Exercice sur les CRITERES :

**5 critères techniques**

* Balise <title > : contenu original, différenciant, bien structurée 🡪 comprendre contenu de la page
* Balise <h1> et <h6> : pour structurer le contenu éditorial, statique dans le temps
* Balise meta « description » : ce qui s’affichera comme description du site dans le moteur de recherche (160 à 320 signes), doit inciter à cliquer (ne sert cpdt à rien dans classement de nos pages)
* Balise « canonical » : ? si page est indexable, faut l’avoir ; indiquer qu’on a fait un copier-coller
* Analyse Crawl : choix pages intéressantes ou non pour l’internaute, afin d’indiquer au robot ce qu’il peut proposer

**4 critères rédactionnels**

* Volume de texte : au moins 200 mots, idéal = 600 à 800 (voire plus) -> nourrir analyse sémantique des moteurs
* Choix requête principale : taille de la traîne ? légitimité, faut se répéter un peu dans zones « chaudes » (titre, gras…)
* Champ lexical riche : expliquer la requête, synonymes, mots en relation, faut bonne connaissance du domaine (bcp outils existent pour s’aider)
* Qualité contenu : être meilleur que les autres ! rédigé par un expert, gare à l’orthographe, bien structurer, pas noyé dans les pubs

**3 liens**

* Liens depuis des sites dans la même thématique que la notre, qui transfèrent du sens pour l’internaute.
* Liens depuis pages populaires : qui ont des infos à donner, page d’accueil par ex, (si c’est sur une page « partenaires », sera peu consulté) -> *backlink* très important, pilier de la popularité
* Liens avec une ancre « bio » : pas « cliquer ici », « lire la suite »… -> doit être descriptive du contenu qu’on trouvera, ne ressemblant pas trop à une requête, optimisé (mais pas trop)

Gras ; liens internes et externes ; contenus avec champ lexical riches, pertinents, uniques, ciblés ; URL avec mots clés ; balises HTML <title> et <metadescription> ; backlinks ; ancre bio ; ergonomie ; pas de technologie bloquante (mdp, authentification, …) ; https ; référencement des images et contenus audiovisuels -> renommer fichier d’img avec mots-clés pertinents et remplir la balise <alt>

**COURS du 27/10/2021**

Qu’est-ce que le SEO ?

SEO (*Search Engine Optimization*) = optimisation pour les moteurs de recherche : améliorer le positionnement d’une page dans les résultats d’une recherche 🡪 référencement.

Page où s’affiche les résultats de la recherche = SERP.

**3 PILIERS :**

1. Structure technique : optimiser l’accessibilité pour robots et utilisateurs
2. Contenu : apporter des contenus pertinents et efficaces
3. Popularité : renforcer sa légitimité

93% recherches en ligne commencent sur un moteur de recherche DONC SEO important.

Psychologie du Google Bot :

Google veut que tt le mde utilise son moteur, pr que gens cliquent sur annonces DC faut que l’utilisateur soit satisfait.

Utilisateur veut réponses pertinentes.

DC robot Google doit comprendre recherche de l’internaute + comprendre de quoi parlent pages des sites web pour bien les classer et les retrouver.

* Faut être ergonomique, rapide, *responsive*…

**I – Le contenu**

**3 étapes dans la création d’une page :**

1. **Liste des mots-clés / expressions (10 – 15 par page) avec lesquels on veut être référencé**

Les plus **pertinents** + les plus **recherchés** + **pas trop concurrencés**.

**1 principal**, les autres sont secondaires

Comment faire ? En premier, à l’intuition !

PUIS, en mode navigation privée : utiliser l’auto-complétion -> voir ce que propose les moteurs de recherche quand on tape le début du mot-clé **+** penser à regarder les « autres questions posées » **+** « recherches associées » en bas 🡪 reflètent les choses les plus cherchées par les utilisateurs

1. **Les placer dans les « zones chaudes » de la page**

**Dans l’URL du site :** faut qu’il y ait le mot-clé principal, sans accent, sans caractères spéciaux, séparés par tirets-6, avoir une suite de chiffres (au moins 3, sinon pas indexés dans Google Actualités).

**Balise <title> :** 40% du référencement, c’est le lien bleu qu’on aperçoit sur la SERP ; doit contenir le mot-clé principal, au début de la balise ; 55-60 caractères max.

🡪 Sur Wordpress, télécharger une extension comme The SEO Framework ou YOAST.

**Balises titres <h1>, <h2>… :** faut mettre un maximum des mots-clés qu’on a noté ! On doit pouvoir comprendre le sens de notre page rien qu’en lisant ces balises.

**Balise gras :** les mots-clés importants dans le texte.

**Images :** sur Wordpress, aller dans la « médiathèque », on peut s’occuper de toutes les images (plutôt que d’aller les chercher une à une dans les pages et les articles). Penser à leur donner un nom correct AVANT de l’importer sur le site. Le titre n’est pas lu par Google, mais important pour accessibilité ; la légende est souvent lue, est donc importante à mettre (avec des mots-clés) ; balise alt, pour l’accessibilité et le référencement. Moins de 100 kO.

1. **Rendre la page agréable à consulter en termes d’ergonomie**

Liste à puce (au moins une par page), car est agréable à lire (Google aime ça).

Insérer une image tous les 400 mots.

Faire de petits blocs.

Ensemble aéré.

**Rédaction sur le web :**

* On commence par dire ce qui est important, puis on rédige les détails.
* On pense aux 5W (Why ? Who ? When ? What ? How ?).
* Ton employé doit être adapté à notre cible, et rester cohérent.

**II – La popularité**

Ne veut pas dire « beaucoup visité » mais « qui a beaucoup de recommandations, de citations ».

Popularité est mesurée avec le *page rank*, note de 1 à 10, impossible à connaître : compte nombre de liens qui renvoient à notre site + le *page rank* des sites qui font les liens ; compte le nombre de liens présents dans la page du lien qui renvoie à notre site + place du lien sur la page, thématique du site…

Moteurs de recherche trouvent sites en suivant des liens -> toutes les pages sont reliées entre elles.

Si on veut être sûr que Google indexe notre site/article, on peut aller sur *Google Search Console*.

Comment avoir du *backlink* (lien naturel, conseillé par d’autres), ou du moins gagner des points dans le *page rank* ?

* Écrire du contenu de qualité.
* En faire la promotion, en parler au public.
* Aller directement contacter les webmasters des sites internet où on aimerait être référencé.
* On peut aussi proposer d’écrire gratuitement un article sur un site tiers, et en échange on peut faire un lien vers notre site.
* Être actifs sur les forums, faire des liens au niveau des réseaux sociaux.
* Liens internes.
* Cocon sémantique (Laurent Bourilly).

**III – La technique**

Vérifier que le *Crawl* de Google se passe bien -> pas d’obstacle technique qui empêche le robot de passer sur notre site.

Dans Réglages -> Lecture -> Vérifier que la case Visibilité par les moteurs de recherche n’est pas cochée.

Se créer un compte sur *Google Analytics* et *Google Search Console*.