxation, Méditation (40-45 ans), Les 5

# STRATÉGIE DE LIENS

---

# L'importance des liens

- Google utilise le nombre de liens pointant vers une page pour déterminer son importance.
  - Liens internes
  - Liens externes
- Poids des liens externes : plus les liens proviennent de sites avec eux-mêmes beaucoup de liens externes, plus ce lien donne d'importance à la page.
- Popularité locale ou liée à un domaine
- Universal Search (résultats universels): images, vidéos, actualités
- Social Sharing

# Produire du contenu de qualité

- Donner envie de partager ou de parler de votre contenu
  - Rédiger du contenu de qualité
  - A valeur ajoutée pour les utilisateurs
- Produire du contenu différent
  - Se différencier de la concurrence
  - Trouver un nouvel angle
- Utiliser un format attractif
  - Infographie
  - Vidéos
  - ...

➤ Création de liens «naturels»

# Créer des liens «manuellement»

- Echanger des liens avec des sites
- Ajouter son site à des annuaires
- Payer pour être ajouté à des annuaires spécialisés



# Stratégie de link building

- Aller chercher des liens sur des pages qui sont déjà bien classées (mais non concurrentes) sur des mots-clés similaires.
- Vérifier le taux de popularité des pages où vous souhaitez voir votre lien : Google Page Rank, MozRank
- Vérifier l'autorité du domaine
- Examiner les backlinks des concurrents

ANALYSE

---

# LES OUTILS SPÉCIALISÉS

---

# Dashboard for App-Enfant general

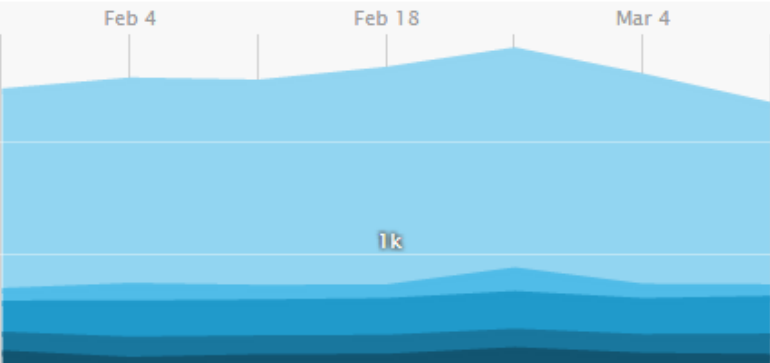
Export PDF

Timeframe: Weekly (Mar 5 - 11, 2015) ▾

About Your Data

2,333

Total Visits ⓘ



Organic Visits  
1,639

▽ 10%  
previous  
week

Social Visits  
103

▽ 14%

Direct Visits  
340

▽ 20%

Referring  
Visits  
184

△ 4%

Other Visits  
67

△ 10%

▽ 16%

17

Domain Authority ⓘ

--  
since last  
index

Competitors

Declikids

33

--

Souris Grise

35

△ 1

Super-Julie

23

▽ 1

51

External Links ⓘ

△ 5  
since last  
index

Competitors

Declikids

12.1k

△ 305

Souris Grise

4,955

△ 363

Super-Julie

655

△ 92

133 / 165

Keywords Ranked #1-10 ⓘ

△ 4  
previous  
week

Competitors ⓘ

Declikids

111

▽ 1

Souris Grise

68

△ 1

Super-Julie

2

--

Top National Keywords ⓘ

By rank on google.fr-FR

Keyword

Rank

app enfants

#1

app pour apprendre a lire

#1

app enfant

#1

appli montessori

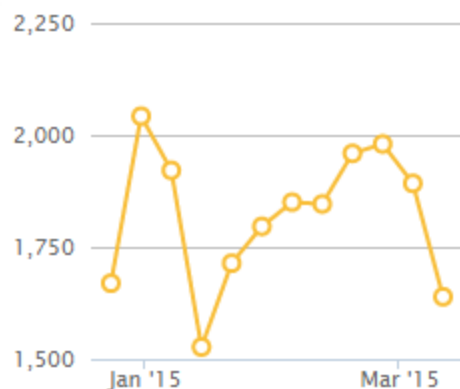
#1

application enfant

#1

## Traffic from Organic Search

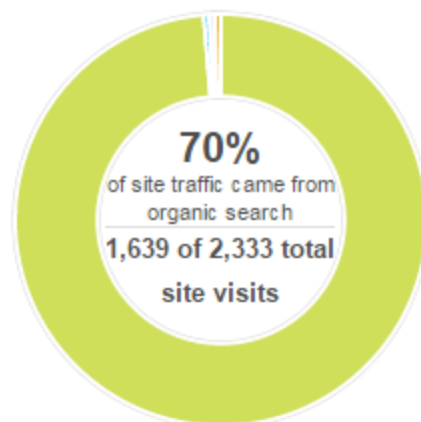
### Organic Search History



1,639 Organic Visits

▼ 13%

### Organic Search Breakdown by Engine



1,617 google ▼ 14%

7 bing ▼ 214%

7 yahoo ▼ 257%

8 other ▲ 88%

**VISITS** from organic  
search

**1,639**

[View History »](#)



**URLS** that received  
organic search visits

**184**

[View History »](#)



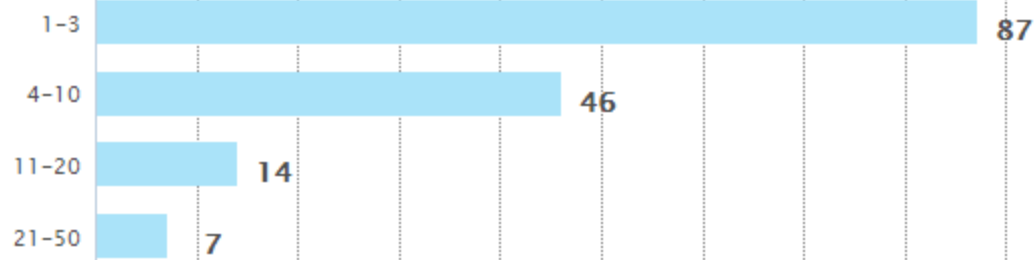
## Keyword Rankings Mar 5 - 11

KEYWORDS INCREASED IN RANK ▲ 18

KEYWORDS DECREASED IN RANK ▼ 22

### KEYWORD RANKINGS on Google - FR

You're tracking 165 non-branded and 0 branded keywords.



### KEYWORD OPPORTUNITIES

#### KEYWORD

ebooks enfant applications gratuit

[Track](#)

applications ipad enfant 8 ans

[Track](#)

dinosaure ludique

[Track](#)

Rankings

Engines

Competition

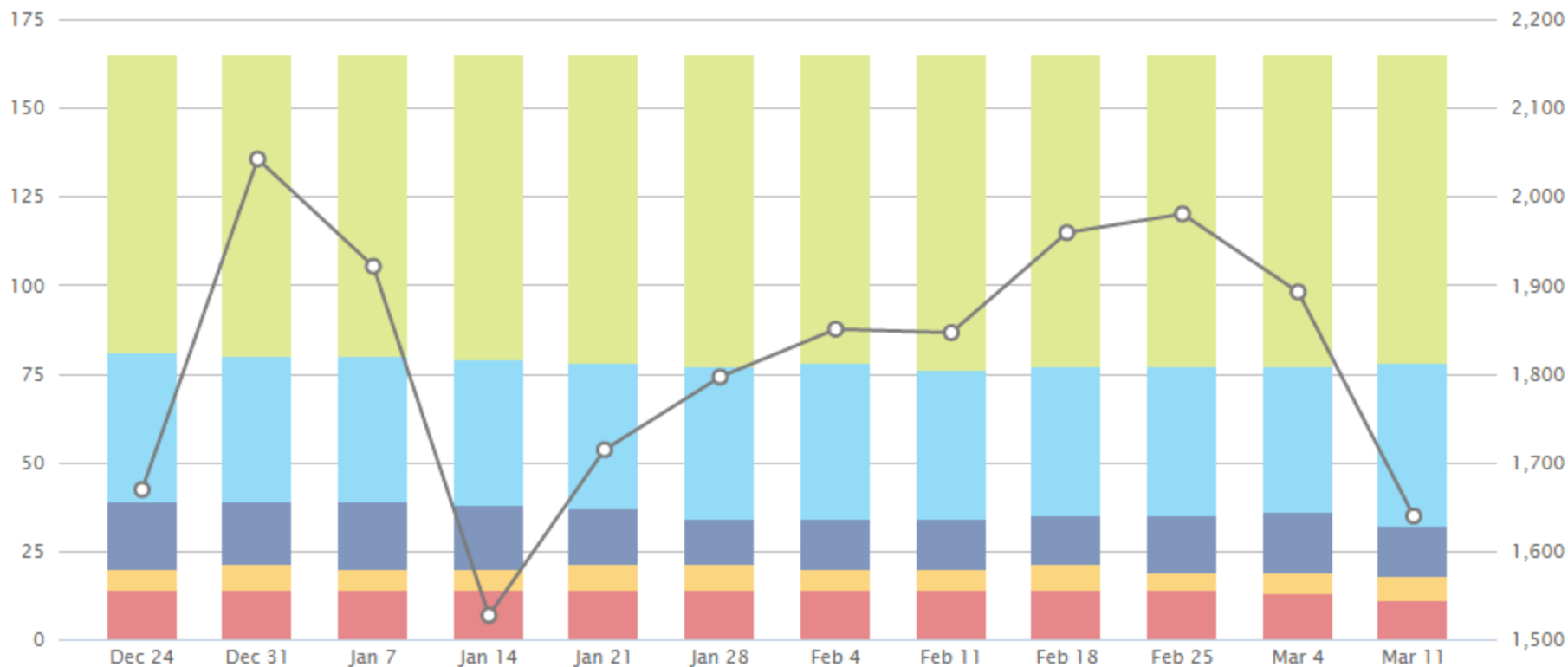
Opportunities (6)

## Keyword Rankings

[Email Rankings History CSV](#)

Keywords

Traffic



Show keywords ranking:



#1-3



#4-10



#11-20



#21-50



#51+



Traffic from Organic Search

# GOOGLE ANALYTICS

---

# Rapport filtré sur les pages

Dimension principale : [Page](#) [Titre de page](#) [Support](#) ▼

Tracer les lignes

Dimension secondaire : [Page](#) ▼

Type de tri :

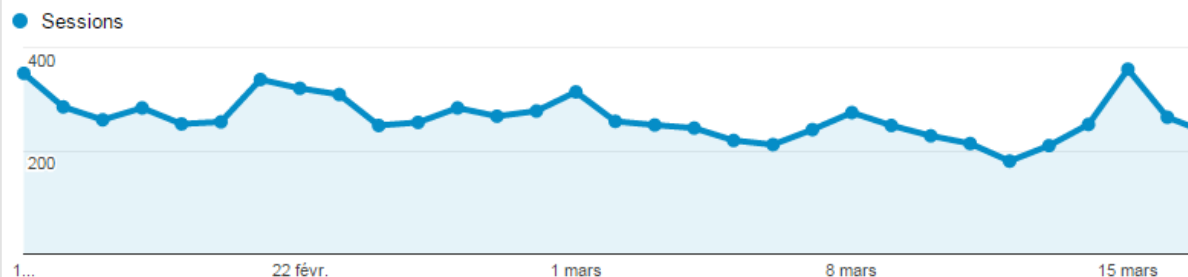
[Paramètre par défaut](#) ▼

| <input type="checkbox"/> | Support ?   | Page ?  | Pages vues ? ↓                                    | Consultations uniques ?                           | Temps moyen page ? |
|--------------------------|-------------|---|---|---|--------------------|
|                          |             |   | <b>31 646</b><br>% du total: 100,00 %<br>(31 646) | <b>23 858</b><br>% du total: 100,00 %<br>(23 858) | Valeur moy. po     |
| <input type="checkbox"/> | 1. organic  | /   | <b>1 678</b> (5,30 %)                             | <b>1 120</b> (4,69 %)                             |                    |
| <input type="checkbox"/> | 2. organic  | /category/par-age/plus-de-18-mois/                                  | <b>1 512</b> (4,78 %)                             | <b>1 015</b> (4,25 %)                             |                    |
| <input type="checkbox"/> | 3. organic  | /category/par-theme/apprendre/                                      | <b>1 369</b> (4,33 %)                             | <b>1 060</b> (4,44 %)                             |                    |
| <input type="checkbox"/> | 4. organic  | /category/articles/applications-gratuites/                          | <b>1 009</b> (3,19 %)                             | <b>630</b> (2,64 %)                               |                    |
| <input type="checkbox"/> | 5. organic  | /application-apprendre-a-lire-le-bonheur-de-lire/                   | <b>891</b> (2,82 %)                               | <b>695</b> (2,91 %)                               |                    |
| <input type="checkbox"/> | 6. organic  | /les-meilleures-app-enfant-pour-apprendre-lire/                     | <b>710</b> (2,24 %)                               | <b>386</b> (1,62 %)                               |                    |
| <input type="checkbox"/> | 7. organic  | /meilleures-applications-montessori-ipad-iphone-android/            | <b>709</b> (2,24 %)                               | <b>418</b> (1,75 %)                               |                    |
| <input type="checkbox"/> | 8. organic  | /meilleures-applications-tables-multiplication-iphone-ipad-android/ | <b>684</b> (2,16 %)                               | <b>610</b> (2,56 %)                               |                    |
| <input type="checkbox"/> | 9. (none)   | /   | <b>438</b> (1,38 %)                               | <b>311</b> (1,30 %)                               |                    |
| <input type="checkbox"/> | 10. organic | /appli-premieres-lectures-nathan/                                   | <b>415</b> (1,31 %)                               | <b>348</b> (1,46 %)                               |                    |



# Tableaux de bord personnalisés

Evolution des visites issues du SEO

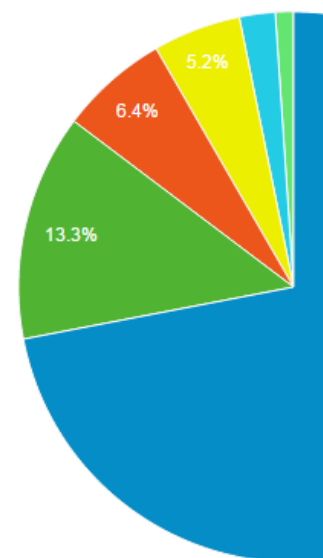


Top 10 mot-clés

| Mot clé                            | Sessions | Taux de rebond |
|------------------------------------|----------|----------------|
| application bebe gratuite          | 16       | 56,25 %        |
| application enfant                 | 12       | 41,67 %        |
| application pour apprendre a lire  | 11       | 72,73 %        |
| app enfant                         | 10       | 10,00 %        |
| appli montessori android           | 8        | 25,00 %        |
| applications pour apprendre à lire | 6        | 33,33 %        |
| application enfant historia        | 5        | 40,00 %        |
| apps pour apprendre a lire         | 5        | 80,00 %        |
| appli bebe 18 mois                 | 4        | 75,00 %        |
| application apprendre a lire       | 4        | 50,00 %        |

Répartition du trafic

■ Organic Search ■ Direct ■ Referral



Top 10 Pages de destination SEO

Chemin de la page, niveau 1

/category/

/

MERCI DE VOTRE  
ATTENTION !

---