

## IV.2 - Exercice 1 :

1) Définir ce qu'est un backlink.

Les backlink c'est également appelé « lien entrant » ou « lien externe », il est un signal de pertinence et de qualité d'une page web. Il désigne un lien hypertexte placé sur une page d'un site web vers une page d'un autre site internet. Si quelqu'un crée un lien vers ton site, tu as un backlink de sa part. Si tu crées un lien vers un autre site web, ils ont un backlink de ta part.

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

Un backlink est indispensable dans une stratégie SEO parce qu'ils sont des facteurs de classement SEO les plus importants auquel vous devez prêter attention si vous voulez augmenter votre popularité et votre visibilité.

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

Les différents types de backlink et leur définition :

Backlink dofollow ou Liens Dofollow: le plus recherché de tous, le lien suivi par les moteurs de recherche. En réalité, on ne déclare pas qu'un lien est « dofollow », l'attribut réel est simplement « follow »

Backlink nofollow ou Lien Nofollow : un type de lien officiellement non suivi (nofollow) par Google.

Backlink nofollow UGC ou Liens UGC: ce type de backlink est généralement classifié tel quel par les webmasters eux-mêmes lorsque ces liens ont été ajoutés par les utilisateurs dudit site et non via le webmaster lui-même. Le terme UGC désigne le terme User Generated Content.

Backlink nofollow sponsored ou Lien Sponsorisés ou payantes : à l'instar des backlink nofollow ugc, les nofollow sponsored sont des liens qui ont été balisés tels quels par les sites qui vendent des liens sponsorisés dans des articles sponsorisés. Il est important de savoir que ces attributs de liens ne sont pas encore massivement utilisés par les webmasters.

Backlink nofollow ou follow nofollow: type de backlink moins connu, il s'agit en réalité d'un lien qui ne va pas transmettre au site destinataire le trafic issu de ce dernier.

4) A quoi reconnaît-on un bon backlink ?

On reconnaît un bon backlink par visionner quelque point important comme ici:

- Il faut posséder plusieurs types de liens tel que Dofollow, Ancre de lien.
- Le site référent est-il influent ?
- Qu'en est-il du champ sémantique ?
- L'optimisation de l'ancre, un point également important
- Diversifier les pages de destination et les méthodes.

### 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.