# Création de trafic

**Le référencement c’est quoi ?**

L’ensemble de technique qui permet d’optimiser la visibilité d’un site internet. Mais, au sens strict du terme, le référencement, c’est soumettre un site dans ces différents moteurs de recherche. Il s’agit de faire apparaitre un site dans la liste des résultats des moteurs de recherches.

Référencer son site n'est possible que si l'on prend soin de sélectionner et analyser ses mots et expressions-clés. Ils désignent l'expression que les internautes tapent dans les moteurs de recherche pour lancer une recherche. Tout l'enjeu du référencement est de faire en sorte que votre site sorte dans les premiers résultats sur un maximum de mots-clés différents.

**SEM : Search Engine Marketing**

Regroupe l'ensemble des activités visant à renforcer la visibilité d'un site Internet à partir du web. Ne se limite plus strictement aux moteurs de recherche, mais s'est ouvert aux réseaux sociaux.

1. Référencement gratuit

**SEO - SEARCH ENGINE OPTIMIZATION**

Le référencement naturel est utilisé afin de faire apparaître un site ou des pages web dans les premiers résultats de recherche des moteurs de recherche telle que Google.

Le SEO comprend de nombreux critères, en effet le but d’un moteur de recherche étant de fournir la requête la plus pertinente à l’utilisateur, les algorithmes de classement des moteurs sont constamment modifiés pour aller dans ce sens.

Google préconise de concevoir un site « agréable et pertinent pour l’utilisateur ». Pour y arriver il est indispensable de travailler sur de multiples paramètres :

1. Le contenu (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.

Il y a certaine règles à respecter afin d’être bien perçu par les moteurs de recherche.

- Il faut veiller à utiliser une sémantiquement riche (synonymes, références), Les pages à faible contenu ou bien trop dupliquées peuvent aussi se voir pénalisées.

- Au sein des pages, l’optimisation des balises d’images et 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.

1. Mots et expressions clés

Le but est de se positionner sur les mots clés correspondants aux requêtes tapées par les internautes.

De plus nous avons pris compte des mots clés utilisées par les concurrents pour determiner la liste suivante. Ces mots ont été analysés avec google trends pour connaitre leurs tendance. (Annexe 1 : analyse google trands)

* Environnement
* Gestion energie
* Developpement durable
* Recyclage
* Economie chauffage
* Exoneration fiscale
* Ecologie
* Simulation
* Entreprise citoyenne

1. Le netlinking (qualité et autorité)

Les liens qui pointent vers le site sont un vecteur important pour accroître sa notoriété auprès des utilisateurs et des moteurs. La quantité de liens qui pointent vers le site impacte le positionnement tout autant que la provenance des liens.

Voici le lien du chek liste que nous avons suivi lors du dévellopemen pour mettre en place un site de qualité : https://checklists.opquast.com/seo/

1. L’accessibilité (et la rapidité) et norme

La norme d’accessiblité est un ensemble de règles éditées par un organisme faisant autorité dans le domaine et qu’il faut suivre pour être « compatible » avec ladite norme. Il faut voir cela comme un gage de qualité et non comme une contrainte réglementaire.

Le W3C (l’autorité régissant les règles du Web) a édité plusieurs normes pour rendre accessible le Web au plus grand nombre (comprenez « ainsi qu’aux personnes ayant un handicap »). Ces règles s’appliquent autant pour les sites que pour les applications web. Dans le Web accessible, et au-delà des classiques XHTML et CSS, le W3C édite des normes à destination des éditeurs et développeurs web pour l’ouverture au public handicapé (handicap moteur, sensoriel, à mobilité réduite, senior, …) afin que chacun puisse consulter les sites web le plus facilement (et rapidement) possible.

Pour les sites institutionnels comme stopgaspi, il y a un réferentiel et des normes à respecter concernant l’accéssibilité.

Le référentiel général d’accessibilité pour les administrations repose sur les 4 grands principes d’un site internet ou intranet accessible :

1. PRINCIPE 1 : UN SITE PERCEPTIBLE

* Faire en sorte que chaque information soit perceptible par tout utilisateur, et par tous les sens (équivalents textuels pour tout contenu non textuel afin de permettre une synthèse vocale ou une transcription brailles, grands caractères, audio-description, langage simplifié…).
* Proposer des versions de remplacement aux médias audio, vidéo ou animations Flash.
* Créer un contenu présentable de différentes manières sans perte d’information (ex. : mise en page simplifiée).

1. PRINCIPE 2 : UN SITE UTILISABLE

* Rendre toutes les fonctionnalités accessibles au clavier.
* Laisser à l’utilisateur suffisamment de temps pour lire et utiliser le contenu.
* Ne pas concevoir de contenu susceptible de provoquer des crises.
* Fournir à l’utilisateur des éléments d’orientation pour naviguer, trouver le contenu et se situer dans le site.

1. PRINCIPE 3 : UN SITE COMPRÉHENSIBLE

* Rendre le contenu textuel lisible et compréhensible.
* Faire en sorte que les pages apparaissent et fonctionnent de manière prévisible.
* Aider l’utilisateur à éviter et à corriger les erreurs de saisie.

1. PRINCIPE 4 : UN SITE ROBUSTE

* Optimiser la compatibilité avec les agents utilisateurs actuels et futurs, y compris avec les technologies d’assistance.

1. Référencement payant

SEA - SEARCH ENGIN ADVERTISING

Le référencement naturel ne permet pas de positionner très rapidement un site Internet sur des expressions-clés très concurrentielles. Les actions SEO ont bien plus d’inertie sur un jeune site que sur un site déjà ancien et bénéficiant d’une bonne « cote » aux yeux des moteurs de recherche. Le SEA est une méthode rapide pour acquérir de la présence sur les moteurs de recherche.

SMO - SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION

Le SMO correspond à l’ensemble des techniques et actions destinées à développer la visibilité et l’image d’un site web ou d’une marque sur les réseaux sociaux. Stopgaspi emploi un Comunity Manager qui sera en charge du contenu rédactionel, de la gestion des différentes pages créé sur les reseaux sociaux ainsi que de l’e-réputation de la société.

Le site stopgaspi du ministère de l’environnement sera présent sur :

- Facebook –Twitter - Google - Viadéo – linkedin - Youtube

L’ensemble des actions de SMO permettent également d’aider le SEO. En effet, la popularité de certains posts sur les réseaux sociaux va aider le référencement naturel.

# Fidelisation

La fidelisation est une pratique très utilisée qui permet aux entreprises d’avoir une relation durable avec ses clients en instaurant un climat de confiance.

**Moyens de fidelisation mis en place**

2. Flux RSS

Permettra de tenir informer les abonnées des nouvelles publications de stopgaspi.

3. Système d’inscription

Il est nécessaire de remplir quelques informations personnelles, de définir un login et un mot de passe via le formulaire d’inscription.

# L’analyse de performance

L’analyse de performance d’un site passe par l’installation des outils qui permettent de mésurer l’audience d’un site web (Web analytics). Ces outils permettent :

* De quantifier la fréquentation (nombre de visites, nombre de pages vues, temps passé sur le site etc…)
* D’analyser le comportement de les visiteurs une fois sur le site (quelles pages sont les plus visitées, nombre de formulaire remplis, nombre de vnetes réalisées etc…)
* De comprendre d’où viennent les visiteurs (moteur de recherches, trafic direct etc…)
* De quantifier les actions réalisées.

Il existe de nombreux outils sur le marché (Xiti, google analytique…)

1. GOOGLE ANALYTICS

Nous avons sélectionnés Google analytics est un service gratuit d’analyse d’audience d’un site Web ou d’applications utilisé par plus de 10 millions de sites, soit plus de 80% de marché mondial

* **Suivi des sites Web**

Code de suivi : UA-75484030-1

Il s'agit du code de suivi Universal Analytics correspondant à cette propriété. Pour profiter de tous les avantages offerts par Universal Analytics pour cette propriété, copiez et collez ce code sur chaque page Web dont vous souhaitez effectuer le suivi.

<script>

(function(i,s,o,g,r,a,m){i['GoogleAnalyticsObject']=r;i[r]=i[r]||function(){ (i[r].q=i[r].q||[]).push(arguments)},i[r].l=1\*new Date();a=s.createElement(o), m=s.getElementsByTagName(o)[0];a.async=1;a.src=g;m.parentNode.insertBefore(a,m) })(window,document,'script','//www.google­analytics.com/analytics.js','ga'); ga('create', 'UA­75484030­1', 'auto'); ga('send', 'pageview');

</script>