

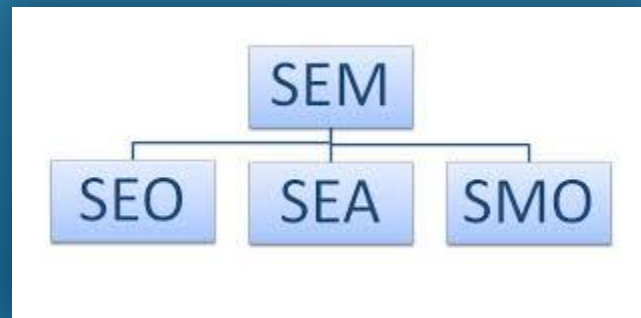
# CRÉATION D'UN SITE WEB AVEC WORDPRESS

Cours n° 15 :      Principes du référencement  
Google AdWords / Google AdSense  
Référencement naturel  
Référencer un site WordPress  
Suivre son trafic (Google analytics)  
Plugins WordPress SEO by Yoast

Le 30 juin 2018



# Principes du référencement



# Principes du référencement :



Pour commencer, d'où viennent les moteurs de recherche ? L'un des tout premiers à voir le jour était un programme nommé Archie, lancé en 1990, qui permettait de rechercher des noms de fichiers et y accéder — concrètement, on recherchait des noms de pages Web .

Cependant, Archie était incapable de dire ce que contenaient ces pages.

En l'espace de quelques décennies, on a assisté à un véritable bond en avant avec des moteurs de recherche tels que Google, Bing, Yahoo!, Ask.com, AOL, Baidu et Yandex.

Ces derniers utilisent des programmes informatiques incroyablement sophistiqués pour rechercher des informations parmi un nombre incalculable de pages Web.

# Principes du référencement :



La plupart des moteurs de recherche fonctionnent de manière similaire. Lorsqu'un internaute souhaite rechercher quelque chose, il saisit un mot ou une expression, que l'on appelle "requête de recherche".

Le moteur de recherche compare ensuite cette requête à son catalogue de pages Web, et en extrait les meilleurs résultats pour l'internaute. Ceux-ci s'affichent sur une page de résultats de recherche.

La mission des moteurs de recherche consiste à créer la liste de résultats la plus pertinente possible, pour aider les internautes à trouver ce qu'ils recherchent.

L'objectif de ce cours est de comprendre comment optimiser votre site et vos contenus, afin d'apparaître dans les meilleurs résultats des moteurs de recherche.

# Principes du référencement :



L'objectif de ce cours est de comprendre comment optimiser votre site et vos contenus, afin d'apparaître dans les meilleurs résultats des moteurs de recherche.

## Le référencement : qu'est-ce que c'est ?

Le référencement est le procédé permettant d'indexer un site sur un moteur de recherche et d'obtenir un bon positionnement dans les pages de résultats de ces moteurs.

## Le SEM

SEM, en anglais «Search engine marketing» **regroupe l'ensemble des activités visant à renforcer la visibilité d'un site web.**

C'est à dire, tout ce qui va permettre d'augmenter le nombre de fois où un internaute va avoir une occasion d'être mis en contact avec votre site web grâce aux moteurs.

# Principes du référencement : SEO



**Détail :** Le SEO concerne majoritairement les tâches d'optimisation de la structure du site, du code, et la recherche de liens entrants. Afin d'augmenter son efficacité, il est important d'associer le SEO au travail rédactionnel.

**Avantages :** Le référencement naturel permet de capitaliser sur le travail effectué. Les actions visent à renforcer la visibilité à long terme. Il est vivement conseillé de travailler de manière régulière sur le SEO, plutôt que d'effectuer des actions ponctuelles tous les 6 mois.

**Inconvénients :** Le référencement naturel ne permet pas de positionner très rapidement un site web sur des expressions-clés très concurrentielles.

# Principes du référencement : SEA



**Détail :** Le SEA est une méthode rapide pour acquérir de la présence sur les moteurs de recherche. Le principe d'enchères peut rebuter de prime abord. Après quelques mois, les utilisateurs maîtrisent souvent bien mieux leur budget.

**Avantages :** Il n'existe aucune méthode plus rapide pour positionner un site, notamment sur des requêtes très concurrencées (évidemment, le budget nécessaire dépend de la concurrence).

**Inconvénients :** On ne capitalise pas sur le budget alloué, car le SEA n'impacte pas les résultats naturels. L'arrêt de l'investissement fait perdre tout le trafic SEA.



# Principes du référencement : SMO



**Détail :** On oublie parfois qu'une entreprise pourrait utiliser seulement les réseaux sociaux sans avoir de site. Mais généralement, ceux-ci sont utilisés en appui pour toucher ses cibles d'une manière différente ou complémentaire.

**Avantages :** Les réseaux sociaux permettent généralement une véritable interaction avec ses cibles.

**Inconvénients :** L'interaction peut être risquée. On ne compte plus les marques dénigrées par leurs fans sur Facebook. Si une stratégie de communication précise n'est pas définie pour chaque réseau, les résultats sont parfois contre-productifs.

A lire :

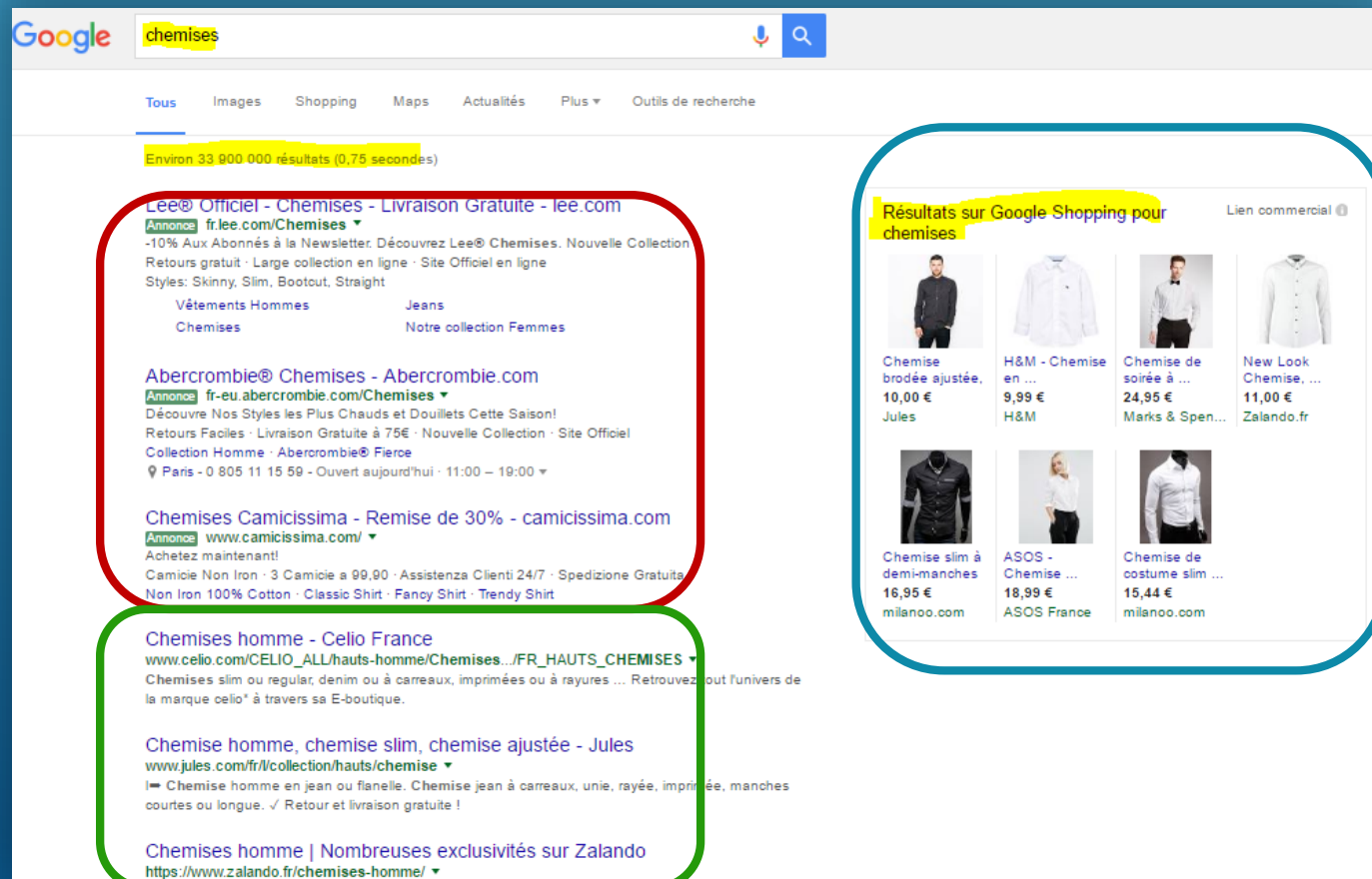
**Google le répète : les signaux sociaux ne sont pas un critère de pertinence !**



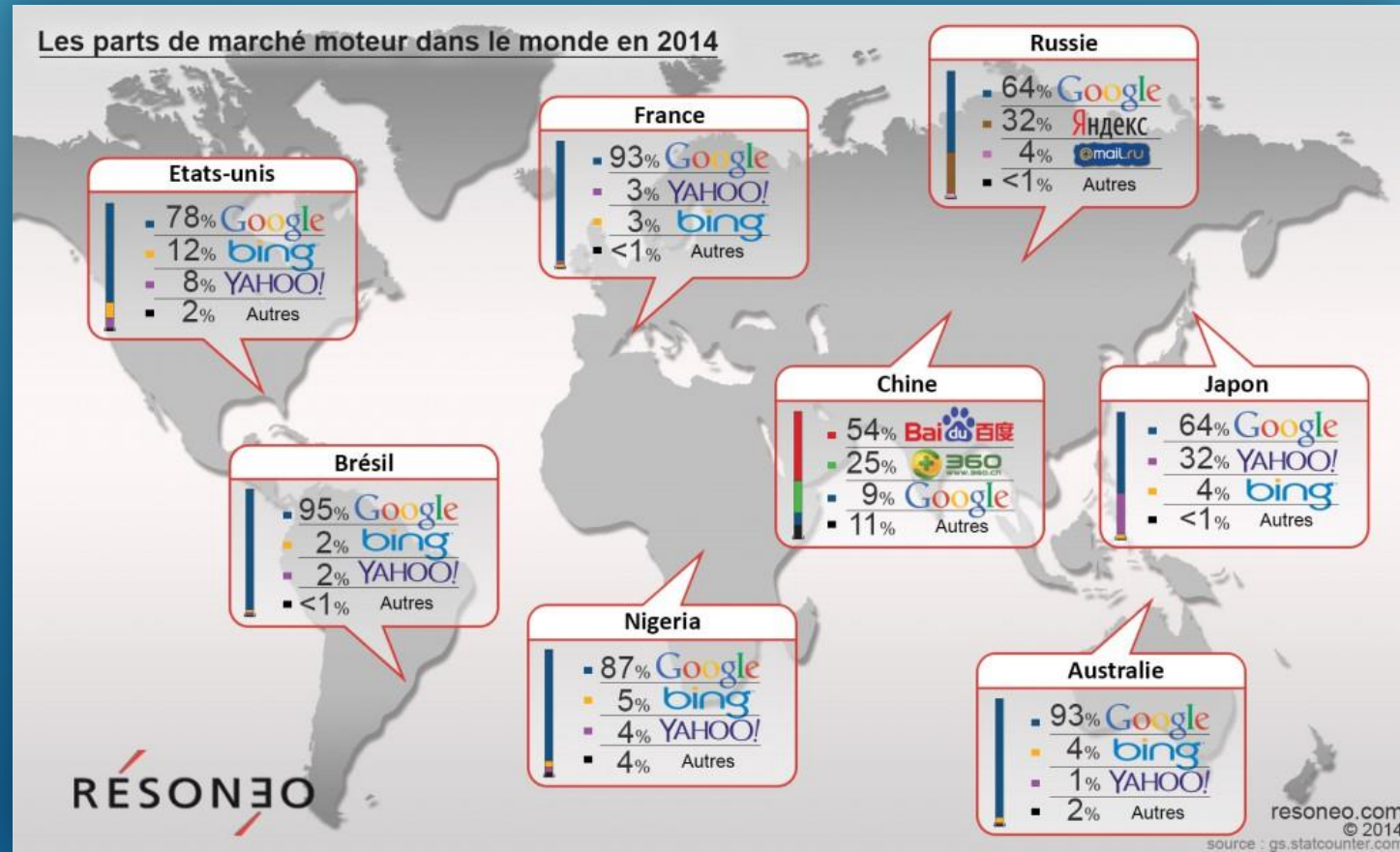
# Principes du référencement :



Le référencement naturel **SEO** donne les résultats que nous voyons dans le cadre vert, la publicité **SEA** dans le cadre rouge et **Google Shopping** dans le cadre bleu.

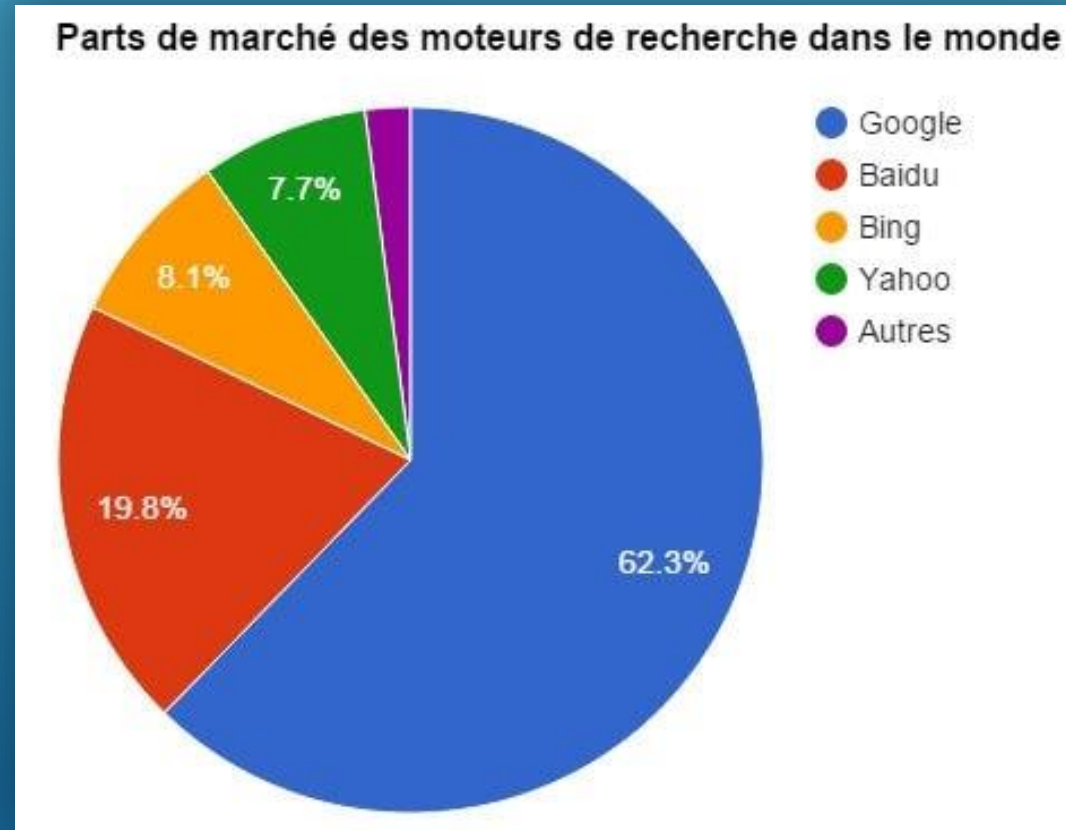


# Principes du référencement :



<http://bit.ly/1Lbnr2p>

# Principes du référencement :



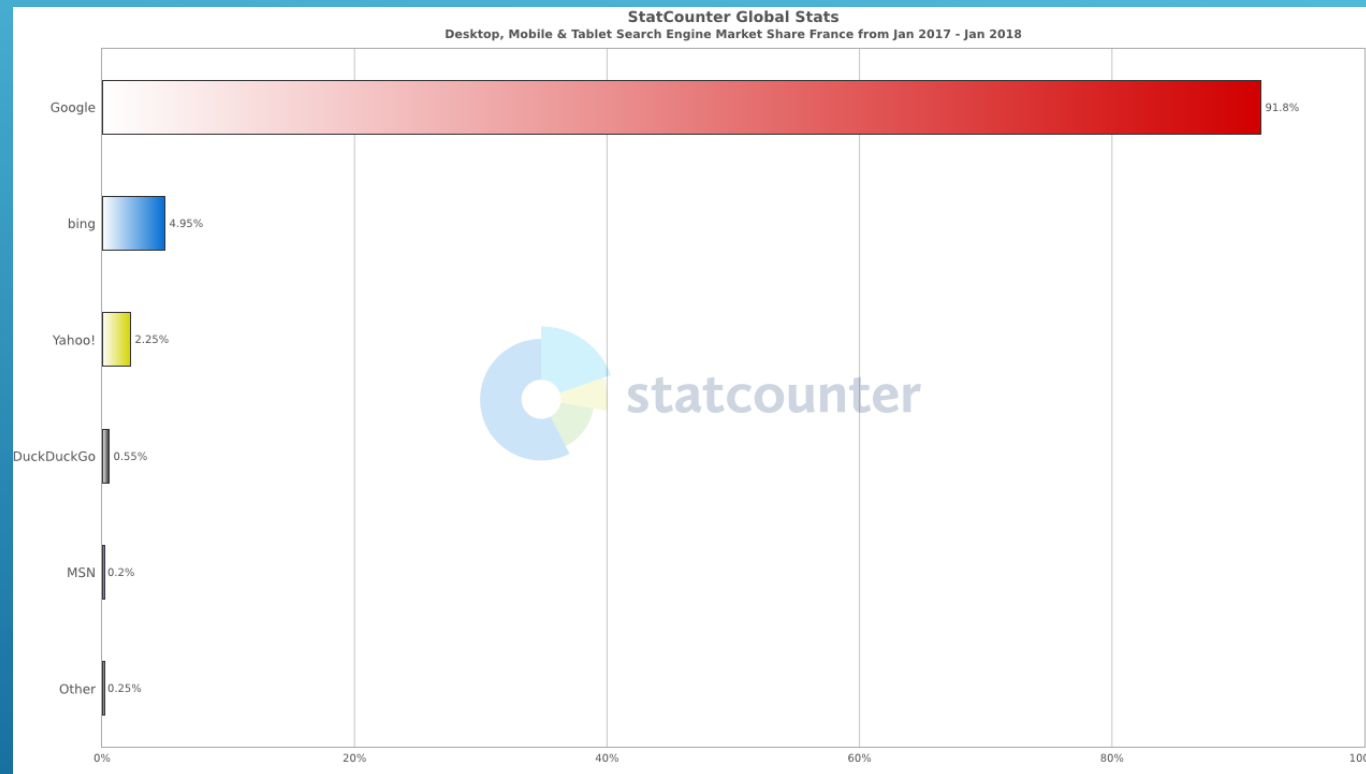
Parts de marché des moteurs de recherche dans le monde en mars 2015. © Net Applications

# Principes du référencement :



Les moteurs de recherche les plus utilisés en France les 12 derniers mois:

<http://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/desktop-mobile-tablet/france/#monthly-201701-201801-bar>



# Principes du référencement :



## Référencement = visibilité



93%

des internautes  
vont rester sur  
la 1ère page  
de Google



Personnes qui ne vous verront pas



Personnes qui peuvent vous voir

© adifco.fr

# Google AdWords / Google AdSense





# Google AdWords : Introduction



## Qu' est-ce que Google AdWords ?

AdWords est le programme de publicité qui va permettre de vous afficher dans les résultats de recherche dès les premiers jours de votre site.

## Comment fonctionne AdWords

Le référencement naturel, s'il a l'avantage d'être gratuit, ne permet pas une apparition instantanée de votre site dans les premiers résultats des moteurs de recherche. Il faut travailler bon nombre d'éléments, faire du lien entrant en s'inscrivant sur des annuaires ou en faisant de l'échange de lien, passer du temps à rédiger des contenus pertinents pour ressortir sur les termes qui vous concernent.

Le programme Google AdWords est un service Google qui vous permet de diffuser rapidement un lien dans les premiers résultats de recherche (dans une zone que l'on appelle les liens commerciaux ), ou sur des sites qui utilisent le programme de diffusion d'annonces AdSense. Grâce à ses nombreuses possibilités, vous allez pouvoir générer des visites qualifiées dès les premiers jours de lancement de votre site web ou boutique.



# Google AdWords : 2 réseaux

Google fait de l'intermédiation commerciale.

AdWords c'est du référencement payant et de la publicité en Display.

Deux types de réseaux :

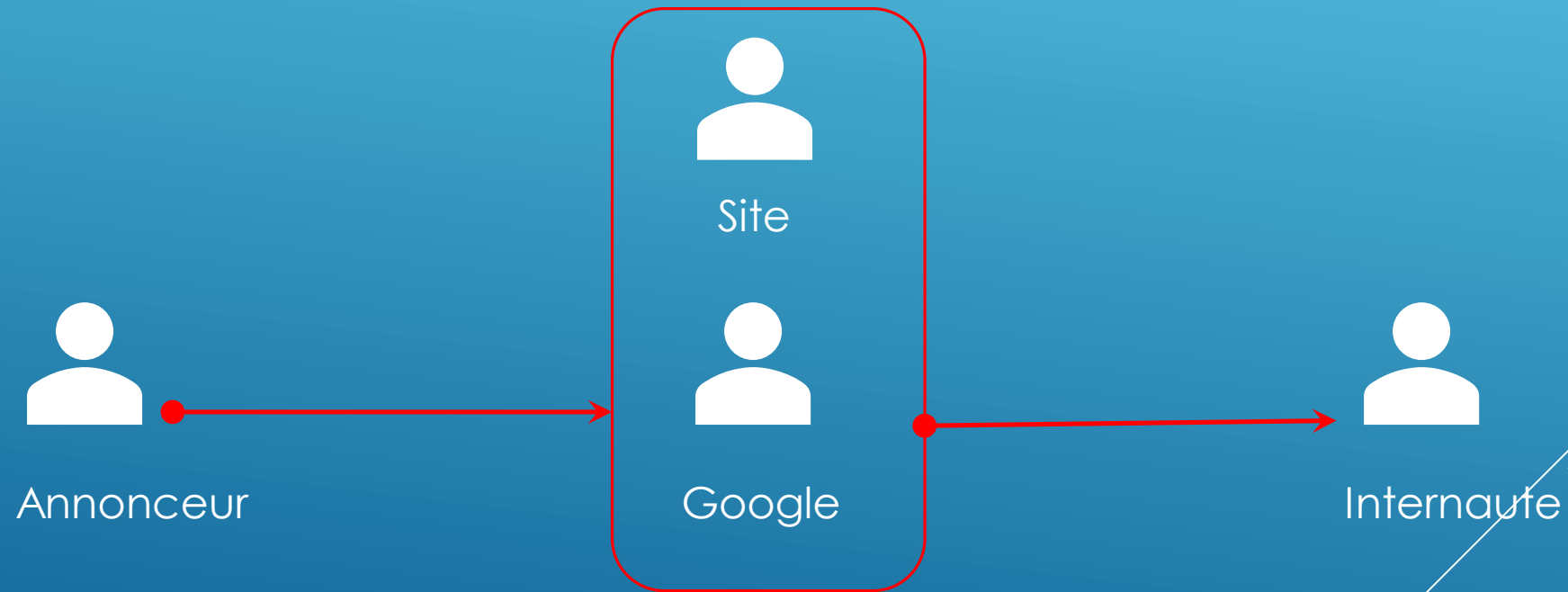
1. Le réseau de recherche où il y a trois parties prenantes, **l'internaute** qui recherche quelque chose, **Google** qui crée un espace dans ses résultats de recherche pour que **l'annonceur** puisse communiquer une offre à la requête de l'internaute.



# Google AdWords : 2 réseaux



2. Le réseau display où la publicité s'affiche sur les sites qui utilisent le programme AdSense ce qui ajoute une partie prenante supplémentaire.



# Google AdSense : Introduction



## Qu'est-ce que Google AdSense ?

AdSense est, quant à lui, un programme qui fait gagner de l'argent en proposant d'installer un encart publicitaire sur votre site ; cet encart génère des publicités contextuelles en rapport avec la recherche initiale de l'internaute qui arrive sur le site mais également en fonction des contenus même du site.

AdSense est surtout utilisé par les webmasters qui souhaitent monétiser un site qui n'a pas vocation à vendre quoi que ce soit, mais qui évoque des sujets qui se prêtent très bien à la pub. L'argent est reversé 30 % pour Google et 70% pour le site web.

Pour toutes les informations concernant Google AdWords :  
**[https://www.google.fr/intl/fr/adsense/start/#?modal\\_active=none](https://www.google.fr/intl/fr/adsense/start/#?modal_active=none)**

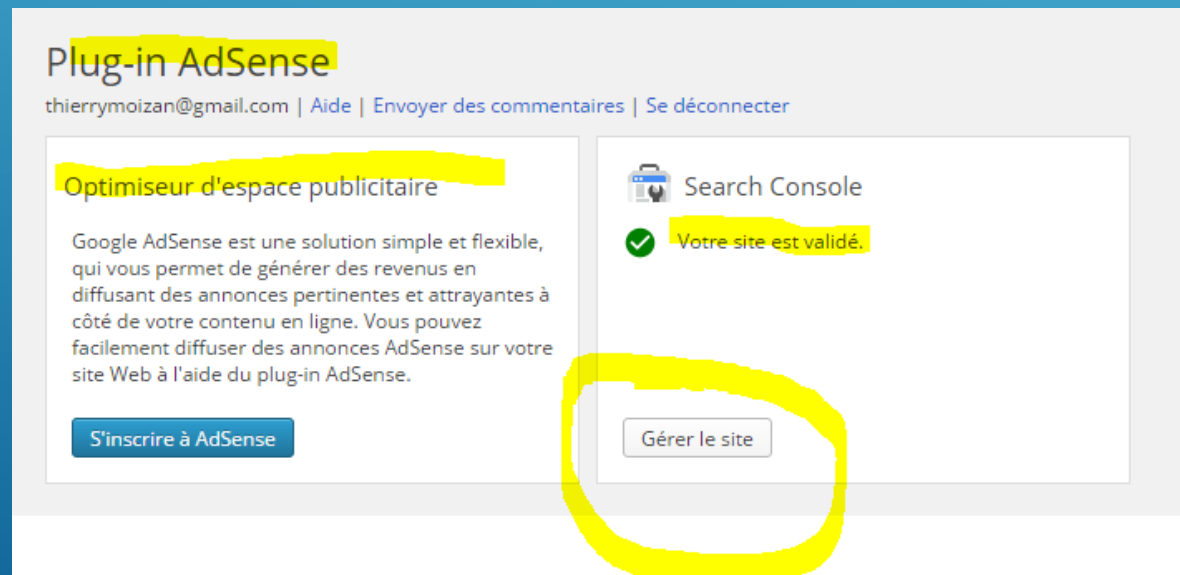
# Plugins WordPress pour monétiser son blog



## Google AdSense

Comme son nom l'indique, ce plugin vous permet d'afficher facilement des annonces Google AdSense sur votre blog, et ce en toute comptabilité avec les appareils mobiles et votre thème WordPress. Et dans le respect des politiques AdSense.

Infos : [bit.ly/29fqEiQ](https://bit.ly/29fqEiQ)



# Référencement naturel



# SEO :



Également appelé SEO ( Search Engine Optimization ), le référencement naturel regroupe des techniques à mettre en place sur votre site afin de bien le positionner sur les pages de résultats de Google.

Le référencement naturel est très important pour générer du trafic car il permet ainsi à tous ceux qui ne connaissent pas votre site (et donc votre adresse web directe), de vous trouver et vous lire, grâce aux mots-clés qu'ils auront cherchés dans les moteurs de recherche.

Les moteurs de recherche indexent tous les sites existants et donnent les résultats selon la pertinence par rapport aux mots-clés recherchés.

Pour connaître la pertinence d'un site sur un certain mot-clé, Google va étudier différents critères, que l'on peut optimiser.

Nous pouvons dire que la position de votre site dans les résultats de recherche dépend dans les grandes lignes :

- Du contenu de vos pages et de leurs mises en forme (titres, sous-titres, métadonnées,...),
- De l'optimisation des informations de vos images,
- Du nombre de liens pointant sur votre site (backlink) et de la « popularité » du site fournissant ces liens,
- La forme de vos URL de votre article ne doit pas être trop longue, ni trop courte et doit contenir bien sur les mots clés essentiels. Pensez à l'optimiser lors de la rédaction de votre article.



## SEO : Les backLink (les liens entrants)

Les liens retour (**en anglais backlinks**) sont des hyperliens (**liens hypertexte**) pointant vers un site ou une page Web. Leur nombre est une indication de la réputation de ce site ou de cette page.

Les moteurs de recherche Web exploitent cette information pour déterminer l'importance d'une page Web :

**NB :** Une page qui compte beaucoup de liens retour (**pertinents**) va bénéficier d'un meilleur positionnement dans les moteurs de recherche.



**Qu'est-ce que le PageRank ?** Voici la définition d'olivier Andrieu :

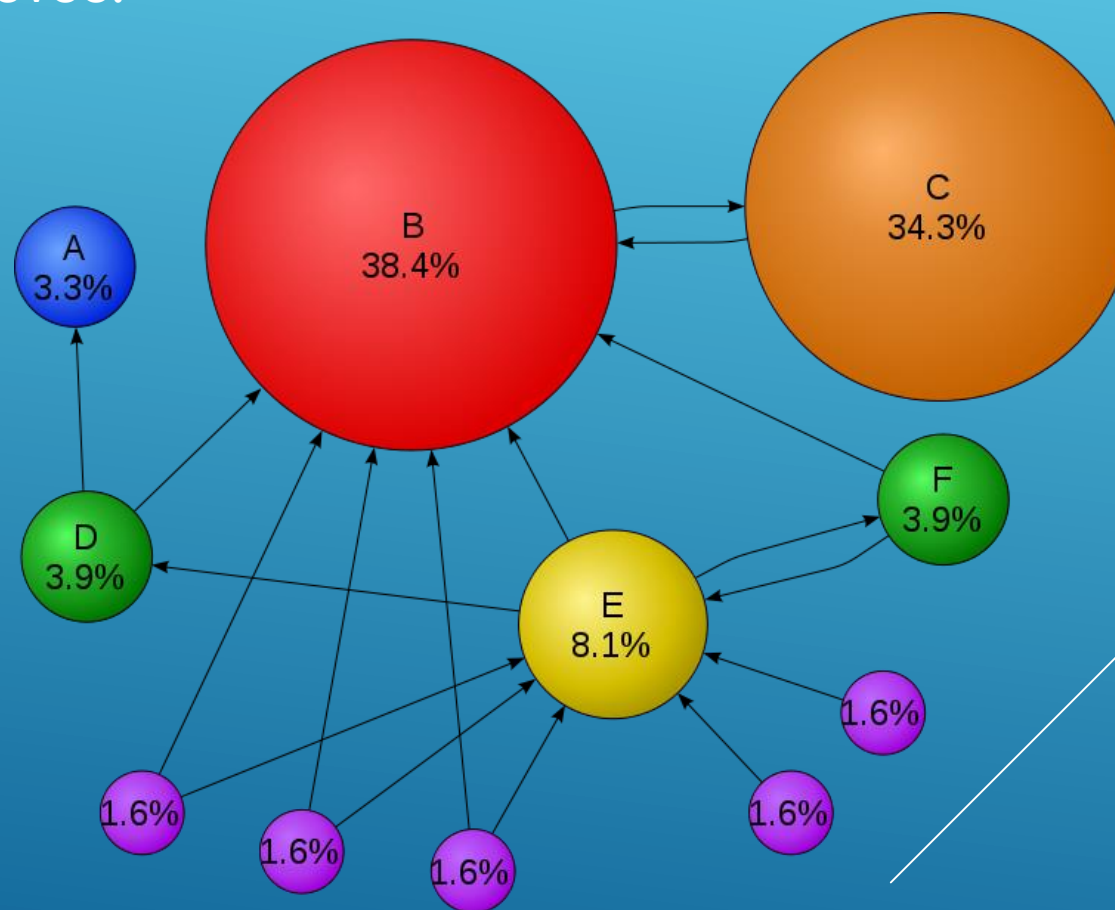
Le PageRank (du nom de Larry Page, un des deux cofondateurs de Google) est un critère de pertinence qui analyse la quantité et la qualité des liens qui pointent vers une page web.

Le PR (pour PageRank) est encore aujourd'hui au cœur de l'algorithme de Google. Google n'a que très peu communiqué sur ses évolutions au fil des ans. Notons donc ici que le PageRank est clairement toujours un critère de pertinence du moteur, même si la multiplicité des nouveaux signaux pris en compte par Google depuis près de 20 ans lui confère une place certainement moins prépondérante qu'à l'époque de sa création.

<http://binaire.blog.lemonde.fr/2014/12/01/un-algorithme-pagerank-de-google/>



Le PageRank d'une page a tendance à être d'autant plus élevé que la somme des PageRanks des pages qui pointent vers elle est élevée.



Source - <http://bit.ly/2IFcVty>

# Les différents leviers du référencement naturel



L'objectif de chaque site est d'être bien référencé sur Google.

Pour y arriver il est indispensable de travailler sur de multiples paramètres détaillés ci-dessous.

- **L'utilisateur**
- **Un contenu pertinent**
- **Un netlinking mesuré**
- **L'accessibilité et la rapidité**
- **La confiance**
- **Les réseaux sociaux**

## **Le cœur de vos actions SEO. Sans lui, le positionnement et la visibilité n'auraient aucune utilité.**

Il affecte votre classement. En effet, sa géolocalisation, son historique de recherche, sa durée de visite impactent la perception de votre site par les moteurs et influencent l'affichage de celui-ci dans les résultats.

Ses actions propres comme le fait de ne pas rester sur votre site après avoir fait une recherche, mais de retourner sur Google pour voir les autres résultats peut à la longue influencer (négativement) votre ranking.

# Un contenu pertinent (pertinence et organisation)



Les moteurs de recherche tiennent compte du contenu d'un site pour le positionner. Ils privilégient le contenu textuel plus facile à comprendre par un algorithme.

Le choix des mots ou expressions-clés sur lesquels on souhaite se positionner est primordial pour être présent sur les requêtes qui génèrent un trafic conséquent. Il faudra utiliser ceux employés par vos cibles.

L'organisation des pages dans le site doit faciliter l'exploration par les internautes, mais aussi par les robots de moteurs de recherche. L'arborescence du site doit être logique en classifiant bien les sujets abordés. On parle parfois d'architecture en silo pour bien différencier les rubriques d'un site (ceci permet de conserver chaque rubrique dans son univers sémantique).



# Un contenu pertinent (pertinence et organisation)



Chaque page du site doit être de préférence optimisée pour l'expression-clé visée. Un texte sémantiquement riche (synonymes, références), correspondant à une stratégie pertinente, facilitera la classification par le moteur.

Au sein des pages, l'optimisation des balises d'images, de la hiérarchie des titres, apportera un plus.

Les liens internes entre pages (sur les bonnes expressions-clés) facilitent l'accès à l'information détaillée pour l'utilisateur ainsi qu'une bonne compréhension de l'importance des pages pour les moteurs.

La publication fréquente de nouveaux contenus favorise le positionnement sur de nouvelles expressions, c'est aussi un indicateur d'activité du site pour les moteurs. Posséder un blog interne facilite la mise en ligne de nouveaux articles.



# Le netlinking (qualité et autorité)



Les liens qui pointent vers votre site sont un vecteur important pour accroître la notoriété du site auprès des utilisateurs et des moteurs.

La quantité de liens qui pointent vers votre site impacte votre positionnement. Il est préférable d'avoir des liens à partir de noms de domaines différents, de types de sites distincts (news, blogs, forum, sites institutionnels...).

Les sites d'où proviennent vos liens sont très importants. Ils qualifient positivement votre linking si vous possédez des liens à partir de sites reconnus par les moteurs et faisant autorité. Il est préférable d'obtenir des liens à partir de pages dont la thématique est identique à son site.

# Le netlinking (qualité et autorité)



L'emplacement des liens qui pointent vers votre site affecte votre crédibilité aux yeux des moteurs. Un lien bien placé dans l'éditorial aura généralement plus d'effet qu'un lien perdu au fond d'un footer. Le voisinage de votre lien impacte aussi votre positionnement. Il est globalement préférable de voir votre lien entouré de mots rappelant votre thématique et dans une page traitant du même sujet, plutôt qu'un lien au milieu d'autres dans une page "partenaires" bâclée.

Le texte des liens qui pointe vers vos pages affecte directement votre positionnement. Il est préférable d'obtenir un lien sur un mot-clé que sur le traditionnel "cliquez-ici". Notons qu'il est très efficace d'obtenir des liens profonds (liens pointant vers les pages internes de votre site) afin de "pousser" chacune de vos pages sur des expressions-clés précises.

# L'accessibilité (et la rapidité)



Elle revêt plusieurs notions qui se rejoignent. Généralement, un site accessible multiplateformes le sera aussi pour les handicapés utilisant des logiciels spécifiques.

**U**n contenu qui n'est pas accessible sur les divers matériels du marché le sera rarement pour un moteur.

Google communique aussi beaucoup sur la compatibilité mobile (et conseille fortement de créer un site responsive) qui est devenu un critère de positionnement.

**D**es pages bien structurées (balisage HTML) seront plus simples à appréhender pour les algorithmes. On pourra intégrer la rapidité d'affichage de vos pages qui impacte fortement le comportement des utilisateurs. La plupart d'entre eux ne resteront pas sur un site trop long à s'afficher. Ce handicap freine aussi les robots des moteurs de recherche dans le crawl des pages.

Une notion un peu complexe, qui repose sur l'image que vous donnez de votre site aux moteurs de recherche.

L'autorité du site est une sorte de label de confiance qui vous est accordée par un moteur. Google attribue une forte autorité à Wikipédia, beaucoup moins à un skyblog. Le nombre et la qualité des liens entrants vers le site influencent l'autorité de celui-ci.

L'historique du site (son passé) impacte la confiance qu'un moteur peut avoir en lui. Un site ayant hébergé des malwares ou des virus, ayant changé 10 fois de contenu et de thématique, ayant changé 10 fois de propriétaire, pourra être moins bien considéré.

Ces acteurs essentiels du web influencent indirectement la perception que peuvent avoir les moteurs de votre site.

Une page dont l'url est twittée, partagée sur Facebook sera sans doute perçue comme qualifiée par des utilisateurs humains.

Mais surtout, elle aura l'occasion d'être reprise sur divers sites ou blogs, ceci générant des liens naturels.

# Les spécificités de la lecture à l'écran



Avant de publier un contenu ou de construire sa page web, il est important de connaître le comportement des internautes. L'étude d'eyetracking\* (oculométrie) menée par Jakob Nielsen montre que l'internaute concentre son regard sur certaines zones de l'écran.

\* L'eye tracking désigne les techniques d'étude du regard ou comportement oculaire. L'eye tracking mesure les parcours, les points de fixation et temps de fixation du regard d'un panel d'individus lors d'une tâche ou action donnée.



# Les spécificités de la lecture à l'écran

Ces zones chaudes se situent principalement sur la gauche de l'écran, et on constate que l'internaute balaie la page web de gauche à droite en formant un **F**. Il s'agit des endroits stratégiques de l'écran, qu'il faudra privilégier pour mettre en avant les éléments importants de votre contenu.





# Les spécificités de la lecture à l'écran



Même si le scroll ne représente plus un frein pour l'internaute, habitué à scroller sur les réseaux sociaux notamment, les zones chaudes se trouvent généralement au niveau de la ligne de flottaison.

La ligne de flottaison est une ligne virtuelle en dessous de laquelle le contenu d'une page Internet n'apparaît plus à l'écran. Le contenu situé sous la ligne de flottaison n'est visible que si on utilise la barre de défilement (ascenseur) ou la molette de la souris.

La prise en compte de la ligne de flottaison est très importante en ergonomie et merchandising web, notamment pour les pages d'accueil ou pages d'arrivée. Les éléments qui doivent être visualisés par l'utilisateur doivent se situer au dessus de la ligne de flottaison.

Pensez donc à inclure les informations importantes et les call-to-action à ce niveau, et la pertinence de votre contenu donnera envie au lecteur de scroller pour découvrir la suite.

# Référencer un site WordPress



## On commence toujours par les permaliens

Oui, toujours. Si vous ne l'avez pas déjà fait suite à l'installation de votre site WordPress alors c'est le moment de vous rattraper.

De quoi il s'agit? De l'URL de vos articles.

URL veut dire Uniform Resource Locator, c'est à dire qu'il s'agit d'une manière de localiser quelque chose sur un réseau.

L'URL spécifie également le protocole Internet approprié, tel que HTTP ou FTP.

Une URL est une adresse unique, avec un format standardisé.

# Référencer un site WordPress



## Des URLs lisibles.

Le **contenu des URLs** qui pointent vers votre site est essentiel pour avoir un bon référencement.

Par défaut, les **URLs** des publications sont de la forme **<http://monsite.com?p=3>**, ce qui ne donne aucune information quant au contenu de la page.

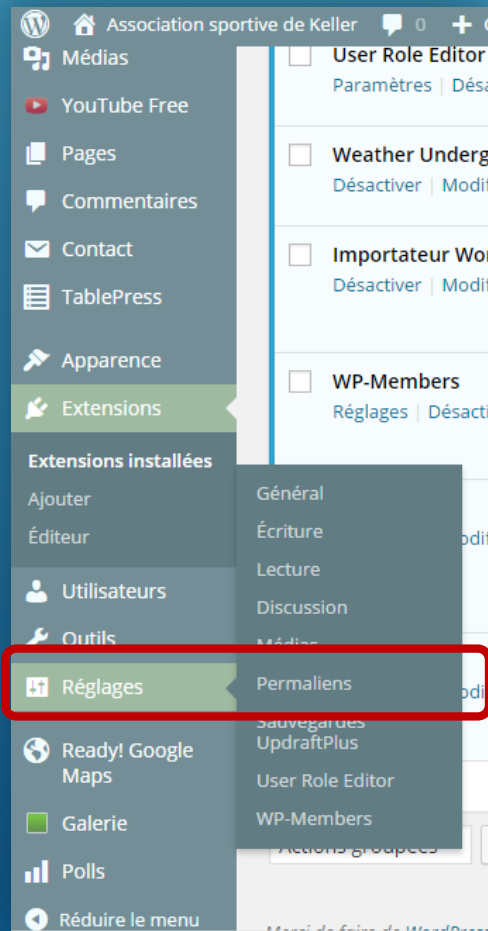
Si votre page s'appelle « Bienvenue sur mon site », il est nettement plus intéressant d'avoir l'URL de la forme **<http://monsite.com/bienvenue-sur-mon-site>** car les moteurs de recherche récupèrent des informations en plus, rien qu'en lisant l'adresse de la page.

**« Réglages > Permaliens », puis de sélectionner le réglage « Nom de l'article » sur la page des options.**

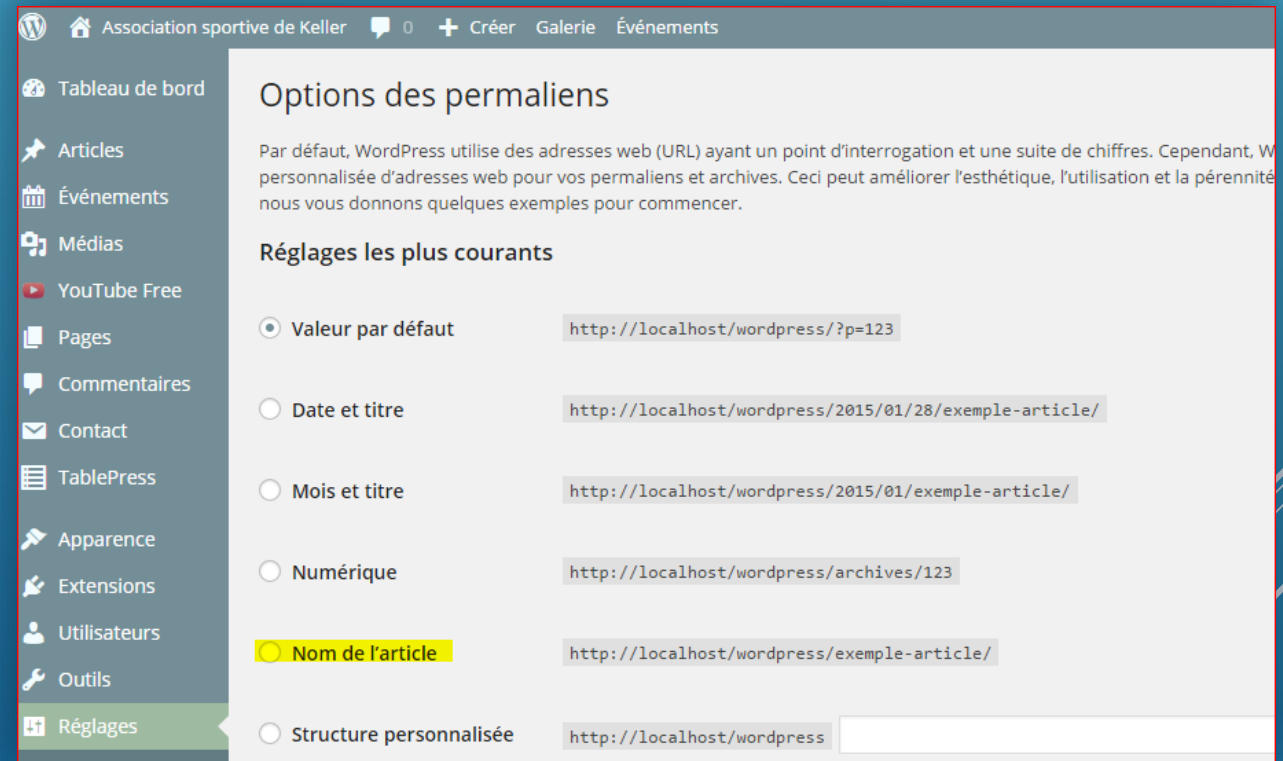
# Référencer un site WordPress



1



2

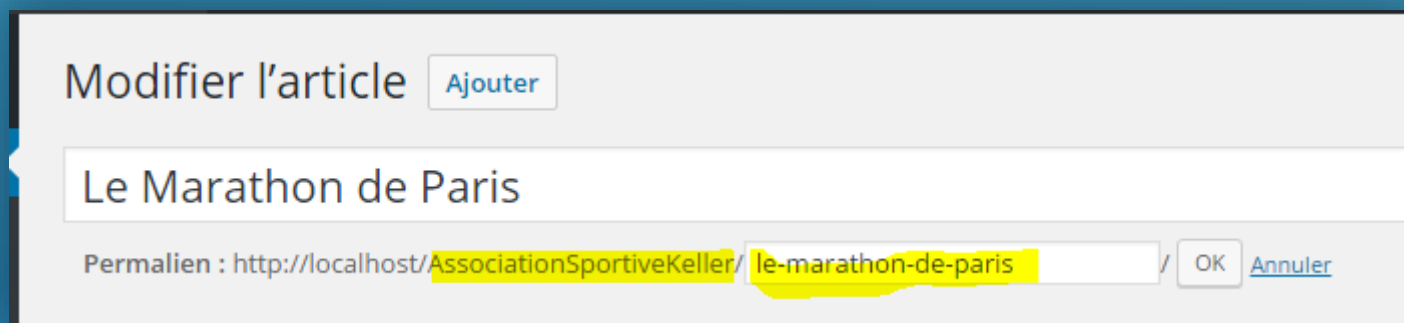


41

# Référencer un site WordPress



Une fois ce réglage effectué, vous aurez la possibilité, sur chaque publication, de choisir le lien qui mènera à la page correspondante.



Modifier l'article

Le Marathon de Paris

Permalien : <http://localhost/AssociationSportiveKeller/le-marathon-de-paris>  [Annuler](#)

Veillez à ne pas modifier ce lien ***une fois que l'article a été publié***, car si un visiteur (ou un moteur de recherche) récupère le lien original avant qu'il soit modifié, alors une **erreur 404** apparaîtra lors de l'accès à la page.

Si malgré tout vous souhaitez modifier une URL après coup, il est conseillé de créer une redirection de l'ancien lien vers le nouveau afin d'indiquer que le contenu a été déplacé pour éviter de perdre vos visiteurs.

Certains plugins permettent de gérer cela automatiquement, comme le plugin **Redirection**.



# Référencer un site WordPress

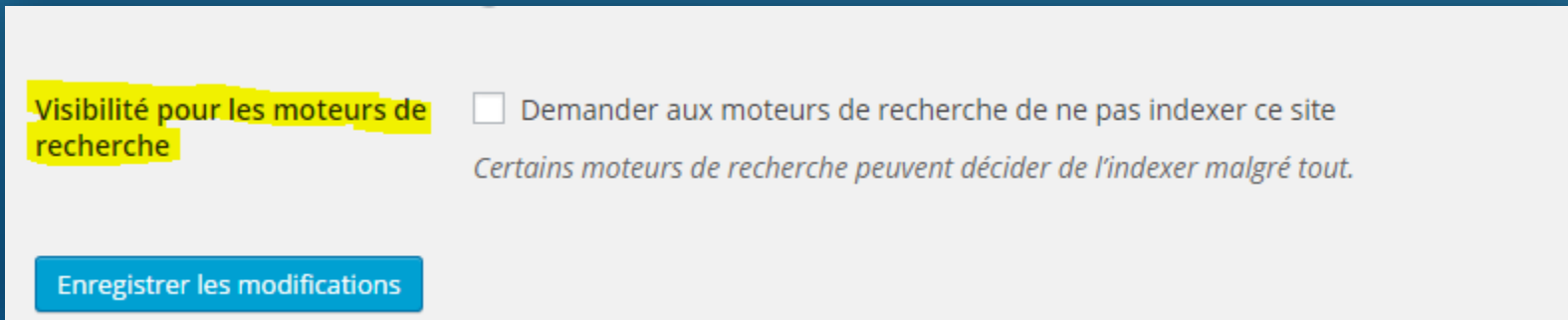


## Les robots

Les robots sont des programmes qui recherchent dans le réseau internet du contenu à indexer pour les moteurs de recherche. Le robot le plus connu sur le web, il s'agit de « Googlebot ».

**NB :** WordPress offre la possibilité de cacher votre site aux robots, il faut donc bien vérifier que cette fonctionnalité est désactivée lors de la mise en ligne de votre site.

Dans le cas contraire, vous pourriez **ne pas apparaître du tout** dans les moteurs de recherche !  
« **Réglages > Lecture** », l'option « **Demander aux moteurs de recherche de ne pas indexer ce site** » doit être décochée..



Visibilité pour les moteurs de recherche

☐ Demander aux moteurs de recherche de ne pas indexer ce site

*Certains moteurs de recherche peuvent décider de l'indexer malgré tout.*

Enregistrer les modifications



# Référencer un site WordPress : Un contenu de qualité.



L'un des critères essentiels pour un bon référencement est la mise à jour régulière du contenu de votre site. Les moteurs de recherche sont en effet conçus pour détecter les modifications apportées à vos pages, aux nouvelles publications et plus généralement, au changement.

Un site à l'abandon descendra rapidement dans les résultats de recherche, car on considère alors que les informations qu'il fournit sont obsolètes.

On ne parle pas ici d'ajouter du contenu tous les jours. L'important est d'avoir un rythme régulier qui convient aux sujets auxquels vous choisissez de vous consacrer, c'est ce qui détermine la fréquence de mise à jour.

À chaque site convient son rythme. Ce qu'il faut retenir, c'est qu'il ne faut pas laisser vos pages à l'abandon pour conserver un classement intéressant sur les moteurs de recherche.

## Référencer un site WordPress : Soignez la structure de votre article (titres, sous-titres, etc.)



Lorsque vous rédigez un article sur WordPress, veillez à le **structurer correctement**.

Pensez à utiliser des **sous-titres (H2, H3, etc.)** en surlignant le texte et en choisissant ensuite dans le menu déroulant l'option « titre ».

D'un côté, cela permettra aux moteurs de recherche d'interpréter et « scanner » le contenu de votre article. Google accorde en effet une grande importance au titre et aux sous-titres pour le référencement naturel.

D'un autre côté, cela permettra aux internautes de lire « **en diagonale** » votre page.

N'oubliez pas que vos visiteurs ne liront pas forcément votre article en entier et pourront parfois lire uniquement les paragraphes qui les intéressent. Cela permettra aussi de rassurer et de guider l'internaute sur votre façon de traiter la thématique.

# Référencer un site WordPress :

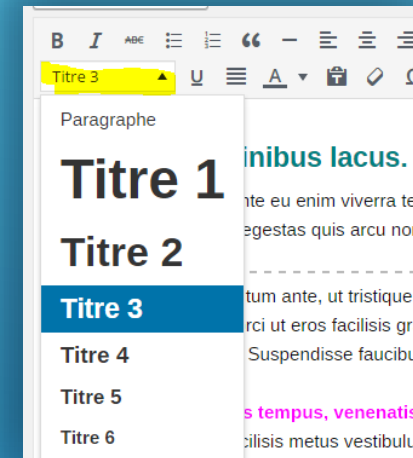
## Soignez la structure de votre article (titres, sous-titres, etc.)



A noter que le titre de l'article sur WordPress est automatiquement considéré **titre H1**.

Votre article doit être structuré de la manière suivante :

- un titre H1,
- plusieurs titres H2, H3, H4, etc...,
- le corps des textes (paragraphe).



Je rajouterai de plus qu'il est important de commencer par :

- une introduction au début qui doit contenir les mots clés principaux et doit inciter le visiteur à lire votre article.

suivi de :

- la balise « lire le suite ».

## Référencer un site WordPress : Soignez la structure de votre article (titres, sous-titres, etc.)



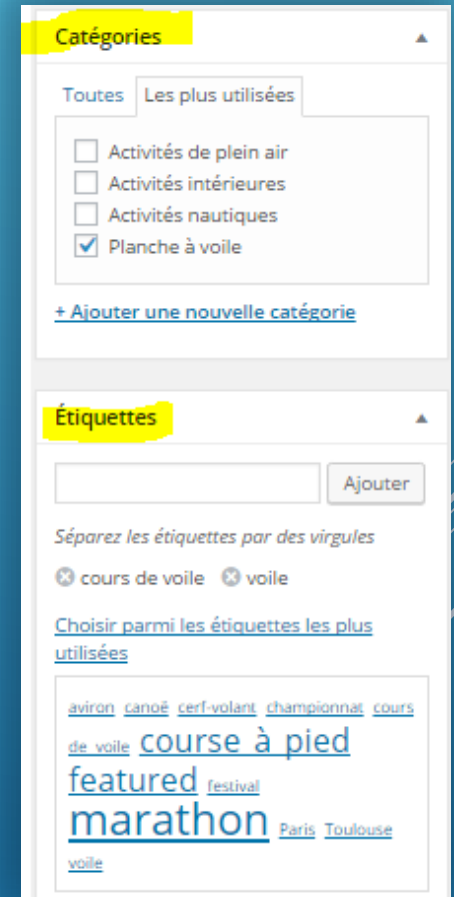
Pensez toujours à l'internaute lorsque vous rédigez un article.

Votre billet doit être en accord avec la charte graphique de votre entreprise. Quand on lit votre article, on doit immédiatement savoir qu'on est sur votre site web.

Pensez à aérer votre texte et à le structurer en paragraphe. D'une manière générale, privilégiez les phrases courtes, utilisez des listes à puce afin de capter l'attention visuelle du visiteur.

Selon l'objectif de votre article et la cible visée, sa mise en forme peut varier.

Pensez à bien renseigner pour chaque article que vous rédigez la partie « Catégories » et « Étiquettes ».

The screenshot shows the WordPress 'Catégories' and 'Étiquettes' settings. The 'Catégories' section is highlighted in yellow and shows a list of categories: 'Activités de plein air', 'Activités intérieures', 'Activités nautiques', and 'Planche à voile'. The 'Planche à voile' category is selected with a checkmark. Below the list is a link to '+ Ajouter une nouvelle catégorie'. The 'Étiquettes' section is also highlighted in yellow and shows a text input field with the value 'cours de voile' and a button 'Ajouter'. Below the input field is a link to 'Choisir parmi les étiquettes les plus utilisées'. The list of popular tags includes 'aviron', 'canoë', 'cert-volant', 'championnat', 'cours', 'de voile', 'course à pied', 'featured', 'festival', 'marathon', 'Paris', 'Toulouse', and 'voile'.

# Référencer un site WordPress : Optimisez le référencement naturel de vos images.



## Illustrer avec des images et les nommer.

Trop souvent sous-estimées, les images peuvent fortement contribuer au référencement naturel de votre site internet.

Quand vous rédigez un article, pensez à insérer une « image à la une », qui est d'ailleurs souvent l'image principale de l'article.

N'oubliez pas non plus de remplir les champs « titre », « texte alternatif », « description » et « légende » tout en insérant les mots clés sur lesquels vous souhaitez vous référencer.

Cela vous permettra d'optimiser le SEO de vos images.

Google Image peut vous permettre d'augmenter votre trafic.

# Référencer un site WordPress : Optimisez le référencement naturel de vos images.



## Le nom du fichier

Le nom de votre fichier est très important pour le référencement de vos images dans Google. Avant d'importer une image sur votre site, commencez d'abord par la renommer avec des mots-clés pertinents et en rapport avec la page sur laquelle elle va se trouver. Vous donnerez ainsi plus de précisions aux moteurs de recherche sur ce qu'elle contient et ce qu'elle illustre puisque ceux-ci n'arrivent pas encore à interpréter le contenu visuel d'une image (peut-être bientôt ?).

## L'attribut « alt »

L'attribut alt (texte alternatif) est un élément important pour l'optimisation SEO de vos images. Elle permet de **décrire en quelques mots le contenu de votre visuel** à Google et **de l'indexer**. Cet attribut devra fournir une petite description du contenu de votre image en utilisant de préférence vos **mots-clés**.



# Référencer un site WordPress : Optimisation d'une page pour l'expression-clé « croquettes chiot »



<title>Croquettes pour chiot</title>

**Meta description :** Nos recettes de croquettes pour chiot sont créées pour éviter les carences et apporter une alimentation équilibrée à votre jeune chien.

<h1>Croquettes chiot pour une alimentation équilibrée des jeunes chiens</h1>

\_\_\_\_\_ croquettes pour chiot \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ alimentation chiot \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ sac de croquettes \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ bébé chien \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ croquettes pour petit chien \_\_\_\_\_

PHOTO

alt="Croquettes chiots "

<h2>Ingrédients</h2>

\_\_\_\_\_ chiot de race \_\_\_\_\_

<h2>Rations conseillées</h2>

\_\_\_\_\_ chiots de 1 à 6 mois \_\_\_\_\_

© AXENET

WordPress

50

## Le sitemap

Le sitemap est un fichier au format XML (**Le langage XML est un langage qui permet de décrire des données à l'aide de balises et de règles que l'on peut personnaliser**) contient tous les liens de votre site, c'est-à-dire la liste de toutes les pages qui existent avec leurs URLs. Cela permet à un moteur de recherche de trouver plus facilement vos pages pour les indexer, j'y reviendrai plus tard avec Google Search Console

Comme votre site change de contenu en fonction de la fréquence de mise à jour, celui-ci doit être de type dynamique et non pas généré une seule fois.

Là encore, il existe des plugins qui permettent de générer automatiquement le sitemap de votre site, notamment **WordPress SEO by Yoast** que nous verrons plus tard.

# Référencer un site WordPress



Une fois crée par votre plugin, vous pouvez vous connecter aux outils Google pour webmaster et soumettre le plan du site internet à indexer par les moteurs de recherches.

1

## Sitemaps XML - Yoast WordPress SEO :

### Sitemap XML

☒ Cocher cette case pour activer la fonctionnalité sitemap XML.

Vous pouvez trouver votre fichier sitemap XML ici : [XML Sitemap](#)

Vous n'avez pas besoin de générer le fichier sitemap XML, pas plus qu'il ne faudra de temps pour le mettre à jour à chaque nouvel article.

2

Outils pour les webmasters

Tableau de bord du site

Messages relatifs au site

▸ Apparence dans les résultats de recherche

▸ Trafic de recherche

▸ Index Google

▾ Exploration

Erreurs d'exploration

**Sitemaps**

Mes sitemaps (1) Tous (1)

Tout télécharger Renvoyer Supprimer

<input type="checkbox"/>	#	Sitemap	Type	Date de traitement
<input type="checkbox"/>	1	/sitemap_index.xml	Index de sitemaps	30 janv. 2015

## A retenir.

- ✓ Les URLs réécrites permettent de donner du sens à vos liens pour les moteurs de recherche.
- ✓ Plus les contenus seront mis à jour, plus ceux-ci auront de la valeur pour les moteurs de recherche.
- ✓ Les mots-clés rajoutent des informations pour mettre en avant les articles.
- ✓ Faciliter l'indexation du site (sitemap, directives adressées aux robots) permet d'améliorer le référencement.

# Référencer un site WordPress



# Suivre le trafic de son site (Google Analytics – Google Search Console)



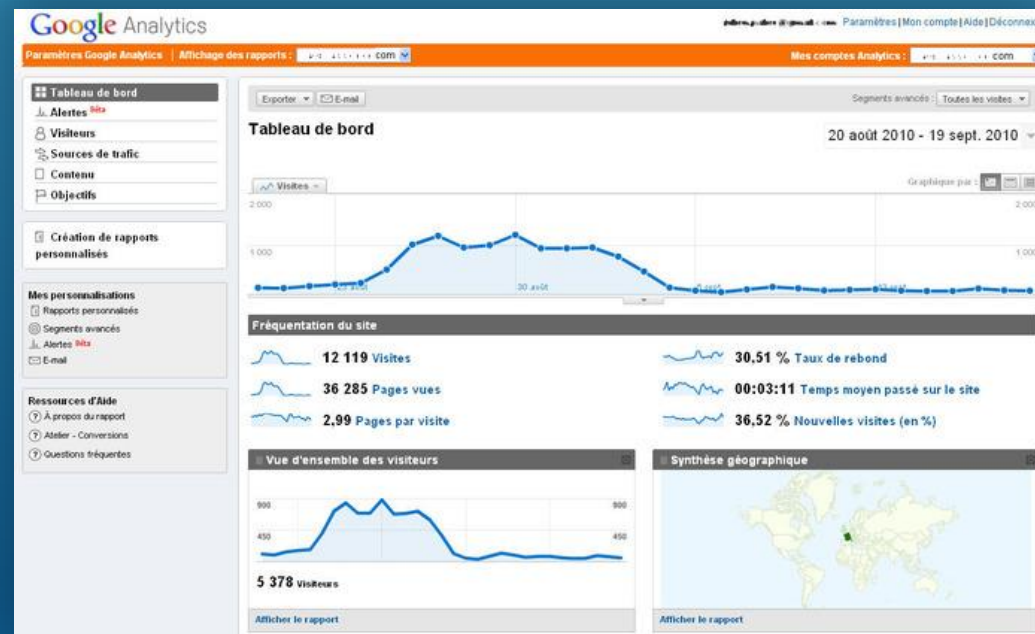


# Introduction Google Analytics



Peu à peu votre site grossit, il évolue et vous vous souhaiteriez avoir quelques statistiques sur le trafic de votre site, savoir tout simplement combien de visiteurs uniques viennent chaque jour sur votre site web, quelle(s) page(s) regardent-ils, etc.

En installant un outil de mesure d'audience sur votre site web vous connaîtrez ces réponses.



# Outil d'analyse d'audience : Google Analytics

## GoogleAnalytics

Il s'agit d'un outil extrêmement puissant mis à disposition de tous par Google.  
Son utilité : fournir des rapports statistiques très complets et très précis aux webmasters.  
Google Analytics est une application web librement accessible. Pour y accéder, vous devez simplement vous rendre sur la page d'accueil de **Google Analytics**, puis vous connecter à l'application grâce à votre compte Google.

## Quels types d'informations Google Analytics nous permet-il d'obtenir ?

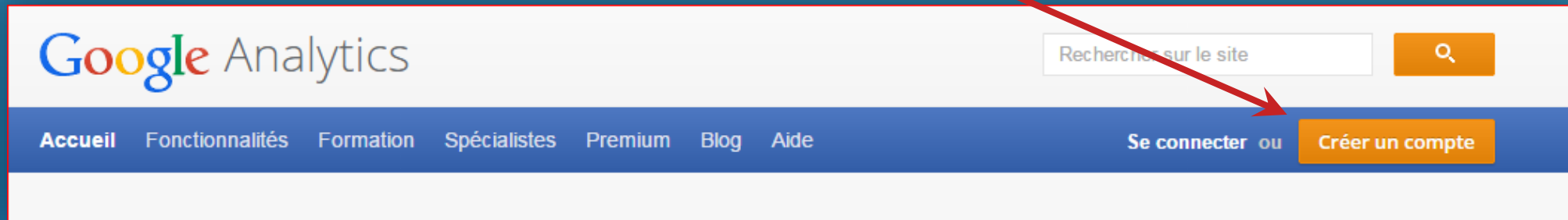
- le pourcentage de visiteurs visitant votre site depuis un terminal mobile (smartphone ou tablette),
- d'où viennent vos visiteurs (les sites web référents),
- la localisation géographique de vos visiteurs,
- combien de temps vos visiteurs sont restés sur vos pages,
- Etc.

# S'inscrire à Google Analytics

**1ère étape :** Créez un compte Google

Pour créer un compte Google, vous avez besoin d'une adresse Gmail.

**2ème étape :** Allez sur Google Analytics



Connectez-vous avec le compte Google que vous avez créé dans l'étape 1.  
Ensuite, cliquez sur « Inscription »

# S'inscrire à Google Analytics



Sur la page suivante, il y a plusieurs champs à remplir :

- Nom du compte : un compte peut regrouper plusieurs sites.
- Nom du site web : le nom de votre site,
- URL du site web : rentrer l'adresse du site avec le http devant,
- Catégorie sectorielle : le thème de votre site.
- Fuseau horaire des rapports : entrez le pays où vous êtes, ça permet d'avoir des statistiques avec les bonnes heures.
- Puis tout en bas, cliquez sur « Obtenir un ID de suivi ».

Sur la pop up qui s'ouvre, sélectionnez de nouveau le pays et cliquez sur « J'accepte ».

# S'inscrire à Google Analytics



Sur la page suivante, vous êtes enfin sur votre compte Google Analytics. Vous arrivez directement dans l'onglet « Admin », « Informations de suivi », « Code de suivi » .

Vous avez accès à 2 types d'informations :

- l'ID de suivi, qui commence par UA puis une série de chiffres,
- le code de suivi, qui est un code html de plusieurs lignes.

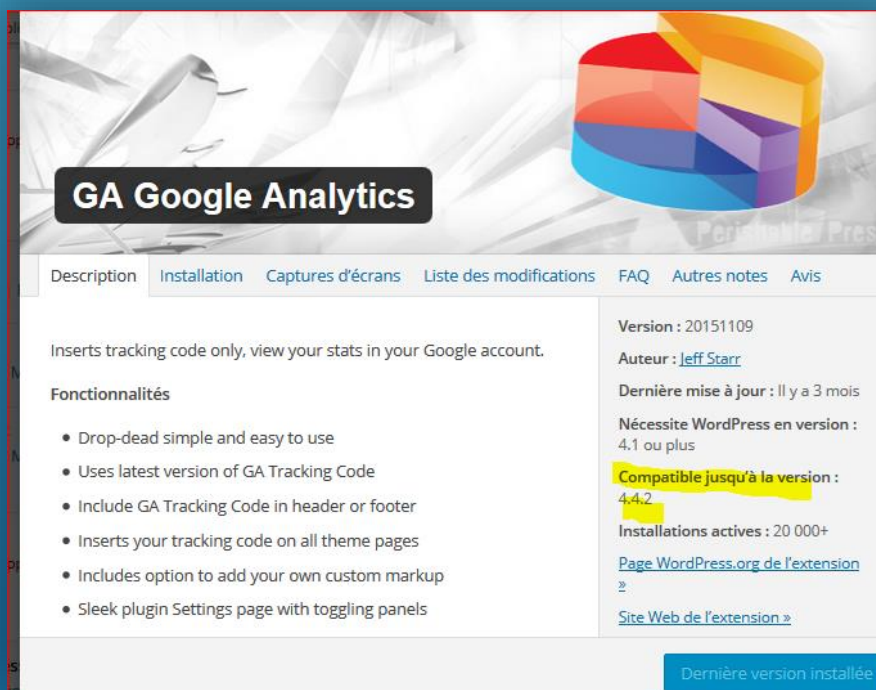
Pour WordPress, vous aurez besoin juste de l'**ID de suivi**.

# S'inscrire à Google Analytics



## 3ème étape : Connecter son site à Google Analytics

Il y a certains thèmes WordPress qui proposent un champ où on peut insérer son ID de suivi ou son code de suivi. Si ce n'est pas le cas, on peut installer une extension pour le faire. Vous allez chercher l'extension « GA Google Analytics ».





# S'inscrire à Google Analytics



Une fois l'extension installée et activée, allez dans « Réglages » puis « GA Plugin ». Sur la page, ouvrez l'onglet « GA Plugin Options » et entrez dans le champ « GA property ID » l'ID de suivi qui commence par UA, que l'on trouve sur le compte Google Analytics.

Cochez :

- Include the GA Tracking Code in your web pages,
- Include code in the document head.

Sauvegardez.

A screenshot of the 'GA Plugin Options' settings page in WordPress. The page has a white background with a light blue border. At the top, it says 'Enter your Tracking Code and enable/disable the plugin.' Below this, there are several settings. 'GA property ID' is a text field containing 'UA-'. 'Enable Google Analytics' has a checked checkbox next to 'Include the GA Tracking Code in your web pages?'. 'Enable Universal Analytics' has an unchecked checkbox next to 'Enable support for Universal Analytics?'. 'Enable Display Advertising' has an unchecked checkbox next to 'Enable support for Display Advertising?'. 'Enable Link Attribution' has an unchecked checkbox next to 'Enable support for Enhanced Link Attribution?'. 'Code Location' has a selected radio button next to 'Include code in the document head (via wp\_head)' and an unselected radio button next to 'Include code in the document footer (via wp\_footer)'. At the bottom, there is a tip: 'Tip: Google recommends including the Tracking Code in the document with the default option to include the code in the header.'

# S'inscrire à Google Analytics



Et voilà, c'est terminé !

Vous pouvez aller voir sur votre compte Google Analytics vos premières statistiques. Elles mettent quelques heures avant d'apparaître mais si vous allez sur votre site, vous pourrez déjà voir sur le « Temps réel » votre propre connexion.

A noter que les statistiques sont prises en compte à partir du moment où vous collez l'ID de suivi ou le code de suivi sur votre site donc on ne peut pas accéder aux données avant cette date.

# S'inscrire à Google Analytics

**4e étape** optionnelle mais conseillée : ne pas faire apparaître vos propres connexions et visites de votre site.

On se connecte à notre site pour écrire les articles, pour améliorer son design etc., donc une grande partie des visites du site est faite par nous-même.

Pour éviter d'obtenir des résultats faussés, il vaut mieux filtrer ses propres visites, ce qui est possible avec Google Analytics.

Dans votre compte Google Analytics, allez dans l'onglet « Admin », puis sur « Filtres ». Cliquez sur « Nouveau filtre »

### Ajouter un filtre à la vue

Informations sur le filtre

**Nom du filtre**

Type de filtre

Prédéfini Personnalisée

Sélectionnez un type de filtre. ▼

Sélectionner la source ou la destination ▼

Trafic à partir du domaine de FAI

**trafic provenant des adresses IP**

trafic vers les sous-répertoires

trafic vers le nom d'hôte

Vérification du filtre ?

Vérifier ce filtre Découvrir l'impact d

Enregistrer Annuler

# S'inscrire à Google Analytics



Créez un nom à votre filtre dans Nom du filtre.

Vous pouvez exclure plusieurs types de connexions, soit selon votre adresse IP, soit avec votre FAI (fournisseur d'accès à Internet). Pour ma part, j'ai filtré mon adresse IP, que l'on peut trouver grâce à ce lien-là : [mon-ip.com](https://mon-ip.com).

Maintenant, vos visites ne seront plus visibles ni comptabilisées dans Google Analytics. Vous pouvez ajouter autant de filtres que nécessaire (si vous vous connectez à votre lieu de travail aussi par exemple, etc.).

# Quelles statistiques avec Google Analytics ?



On a 8 grandes catégories dans le menu à gauche, qui contiennent chacune des sous-catégories :

- Tableaux de bord
- Raccourcis
- Événements d'alertes
- Temps réel
- Audience
- Acquisition
- Comportement
- Conversions

# Quelles statistiques avec Google Analytics ?

## Quels indicateurs regarder ?

Voilà les indicateurs qui sont importants car ils permettent de connaître l'évolution du site, et on va pouvoir l'optimiser avec ces données-là. On trouve ces chiffres dans les catégories que j'ai surlignées plus haut :

**le nombre de visites** : suivre l'évolution des visites,

**le nombre de visiteurs uniques** : le nombre de personnes différentes qui viennent sur votre site,

**le nombre de pages vues** : pages qui ont été vues au total,

**le nombre de pages vues par visite** : pages vues par visite,

**la durée moyenne de la visite** : tout dépend de la longueur de vos articles,

**les pages les plus vues** : les articles qui ont le plus de succès.



# Quelles statistiques avec Google Analytics ?

**les sources** : d'où viennent vos visiteurs,

**les mots-clés** : quand le site est référencé naturellement sur Google, ce sont les mots qui ont permis à vos visiteurs de tomber sur votre site,

**le taux de rebond** : comme vu plus haut, c'est le % de personnes qui sortent de votre site après avoir lu une seule page. Plusieurs facteurs contribuent à un taux de rebond élevé. Par exemple, les internautes quittent votre site sur la page d'entrée si le site présente des problèmes de conception ou de facilité d'utilisation. Ils peuvent également quitter le site après avoir consulté une seule page s'ils ont trouvé les informations qu'ils recherchaient dès la première page, sans éprouver le besoin d'accéder à d'autres pages,

**les nouvelles visites** : il est important d'avoir aussi bien de nouveaux visiteurs (car on acquiert un nouveau public) que des visiteurs récurrents (car ça veut dire qu'ils ont été vraiment intéressés, vu qu'ils reviennent),

**le flux de comportement** : on voit le parcours réalisé par les visiteurs sur le site,

**l'analyse des pages web** : on voit quels sont les liens les plus cliqués sur une page.

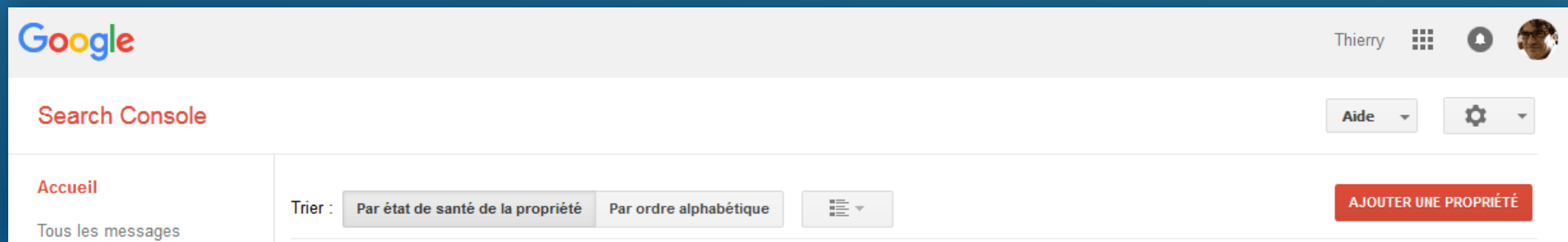
# Google Search Console



Google Search Console [ICI](#) est un service gratuit de Google qui vous fournit une grand nombre d'informations à propos de votre site web.

Concrètement, cet outil vous donne accès aux diagnostics nécessaires pour gérer votre site web et vos applications mobiles.

Mais Google Search Console vous aide également à trouver et à corriger les erreurs présentes sur votre site, vous permet de soumettre un plan du site ou encore de créer et de vérifier un fichier robots.txt. Afin de pouvoir l'utiliser, vous aurez besoin d'ajouter et de valider la propriété de votre site avant de pouvoir faire quoi que ce soit d'autre. Indiquer l'adresse URL du site à ajouter puis cliquez sur "**Ajouter une propriété**".



# Google Search Console



Il ne vous reste plus maintenant qu'à valider votre nouvelle propriété.

Plusieurs solutions sont à votre disposition pour vérifier la propriété d'un site ou d'une application.

Depuis le panneau de contrôle Search Console, cliquez sur le lien "Valider cette propriété" pour le site que vous venez d'ajouter.

Confirmez que vous êtes bien le propriétaire de <https://www.adultes.com>

Méthode recommandée    Autres méthodes

- ☐ Importer un fichier HTML  
Importez un fichier HTML sur votre site.
- ☐ Balise HTML  
Ajoutez une balise Meta à la page d'accueil de votre site.
- ☒ Google Analytics  
Utilisez votre compte Google Analytics.
- ☐ Google Gestionnaire de balises  
Utilisez votre compte Google Gestionnaire de balises.

**VALIDER**    Pas maintenant

Le fichier sitemap permet d'indiquer à Google comment sont organisées de vos pages et quel est le type de contenu disponible sur celles-ci.  
Ce type de fichier peut inclure des métadonnées, telles que des informations à propos des images et des vidéos contenus ainsi que sur la fréquence de mise à jour de vos pages.

Exploration

Erreurs d'exploration

Statistiques sur l'exploration

Explorer comme Google

Outil de test du fichier robots.txt

Sitemaps

Paramètres d'URL

Problèmes de sécurité

Autres ressources

#	Type	Problème	Description	Nombre de problèmes	Exemple
1	Erreurs	Erreur	Une erreur s'est produite lors de la tentative d'accès à votre sitemap. Veuillez vous assurer qu'il respecte nos consignes et qu'il est accessible à l'emplacement que vous avez indiqué, puis envoyez-le à nouveau.	1	URL à accès restreint par un fichier robots.txt

Pour tirer le meilleur parti des informations fournies par Search Console, je vous conseille de lier vos comptes Search Console et Analytics.  
A première vue, Google Analytics et Google Search Console semblent offrir à peu près les mêmes services. Mais il y a des vraies différences entre ces deux services Google :

Google Analytics est un service qui est axé sur les statistiques de trafic de votre site. Qui visite votre site, combien de visiteurs avez-vous eu sur telle période, comment arrivent-ils sur votre site, combien de temps restent-ils, d'où proviennent-ils (géographiquement parlant), etc.

Google Search Console, au contraire, est davantage orienté vers l'information interne au site. Quels sont les sites qui ont un lien qui pointe vers le vôtre, y a-t-il des logiciels malveillants, combien de pages ont été indexées par le moteur de recherche, votre site est-il "mobile-friendly" ou encore, quelles sont les erreurs de navigation qui ont été détectées sur votre site.

# Google Search Console

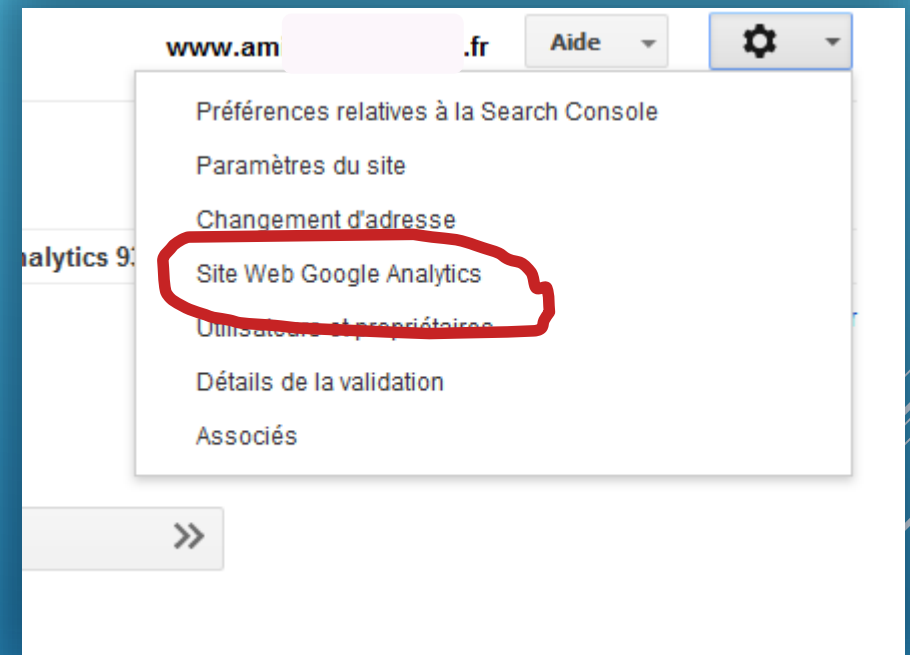


Google Analytics et Google Search Console ne traitent donc pas les mêmes informations de la même manière.

Même si vous avez l'impression de regarder les mêmes données, vous constaterez que vous n'aurez pas les mêmes informations aux deux endroits.

Depuis le tableau de bord de Search Console, sélectionnez le site pour lequel vous souhaitez connecter vos deux services Google.

Dans le coin supérieur droit, cliquez sur l'icône représentant une roue dentée puis sélectionnez **"Site Web Google Analytics"**.





# En conclusion



## Google Analytics est :

Un outil d'analyse qui vous permet de générer des rapports statistiques sur l'audience de votre site web.

Google Analytics est un outil incontournable pour effectuer un suivi de son référencement.

Des alternatives à Google Analytics existent : XiTi et Piwik en font partie.

## Google Search Console vous permet de :


Suivre l'indexation de votre site.

Corriger les éventuelles erreurs présentes sur votre site : les liens morts, les contenus dupliqués, les erreurs remontées par les robots, les problèmes d'affichage sur mobile, etc.

Vérification les sites qui pointent vers vos pages,

Contrôler si votre site est sous le coup d'une pénalité afin de pouvoir réagir immédiatement.

# L'aide au référencement - SEO by Yoast



## Yoast SEO

Par Team Yoast

Télécharger

[Détails](#)
[Avis](#)
[Support](#)
[Développement](#)

### Description

**YOAST SEO: THE #1 WORDPRESS SEO PLUGIN**

Need some help with your search engine optimization? Need an SEO plugin that helps you reach for the stars? Yoast SEO is the original WordPress SEO plugin since 2008. It is the favorite tool of millions of users, ranging from the bakery around the corner to some of the most popular sites on the planet. With Yoast SEO, you get a solid toolset that helps you aim for that number one spot in the search results. Yoast: SEO for everyone.

Version : 7.6.1

Dernière mise à jour : il y a 3 semaines

Installations actives : 5+ million

Nécessite WordPress version : 4.8

Compatible jusqu'à : 4.9.6

Nécessite PHP en version : 5.2.4

Langues : [Voir les 37](#)

# Le référencement facile avec WordPress SEO by Yoast

Cette extension permet pratiquement à elle toute seule de mettre en place toutes les optimisations pour bien référencer son site, à savoir :

- le réglage des titres,
- la création des sitemaps,
- le réglage des url,
- etc.

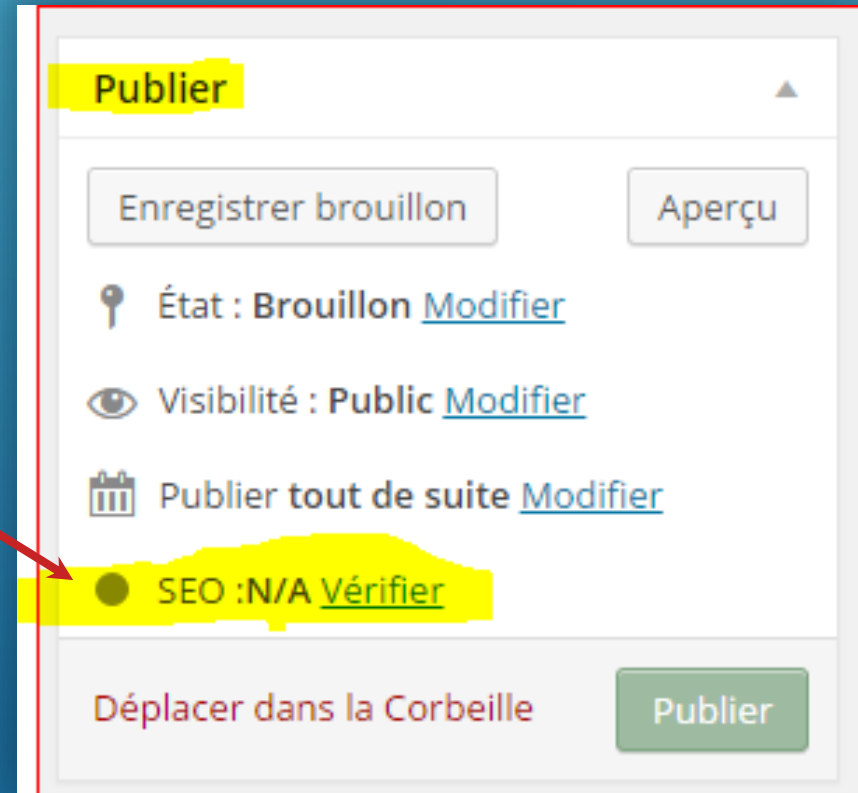
Néanmoins, ce plugin étant complet et complexe, il faut savoir le paramétrer afin de profiter pleinement des fonctionnalités proposées...

**Tutos :** <https://wpmarmite.com/wordpress-seo/>  
<https://wpformation.com/wordpress-seo-yoast-guide/>  
<http://www.seomix.fr/yoast-seo-le-guide-complet/>

# Le référencement facile avec WordPress SEO by Yoast

Un voyant lumineux à côté du bouton de publication de l'article vous indique également l'état global de l'article et s'il est vert, vous saurez que votre article est bien optimisé pour le mot-clé que vous aurez choisi !

Avec cette extension, vous êtes sûrs de référencer au mieux vos articles.



# Et maintenant ... à vous :



Le lien du site où vous trouverez le formulaire à remplir pour donner votre avis:

<http://avisbcma.fr.nf/>

## Votre avis sur notre offre de formation 2017-2018

Nous souhaitons garantir la qualité de l'offre de formation des cours municipaux d'adultes. Aussi, nous vous invitons à remplir ce questionnaire et à nous l'envoyer (Bouton ENVOYER en fin de formulaire). Si vous souhaitez une réponse, pensez à nous laisser votre adresse de messagerie. Nous vous remercions pour cette contribution à notre démarche qualité.

Le secteur de votre cours : \*

Bureautique, Internet et métiers de l'informatique

Votre cours — Bureautique, Internet et métiers de l'informatique : \*

Créer un site e-marchand avec le logiciel gratuit PrestaShop

Votre formateur ou formatrice — Bureautique, Internet et métiers de l'informatique : \*

MOIZAN Thierry

Votre établissement actuel — Bureautique, Internet et métiers de l'informatique : \*

Belleville [11006]

Votre rythme de cours : \*

45 heures

La période du cours : \*

Premier semestre de l'année scolaire (à partir de