



# Programme D-CLIC

---

Module : SEO

Projet 1 – Initiation au SEO

## IV - Énoncé

---

Ce module nous a permis de faire un premier pas dans le monde du SEO (du référencement naturel) afin de nous familiariser avec les termes, les objectifs et les enjeux qu'une stratégie de référencement peut représenter.

## IV.1 – Prélude

---

Mon adresse gmail est:

[karlajoyce1986@gmail.com](mailto:karlajoyce1986@gmail.com) afin de commencer à manipuler les outils de Google.

## IV.2 – Exercice 1

---

Apprendre et maîtriser le vocabulaire présent dans le glossaire. Il faut absolument se familiariser avec les termes listés, car ils sont employés partout dans le monde du SEO.

- Algorithme : C'est un ensemble de règles dont l'objectif, dans le cadre d'un moteur de recherche, est de hiérarchiser les résultats de recherche selon leur qualité de réponse à ses critères.
- Analytics : Ce sont des données diverses mesurant les performances d'un site web selon plusieurs KPI, ou Key Performance Indicators.
- Balises meta : les balises meta sont des éléments non visibles par les internautes au sein d'un site et en facilitant la compréhension par les moteurs. La balise meta à retenir est la meta description, un texte introductif incitant au clic et visible sous chaque résultat de la page de résultats de recherche.
- Black hat: apparentés aux référenciers SEO, représente les spécialistes des pratiques abusives et contournant les règles imposées par les moteurs
- Call-to-action est un lien majoritairement présenté sous forme de bouton. Il facilite le clic et la conversion par un visuel qui dénote du reste de la page.

- Cannibalisme : Situation où une page catégorie s'accapare « trop de trafic », réduisant alors progressivement le trafic d'un des pages qu'elle contient, voire plusieurs ou la majorité.
- Crawl : le crawl correspond à l'exploration des pages par un robot afin de les indexer et les positionner dans les pages des moteurs de recherche.
- CSS : le CSS, pour Cascading Style Sheets, est un langage complémentaire à HTML et venant paramétrier l'esthétique d'un site. Grâce à des identifiants et des classes compris dans le HTML, vous pouvez appeler les balises HTML de votre choix et les mettre en forme.
- Duplicate content : le contenu dupliqué consiste à reproduire partiellement ou totalement un contenu existant sur une autre page. Il peut s'agir d'un contenu dupliqué externe, où vous recopiez le contenu d'un autre site sur le vôtre, ou d'un contenu dupliqué interne, où vous reproduisez votre propre contenu sur plusieurs pages.
- white hat : apparentés aux référenciers SEO, s'applique aux référenciers optimisant leur site en respectant ces règles.

- Featured snippet : un featured snippet est un encart dit « enrichi » visible dans les moteurs de recherche, mais aussi au sein d'un site internet. Également nommé « extrait optimisé » par Google, un *featured snippet* peut très bien correspondre à une réponse à une question, à une liste à puces et plus encore. Dans le cas de Google, la position 0 constitue un *featured snippet*, puisqu'il s'agit d'une portion de code du site concerné.
- Indexation : l'indexation d'un site ou d'une page correspond à l'exploration puis au référencement de ce site ou cette page par les robots des moteurs de recherche. Une fois une page indexée, elle peut apparaître dans les résultats de recherche.
- JavaScript : langage informatique de script dit « léger » et orienté objet, il permet de concevoir des pages interactives, se retrouvant notamment dans les fonctionnalités de tags.
- Keyword stuffing : le keyword stuffing était une pratique répandue sur les moteurs, consistant à exploiter de façon abusive un mot-clé sur une page afin de maximiser son référencement. Les moteurs ont répondu à ces pratiques en travaillant sur la contextualisation des mots-clés et la qualité des contenus dans leurs critères, qui ont alors rendu cette méthode obsolète.
- Link-building : le link-building consiste à travailler la réputation de votre site à l'aide de sites tiers en générant des liens dits « entrants » pointant vers le vôtre. Il s'agit d'une pratique différente du maillage interne, où vous liez les pages de votre site entre elles afin de maximiser la durée de session de vos visiteurs.

- Longue traîne : une longue traîne est un mot-clé très ciblé cumulant un positionnement sur différents mots-clés plus génériques. Par exemple, le mot-clé « chaussures rouges femme made in france » cumule des mots-clés plus génériques :
  - « chaussures rouges ».
  - « chaussures femme ».
  - « chaussures made in france ».
  - « chaussures rouges femme ».
  - « chaussures rouges made in france ».
  - « chaussures femmes made in France ».
- Meta description : la meta description est un bloc de texte qui accompagne chaque résultat dans les pages de résultats de recherche. Peu influente quant aux performances de trafic d'un site, elle peut cependant être travaillée pour inciter au clic.
- Mot-clé : un mot-clé est un terme ou ensemble de termes sur lequel l'internaute se base pour effectuer une recherche. Il peut s'agir d'un mot-clé en longue traîne ou plus générique. Il est à différencier de la sémantique, qui concerne plutôt une richesse de vocabulaire permettant la contextualisation des mots-clés.
- Nom de domaine : le nom de domaine d'un site est composé d'une chaîne de caractères et d'une extension
- Pénalité : les pénalités sont intimement liées aux règles imposées par les moteurs et leurs algorithmes. Lorsqu'un site ne les respecte pas, il peut voir son positionnement diminuer par exemple. Une pénalité est manuelle ou automatique, ne notifiant pas nécessairement le propriétaire du site.

- Ranking, ou positionnement : le positionnement se réfère au classement des pages d'un site dans l'ensemble des résultats sur les pages de recherche. Le *ranking* a évolué avec l'arrivée de la position 0, prélevant un résultat pour le mettre en avant au-dessus de la position 1.
- Redirection : une redirection consiste à identifier une URL jugée non pertinente, et d'orienter de façon automatisée le trafic qu'elle attire vers une URL de destination. Ici, le trafic d'une page est donc « redirigé » vers une autre.
- Requête : une requête est une demande formulée par l'internaute pour atteindre un résultat correspondant à ses attentes dans le moteur. Cette requête peut être formulée par le biais d'une longue traîne, du référencement local ou d'une question, selon la méthode de recherche (recherche vocale, ordinateur, téléphone).
- Responsive design : le responsive design consiste à travailler un site pour le rendre performant en matière d'ergonomie sur tous les supports, comme le demande le programme Mobile Index First de Google.
- SERP : une SERP, ou Search Engine Results Page est une page de résultats de recherche. Elle s'affiche après que l'internaute ait validé sa requête dans le moteur de son choix, en lui proposant les résultats les plus pertinents.
- Sitemap XML : il s'agit d'un fichier au format .xml résument pour les moteurs le contenu d'un site et qui en facilite la bonne indexation.
- Structure HTML : la structure HTML fait référence au langage HTML. Il s'agit du contenu « brut » de votre site, sans la moindre mise en forme. Il fonctionne en binôme avec le CSS. La structure HTML inclut notamment la balise title, représentant le titre en bleu d'un résultat dans les SERP, mais aussi les balises H1, H2, H3 et plus. Ces dernières viennent « structurer » la page pour lui donner du sens, tant pour l'internaute que pour le moteur.
- URL relative et absolue : une URL absolue est une adresse dite « complète », comportant le nom de domaine et les composantes du fil d'Arienne d'un site (exemple : « <https://www.siteexemple.fr/blog/articles> »). Une URL relative ne correspond qu'au chemin permettant d'accéder à la page (exemple : « /blog/articles »).

## IV.3 – Exercice 2

---

Apprendre et maîtriser le vocabulaire présent dans le glossaire. Il faut absolument se familiariser avec les termes listés, car ils sont employés partout dans le monde du SEO.

# Mot-clé générique: Basket

Google basket

Tous Images Vidéos Actualités Maps Plus Outils Collections SafeSearch

nike femme adidas homme chaussure puma jordan air max tendance lacoste



Il y a 4 heures

Basket - actualités, info & vidéos en co... lequipe.fr



Il y a 3 jours

Basketball infos - Actualités, vidéos & résult... eurosport.fr



Basket images libres de droit, photos de Bask... fr.depositphotos.com



Basketball : Actualités et infos, calendrie... 20minutes.fr



Il y a 2 jours

Basketball infos - Actualités, vidéos ... eurosport.fr



# Mot-clé un peu ciblé : Basket homme

Google basket homme

Tous Images Actualités Vidéos Maps Plus Outils Collections SafeSearch

tendance mode air max style running chaussure marque jordan classe nouveau

Basket Homme Chaussure de Sport ...  
cdiscount.com

Basket Homme Chaussures Classiqu...  
cdiscount.com

Basket Homme Chaussure De Spo...  
amazon.fr

Basket homme blanche - ...  
brentinyparis.com · En stock

Basket Homme Classique Durable Nouv...  
cdiscount.com

Basket homme blanche/n...  
misterfashion.fr · En stock

LES BASKETS RÉTRO  
Une nouvelle interprétation du classique.  
Voir les résultats

# Mot-clé très ciblé : Basket noire pour courir homme

Google basket noire pour courir homme

Tous Images Vidéos Actualités Maps Plus Outils Collections SafeSearch

aliexpress adidas decathlon lacet nike running sport respirantes chaussure running decathlon

Chaussures de course run...  
cdiscount.com

Mode homme respirant s...  
cdiscount.com

Homme Basket Chaussures ...  
cdiscount.com

Chaussures de Sport resp...  
fr.aliexpress.com · En stock

Basket Homme Chaussure De ...  
amazon.fr

Basket de course pour hom...  
cdiscount.com · En stock

Chaussures de course en ...  
fr.aliexpress.com · En stock

## IV.4 – Exercice 3

---

Prise en main de Google Analytics,

Rendez-vous sur ce lien et commencez à manipuler Google Analytics en observant des KPI vu pendant le cours sur le tracking de performance : nombre de sessions, nombre de visiteurs, taux de rebond...

[https://analytics.google.com/analytics/web/?utm\\_source=demoaccount&utm\\_medium=demoaccount&utm\\_campaign=demoaccount#/report/visitors-overview/a54516992w87479473p92320289](https://analytics.google.com/analytics/web/?utm_source=demoaccount&utm_medium=demoaccount&utm_campaign=demoaccount#/report/visitors-overview/a54516992w87479473p92320289)

# Bienvenue dans Google Analytics

Google Analytics vous offre les outils gratuits dont vous avez besoin afin d'analyser des données pour votre entreprise de façon centralisée. Vous pouvez ainsi prendre des décisions plus avisées.

[Commencer à mesurer](#)

## Bénéficiez d'informations complètes

Analysez les utilisateurs de votre site et de votre application afin de vérifier plus précisément les performances de vos actions marketing, de vos contenus, de vos produits et plus encore.



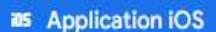
 Analytics Tous les comptes > karlajoyce Urban Consulting  Essayez de rechercher "tendance des conversions générées par les ré...

 Accueil 

Commencez à collecter des données sur votre site Web ou dans votre application.

Sélectionnez un type de flux de données pour obtenir des informations sur l'ajout de tags et un ID de mesure ou des instructions d'installation du SDK.

[En savoir plus sur la collecte de données](#)

 Web  Application Android  Application iOS

Premiers pas avec Google Analytics 4

